

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**İÇ VE DIŞ MEKAN DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN
ALGI-DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tütem TURAN

İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı

TEMMUZ 2021

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**İÇ VE DIŞ MEKAN DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN
ALGI-DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Tütem TURAN
(1800230)**

İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Begüm ERÇEVİK SÖNMEZ

TEMMUZ 2021



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı 180023001 numaralı öğrencisi Tütem TURAN'ın “İç ve Dış Mekan Duvar Resimlerinin Kullanıcıların Algı-Davranışları Üzerindeki Etkileri” adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 09/07/2021 tarihinde oluşturulan jüri tarafından **oy birliği** ile Yüksek Lisans Tezi olarak **kabul** edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

Tez Savunma Tarihi: 09/07/2021

- 1) Tez Danışmanı:** Dr. Öğr. Üyesi Begüm ERÇEVİK SÖNMEZ
- 2) Jüri Üyesi:** Doç. Dr. Özkal Barış ÖZTÜRK
- 3) Jüri Üyesi:** Dr. Öğr. Üyesi Cahit Arsal ARISAL

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans / Doktora tezi olarak sunduğum “İç ve Dış Mekân Duvar Resimlerinin Kullanıcıların Algı-Davranışları Üzerindeki Etkileri” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (09/07/2021)

Tütem TURAN



ÖNSÖZ

Bu çalışmada günümüz duvar resmi ve mekân ilişkisi kullanıcı algısı üzerinden değerlendirilmiştir. Katkıları ve desteklerinden dolayı Dr. Begüm Erçevik Sönmez'e ve aileme teşekkürlerimi sunarım.

Temmuz 2021

Tütem TURAN



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
ÇİZELGE LİSTESİ.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
ÖZET.....	xi
ABSTRACT	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1 Literatür Özeti	2
1.2 Tezin Amacı ve Önemi.....	7
1.3 Tezin Kapsamı.....	9
1.4 Tezin Yöntemi	10
2. DUVAR RESİM VE YÜZEY, MEKAN VE MİMARİ İLİŞKİSİ.....	12
2.1 Resim ve Mimarının Tarihsel İlişkisi	12
2.1.1 Paleolitik çağda duvar resimleri	12
2.1.2 Hitit ve Mısır duvar resimleri	13
2.1.3 Roma ve Bizans dönemi duvar resimleri.....	16
2.1.4 Orta Çağ dönemi duvar resimleri	18
2.1.5 Rönesans dönemi duvar resimleri.....	20
2.1.6 19. ve 20. Yüzyıl duvar resmi.....	22
2.1.7 21. Yüzyıl duvar resimleri	28
2.2 Duvar Resimleri: Grafiti, Mural	32
3. DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN ALGI- DAVRANIŞLARI	
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İÇ VE DIŞ MEKANLAR ÜZERİNDEN	
İNCELENMESİ	41
3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	41
3.2 Örneklem Büyüklüğü ve Seçimi	42
3.3 Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları	44
3.4 Veri Toplama Aracı.....	44
3.5 Çalışma Alanları: Kadıköy, Beşiktaş, Beyoğlu.....	48
3.6 Araştırmanın Hipotezleri	53
3.7 Verilerin Analizi	54
3.7.1 Anketin güvenilirlik analizi	54
3.7.2 Katılımcıların demografik verilerinin analizi	55
3.7.3. Duvar resmi ve mekân ilişkisi veri analizleri	56
3.7.4 Duygu durum sıfat çiftlerinin veri analizi	68
3.7.5 Duygu durum sıfat çiftlerinin demografik verilere göre analizi ve alt hipotezlerin testi.....	74
3.8 Verilerin Değerlendirilmesi.....	92
3.8.1 İç ve dış mekân duvar resimlerinin mekân ile ilişkileri bağlamında değerlendirilmesi	92

3.8.2 İç ve dış mekân duvar resimlerinin sanatçı ve firma sahipleri bağlamında değerlendirilmesi	95
3.8.3 Duygu durum değerlendirmesi	96
3.8.4 İç ve dış mekân duvar resimlerinin izleyici / katılımcı duvar resmi ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi.....	98
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	108
KAYNAKLAR	112
EKLER.....	118
ÖZGEÇMİŞ.....	159



ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 3.1: Duvar Resmi ve Numaraları.....	46
Çizelge 3.2: İncelenen Duvar Resimlerinin Bölgelere Göre Sayıları.....	48
Çizelge 3.3: Araştırmanın Ana ve Alt Hipotezleri	53
Çizelge 3.4: Anketin Güvenilirlik Test Sonuçları	55
Çizelge 3.5: Demografik Bilgilere Yönelik Sıklık Dağılım Tablosu	55
Çizelge 3.6: Eserlerin Mekânlarda Daha Önce Görülüp Görülmediğine Dair Tablo	56
Çizelge 3.7: Mekândaki Mevcut Duvar Resmi ve Mekândan Kaldırılmış Versiyonu Üzerinden Yapılan Analiz Tablosu	57
Çizelge 3.8: Son Altı Ayda Benzer Resim Görülüp Görülmediğine Dair Soru Analiz Tablosu	59
Çizelge 3.9: Duvar Resminin Sokağı /Mekânı Güzelleştirip Güzelleştirmedicine Dair Soru Analiz Tablosu.....	60
Çizelge 3.10: Duvar Resminin Mekândan Kaldırıp Kaldırılmamasına Dair Analiz Tablosu	62
Çizelge 3.11: Duvar Resmini Başka Kişilerin Görmesi Açısından Tavsiye Eder misiniz Soru Analiz Tablosu	63
Çizelge 3.12: Duvar Resimlerinin Bina cephelelerinde/ Mekânlarda Kullanılmasını Doğru Buluyor musunuz Soru Analiz Tablosu	65
Çizelge 3.13: Eserin Katılımcı Üzerinde Uyandırdığı Düşünce Tablosu.....	66
Çizelge 3.14: Normallik Testi Sonuçları	69
Çizelge 3.15: İç ve dış Mekân Açısından Paired t Testi Farklılık Analizi Sonuçları	70
Çizelge 3.16: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	75
Çizelge 3.17: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	76
Çizelge 3.18: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Eğitim Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	78
Çizelge 3.19: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Eğitim Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	80
Çizelge 3.20: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanat Eğitimi Alıp Almama Durumuna Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	82
Çizelge 3.21: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanat Eğitimi Alıp Almama Durumuna Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu	83
Çizelge 3.22: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanata İlgi Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu	84
Çizelge 3.23: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanata İlgi Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu	86
Çizelge 3.24: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Duvar Resimlerini Fark Etme Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu	88

Çizelge 3.25: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Duvar Resimlerini Fark Etme Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu	90
Çizelge 3.26: İç Mekân Duvar Resimlerinin Analizi	92
Çizelge 3.27: Dış Mekân Duvar Resimlerinin Analizi	94



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1: Max Raphael Tarafından Analiz Edilmiş Olan Tavan, Altamira, İspanya, MÖ 35.000 -MÖ 11.000	13
Şekil 2.2: Chauvet Mağarası'ndaki Hillaire Odasından Atlar, Güney Fransa, MÖ 24.000.....	13
Şekil 2.3: Amarna Dönemi Prensesleri Neferneferure (Solda) ile ablası Neferneferuatenu Tasherit (Sağda), Kral Evindeki Bir Duvar Boyaması, Tel el-Amarna , Mısır, MÖ 1352-1334.	14
Şekil 2.4: Thebes Mezarlığı, Tutankamon'un Mezarından Bir Fresko, Yeni Krallık Dönemi, Mısır,M.Ö. 1341-1323.....	15
Şekil 2.5: Kabartma, Geç Hitit Geleneksel Stili, Karkamış, İ.Ö. 8. yy.	16
Şekil 2.6: Knossos Sarayı'ndan Mavi Bayanlar Freski, Girit, MÖ 2700 - MÖ 1450	16
Şekil 2.7: İsa'nın Ayakları Önünde Secde Eden İmp 6. Leon, Ayasofya-İ Kebir Cami,10.yy	17
Şekil 2.8: Kariye Müzesi, İstanbul.	18
Şekil 2.9: Saint-Denis Bazilikası, Fransa, 1135	19
Şekil 2.10: Scrovegni Şapeli, Giotto Tarafından Yapılmış Duvar Resimleri, Veneto, İtalya , 1305.....	20
Şekil 2.11: Raffaello Sanzio, İmza Salonu Freskleri, Vatikan Sarayı, İtalya,1508-1511	21
Şekil 2.12: Sistine Şapeli İç Mekân Duvarları ve Tavan Freskleri, Michelangelo, İtalya, 1508-1512	21
Şekil 2.13: Dolmabahçe Sarayı 212 Numaralı Odada Dolmabahçe Sarayı'nın Tasviri	23
Şekil 2.14: Versay Sarayı İç Mekân, Hercules Odası.....	23
Şekil 2.15: Vladimir Tatlin, Enternasyonal Anıtı reproduksiyonu, Orijinal dizayn 1919-1921, 1: 40 ölçekli reproduksiyonu 2011	24
Şekil 2.16: La Tourette Manastırı, Le Corbusier, Fransa,1960	25
Şekil 2.17: Hundertwasser Evi, Viyana, 1983.....	26
Şekil 2.18: Divan Oteli, Füreyâ Koral Seramik Pano,İstanbul.....	26
Şekil 2.19: Manifaturacılar Çarşısı,Seramik Pano,Bedri Rahmi Eyüboğlu,İstanbul. 27	
Şekil 2.20: Manifaturacılar Çarşısı,Kuşlar, Metal Kabartma, Kuzgun Acar,İstanbul 1969	27
Şekil 2.21: Caffè Fernanda, Milan, İtalya.2018.....	29
Şekil 2.22: Wallace K. Harrison Evi Oturma Odası, Fernand Léger, New York, 1942	29
Şekil 2.23: Kongre ve Sergi Sarayı, Joan Miro, Madrid,1980	30
Şekil 2.24: Lonac, Rasimpaşa Mahallesi, Kırmızı Kuşak Sokak, Kadıköy, İstanbul, 2018.....	31
Şekil 2.25: Banksy,Flower Chucker (Çiçek Fırlatan).....	34
Şekil 2.26: Alexandre Orion, São Paulo.....	35

Şekil 2.27: Favela Painting, Brezilya	36
Şekil 2.28: Pray For Rain, Fintan Magee, İstanbul	37
Şekil 2.29: Beraberliğe Övgü , Berlin	37
Şekil 2.30: Atione, Ankara	38
Şekil 2.31: Mural, Ankara	39
Şekil 2.32: Esk Reyn, İstanbul.....	39
Şekil 3.1: Güç Analizi.....	43
Şekil 3.2: Kadıköy Bölgesi Haritası	49
Şekil 3.3: Beyoğlu Bölgesi Haritası.....	51
Şekil 3.4: Beşiktaş Bölgesi Haritası.....	52
Şekil 3.5: Lonac, Kırmızı kuşak Sokak, Kadıköy, İstanbul	99
Şekil 3.6: Tomtom Sokak, Beyoğlu, İstanbul.....	100
Şekil 3.7: Bedri Rahmi Eyüboğlu, , Fatih, İstanbul.....	101
Şekil 3.8: Omeria, Ayrılık Çeşme Sokak, Kadıköy, İstanbul.....	102
Şekil 3.9: Karaköy, Beyoğlu, İstanbul.....	103
Şekil 3.10: No Fish Today, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul	104
Şekil 3.11: Craft Beer Lab, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul	104
Şekil 3.12: White Mill Cafe, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul.	105
Şekil 3.13: Pim Karaköy, Karaköy, Beyoğlu, İstanbul	106
Şekil 3.14: Mamicini Cafe, Yel Değirmeni, Kadıköy, İstanbul	106

İÇ VE DIŞ MEKAN DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN ALGI- DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ÖZET

Kozmopolit şehirler, çağın getirdiği yenilikler ile birlikte kimlik değiştirmektedir. Dönemlerin getirdiği politik, teknolojik, sanatsal yenilenme şehirleri, dolayısı ile mimari strüktürü de değiştirmiştir. Dönemsel akımlar mimari formlara şekil verirken insanların bakış açılarını da değiştirmeye başlamıştır. Metropol yaşantısının yoğun temposu görsel algılarımızı da harekete geçirmiştir. Günümüzde mimari yapılar sadece insanların barındığı mekân olmaktan çıkmıştır. Mimari cephelerle birlikte iç mekânların yüzeyleri de insanların algılarında farklılık yaratacak şekilde kullanılmıştır. Yüzeylerin ve formların oluşturduğu sınırlar, bölücü görevinin dışında da insanların günlük algılarında farklılık yaratmaya başlamıştır. Yüzeyler, mekânlara ve insanlara görsel birer deneyim sunmaktadırlar. Duvarlar, ağırlıklı olarak taş veya tuğla kullanılarak yapılan bölücü öğelerdir. Duvar resmi ise çeşitli boyalar kullanılarak duvar yüzeylerinin üzerine resmedilen kompozisyon bütünüdürler. Geçmişten günümüze değişen duvar resmi dönemlerin sanatsal anlayışına ve yaşam şekillerine ışık tutmuşlardır. Mimari tasarımlarda, duvar resimlerinin kullanıcıyı etkileme ve dikkat çekme gücü ile özellikle kullanıcı yoğun mekânlara sağlayabileceği olumlu katkılar es geçilmekte ve tasarımlarda duvar resimlerinin kullanımı özendirilmemektedir. Bu çalışmanın temel amacı, iç ve dış mekânlar duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısını ve duygu durumlarını ortaya çıkartmaktır. Ayrıca mimari yüzey, yapı ve mekânlarda yer alan duvar resimlerini izini sürmek ve duvar resimlerinin konumlandıkları mekân ile ilişkilerini renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analiz etmek amaçlanmıştır. Alan araştırması kapsamında, yerinde gözlem, duvar resimlerinin analizi, anket çalışması, sanatçı ve firma yetkilisi ile görüşme yöntemlerinden yararlanılmıştır. İstanbul'un Kadıköy, Beşiktaş, Taksim ve Karaköy ilçelerinde duvar resimleri incelenmiş; beş adet iç ve beş dış mekân duvar resimleri seçilmiş; fotoğraflanmış ve konumlandıkları mekân ile ilişkileri renk, doku, form, konsept gibi temel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmiştir. 86 katılımcı ile gerçekleştirilen anket çalışması ile eser-mekân ilişkisi değerlendirilmiş ve 25 adet sıfat çifti üzerinden seçilen her bir resmin duygu-durum analizleri yapılmıştır. Son aşamada ise, sanatçı ve firma yetkilisi ile mail yoluyla iletilen yazılı röportaj yapılmıştır.

Elde edilen veriler istatistiksel olarak analiz edilmiş ve sonuçlandırılmıştır. Buna göre; iç mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları sıkıcı, sakin, sezgisel, tekdüze, basit, geleneksel ve yumuşak iken dış mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları uyumsuz, soğuk, sıkıcı, hüzünlü ve rahatsızdır. Duvar resmini seyreden izleyicinin yaş ve cinsiyeti ile sanata ilgi duyma ve eseri fark etme durumları duygu durum tanımlamalarını etkilememektedir. Diğer taraftan izleyicinin eğitim düzeyi / yüksek eğitim almış olması ve sanat eğitimi alma durumu duygu durum tanımlamalarını etkilemektedir. Duvar resimleri, iç-dış mekânlarda sadece görsel estetik sağlamak amacı ile kullanılmıştır. İç mekânlarda duvar resmi ağırlıklı olarak yüksek tavana sahip, loft konsept tasarımına benzer restoranlarda; dış

mekânlarda ise geniş sokaklar, dört yol ağız ve birçok açıdan görünür yapıların yan cephelerinde yerini almıştır. Ayrıca değerlendirmeler doğrultusunda tasarımcılar için bazı ipuçları oluşturulmuştur. Bu çalışma, konsept bütünlüğünü tamamlamak, mekânların akılda kalıcı ve dikkat çekici olması sağlamak adına duvar resimlerinin tasarımdaki olumlu katkılarını vurgulamak açısından önemlidir. Ayrıca iç mekân tasarımlarında konsept ile bütünleşmeyen hikayesiz yüzeyler yaratmak yerine duvar resimlerinin kullanımını alternatif olarak sunmak açısından da önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *İç mekân, Dış mekân, Duvar resmi, İç mimarlık*



EFFECTS OF INTERIOR AND EXTERIOR WALL PAINTINGS ON USER'S PERCEPTION-BEHAVIOR

ABSTRACT

Cosmopolitan cities are changing their identities with the innovations brought by the age. The political, technological, artistic renewal cities brought by the periods have also changed the architectural structure. Periodic movements have changed people's perspectives while shaping architectural forms. The intense tempo of urban life has also turned on our visual perceptions. Today, architectural structures are no longer just places where people live. Along with the architectural facades, the surfaces of the interiors were also used to make a difference in people's perceptions. The boundaries created by surfaces and forms have made a difference in people's daily perceptions, apart from their divisive task. Surfaces offer a visual experience to places and people. Walls are dividing elements made mainly of stone or brick. Wall painting, on the other hand, is the composition that is painted on wall surfaces using various paints. In architectural designs, the power of wall paintings to impress and draw attention to the user and the positive contributions they can provide especially to user-intensive spaces are overlooked, and it does not encourage the use of wall paintings in designs. The major purpose of this study is to reveal the user's perception and emotional states about indoor and outdoor wall paintings. In addition, it is aimed to trace the wall paintings on the architectural surfaces, structures and spaces and to analyze the relations of the wall paintings with the place where they are located, through titles such as color, story, place in the space, function, harmony of the painting with the concept, and illumination of the painting. Within the scope of the field research, on-site observation, analysis of wall paintings, survey work, interview with the artist and company member were used. Wall paintings in Istanbul's Kadıköy, Beşiktaş, Taksim and Karaköy districts were examined; five interior and five exterior wall paintings were selected; They were photographed and their relationships with the place they were located were examined in line with the basic design principles such as color, texture, form and concept. The work-space relationship was checked out with the questionnaire study brought out with 86 participants, and the mood-state analysis of each picture selected over 25 adjective pairs was made. At the finished stage, a written interview was carried out with the artist and the company member via e-mail. The collected data were statistically analyzed and concluded. According to this; Mood descriptions for indoor murals are boring, calm, intuitive, monotonous, simple, traditional, and soft, while mood descriptions for outdoor murals are incongruous, cold, boring, sad, and uncomfortable.

Age and gender of the viewer watching the mural, being interested in art and noticing the work do not affect the emotional state definitions. On the other hand, the education level of the audience / having a higher education and the state of receiving art education affect the emotional state definitions. Wall paintings are used indoors and outdoors only to provide visual aesthetics. In the interiors, the murals are predominantly in restaurants with high ceilings and similar to the loft concept design; In the exterior, it

has taken its place on the side facades of wide streets, four road junctions and structures that are visible from many angles. In addition, some tips were created for designers in line with the evaluations. This study is important in terms of emphasizing the positive contribution of wall paintings to design in order to complete the concept integrity and to make the spaces catchy and attractive. It is also important in terms of presenting an alternative to the use of wall paintings instead of creating storyless surfaces that do not integrate with the concept in interior designs.

Keywords : *Interior, Exterior, Wall painting, Interior Architecture*



1. GİRİŞ

Duvarlar, mimarının en önemli parçasını oluşturur. Boşluğun sınır çizgilerini ve formlarını belirler. Tarihsel olarak ilk insanlar mağara kayalarını sınır olarak belirlemiş; yüzyıllar boyu gelişen teknoloji ile birlikte zamanla duvarların malzemesi farklılık göstermiştir. Duvar, Büyük Larousse'un ilgili maddesinde, "üst üste konmuş ve çoğu kez bir harçla birleştirilmiş gereçlerden oluşan, genellikle düşey bir düzlem biçiminde görünen kâgir yapı işi" olarak tanımlanmaktadır. Doğan Hasol'un Mimarlık Sözlüğü'nde ise "yapılarda taş, tuğla, briket, kerpiç ve benzeri gereçlerle yapılan düşey bölme ögesi" olarak tanımlanmaktadır (Hasol, 2016).

Duvar resmini, mimari yüzeylerin üzerine yapılan kompozisyon olarak değerlendirebiliriz. Resim, iki boyutlu kompozisyonlar bütünüdür. Duvar resmi, resmin duvara çeşitli boya araçları ile uygulanmış haline denir. Konu ve hangi amaçla yapıldığı eseri üretime aittir. Tarihsel sürece baktığımızda, duvar resmi birçok değişimden geçmiştir. Duvarlar eski dönemlerde günlük olayların, tanrısal ibadetlerin ve mitolojik hikâyelerin çizimine ev sahipliği yapmıştır. Günümüzde ise iç mekânlarda, figürler ve marka isminin yazılı olduğu ve marka konseptine uygun konular ağırlık kazanırken; dış mekânda daha çok illegal tavrı ile ifade bulmuş grafiti sanatı görülmektedir. İşveren veya firmanın talepleri duvar resmi konusunu belirleyebilir. Kilise, müze ve belirli kamusal mekânlarda kullanılan duvar resimlerinin, 19. yüzyıldan itibaren, sanat akımlarının da etkisiyle, sokaklarda da görülmeye başlandığını söyleyebiliriz. Avangart, Sürrealist gibi akımların etkisiyle değişen sanat, özellikle enstalasyon olarak kentsel mekânlarda yerini almaya başlamıştır.

Beyaz küp olarak adlandırılan sergi mekânları günümüzde sanatçılar ve izleyiciler tarafından tercih edilmektedir. İrlandalı sanatçı ve eleştirmen Brian O'Doherty'nin 1970'lerde tartışmaya açtığı 'beyaz küp' olgusu çağdaş sanat tarihinde yaygınlaşan bir terim haline gelmiştir. Beyaz küp, günümüzde, çağımızın kendine özgü teşhir biçimlerinden biri olan 'modern sanat galerisinin başlıca simgesidir (O'Doherty,2019).

Brian'a göre, beyaz küp 'biraz kilise kutsiyeti, biraz mahkeme salonu resmiyeti, biraz deney laboratuvarı gizemiyle şık bir tasarımı buluşturan' modern sanat galerisidir. Kent ve mekânlar süregelen bir değişim gösterdiğinden, sanat beyaz küpün dışında daha aktif bir rol almaya başlamıştır.

Duvar resmi ve mekân ilişkisini etkileyen önemli faktörlerden biri de ticari mekânlardır. Mekânlar insanların ağırlıklı olarak zaman geçirdiği alanlara dönüşmüş, firma sahipleri ve tasarımcılar, mekânların akılda kalıcı olmasını sağlamak ve dikkat çekici olması adına duvar resimlerine yönelmişlerdir. Ticari mekânlar arz-talebe göre kısa sürede değişim gösterebilmektedir. Sanatçılar, sokak sanatında ve mimari yapıların dış cephelerinde yer alan eserlerinde daha özgür ve kişisel tavır sergilerken; iç mekânlarda duvar resminin konusunu mekân sahibi ve seçilen konsept belirlemektedir. Duvar resimlerinin ticari mekânlarda kullanılmasının en önemli katkısı, sanatın sadece belli bir kitlenin ulaşabildiği, parasal değeri olan satılık bir nesne konumundan çıkarak daha sosyal bir platforma taşınmış olmasıdır.

Duvar resminin, mekânda bütünsellik sağlamak adına, doğru analiz edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada İstanbul'daki belirli semtlerdeki mevcut duvar resimleri renk, çizim tekniği, anlattığı hikâyeye göre farklı türlerde seçilmiş ve değerlendirilmiştir.

Aşağıdaki bölümlerde, incelenen kaynakların sunulduğu literatür özeti, çalışmanın konusu, amacı ve yöntemi yer almaktadır.

1.1 Literatür Özeti

Bu bölümde grafiti ve kamusal sanatın mekân ve kullanıcı algısı ile ilişkisini araştıran çalışmalara yer verilmiştir.

Koçak ve diğerleri (2014), çalışmalarında İstanbul'un sokaklarındaki kamusal sanat izleri keşfetmek ve kamusal alanlarda kentin sanatçıların / vatandaşlarının hikâyesini ve İstanbul'un algılarını, duygularını ve hayallerini anlatmak amaçlamıştır. Yöntem olarak literatür araştırmasından sonra gözlem, anket ve röportajlar yapılmıştır. Çalışma sonucunda grafiti yazılarının içeriğinin, çağdaş yaşamdaki değişimlere paralel olarak değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Ticari grafiti üretimi ve yasal çalışmalar, grafitinin daha fazla pazarlanabilir ürün haline gelmesini

artacaktır. Öte yandan, popüleritenin etkisiyle, yasadışı çizimler de artan toleransla birlikte çoğalacaktır Koçak ve diğerleri (2014).

Tziovas (2017), kriz içindeki Atina şehrinin duvar resimlerini incelemiştir. Kriz, Atina şehrinin duvarlarında bulunabilecek sanat eserlerinin biçimini ve içeriğini şekillendirmiştir. Bu anlayıştan yola çıkılarak yapılan analizde özellikle sokak sanatının birbiriyle ilişkili üç seviyeden oluştuğu ve kültürel bir uygulama olduğu sonucuna ulaşılmış; sokak sanatının politik önemine odaklanılmıştır. Tziovas, sanatçı eserleri üzerinden analiz yapmıştır. Atina sokak sanatçıları, krizin evrensel olarak kentin her bir sakininin yaşamına nasıl nüfuz ettiğini açıkça ortaya koymuştur. Sanatçılar, krizin günlük yaşamdaki etkilerine dair gerçekçi tasvirleri sayesinde duvarları, duygusal ve aykırı olarak işlenecek bir alan haline getirmişlerdir., Sanatçılar kendi hayal güçlerini, Yunan tarihini, ulusötesi kültürel ve politik sembollerden ödünç alınan referansları ve ikonografileri kullanmıştır. Krizlerle ilgili sokak sanatının Atina'da ortaya çıkışı, uluslararası medyadan büyük ilgi görmüş ve Yunanistan'ın yurtdışında bir dizi sergi ve araştırma projesine konu olmasını sağlamıştır (Tziovas, 2017).

Taş (2014) ise Türkiye'de sokak sanatını Gezi Eylemi üzerinden araştırmış ve İstanbul ve Ankara'da sokak sanatının tarihsel oluşumu ve Gezi parkı incelenmiştir. Yöntem olarak sanatçıların eserleri üzerinden analizler ve röportajlar yapılmıştır. Gezi direnişinin, Türkiye'nin dört bir yanında yaratıcı bir sokak sanatının yaratılması için bir sıçrama tahtası işlevi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Hükümetin çabalarına ve bu ortamı korumak isteyen yerleşik estetik düzene rağmen, Türkiye'de sokak sanatı giderek yaygınlaşmaya başlamıştır (Tuğba Taş, 2014).

Varol (2014) çalışmasında, kamusal mekânda açık alan sanatının kullanıcı / izleyici üzerindeki etkilerini incelemiştir. Kamusal mekânda sanat, tarihsel ve politik yönleri ile birlikte araştırılmış; gözlem ve anket yöntemlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, mekânda yer alan sanat etkinlikleri, kullanıcı davranışlarını ve mekânı algılamasını, kavramasını ve bellekte saklamasını olumlu yönde etkilemiştir. Toplu olarak yaşadığımız kamusal mekânda oluşan ortak deneyimde, toplumun tüm bireylerinin, mimarların, kent plancılarının, sosyologların ve kent ile ilgili çalışan sanatçıların birlikte yapılandıracağı bir tasarım ve gelişim süreci önerilmiştir (Varol, 2004).

Bayram (2017) araştırmasında, sanat çalışmalarının kamusal mekânlarda mekânın bir ögesi olarak kullanımının kullanıcıya sunduğu farklı mekân deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma kapsamında kamusal sanata destek veren kurum ve organizasyonlardan 32'si detaylı olarak incelenmiş ve kamusal sanata hangi dallarda hizmet verdikleri araştırılmıştır. Anket ve alan çalışması olarak Bursa (Gölyazı Beldesi) seçilmiştir. Çalışma sonucunda kamusal sanat için gelir kaynakları oluşturulması sonucu ortaya çıkmıştır. Bayram (2007), çalışmasında kamusal sanat için potansiyel yerler belirlemiştir. Bunlar; yaya trafiğinin yüksek düzeylerde seyrettiği ve şehir dolaşım ağının bir parçası olan mekânlar, kolaylıkla görünebilen ve kamuya açık alanlar, aktivitenin yoğun olduğu güvenli yerler, topluluk ve aktivite yoğun mekânlar yaratmaya izin verebilecek yerler, landmarkların ve bağlantı noktalarının fazla olduğu bölgelerdir. Göze çarpan bir diğer sonuç ise, sanat kavramını yeteri kadar tanınmıyor olmasıdır. Son dönemlerde bazı kentlerde gerçekleşmeye başlayan kamusal mekâna yönelik sanat çalışmalarında vandalizm endişesinin varlığı, söz konusu projelerin mekânsal kalite üzerindeki etkilerini azaltmaktadır (Bayram, 2007).

Zünbuloğlu (2018) çalışmasında, grafitinin kent mekânına kattığı anlamın içeriğine ve grafitinin algılanma biçimine odaklanmıştır. Grafitinin kendi niteliğinin kullanıcı algısı üzerindeki etkisi ve mekânın kullanım düzeyi ve grafitinin değişen anlamı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Grafiti fotoğrafları üzerinden yürütülen çevrimiçi anket aracılığıyla grafitinin mekâna kattığı anlam irdelenmiştir. Anlamsal Farklandırma Yöntemi (Semantic Differential) kapsamında, kullanıcılardan buldukları mekânla birlikte her bir grafiti ile ilgili 76 adet zıt anlamlı sıfat çiftini Likert Ölçeği'nde derecelendirerek değerlendirmiştir. Bu şekilde her bir görüşmeci gösterilen grafitiye kendi bakış açısına göre varsayımsal anlam yüklemiştir. Çalışma sonucunda grafitinin algılanma biçiminde izleyici grubunun niteliği, mekânı kullanım süresi, amacı ve mekânda gösterdiği davranış özelliklerinden çok grafitinin kendi niteliği ve kentsel mekânda temsil ettiği anlamın etkili olduğu sonucu ulaşılmıştır. Zünbuloğlu (2018)'na göre grafitinin varlığı kullanıcının kente bakışını değiştirmiş ve mekânın anlamını etkilemiştir. Kentsel mekânda sembol rolünü üstlenen grafiti, temsil ettiği değerlerle ve taşıdığı anlamlarla kullanıcı algısı üzerinde kuvvetli bir etkiye sahiptir (Zünbuloğlu, 2018).

Çeber (2007), sanat yapıtı ve izleyici ilişkisinin örneklerle irdelemiş ve değişen bu ilişkinin sanata etkisini mekan, eser ve izleyici üzerinden değerlendirmiştir. Sanat galerisi ve müzeler üzerinden öznel değerlendirmede bulunmuş ve sanat-mekân ilişkisinde mekanın sadece dolulukla oluşmadığını, boşluğunda bu oluşumun önemli bir parçası olduğuna işaret etmiştir. Çeber (2017)'e göre günümüze kadar çağdaş sanat bünyesinde sürekli bir değişim, gelişim ve dönüşüm söz konusu olmuştur. Salt sanat için yaratılmış mekânlar değil, bambaşka işlevler düşünülerek tasarlanmış mekânlar, hatta medeniyetten uzak doğal ortamlar dahi insan müdahalesiyle sanat niteliği kazanmıştır. Diğer taraaftan, çağdaş sanat süreciyle sanat nesnesinin kazandığı mekânsal boyut ve derinliğin sanal ortamda günümüzün teknolojik olanaklarıyla doyurucu bir biçimde deneyimlenmesi henüz çok olanaklı olmadığını da belirtmiştir (Çeber, 2017).

Özçam (2017), araştırmasında enstalasyon sanatının ticari mekânlarda kullanımını ele almış ve güncel örnekler üzerinden bir inceleme yapmıştır. Bu doğrultuda, ticari mekân görselleri incelenmiş; tasarımcı görüşlerine yer verilmiş ve bir sınıflandırmaya varılmıştır. Örnekler incelendiğinde, enstalasyonların hatırlanabilir müşteri deneyimleri yaratmaya, estetik, sembolik ve işlevsel boyutta değişen ihtiyaçlara cevap vermeye, müşterinin mekânla / ürünle etkileşimini arttırmaya ve kurum kimliğine ilişkin mesajlar vermeye yönelik amaçlar taşıdığı görülmüştür (Özçam, 2017).

Cordan ve Karagöz (2013), gerilla deneyim ve etkileşim alanları olarak da adlandırılan pop-up mekânlarını incelemiş ve şematik tablolar üzerinden analiz yapılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, pop up mekânlar, süprizli ve şaşırtıcı yöntemlerle, izleyici ile iletişim kurmak ve hatırdaki kalıcı farklı bir deneyim yaratmak ve yaşatmak amacıyla tasarlanmaktadır. Reklam ve satışa yönelik olarak, marka veya ürün tanıtımından imaj güçlendirmektedir. Alışveriş merkezlerinde, sokaklarda, bina cephelerinde beklenmedik bir an, yer, zaman ve mekânda karşımıza çıkabilir. Kişiler ve gruplar tarafından kimlik kanıtlama / gösterme amacıyla kullanılmış olsalar da zamanla kitlesel ilgi görmüş, popülerleşmiş ve potansiyellerinin farkına varılmıştır. Pop up mekânlar, tasarımcılara kendi deneyim alanlarının ötesine geçmeyi vaat etmekte, disiplinlerarası bir iletişim ortamında sınırların belirsiz olduğunu göstermektedir Cordan ve Karagöz (2013)

Markoç (2013), çalışmasında mekân ve mekânın sanat nesnesiyle ilişkisini ele almıştır. Sanat eserinin mekânda sergilenmesi kadar mekânın da eserle öne çıkması, hatta kimi zaman mekânın salt kendi başına bir esere dönüşmesi süreci anlatılmaktadır. Morkoç yöntem olarak sanatçıların eserleri üzerinden analiz yapmıştır. Çalışmalarda “bulunma yeri” esas alınmıştır. Bazı çalışmaların, sergilenirken kullanılmayacak köşelerde ve açılarda olması sağlanarak, sergileme düzeninde dikkat çekici bir düzensizlik oluşturmak istenmiştir. Çalışmadaki bulgulara göre; müzeden kopan sanat eserleri Anarşimimarlık (anarşizm + mimarlık) akımıyla, metaforik boşluklar, hacimler, bırakılmış mekânlar, gelişmemiş yerler üzerine düşünölmeye başlanmıştır. Günlük hayattaki nesnenin, sanat nesnesi olarak anılmasıyla nesne yüceltilmiştir. Fakat nesnelerin sanat statüsü kazanmalarındaki süreç karşıtlıkları beraberinde getirmiş; olağanüstü olanın sıradanlaşması, farklı olanın aynılaştırılması anlamını da taşımıştır (Morkoç, 2013).

Kamusal sanat, mekân ve kullanıcı ilişkisi için daha önceki yapılan çalışmalardan elde edilen bilgiler şu şekilde özetlenebilir:

- Duvar resimleri kurumsal firmaların pazarlama trendleriyle birlikte mekânlarda daha fazla görölmeye başlanmıştır.
- Politik ortam, duvar resmi konularını etkilemektedir.
- Duvar resimleri, kent kimliği ve kullanıcıları üzerinde kuvvetli bir etkiye sahiptir.
- Enstelasyonlar, sanat ve mekânın bir bütün olarak ele alınmasını sağlamış ve sanatı müze dışına çıkarmıştır. Sanat kent meydanlarında görölebilen bir olguya dönüşmüştür. Mekân, izleyici ve sanat yapıtı arasında karşılıklı iletişim mevcuttur.
- Duvar resmi marka değeri yaratmak adına güçlü bir etkiye sahiptir.
- Kent yöneticileri, mimarlar ve kent planlamacıları şehirlerin kültürel kimliğini geliştirmek adına birlikte çalışmalıdırlar.
- Grafiti sanatı çoğunlukta illegal yollarla yapılmış ve izleyici tarafından olumlu karşılanırsa da vandalizm önyargısı izleyicilerin algısına yerleşmiştir.

Yukarıda belirtilen kaynaklarda, kamusal sanatın hikayesi, kamusal sanatın izleyici üzerindeki etkileri, duvar resminin içeriği, yurtdışı ve Türkiye örnekleri üzerinden

kentlerdeki kriz dönemlerinde duvar resimlerinin içeriği ve ilettiği mesaj, kamusal sanatın mekânın bir ögesi olarak kullanımı, mekânın sanat nesnesiyle ilişkisi, grafitilerin kent mekânına kattığı anlam, enstelasyon çalışmalarının ticari mekânlarda kullanımı, pop-up mekânlar ve marka-ürün tanıtma-imaj etkileri gibi konularda çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Kaynak taramaları sonucunda, duvar sanatı ile ilgili araştırmaların kamusal sanat ve kent üzerine yoğunlaştığı ve iç mekânda duvar resmi ile ilgili çalışmaların yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma ile iç mekan duvar resimleri araştırma konularına dahil edilmiştir.

Çalışma kapsamında, iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısı ve duygu durumları değerlendirilmiş ve mekan ile ilişkileri araştırılmıştır. Günümüzde kentsel sanat olarak kamusal alanlarda olduğu kadar, iç mekân duvarlarında da grafiti ve murallar göze çarpmaktadır. Bu çalışmada, İstanbul'da iç ve dış mekân duvar resimleri ve çeşitleri, hangi tür mekânlarda konumlandığı araştırılmış, firmalar ve duvar resmi icra eden sanatçılarla röportaj yapılmış ve mekan ve duvar resmi ilişki yorumlanmıştır.

1.2 Tezin Amacı ve Önemi

Kentsel alanlarda ve iç mekânlarda duvar resminin dağınık yerleşimi bireylerin zihinlerinde net bir imge sağlamamaktadır. Bunun yanında konuların belli bir amaca hizmet etmemesi duvar resimlerini sanatsallıktan uzak dekoratif bir görsele dönüştürmektedir. Bu doğrultuda, günümüz duvar resimleri eski çağlardaki gibi kalıcılık sağlamamaktadır.

Kafe ve restoran gibi kamusal mekânlar, kullanıcıların ağırlıklı olarak zaman geçirdiği alanlar olması nedeniyle, firma sahipleri ve tasarımcılar, mekânların akılda kalıcı olmasını sağlamak ve dikkat çekici olması istemektedir. Mimari tasarımlarda, duvar resimlerinin kullanıcıyı etkileme ve dikkat çekme gücü ile özellikle kullanıcı yoğun mekânlara sağlayabileceği olumlu katkılar es geçilmekte ve tasarımlarda duvar resimlerinin kullanımı özendirilmemektedir. Özellikle iç mekân tasarımlarında hikayesi olmayan yüzeyler ortaya çıkmakta; bu durum konsept ve mekân bütünlüğünü olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, iç ve dış mekân–duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısını ve duygu durumlarını ortaya çıkartmaktır. Çalışmanın diğer amaçları ise şöyle sıralanabilir:

1. Mimari yüzey, yapı ve mekânlarda yer alan duvar resimlerini izini sürmek;
2. Konumlandıkları mekân ile ilişkilerini renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analiz etmek;
3. İzleyici ya da kullanıcı özelliklerinin duvar resmi algısındaki etkilerini ortaya çıkartmak;
4. Tasarımcılar için ipuçları oluşturmak;

Bu doğrultuda, çalışmada aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur:

1. Kullanıcı iç mekân duvar resimlerinin nasıl algılar ve duvar resmini tanımlarken duygu durumu nedir?
2. Kullanıcı dış mekân duvar resimlerinin nasıl algılar ve duvar resmini tanımlarken duygu durumu nedir?
3. Kullanıcının özellikleri duvar resim ile ilgili duygu durumlarını etkiler mi?
4. Duvar resimlerinin mekândaki işlevi nedir? Bu işlev estetik midir yoksa olay anlatma, politik mesaj verme ya da bilgi verme amacı da var mıdır?
5. Duvar resimlerinin konsept ile bütünlüğü nedir?
6. Duvar resimlerinin yüzeye, mekâna, kullanıcıya ve mekân sahibine katkısı nedir?

Bu çalışma, konsept bütünlüğünü tamamlamak, mekânların akılda kalıcı ve dikkat çekici olması sağlamak adına duvar resimlerinin tasarımdaki olumlu katkılarını vurgulamak açısından önemlidir. Ayrıca iç mekân tasarımlarında konsept ile bütünleşmeyen hikayesiz yüzeyler yaratmak yerine duvar resimlerinin kullanımını alternatifini sunmak açısından da önem taşımaktadır. Dış ve iç mekânlarda duvar resminin dağınık yerleşimi bireylerin zihinlerinde net bir imge sağlamamaktadır. Duvar resimlerinin mimari yüzeylerle doğru sanatsal ifade ile birleşerek insanların duygu durumlarını harekete geçirmesi ve şehirlerin, meydanların ve iç mekânların kimlik kazanmasını sağlamak adına çalışma önem taşımaktadır.

Çalışmada, istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları ölçmek amacıyla ana hipotez ve alt hipotezler oluşturulmuştur. Ana ve alt hipotezler Çizelge 1.1 'de verilmiştir.

Çizelge 1.1: Araştırmanın Ana ve Alt Hipotezleri

		Hipotezler
H1	Ana hipotez	Katılımcıların tanımladıkları 25 sıfat çifti için iç mekân ve dış mekân algıları açısından anlamlı farklılık vardır.
H2	Alt hipotez	Cinsiyet açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H3	Alt hipotez	Yaş açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H4	Alt hipotez	Eğitim durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H5	Alt hipotez	Sanat eğitimi alma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H6	Alt hipotez	Sanata ilgi duyma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H7	Alt hipotez	Mekânlardaki duvar resimlerini fark etme durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H8	Alt hipotez	Cinsiyet açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H9	Alt hipotez	Yaş açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H10	Alt hipotez	Eğitim durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H11	Alt hipotez	Sanat eğitimi alma durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H12	Alt hipotez	Sanata ilgi duyma durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H13	Alt hipotez	Mekânlardaki duvar resimlerini fark etme durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.

Kaynak: (Turan, 2020).

1.3 Tezin Kapsamı

Tez çalışması beş bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde, çalışma kapsamında incelenen kaynakların sunulduğu literatür özeti, çalışmanın konusu, amacı, önemi ve yöntemi yer almaktadır.

Tezin ikinci bölümünde duvar resmi ve yüzey, mekân, mimari ilişkisi araştırılmıştır. Mağara resimlerinden başlayarak, Hitit ve Yunan, Rome ve Bizans, Ortaçağ ve Rönesans dönemi resim ve mimarinin tarihsel ilişkisi aktarılmıştır. 19. ve 20. yy. Sanat akımlarının duvar resmine etkileri ve 21. yüzyıl duvar resimleri olan grafitiler ve murallar tarihsel süreç içinde açıklanmıştır.

Mural ve grafitin dünyanın diğer ülkelerinde nasıl bir konumda olduğu araştırılmış ve Türkiye'deki gelişimine değinilmiştir. Sonrasında çalışmanın konusu olan murallar ve grafitiler detaylı olarak ele alınmıştır. Duvar resimlerinin tanımı, çıkış noktası, duvar resimlerinin türleri ve yapılış şekilleri açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde çalışmanın alan araştırması yer almaktadır. Öncelikle çalışmanın amacı ve önemi açıklanmış. Örneklem büyüklüğü ve deneklerin nasıl seçildiği ile ilgili bilgi verilmiştir. Veri toplama yöntemleri adımlar halinde detaylandırılmıştır. Araştırma alanları ile ilgili bilgiler verilmiş ve fotoğraflanan duvar resimleri tablolarla belirtilmiştir. Araştırmanın hipotezleri aktarılmıştır. Verilerin analizi bölümünde anketin güvenilirlik testi, katılımcıların demografik verilerinin analizi, duvar resmi ve mekân ilişkisi analizleri, duygu durum sıfat çiftlerinin analizi ve hipotezlerin testleri yer almaktadır. Alan araştırmasından elde edilen veriler 4 başlık üzerinden değerlendirilmiştir. İlk başlıkta seçilen iç ve dış mekân resimlerinin konumlandıkları mekân ile ilişkilerinin renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analizi yer almaktadır. İkinci bölümde sanatçı ve firma sahipleri ile yapılan yazılı görüşmelerin değerlendirmeleri yer almaktadır. Sonraki bölümde duygu durum analizinin sonuçları değerlendirilmiş ve hipotezler test edilmiştir. Son bölümde ise iç ve dış mekân duvar resimlerinin izleyici / katılımcı- duvar resmi ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi yer almaktadır.

Dördüncü bölümde çalışmanın genel sonuçları maddelenmiştir. Çalışmanın sonuçları doğrultusunda tasarımcılar için bazı ipuçlarına yer verilmiş ve gelecek çalışmalar için önerilere oluşturulmuştur.

1.4 Tezin Yöntemi

Çalışmada öncelikle literatür araştırması yapılmıştır. Duvar resminin tarihçesi ve gelişimi araştırılmıştır. Duvar resminin günümüzdeki mevcut durumu, hangi tür resimlerin ağırlıkta kullanıldığı ve insanların zihinlerinde nasıl bir imge sağladığına dair mevcut araştırmalar incelenmiştir.

Alan çalışması kapsamında yerinde gözlem, duvar resimlerinin analizi, anket çalışması, sanatçı ve firma yetkilisi ile görüşme yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Duvar resimlerimin izini sürmek için İstanbul'un en işlek alanları olan Kadıköy, Beşiktaş, Taksim ve Karaköy seçilmiştir. Çalışma için duvar resimleri gündüz saatlerinde Canon 200D 18-135mm fotoğraf makinası ile tam cepheden görülebilecek şekilde fotoğraflanmıştır. Fotoğraflanan duvar resimlerinden 5 adet iç mekân duvar resmi ve 5 adet dış mekân duvar resmi olmak üzere 10 adet duvar resmi alan çalışmada kullanılmak üzere seçilmiştir. Sonraki aşamada, duvar resimleri konum, sanatçı adı, tür, akım, renk, duvar resminin hikâyesi, mekândaki yeri, mekândaki işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması başlıkları üzerinden değerlendirilmiştir. Anket çalışması aşamasında ise katılımcılara duvar resimlerinin görselleri gösterilmiş ve anketi yanıtlamaları istenmiştir. Anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılardan demografik ve genel bilgiler olan cinsiyet, yaş, eğitim vb. gibi sorular yer almaktadır. İkinci bölümde duvar resminin fotoğrafı gösterilmiş ve öncelikle bu duvar fotoğrafını daha önce görüp görmediği sorgulanmıştır. Sonrasında 25 adet duygu durum sıfatlarını 7'li likert ölçeği ile (1=olumsuz ve 7=olumlu) değerlendirmeleri istenmiştir. En son aşamada ise duvar resminin günümüzde sanatçılar ve firmalar tarafından nasıl algılandığı ve kullanıldığını belirlemek adına sanatçılarla ve duvar resmi tercih eden firmalarla röportaj yapılmıştır. Sanatçı görüşme formunda 7 adet soru sorulmuş ve 4 kişi ile görüşme yapılmıştır. Firma yetkilisi ile görüşme formunda 4 adet soru sorulmuş ve 5 kişi ile görüşülmüştür. Anket formları analiz edilerek istatistiksel değerlere ulaşılmış ve değerlendirme sonucu ile birlikte çalışma sonuçlandırılmıştır.

Duvar resmi ve mekân ilişkisi eski çağlardan günümüze kadar değişim göstermiş, mimari ve sanat tarihine tanıklık etmemizi sağlamıştır. Bir sonraki bölümde duvar resminin bugünkü durumunu anlayabilmek için duvar resmi ve mimari ilişkinin tarihsel sürecine değinilmiştir.

2. DUVAR RESİM VE YÜZEY, MEKAN VE MİMARİ İLİŞKİSİ

İlk çağlardan beri sanatçılar gözlemedikleri çevreyi duvarlara yansıtmışlardır. Değişen koşullarla birlikte duvar resimlerinin konuları sadece çevresel gözlemle sınırlı kalmamış, siyasal, dinsel ve kültürel öğelerle birlikte şekil değiştirmiştir. Mimari yapılar ve iç mekânlardaki yapısal formlar geliştikçe duvar resmi kimi zaman daha az kullanılmış fakat hiçbir zaman varlığını yitirmemiştir.

Bu bölümde duvar resminin yüzey, mekân ve mimari ile ilişkisi öncelikle tarihsel süreçte dönemlere ayrılarak ele alınmış; sonrasında ise 21. Yüzyılın duvar resimleri olan grafitiler ve murallar ile ilgili bilgi verilmiştir.

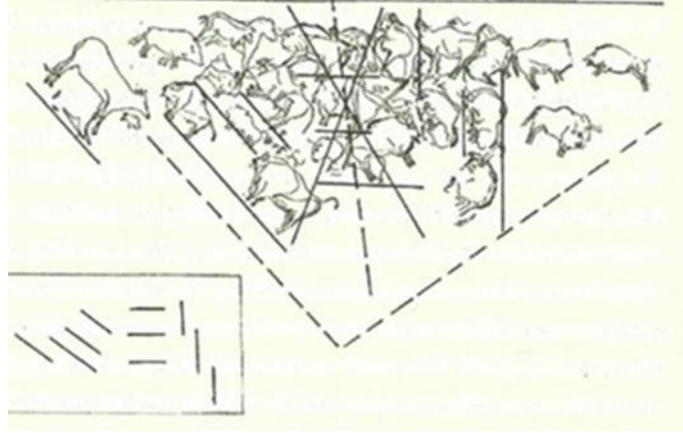
2.1 Resim ve Mimarinin Tarihsel İlişkisi

Duvar resminin yüzey, mekân ve mimari ile ilişkisi Paleolitik Çağ, Hitit ve Mısır Dönemi, Roma ve Bizans Dönemi, Orta Çağ Dönemi, Rönesans Dönemi duvar resmi olarak farklı başlıklar üzerinden ele alınmış; 19. ve 20. yüzyıl duvar resimleri ve mimari ilişkisi aktarılmıştır. Son olarak 21. yüzyıl duvar resimleri ele alınmıştır.

2.1.1 Paleolitik çağda duvar resimleri

Paleolitik dönem insanları gözlemedikleri dünyayı mağara duvarlarına resmetmiştir. İspanya'da bulunan Altamira Mağarası'ndaki resimler için araştırmacı Max Raphael, gelişigüzel yapılmadıklarını, birbirleriyle uyumlu bir yapıya sahip olduklarını belirtmiştir. Ayrıca Raphael, aynı hayvanların bir mağaradan ötekine tekrar ve tekrar resmedildiğini gözlemlemiştir. Araştırmacı, Paleolitik dönemi insanların şu anda bize yabancı gelecek şekilde mekân tasviri yaptıklarına inanmaktadır. Bu resmetme biçimi iki klanın ittifakını veya bir klanın diğeri üzerindeki hâkimiyetini ifade ediyor olabileceğini belirtmiştir (Curtis, 2017).

Altamira Mağarası'nın tavanında gelişigüzel gözüken bu resimler bir eksen etrafında toplanmış tek bir kompozisyondan ibarettir. Bu çizimlerin yatay, dikey ve diyagonal olarak düzenlenmiş olduğu görülmektedir (Şekil 2.1).



Şekil 2.1: Max Raphael Tarafından Analiz Edilmiş Olan Tavan, Altamira, İspanya, MÖ 35.000 -MÖ 11.000

Kaynak: (Curtis, 2017). Mağara Ressamları.

Paleolitik dönemin duvar ressamaları, mağara duvarlarına dönemin hayvanlarını resmetmişlerdir (Şekil 2.2). Bu resimlerin dinsel ritüeller amacıyla yapıldığı düşünülmektedir. Hayvan resimlerinin dışında mağara ressamaları, kendi el izlerini duvara aktarmışlardır. İlk resimler olmasının önemi dışında resmediciler gelecek nesillere kendi varoluş serüvenlerini içsel bir güdü ile aktarmışlardır.



Şekil 2.2: Chauvet Mağarası'ndaki Hillaire Odasından Atlar, Güney Fransa, MÖ 24.000.

Kaynak: (Curtis, 2017). Mağara Ressamları

2.1.2 Hitit ve Mısır duvar resimleri

Duvar resimlerini özellikle mezar odaları ve anıtsal yapılarda ustalıkla kullanan medeniyetlerden biri de Mısır'dır. Mısır duvar resimlerinde kullanılan katı geometrik düzen, naif perspektif ve doğanın incelikle tasvir edilmesi, ölümden sonraki yaşam bir başka deyişle yeniden doğuş fikrine hizmet eder. Resmedicinin kompozisyona

yerleştirdiği nesne, hayvan ya da insan imgeleri, simge olmaktan çok, betimledikleri varlıkların yerine geçerler. Bu resimlerin yapılış amaçları onlara yüklenen anlam ya da görevle ilişkilidir (Şekil 2.3) (Özdemir, 1991).

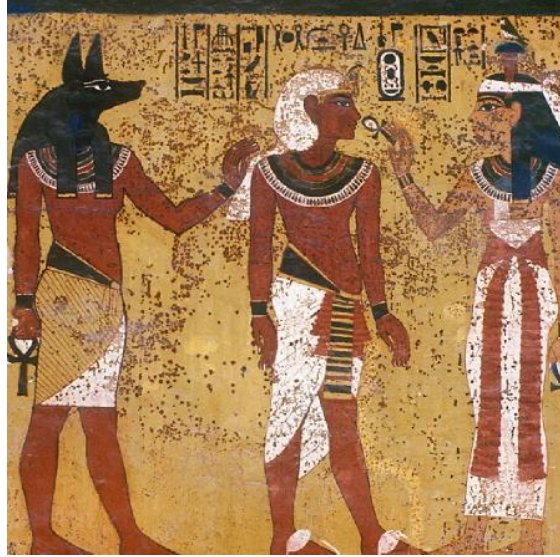


Şekil 2.3: Amarna Dönemi Prensesleri Neferneferure (Solda) ile ablası Neferneferuatun Tasherit (Sağda), Kral Evindeki Bir Duvar Boyaması, Tel el-Amarna , Mısır, MÖ 1352-1334.

Kaynak: (Wikimedia, 2007).

Mısır duvar resimleri taşıyıcı malzemenin yapısına bağlı olarak iki türdedir. Kesme taş olarak yapılacak duvar için Prehistorik Dönem'den itibaren uygulanmış olan bir yöntem izlenerek önceden 130°C'de ısıtılan alçı sıva ile duvarları sıvamışlardır. Duvarın yüzeyi düzgün bir yapıda değilse kıyılmış saman ve balçık karışımı ile yüzeyi düzeltip sonradan alçı ile sıvamışlardır. Kullanmış oldukları sıvalarda alçı, içeriğinde değişken oranlarda kalsiyum karbonat ve kalsiyum sülfat bulundurmaktadır. Duvar resimleri, genellikle kuru sıva üzerinde bir bağlayıcı kullanılarak oluşturulmuştur. Vernik ve mum gibi malzemeler kullanılarak resimlerin bazı bölümlerinde parlaklık sağlanmak istenmiştir. Ancak bu uygulama renklerde bozulmaya veya yapraklanmaların oluşmasına neden olmuştur. Kireç beyazı, toprak boyları, Mısır Mavisi ve is siyahı Mısır duvar resimlerinde kullanılan pigmentlerdir. Mısır resim sanatına ait eserlerde figürler ve olaylar derinlik anlayışı olmadan yapılmışlardır. Gövdeler karşıdan ve figürler yandan bakış açısıyla verilmiştir.

Duvar genişliği göz önüne alınarak kurgulanmış resimlerde sınır yoktur. Derinlik oluşturulmasa da betimlenen kişilerin sosyal statüsünü vurgulamak amacıyla figürlerin boyutları değişmektedir. Figür ve motiflerin çevrelenmesi için kullanılmış olan çoğunlukla siyah veya kırmızı konturlar, kuvvetli ve donuk bir etki yaratmışlardır (Şekil 2.4) (Sözber, 2016).



Şekil 2.4: Thebes Mezarlığı, Tutankamon'un Mezarından Bir Fresko, Yeni Krallık Dönemi, Mısır, M.Ö. 1341-1323.

Kaynak: (Sözbir, 2016).

Mısır medeniyetinde duvar resimleri ve hiyeroglifler ağırlıktayken; Hitit devleti rölyef kullanmıştır.

Hitit mimarisinin en önemli özelliği ve yeniliği anıtsal abidelerin oluşudur. Hititlerde Eski Krallık Döneminde başlamış, imparatorluk döneminde daha büyük boyutlara ulaşmış anıtsal kentler meydana gelmiştir (Ceram.C.W, 2011).

Hitit mimarisinde duvar kabartmalarında da geometri kullanılmıştır. Üçgen, daire ve kare evrenin geometrik yapısını oluşturan ve din olgusunu ifade eden biçimlerdir. Üçgen geometrik olanların ilkel ve en basit olanıdır. Çünkü diğerlerine göre sadece üç doğrudan oluşmaktadır. Kare ve dörtgen, sembolik lisanın en çok başvurduğu geometrik şekillerden biridir. Sembolik anlamı olarak, yer küresi ile eş değer olduğu düşünülmektedir. Dünyanın hava, ateş, su ve toprağın birbirini izleyen bir etkileme sonucu oluştuğu ve karenin dörtkenarı bu dört yaratıcı faktörü simgelemektedir. Dinamik bir biçim olarak, durgunluk, kararlılık, sağlamlık ve güven verici bir algı

oluşturmaktadır. Birçok kutsal alanlarda, sürekliliğin olması istercesine, çoğu kez dörtgen bir şemanın egemen olduğu görülmektedir (Şekil 2.5) (Köken, 2014).



Şekil 2.5: Kabartma, Geç Hitit Geleneksel Stili, Karkamış, İ.Ö. 8. yy.

Kaynak: (avys.omu.edu.tr, 2021).

2.1.3 Roma ve Bizans dönemi duvar resimleri

Antik Roma döneminde duvar resmi konuları manzara, mitoloji ve erotik öğeleri içermiştir. Çoğunlukla mitolojik öğelerin süslediği duvarlar evlerde yerini almıştır. Roma döneminde evlerin çoğu alanı boyanmıştır. Renklenen ve zenginleşen yaşam koşulları ile duvar resmi konuları çoğalmıştır. Çizimler mekânsal olarak farklılık göstermeye başlamış; renk pigmentlerinin de artması ile birlikte yapılar çok renkli hale gelmişlerdir. Girit Adası'nın kuzeyinde Minos Uygarlığı'na ait Knossos Sarayı'nda bulunan Mavi Bayanlar olarak adlandırılan duvar resminde baskın renk dokusu kullanılmıştır (Şekil 2.6).



Şekil 2.6: Knossos Sarayı'ndan Mavi Bayanlar Freski, Girit, MÖ 2700 - MÖ 1450

Kaynak: (Magaryan, 2019), Girit Uygarlığının Yükselişi ve Coşkusu.

“Mavi Bayanlar” freski, dönemin zengin kostümleri ile betimlenmiş üç kadını temsil etmektedir. Zarif duruşlu kollara sahip beyaz tenli bayanlar, açıkta kalan göğüsler ve ayrıntılı saç ve mücevherler, belki bir mahkeme festivali veya başka bir önemli

sosyal veya dini tören sırasında birbirleriyle sohbet ederken tasvir edilir. Mavi Bayanlar'ın özenli duruşları, Saray Dönemi'nin önemli tören etkinliklerinde onları benimseyen zengin kadınlarını karakterize etmektedir (arthistoryattacks, 2011).

İlk Saraylar Dönemi'nden (M.Ö. 3000) daha öncesine ait figüratif ya da dekoratif anlamda resmin yaygınlığı kuşkuludur. Günümüzde kalan resimlerin çoğu İkinci Saraylar Dönemi'ne (M.Ö. 1700-1400) aittir. Başlangıçta kırmızı renkte olan duvarlar, zamanla beyaza ve sonrasında maviye dönüşmüştür. Minos resminin karakteristik özelliği, resimlerin yatay ya da dikey dalgalı hatlarla bölünmesidir. Dönemin getirmiş olduğu refah düzeyi sanatın da aynı şekilde yükselişe geçmesine neden olmuştur. Saraylardaki alanlar, yalnız renkli bir sıva ile boyanmamış, aynı zamanda motif ve figürlü birçok duvar resimleri yapılmıştır (Sözber, 2016).

Erken Bizans döneminde (M.S. 395-717), Roma geleneklerini izleyen ancak daha çok Hıristiyanlık ile ilgili konuların ağırlık kazandığı mozaiklerin yapıldığı görülmüştür. İstanbul'daki Ayasofya, Aya İrini ve Küçük Ayasofya gibi kiliselerin içi; İsa ve Meryem'in hayatından sahneler, havari, aziz ve melek resimleri ile süslenmiştir (Ateş, 2014). 7. yüzyıldan sonra İslamiyet'in varlığının başlamasıyla, Hıristiyanlık dininin yayılmasını sağlamak ve dinin okuma yazma bilmeyen insanlar tarafından anlaşılması amacıyla duvarlar dinsel konuları içeren ikonalarla donatılmıştır (Şekil 2.7).

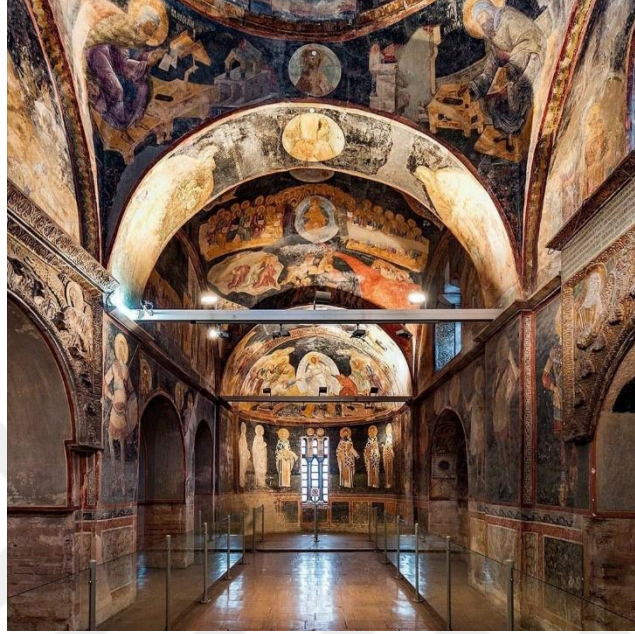


Şekil 2.7: İsa'nın Ayakları Önünde Secde Eden İmp 6. Leon, Ayasofya-İ Kebir Cami, 10.yy

Kaynak: (Wikipedia, 2013), Ayasofya Mozaikleri.

Erken Bizans döneminde, Hıristiyanlık ile ilgili konuların ağırlık kazandığı mozaiklerin yapıldığı görülmektedir. Son Bizans Döneminde (1261-1453) de resim

sanatı dinsel tasvirleri konu edinmiş fakat canlı ve hareketli bir üslup göstermiştir. İstanbul semtinde bulunan Kariye Manastır Kilisesinin freskleri son Bizans Döneminde yapılmıştır. Otto Demus'a göre "Kariye evresi hümanist geç Rönesans'a Maniyerist bir eğilimle verilen karşılıktır"(Şekil 2.8) (Demus, 1975).



Şekil 2.8: Kariye Müzesi, İstanbul.

Kaynak: (Arkeoloji Dünyası, 2020), Kariye Müzesi Freskleri

2.1.4 Orta Çağ dönemi duvar resimleri

Orta Çağ dönemine Gotik üslup hâkim olmuştur. Gotik sanatının 12. yüzyıl ortalarında doğduğu ve 15. yüzyıl ortalarına kadar varlığını devam ettirdiği düşünülmektedir. Avrupa'nın birçok ülkesinde varlığını hissettiren Gotik sanatının Fransa'da ortaya çıktığı düşüncesi yaygındır. Gotik Sanat'ın Paris yakınlarındaki Saint Denis Manastır Bazilikası'nın (Şekil 2.9) Başrahip Suger tarafından yeniden inşası sırasında binaya eklenen doğu bölümünün yapımıyla 1122–1151 tarihleri arasında başladığı kabul edilmektedir. İlk önemli binaların yapıldığı bölge de Fransa içindedir (Berksaç, 2000).



Şekil 2.9: Saint-Denis Bazilikası, Fransa, 1135

Kaynak: (Wikipedia, 2021).

Gotik üslubun asıl amacı sanat yapmaktan çok dine hizmet etmektir. Gotik öncesinde Avrupa’da hâkim olan Roman üslubunun ve öncesinde yaşanan hemen hemen tüm sanat anlayışlarının temel amacının dini duygulara hitap etmek olduğu söylenebilir. Ancak bu dini karakter kendinden önceki devirden farklı olarak daha sivil ve dünyevi bir görüntüye bürünerek, manastırlar ve güçlü dini çevrelerin dışına taşmış; toplumsal bir özellik göstermiştir. Roman sanatında olduğu gibi Gotik Sanatına da yön veren kişiler de din adamı kökenlidir (Ayaydın, 2010).

Gotik Sanatın çoğunlukla mimaride dikkati çeken baskın bir özelliği, eserlerin uzunlamasına gelişme eğiliminde olmasıdır. Ayrıca bu özellik resim ve heykel gibi diğer sanat formlarında da kendini göstermektedir (Ayaydın, 2010). Gotik dönemde duvar resimlerinden daha çok heykel ve vitray çalışmaları ağırlık kazanmıştır.

Heykel ve vitraylarda ifade edilen bütün konular Tevrat ve İncil’den alınmış dini konular ve dini konularla bütünleşen ve inancı ön plana çıkaran temalardır. Buna rağmen, doğa ve insan da güçlü bir biçimde gündelik yaşamın ifadesi şekliyle ele alınmaya başlanmıştır (Berksaç, 2000).

Gotik sanat anlayışının yayılmasıyla, resim sanatında yeni anlayışlar ve sentezler ortaya çıkmıştır. Örneğin; kitap resimlemeleri gibi yeni sanatsal çalışmalar ve

özellikle İtalyan ressam tarafından illüstrasyon çalışmaları yapılmaya başlanmıştır (Heindorff, 2008). Orta Çağ'ın sonlarına doğru resim sanatı Rönesans sanatçılarının etkisiyle bağımsız ve bireysel bir sanat olma yolunda ilerlemeye başlamıştır.

2.1.5 Rönesans dönemi duvar resimleri

Rönesans döneminde sanatçılar çevrelerini gözlemlemeye başlamıştır. Altın çağ ya da yeniden doğuş olarak adlandırılan Rönesans'ta sanatçılar anatomi sayesinde insan vücudunu incelemiş ve böylelikle duvar resimlerinde daha gerçekçi figürler resmetmeye başlamışlardır. Perspektifin keşfi ile resimlerde mekân ve mimari yer edinmiştir. Mimari yapıların formları Antik Roma ve Yunan döneminden etkilenmiştir. Duvar resimlerin konuları mitoloji ve dinsel öğelerdir ve resimlerin arka fonlarında Rönesans mimarisi yer edinir. Mekân, resim, insan bir bütün içerisinde hareket etmeye başlamıştır. Resimlerde hikâyelerin yanında duygu durumları gösterilmeye başlanmıştır. Rönesans sanatçılarının eserlerinde gözlem olgusu ve bunun getirdiği kavrayış hissedilmektedir. Sanatçılar eserlerinde kurallı perspektif, karanlık, aydınlık ve gölge oyunlarını kullanmıştır. Giotto (Şekil 2.10), Leonardo Da Vinci, Raffaello gibi Rönesans Dönemi sanatçıları resimlerinde üç boyut kullanmış; böylece Rönesans yapılarında duvar resimleri sayesinde mekân içinde ikinci birer mekân algısı oluşmuştur.



Şekil 2.10: Scrovegni Şapeli, Giotto Tarafından Yapılmış Duvar Resimleri, Veneto, İtalya , 1305

Kaynak: (Gürsel, 2016), Giotto'nun Mavi Dünyası

İtalyan Rönesans'ının sanat anlayışı Lorenzo de'Medici'nin okulunda yeşermeye; öykü anlatımları yerini çıplak figürlerin gerçekçi betimlemelerine bırakmaya başlamıştır. Ancak bu gerçekçilik aslında ideal bir formun arayışıdır. Anatomi çalışmaları, gerçek modellerin incelenmesi bu amaç için izlenen yoldur. Raffaello

“güzel” formunun peşindeyken (Bakınız İmza Salonu Freskleri Şekil 2.11); Michelangelo çok daha kapsamlı bir araştırma içerisinde. Davut ya da Sistine Şapeli'nin (Şekil 2.12) tavanındaki Yaratılış gibi eserlerinde güzel Yunan tanrılarını betimlese de pek çok çizimi çirkin figürler de içermektedir. Michelangelo ideal formları ararken kendini estetik hazlarla kısıtlamamış şık giyimli figürler, güzel kadınlar yerine bu dünyayı aşan yücelikte her türlü çarpıcı formu ortaya koymuştur (Kamözüt, 2015).



Şekil 2.11: Raffaello Sanzio, İmza Salonu Freskleri, Vatikan Sarayı, İtalya, 1508-1511

Kaynak: (Stewart.2005), Raffaellonun Atina Okulu.



Şekil 2.12: Sistine Şapeli İç Mekân Duvarları ve Tavan Freskleri, Michelangelo, İtalya, 1508-1512

Kaynak: (Forbes, 2020).

Gökova (2018)'e göre Rönesans'a doğru giden yoldaki resimsel hedef, perspektif aracılığıyla doğanın tasviri ve figürlerin ayaklarının yere sağlam bir biçimde bastığı görsel çözümlere ulaşmaktır. Bunun başarılması zaman almıştır, çünkü bu dönemde pek çok sanatçı yeni kuralların uygulanasında özellikle de perspektif konusunda zorluklar yaşamışlardır. Erken Rönesans ressamalarının perspektifte sorun yaşamalarının temel nedeni, yüzyıllar boyunca Uluslararası Gotik ve Bizans sanatının etkileri altında kalmış olmalarındandır. Resimsel mekânın perspektifle kavranmasına dair buluşların uygulanasındaki zorluklar yüzeye dönük, iki boyutlu sembolik mekân anlayışını kırmanın güçlüğünden kaynaklanmıştır.

Rönesans sanatçılarının pek çok resmi, heykeli ve çizimi, öncelikle estetik değerlerle değerlendirilmek yerine, dikkatlice seçilmiş ikonografiyle, saygı duyulan ve hala varlığını sürdüren geleneklerden türemiş kutsal ya da din dışı olarak tanımlanan, işlevsel ve nesnel olarak görülüyordu (Stewart, 2005). Berger (2014)'e göre erken Rönesans katedral ya da kiliselerinde insan, duvarlardaki imgelerin yapının iç yaşamının birer kaydı olduğu duygusuna kapılır. İmgeler yapının kendine özgü niteliğini böylesine tamamlar (Berger, 2014).

Rönesans sonrası gelen Maniyerizm (1520-1580) ve Barok akımlarında mimari strüktür dalgalı bir forma dönüşmüştür. Yapılarda heykel sanatı ağırlıkta kullanılmıştır. Barok sanatında ışık ve gölgeye çokça başvurulmuş, resimde ve mimaride tiyatral bir ifade vurgusu yapılmıştır. Resim konuları dinsel ve mitoloji ağırlıklı olsada Caravaggio, Rembrand gibi sanatçılarında etkisiyle resimlerde günlük yaşamada yer verilmiştir (Sadık,2021).

2.1.6 19. ve 20. Yüzyıl duvar resmi

Duvar resminde 18. yüzyılda daha çok Barok ve Rokoko çizgiler taşıyan bezeme motiflerin 19. yüzyıl sonlarına doğru yerini çoğu kez gölgeli ve boyalı bereket boynuzu, kenger yaprakları, fiyonk veya antik vazolar gibi ampir motiflere bıraktığı görülmektedir (Demirarslan, 2016). 19. yüzyıl Batı resmine bakacak olursak, Romantizm ile beraber manzara resminin ilk kez figür resminin önüne geçtiği görülür (Öndin, 2020).

19. yüzyılda Dolmabahçe Sarayı Batı tarzı duvar resminin gelişiminde en önemli mekân olmuştur (Şekil 2.13). Dolmabahçe Sarayı İstanbul temalı duvar resimlerinin iç mekân tasarımında kullanıldığı bir yerdir. Batı tarzı duvar resmi uygulamalarının

Barok ve Rokoko etkisiyle geliştiği göz önünde bulundurulursa, hiç kuşkusuz bu hususta Osmanlı elçilerinin gezip hayran kaldığı Versaille Sarayı'nın (Şekil 2.14) iç mekânlarının etkisi büyüktür (Demirarslan, 2016).



Şekil 2.13: Dolmabahçe Sarayı 212 Numaralı Odada Dolmabahçe Sarayı'nın Tasviri

Kaynak: (Tekinalp, 2006).



Şekil 2.14: Versay Sarayı İç Mekân, Hercules Odası

Kaynak: (Chateau De Versailles, 2021).

Romantizm'in ardından Sembolizm ve Empresyonizm gibi akımlar sayesinde sanatçılar kendi iç dünyaları ile birlikte çevrelerini gözlemleyip sanata kendi bakış açılarını yansıtmış ve modern anlayışın ilk temellerini atmışlardır. Süsten ve gösterişten uzaklaşarak daha içsel duygulara yönelmişlerdir. 1. Dünya Savaşı'nın yıkıcı sonuçlarının etkisiyle ve değişen politikalar yüzünden duvar resmi saraylar ve lüks evlerde yer almamaya başlamıştır. Duvarlara yansıyan resimsel hikâyeler

modern çağ ile birlikte kent meydanlarına taşacak ve sanatçılar figüratif çizimlerden ziyade form arayışlarına girdikleri resimler yapmaya başlayacaktır. Bu tavrı grafiti sanatının başlangıcına olanak sağlayacaktır.

Çağdaş sanat ile duvar resminin mekândaki yeri farklılaşmıştır. İzleyici pasif konumundan ayrılarak artık mekânların içinde daha aktif rol almaya başlamıştır. Bunun ilk örneklerini Avantgarde ve Fütürist sanatçılar ortaya koymuştur.

Sanat tarihinde ilk olarak, yaptıkları çalışmalarda mekânı doğrudan ele alan, sorgulayan ve manifestolarında bu konuya değinler Rus Gerçekçileri olmuştur. Rus Gerçekçileri mekânı plastik sanatların etkin elemanlarından biri olarak görmüş ve yapmış oldukları heykellerde mekânı, tasarımın bir parçası olarak kullanarak katı mekân (solid space) kavramını heykel anlayışı içine sokmuşlardır. Yayınlamış oldukları manifestolarında mekânı ve zamanı, hayatın üzerine inşa edildiği yegâne formlar olarak görmüşler, sanatın da bu yüzden zamanın ve mekânın üzerine kurulması gerekliliğini belirtmişlerdir (Garrett, 1972).

Kamusal mekânlara taşan strüktürler, sanatçıların kurgusal dünyasının dışavurumunu ifade etmiştir. Sanatçılar estetik sınırları aşarak farklı bir kavram arayışına girmişlerdir. Avant-Garde sanatçısı olan Vladimir Tatlin'in kulesi buna örnektir (Şekil 2.15).



Şekil 2.15: Vladimir Tatlin, Enternasyonal Anıtı reproduksiyonu, Orijinal dizayn 1919-1921, 1: 40 ölçekli reproduksiyonu 2011

Kaynak: (Taya, 2016) Tatlin Kulesi

Kamusal sanatın öncülerinden olan Dadaistler salon sergilerine tepki olarak farklı bir kamusal sanat etkinliği gerçekleştirmişlerdir. 1960’larda Dan Graham, Robert Rauschenberg ve Gordon Matta-Clark gibi sanatçılar, müzelerin ve galerilerin kamusal alanı yeteri kadar temsil etmediğini ve sanatın “White Box” (Beyaz Kutu) dışına çıkması gerektiğini savunmuşlardır Tan ve Boynik (2007). Modernizm ile birlikte izleyiciye müzelerde sunulan sanat, kentsel meydanlara ve müze dışındaki mekânlarda sergilenir hale gelmiştir. Julie H. Reiss’in belirttiği gibi “izleyici ile yapıt, yapıt ile mekân, mekân ile izleyici” arasında karşılıklı ilişkinin belirlendiği yeni bir izleme pratiği doğmuştur (H.Reiss, 2001). 1950’lerden itibaren Brütalizm ve Minimalizm gibi akımların kullanıldığı birçok modern mimari tasarım yapılmıştır. Mimari tasarımlarda işlevsellik ön plana çıkmış; yapılar süs ve şekillerden sıyrılmaya başlamıştır.

Le Corbusier, işlevselliği ön planda tutan ve süslemeden arındırılmış yapılarıyla modern mimarinin en önemli isimlerindedir (Şekil 2.16). Diğer taraftan, modernizmin rasyonel bakış açısının yeterli gelmediği kimi sanatçılar postmodernizmin de etkisiyle yapı ve mekânlara daha özgür ve hareket katan bir anlayış kazandırmıştır.



Şekil 2.16: La Tourette Manastırı, Le Corbusier, Fransa,1960

Kaynak: (Norman, 2007)

Mimari yapıları renk çümbüşüne çeviren sanatçı Hudertwasser, modern mimarinin cansız görüldüğünü ve düz çizgilerin ise yaratıcılığa engel olduğunu iddia etmektedir (2.17). Mimara göre modern binalar, kullanıcıların sağlık ve huzurlarını olumsuz yönde etkilemektedir (Restany, 2004).



Şekil 2.17: Hundertwasser Evi, Viyana, 1983

Kaynak: (Wikiwand, 2021).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünya genelinde pek çok ülkede kabul gören, mimarlık ve sanat birlikteliğini savunan sanatlar sentezi fikri, Türkiye'yi de etkilemiş, dönemin sanatçı ve mimarlarına ilham vermiştir. Bu dönemde mimar-sanatçı işbirliğinde üretilen çalışmaların oteller, iş hanları, sinemalar, apartmanlar, çarşılar hatta fabrikalarda ele alındığı görülmüştür. İstanbul'da Bedri Rahmi'den Kuzgun Acar'a kadar pek çok sanatçıyı tasarıma dahil eden Divan Oteli (Şekil 2.18), Manifaturacılar Çarşısı ve Vakko Fabrikası dikkat çekici örneklerden olmuştur. Tüm bu örneklerde sanatın mimarlıkla ilişkisi, mimarlığa eklenen bir süs yada bezeme olarak değil, tasarım sürecinin bir parçası olarak ele alınmıştır (Ülkü, 2019).



Şekil 2.18: Divan Oteli, Füreya Koral Seramik Pano, İstanbul

Kaynak: Füreya Sergi Kataloğu (Kırca ve Üstündağ, 2020).

Manifaturacılar Çarşısı'nın 1960 yılında başlayan mimari tasarım süreci içinde gelişen önemli tasarım kararlarından biri de yapıyı tasarlayan mimarların çarşı içinde

belirlemiş oldukları yerlere, o dönemin Modern Türk Sanatının örneklerine yer verilmesini istemeleri olmuştur. O dönemde İMÇ (İstanbul Manifaturacılar Çarşısı) gibi bir yapıda sanat eserlerinin kalıcı olarak yerleştirilmesi “kamusal alanda sanat” bağlamında ilk örneklerden biri olduğu için önemlidir. İMÇ’de 1. ve 2. bloklarda yer alan Bedri Rahmi Eyüboğlu’nun mozaik panoları dikkat çekmektedir (Şekil 2.19) (Özeren, 2008).



Şekil 2.19: Manifaturacılar Çarşısı,Seramik Pano,Bedri Rahmi Eyüboğlu,İstanbul
Kaynak: (Özeren, 2008)

İMÇ’de eseri bulunan sanatçılardan biri de Türk heykel sanatında önemli bir yeri olan Kuzgun Acar’dır (Şekil 2.19).



Şekil 2.20: Manifaturacılar Çarşısı,Kuşlar, Metal Kabartma, Kuzgun Acar,İstanbul
1969
Kaynak: (Yavuz E. , 2019).

Kuzgun Acar'ın heykelleri ile Konstrüktivizm arasında doğrudan bir ilişki olduğu rahatlıkla ileri sürülebilir. Kuzgun'un malzeme seçiminin arkasında Marcel Duchamp'ın hazır-nesne olgusu ve Vladimir Tatlin'in malzeme kültürü düşüncesi yatmaktadır (Yavuz Ö. E., 2020)

2.1.7 21. Yüzyıl duvar resimleri

Duvar resminin 21. yüzyıla yansımalarına baktığımızda ise mimari dış cephelerde, çoğunlukla *grafitler* görülmektedir. Sanatçılar birtakım toplumsal sorunları ve kendi sanatsal görüşünü yansıtmak için herhangi bir kuruma veya kişi desteğine ihtiyaç duymadan çizimlerini illegal tavırla bina cephelerine aktarmaktadır. Fakat kent meydanlarındaki bina cephelerine izinsiz duvar resmi yapmak yasal değildir. Bina cephelerindeki duvar resimleri ifade anlamında daha özgürlükçü bir yaklaşımı konu edinirler. İç mekânlarda ise kamusal mekânlara kıyasla mekânın kurgusuna hizmet edecek konular seçilmektedir. Toplumsal olaylara ışık tutan herhangi bir siyasal yaklaşım, kurumsal kimlik ve marka değeri ile bağdaşmıyorsa ticari mekânlar tarafından tercih edilmemektedir. Yaratılan imajlar duvar resimlerini, insanlar için birer imge haline dönüşmüştür. İnsanlar bir mekâna girdiğinde veya sokaktan geçtiğinde zihinlerinde ortalama birer görüntü oluşur. Bu görüntülerin bütünü imgeleri oluşturur. Zihindeki imgeleri etkileyen önemli bir etken de toplumsal kültür dinamikleridir. Toplumsal kültürün kentte ve mekânlarda oluşturduğu görüntüler sanatçılar tarafından yorumlanıp izleyiciye sunulmuştur. Kamusal sanatın, sadece izleyicinin gördüğü nesne olmaktan çıkıp edilgen bir iletişim aracı haline geldiği varsayılmaktadır. Örneğin; Milano'da bir galeri içerisinde sergilenen Rönesans sanatçısı Pietro Damini'ye ait eser, galerinin kafe bölümünde de kullanılmış ve ziyaretçiler, oturma ve dinlenme zamanlarında da sanat ile iletişim halinde olmuşlardır (Şekil 2.21). Galerilerin sınırlandırılmış alanlarından çıkan sanat, kentte ve günlük kullanım mekânlarında, sanata ilgisi olmayan insanların dikkatini çekerek izleyici çeşitliliği sağlamıştır.



Şekil 2.21: Caffè Fernanda, Milan, İtalya.2018

Kaynak: (Thespaces, 2021)

Bina yüzeylerinde resim, kabartma sanatı ve serbest plastik çalışmalar giderek büyük boyutlar kazanmaktadır. Bu şekilde bir binanın yüzeysel biçimlenmesi kamusal mekâna önemli çapta varlığını kabul ettirmektedir. Fernand Léger (Şekil 2.22) ve Juan Miro'nun duvar resimleri (Şekil 2.23) büyük çapta tablo gibidir. Bugün giderek artan binaların özellikle sağır cephelerini boyama etkinliği, kullanılmayan ve kötü görünüme sahip kentsel boşlukları canlandırma ve iyileştirme çabalarıdır (Ögel, 1977).



Şekil 2.22: Wallace K. Harrison Evi Oturma Odası, Fernand Léger, New York, 1942

Kaynak: (Winterhager, 2016).



Şekil 2.23: Kongre ve Sergi Sarayı, Joan Miro, Madrid,1980

Kaynak: (Südor, 2018).

Duvar resimlerinin günümüzde tercih edilmesinin sebeplerinden biri, mekânların içerisinde ikinci bir mekân yaratarak izleyiciyi ayrı bir kurgu dünyasına çekmesidir. İç mekânlara baktığımızda yaratıcı çizgiler ve formlar sayesinde, yüzeyler ve sınırlar yaratmak mümkündür. Duvar resmi bu noktada üçüncü bir sınır görevi görmektedir. Duvar resmi mekâna hikâye kurgusu katmaktadır. Duvar resimlerinin iç mimariye göre dış mimari ile ilişkisi daha politiktir. Grafiti ve Hip-Hop kültürünün ilk olarak sokaklarda yaygınlaşmış ve grafitinin kendi içinde illegal bir yaklaşım barındırması sonucu öncelikle bina cephelerinde konumlanmıştır. Günümüzde grafiti ve grafiti sanatçılarının toplum tarafından dikkat çekmesi sonucu, duvar resimleri ticari markaların da ilgi odağı haline gelmiştir. Küresel rekabet sonucunda farklı arayışlara giren firmalar ve ülkeler duvar resimleri ile ilgili çeşitli destekler sunmuştur. Bunlardan biri de Washington’da kurulan “Sanat için Ulusal Bağışlar”, (National Endowments Art), Amerikalı sanatçılara finansal destek sağlamıştır (National Endowment For The Arts, 2021).

Türkiye’de İstanbul’da Kadıköy Belediyesi’nin 2012’den beri düzenlediği “Mural İstanbul Festivali” dünyadan birçok sanatçıyı ağırlamıştır. Aşağıda bu festivalde Lonac tarafından tasarlanmış bir duvar resmi görülmektedir (Şekil 2.24).



Şekil 2.24: Lonac, Rasimpaşa Mahallesi, Kırmızı Kuşak Sokak, Kadıköy, İstanbul, 2018

Kaynak: (Turan, 2020).

21. yüzyılda sanat, galeri mekânlarından kent meydanlarına taşınmış ve kent meydanlarında izleyici ile buluşmuştur

Geleneksel sanat objesi, resim, heykel ya da bir mimari bölüm, artık izole bir varlık olarak görülmez. Genişleyen çevresi ile birlikte düşünülmelidir. Sanat eserinin çevresi artık eserin kendisi kadar önemlidir. Çünkü sanat eseri (objesi) çevresindeki mekânla birlikte yaşar, nefes alır, çevrenin gerçekliğini solur (Safran, 1989). Estetik değer taşıyan duvar resimleri kamusal mekânda değerli bir sanat eseri görevi görebilir. Manfred Lehbruck ‘bir obje, özelliklerini ortaya çıkarmak için mekâna ihtiyaç duyar görüşünü ortaya atmıştır (Uysal, 2009).

19.yüzyıl çağdaş sanatçıların özgürlükçü ve politik yaklaşımları günümüz sanatçılarına örnek olmuştur. Geçmişte sanat yapıtı, izleyici tarafından ulaşılamaz bir nesneyken artık herkes tarafından görülebilen, anlamlandırılabilen birer imge bütünü haline gelmiştir. Kent meydanlarındaki enstalasyonların yanı sıra duvar resimlerini kent sakinleri ile en çok buluşturan grafiti sanatı olmuştur.

Kent meydanlarında ve kamusal mekânlarda beklenmedik anlarda ortaya çıkan duvar resimleri illegal grupların kendini gösterme çabası olsa da, zamanla kitleler tarafından benimsenmiş; ticari ve kültürel faaliyetler için kullanılmaya başlanmıştır. Yapılan çalışma ile İstanbul’un belirli semtlerinde mevcut dış cephe ve iç mekân mural ve grafitilerin, ağırlıklı olarak bina cephelerinde, alışveriş merkezlerinde, restoran ve kafelerde konumlandıkları görülmüştür.

2.2 Duvar Resimleri: Grafiti, Mural

Grafiti, İtalyanca “çizilmiş” anlamına gelen “Graffito” teriminin çoğul halidir. Kamusal bir alanda yer alan bir duvar ya da yüzeye çizilmiş, kazınmış veya püskürtülmüş yazılardır (Graffito, 1986).

Graffito, bir desenin, alttaki farklı zemini görünür kılacak şekilde, bir boya veya başka malzeme katmanı üzerine kazınmasını ifade etmektedir. Çoğulu olan “Grafiti” şimdilerde, bazen politik aktivistler, bazen vandallar, bazen de yüksek sanatsal ve grafik yeteneklere sahip kişiler tarafından, halka açık yerlerdeki duvar veya başka görünür yüzeylere, boyama, püskürtme, kazıma veya karalama yoluyla yerleştirilen, izinsiz tasarım veya kelimeleri tanımlamakta kullanılmaktadır (Cumming, 2006).

Grafiti sokak sanatında protest bir yaklaşım sergiler. Sokak sanatçıları belirli gruplara ayrılırlar. Bu gruplar bazen kendi aralarında karşılıklı grafitilerle birbirlerine gönderme yapar ama asıl amaç onların düşüncelerine ters gelen her konu ve yapıyı resim ve yazılarla eleştirmektir. Bu noktada kent meydanlarında duvarları kaplayan reklam panolarından ayrılırlar.

Kamusal sanat, birey ile mekân arasında bir bağlantı geliştirmek, kimliği tanımlamak ya da yeniden yaratmak, özellikle de bir yere ve / veya topluluğa ait olma hissi yaratmak açısından çok önemlidir. Kamusal sanatın diğer biçimleri arasında grafiti gerçek kentsel / sokak sanatı olarak kabul edilmektedir Koçak ve diğ.(2014). Duvarlara yazma ve resim yapma eylemi, alternatif iletişim kanalları oluşturmakta; kentsel etkileşimler için yeni anlamlar, karşılaşmalar ve olanaklar yaratmaktadır. Sanatçıların ortak hedefleri, izleyiciyi etkileme ve kentsel manzarayı dönüştürmedir (Tziovas, 2017).

Grafiti, azınlıkların, çete ve yer altı kültürlerinin buldukları bölgelerde yaygın olarak kullanılmış, adı bu kesimlerle özdeşleştirilmiş bir kent sanatıdır. Seslerini duyurma, birey olarak var olduklarını gösterme amacıyla grafitiyi bir dil olarak benimseyen azınlık gençler, müziğin de (hip-hop, rap, punk vb.) etkisiyle başkaldırıyı sokaklara taşımıştır. Sokak sanatının ilk dönemlerde herhangi bir sanat kaygısı içinde olmadığı ve kamuya ait yerlere yapıldığı için toplumsal olarak "Vandalizm" şeklinde algılanmıştır. Devlet otoriteleri tarafından bu şekilde algılanmış ve bu şekilde muamele görmüştür. Bundan sebeptir ki sokak sanatı, özellikle grafiti, muhalif şekildeki duruşu, başkaldırışı ve devrimci sloganları ile

sokakları halka mesajlar veren yerler haline getirmiştir. Bu nedenle, kimi devletler tarafından istenmemiş ve toplumda muhalif bütünleşmenin oluşmasını engellemek için onu-Vandalizm olarak yorumlanmıştır (Cansız, 2012).

Grafiti farklı sosyal ve siyasi faktörlerin etkisiyle ilk olarak Amerika'da ortaya çıkmış, gettolarda hip-hop kültürünü oluşturan Amerikalı siyahilerin dışlanmışlığa, yabancılaşmaya ve yoksulluğa karşı kendilerini ifade etmelerinin, seslerini duyurmalarının bir aracı haline gelmiştir. Böyle bir etkileşim alanı içinde sokak sanatı, bu coğrafyada ilk kez Cool Earl adında iki gencin marker kalemlerle duvarlara yaptığı taglarla başlamış, 1960'ların sonunda New York'ta imzalarını her yere taşımak için grafiticilerin metro trenlerine spreyle boyalarla yaptıkları grafitilerle devam etmiştir.

Bu dönemde Taki 183, Julio 204, Frank 207 gibi sokak adları kullanan grafiticiler dönemin underground mekânlarında boy göstermişlerdir. Avrupa ise, grafiti ile II. Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'da Berlin Duvarı'nın yapılmasıyla tanışmıştır. Almanya'yı ikiye bölen bu duvarı protesto etmek için insanlar duvarın her iki yakasına herhangi bir sanatsal değeri olmayan sloganlar yazmışlardır. Ünlü olmak isteyen grafiticilerin tarz savaşlarıyla geçen 1970'lerde ise bir alt kültür oluşmuştur. Bu dönemde grafitiyle ilişkili gruplar birlikte hareket etmeye başlamışlardır. 1980'lerde ise, grafiti yine giderek popülerleşen hip-hop kültürüyle birlikte getto gençliğinin ifade biçimi olmaya devam etmiştir Selvi ve Koca (2016).

Sokak sanatı gücünü ve etkisini yapıldığı çevreden alır. Hızla gerçekleştirilmesi gerektiğinden uygun teknik ve malzemenin seçimi, adrenalini patlaması ve geçiciliği bu sanatın var eden unsurlardır. Bu sanatın toplum tarafından hızla benimsenmesi ve küresel ölçekte yaygınlaşması, galericiler, müzeler ve yayıncıların dikkatini çeker. Böylece, gençliğe hitap eden markalar sokak sanatının estetiğinden kendi reklamları için yararlanmaya, kamusal alanlarda yerel yönetimlerin de desteğiyle legal uygulamalar yapılmaya, galerilerde ve müzelerde sergilenmeye başlar (Gökova, 2020).

2010 yılında Time dergisinin en etkili insanlardan biri olarak seçtiği duvar sanatçısı Banksy, tanınırlığı en fazla olan duvar sanatçılarından biridir (Ellsworth-Jones, 2012). Sanatçı hiciv yeteneğinin de kullanarak politik meseleleri ele almış ve kent sakinlerini şaşırtmayı başarmıştır. Yüzünü her zaman gizlemiş ve böylelikle daha fazla merak uyandırmıştır.

Kimliğiyle ilgili bilgilerin sınırlı olmasına rağmen, Banksy günümüzde İngiltere'den Batı Şeria'ya kadar küresel boyutta dünyanın birçok farklı ülkesinde yaptığı çarpıcı duvar resimleriyle ve interaktif işleriyle tanınmaktadır. Toplumsal ve politik yergi içeren sokak sanatına, kara mizahı grafitiyle birleştirerek ve mesaj kaygısı güden kendine özgü bir şablon grafiti tekniği kullanarak katılmaktadır (Şekil 2.25) Selvi ve Koca (2016).



Şekil 2.25: Banksy, Flower Chucker (Çiçek Fırlatan)

Kaynak: (Wikipedia, 2020).

Kamu duvarlarını özgürce kullanan Banksy mesaj kaygısı güden bu bireysel işlerinin yanı sıra kimi zaman da izleyicinin kamu duvarlarını özgürce kullanabileceği olanaklar yaratarak izleyiciyi üretime davet etmiş, böylece diyalojik ve katılımcı bir sanat ve estetiği de mümkün vermiştir. Örneğin; Londra'da bazı duvarlara şablon olarak kraliyet logosunu da ekleyerek, bir tür manifesto gibi 'Burası Grafiti Alanıdır, Lütfen Bu Duvar Dışındaki Alanlara Grafiti Çizmeyiniz' yazısını yazmıştır. Bunun üzerine şehirdeki gençler duvarlara akın etmişler ve burayı kendi tasarımlarıyla doldurmuşlardır Selvi ve Koca (2016).

Grafiti kendi içerisinde farklı biçimsel türlere ayrılmıştır. Mural uygulaması grafitinin bilinen türleri arasında yer almaktadır. Çalışmanın gerçekleştirme biçimi ne olursa olsun (duvarın yasal ve yasa dışı kullanımı, sanatçının kimliği, uygulanan teknik, çalışmanın gerçekleştirildiği alan, içerik vb.) grafiti duvarları kullanan bir ifade aracı olarak topluma açık sergiler gerçekleştirir. Mural, grafiti uygulamalarının içerisinde süreci daha kapsamlı ve uygulanacak alanın sahibinin bilgisi dahilinde yapılan bir çalışmadır. Mural çalışmaların yapıldığı alan göz önüne alındığında diğer

çalışmalara göre daha büyük yüzeyleri kapsar. Süreç daha uzun olduğundan katılımcı bir etkinlik şeklinde devam edebilir. Daha çok binaların yüzeylerine izin dahilinde yapıldığı dşnldğinde, diğer grafiti çalışmalarından farklı olduğu görülebilir Toy ve Görgülü (2018).

Stowers (1997)'a göre mural, grafitiyi sanata daha yakınılaştıran bir stil veya geleneksel bir resim sahnesi olarak tanımlanabilir. Resim tekniklerinden dolayı muralların yapımı grafitiye oranla daha uzun sürmektedir. Grafiti de spreyci boyalar kullanırken, mural sanatında fırça ve akrilik kullanılmaktadır

Türkiye'de olduğu gibi dünyanın birçok yerinde mural festivalleri yapılmakta ve festivaller sayesinde birçok uluslararası sanatçı bir araya gelmektedir. Etkinlik daha çok belediyeler ve sponsorlar aracılığı ile yapıldığı için resimlerde politik söyleme veya ifadeye pek rastlanılmaktadır. Sosyal medyada paylaşılan murallar sayesinde insanlar resimleri görür ve meydanları ziyaret eder. Murallar ilk olarak bina cephelerinde görülse de zamanla i mekânlarda da yerini almıştır.

En etkili ve sıra dışı mural rnekleri Brezilya'dadır. Buradaki yoksulluk, ekonomik ve toplumsal sorunların doğurduğu çelişkiler, daha güçlü ve özgün bir ifade tarzının ortaya çıkmasına yol açmıştır (şekil 2.26) (Atayurt.U, 2006).



şekil 2.26: Alexandre Orion, So Paulo

Kaynak: (Widewalls, 2021).

"Favela" olarak anılan Brezilya'nın gecekondu mahallelerinin yamaçlarındaki evleri boyayan Jeroen Koolhaas, Japon sanatından etkilenererek gecekonduculara renk

getirmiştir. Dre Urhahn ve Rem Koolhaas, esnek bir konseptle meydana çevreleyen yamaçtaki evleri ve samba okulunu da içine alacak biçimde kolayca yayılabilen renk huzmelerinin sokağın bir kısmının üzerinde dolaştığı bir tasarım oluşturdular.

Bu arada projede istihdam edilen bölge halkına, boya türlerinden güvenlik önlemlerine kadar her şeyi öğrettiler (Şekil 2.27) (Yavuz, 2010).



Şekil 2.27: Favela Painting, Brezilya

Kaynak: (Favela painting, 2021).

Bir karşı kültür olarak ortaya çıkan sokak sanatı, yasaklara aldırmaz, başkaldırıcı ve radikaldir. Ancak hareketin popülerliği Coca Cola, Nike gibi genç kitleyi hedefleyen markaların dikkatini çekmiştir. Bu şirketler, sanatçılarla iş birliği yapmış ve onların estetiğini kendilerine mal ederek, reklama yönelik kullanmışlardır. Para, popülerlik ve geçim kaygısı bu sanatçıların direncini kırmış; sanatlarını bu yolla profesyonel bir çizgiye taşımışlardır (Lemoine, 2014).

Türkiye'de ilk sokak sanatı 60'lı yılların siyasi ortamında ortaya çıkmıştır. Türkiye'de grafiti ilk olarak İstanbul Bakırköy'de "S2K" grubu ile başlamıştır. O dönemler Türkiye'de spreyci boya olmadığından grafitiler eskiz defterlerine (sketch book) taslaklar halinde yapılmıştır. İlk defa 2006 yılında "Meeting Of All Stars"la grafiti festivalleri düzenlenmeye başlamış; İstanbul'da düzenlenen grafiti etkinliklerine Türkiye'den ve dünyadan ünlü grafiti sanatçıları katılmıştır. 2014 yılına kadar bu etkinlikler devam etmiştir. Etkinlikler Mural İstanbul ve Mural İzmir olarak devam etmiştir (Erdem, 2018). Şekil 2.26'da İstanbul Mural Festivalinden Fintan Magee tarafından resmedilen "Pray For Rain" isimli muralda yağmurun yağması için ellerinde kovalar ile bekleyen insanlar görülmektedir (Şekil 2.28).



Şekil 2.28: Pray For Rain, Fintan Magee, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Mural sanatçısı Onur tarafından, Londra ve Berlin’de özellikle Türkler’in yoğun olarak yaşadığı bölgelerde ve şehir merkezinde bulunan iki duvar, Yeni Rakı şişenin yeni tasarımını barındıran el boyaması duvar resimleriyle kaplanmıştır (şekil 2.29) (themagger, 2020).



Şekil 2.29: Beraberliğe Övgü , Berlin

Kaynak: (themagger, 2020).

Ankara’da sokak sanatına baktığımızda ise, gençleri hem özgürce sanatlarını yapabilmeleri hem de cadde ve sokakların duvarlarını renklendirerek bu alanlara bir kimlik kazandırmak için davet ettiklerini belirten Büyükşehir Belediyesi yetkilileri, bu uygulamayı Ankara geneline yaymayı hedeflemiştir. Büyükşehir Belediyesi, “Mural Art” ile uğraşan gençlere sanatlarını icra etmeleri için izin vermiştir. Böylece

Yüksel Caddesi ve Karanfil Caddesi'nde bulunan gri duvarlar birbirinden renkli motiflerle boyanmıştır (Şekil 2.30) (www.ankara.bel.tr, 2019).



Şekil 2.30: Atione, Ankara

Kaynak: (www.ankara.bel.tr, 2019).

Ayrıca Ankara Büyükşehir Belediyesi, sağlık çalışanlarına moral olması amacıyla Bilkent Şehir Hastanesi bölgesinde yer alan köprülerde sağlık çalışanlarını sembolize eden grafitiler yaptırmıştır. Bilkent Şehir Hastanesi'ne ulaşmak için önemli geçiş noktalarından biri olan Beytepe Köyü Yolu ve Bilkent Bulvarı'nı kullanan sağlık çalışanlarını, ANFA Genel Müdürlüğü bünyesinde hizmet vermeye başlayan Resim Atölyesi sanatçıları tarafından hazırlanan ve sağlık çalışanlarını sembolize eden birbirinden renkli grafitiler karşılamaya başlamıştır. Hastane güzergâhı boyunca 3 köprü yanağı ve 13 kolon; doktordan hastabakıcıya, ambulans şoföründen hemşireye kadar tüm sağlık çalışanları birçok farklı konseptte resmedilmiştir. Grafitiler arasında, vefat eden sağlık çalışanlarının isimleri ile Covid-19 aşısını geliştiren bilim insanları Dr. Özlem Türeci ve Prof. Dr. Uğur Şahin'in de görselleri yer almaktadır (Şekil 2.31) (Gazete Duvar, 2021).



Şekil 2.31: Mural, Ankara

Kaynak: (Gazete Duvar, 2021).

İstanbul'a baktığımızda, bahçelerdeki duvar uygulamalarının çok ciddi bir maliyet gerektirdiğini ve sanıldığı kadar çevreci bir proje olmadığını belirten Prof. Dr. Yasin Çağatay Seçkin (İBB Park Bahçe ve Yeşil Alanlar Daire Başkanı), grafiti çalışmalarına kaldırılan ve tadilat gerektiren alanlarda başladıklarını açıklamıştır. İstanbul'daki 45 bin metrekarelik yeşil duvar maliyetiyle 400 bin metrekare aktif yeşil alan yapılabildiğine dikkat çeken Seçkin, sonraki uygulamalarda bu tür sanat çalışmalarını değerlendireceklerini belirtmiştir (Şekil 2.32) (www.ibb.istanbul, 2021).



Şekil 2.32: Esk Reyn, İstanbul

Kaynak: (www.ibb.istanbul, 2021).

İç ve dış mekânlarda giderek artan ve talep gören duvar resimleri izleyicinin dikkatini çekmekte ve mekân algısını etkilemektedir. Bir sonraki bölümde, iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısı ve duygu durumlarının değerlendirildiği ve mekân ile ilişkilerini renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analiz edildiği alan araştırması yer almaktadır. Ayrıca çevresel faktörler, kültürel yapı, kişisel zevk ve beğeniler duvar resimlerinin her bir birey tarafından farklı algılanmasını sağlayacaktır. Alan araştırması kapsamında, izleyici ya da kullanıcı özelliklerinin duvar resmi algısındaki etkileri tartışılmıştır.



3. DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN ALGI- DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İÇ VE DIŞ MEKANLAR ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Bu bölümde İstanbul'da seçilen iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısını ve duygu durumlarını analiz eden alan araştırması yer almaktadır. Bu alan çalışmasında, mimari, mekân, yüzey ve duvar resmi ilişkisinin kullanıcı algısına ve mimari yapılara etkisi anketler ve röportajlar üzerinden değerlendirilmiştir. Anketler aracılığı ile mekân kullanıcılarının istekleri ve duvar resmine bakış açıları belirlenmiştir. Bu noktada yapılan eserlerin gerekliliği ve katkısı araştırılmış; çıkan sonuçlar doğrultusunda duvar resminin tasarım açısından mimari yapılar ile uyumlu ve doğru kullanılması ile ilgili çıkarımlar yapılmıştır.

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Mimari tasarımlarda, duvar resimlerinin kullanıcıyı etkileme ve dikkat çekme gücü ile özellikle kullanıcı yoğun mekânlara sağlayabileceği olumlu katkılar es geçilmekte ve tasarımlarda duvar resimlerinin kullanımı özendirilmemektedir. Özellikle iç mekân tasarımlarında hikayesi olmayan yüzeyler ortaya çıkmakta; bu durum konsept ve mekân bütünlüğünü olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, iç ve dış mekânlar duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısını ve duygu durumlarını ortaya çıkartmaktır. Çalışmanın diğer amaçları ise şöyle sıralanabilir:

1. Mimari yüzey, yapı ve mekânlarda yer alan duvar resimlerini izini sürmek;
2. Konumlandıkları mekân ile ilişkilerini renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analiz etmek;
3. İzleyici ya da kullanıcı özelliklerinin duvar resmi algısındaki etkilerini ortaya çıkartmak;
4. Tasarımcılar için ipuçları oluşturmak;

Bu doğrultuda, çalışmada aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur:

1. Kullanıcı iç mekân duvar resimlerinin nasıl algılar ve duvar resmini tanımlarken duygu durumu nedir?
2. Kullanıcı dış mekân duvar resimlerinin nasıl algılar ve duvar resmini tanımlarken duygu durumu nedir?
3. Kullanıcının özellikleri duvar resim ile ilgili duygu durumlarını etkiler mi?
4. Duvar resimlerinin mekândaki işlevi nedir? Bu işlev estetik midir yoksa olay anlatma, politik mesaj verme ya da bilgi verme amacı da var mıdır?
5. Duvar resimlerinin konsept ile bütünlüğü nedir?
6. Duvar resimlerinin yüzeye, mekâna, kullanıcıya ve mekân sahibine katkısı nedir?

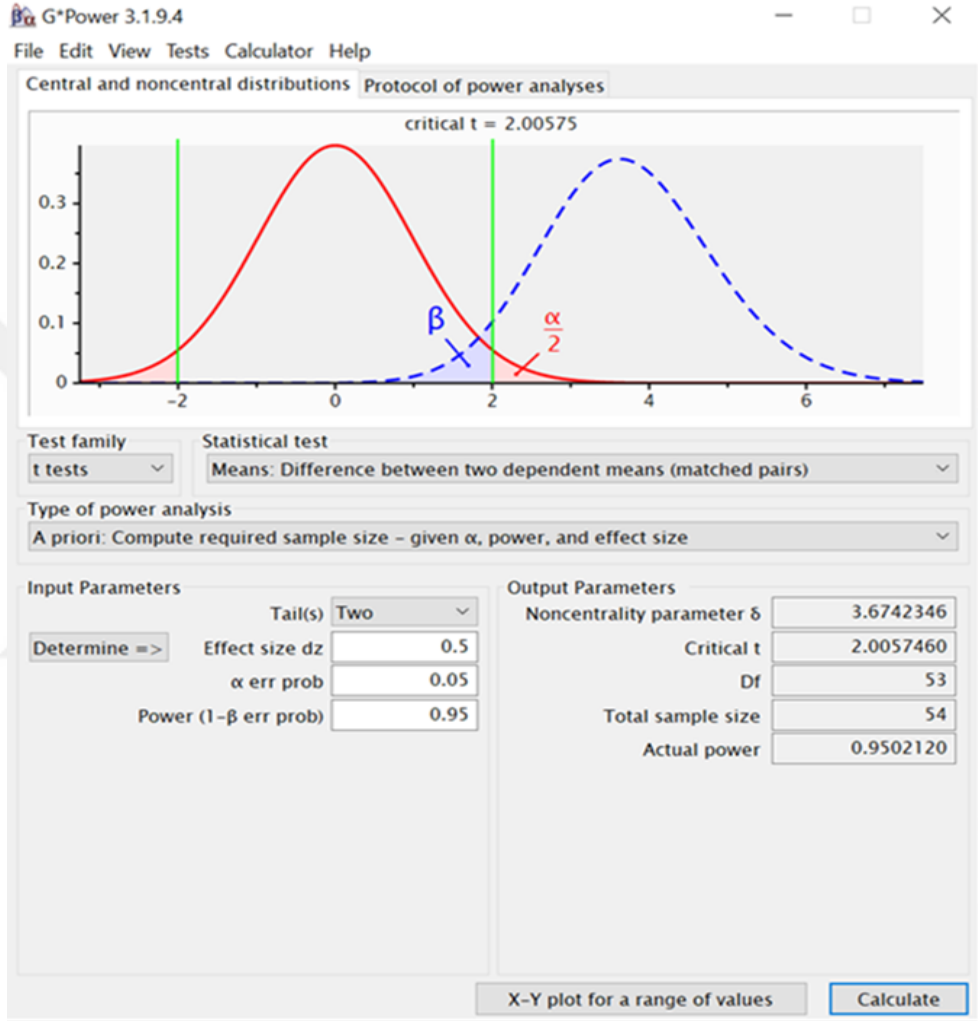
Bu çalışma duvar resminin mekân ile ilişkisini gündeme getirmesi açısından önem taşımaktadır. Mekân tasarımlarında sıklıkla karşılaşılmayan fakat estetik değeri ile kullanıcısının algı davranışlarını etkileyen duvar resmine dikkat çekilmiştir. Aynı zamanda bu çalışma, konsept bütünlüğünü tamamlamak, mekânların akılda kalıcı ve dikkat çekici olması sağlamak adına duvar resimlerinin tasarımdaki olumlu katkılarını vurgulamak açısından önemlidir. Ayrıca iç mekân tasarımlarında konsept ile bütünleşmeyen hikaysiz yüzeyler yaratmak yerine duvar resimlerinin kullanımını alternatifini sunmak açısından da önem taşımaktadır. Dış ve iç mekânlarda duvar resminin dağılık yerleşimi bireylerin zihinlerinde net bir imge sağlamamaktadır. Duvar resimlerinin mimari yüzeylerle doğru sanatsal ifade ile birleşerek insanların duygu durumlarını harekete geçirmesi ve şehirlerin, meydanların ve iç mekânların kimlik kazanmasını sağlamak adına çalışma önem taşımaktadır.

3.2 Örneklem Büyüklüğü ve Seçimi

Ampirik analizlerde örneklem sayının robust (sağlam) sonuçlara izin veren bir yapıda olması, verilerin toplanması aşamasında yanlılık ve sistematik hatadan kaçınılması büyük önem arz etmektedir (Özdamar, 2004). Ankete katılmayı kabul edenlerin sayısının robust (sağlam) sonuçlar üretebilme yeteneğinin varlığı için Güç (power) analiz G*POWER 3.1 sürümü ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışmalarda, istatistiksel gücün $1-\beta = 0.80$ olmasının yeterli olduğunu Pancholi ve dig. (2010) çalışmalarında belirtmiştir.

Etki düzeyi Cohen (1988)'de önerilen biçimde 0.50 alınmış ve $1-\beta = 0.95$ olarak söz konusu çalışmada önerilenden değerden daha yüksek tutulmuştur. İstatistik anlamlılık $\alpha=0.05$ alınmıştır (Şekil 3.1).



Şekil 3.1: Güç Analizi

Kaynak: (Turan, 2020)

Güç analizi sonucunda grup farklılıklarının sınanmasında en az 54 örneklem ile çalışılması durumunda çalışmanın geçerliliği belirlenmiştir. Bu çalışmada 80 kişi için yapılacak analizlerin güvenilir olacağı ortaya konulmuştur.

Deneklerin seçiminde rastgale örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmanın örneklemini Rastgele örnekleme yöntemi ile seçilen 80 kişilik denek grubu oluşturmaktadır. Deneklerin seçiminde yaş, cinsiyet, meslek, etnik köken gibi sosyo-ekonomik özellikler dikkate alınmamıştır.

3.3 Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Araştırmaya cevap veren bireylerin ölçme araçlarındaki soruları cevaplandırırken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin ankete istekle cevap verdiği ve anketi doğru ve eksiksiz biçimde cevapladıkları kabul edilmiştir. Katılımcıların soruları cevaplarken kelimelerin gerçek manasıyla anladıkları kabul edilmiştir. Oluşabilecek kavram yanılgıları göz ardı edilmiştir.

Alan araştırması için İstanbul'un farklı ilçelerinde konumlanmış iç ve dış mekân duvar resimlerinin katılımcılar tarafından deneyimlenmesinde sorunlar yaşanmıştır. Deneklerin tüm duvar resimlerini tek bir günde yerinde gözlemlemeleri, ulaşım açısından olumsuz sonuçlanmış ve katılımcılar duvar resimlerini deneyimlemek konusunda isteksiz olmuştur. Bu kısıtlılık, katılımcılardan duvar resimlerini ankette yer alan fotoğraflardan analiz edilmesi istenerek çözüme ulaştırılmıştır. 2020 yılının Mart ayında Covid-19 Pandemisinin başlaması nedeniyle sanatçı ve firma sahipleri ile röportajlar yüz yüze yapılamamıştır. Bu kısıtlılık ise görüşme sorularının mail ortamında iletilmesi ile çözüme ulaştırılmıştır. Yine de bazı firmalar ve sanatçılar soruları yanıtlamak istememiştir.

3.4 Veri Toplama Aracı

Çalışma nitel (yerinde gözlem) ve deneysel olmayan nicel araştırma tasarımına sahiptir ve yapılaş yöntemine göre tarama modelidir. Tarama araştırması betimleyici bir araştırma yöntemidir. Bir konuya ilişkin katılımcıların görüşlerinin ya da ilgi, beceri, yetenek, tutum vb. özelliklerinin belirlendiği genellikle diğer araştırmalara göre daha büyük örneklem üzerinde yapılan araştırmalara tarama araştırmaları denir. Tarama yönteminin amacı nesnelerin, toplumların, kurumların, olayların doğasını ve özelliklerini tanımlamaktır (Metin, 2014).

Alan araştırmada, örneklemden verilerin toplanması bakımından survey modeli (saha taraması) ve deneklerin görüşlerinin yazılı olarak alındığı bir veri toplama tekniği olan anket tekniği kullanılmıştır. Tez çalışması kapsamında faydalanılan tüm veri toplama teknikleri aşağıdaki listede sıralanmaktadır:

1. Yerinde gözlem: Metropol yaşantısının en yoğun merkezlerinden biri olan İstanbul, alan çalışması için seçilmiştir. Farklı kimlik ve kültürleri içinde barındıran

şehir, sık aralıklarla yenilenen yüzüyle duvar resimlerinin yoğunlukta kullanıldığı alanları ortaya çıkarmıştır. Dinamik bir yenilenme süreci içerisinde olan şehir, sanatsal faaliyetlerin artmasına sebep olmuş ve duvar resminin kullanımını arttırmıştır. İstanbul’ da birçok duvar resmi bulunmaktadır. Duvar resimlerinin izini sürmek için İstanbul’un en işlek alanları olan Kadıköy, Beşiktaş, Taksim ve Karaköy seçilmiştir.

Araştırma alanı seçiminde, yeme-içme ve alışveriş mekânlarındaki sayıca yoğunluk nedeniyle kullanıcıların ilgisini çeken bölgeler tercih edilmiştir. Seçilen dört araştırma alanında, yerinde gözlemler yapılmış ve duvar resimlerinin fotoğrafları çekilmiştir. Çalışma için duvar resimleri gündüz saatlerinde Canon 200D 18-135mm fotoğraf makinası ile tam cepheden görülebilecek şekilde fotoğraflanmıştır. Çevreyi kullanan insan yoğunluğunu azaltmak adına çekimler hafta içi sabah saatlerinde gerçekleştirilmiştir. Fotoğraflanan duvar resimlerinden 5 adet iç mekân duvar resmi ve 5 adet dış mekân duvar resmi olmak üzere 10 adet duvar resmi alan çalışmasında kullanılmak üzere seçilmiştir. Resimlerinin seçiminde şu başlıklar göz önünde bulundurulmuştur: figür ve portre belirli ve net bir şekilde soyutlanmadan çizilmiş resim; Herhangi bir hikâye ve figür belirtmeyen soyut duvar resmi; Toplumca bilinen bir ressamın duvar resmi; Kurumsal konsept anlatan duvar resimleri; Mekândan bağımsız natüremort çizimler.

2.Duvar resimlerin analizi: Alan çalışmasında kullanılmak üzere seçilen duvar resimleri konum, sanatçı adı, tür, akım, renk, duvar resminin hikâyesi, mekândaki yeri, mekândaki işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması başlıkları üzerinden değerlendirilmiştir.

3. Anket Çalışması: Bu çalışma kapsamında katılımcılar duvar resimlerinin olduğu iç ve dış mekânları yerinde gözlemlememiştir. Katılımcılara duvar resimlerinin görselleri gösterilmiş ve anketi yanıtlamaları istenmiştir.

Öncelikle denekler çalışma hakkında detaylı olarak bilgilendirilmiştir.

Anket çalışması sırasında iç ve dış mekân soruları arasında ara verilmemiştir. Anket için belli bir mekân tercih edilmemiş deneklerin istedikleri mekânlarda anket sorularının cevaplanması istenmiştir. Denekler anket soruları hakkında bilgilendirilmiş fakat resimler hakkında olumlu ve olumsuz yorumda bulunulmamıştır. Katılımcılardan 5 adet iç mekân, 5 adet dış cephe duvar resmi

üzerine değerlendirme yapması istenmiştir. Seçilmiş olan duvar resimleri 1'den 10'a kadar numaralandırılmıştır. Aşağıdaki tabloda resimler ve numaraları yer almaktadır (Çizelge 3.1). Sorular tabloda bulunan resimler üzerinden deneklere sorulmuştur.

Çizelge 3.1: Duvar Resmi ve Numaraları

Resim 1		Resim 6	
Resim 2		Resim 7	
Resim 3		Resim 8	
Resim 4		Resim 9	
Resim 5		Resim 10	

Kaynak: (Turan, 2020).

Anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılardan demografik ve genel bilgiler olan cinsiyet, yaş, eğitim vb. gibi sorular yer almaktadır. İkinci bölümde duvar resminin fotoğrafı gösterilmiş ve öncelikle bu duvar fotoğrafını daha önce görüp görmediği sorgulanmıştır. Sonrasında 25 adet duygu durum sıfatlarını 7'li likert ölçeği ile (1=olumsuz ve 7=olumlu) değerlendirmeleri istenmiştir.

Duygu Durum Sıfat Çiftleri analizi 25 sıfat çiftini içermektedir. Her bir sıfat çifti, olumlu ve olumsuz duygu içeriğini birlikte içeren iki uçlu kelimelerden oluşmaktadır. Listede her sıfat çifti, 1-7 arasında puanlanmaktadır; "1" olumsuz ifade içeren, "7" ise olumlu ifade içeren sığata karşılık gelmektedir. Yani düşük puanlar olumsuz, yüksek puanlar ise olumlu duygu durumunu yansıtmaktadır. Katılımcının her sıradaki sıfat çiftlerinden o anki duygu durumunu en iyi yansıtan kutucuğu işaretlenmesi yoluyla ölçeği doldurması istenmiştir. Bu analiz ile duvar resminin katılımcılarda ne tür duygular uyandırdığı incelenmiştir.

Anket çalışmasının son adımında ise katılımcılara duvar resminin cephedeki mevcut durumu ile bilgisayar ortamında resmin kaldırılmış versiyonu arasında bir seçim yapılması istenmiştir. Bu analiz ile duvar resminin mekânlarda, kullanıcılar tarafından tercih sebebi olup olmadığına dair bir değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca duvar resimlerinin mekânlarda kullanımı ile ilgili çoktan seçmeli altı adet soru bulunmaktadır.

Beş adet iç mekân ve beş adet dış mekân duvar resmi için aynı sorular sorulmuştur. Deneklere uygulanan anket örneği EK A'da gösterilmiştir.

4. Sanatçılar ve Firma Yetkilileri ile Röportaj: Duvar resmi ve mekân ilişkini sanatçı ve firmalar tarafından nasıl algılandığı ve neden tercih edildiğini sanatçılar ile anlamak amacıyla sanatçılarla ve mekânlarında duvar resmi tercih eden firma sahipleri ile görüşme yapılmıştır.

Sanatçılar iç ve dış mekânlarda duvar resmi yapmış ve bu işi meslek edinmiş kişilerden seçilmiştir. Sanatçı görüşme formunda yedi adet soru bulunmaktadır. Sorular, Covid-19 Pandemisi nedeniyle mail yolu ile dört adet sanatçıya ulaştırılmış ve yanıtlarını yazılı olarak iletmeleri istenmiştir. Sanatçılara sorulan sorular EK B'de gösterilmiştir.

Firma yetkilisi ile görüşme formunda dört adet soru bulunmaktadır. Mekânlarda duvar resmi bulunduran firmalarla görüşülmüştür. Beş adet firma yetkilisine sorular

mail yoluyla iletilmiş ve soruların yazılı olarak yanıtlanması istenmiştir. Görüşme soruları EK C’de gösterilmiştir. Sanatçı ve firma sahipleri ile Eylül 2020-Ekim 2020 tarihleri arasında iletişim kurulmuştur.

3.5 Çalışma Alanları: Kadıköy, Beşiktaş, Beyoğlu

Duvar resimlerinin izini sürmek için İstanbul’un en işlek ilçeleri olan Kadıköy, Beyoğlu, Beşiktaş ilçeleri seçilmiştir. Aşağıdaki çizelgede bölgelere göre fotoğraflanan toplam duvar resmi sayısı belirtilmiştir (Çizelge 3.2). EK D, EK E, EK F’de ise çalışma alanında fotoğraflanan tüm duvar resimleri sunulmuştur.

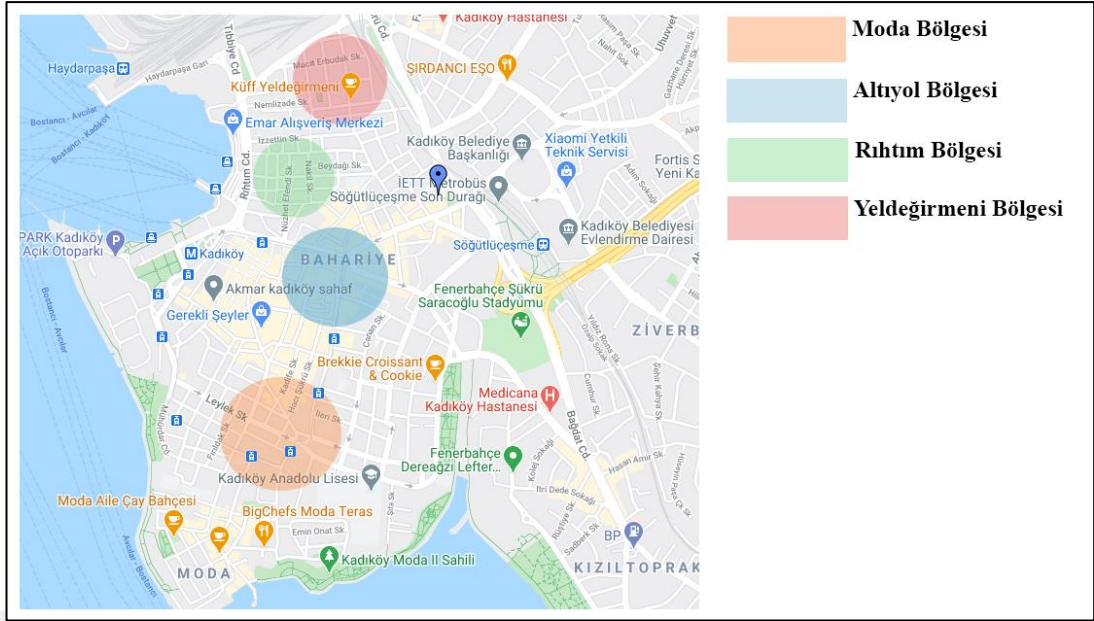
Çizelge 3.2: İncelenen Duvar Resimlerinin Bölgelere Göre Sayıları

	İç Mekân	Dış Mekân
Beyoğlu	8	11
Kadıköy	8	15
Beşiktaş	9	İncelenmedi
Karaköy	2	2

Kaynak: (Turan, 2020).

Çalışma alanları ile ilgili kısa bilgiler ve haritalar aşağıda sunulmuştur.

Kadıköy Bölgesi: Kadıköy İstanbul Anadolu yakasında bulunan, kozmopolit bir semttir (Şekil 3.2). Düzenlenen çeşitli festivaller sayesinde birçok apartmanın duvarları resimle kaplanmıştır. Toplumsal yapı bakımından genç nüfusun ağırlıklı olarak kullandığı bir mekândır. Geri dönüşüm projesi kapsamı dışında yenilenmeyen binaların ağırlıkta olduğu Kadıköy, özellikle Moda ilçesi kafe ve restoran işletmecilerin tercih sebebi olmuştur. Genç neslin farklılık arayışı butik tasarımın önünü açmıştır (Atasoy, 2011).



Şekil 3.2: Kadıköy Bölgesi Haritası

Kaynak: (www.google.com, 2021).

Kadıköy'ün tarihi çok eski yıllara dayanmaktadır. Kuruluş tarihi olarak M.Ö. 675 yılı kabul edilir. M.Ö. 1000 yılları civarında Fenikeliler tarafından Fikirtepe'de çeşitli kaynaklarda Harhadon adıyla anılan bir ticaret kolonisi oluşturulduğu bilinmektedir. Fikirtepe'deki ilk yerleşmenin karşısında Moda Burnu ile Yoğurtçu arasında Halkedon (Bakır Ülkesi) adıyla ikinci bir yerleşme daha oluşur. Haydarpaşa Çayırı ise Halkedonlular tarafından at yarışları için kullanılır. M.Ö. 658'de Sarayburnu'na yerleşerek Bizans şehrinin nüvesini atan Bizans, yörenin güzelliğine hayran kalır ve bu güzel yer dururken karşı tarafta (Kadıköy'de) yerleşen insanları körlükle vasıflandırarak, Kadıköy'ü "Körler Diyarı" olarak adlandırır. Bu sebeple çeşitli kaynaklarda bu adla da anılmıştır. İstanbul'da 1860'lardaki ilk imar operasyonlarından herhangi bir pay edemeyen Kadıköy, 1912-1914 arasında Cemil Topuzlu'nun şehreminliği sırasındaki ikinci imar operasyonları döneminde bazı önemli imar operasyonlarına sahne olur. Bazı yol yapımı ve altyapı uygulamalarının yanı sıra Şehremini Cemil Paşa'nın şehir ve semt parkları oluşturma projesi kapsamında Kadıköy'de Kuşdili Deresi'nin kıyısında Yoğurtçu Parkı yapılır. Ayrıca İskele Meydanında bulunan ve halen kullanılan belediye binası da bu dönemde inşa edilir. 1938-1949 arasında Vali ve Belediye Başkanı Dr. Lütfi Kırdar'ın gerçekleştirdiği ve İstanbul'daki üçüncü imar operasyonlarını oluşturan dönemde, Kadıköy'de de projeler gerçekleştirilir. Kadıköy-Üsküdar yolunun Haydarpaşa'da demiryoluna rastlayan kesiminde bir köprü yapılması, Bağdat Caddesi'nin Kartal'a

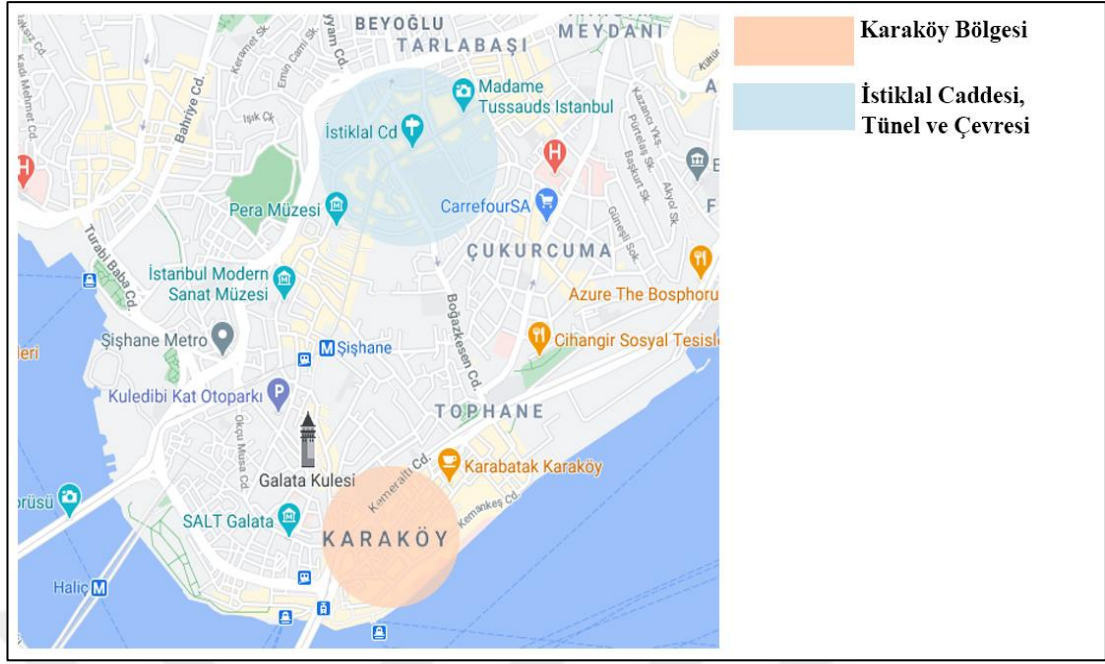
kadar asfaltlanması, Kadıköy Halkevi'nin inşası bu dönemin Kadıköy'deki en önemli imar operasyonları olur (kadikoy.gov.tr, 2020).

Kadıköy bölgesinde duvar resimleri daha çok küçük ve/veya orta plana sahip kafe/restoran alanlarında kullanılmıştır. Bunun sebebi üçüncü dalga¹ kahve adı verilen akımın ortaya çıkmasıyla birlikte özel kahve ve menü arayan insanlar, aynı farklılığı mekânlarda da görmek istemiştir. Gastronomi sektörünün sadece lüks restoranlarla sınırlı kalmayıp butik kafelere girmesi dolayısı ile iç ve dış tasarım anlayışını etkilemiştir.

Beyoğlu bölgesi: İstanbul Avrupa yakasında bulunan Taksim Meydanı ile Tünel arasını bağlayan İstiklal Caddesi ve buna dik sokakların belirlediği bölgeye "Beyoğlu" denmektedir (Şekil 3.3) (yapı.com.tr, 2021). Beyoğlu'nun oluşumu, Galyalılar'ın kurduğu küçük bir köy olan Galata'ya kadar dayanmaktadır. Bizans döneminde bir liman kenti olan bu bölgede, XII. Yüzyılda Yahudiler, XIII. yüzyılda Cenevizliler egemenlik kurmuştur (Salman, 1992). Galata sırtlarında kurulmaya başlanan Beyoğlu ise, Bizans döneminde "karşı yaka", "öte" anlamına gelen "Pera" olarak anılmaktaydı. Bölge, Fatih döneminden (1453) sonra Beyoğlu adını almıştır. Bu adın, bölgede konağı bulunan bir beyin oğlundan kaynaklandığı ileri sürülmektedir (Akın, 1994).

Beyoğlu'na bağlı semt olan Karaköy, çok uzun zamandır liman ve ticaret merkezi olarak bilinmektedir. MS 1000'li yıllarda Bizans İmparatoru, Cenovalı tüccarların bu bölgeye yerleşmelerine izin vermiştir. Cenovalılar bu bölgede istihkâmlar yapmıştır. Günümüzde de bu duvar kalıntıları hâlâ görülebilmektedir. Karaköy, Beyoğlu ilçesine bağlıdır. Aslında bu bölge Galata semtidir. Bölgenin Karaköy ismini almasının sebebi ise Osmanlı ve Bizans dönemlerinde bölgede Karai Musevileri'nin yaşamasıdır. Bölgede Karai Musevileri'nin yaşaması "Karailerin Köyü" ismini almasını sağlamıştır. "Karailerin Köyü" ismi yıllar içinde Karaköy'e evrilmiştir. Karaköy yıllar boyunca liman ve ticaret merkezi olmasıyla ünlenmiştir. 19. yüzyılın sonlarında tam anlamıyla finans merkezi olmuştur. Şu anda da önemli bir ulaşım ve ticaret merkezidir. Karaköy; Eminönü, Şişhane ve Tophane gibi önemli semtleri de çevresinde barındırır (blog.thewingshotel.com, 2018).

¹ Üçüncü dalga kahve akımı; nitelikli kahve çekirdeği nasıl olmalıdır ve nitelikli kahve nedir gibi soruların sorulduğu; farklı kahve demleme tekniklerinin geliştirildiği günümüzü anlatır (Yüksel, 2021).



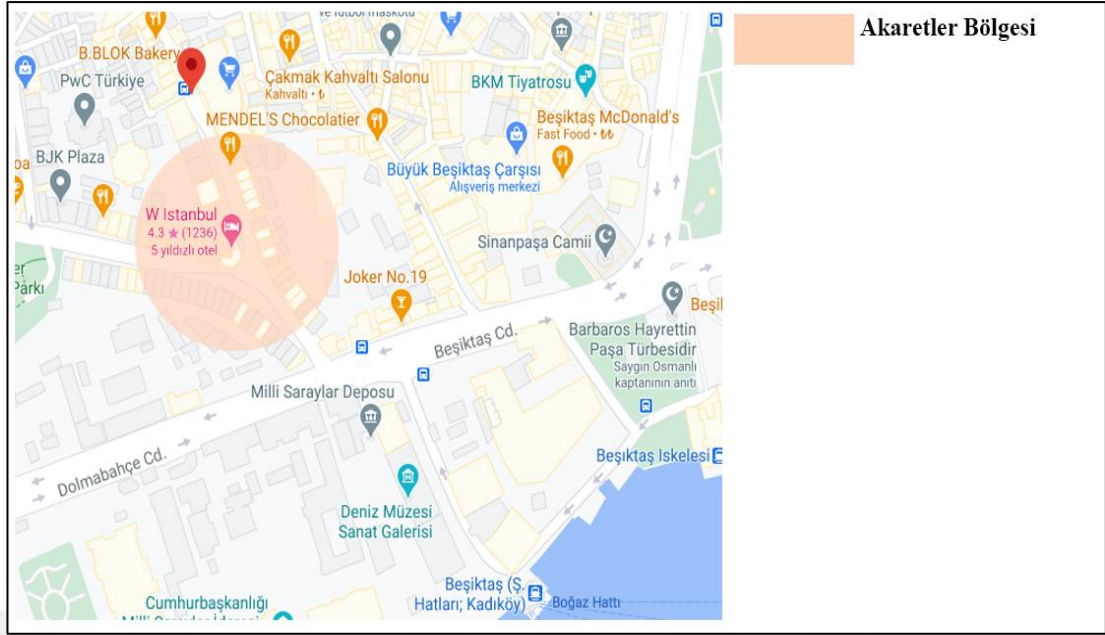
Şekil 3.3: Beyoğlu Bölgesi Haritası

Kaynak: (www.google.com, 2021).

Karaköy, duvar resimlerinin ve grafiti sanatının ilk uygulandığı yerlerden biridir. Günümüzde yapılması planlanan Galataport projesinden önce de Karaköy çevresi özellikle butik restoranları ve sanat galeri ile dikkat çeken bir ilçeydi. Grafiti ağırlıklı duvar resimleri ve enstalasyonlar mekânı canlandırmış, özellikle sanatçıların uğrak yeri olmuştur.

Beşiktaş bölgesi: İstanbul Avrupa yakasında bulunan Beşiktaş, 8,4 km uzunluğunda sahili olduğu İstanbul Boğazı'nın Rumeli yakasında yer alan ve batıda Şişli ve Kâğıthane, güneybatıda Beyoğlu, kuzeyde Sarıyer ilçeleriyle komşudur (Şekil 3.4) (Wikipedia., 2021).

Beşiktaş'ın tarihi ilk çağlara uzanır. O zamanlardaki adı "Taş Beşik" anlamına gelen "Kune Petr" olarak bilinir. İlk sakinleri de Traklar'dır. Öte yandan bazı tarihçiler de Barbaros Hayrettin Paşa'nın gemilerini bağlamak için bu sahile beş tane direk diktiğini, bu nedenle buraya BEŞ-TAŞ adının verildiğini, daha sonraki tarihlerde bu kelimenin değişikliğe uğrayarak BEŞİK-TAŞ olduğunu yazmışlardır. Beşiktaş mitolojik çağlardan itibaren özelliğini koruyan bir bölge olmakla beraber, Bizans döneminde tanındı. Osmanlı dönemi ile bir yerleşim yeri kimliğini alan Beşiktaş'da hem devlet görevlilerinin hem de sıradan halkın yaşadığı semt olduğu için, çeşitli yapı tipleri mevcuttur.



Şekil 3.4: Beşiktaş Bölgesi Haritası

Kaynak: (www.google.com, 2021).

Osmanlı döneminde Beşiktaş Kaptan-ı Deryaların semtiydi. 17. yüzyıldan itibaren Abbasağa ve Vişnezade Mahallelerinin oluşumuyla sırtlara doğru genişledi ve nüfus karmaşası da oluşmaya başladı. Semtin ticari merkezi durumundaki Köyiçi'nde Müslümanlar, Rumlar, Ermeniler ve az sayıda da Yahudiler yaşamaktaydı. Kır-kent iç içeliğinin sur içi İstanbul'dan çok daha yoğun olduğu Beşiktaş, 18.Yüzyılda da bu özelliğini sürdürdü. Lale Devri ile birlikte İstanbul'da yaşanan toplumsal değişimin iki ünlü mekânından biri oldu. Cumhuriyet Döneminden sonra şehir planlamasıyla düzenleme getirilen ilçede, imar hareketlerinin ilk örnekleri görülmüştür (besiktas.meb.gov.tr, 2020). Beşiktaş'da bulunan Akaretler, sıra evler olarak adlandırılan toplu konut tipinin İstanbul'daki en önemli örneğidir. Yapımına Ocak 1875'te irade-i hümayunla başlanan evlerin mimarı Sarkis Balyan'dır. Bu evler kira konutu olarak tasarlanmıştır (Vikipedi, 2021). Yenilen yüzü ile Akaretler Sıra Evler bugün kafe, restoran ve galerilerin merkezi haline gelmiştir. Beyoğlu bölgesinin değişen insan dokusu sebebiyle birçok eğlence mekânı Beşiktaş bölgesine kaymıştır.

3.6 Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmada, istatistiksel olarak anlamlı farklılıkları ölçmek amacıyla ana hipotez ve alt hipotezler oluşturulmuştur. Ana ve alt hipotezler Çizelge 3.3 'de verilmiştir.

Çizelge 3.3: Araştırmanın Ana ve Alt Hipotezleri

		Hipotezler
H1	Ana hipotez	Katılımcıların tanımladıkları 25 sıfat çifti için iç mekân ve dış mekân algıları açısından anlamlı farklılık vardır.
H2	Alt hipotez	Cinsiyet açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H3	Alt hipotez	Yaş açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H4	Alt hipotez	Eğitim durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H5	Alt hipotez	Sanat eğitimi alma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H6	Alt hipotez	Sanata ilgi duyma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H7	Alt hipotez	Mekânlardaki duvar resimlerini fark etme durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H8	Alt hipotez	Cinsiyet açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H9	Alt hipotez	Yaş açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H10	Alt hipotez	Eğitim durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H11	Alt hipotez	Sanat eğitimi alma durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H12	Alt hipotez	Sanata ilgi duyma durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.
H13	Alt hipotez	Mekânlardaki duvar resimlerini fark etme durumu açısından 25 sıfat çifti dış mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.

Kaynak: (Turan, 2020).

3.7 Verilerin Analizi

Anketten elde edilen veri matrisi IBM SPSS 24.0 paket programında analiz edilmiştir. Çalışmada anlamlılık düzeyi $\alpha = 0.05$ olarak alınmıştır. İlk aşamada, demografik ve genel bilgilere yönelik yüzde- sıklık (frekans) dağılım tabloları sunulmuştur. İkinci aşamada, anketin ikinci bölümü duygu durum analizi için belirlenen 8 sorunun cevaplarına yönelik yüzde-sıklık dağılım sonuçları verilmiştir. Daha sonra iç ve dış mekân resimleri için sıfat tanımlamalarına verilen cevapların ortalama ve standart sapma değerlerine yer verilmiştir. Hipotezlerin test edilmesi ve bunun için hangi testin uygun olduğunun belirlenmesi için verilerin dağılımının normal olup olmadığı sınınanmıştır. SPSS programı içinde yer alan Kolmogorov-Simirnov ve Shapiro-Wilk normal dağılım testleri yapılmıştır. Bu testler sonucunda, sorular normal dağılımlı olduğu için ($p>0.05$), analizlerde normal dağılım gerektiren parametrik yöntemler kullanılmıştır. Aynı katılımcılara iç-dış mekân duvar resimleri için görüş sorulduğundan bağımlı örnek durumu söz konusudur ve eşlenik (paired) t test uygunluk gösterecektir. Cinsiyet, yaş vb. demografik bilgilere yönelik farklılık analizi bağımsız örneklem oluşturduğu için iki grup için bağımsız örneklem t testi, 3 ve üzeri grup için ANOVA kullanılmıştır.

3.7.1 Anketin güvenilirlik analizi

Güvenilirlik testlerinden en çok kullanılan testler, Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) olarak sayılabilir. Cronbach Alpha değerinin %70'i geçmesi anketin başarılı olduğunun göstergesidir. Bazı araştırmacılar, %75'i geçmesini temel alırlar. Diğer kriterlerin de %70'i geçmesi anketin iç tutarlılığının sağlandığını ve çıkarımlara güvenilebileceğini ortaya koymaktadır (Özdamar, 2004). Çizelge 3.4'de görüleceği gibi, her dört testte de belirtilen ve olması istenen yüzde değerlerinin güven kriterini geçmiştir. Örneklemin sonuçlarının yüksek güvenilirlik değerleri ile tutarlı ve güvenilir olduğu elde edilmiştir. Her bir güvenilirlik kriteri %70 değerini aştığı için, kişilerle yapılan anketin başarılı olduğu, anketin kendi içinde tutarlı olduğu, elde edilecek sonuçların gerçekleri yansıtacağı ortaya konulmuştur.

Çizelge 3.4: Anketin Güvenilirlik Test Sonuçları

Testler	Anketin Güvenirlik Sonuçları
Cronbach_Alpha	0.825
Split	0.823-0.825
Parelel	0.825
Strict	0.824

Kaynak: (Turan, 2020).

3.7.2 Katılımcıların demografik verilerinin analizi

Çalışmada öncelikle katılımcıların demografik ve genel bilgilere yönelik frekans (sıklık) dağılım tablolarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.5: Demografik Bilgilere Yönelik Sıklık Dağılım Tablosu

		n	%
Yaş	18-25 Yaş	8	10,0
	26-35 Yaş	7	8,8
	36-45 Yaş	20	25,0
	45-60 Yaş	16	20,0
	60 Yaş Üzeri	29	36,3
Cinsiyet	Kadın	61	76,3
	Erkek	19	23,8
Eğitim Durumu	Lise	21	26,3
	Üniversite	43	53,8
	Yüksek Lisans/Doktora	16	20,0
Sanat Eğitimi	Aldı	26	32,5
	Almadı	54	67,5
Sanat İlgisi	İlgim Var	70	87,5
	İlgim Yok	6	7,5
	Fikrim Yok	4	5,0
Duvar Resimlerine Farkındalık	Fark ederim	76	95,0
	Fark etmem	2	2,5
	Fikrim yok	2	2,5

Kaynak: (Turan, 2020).

Katılımcıların %10'u 18-25 yaşlarında, %8,8'i 26-35 yaşlarında, %25'i 36-45 yaşlarında, %20'si 45-60 yaşlarında ve %36,3'ü ise 60 yaş üzerindedir.

Katılımcıların %76,3'ü kadın iken %23,8'i erkektir. Katılımcıların %26,3'ünün eğitim durumu lise, %53,8'inin üniversite ve %20'sinin ise yüksek lisans/doktoradır.

Katılımcıların %32,5'i daha önce sanat eğitimi almış iken %67,5'i daha önce sanat eğitimi almamıştır. Katılımcıların %87,5'inin sanata ilgisi var iken, %7,5'inin ilgisi yoktur ve %5'inin ise fikri bulunmamaktadır. Katılımcıların %95'i mekanlardaki duvar resimlerini fark ederken, %2,5'i duvar resimlerini fark etmemektedir ve %2,5'inin ise fikri bulunmamaktadır (Çizelge 3.5).

3.7.3. Duvar resmi ve mekân ilişkisi veri analizleri

Bu bölümde kullanıcıların duvar resmi ve mekâna dair algı ve düşüncelerini anlamak adına sorular sorulmuş ve tablolar üzerinden veri analizi yapılmıştır.

Çizelge 3.6: Eserlerin Mekânlarda Daha Önce Görülüp Görülmediğine Dair Tablo

		n	%	
1. Bu eseri daha önce gördünüz mü?	1.Resim	Evet	12	15,0
		Hayır	68	85,0
	2.Resim	Evet	9	11,3
		Hayır	71	88,8
	3.Resim	Evet	19	23,8
		Hayır	61	76,3
	4.Resim	Evet	19	23,8
		Hayır	61	76,3
	5.Resim	Evet	14	17,5
		Hayır	66	82,5
	6.Resim	Evet	16	20,0
		Hayır	64	80,0
	7.Resim	Evet	8	10,0
		Hayır	72	90,0
	8.Resim	Evet	8	10,0
		Hayır	72	90,0
	9.Resim	Evet	10	12,5
		Hayır	70	87,5
	10.Resim	Evet	6	7,5
		Hayır	74	92,5

Kaynak: (Turan, 2020).

Bu eseri daha önce gördünüz mü?" sorusuna birinci resim için katılımcıların %15'i "Evet", %85'i "Hayır" yanıtı vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %11,3'ü "Evet", %88,8'i "Hayır" yanıtı vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %23,8'i "Evet", %76,3'ü "Hayır" yanıtı vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %23,8'i "Evet", %76,3'ü "Hayır" yanıtı vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların

%17,5'i "Evet", %82,5'i "Hayır" yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %20'si "Evet", %80'i "Hayır" yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %10'u "Evet", %90'ı "Hayır" yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %10'u "Evet", %90'ı "Hayır" yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %12,5'i "Evet", %87,5'i "Hayır" yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %7,5'i "Evet", %92,5'i "Hayır" yanıtını vermiştir (Çizelge3.6).

Çizelge 3.7: Mekândaki Mevcut Duvar Resmi ve Mekândan Kaldırılmış Versiyonu Üzerinden Yapılan Analiz Tablosu

		n	%	
2. Yukarıdaki resimlere bakarak duvar resmi yapılmadan önce ve yapıldıktan sonraki versiyonunu tercih açısından değerlendiriniz?	1.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	2	2,5
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	78	97,5
		Fikrim yok	-	-
	2.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	20	25,0
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	60	75,0
		Fikrim yok	-	-
	3.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	15	18,8
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	64	80,0
		Fikrim yok	1	1,3
	4.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	6	7,5
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	73	91,3
		Fikrim yok	1	1,3
	5.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	7	8,8
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	70	87,5
		Fikrim yok	3	3,8
	6.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	1	1,3
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	79	98,8
		Fikrim yok	-	-

Çizelge 3.7: Devamı

		n	%	
2. Yukarıdaki resimlere bakarak duvar resmi yapılmadan önce ve yapıldıktan sonraki versiyonunu tercih açısından değerlendiriniz?	7.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	5	6,3
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	74	92,5
		Fikrim yok	1	1,3
	8.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	4	5,0
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	75	93,8
		Fikrim yok	1	1,3
	9.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	12	15,0
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	65	81,3
		Fikrim yok	3	3,8
	10.Resim	Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.	12	15,0
		Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.	65	81,3
		Fikrim yok	3	3,8

Kaynak: (Turan, 2020).

“Yukarıdaki resimlere bakarak duvar resmi yapılmadan önce ve yapıldıktan sonraki versiyonunu tercih açısından değerlendiriniz.” önermesine birinci resim için katılımcıların %2,5’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %97,5’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.” yanıtını vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %25’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %75’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.” yanıtını vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %18,8’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %80’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %1,3’ü “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %7,5’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %91,3’ü “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %1,3’ü “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %8,8’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %87,5’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %3,8’i “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %1,3’ü “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %98,8’i “Duvar resmi yapıldıktan

sonraki versiyonu tercih ederim.” yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %6,3’ü “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %92,5’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %1,3’ü “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %5’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %93,8’i “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %1,3’ü “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %15’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %81,3’ü “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %3,8’i “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %15’i “Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.”, %81,3’ü “Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.”, %3,8’i “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir (Çizelge 3.7).

Çizelge 3.8: Son Altı Ayda Benzer Resim Görülüp Görülmediğine Dair Soru Analiz Tablosu

			n	%
			1.Resim	Evet
	Hayır	34	42,5	
	Fikrim yok	4	5,0	
2.Resim	Evet	24	30,0	
	Hayır	52	65,0	
	Fikrim yok	4	5,0	
3.Resim	Evet	29	36,3	
	Hayır	49	61,3	
	Fikrim yok	2	2,5	
4.Resim	Evet	40	50,0	
	Hayır	39	48,8	
	Fikrim yok	1	1,3	
5.Resim	Evet	39	48,8	
	Hayır	40	50,0	
	Fikrim yok	1	1,3	
6.Resim	Evet	32	40,0	
	Hayır	46	57,5	
	Fikrim yok	2	2,5	
7.Resim	Evet	33	41,3	
	Hayır	45	56,3	
	Fikrim yok	2	2,5	

Çizelge 3.8: Devamı

			n	%
3.Son altı ayda benzer bir duvar resmi gördünüz mü?	8.Resim	Evet	39	48,8
		Hayır	39	48,8
		Fikrim yok	2	2,5
	9.Resim	Evet	27	33,8
		Hayır	50	62,5
		Fikrim yok	3	3,8
	10.Resim	Evet	30	37,5
		Hayır	45	56,3
		Fikrim yok	5	6,3

Kaynak: (Turan, 2020).

“Son altı ayda benzer bir duvar resmi gördünüz mü?” sorusuna birinci resim için katılımcıların %52,5’i “Evet”, %42,5’i “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %30’u “Evet”, %65’i “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %36,3’ü “Evet”, %61,3’ü “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %50’si “Evet”, %48,8’i “Hayır”, %1,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %48,8’i “Evet”, %50’i “Hayır”, %1,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %40’ı “Evet”, %57,5’i “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %41,3’ü “Evet”, %56,3’ü “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %48,8’i “Evet”, %48,8’i “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %33,8’i “Evet”, %62,5’i “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %37,5’i “Evet”, %56,3’ü “Hayır”, %6,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir (Çizelge 3.8).

Çizelge 3.9: Duvar Resminin Sokağı /Mekânı Güzelleştirip Güzelleştirmedigine Dair Soru Analiz Tablosu

			n	%
4.Sizce bu eser sokağı/mekânı güzelleşirdi mi?	1.Resim	Evet	74	92,5
		Hayır	4	5,0
		Fikrim yok	2	2,5
	2.Resim	Evet	61	76,3
		Hayır	16	20,0
		Fikrim yok	3	3,8

Çizelge 3.9: Devamı

		n	%	
4.Sizce bu eser sokağı/mekânı güzelleşirdi mi?	3.Resim	Evet	63	78,8
		Hayır	13	16,3
		Fikrim yok	4	5,0
	4.Resim	Evet	69	86,3
		Hayır	9	11,3
		Fikrim yok	2	2,5
	5.Resim	Evet	68	85,0
		Hayır	6	7,5
		Fikrim yok	6	7,5
	6.Resim	Evet	68	85,0
		Hayır	10	12,5
		Fikrim yok	2	2,5
	7.Resim	Evet	71	88,8
		Hayır	2	2,5
		Fikrim yok	7	8,8
	8.Resim	Evet	70	87,5
		Hayır	7	8,8
		Fikrim yok	3	3,8
9.Resim	Evet	67	83,8	
	Hayır	11	13,8	
	Fikrim yok	2	2,5	
10.Resim	Evet	63	78,8	
	Hayır	13	16,3	
	Fikrim yok	4	5,0	

Kaynak: (Turan, 2020).

“Sizce bu eser sokağı güzelleşirdi mi?” sorusuna birinci resim için katılımcıların %92,5’i “Evet”, %5’i “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %76,3’ü “Evet”, %20’si “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %78,8’i “Evet”, %16,3’ü “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %86,3’ü “Evet”, %11,3’ü “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %85’i “Evet”, %7,5’i “Hayır”, %7,5’i “Fikrim yok.” yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %85’i “Evet”, %12,5’i “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %88,8’i “Evet”, %2,5’i “Hayır”, %8,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için

katılımcıların %87,5'i "Evet", %8,8'i "Hayır", %3,8'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %83,8'i "Evet", %13,8'i "Hayır", %2,5'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %78,8'i "Evet", %16,3'ü "Hayır", %5,0'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir (Çizelge 3.9)

Çizelge 3.10: Duvar Resminin Mekândan Kaldırıp Kaldırılmamasına Dair Analiz Tablosu

			n	%
5.Sizce bu eser kaldırılmalı mı?	1.Resim	Evet	8	10,0
		Hayır	70	87,5
		Fikrim yok.	2	2,5
	2.Resim	Evet	9	11,3
		Hayır	67	83,8
		Fikrim yok.	4	5,0
	3.Resim	Evet	10	12,5
		Hayır	67	83,8
		Fikrim yok.	3	3,8
	4.Resim	Evet	4	5,0
		Hayır	73	91,3
		Fikrim yok.	3	3,8
	5.Resim	Evet	5	6,3
		Hayır	70	87,5
		Fikrim yok.	5	6,3
	6.Resim	Evet	5	6,3
		Hayır	72	90,0
		Fikrim yok.	3	3,8
	7.Resim	Evet	-	-
		Hayır	76	95,0
		Fikrim yok.	4	5,0
	8.Resim	Evet	6	7,5
		Hayır	71	88,8
		Fikrim yok.	3	3,8
	9.Resim	Evet	11	13,8
		Hayır	65	81,3
		Fikrim yok.	4	5,0
	10.Resim	Evet	9	11,3
		Hayır	65	81,3
		Fikrim yok.	6	7,5

Kaynak: (Turan, 2020).

Sizce bu eser kaldırılmalı mı?” sorusuna birinci resim için katılımcıların %10’u “Evet”, %87,5’i “Hayır”, %2,5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %11,3’ü “Evet”, %83,8’i “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %12,5’i “Evet”, %83,8’i “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %5’i “Evet”, %91,3’ü “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %6,3’ü “Evet”, %87,5’i “Hayır”, %6,3’ü “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %6,3’ü “Evet”, %90’ı “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %95’i “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %7,5’i “Evet”, %88,8’i “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %13,8’i “Evet”, %81,3’ü “Hayır”, %5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %11,3’ü “Evet”, %81,3’ü “Hayır”, %7,5’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir (Çizelge 3.10).

Çizelge 3.11: Duvar Resmini Başka Kişilerin Görmesi Açısından Tavsiye Eder misiniz Soru Analiz Tablosu

			n	%
6.Eseri görülmesi açısından birilerine tavsiye eder misiniz?	1.Resim	Evet	46	57,5
		Hayır	21	26,3
		Fikrim yok	13	16,3
	2.Resim	Evet	33	41,3
		Hayır	34	42,5
		Fikrim yok	13	16,3
	3.Resim	Evet	35	43,8
		Hayır	34	42,5
		Fikrim yok	11	13,8
	4.Resim	Evet	48	60,0
		Hayır	25	31,3
		Fikrim yok	7	8,8
	5.Resim	Evet	50	62,5
		Hayır	22	27,5
		Fikrim yok	8	10,0
	6.Resim	Evet	50	62,5
		Hayır	21	26,3
		Fikrim yok	9	11,3

Çizelge 3.11: Devamı

6.Eseri görülmesi açısından birilerine tavsiye eder misiniz?			n	%	
	7.Resim	Evet		48	60,0
		Hayır		24	30,0
		Fikrim yok		8	10,0
	8.Resim	Evet		46	57,5
		Hayır		26	32,5
		Fikrim yok		8	10,0
	9.Resim	Evet		41	51,3
		Hayır		33	41,3
		Fikrim yok		6	7,5
	10.Resim	Evet		42	52,5
		Hayır		32	40,0
		Fikrim yok		6	7,5

Kaynak: (Turan, 2020).

“Eseri görülmesi açısından birilerine tavsiye eder misiniz?” sorusuna birinci resim için katılımcıların %57,5’i “Evet”, %26,3’ü “Hayır”, %16,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %41,3’ü “Evet”, %42,5 ‘i “Hayır”, %16,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %43,8’i “Evet”, %42,5’i “Hayır”, %13,8’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %60’ı “Evet”, %31,3’ü “Hayır”, %8,8’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %62,5’i “Evet”, %27,5’i “Hayır”, %10’u “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %62,5’i “Evet”, %26,3’ü “Hayır”, %11,3’ü “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %60’ı “Evet”, %30’u “Hayır”, %10’u “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %57,5’i “Evet”, %32,5’i “Hayır”, %10’u “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %51,3’ü “Evet”, %41,3’ü “Hayır”, %7,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %52,5’i “Evet”, %40’ı “Hayır”, %7,5’i “Fikrim yok” yanıtı vermiştir (Çizelge 3.11).

Çizelge 3.12: Duvar Resimlerinin Bina cephelerinde/ Mekânlarda Kullanılmasını Doğru Buluyor musunuz Soru Analiz Tablosu

		n	%	
7. Eserlerin bina cephelerinde/mekânlarda kullanılmasını doğru buluyor musunuz?	1.Resim	Evet	76	95,0
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	1	1,3
	2.Resim	Evet	74	92,5
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	3	3,8
	3.Resim	Evet	69	86,3
		Hayır	8	10,0
		Fikrim yok	3	3,8
	4.Resim	Evet	72	90,0
		Hayır	6	7,5
		Fikrim yok	2	2,5
	5.Resim	Evet	75	93,8
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	2	2,5
	6.Resim	Evet	76	95,0
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	1	1,3
	7.Resim	Evet	74	92,5
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	3	3,8
	8.Resim	Evet	77	96,3
		Hayır	2	2,5
		Fikrim yok	1	1,3
	9.Resim	Evet	75	93,8
		Hayır	3	3,8
		Fikrim yok	2	2,5
	10.Resim	Evet	76	95,0
		Hayır	2	2,5
		Fikrim yok	2	2,5

Kaynak: (Turan, 2020).

“Eserlerin bina cephelerinde kullanılmasını doğru buluyor musunuz?” sorusuna birinci resim için katılımcıların %95’i “Evet”, %3,8’i “Hayır”, %1,3’ü “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %92,5’i “Evet”, %3,8’i “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %86,3’ü “Evet”, %10’u “Hayır”, %3,8’i “Fikrim yok” yanıtını vermiştir. Dördüncü resim

için katılımcıların %90'ı "Evet", %7,5'i "Hayır", %2,5'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %93,8'i "Evet", %3,8'i "Hayır", %2,5'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %95'i "Evet", %3,8'i "Hayır", %1,3'ü "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %92,5'i "Evet", %3,8'i "Hayır", %3,8'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %96,3'ü "Evet", %2,5'i "Hayır", %1,3'ü "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %93,8'i "Evet", %3,8'i "Hayır", %2,5'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %95'i "Evet", %2,5'i "Hayır", %2,5'i "Fikrim yok" yanıtını vermiştir (Çizelge 3.12).

Çizelge 3.13: Eserin Katılımcı Üzerinde Uyandırdığı Düşünce Tablosu

			n	%
8.Lütfen eserin sizde uyandırdığı düşünceyi belirtiniz.	1.Resim	Mekânla uyumlu buldum	14	17,5
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	60	75,0
		Yüzeze zarar vermiştir	-	-
		Boşluğu kirli gösteriyor	1	1,3
		Diğer	5	6,3
	2.Resim	Mekânla uyumlu buldum	25	31,3
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	34	42,5
		Yüzeze zarar vermiştir	4	5,0
		Boşluğu kirli gösteriyor	1	1,3
		Diğer	16	20,0
	3.Resim	Mekânla uyumlu buldum	21	26,3
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	42	52,5
		Yüzeze zarar vermiştir	1	1,3
		Boşluğu kirli gösteriyor	9	11,3
		Diğer	7	8,8
	4.Resim	Mekânla uyumlu buldum	18	22,5
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	50	62,5
		Yüzeze zarar vermiştir	4	5,0
		Boşluğu kirli gösteriyor	2	2,5
		Diğer	6	7,5

Çizelge 3.13: Devamı

			n	%
8.Lütfen eserin sizde uyandırdığı düşünceyi belirtiniz.	5.Resim	Mekânla uyumlu buldum	33	41,3
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	40	50,0
		Yüzeze zarar vermiştir	-	-
		Boşluğu kirli gösteriyor	2	2,5
		Diğer	5	6,3
	6.Resim	Mekânla uyumlu buldum	29	36,3
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	42	52,5
		Yüzeze zarar vermiştir	3	3,8
		Boşluğu kirli gösteriyor	-	-
		Diğer	6	7,5
	7.Resim	Mekânla uyumlu buldum	38	47,5
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	36	45,0
		Yüzeze zarar vermiştir	-	-
		Boşluğu kirli gösteriyor	1	1,3
		Diğer	5	6,3
	8.Resim	Mekânla uyumlu buldum	41	51,3
		Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	34	42,5
		Yüzeze zarar vermiştir	1	1,3
		Boşluğu kirli gösteriyor	1	1,3
		Diğer	3	3,8
9.Resim	Mekânla uyumlu buldum	32	40,0	
	Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	34	42,5	
	Yüzeze zarar vermiştir	-	-	
	Boşluğu kirli gösteriyor	6	7,5	
	Diğer	8	10,0	
10.Resim	Mekânla uyumlu buldum	19	23,8	
	Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum	43	53,8	
	Yüzeze zarar vermiştir	2	2,5	
	Boşluğu kirli gösteriyor	2	2,5	
	Diğer	14	17,5	

Kaynak: (Turan, 2020).

“Lütfen eserin sizde uyandırdığı düşünceyi belirtiniz.” önermesine birinci resim için katılımcıların %17,5’i “Mekânla uyumlu buldum”, %75’i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %1,3’ü “Boşluğu kirli gösteriyor”, %6,3’ü “Diğer” yanıtını

vermiştir. İkinci resim için katılımcıların %31,3'ü “Mekânla uyumlu buldum”, %42,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %5'i “Yüzeze zarar vermiştir”, %1,3'ü “Boşluğu kirli gösteriyor”, %20'si “Diğer” yanıtını vermiştir. Üçüncü resim için katılımcıların %26,3'ü “Mekânla uyumlu buldum”, %52,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %1,3'ü “Yüzeze zarar vermiştir”, %11,3'ü “Boşluğu kirli gösteriyor”, %8,8'i “Diğer” yanıtını vermiştir. Dördüncü resim için katılımcıların %22,5'i “Mekânla uyumlu buldum”, %62,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %5'i “Yüzeze zarar vermiştir”, %2,5'i “Boşluğu kirli gösteriyor”, %7,5'i “Diğer” yanıtını vermiştir. Beşinci resim için katılımcıların %41,3'ü “Mekânla uyumlu buldum”, %50'si “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %2,5'i “Boşluğu kirli gösteriyor”, %6,3'ü “Diğer” yanıtını vermiştir. Altıncı resim için katılımcıların %36,3'ü “Mekânla uyumlu buldum”, %52,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %3,8'i “Yüzeze zarar vermiştir”, %7,5'i “Diğer” yanıtını vermiştir. Yedinci resim için katılımcıların %47,5'i “Mekânla uyumlu buldum”, %45'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %1,3'ü “Boşluğu kirli gösteriyor”, %6,3'ü “Diğer” yanıtını vermiştir. Sekizinci resim için katılımcıların %51,3'ü “Mekânla uyumlu buldum”, %42,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %1,3'ü “Yüzeze zarar vermiştir”, %1,3'ü “Boşluğu kirli gösteriyor”, %3,8'i “Diğer” yanıtını vermiştir. Dokuzuncu resim için katılımcıların %40'ı “Mekânla uyumlu buldum”, %42,5'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %7,5'i “Boşluğu kirli gösteriyor”, %10'u “Diğer” yanıtını vermiştir. Onuncu resim için katılımcıların %23,8'i “Mekânla uyumlu buldum”, %53,8'i “Mekânı güzelleştirdiğini düşünüyorum”, %2,5'i “Yüzeze zarar vermiştir”, %2,5'i “Boşluğu kirli gösteriyor”, %17,5'i “Diğer” yanıtını vermiştir (Çizelge 3.13).

3.7.4 Duygu durum sıfat çiftlerinin veri analizi

Bu bölümde, duvar resimlerinin kullanıcılarda uyandırdığı duygu durumlarının 25 adet sıfat çifti üzerinden 1 (olumsuz) ile 7 (olumlu) arasında bir sayı değeri ile değerlendirilmesi yer almaktadır. Veriler tablolarda iç mekân ve dış mekân olarak analiz edilmiştir.

Öncelikle grup farklılıklarının değerlendirilmesinde hangi yöntemin kullanılacağını bulmak amacıyla verilere Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri uygulanmıştır.

Çizelge 3.14: Normallik Testi Sonuçları

Sıfat	Mekân	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	sd	p	İstatistik	sd	p
1. Düzensiz-Düzenli	İç	.088	80	.199	.951	80	.147
	Dış	.116	80	.123	.922	80	.272
2. Uyumsuz-Uyumlu	İç	.081	80	.208	.956	80	.276
	Dış	.115	80	.311	.938	80	.314
3. Sıkıcı-Rahat	İç	.119	80	.657	.935	80	.196
	Dış	.149	80	.319	.916	80	.236
4. Soğuk-Sıcak	İç	.072	80	.200	.963	80	.173
	Dış	.103	80	.336	.946	80	.211
5. Donuk-canlı	İç	.091	80	.161	.956	80	.265
	Dış	.142	80	.225	.934	80	.267
6. Hüzünlü-Neşeli	İç	.108	80	.423	.941	80	.256
	Dış	.130	80	.222	.913	80	.136
7. Yumuşak-Sert	İç	.121	80	.165	.915	80	.188
	Dış	.144	80	.187	.909	80	.185
8. Etkisiz-Etkili	İç	.112	80	.415	.927	80	.155
	Dış	.134	80	.331	.897	80	.157
9. Sakin-Uyarıcı	İç	.110	80	.218	.927	80	.184
	Dış	.140	80	.451	.902	80	.175
10. Gizemli-Görkemli	İç	.121	80	.146	.919	80	.193
	Dış	.226	80	.127	.861	80	.219
11. Durgun-Dinamik	İç	.109	80	.219	.934	80	.275
	Dış	.149	80	.314	.912	80	.282
12. Tekdüze-Değişken	İç	.156	80	.305	.886	80	.203
	Dış	.206	80	.271	.839	80	.257
13. Pasif-Aktif	İç	.161	80	.155	.896	80	.214
	Dış	.157	80	.156	.909	80	.194
14. Erkeksi-Kadınsı	İç	.162	80	.238	.926	80	.163
	Dış	.145	80	.325	.922	80	.194
15. Basit-Karmaşık	İç	.145	80	.133	.928	80	.247
	Dış	.133	80	.511	.903	80	.245
16. Geleneksel-Aykırı	İç	.179	80	.362	.876	80	.283
	Dış	.235	80	.143	.853	80	.256
17. Rahatsız-Rahatlatıcı	İç	.174	80	.295	.920	80	.365
	Dış	.142	80	.340	.911	80	.308
18. Sezgisel-Akılcı	İç	.146	80	.213	.916	80	.140
	Dış	.206	80	.218	.830	80	.162
19. Sıkıcı-İlginç	İç	.076	80	.233	.959	80	.147
	Dış	.134	80	.164	.930	80	.267

Çizelge 3.14: Devamı

Sıfat	Mekân	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	sd	p	İstatistik	sd	p
20. Tatsız-Hoş	İç	.110	80	.227	.944	80	.316
	Dış	.119	80	.417	.921	80	.479
21. Sıradan-Özgün	İç	.136	80	.185	.918	80	.458
	Dış	.159	80	.149	.910	80	.450
22. Tarafsız-Tarafli	İç	.210	80	.166	.829	80	.474
	Dış	.302	80	.207	.783	80	.437
23. Anlaşılmaz-Şeffaf	İç	.199	80	.452	.848	80	.512
	Dış	.228	80	.127	.816	80	.518
24. Renksiz-Renkli	İç	.109	80	.143	.927	80	.478
	Dış	.130	80	.143	.911	80	.260
25. Aptalca-Akılca	İç	.166	80	.205	.880	80	.256
	Dış	.190	80	.344	.866	80	.267

Kaynak: (Turan, 2020).

Tüm değişkenler için $p > 0.05$ olduğundan normal dağılım sağlandığını belirten H_0 hipotezi kabul edilir (Çizelge 3.14). Bu durumda grup farklılıklarının değerlendirilmesinde normal dağılım gerektiren parametrik yöntemler kullanılacaktır.

Çizelge 3.15: İç ve dış Mekân Açısından Paired t Testi Farklılık Analizi Sonuçları

Sıfatlar	Cinsiyet	N	Cevap ortalaması	St.sapma	p
1. Düzensiz-Düzenli	İç mekân	80	3.2200	2.07666	0.261
	Dış mekân	80	3.4075	2.31876	
2. Uyumsuz-Uyumlu	İç mekân	80	3.2650	2.05242	0.000*
	Dış mekân	80	4.0575	2.08944	
3. Sıkıcı-Rahat	İç mekân	80	3.0575	2.16162	0.000*
	Dış mekân	80	3.3775	2.35914	
4. Soğuk-Sıcak	İç mekân	80	3.3450	1.99923	0.000*
	Dış mekân	80	3.7950	2.09350	
5. Donuk-Canlı	İç mekân	80	3.1825	2.09114	0.445
	Dış mekân	80	3.2075	2.22607	
6. Hüzünlü-Neşeli	İç mekân	80	2.7000	2.04432	0.000*
	Dış mekân	80	3.1525	2.24392	
7. Yumuşak-Sert	İç mekân	80	2.2175	1.85532	0.000*
	Dış mekân	80	1.8500	1.63304	

Çizelge 3.15: Devamı

Sıfatlar	Cinsiyet	N	Cevap ortalaması	St.sapma	p
8.Etkisiz-Etkili	İç mekân	80	3.1725	2.22977	0.157
	Dış mekân	80	3.0825	2.43782	
9.Sakin-Uyarıcı	İç mekân	80	2.6000	2.10773	0.000*
	Dış mekân	80	2.3450	2.06330	
10.Gizemli-Görkemli	İç mekân	80	2.2950	1.87589	0.296
	Dış mekân	80	2.2500	2.18800	
11.Durgun-Dinamik	İç mekân	80	2.7250	2.08001	0.331
	Dış mekân	80	2.5750	2.15908	
12.Tekdüze-Değişken	İç mekân	80	2.4225	2.20241	0.000*
	Dış mekân	80	2.1275	2.22921	
13.Pasif-Aktif	İç mekân	80	2.4825	2.21472	0.155
	Dış mekân	80	2.5000	2.16251	
14.Erkeksi-Kadınısı	İç mekân	80	2.3500	1.81289	0.306
	Dış mekân	80	2.5375	1.94782	
15. Basit-Karmaşık	İç mekân	80	2.4075	1.81595	0.000*
	Dış mekân	80	1.8875	1.69761	
16.Geleneksel-Aykırı	İç mekân	80	2.3700	2.16417	0.000*
	Dış mekân	80	1.9175	1.96751	
17.Rahatsız-Rahatlatıcı	İç mekân	80	2.5225	2.04716	0.000*
	Dış mekân	80	2.9675	2.28089	
18.Sezgisel-Akılcı	İç mekân	80	2.5525	2.09574	0.000*
	Dış mekân	80	2.1000	2.31298	
19.Sıkıcı-İlginç	İç mekân	80	3.4150	2.03955	0.000*
	Dış mekân	80	2.9600	2.21923	
20.Tatsız-Hoş	İç mekân	80	3.1325	2.08331	0.366
	Dış mekân	80	3.3275	2.35103	
21.Sıradan-Özgün	İç mekân	80	3.0175	2.24188	0.172
	Dış mekân	80	2.8425	2.31006	
22. Tarafsız-Tarafılı	İç mekân	80	1.6875	1.88124	0.188
	Dış mekân	80	1.6825	2.09295	
23.Anlaşılmaz-Şeffaf	İç mekân	80	2.1025	2.15477	0.203
	Dış mekân	80	2.3150	2.47924	
24.Renksiz-Renkli	İç mekân	80	2.9825	2.24887	0.159
	Dış mekân	80	2.9350	2.35502	
25.Aptalca-Akıllıca	İç mekân	80	2.7525	2.42899	0.254
	Dış mekân	80	2.8425	2.54453	

*0.05 için anlamlı farklılık

Kaynak: (Turan, 2020).

Uyumsuz-uyumlu (dış mekân resimleri ortalaması yüksek), **sıkıcı-ilginç** (dış mekân resimleri ortalaması yüksek), **soğuk-sıcak** (dış mekân resimleri ortalaması yüksek),

hüzünlü-neşeli (dış mekân resimleri ortalaması yüksek), **yumuşak-sert** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **sakin-uyarıcı** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **tekdüze-değişken** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **basit-karmaşık**(iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **geleneksel-aykırı** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **rahatsız-rahatlatıcı** (dış mekân resimleri ortalaması yüksek), **sezgisel-akılcı** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek), **sıkıcı-ilginç** (iç mekân resimleri ortalaması yüksek) sıfat çiftleri iç ve dış mekân resimleri algıları açısından anlamlı farklılık göstermiştir ($p<0.05$). Çalışmanın ana hipotez “Katılımcıların tanımladıkları 25 sıfat çifti için iç mekân ve dış mekân algıları açısından anlamlı farklılık vardır.” olarak kurgulanmıştır. Çalışmanın ana hipotezi sadece bu sıfatlar için doğrulanmıştır. Bunların dışında kalan sıfat çiftleri için anlamlı farklılık elde edilememiştir ($p>0.05$) (Çizelge 3.15).

İç mekân duvar resimleri için tanımsal bilgiler aşağıdaki gibidir (Çizelge 3.15):

Katılımcıların **düzensiz-düzenli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.22 ve standart sapma değeri 2.08’dir. Katılımcıların **uyumsuz-uyumlu** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.27 ve standart sapma değeri 2,05’dir. Katılımcıların **sıkıcı-rahatsız** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,06 ve standart sapma değeri 2,16’dir. Katılımcıların **soğuk-sıcak** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,35 ve standart sapma değeri 2’dir. Katılımcıların **donuk-canlı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,18 ve standart sapma değeri 2,09’dur. Katılımcıların **hüzünlü-neşeli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2.70 ve standart sapma değeri 2,04’tür. Katılımcıların **yumuşak-sert** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2.22 ve standart sapma değeri 1.86’dır. Katılımcıların **etkisiz-etkili** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,17 ve standart sapma değeri 2,23’tür. Katılımcıların **sakin-uyarıcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,60 ve standart sapma değeri 2,11’dir. Katılımcıların **gizemli-görkemli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,30 ve standart sapma değeri 1.88’dir. Katılımcıların **durgun-dinamik** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,73 ve standart sapma değeri 2,08’dir. Katılımcıların **tekdüze-değişken** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2.42 ve standart sapma 2,20’dir. Katılımcıların **pasif-aktif** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,48 ve standart sapma değeri 2,21’dir. Katılımcıların **erkeksi-kadınsı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,35 ve standart sapma değeri 1.81’dir. Katılımcıların **basit-karmaşık** sıfat çiftine verdikleri yanıtların

ortalaması 2,41 ve standart sapma değeri 1.82'dir. Katılımcıların **geleneksel-aykırı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,37 ve standart sapma değeri 2,16'dır. Katılımcıların **rahatsız-rahatlatıcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,52 ve standart sapma değeri 2,05'tir. Katılımcıların **sezgisel-akılcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,55 ve standart sapma değeri 2,10'dur. Katılımcıların **sıkıcı-ilginç** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.42 ve standart sapma değeri 2,04'tür. Katılımcıların **tatsız-hoş** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.13 ve standart sapma değeri 2,08'dir. Katılımcıların **sıradan-özgün** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.02 ve standart sapma değeri 2,24'tür. Katılımcıların **tarafsız-tarafli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 1,69 ve standart sapma değeri 1.88'dir. Katılımcıların **anlaşılmaz-şeffaf** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,10 ve standart sapma değeri 2,15'dir. Katılımcıların **renksiz-renkli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,98 ve standart sapma değeri 2,25'dir. Katılımcıların **aptalca-akılcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,75 ve standart sapma değeri 2,43'tür.

Dış mekân duvar resimleri için tanımsal bilgiler aşağıdaki gibidir (Çizelge 3.15):

Katılımcıların düzensiz-düzenli sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,41 ve standart sapma değeri 2.32'dir. Katılımcıların **uyumsuz-uyumlu** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 4,06 ve standart sapma değeri 2,09'dur. Katılımcıların **sıkıcı-rahat** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,38 ve standart sapma değeri 2,36'dır. Katılımcıların **soğuk-sıcak** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,80 ve standart sapma değeri 2,09'dur. Katılımcıların **donuk-canlı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,21 ve standart sapma değeri 2,23'tür. Katılımcıların **hüzünlü-neşeli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,15 ve standart sapma değeri 2,24'tür. Katılımcıların **yumuşak-sert** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 1,85 ve standart sapma değeri 1.63'tür. Katılımcıların **etkisiz-etkili** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3,08 ve standart sapma değeri 2,44'tür. Katılımcıların **sakin-uyarıcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,35 ve standart sapma değeri 2,06'dır. Katılımcıların **gizemli-görkemli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,25 ve standart sapma değeri 2,19'dur. Katılımcıların **durgun-dinamik** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,58 ve standart sapma değeri 2,16'dır. Katılımcıların **tekdüze-değişken** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2.13 ve standart sapma 2,23'tür. Katılımcıların **pasif-**

aktif sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,50 ve standart sapma değeri 2,16'dır. Katılımcıların **erkeksi-kadınsı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,54 ve standart sapma değeri 1.95'tir. Katılımcıların **basit-karmaşık** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 1,89 ve standart sapma değeri 1.70'dir. Katılımcıların **geleneksel-aykırı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 1,92 ve standart sapma değeri 1,97'dir. Katılımcıların **rahatsız-rahatlatıcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,97 ve standart sapma değeri 2,28'dir. Katılımcıların **sezgisel-akılcı** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,10 ve standart sapma değeri 2,31'dir. Katılımcıların **sıkıcı-ilginç** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,96 ve standart sapma değeri 2,22'dir. Katılımcıların **tatsız-hoş** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 3.33 ve standart sapma değeri 2,35'tir. Katılımcıların **sıradan-özgün** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,84 ve standart sapma değeri 2,31'dir. Katılımcıların **tarafsız-tarafli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 1,68 ve standart sapma değeri 2,09'dur. Katılımcıların **anlaşılmaz-şeffaf** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,32 ve standart sapma değeri 2,48'dir. Katılımcıların **renksiz-renkli** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,94 ve standart sapma değeri 2,36'dır. Katılımcıların **aptalca-akıllıca** sıfat çiftine verdikleri yanıtların ortalaması 2,84 ve standart sapma değeri 2,54'tür.

3.7.5 Duygu durum sıfat çiftlerinin demografik verilere göre analizi ve alt hipotezlerin testi

Bu bölümde duygu durum sıfat çiftleri aşağıda bulunan altı başlık altında iç ve dış mekân olarak ayrı tablolarda analiz edilmiştir.

1. Cinsiyet.
2. Yaş.
3. Eğitim durumu.
4. Sanat eğitimi.
5. Sanata ilgi.
6. Mekânda bulunan duvar resmine karşı farkındalığı.

Çizelge 3.16: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ort.	Standart Sapma	t	p
Düzensiz-Düzenli	Kadın	61	3,23	2,14	0,048	0,962
	Erkek	19	3,20	1,90		
Uyumsuz-Uyumlu	Kadın	61	3,27	2,16	0,005	0,996
	Erkek	19	3,26	1,71		
Sıkıcı-Rahat	Kadın	61	3,11	2,26	0,374	0,710
	Erkek	19	2,89	1,85		
Soğuk-Sıcak	Kadın	61	3,34	2,06	-0,058	0,954
	Erkek	19	3,37	1,86		
Donuk-Canlı	Kadın	61	3,23	2,21	0,333	0,740
	Erkek	19	3,04	1,69		
Hüzünlü-Neşeli	Kadın	61	2,88	2,04	1,410	0,163
	Erkek	19	2,13	2,01		
Yumuşak-Sert	Kadın	61	2,17	1,91	-0,376	0,708
	Erkek	19	2,36	1,72		
Etkisiz-Etkili	Kadın	61	3,37	2,28	1,408	0,163
	Erkek	19	2,55	1,98		
Sakin-Uyarıcı	Kadın	61	2,58	2,26	-0,179	0,859
	Erkek	19	2,66	1,57		
Gizemli-Görkemli	Kadın	61	2,32	1,95	0,223	0,824
	Erkek	19	2,21	1,66		
Durgun-Dinamik	Kadın	61	2,89	2,20	1,475	0,148
	Erkek	19	2,21	1,57		
Tekdüze-Değişken	Kadın	61	2,52	2,31	0,834	0,410
	Erkek	19	2,09	1,84		
Pasif-Aktif	Kadın	61	2,58	2,32	0,706	0,483
	Erkek	19	2,17	1,84		
Erkeksi-Kadımsı	Kadın	61	2,27	1,81	-0,744	0,459
	Erkek	19	2,62	1,83		
Basit-Karmaşık	Kadın	61	2,33	1,95	-0,816	0,419
	Erkek	19	2,65	1,33		
Geleneksel-Aykırı	Kadın	61	2,40	2,22	0,245	0,807
	Erkek	19	2,26	2,02		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Kadın	61	2,64	2,13	0,888	0,377
	Erkek	19	2,16	1,75		
Sezgisel-Akılcı	Kadın	61	2,60	2,22	0,445	0,659
	Erkek	19	2,39	1,69		
Sıkıcı-İlginç	Kadın	61	3,51	2,18	0,782	0,437
	Erkek	19	3,09	1,50		

Çizelge 3.16: Devamı

		Sayı	Ort.	Standart Sapma	t	p
Tatsız-Hoş	Kadın	61	3,20	2,16	0,542	0,589
	Erkek	19	2,91	1,84		
Sıradan-Özgün	Kadın	61	3,16	2,33	1,024	0,309
	Erkek	19	2,56	1,93		
Tarafsız-Tarafılı	Kadın	61	1,69	1,87	0,036	0,971
	Erkek	19	1,67	1,95		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Kadın	61	2,21	2,25	0,821	0,414
	Erkek	19	1,75	1,83		
Renksiz-Renkli	Kadın	61	3,09	2,32	0,730	0,468
	Erkek	19	2,65	2,01		
Aptalca-Akıllıca	Kadın	61	2,88	2,53	0,923	0,362
	Erkek	19	2,35	2,07		

t: Bağımsız Örneklem t Testi.

Kaynak: (Turan, 2020)

Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda iç mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri cinsiyet değişkenine bağlı olarak **anlamli bir farklılık göstermemiştir. Kadın ve erkekler sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.16).

Çizelge 3.17: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ort.	Standart Sapma	t	p
Düzensiz-Düzenli	Kadın	61	3,40	2,46	-0,033	0,973
	Erkek	19	3,42	1,86		
Uyumsuz-Uyumlu	Kadın	61	4,10	2,14	0,337	0,737
	Erkek	19	3,92	1,98		
Sıkıcı-Rahat	Kadın	61	3,34	2,46	-0,269	0,789
	Erkek	19	3,51	2,05		
Soğuk-Sıcak	Kadın	61	3,80	2,20	0,013	0,990
	Erkek	19	3,79	1,77		
Donuk-Canlı	Kadın	61	3,22	2,28	0,064	0,949
	Erkek	19	3,18	2,11		
Hüzünlü-Neşeli	Kadın	61	3,26	2,32	0,759	0,450
	Erkek	19	2,81	1,99		
Yumuşak-Sert	Kadın	61	1,75	1,62	-0,973	0,334
	Erkek	19	2,17	1,68		
Etkisiz-Etkili	Kadın	61	3,13	2,47	0,339	0,735
	Erkek	19	2,92	2,38		

Çizelge 3.17: Devamı

		Sayı	Ort.	Standart Sapma	t	p
Sakin-Uyarıcı	Kadın	61	2,31	2,16	-0,284	0,777
	Erkek	19	2,46	1,78		
Gizemli-Görkemli	Kadın	61	2,30	2,29	0,376	0,708
	Erkek	19	2,08	1,88		
Durgun-Dinamik	Kadın	61	2,73	2,25	1,137	0,259
	Erkek	19	2,08	1,81		
Tekdüze-Değişken	Kadın	61	2,30	2,29	1,358	0,183
	Erkek	19	1,57	1,98		
Pasif-Aktif	Kadın	61	2,63	2,27	0,959	0,340
	Erkek	19	2,08	1,76		
Erkeksi-Kadınsı	Kadın	61	2,58	2,03	0,350	0,727
	Erkek	19	2,40	1,69		
Basit-Karmaşık	Kadın	61	1,91	1,74	0,256	0,799
	Erkek	19	1,80	1,61		
Geleneksel-Aykırı	Kadın	61	1,91	1,94	-0,075	0,940
	Erkek	19	1,95	2,10		
Rahatsız-Rahatlatici	Kadın	61	3,04	2,32	0,525	0,601
	Erkek	19	2,73	2,20		
Sezgisel-Akılcı	Kadın	61	2,14	2,38	0,305	0,761
	Erkek	19	1,96	2,12		
Sıkıcı-İlginç	Kadın	61	3,06	2,31	0,713	0,478
	Erkek	19	2,64	1,91		
Tatsız-Hoş	Kadın	61	3,52	2,43	1,328	0,188
	Erkek	19	2,71	2,02		
Sıradan-Özgün	Kadın	61	2,92	2,43	0,621	0,538
	Erkek	19	2,59	1,89		
Tarafsız-Tarafli	Kadın	61	1,73	2,15	0,345	0,731
	Erkek	19	1,54	1,94		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Kadın	61	2,49	2,52	1,145	0,256
	Erkek	19	1,75	2,32		
Renksiz-Renkli	Kadın	61	3,03	2,48	0,663	0,509
	Erkek	19	2,62	1,91		
Aptalca-Akıllıca	Kadın	61	3,10	2,61	1,650	0,103
	Erkek	19	2,01	2,20		

t: Bağımsız Örneklem T Testi

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda dış mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri cinsiyet değişkenine bağlı olarak **anlamli bir farklılık göstermemiştir. Kadın ve erkekler sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.17).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda iç mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri yaş değişkenine bağlı **anlamli bir farklılık göstermemiştir. Farklı yaş grupları kendi aralarında aynı görüşe sahiptir** (EK G).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda dış mekân duvar resimlerine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri yaş değişkenine bağlı **olarak anlamli bir farklılık göstermemiştir. Farklı yaş grupları sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (EK H).

Çizelge 3.18: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Eğitim Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	Lise	21	2,43	2,14	2,898	0,061
	Üniversite	43	3,31	1,89		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,03	2,23		
Uyumsuz-Uyumlu	Lise	21	2,90	2,00	2,376	0,100
	Üniversite	43	3,08	1,97		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,24	2,18		
Sıkıcı-Rahat	Lise	21	2,38	2,35	2,007	0,141
	Üniversite	43	3,12	1,97		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,79	2,29		
Soğuk-Sıcak	Lise	21	2,87	1,94	3,194	0,046*
	Üniversite	43	3,18	1,86		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,41	2,16		
Donuk-Canlı	Lise	21	2,56	2,32	3,477	0,036*
	Üniversite	43	3,07	1,85		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,30	2,08		
Hüzünlü-Neşeli	Lise	21	2,19	2,08	1,934	0,151
	Üniversite	43	2,65	1,85		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,50	2,37		
Yumuşak-Sert	Lise	21	1,72	1,52	2,305	0,107
	Üniversite	43	2,16	1,90		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,01	1,97		
Etkisiz-Etkili	Lise	21	2,58	2,05	1,711	0,187
	Üniversite	43	3,18	2,18		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,94	2,49		
Sakin-Uyarıcı	Lise	21	1,54	1,92	7,769	0,001*
	Üniversite	43	2,56	1,84		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,09	2,25		
Gizemli-Görkemli	Lise	21	1,67	2,02	2,671	0,076
	Üniversite	43	2,31	1,75		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,08	1,81		
Durgun-Dinamik	Lise	21	2,15	2,14	3,170	0,048*
	Üniversite	43	2,60	1,92		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,80	2,14		
Tekdüze-Değişken	Lise	21	1,90	2,15	2,186	0,119
	Üniversite	43	2,32	2,07		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,38	2,45		

Çizelge 3.18: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Pasif-Aktif	Lise	21	1,87	2,14	3,294	0,042*
	Üniversite	43	2,35	2,04		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,65	2,47		
Erkeksi-Kadınısı	Lise	21	1,59	1,52	4,986	0,009*
	Üniversite	43	2,33	1,82		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,40	1,74		
Basit-Karmaşık	Lise	21	1,81	1,73	3,323	0,041*
	Üniversite	43	2,36	1,77		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,31	1,79		
Geleneksel-Aykırı	Lise	21	1,56	2,01	4,418	0,015*
	Üniversite	43	2,31	2,12		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,60	2,04		
Rahatsız-Rahatlatici	Lise	21	2,39	2,02	,864	0,425
	Üniversite	43	2,36	2,05		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,13	2,08		
Sezgisel-Akılcı	Lise	21	1,76	1,87	3,849	0,026*
	Üniversite	43	2,54	2,11		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,63	1,99		
Sıkıcı-İlginç	Lise	21	3,26	2,22	1,176	0,314
	Üniversite	43	3,23	1,93		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,11	2,06		
Tatsız-Hoş	Lise	21	3,07	2,03	1,065	0,350
	Üniversite	43	2,92	2,14		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,80	1,98		
Sıradan-Özgün	Lise	21	2,82	2,33	1,437	0,244
	Üniversite	43	2,80	2,21		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,86	2,16		
Tarafsız-Tarafli	Lise	21	0,87	1,38	7,031	0,002*
	Üniversite	43	1,59	1,79		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,03	2,05		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Lise	21	1,41	1,82	2,797	0,067
	Üniversite	43	2,08	2,29		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,06	1,91		
Renksiz-Renkli	Lise	21	2,24	2,23	3,376	0,039*
	Üniversite	43	2,93	2,10		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,11	2,36		
Aptalca-Akıllıca	Lise	21	2,18	2,35	2,012	0,141
	Üniversite	43	2,66	2,44		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,75	2,35		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), *0.05 için anlamlı farklılık

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda iç mekân duvar resimlerine ait sıfat çiftlerinden “Soğuk-Sıcak”, “Donuk-Canlı”, “Sakin-Uyarıcı”, “Durgun-Dinamik”, “Pasif-Aktif”, “Erkeksi-Kadınısı”, “Basit-Karmaşık”, “Geleneksel-Aykırı”, “Sezgisel-Akılcı”, “Tarafsız-Tarafli” ve “Renksiz-Renkli” sıfat çiftleri **eğitim değişkeni açısından farklılık göstermiştir. Farkın, ortalama değeri yüksek olan yüksek lisans/doktora grubundan kaynaklandığı görülmektedir. Diğer sıfat çiftleri açısından anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir** (Çizelge 3.18).

Çizelge 3.19: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Eğitim Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	Lise	21	3,00	2,52	1,729	0,184
	Üniversite	43	3,26	2,08		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,34	2,56		
Uyumsuz-Uyumlu	Lise	21	3,50	2,13	1,515	0,226
	Üniversite	43	4,10	1,94		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,69	2,36		
Sıkıcı-Rahat	Lise	21	2,48	2,39	3,656	0,030*
	Üniversite	43	3,39	2,26		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,53	2,20		
Soğuk-Sıcak	Lise	21	3,51	2,46	2,714	0,073
	Üniversite	43	3,53	1,92		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,86	1,78		
Donuk-Canlı	Lise	21	2,50	2,18	4,060	0,021*
	Üniversite	43	3,07	2,10		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,49	2,22		
Hüzünlü-Neşeli	Lise	21	2,54	2,35	2,286	0,108
	Üniversite	43	3,10	2,08		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,10	2,35		
Yumuşak-Sert	Lise	21	0,92	1,09	5,427	0,006*
	Üniversite	43	2,08	1,72		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	2,45	1,55		
Etkisiz-Etkili	Lise	21	2,20	2,14	2,298	0,107
	Üniversite	43	3,23	2,40		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,84	2,71		
Sakin-Uyarıcı	Lise	21	1,25	1,37	6,833	0,002*
	Üniversite	43	2,41	1,98		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,60	2,35		
Gizemli-Görkemli	Lise	21	1,73	2,08	4,232	0,018*
	Üniversite	43	2,00	2,03		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,60	2,33		
Durgun-Dinamik	Lise	21	2,03	2,20	2,381	0,099
	Üniversite	43	2,48	1,90		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,54	2,56		
Tekdüze-Değişken	Lise	21	1,26	1,87	6,034	0,004*
	Üniversite	43	1,99	2,02		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,64	2,57		
Pasif-Aktif	Lise	21	1,66	2,09	4,680	0,012*
	Üniversite	43	2,45	1,87		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,75	2,51		
Erkeksi-Kadınsı	Lise	21	1,62	1,80	6,401	0,003*
	Üniversite	43	2,52	1,81		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,79	1,90		
Basit-Karmaşık	Lise	21	0,96	1,23	7,575	0,001*
	Üniversite	43	1,93	1,64		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	2,99	1,76		
Geleneksel-Aykırı	Lise	21	0,87	1,36	6,142	0,003*
	Üniversite	43	2,03	1,99		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	2,99	2,01		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Lise	21	2,89	2,18	1,350	0,265
	Üniversite	43	2,70	2,30		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,79	2,30		

Çizelge 3.19: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Sezgisel-Akılcı	Lise	21	1,21	1,87	4,390	0,016*
	Üniversite	43	2,06	2,23		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,39	2,59		
Sıkıcı-İlginç	Lise	21	2,38	2,36	1,539	0,221
	Üniversite	43	2,98	1,99		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,66	2,55		
Tatsız-Hoş	Lise	21	2,88	2,36	1,375	0,259
	Üniversite	43	3,25	2,31		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,14	2,41		
Sıradan-Özgün	Lise	21	2,40	2,20	1,836	0,166
	Üniversite	43	2,71	2,27		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,79	2,45		
Tarafsız-Tarafli	Lise	21	1,09	1,70	2,805	0,067
	Üniversite	43	1,60	2,17		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	2,68	2,13		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Lise	21	1,81	2,26	3,377	0,039*
	Üniversite	43	2,05	2,43		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,70	2,53		
Renksiz-Renkli	Lise	21	2,32	2,44	2,710	0,073
	Üniversite	43	2,81	2,26		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	4,06	2,24		
Aptalca-Akıllıca	Lise	21	2,26	2,44	1,877	0,160
	Üniversite	43	2,75	2,54		
	Yüksek Lisans/Doktora	16	3,85	2,55		

F: F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), *0.05 için anlamlı farklılık

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda dış mekân duvar resimlerine ait sıfat çiftlerinden “Sıkıcı-Rahat”, “Donuk-Canlı”, “Yumuşak-Sert”, “Sakin-Uyarıcı”, “Gizemli-Görkemli”, “Tekdüze-Değişken”, “Pasif-Aktif”, “Erkeksi-Kadını”, “Basit-Karmaşık”, “Geleneksel-Aykırı”, “Sezgisel-Akılcı” ve “Anlaşılmaz-Şeffaf” sıfat çiftleri eğitim durumları açısından farklılık göstermiştir. Farkın, ortalama değeri yüksek olan yüksek lisans/doktora grubundan kaynaklandığı görülmektedir. Diğer sıfat çiftleri açısından anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir (Çizelge 3.19).

Çizelge 3.20: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanat Eğitimi Alıp Almadı Durumuna Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Düzensiz-Düzenli	Aldı	26	3,27	1,83	0,146	0,884
	Almadı	54	3,20	2,20		
Uyumsuz-Uyumlu	Aldı	26	2,95	2,13	-0,940	0,350
	Almadı	54	3,41	2,02		
Sıkıcı-Rahat	Aldı	26	2,87	2,16	-0,538	0,592
	Almadı	54	3,15	2,18		
Soğuk-Sıcak	Aldı	26	2,89	2,23	-1,414	0,161
	Almadı	54	3,56	1,86		
Donuk-Canlı	Aldı	26	2,78	2,18	-1,207	0,231
	Almadı	54	3,38	2,04		
Hüzünlü-Neşeli	Aldı	26	2,42	2,11	-0,839	0,404
	Almadı	54	2,83	2,02		
Yumuşak-Sert	Aldı	26	2,24	1,88	0,070	0,945
	Almadı	54	2,21	1,86		
Etkisiz-Etkili	Aldı	26	3,01	2,31	-0,456	0,649
	Almadı	54	3,25	2,21		
Sakin-Uyarıcı	Aldı	26	2,63	2,44	0,090	0,928
	Almadı	54	2,59	1,95		
Gizemli-Görkemli	Aldı	26	2,10	2,10	-0,643	0,522
	Almadı	54	2,39	1,77		
Durgun-Dinamik	Aldı	26	2,65	2,33	-0,234	0,816
	Almadı	54	2,76	1,97		
Tekdüze-Değişken	Aldı	26	2,34	2,16	-0,235	0,815
	Almadı	54	2,46	2,24		
Pasif-Aktif	Aldı	26	2,21	2,25	-0,768	0,445
	Almadı	54	2,61	2,20		
Erkeksi-Kadınsı	Aldı	26	2,18	1,74	-0,590	0,557
	Almadı	54	2,43	1,86		
Basit-Karmaşık	Aldı	26	2,13	1,76	-0,945	0,348
	Almadı	54	2,54	1,85		
Geleneksel-Aykırı	Aldı	26	1,95	2,29	-1,219	0,226
	Almadı	54	2,57	2,09		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Aldı	26	2,25	2,16	-0,813	0,419
	Almadı	54	2,65	2,00		
Sezgisel-Akılcı	Aldı	26	2,26	2,07	-0,860	0,392
	Almadı	54	2,69	2,11		
Sıkıcı-İlginç	Aldı	26	2,99	2,21	-1,292	0,200
	Almadı	54	3,62	1,94		
Tatsız-Hoş	Aldı	26	2,42	2,27	-2,162	0,034*
	Almadı	54	3,47	1,92		
Sıradan-Özgün	Aldı	26	2,72	2,43	-0,813	0,419
	Almadı	54	3,16	2,16		
Tarafsız-Tarafli	Aldı	26	1,07	1,57	-2,250	0,028*
	Almadı	54	1,99	1,96		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Aldı	26	1,78	1,99	-0,937	0,352
	Almadı	54	2,26	2,23		
Rensiz-Renkli	Aldı	26	2,77	2,44	-0,586	0,559
	Almadı	54	3,09	2,17		
Aptalca-Akılhca	Aldı	26	2,33	2,45	-1,079	0,284
	Almadı	54	2,96	2,41		

t: Bağımsız Örneklem T Testi, *0.05 için anlamlı farklılık

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda iç mekân duvar resimlerine ait sıfat çiftlerinden “Tatsız-Hoş” ve “Tarafsız-Tarafli” sıfat çiftleri **sanat eğitimi alıp almama durumuna göre anlamlı farklılık göstermiştir. Farkın ortalama değeri yüksek olan sanat eğitimi almayan gruptan kaynaklandığı görülmektedir** (Çizelge 3.20).

Çizelge 3.21: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanat Eğitimi Alıp Almama Durumuna Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Düzensiz-Düzenli	Aldı	26	3,53	2,11	0,328	0,744
	Almadı	54	3,35	2,43		
Uyumsuz-Uyumlu	Aldı	26	3,99	2,10	-0,192	0,848
	Almadı	54	4,09	2,10		
Sıkıcı-Rahat	Aldı	26	3,28	2,30	-0,243	0,809
	Almadı	54	3,42	2,41		
Soğuk-Sıcak	Aldı	26	3,35	2,20	-1,337	0,185
	Almadı	54	4,01	2,03		
Donuk-Canlı	Aldı	26	2,95	2,38	-0,705	0,483
	Almadı	54	3,33	2,16		
Hüzünlü-Neşeli	Aldı	26	2,98	2,38	-0,483	0,630
	Almadı	54	3,24	2,19		
Yumuşak-Sert	Aldı	26	1,82	1,75	-0,131	0,896
	Almadı	54	1,87	1,59		
Etkisiz-Etkili	Aldı	26	3,20	2,23	0,297	0,767
	Almadı	54	3,03	2,55		
Sakin-Uyarıcı	Aldı	26	2,55	2,34	0,626	0,533
	Almadı	54	2,24	1,93		
Gizemli-Görkemli	Aldı	26	2,20	2,49	-0,141	0,888
	Almadı	54	2,27	2,05		
Durgun-Dinamik	Aldı	26	2,52	2,35	-0,148	0,882
	Almadı	54	2,60	2,08		
Tekdüze-Değişken	Aldı	26	2,08	2,43	-0,119	0,906
	Almadı	54	2,15	2,15		
Pasif-Aktif	Aldı	26	2,09	2,24	-1,173	0,244
	Almadı	54	2,70	2,12		
Erkeksi-Kadınsı	Aldı	26	2,40	2,24	-,436	0,664
	Almadı	54	2,60	1,81		
Basit-Karmaşık	Aldı	26	1,72	1,82	-0,599	0,551
	Almadı	54	1,97	1,65		
Geleneksel-Aykırı	Aldı	26	1,75	2,13	-0,538	0,592
	Almadı	54	2,00	1,90		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Aldı	26	2,72	2,26	-0,663	0,509
	Almadı	54	3,09	2,30		
Sezgisel-Akılcı	Aldı	26	1,79	2,28	-0,824	0,412
	Almadı	54	2,25	2,34		
Sıkıcı-İlginç	Aldı	26	2,74	2,19	-0,617	0,539
	Almadı	54	3,07	2,25		
Tatsız-Hoş	Aldı	26	2,95	2,44	-1,007	0,317
	Almadı	54	3,51	2,31		
Sıradan-Özgün	Aldı	26	2,45	2,48	-1,045	0,299
	Almadı	54	3,03	2,22		

Çizelge 3.21: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Tarafsız-Tarafli	Aldı	26	1,33	1,94	-1,044	0,300
	Almadı	54	1,85	2,16		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Aldı	26	1,98	2,19	-0,898	0,373
	Almadı	54	2,48	2,61		
Renksiz-Renkli	Aldı	26	2,92	2,57	-0,051	0,959
	Almadı	54	2,94	2,27		
Aptalca-Akıllica	Aldı	26	2,55	2,72	-0,721	0,473
	Almadı	54	2,99	2,47		

t: Bağımsız Örneklem T Testi

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda dış mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri **sanat eğitimi alıp almama durumuna bağlı olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Sanat eğitimi alan ya da almayan katılımcılar sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.21).

Çizelge 3.22: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanata İlgili Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	İlgim var	70	3,37	2,03	1,476	0,235
	İlgim yok	6	2,30	2,44		
	Fikrim yok	4	2,00	2,18		
Uyumsuz-Uyumlu	İlgim var	70	3,35	2,06	0,658	0,521
	İlgim yok	6	2,97	2,06		
	Fikrim yok	4	2,20	2,03		
Sıkıcı-Rahat	İlgim var	70	3,15	2,15	0,611	0,545
	İlgim yok	6	2,57	2,36		
	Fikrim yok	4	2,10	2,35		
Soğuk-Sıcak	İlgim var	70	3,37	2,04	0,043	0,958
	İlgim yok	6	3,23	1,95		
	Fikrim yok	4	3,10	1,82		
Donuk-Canlı	İlgim var	70	3,23	2,13	0,153	0,859
	İlgim yok	6	2,80	2,29		
	Fikrim yok	4	2,90	1,21		
Hüzünlü-Neşeli	İlgim var	70	2,72	2,11	0,409	0,666
	İlgim yok	6	3,00	1,57		
	Fikrim yok	4	1,85	1,43		
Yumuşak-Sert	İlgim var	70	2,24	1,85	0,061	0,941
	İlgim yok	6	2,20	2,17		
	Fikrim yok	4	1,90	1,94		
Etkisiz-Etkili	İlgim var	70	3,25	2,22	0,356	0,701
	İlgim yok	6	2,53	2,80		
	Fikrim yok	4	2,75	1,90		
Sakin-Uyarıcı	İlgim var	70	2,58	2,15	0,074	0,928
	İlgim yok	6	2,60	2,26		
	Fikrim yok	4	3,00	1,28		
Gizemli-Görkemli	İlgim var	70	2,22	1,87	0,493	0,613
	İlgim yok	6	3,00	2,32		
	Fikrim yok	4	2,50	1,51		

Çizelge 3.22: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Durgun-Dinamik	İlgim var	70	2,77	2,09	0,125	0,883
	İlgim yok	6	2,37	2,66		
	Fikrim yok	4	2,50	1,15		
Tekdüze-Değişken	İlgim var	70	2,46	2,21	0,415	0,662
	İlgim yok	6	2,60	2,49		
	Fikrim yok	4	1,45	2,00		
Pasif-Aktif	İlgim var	70	2,49	2,28	0,174	0,841
	İlgim yok	6	2,07	2,20		
	Fikrim yok	4	2,90	1,06		
Erkeksi-Kadınsı	İlgim var	70	2,33	1,79	0,104	0,901
	İlgim yok	6	2,27	2,50		
	Fikrim yok	4	2,75	1,44		
Basit-Karmaşık	İlgim var	70	2,41	1,85	0,183	0,833
	İlgim yok	6	2,13	1,91		
	Fikrim yok	4	2,85	1,18		
Geleneksel-Aykırı	İlgim var	70	2,39	2,17	0,188	0,829
	İlgim yok	6	2,57	2,40		
	Fikrim yok	4	1,75	2,10		
Rahatsız-Rahatlatıcı	İlgim var	70	2,58	2,00	0,430	0,652
	İlgim yok	6	2,47	2,80		
	Fikrim yok	4	1,60	1,96		
Sezgisel-Akılcı	İlgim var	70	2,62	2,09	0,437	0,648
	İlgim yok	6	2,33	2,63		
	Fikrim yok	4	1,65	1,68		
Sıkıcı-İlginç	İlgim var	70	3,45	2,06	0,097	0,908
	İlgim yok	6	3,23	2,35		
	Fikrim yok	4	3,05	1,48		
Tatsız-Hoş	İlgim var	70	3,17	2,10	0,137	0,872
	İlgim yok	6	2,97	2,22		
	Fikrim yok	4	2,65	2,06		
Sıradan-Özgün	İlgim var	70	3,09	2,25	0,569	0,569
	İlgim yok	6	3,00	2,49		
	Fikrim yok	4	1,85	1,95		
Tarafsız-Tarafılı	İlgim var	70	1,68	1,86	0,327	0,722
	İlgim yok	6	2,13	2,43		
	Fikrim yok	4	1,15	1,70		
Anlaşılmaz-Şeffaf	İlgim var	70	2,07	2,16	0,049	0,953
	İlgim yok	6	2,27	2,49		
	Fikrim yok	4	2,35	2,02		
Renksiz-Renkli	İlgim var	70	2,98	2,28	0,021	0,979
	İlgim yok	6	3,10	2,46		
	Fikrim yok	4	2,80	1,99		
Aptalca-Akıllıca	İlgim var	70	2,84	2,42	0,635	0,533
	İlgim yok	6	2,57	2,95		
	Fikrim yok	4	1,45	1,93		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda iç mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri sanata ilgi durumları açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu gruplar sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir (Çizelge 3.22).

Çizelge 3.23: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Sanata İlgi Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	İlgim var	70	3,44	2,32	0,062	0,940
	İlgim yok	6	3,10	2,73		
	Fikrim yok	4	3,30	2,34		
Uyumsuz-Uyumlu	İlgim var	70	4,07	2,10	0,034	0,967
	İlgim yok	6	3,87	2,35		
	Fikrim yok	4	4,20	1,99		
Sıkıcı-Rahat	İlgim var	70	3,37	2,39	0,062	0,940
	İlgim yok	6	3,63	2,44		
	Fikrim yok	4	3,10	2,17		
Soğuk-Sıcak	İlgim var	70	3,77	2,18	0,08	0,924
	İlgim yok	6	3,83	1,70		
	Fikrim yok	4	4,20	0,91		
Donuk-Canlı	İlgim var	70	3,19	2,27	0,064	0,938
	İlgim yok	6	3,20	2,38		
	Fikrim yok	4	3,60	1,36		
Hüzünlü-Neşeli	İlgim var	70	3,10	2,25	1,177	0,314
	İlgim yok	6	2,67	2,62		
	Fikrim yok	4	4,75	0,53		
Yumuşak-Sert	İlgim var	70	1,83	1,55	0,12	0,887
	İlgim yok	6	2,17	2,54		
	Fikrim yok	4	1,80	1,97		
Etkisiz-Etkili	İlgim var	70	3,09	2,47	0,06	0,942
	İlgim yok	6	3,23	2,03		
	Fikrim yok	4	2,70	3,00		
Sakin-Uyarıcı	İlgim var	70	2,32	2,08	0,039	0,962
	İlgim yok	6	2,57	2,27		
	Fikrim yok	4	2,40	2,06		
Gizemli-Görkemli	İlgim var	70	2,25	2,20	0,418	0,660
	İlgim yok	6	2,80	2,37		
	Fikrim yok	4	1,50	2,08		
Durgun-Dinamik	İlgim var	70	2,59	2,18	0,089	0,915
	İlgim yok	6	2,23	2,10		
	Fikrim yok	4	2,75	2,32		
Tekdüze-Değişken	İlgim var	70	2,13	2,29	0,06	0,942
	İlgim yok	6	2,30	2,24		
	Fikrim yok	4	1,80	1,35		
Pasif-Aktif	İlgim var	70	2,53	2,19	0,059	0,943
	İlgim yok	6	2,43	2,35		
	Fikrim yok	4	2,15	1,89		
Erkeksi-Kadınsı	İlgim var	70	2,52	1,92	0,03	0,970
	İlgim yok	6	2,67	2,65		
	Fikrim yok	4	2,70	1,77		

Çizelge 3.23: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Basit-Karmaşık	İlgim var	70	1,82	1,64	0,739	0,481
	İlgim yok	6	2,70	2,69		
	Fikrim yok	4	1,85	0,91		
Geleneksel-Aykırı	İlgim var	70	1,85	1,93	0,518	0,598
	İlgim yok	6	2,70	2,71		
	Fikrim yok	4	2,00	1,67		
Rahatsız-Rahatlatıcı	İlgim var	70	3,06	2,26	0,613	0,544
	İlgim yok	6	2,70	2,63		
	Fikrim yok	4	1,80	2,37		
Sezgisel-Akılcı	İlgim var	70	2,09	2,31	0,073	0,930
	İlgim yok	6	2,40	2,77		
	Fikrim yok	4	1,85	2,17		
Sıkıcı-İlginç	İlgim var	70	2,96	2,24	0,077	0,926
	İlgim yok	6	3,17	2,54		
	Fikrim yok	4	2,60	1,70		
Tatsız-Hoş	İlgim var	70	3,35	2,43	0,057	0,945
	İlgim yok	6	3,27	1,96		
	Fikrim yok	4	2,95	1,89		
Sıradan-Özgün	İlgim var	70	2,88	2,33	0,276	0,759
	İlgim yok	6	2,93	2,42		
	Fikrim yok	4	2,00	2,17		
Taraflısız-Taraflı	İlgim var	70	1,62	2,04	0,449	0,640
	İlgim yok	6	2,47	2,93		
	Fikrim yok	4	1,65	2,04		
Anlaşılmaz-Şeffaf	İlgim var	70	2,31	2,47	0,155	0,856
	İlgim yok	6	2,70	3,09		
	Fikrim yok	4	1,80	2,21		
Renksiz-Renkli	İlgim var	70	2,93	2,41	0,082	0,921
	İlgim yok	6	2,73	2,50		
	Fikrim yok	4	3,35	1,37		
Aptalca-Akıllica	İlgim var	70	2,92	2,55	0,244	0,784
	İlgim yok	6	2,40	2,74		
	Fikrim yok	4	2,20	2,67		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda dış mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri sanata ilgi durumları açısından **anlamli bir farklılık göstermemiştir. Bu gruplar sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.23).

Çizelge 3.24: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Duvar Resimlerini Fark Etme Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	Fark ederim	76	3,23	2,11	0,298	0,743
	Fark etmem	2	3,90	1,84		
	Fikrim yok	2	2,30	0,42		
Uyumsuz-Uyumlu	Fark ederim	76	3,24	2,10	0,213	0,808
	Fark etmem	2	4,20	0,57		
	Fikrim yok	2	3,10	0,71		
Sıkıcı-Rahat	Fark ederim	76	3,04	2,20	0,153	0,859
	Fark etmem	2	3,90	2,12		
	Fikrim yok	2	3,00	0,00		
Soğuk-Sıcak	Fark ederim	76	3,41	1,98	1,556	0,218
	Fark etmem	2	3,40	2,83		
	Fikrim yok	2	0,90	0,42		
Donuk-Canlı	Fark ederim	76	3,20	2,10	0,305	0,738
	Fark etmem	2	3,60	3,11		
	Fikrim yok	2	2,10	1,84		
Hüzünlü-Neşeli	Fark ederim	76	2,76	2,01	1,430	0,246
	Fark etmem	2	2,70	3,82		
	Fikrim yok	2	0,30	0,14		
Yumuşak-Sert	Fark ederim	76	2,23	1,83	0,457	0,635
	Fark etmem	2	2,80	3,96		
	Fikrim yok	2	1,10	0,99		
Etkisiz-Etkili	Fark ederim	76	3,19	2,25	0,667	0,516
	Fark etmem	2	4,10	2,40		
	Fikrim yok	2	1,60	0,85		
Sakin-Uyarıcı	Fark ederim	76	2,64	2,04	1,630	0,203
	Fark etmem	2	3,50	4,95		
	Fikrim yok	2	0,10	0,14		
Gizemli-Görkemli	Fark ederim	76	2,32	1,90	0,451	0,639
	Fark etmem	2	2,70	1,84		
	Fikrim yok	2	1,10	0,14		
Durgun-Dinamik	Fark ederim	76	2,75	2,04	2,241	0,113
	Fark etmem	2	4,30	3,25		
	Fikrim yok	2	0,10	0,14		
Tekdüze-Değişken	Fark ederim	76	2,44	2,18	0,480	0,620
	Fark etmem	2	3,20	4,53		
	Fikrim yok	2	1,10	0,14		
Pasif-Aktif	Fark ederim	76	2,52	2,16	1,352	0,265
	Fark etmem	2	3,40	4,81		
	Fikrim yok	2	0,10	0,14		
Erkeksi-Kadını	Fark ederim	76	2,37	1,81	0,277	0,759
	Fark etmem	2	2,40	3,39		
	Fikrim yok	2	1,40	0,00		

Çizelge 3.24: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Basit-Karmaşık	Fark ederim	76	2,39	1,83	0,436	0,648
	Fark etmem	2	3,50	2,40		
	Fikrim yok	2	1,90	0,99		
Geleneksel-Aykırı	Fark ederim	76	2,41	2,19	0,314	0,731
	Fark etmem	2	2,10	2,97		
	Fikrim yok	2	1,20	0,00		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Fark ederim	76	2,54	2,05	0,772	0,465
	Fark etmem	2	3,30	2,69		
	Fikrim yok	2	0,90	0,99		
Sezgisel-Akılcı	Fark ederim	76	2,56	2,07	0,616	0,543
	Fark etmem	2	3,50	4,38		
	Fikrim yok	2	1,20	0,00		
Sıkıcı-İlginç	Fark ederim	76	3,41	2,03	0,593	0,555
	Fark etmem	2	4,70	3,25		
	Fikrim yok	2	2,50	1,84		
Tatsız-Hoş	Fark ederim	76	3,17	2,09	0,708	0,496
	Fark etmem	2	3,30	3,25		
	Fikrim yok	2	1,40	0,00		
Sıradan-Özgün	Fark ederim	76	3,03	2,22	0,211	0,811
	Fark etmem	2	3,50	4,95		
	Fikrim yok	2	2,10	0,99		
Tarafsız-Tarafli	Fark ederim	76	1,75	1,90	1,026	0,363
	Fark etmem	2	0,90	0,99		
	Fikrim yok	2	0,00	0,00		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Fark ederim	76	2,17	2,17	0,980	0,380
	Fark etmem	2	1,50	2,12		
	Fikrim yok	2	0,10	0,14		
Renksiz-Renkli	Fark ederim	76	3,01	2,22	0,806	0,451
	Fark etmem	2	3,70	4,67		
	Fikrim yok	2	1,10	0,71		
Aptalca-Akıllica	Fark ederim	76	2,79	2,44	0,269	0,765
	Fark etmem	2	2,70	3,82		
	Fikrim yok	2	1,50	0,14		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda iç mekân duvar resimlerine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri duvar resimlerini fark etme açısından **anamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu gruplar sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.24).

Çizelge 3.25: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Duvar Resimlerini Fark Etme Durumu Açısından Farklılık Analiz Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	Fark ederim	76	3,41	2,32	0,576	0,564
	Fark etmem	2	4,60	2,55		
	Fikrim yok	2	2,10	2,97		
Uyumsuz-Uyumlu	Fark ederim	76	4,15	2,02	2,963	0,058
	Fark etmem	2	3,90	3,54		
	Fikrim yok	2	0,60	0,57		
Sıkıcı-Rahat	Fark ederim	76	3,40	2,37	0,217	0,806
	Fark etmem	2	3,60	3,39		
	Fikrim yok	2	2,30	2,40		
Soğuk-Sıcak	Fark ederim	76	3,86	2,09	1,355	0,264
	Fark etmem	2	3,90	2,40		
	Fikrim yok	2	1,40	0,00		
Donuk-Canlı	Fark ederim	76	3,17	2,25	0,395	0,675
	Fark etmem	2	4,60	2,26		
	Fikrim yok	2	3,20	1,13		
Hüzünlü-Neşeli	Fark ederim	76	3,16	2,26	0,475	0,623
	Fark etmem	2	4,20	2,83		
	Fikrim yok	2	2,00	1,13		
Yumuşak-Sert	Fark ederim	76	1,87	1,65	0,542	0,584
	Fark etmem	2	2,20	1,70		
	Fikrim yok	2	0,70	0,99		
Etkisiz-Etkili	Fark ederim	76	3,11	2,42	0,204	0,816
	Fark etmem	2	3,30	4,38		
	Fikrim yok	2	2,00	2,83		
Sakin-Uyarıcı	Fark ederim	76	2,36	2,05	1,032	0,361
	Fark etmem	2	3,50	3,25		
	Fikrim yok	2	0,60	0,85		
Gizemli-Görkemli	Fark ederim	76	2,24	2,20	0,711	0,495
	Fark etmem	2	3,70	2,69		
	Fikrim yok	2	1,10	1,56		
Durgun-Dinamik	Fark ederim	76	2,60	2,11	1,069	0,348
	Fark etmem	2	3,60	4,81		
	Fikrim yok	2	0,60	0,85		
Tekdüze-Değişken	Fark ederim	76	2,14	2,18	1,132	0,328
	Fark etmem	2	3,50	4,95		
	Fikrim yok	2	0,20	0,28		
Pasif-Aktif	Fark ederim	76	2,47	2,14	1,311	0,276
	Fark etmem	2	4,70	3,25		
	Fikrim yok	2	1,40	1,98		
Erkeksi-Kadınısı	Fark ederim	76	2,57	1,95	1,088	0,342
	Fark etmem	2	3,10	2,69		
	Fikrim yok	2	0,60	0,57		

Çizelge 3.25: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Basit-Karmaşık	Fark ederim	76	1,88	1,68	2,069	0,133
	Fark etmem	2	3,70	2,12		
	Fikrim yok	2	0,30	0,42		
Geleneksel-Aykırı	Fark ederim	76	1,89	1,97	0,562	0,573
	Fark etmem	2	3,30	2,69		
	Fikrim yok	2	1,40	1,98		
Rahatsız-Rahatlatıcı	Fark ederim	76	2,98	2,30	0,02	0,981
	Fark etmem	2	2,80	3,68		
	Fikrim yok	2	2,70	0,42		
Sezgisel-Akılcı	Fark ederim	76	2,20	2,33	1,383	0,257
	Fark etmem	2	0,50	0,71		
	Fikrim yok	2	0,00	0,00		
Sıkıcı-İlginç	Fark ederim	76	2,95	2,23	0,183	0,833
	Fark etmem	2	3,80	3,68		
	Fikrim yok	2	2,50	0,14		
Tatsız-Hoş	Fark ederim	76	3,40	2,30	2,029	0,138
	Fark etmem	2	3,90	4,38		
	Fikrim yok	2	0,10	0,14		
Sıradan-Özgün	Fark ederim	76	2,80	2,32	0,524	0,595
	Fark etmem	2	4,50	2,69		
	Fikrim yok	2	2,70	1,84		
Tarafsız-Tarafli	Fark ederim	76	1,75	2,12	0,861	0,427
	Fark etmem	2	0,80	1,13		
	Fikrim yok	2	0,00	0,00		
Anlaşılmaz-Şeffaf	Fark ederim	76	2,36	2,51	0,44	0,646
	Fark etmem	2	2,10	2,69		
	Fikrim yok	2	0,70	0,99		
Renksiz-Renkli	Fark ederim	76	2,94	2,34	1,55	0,219
	Fark etmem	2	4,80	3,11		
	Fikrim yok	2	0,70	0,99		
Aptalca-Akılca	Fark ederim	76	2,85	2,59	0,115	0,891
	Fark etmem	2	3,30	2,69		
	Fikrim yok	2	2,10	0,99		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

Uygulanan tek yönlü varyans analizi sonucunda dış mekân duvar resmine ait sıfat çifti cevaplarından herhangi biri duvar resimlerini fark etme açısından **anlamli bir farklılık göstermemiştir. Bu gruplar sıfat çiftleri için aynı görüşe sahiptir** (Çizelge 3.25).

3.8 Verilerin Değerlendirilmesi






Bu bölümde seçilen duvar resimlerinin konumlandıkları mekân ile ilişkilerini renk, hikâye, mekândaki yeri, işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması gibi başlıklar üzerinden analiz edilmiştir. İç mekân ve dış mekân resimlerinin kullanıcı algısı, duygu durum çiftlerinin analizi üzerinden değerlendirilmiştir. Duvar resmi ve mekân ilişkisi ile ilgili anket sonuçları her bir resim üzerinden ayrı ayrı yorumlanmıştır. Sanatçılar ve mekân sahipleri ile yapılan görüşmelerin deşifrelerinden elde edilen bulgular aktarılmıştır.

3.8.1 İç ve dış mekân duvar resimlerinin mekân ile ilişkileri bağlamında değerlendirilmesi

Bu bölümde, ilk olarak alan çalışması için seçilen beş adet iç, beş adet dış mekân olmak üzere toplam on adet duvar resmi konum, sanatçı adı, tür, akım, renk, duvar resminin hikâyesi, mekândaki yeri, mekândaki işlevi, resmin konsept ile uyumu, resmin aydınlatılması başlıkları üzerinden değerlendirilmiştir.

Çizelge 3.26’ da seçilen iç mekân duvar resimlerinin ve Çizelge 3.27’de ise seçilen dış mekân duvar resimlerinin analizi görülmektedir.

Çizelge 3.26: İç Mekân Duvar Resimlerinin Analizi

İç Mekân Duvar Resmi					
Konum	Pim Karaköy Karaköy	Mamicini Cafe Kadiköy	White Mill Cafe Akaretler	Craft Beer Lab Akaretler	No Fish Today Akaretler
Sanatçı Adı	Bilgiye ulaşamadı.	Sümeyye Demirbaş	Bilgiye ulaşamadı.	Bilgiye ulaşamadı.	Bilgiye ulaşamadı.
Tür	Soyut resim	Enteriyör	Natürmort	Figüratif resim	Portre
Akım	Kübizm	Pop- Art	Realizm	Realizm	Pop-Art
Renk	Çok renkli	Nötr (Siyah/ Beya)	Renkli resim	Monokrom (Pastel tonlar/Kahve)	Monokrom/ Yeşil

Çizelge 3.26: Devamı

İç Mekân Duvar Resmi					
Hikâye	Çeşitli meslek dallarından insanların oluşturduğu kompozisyonudur.	Sokak tasvirleri yapılmıştır.	Çiçek desenlerine ait bir kompozisyonudur.	Elinde şişe tutan erkek figür frontal bir duruşla tasvir edilmiştir.	Genç bir kadın figür yan profilden tasvir edilmiştir ve bakış yönü mekâna doğrudur.
Mekânda ki Yeri	Restoran giriş kapısı yanı	Restoran giriş kapısı çevresi	Restoran alt kat	Restoran giriş kapısı karşı yan cephe	Restoran giriş kapısı karşı duvar
Mekânın Konsepti	Retro	Retro	Loft ²	Loft ²	Loft ²
Mekânda ki İşlevi	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif
Resmin Konsept ile Uyumu	Uyumsuz. Mekâna göre çok renkli.	Uyumlu. Mekân mobilyaları ile uyumlu.	Uyumsuz. Klasik tavır Loft tasarımı ile bağdaşmıyor.	Uyumlu. Mekân renkleri ve mobilyalarla uyumlu.	Uyumlu. Klasik resim klasik mobilyalarla bütünleşmiş resimdeki pop-art çizgiler Loft akımı ile bağdaşıyor.
Resmin Aydınlatılması	Duvar üstü spot aydınlatma	Duvar üstü aplik	Tavan altı spot aydınlatma	Tavan altı spot aydınlatma	Tavan altı spot aydınlatma

Kaynak: (Turan, 2020).

² İç mekân tasarımında ağırlıklı olarak açık kiriş, yüksek tavan, beton ve tuğlanın kullanıldığı geniş ve açık mekânlar çalışma kapsamında Loft mekân / Loft konsept olarak nitelendirilmiştir.

Çizelge 3.27: Dış Mekân Duvar Resimlerinin Analizi

Dış Mekân Duvar Resmi					
Konum	Federal Coffee Company Karaköy	Kadiköy	Unkapanı	Kadiköy	Beyoğlu
Sanatçı Adı	Bilgiye ulaşamadı.	Lonac	Bedri Rahmi Eyuboğlu	Omeria	Bilgiye ulaşamadı.
Tür	Portre	Figüratif resim	Soyut resim	Soyut resim	Soyut resim
Akım	Realizm	Realizm	Ekspresyonizm	Sürrealizm	Op-Art
Renk	Renkli	Renkli	Monokrom (Gri. pastel tonlar)	Çok renkli	Nötr(Siyah/Be yaz)
Hikâye	Genç bir çocuk portresi frontal duruşla resmedilmiştir.	Genç bir kadın figür oturur pozisyonda çizilmiş ve sokağı izliyor izlenimi yaratmaktadır.	Etnik desenler soyut ifade ile yorumlanmıştır.	Sanatçı, figürü insan formundan çıkartmıştır. Figürden çıkan kol, eşya taşımaktadır.	Düz siyah beyaz çizgiler yatay ve dikey olarak boyanmıştır.
Cephede ki Yeri	Restoran teras yan duvar	Apartman yan cephe	Apartman yan cephe	Apartman yan cephe	Apartman altı mağaza cephesi
Mekânın Konsepti	Loft	Konsept mevcut değildir.	Konsept mevcut değildir	Konsept mevcut değildir.	Seramik Dükkânı/Retro
Mekânda ki İşlevi	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif	Dekoratif
Resmin Konsept ile Uyumu	Uyumsuz/Mekânda daha pastel tonlar kullanılmıştır.	Uyumlu	Uyumlu	Uyumlu	Uyumlu
Resmin Aydınlatılması	Aydınlatma kullanılmamıştır.	Aydınlatma kullanılmamıştır.	Aydınlatma kullanılmamıştır.	Aydınlatma kullanılmamıştır.	Aydınlatma kullanılmamıştır.

Kaynak: (Turan, 2020).

İzi sürülen iç mekân duvar resimleri Kadıköy, Karaköy ve Akaretler’de konumlanan kafe iç mekânlarında yer alırken, dış mekân duvar resimleri Unkapanı, Kadıköy, Beyoğlu ve Karaköy’de bulunmaktadır. İç mekân duvar resimlerinin sadece bir tanesinin sanatçı bilgisine ulaşılmıştır. Mamicini Cafe’nin içinde konumlanan grafiti Sümeyye Demirbaş tarafından tasarlanmıştır. İç mekân duvar resimlerinin türlerinin çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Grafiti, natürmort ve portre gibi türlerinde tasarlanan iç mekân duvar resimlerinde Hip-Hop, Pop-Art, Klasik akımlarından yararlanılmıştır. Renk seçimlerinde de çok renkli çalışmalar olduğu gibi monokrom

ve kontrast renk kullanımları da göze çarpmaktadır. İç mekân duvar resimleri genellikle giriş ve girişin yakın çevresinde konumlanmaktadır. İç mekân resimleri, ağırlıklı olarak, çalışmada Loft olarak kabul edilen açık kirişli, yüksek tavanlı, beton ve tuğlanın kullanıldığı, geniş ve açık mekân konseptlerinde gözlenmiştir. Dış mekânlarda resim bina cephesinde bulunduğundan belirli bir konseptten bahsetmek mümkün değildir. Duvar resimleri çoğunlukla mekânlarla uyum içerisindedir. Duvar resimleri iç mekânlarda aplik ve spot ile aydınlatılmıştır. Çizelde 3.28’de görüldüğü üzere sadece Pim Karaköy’de duvar resmi için özel aydınlatma kullanmıştır. Dış mekân duvar resimlerinde ise aydınlatma kullanılmamıştır.

3.8.2 İç ve dış mekân duvar resimlerinin sanatçı ve firma sahipleri bağlamında değerlendirilmesi

Firma sahipleri ve sanatçılarla yapılan görüşmelerde alınan yazılı cevapların sonucunda aşağıda yer alan bulgulara ulaşılmıştır (EK I).

1. Mekânlarında duvar resmi kullanan firma sahipleri, duvar resimlerini görsellik ve dikkat çekmek amacı ile tercih etmişlerdir.
2. Firma sahipleri duvar resimlerinin sosyal medyada paylaşılması sayesinde mekânın reklamının yapıldığını düşünmektedir.
3. Kimi markalar tasarım odaklı sanatsal dokunuşlara öncelik verdiği için duvar resimlerini tercih etmişlerdir.
4. Firma sahipleri duvar resimleri sayesinde mekânlarına gelen müşteri sayısının arttığını belirtmişlerdir.
5. Firmalar duvar resimlerini aynı zamanda logo olarak kullanmışlardır.
6. Firma sahipleri duvar resimlerinin kullanıcıların zihinlerinde birer imge oluşturduğunu ve duvar resmi sayesinde mekânlarının hatırlandığını belirtmişlerdir.
7. Firma sahipleri müşterilerinin fotoğraf çektirmek amacı ile duvar resimlerinin önünde oturduğunu belirtmişlerdir.

Sanatçılarla yapılan görüşmelerde alınan yazılı cevapların sonucunda aşağıda yer alan bulgulara ulaşılmıştır.

1. Sanatçılar özel firmalardan ücret aldıklarını ve firmaların markalarını ve ilgi alanlarını yansıtan resimler yaptıklarını vurgulamışlardır.
2. Sokak sanatçıları ilhamlarını sokakta yaşanan olaylardan aldıklarını belirtmişlerdir.
3. İç mekânlarda firma sahipleri şaşırtma, eğlendirme ve dikkat çekme amacı ile resim yapılmasını istemiştir.
4. Firmalar sanatçılardan mekân konsepti ile uyumlu desenler istemiştir.
5. Kimi mekân sahipleri duvar resimlerinin insanların duygu durumlarını harekete geçirmesini istemiştir.

Bir sonraki bölümde ise, iç mekân ve dış mekân resimlerinin kullanıcı algısı duygu durum değerlendirmeleri yer almaktadır.

3.8.3 Duygu durum değerlendirmesi

Bu çalışmanın temel amacı iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili kullanıcı algısını ve duygu durumlarını ortaya çıkartmaktır. Bu nedenle, öncelikle iç ve dış mekân duvar resimlerinin duygu durum sıfat çiftleri açısından farklılık analizinden elde edilen bilgiler değerlendirilmiştir.

Anlamli farklılık olan sıfat çiftleri arasında yapılan değerlendirmeye göre, katılımcılar dış mekân duvar resimleri için duygu durumlarını en yüksek 4,05 değeri ile **uyumsuz** olarak tanımlamıştır. Katılımcıların dış mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları sırasıyla; 3,79 değeri ile **soğuk**, 3,37 değeri ile **sıkıcı**, 3,15 değeri ile **hüzünlü**, 2,96 değeri ile rahatsız olarak devam etmiştir.

Diğer taraftan, katılımcıların iç mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları en yüksek 3,41 değeri ile **sıkıcı** sıfatı olmuştur. İç mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları sırasıyla; 2,60 değeri ile **sakin**, 2,55 değeri ile **sezgisel**, 2,42 değeri ile **tekdüze**, 2,40 değeri ile **basit**, 2,37 değeri ile **geleneksel**, 2,21 değeri ile **yumuşak** olarak devam etmiştir.

Çalışmanın temel hipotezi olan “Katılımcıların tanımladıkları 25 sıfat çifti için iç mekân ve dış mekân algıları açısından anlamlı farklılık vardır.” hipotez **doğrulanmıştır**.

Bu çalışmanın amaçlarından biri de cinsiyet, yaş eğitim durumu gibi değişkenlerin duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamalarına etkisini araştırmaktır. Oluşturulan alt hipotezlerin bağımsız örneklem ve tek yönlü varyans (ANOVA) analizleri sonucunda aşağıdaki değerlendirmelere ulaşılmıştır.

Cinsiyet bakımından;

İç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamaları cinsiyet değişkeninin bağlı olarak farklılık göstermemiştir; cinsiyet değişkeninin duygu durum tanımlamalarına etkisi yoktur. “Cinsiyet açısından 25 sıfat çifti iç mekâna (H2) ve dış mekâna (H8) yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezleri **yanlışlanmıştır.**

Yaş bakımından;

Aynı şekilde, yaş değişkeninin iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamalarına etkisi yoktur. “Yaş açısından 25 sıfat çifti iç mekâna (H3) ve dış mekâna (H9) yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezleri **yanlışlanmıştır.**

Eğitim bakımından;

Eğitim değişkeni sadece lisansüstü eğitim almış katılımcıların iç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamaları etkilemiştir.

Lisansüstü eğitim almış katılımcıların iç mekân duvar resmi duygu durum değerlendirmeleri sırasıyla 4,41 değeri ile **soğuk**, 4,30 değeri ile **donuk**, 4,11 değeri ile **renksiz**, 4,09 değeri ile **sakin**, 3,80 değeri ile **durgun**, 3,65 değeri ile **pasif**, 3,63 değeri ile **sezgisel**, 3,60 değeri ile **geleneksel**, 3,40 değeri ile **erkeksi** ve 3,03 değeri ile **tarafsız** olmuştur

Lisansüstü eğitim almış katılımcıların dış mekân duvar resmi duygu durum değerlendirmeleri ise sırasıyla 4,53 değeri ile **rahat**, 4,49 değeri ile **canlı**, 3,79 değeri ile **erkeksi**, 3,75 değeri ile **pasif**, 3,70 değeri ile **anlaşılmaz**, 3,64 değeri ile **tekdüze**, 3,60 değeri ile **sakin**, 3,60 değeri ile **gizemli**, 3,39 değeri ile **sezgisel**, 2,99 değeri ile **geleneksel**, 2,99 değeri ile **basit** ve 2,45 değeri ile **yumuşak** olmuştur.

“Eğitim durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna (H4) ve dış mekâna (H10) yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezleri lisansüstü eğitim almış katılımcılar açısından **doğrulanmış** ve diğer eğitim grupları açısından **yanlışlanmıştır.**

Sanat eğitimi alma durumu;

Sanat eğitimi alma durumu sadece sanat eğitimi almayan katılımcıların iç mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamaları etkilemiştir. Sanat eğitimi almayan katılımcıların iç mekân duvar resim duygu durum değerlendirmeleri 3,47 değeri ile **tatsız** ve 1, 99 değeri ile **tarafsız** olmuştur. Diğer taraftan sanat eğitimi alma durumu dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamalarını etkilememiştir.

“Sanat eğitimi alma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezi (H5) **doğrulanmış**; dış mekân (H11) için **yanlışlanmıştır**.

Sanata ilgi duyma bakımından;

İç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamaları sanata ilgi duyma durumuna bağlı olarak farklılık göstermemiştir; sanata ilgi duyma durumunun duygu durum tanımlamalarına etkisi bulunmamaktadır.

“Sanata ilgi duyma durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna (H6) ve dış mekâna (H12) yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezleri **yanlışlanmıştır**.

Bir mekânda duvar resmini fark etme bakımından;

İç ve dış mekân duvar resimleri ile ilgili duygu durum tanımlamaları duvar resmini fark etme durumuna bağlı olarak farklılık göstermemiştir; duvar resmini fark edip fark etmeme durumunun duygu durum tanımlamalarına etkisi bulunmamaktadır.

“Mekânlardaki duvar resimlerini fark etme durumu açısından 25 sıfat çifti iç mekâna (H7) ve dış mekâna (H13) yönelik anlamlı farklılık göstermektedir.” alt hipotezleri **yanlışlanmıştır**.

Bir sonraki bölümde duvar resmi ve mekân ilişkisi ile ilgili anket sonuçları her bir resim üzerinden ayrı ayrı yorumlanmıştır.

3.8.4 İç ve dış mekân duvar resimlerinin izleyici / katılımcı duvar resmi ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi

Dış mekân resimlerinden ilki (Şekil 3.5) Lonac tarafından yapılan figüratif bir duvar resmi. Resimde bir kadının sanki sokağı izliyor ifadesi vardır. Resim, katılımcılar tarafından baskın bir oranla daha önceden görülmemiştir ve Kadıköy bölgesinde ara

sokakta dört yol ağzında bulunmaktadır. Duvar resmi ön görünüm açısından doğru cepheye konumlanmıştır. Sokak güzergâhı, minibüslerin yoğunlukta geçtiği fakat dolaşım alanı olarak ilçenin merkezi kadar yoğunluk sağlamamaktadır. Resim Kadıköy Mural Art festivali aracılığı ile yapılmış ve festivale ilgili olan insanlar tarafından görülmüştür.



Şekil 3.5: Lonac, Kırmızı kuşak Sokak, Kadıköy, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Resim, apartman yan cephesinde bulunmaktadır ve katılımcılar ankette duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonunu tercih etmiştir. Katılımcıların yarısına yakını buna benzer bir resim gördüklerini belirtmiştir. Duvar resimlerinde figürün, sıklıkla kullanılan bir konu olduğu sonucu çıkarabiliriz. Bu resmin sokağı güzelleştirdiği düşünülmüştür. Çoğunlukla resmin kaldırılmasını tercih etmemişlerdir. Resim katılımcılar tarafından beğenilmiştir. Analiz sonucunda negatif çıkarım, resmin daha önceden görülmeme oranının yüksek olmasıdır. Resim, ölçek olarak büyük boyuttadır fakat konumlandığı sokak hareketli bir dolaşım sağlamamaktadır.

Analizi yapılan ikinci dış mekân duvar resmi (Şekil 3.6) Tomtom sokakta bulunan bir seramik dükkânının duvar boyamasıdır. Resimde monokrom renkler kullanılmıştır ve resim modern çizgilere sahiptir. Dükkânın iki cephesi de boyanmış böylelikle bir bütünlük elde edilmiştir.



Şekil 3.6: Tomtom Sokak, Beyoğlu, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Katılımcıların büyük çoğunluğu eseri daha önce görmemiştir. Bunun nedeni Tomtom sokağın, ara sokak olması ve dolaşım alanı olarak Taksim meydanından daha az yoğunluğa sebep olması olduğu düşünülmektedir. İkinci nedeni ise duvar resimlerinde genellikle figür, şekil ve Grafiti desenlerinin ağırlıkta olduğu ve modern sayılabilecek çizgilerin duvar resimlerinde sık kullanılmamasını nedeniyle eserin gözden kaçması olabilir. Katılımcılar duvar resminin mevcut halini tercih etmiştir. Katılımcılar benzer bir resim görmediklerini belirtmişlerdir. Eserin kaldırılmamasını tercih etmişlerdir. Eserin başkalarına tavsiye edilmesi yönünden olumlu ve olumsuz bakanlar yakın değerinde çıkmıştır. Resmin konu ve hikâye olarak bir söylem ve amaç içermemesi oranların birbirlerine yakın çıkmasına sebep olduğu düşünülmektedir. Tür olarak soyut çizimlerinin net bir izlenim ve zihinde imge yaratmaması bu sonucun ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Katılımcılar resmin sokağı güzelleştirdiğini düşünmektedirler. Katılımcılar resmin kaldırılmasını istememiştir. Resim izleyiciyi bir imge ve düşünceye sevk etmese bile duvar resmi çoğunlukla yapılmamış haline oranla insanlar tarafından tercih edilebilmektedir.

Unkapanı'nda bulunan ve analizi yapılan üçüncü dış mekân duvar resmi (Şekil 3,7) sanatçı Bedri Rahmi Eyüboğlu'na aittir ve apartman cephesinde konumlanmıştır. Eser dükkânların bulunduğu iş hanı girişi yolundadır.



Şekil 3.7: Bedri Rahmi Eyüboğlu, , Fatih, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Eser tanınmış bir ressamın eseri olmasıyla birlikte yüksek oranında görülmemiştir. Görülmemesinin nedeni Unkapanı'nın genel yol güzergâhı üzerinde olmayışı ve sadece belli bir amaç için uğranılan yer olmasından kaynaklanmış olabilir. Eserin mevcut hali beğenilmiştir. Katılımcılar daha önce bu tip bir eser gördüklerini ifade etmiştir. Resimde gri tonlar ağırlıkta kullanılmıştır ve renk kontrastı bakımından izleyicinin algısını çarpıcı bir şekilde uyarmamaktadır. Buna rağmen eserin sokağı güzelleştirdiğini düşünenlerin oranı fazladır ve katılımcılar eserin kaldırılmamasını tercih etmişlerdir. Eserin başkalarına tavsiye edilmesi noktasında evet ve hayır yanıtı arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır. Bunun nedeni abstrak (soyut) sanatının izleyiciye net bir imge sunmamasından kaynaklı olabilir. Katılımcılar tarafından eserin mekânı güzelleştirdiği sonucuna varılmıştır ve eser mekânla uyumlu bulunmuştur. Bu eserin çalışma kapsamında seçilmesindeki sebep, tanınmış bir ressamın eseri ile kullanıcı arasındaki beğeni ve tercih ilişkisini araştırmaktır. Resim ve ressamı ile ilgili önceden edinilmiş bilgiler ve imgeler insanlarda olumlu veya olumsuz birtakım değer yargıları yaratabilirler.

Tanınmış bir ressamın eseri ile izleyici arasında diğer incelenen eserlere nazaran sayısal / yüzde değerler ile göze çarpan herhangi bir beğeni ve tercih ilişkisini olmadığı ortaya çıkmıştır.



Şekil 3.8: Omeria, Ayrılık Çeşme Sokak, Kadıköy, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan dördüncü dış mekân duvar resmi (Şekil 3.8) Omeria tarafından Kadıköy Mural Art festivali kapsamında yapılmıştır. Resim Grafiti çizgisindedir ve bir konut yapısının yan cephesine konumlandırılmıştır. Cephenin ön tarafında başka bir konut olmadığı için resim kolaylıkla görünebilmektedir. Konum olarak dolaşımın Kadıköy meydanına oranla az olduğu fakat yeni popüler olmaya başlamış bir yerleşim alanı olan Ayrılık Çeşme Sokak'ta yer almıştır. Resim büyük oranda görülmüş ve ankette mevcut versiyonu tercih edilmiştir. Grafiti, duvar resimlerinde en çok görülen çizim tekniğidir. Sprey boyalar ile yapılması üretim sürecini de hızlandırdığından sanatçılar tarafından tercih edilmektedir. Katılımcıların buna benzer bir resim görüp görmedikleri ile ilgili baskın bir eğilimleri gözlenmemiştir. Kullanıcılar, resmin sokağı güzelleştirdiğini düşünmüş ve kaldırılmaması tercih edilmiştir. Başkalarına tavsiye edilme noktasında evet yanıtı verilmiştir. Bu resmin analiz için seçilmesinin nedeni ilk bakışta karmaşık bir yapıya sahip olduğu için bu karmaşanın katılımcılar için beğeni anlamında fark yaratıp yaratmayacağıının öğrenilmek istenmesidir, fakat izleyici %62,5 oranında mekânı güzelleştirdiğini düşünmüştür. %5 oranında yüzeye zarar verildiği ve %2,5 oranında boşluğu kirli gösterdiğini düşünmüştür.

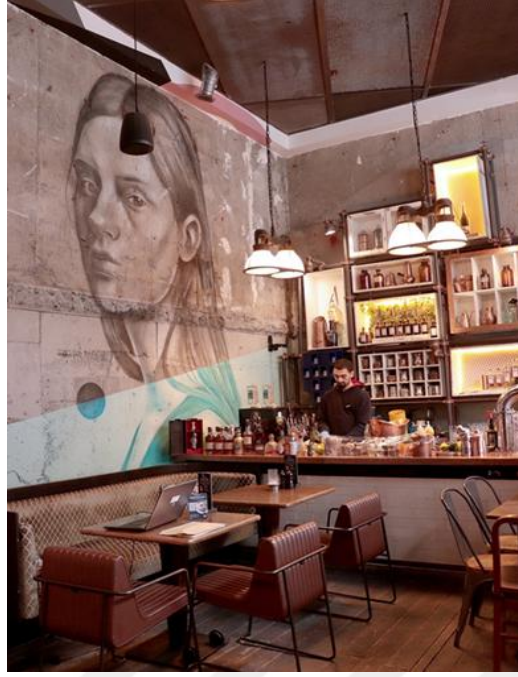
Bunun sebebini resmin bina cephesini büyük oranda kapladığını ve hareketli, aynı zamanda karmaşık bir konuya sahip oluşuna bağlayabiliriz.



Şekil 3.9: Karaköy, Beyoğlu, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Eser bir portredir ve restoranın teras duvarında yer almaktadır. Katılımcılar son altı ayda buna benzer resim görüp görmemeleri ile ilgili baskın eğilim gözlenmemiştir. Portre resimlerinin mekânlarda baskın bir kullanım alanı olmadığını söyleyebiliriz. Katılımcılar resmin (Şekil 3.9) kaldırılmamasını tercih etmiştir ve başkalarına görmesi açısından tavsiye edebileceklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar resmin, bina cephelerinde kullanımı doğru bulmuş ve mekânı güzelleştirdiklerini düşünmüşlerdir. Duvar resminin konumlandığı mekânda bej ve pastel tonda mobilyalar kullanılmıştır. Dolayısıyla kırmızı duvar resmi mekânla uyumsuz bulunmuştur. Resmin analizde kullanılmasının sebeplerinden biri belli bir ifadeye sahip portre resminin algılar üzerindeki etkisini ve belirgin renk kullanımının mekânsal imgelerde herhangi bir değişikliğe sebep olup olmadığını araştırmaktır. Analiz sonuçlarına göre duvar resminde kullanılan renk ve ifade katılımcılar arasında duygu durum sıfat analizleri sonucunda anlamlı bir fark yaratmamıştır.



Şekil 3.10: No Fish Today, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul
Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan ilk iç mekân duvar resmi (Şekil 3.10) No Fish Today Restoranı'nda bulunan pop-art detayı ile klasik bir portredir. Duvar resmi, brüt beton duvarın üstüne uygulanmıştır ve restoran müşterisi ile göz teması kuruyor gibidir. Resim katılımcılar tarafından daha önce görülmemiştir. Baskın bir oranda bilgisayarda kaldırılmamış mevcut hali tercih edilmiş ve eserin mekânı güzelleştirdiği düşünülmüştür. Katılımcılar son altı ayda bu tip bir resim görmediklerini belirtmişlerdir. Bu resim Grafiti dokuları ile desteklense dâhi klasik portre çizim tekniği ile diğer örneklerinden ayrılmaktadır. Resim başkalarına görmesi açısından tavsiye edilmiştir.



Şekil 3.11: Craft Beer Lab, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul
Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan ikinci iç mekân duvar resmi Craft Beer Lab Restoran’da giriş kapısının hemen yan cephesine konumlanmıştır (Şekil 3.11) ve ana yoldan geçen insanlar tarafından da görülmektedir. Resim ön cepheden bir erkek figürü çizimdir. Mekânın isminden anlaşılacağı gibi restoran, alkol içilen bir alan olduğu için figür elinde alkollü bir içecek tutmakta ve figürün arka fonunda biranın yapım malzemesi arpa yer almaktadır. Bu resim, mekân işlevi ve duvar resmi konusunun birbirleri ile paralel gitmesinden ötürü seçilmiştir. Eser ana yol üzerinden görülmesine ve Akaretler işlek bir cadde olmasına rağmen katılımcılar önceden görmemiştir. Katılımcıların, son altı ayda buna benzer duvar resmini görüp görmedikleri konusunda baskın eğilim görülmemiştir. Resim mekânla renk, konsept ve konu bakımından uyumlu olmasına rağmen analiz sonuçlarında baskın bir eğilim görülmemiştir. Analiz sonucunda resmin mekânı güzelleştirdiği konusunda baskın bir eğilim görülmemiştir. Bunun nedeni resmin renk açısından mekânla kontrast oluşturmaması veya resmin konusunun katılımcılara ilgi çekici gelmemesi olabilir.



Şekil 3.12: White Mill Cafe, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul.

Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan üçüncü iç mekân duvar resmi (şekil 3.12) White Mill Cafe’ de bulunan natürmort (ölü doğa) bir eserdir. Resim mekânın bodrum katında yer almakta ve yan cephesinde teras bulunmaktadır. Bu resmin analiz için seçilmesindeki sebep romantik çizim denilebilecek, net mesaj ve vurgu içermeyen çizim olmasıdır. Katılımcılar, son altı ayda benzer duvar resmi görmemişlerdir. Natürmort çizimlerin duvar resimlerinde çok yaygın olmadığı düşünülmektedir. Eserin, baskın bir oranda mekânı güzelleştirdiği gözlenmiştir.



Şekil 3.13: Pim Karaköy, Karaköy, Beyoğlu, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan dördüncü iç mekân duvar resmi (Şekil 3.13) Pim Karaköy’de giriş kapısının yan cephesinde bulunmaktadır. Resmin içerisindeki figürler ilk bakışta seçilememektedir ve resim Grafiti çizgilerine sahiptir. Bu resmin analiz için kullanılmasının sebebi, mekânın bir cephesinde oldukça geniş bir yüzey kaplayan karmaşık sayılabilecek bir resim olmasıdır. Analiz sonuçlarına göre katılımcılar baskın bir oranda eseri önceden görmemişlerdir. Ankette yer alan duvar resmi olan ve olmayan versiyonlar karşılaştırıldığında, katılımcılar duvar resmi olan mevcut versiyonunu tercih etmişlerdir. Katılımcılara göre eser mekânı güzelleştirmiştir. Eser kaldırılmalı mı noktasında baskın bir eğilimle hayır cevabı verilmiştir.



Şekil 3.14: Mamicini Cafe, Yel Değirmeni, Kadıköy, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020).

Analizi yapılan son iç mekân duvar resmi (Şekil 3.39) Mamicini Cafe’de konumlanmaktadır. Mekânın dış duvarları %70 oranında boyanmıştır. Analiz için seçilmesindeki sebep, duvar resminin mekânın neredeyse tamamında bulunmasının ve mekâna etkisini araştırmaktır. Mamicini Cafe’de her bir duvar belli bir tasvir ve hikâyeyi anlatmaktadır. Analiz sonuçlarına göre duvar önceden görülmüştür ve duvar resimlerinin bilgisayar ortamında kaldırılmış versiyonu yerine mevcut hali tercih edilmiştir. Bunun sebebini eserin beğenilmesine ve mekânda bir ikinci mekân algısı (mekân içinde çizgisel bir yeni mekân algısı) yaratmasına bağlayabiliriz. Benzer bir duvar resmi baskın bir oranda görülmemiştir. Katılımcılar eserin kaldırılmamasını istemişlerdir. Eserin mekânı güzelleştirdiği yönünde baskın eğilim gözlenmemiş ve katılımcılar mekânla uyumsuz bulmuştur.

Bunun nedeninin mekânda mobilyalarında monokrom renkler (siyah-beyaz) olarak kullanılması sonucunda renk ve duvar resimleri arasında kontrast oluşturmamış ve katılımcıların algısında baskın bir imge yaratamamış olabilir.

Bir sonraki bölümde, çalışmanın temel sonuçları açıklanmakta ve öneriler yapılmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, duvar resmi-mekân ilişkisi incelenmiş ve bu ilişkinin kullanıcı algısı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. İstanbul'un belirli mekânlarında seçilen beş adet iç ve beş dış mekân duvar resimleri fotoğraflanmış ve konumlandıkları mekân ile ilişkileri incelenmiştir. Anket çalışması ile eser-mekân ilişkisi değerlendirilmiş ve 25 adet sıfat çifti üzerinden seçilen her bir resmin duygu-durum analizleri yapılmıştır. Son aşamada ise, sanatçı ve firma yetkilisi ile mail yoluyla iletilen yazılı röportaj yapılmıştır. Veriler istatistiksel olarak analiz edilmiş ve sonuçlandırılmıştır.

Çalışmanın sonuçları şöyle sıralanabilir:

- İç mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları **sıkıcı, sakin, sezgisel, tekdüze, basit, geleneksel** ve **yumuşak** iken dış mekân duvar resimleri için duygu durum tanımlamaları **uyumsuz, soğuk, sıkıcı, hüzünlü ve rahatsızdır.**
- Duvar resmini seyreden izleyicinin yaş ve cinsiyeti ile sanata ilgi duyma ve eseri fark etme durumları duygu durum tanımlamalarını etkilememektedir. Diğer taraftan izleyicinin eğitim düzeyi / yüksek eğitim almış olması ve sanat eğitimi alma durumu duygu durum tanımlamalarını etkilemektedir.
- Duvar resimleri, iç-dış mekânlarda sadece görsel estetik sağlamak amacı ile kullanılmıştır.
- Resmedilen hikâyeler özellikle iç mekânlarda ya geçmişin bir reproduksiyonu olarak ortaya çıkmış ya da bütünlük sağlamayan birbirinden kopuk resimler olarak kalmıştır.
- İç mekânlarda duvar resmi ağırlıklı olarak yüksek tavana sahip, loft konsept olarak nitelendirilebilecek restoranlarda yerini almıştır. Resmin konumlandırıldığı yer kullanıcıların görüş alanını kapsayacak şekilde giriş kapısı yan ve karşı cephe olarak doğru bir şekilde konumlandırılmıştır. Bazı mekânlarda duvar resmi tek bir cepheyi kapsarken, bazı konseptler de birkaç duvarda birden yer almıştır. Duvar resminin konuları ve hikâyesi mekân

konsepti ile genelde uyuşmamaktadır; fakat resim renk tonları açısından konseptler ile çoğunlukla uyumludur. Konuların daha çok firma sahipleri ve sanatçıların kişisel istekleri doğrultusunda gelen müşteriye görsel estetik sağlamak amacı ile yapılmaktadır. Duvar resimlerinin görsel olarak bir duvarı kaplama dışında mekâna herhangi bir katkısı yoktur. Resim aydınlatmalarında bölgesel spot aydınlatmalar kullanılmıştır.

- Dış mekânlarda duvar resimleri ise geniş sokaklar, dört yol ağzı ve birçok açıdan görünür yapıların yan cephelerinde yerini almıştır. Konuların daha çok sanatçıların kişisel tercihinin bırakılmıştır. Resim konularında politik herhangi bir söyleme rastlanmamıştır. Duvar aydınlatmaları yetersizdir hatta hiç yoktur.

İncelenen örneklerde tüm duvar resimlerinin mevcut boşlukları değerlendirmek amacı ile bir görsel yama niteliğinde oluşturulduğu söylenebilir. Duvar resimlerinin bir süs ve görsel kurtarıcı olarak görüldüğü sonucuna ulaşılabılır. Fakat duvar resimleri tasarımın başlangıç aşamasında mekanın kimliğini kuvvetlendiren bir öğe olarak düşünülmeli; duvar yüzeyleri tasarımcıya bırakılmış eylem alanları olarak değerlendirilmelidir.

Değerlendirmeler doğrultusunda tasarımcılar için bazı ipuçları oluşturulmuştur:

- Duvar resminin, mekân dokusu ve konseptiyle uyum içerisinde olması mekânlara estetik açıdan katkı sağlar.
- Duvar resminin mekânla bütünlük sağlanması isteniyorsa renk seçiminde benzer tonlar kullanılması; duvar resminin dikkat çekmesi ve vurgulanması isteniyorsa mekânda kullanılan renklerin kontrastı olan renklerin kullanılması önerilir.
- Mekân tasarımında kullanılan formlarla duvar resmi çizgileri form yönünden bütünleştirilerek ve ilişkilendirilerek uyum arayışına girilebilir veya zıt çizgilerle kişilerin ilgisi duvar resmine çekilebilir.
- Mekân form açısından yoğun bir yapıya sahipse, karmaşık bir resim seçilmemesi gerekmektedir. Karmaşık resimler mekân içerisinde görünürlüğünün azalması sebebi ile dikkat çekici olmamaktadır.

- Mekânda daha akromatik renkler mevcutsa karmaşık yapıya sahip resimler kullanılabilir. Böylelikle kullanıcılar resme daha çok odaklanacaktır.
- Duvar resimleri spot ışıklarla aydınlatılarak daha belirgin hale getirilmelidir.
- Duvar resimlerinin, yaygın ve dağınık olarak kullanılması yerine her yerden görülebilen tek bir duvarda yer alması daha etkili olacaktır. Eğer birden çok duvar seçilecekse, çizimlerin aynı türde olması önerilir.
- Duvar resimleri kentsel mekânlarda rastgele değil mevcut bina ve sokak kesişimlerinde konumlanmalıdır. Ayrıca kullanıcı/yaya trafiğinin yoğun olduğu cephelere konumlanmalıdır.
- Hikâye ve konunun, mimari form ve mekân konseptinden farklı olarak seçilmemesi önerilir.
- Duvar resminin konusu, çizim tekniği, sanatsal değeri, mimari mekânlara özgünlük sağlayabilir.
- İç mekânlarda duvar resimlerinin sanatçılar tarafından resmedilmeli ve iç mimarlar ile birlikte mekân ile uyumluluğu düşünülmelidir.
- Duvar resimleri özellikle vurgulanmak isteniyorsa, iç mekânlarda spot ile aydınlatılmalıdır. Dış mekânlarda ise duvar resimleri kent meydanlarından akşam saatlerinde görülebilmesi için aydınlatılmalıdır.
- Duvar resimleri farklı bölücü yüzeylerde yerini alabilir. Yapay zekâ gibi programlarla kullanıcılar resmin bir parçasına katkı sağlayabilir.
- Tasarımcılar ve sanatçılar duvar resmini sadece yüzeye yapılan resim olarak görmemeli; kullanıcıların hislerini ve duyularını harekete geçirecek sanatsal ifade olarak düşünülmelidir.

Bu çalışmada İstanbul'daki duvar resimlerinin izleri sürülmüştür. Bu çalışmanın araştırma yöntemi ele alınarak Anadolu kentlerindeki duvar resimlerinin de izleri sürülebilir ve elde edilen sonuçlar yurtdışı örnekleri ile karşılaştırılabilir. Yapılan analizler sonucunda firmalar ve tasarımcılar, Mural sanatçıları ile birlikte mekânlar için ortak çalıştaylar yürütebilirler. Duvar ressamı ve iç mimarın mekân tasarımında ortak çalışmasının mekân tasarımına etkilerini ortaya koyan ve bütüncül bir yaklaşımı benimseyen deneysel bir atölye çalışmasının yürütülmesi önerilir. Sonuç

olarak, bu çalışma benzer konularda yapılacak araştırmalara örnek teşkil etmektedir. Aynı zamanda mekân tasarımları için firmalar, sanatçılar ve mimarları bir ortak noktada buluşturması açısından önem taşımaktadır.



KAYNAKLAR

- Atayurt,U.** (2006). Post graffiti; Os Gemeos, ikimiz birimiz,. *Bant Dergisi*, (Sf.22-39).
- Ateş, E.** (2014). Bizans Resmi Ve Mozaïği. Hacettepe Üniversitesi.
- Ayaydın, A.** (2010). Gotik Sanatına 21.Yüzyıl Perspektifinden Bir Bakış, *Ekev Akademi Dergisi* ,(Sf. 117).
- Basol, Ö.** (2019). Ömer Basol kişisel arşivi.
- Bayram, B.** (2007). 'Kamusal Mekân Kalitesinin Yükseltilmesinde Yöntemler ve Kamusal Sanatın Rolü',İ.T.Ü.
- Berger, J.** (2014). *Görme Biçimleri*. İstanbul, Metis Yayınları.
- Berksaç, E.** (2000). *Avrupa Sanatı'na Giriş*. İstanbul: Engin Yayıncılık.
- Pancholi B., Dunne M., Bartlett H., Cubbidge R.P.**(2010). 'The influence of learning styles, enrolment status and gender on academic performance of optometry undergraduates', *Wiley*.
- Cansız, O. S.** (2012). 'Sokak Sanatının Kent Kimliği Üzerine Etkileri'. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Ceram,C.W.**(2011). *Tanrıların Vatanı Anadolu*. Remzi Kitapevi.
- Cohen, J.** (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* ,New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Cordan, Ö. Karagöz, E.** (2013). 'Pop Up Mekân Tasarımı Ve Pazarlama İlişkisi', *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Cumming, R.** (2006). *Sanat, İnkılap* Kitapevi.
- Curtis, G.** (2017). *Mağara Ressamları*. İstanbul, Redingot Yayınları.
- Çeber, T.** (2017). 'İzleyiciyi İzlemek; Sanat Eseri, Sanatçı ve İzleyici İlişkisi Üzerine' *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (Sf. 87-97).
- Demirarslan, D.** (2016). '19. Yüzyıl Türk Sivil Mimarisinde Duvar Resmi Estetiği ve İstanbul Teması' ,*Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, (Sf.105-125).
- Demus, O.** (1975). 'The Style of Kariye Djami and its Place in the Development of Paleologan Art', Princeton University Press, New Jersey.
- Koçak,D., Ö. ve O.**(2014). 'Whose City Is That? Culture, Design, Spectacle And Capital In Istanbul' *Cambridge Scholars Publishing*, (Sf. 335).
- Düzgün, İ.** (2020). İrem Düzgün kişisel arşivi.
- Ellsworth-Jones, W.** (2012). *Banksy: The Man Behind The Wall*, London, Aurum Press.

- Erdem, S.** (2018). '*Grafiti ve sokak sanatının tarihsel süreçte iletişim stratejileri açısından değerlendirilişi*', Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Konya.
- Toy,E., Görgülü E.** (2018). 'Kamusal Alanda Sanat Uygulamalarına Bir Örnek, Mural İstanbul'.*Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Garrett, A.** (1972). '*On Space And Time*', Pergamon Press, London.
- Gökova, H.** (2018). 'Ön-Rönesans Dönemi Resim Sanatının Özellikleri ve Temsile Dönük Çağdaş Resim Sanatı Üzerindeki Etkileri',*Yedi:Sanat,Tasarım ve Bilim Dergisi*.
- Gökova, H.** (2020). Sokak Sanatında Üsluba Dair Yorumlar,*Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, (Sf .97-107)
- Graffitto.** (1986). *Encyclopadia Britannica*, New international dictionary, Chicago.
- H.Reiss, J.** (2001). *From Margin to Center-The Spaces of Installation Art*, The MIT Press, Cambridge.
- Hasol, D.** (2016). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*, Yem Yayınları.
- Kamözüt, C.** (2015). 'On Yedinci Yüzyıl Bilim Devriminin Hazırlayıcısı Olarak Mediciler ve Michelangelo', *Kilikya Felsefe Dergisi*.
- Kırca, A.D ve Üstündağ, D.D.**(2020) 'Mimari Bağlamı Değişen Seramik Panoların İncelenmesi', *Journal Of Arts*. (Sf 291-312)
- Köken, M.** (2014). 'Hitit Uygarlığının Çağdaş Türk Resmine Etkisi',Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anabilim Dalı,Konya.
- Krahn, C. Ş.** (2016). Cemre Şenoğlu Krahn kişisel arşivi.
- Lemoine, S.** (2014). Müzeye bir karşı kültür: Kuruma meydan okuyan kent sanatı. *Pera Yayınları*.
- Metin, M.** (2014). *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pagem Akademi, Ankara.
- Morkoç, M.** (2013). 'Sanat Nesnesi Ve Mekân İlişkisi Üzerine Uygulamalar', Hacettepe Üniversitesi.
- N. Akın.** (1994). *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi 'Beyoğlu*, Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı,İstanbul
- O'Doherty, B.** (2019). *Beyaz Küpün İçinde*, Sel Yayıncılık,İstanbul.
- Ögel, S.** (1977). 'Çevresel Estetik', *İ.T.Ü Yayınları*.
- Öndin, N.** (2020). 'Türk Manzara Resmi', *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*,Muğla Üniversitesi.
- Özçam, I.** (2017). 'Ticari Mekânlarda Enstalasyonla Yaratılan Dinamikler',*Tasarım Kuram*, (Sf. 64-76).
- Özdamar, K.** (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*,Kaan Kitabevi.
- Özdemir, D.** (2020). Adres : www.1k1m.co/
- Özdemir, M.** (1991). Büyük Boyutlu Duvar Resmi (Fresco-Sıva Üstü) Teknikleri ve Çağdaş Uygulamaları,İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Özeren, S.** (2008). Mimaride Kurgulanan Sanatın Tasarımda Oluşturduğu Bellek ve İmç Örneği, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Restany, P.** (2004). *Hudertwasser*. Taschen.
- Sadık, C.** (2021). *Kuzey Barok Resim Sanatı*,Buart Atölye Seminer.
- Safran, Y.** (1989). *Frederck Kiesler 1890-1965* Architectural Association Publications,London.
- Salman, Y.** (1992). 'İstiklal Caddesi XIX. yüzyıl cephe bezemelerinin üslupsal analizi ve Bezeme Restorasyonu İçin Öneriler', İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Sözbir, S.** (2016). 'Antik Dönem Duvar Resimleri Yapım Teknikleri ve Gelişimleri,' Adnan Menderes Üniversitesi,Aydın,Türkiye
- Stewart, J.** (2005). *Rönesans Sanatı*,Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Tan, P., Boynik, S.**(2007). 'Olasılıklar, Duruşlar, Müzakere-Güncel Sanatta Kamusal Alan Tartışmaları', *İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları*, İstanbul.
- Tekinalp, Şahin A. P.** (2006). *Duvar Resimlerinde Köşk, Kasır ve Saraylar*. Dolmabahçe Sarayı Uluslar arası Sempozyumu,İstanbul.
- Taş, O. T.** (2014). 'Resistance On The Walls,Reclaming Public Space:Street Art In Times Of Political Turmoil In Turkey'. *Interactions Studies in Communication & Culture*, Volume 5 ,(Sf 3).
- Turan, T.** (2020). Tutem Turan Kişisel Arşivi.
- Tziovas, D.** (2017). *Greece In Crisis ,The Cultural Politics Of Austerity*, Bloomsbury Publishing, New York.
- Uysal, M. A.** (2009).' Sanatta Mekân Algısı(Mekânla Oynamak)',Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Heykel Anasanat Dalı,Ankara.
- Ülkü, G.K .** (2019). 'Mimarlık ve Sanat İşbiliği: Brüksel Expo'58 Türkiye Pavyonu, *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (Sf 497-516).
- Varol, E. B.** (2004). İnsan -Çevre Etkileşimi Açısından Kamusal Mekânda Sanatın Rolü, İstanbul Teknik Üniversitesi,İstanbul,Türkiye.
- Selvi, Y., Koca, B.** (2016). Banks'yi Anlamak, *SDÜ ART- E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi* .
- Yavuz,Ö.E.**(2020). Kuzgun Acar'ın Heykellerinde Konstrüktivist Yaklaşımlar Üzerine Düşünceler,*GSF Sanat Dergisi*,Atatürk Üniversitesi, (Sf 103-116).
- Zünbuloğlu, N. E.** (2018).' Kent Mekânında Anlam , Kullanıcı Algısı Ve Grafiti', İstanbul Teknik Üniversitesi,İstanbul,Türkiye.

İnternet Kaynakları

- Arkeoloji Dünyası** (2020). Adres: <https://twitter.com/arkeolojidnyasi>, alındığı tarih: 20 Ağustos 2020.
- arthistoryattacks**(2011). Adres: <http://http://arthistoryattacks.blogspot.com/2011/06/artwork-of-day.html>.blogspot.com/2011/06/artwork-of-day.html
- Atasoy, Z.B.**(2011). Adres: <https://www.arkitera.com/haber/yeldegirmeni-mahalle-yenileme-projesinde-gelinen-nokta/>
- Bilimsel Araştırma Teknikleri**(2021). Adres: https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Guz/bilimsel_arastirma_teknikleri_isl_ao/6/index.html
- biyudum.com** (2021). Adres: <https://biyudum.com/mezan/cafes-mu/337>
- blog.thewingshotel.com**(2018). Adres : <https://blog.thewingshotel.com/kent-kulturu-ve-tarihi/ilk-caglardan-gunumuze-karakoyun-bilinmeyen-tarihi/>
- Chateau De Versailles.** (2021). Adres: <https://en.chateauversailles.fr/discover/estate/palace/king-state-apartment#the-hercules-room>
- Favela painting.** (2021). Adres : <https://favelapainting.com/PROJECTS>, erişim tarihi: 11.06.2021
- Forbes, M.** (2020). Adres : <https://www.thecollector.com/sistine-chapel/>
- Gazete Duvar.** (2021). Adres: <https://www.gazeteduvar.com.tr/ankara-buyuksehirden-saglikcilara-grafitili-moral-haber-1519675>
- Gürsel, N.** (2016). Adres: <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/giottonun-mavi-dunyasi-40057590>
- Heindorff, A. M.** (2008). Adres : <http://arthistory.heindorffhus.dk/frame-Style08-Gothic.html>
- Magaryan, P.** (2019). Adres : arkeofili.com: <https://arkeofili.com/girit-uygarliginin-yukselisi-ve-cokusu/>
- National Endowment For The Arts.** (2020). Adres : <https://www.arts.gov/>
- Südor** (2018). Adres : <https://www.evrensel.net/haber/350867/resimleri-siirlestiren-siirleri-resimlestiren-katalan-ressam-miro>
- Stowers, G. C.** (1997). Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art”. Adres : <https://www.graffiti.org/faq/stowers.html>
- Norman, A.** (2007, Eylül 16). Adres: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Sainte_Marie_de_La_Tourette_2007.jpg#filehistory

- Taya.** (2016). Adres :<https://wannart.com/icerik/11227-1917-ekim-devrimi-sonrasi-konstruktivizm-akimi-ve-tatlin-kulesi>
- Yavuz, F.** (2010).Adres:https://www.mimarizm.com/haberler/favela-painting-brezilya-nin-gecekodu-mahallelerinde-sanat_116698
- Yüksel, B. T.** (2021). Adres :<https://10layn.com/ucuncu-dalga-kahve-akimi-nedir/>
- Widewalls.** (2021). Adres:<https://www.widewalls.ch/magazine/brazilian-artists-streetart-art-worldcup/alexandre-orion>
- Wikimedia.** (2007).
Adres:https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Painting_of_Akhenaten%27s_daughters.jpg
- Wikipedia.** (2013, Ocak 20). Adres:
https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Hagia_Sophia_Imperial_Gate_mosaic_2.jpg
- Wikipedia.** (2020). Adres:
https://en.wikipedia.org/wiki/Banksy#/media/File:West_bank.png
- Wikipedia.** (2021). Adres :https://en.wikipedia.org/wiki/Basilica_of_Saint-Denis
- Wikipedia.** (2021). Adres : <https://tr.wikipedia.org/wiki/Be%C5%9Fikta%C5%9F>
alındığı tarih:13.06.2021
- Winterhager.**(2016). Adres: <https://www.koelnarchitektur.de/pages/de/news-archive/14270.htm>.
- Url -1** avys.omu.edu.tr.(2021).Anadolu Medeniyetleri ve Sanatı,
Adres:<https://www.google.com/search?q=Karkam%C4%B1%C5%9F:+Kabartma,+ge%C3%A7+Hitit+geleneksel+stili>
- Url -2** besiktas.meb.gov.tr.(2020).Adres:http://besiktas.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2020_12/21160604_IYLCYEMİYİZİN_TARİHYİ.pdf
- Url -3** thespaces.com. (2021). Adres :<https://thespaces.com/caffe-fernanda-recalls-1950s-milanese-glamour/>
- Url-4** www.wikiwand.com. (2021). Adres
:<https://www.wikiwand.com/en/Hundertwasserhaus>
- Url-5** [kadikoy.gov.tr](http://www.kadikoy.gov.tr). (2020). <http://www.kadikoy.gov.tr/tarihce>
- Url-6** [themaggar.com](http://www.themaggar.com).(2020). Adres: <https://www.themaggar.com/yeni-raki-berlin-londra-murallar>
- Url-7** <https://tr.wikipedia.org/wiki/Akaretler>, alındığı tarih:13.06.2021.
- Url-8** www.ankara.bel.tr. (2019). <https://www.ankara.bel.tr/haberler/baskent-duvarlari-rengarenk/>
- Url-9** www.ensonhaber.com. (2019, Nisan 14). <https://www.ensonhaber.com/ic-haber/kirsehirde-hamidiye-camii-begeni-topluyor>

Url 10- www.google.com. (2021, Nisan).

https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?msa=0&ie=UTF8&t=m&ll=40.98811166298131%2C29.02969239191049&spn=0.000818%2C0.001599&z=15&source=embed&mid=1yZ0MZbXes8jz_lEaQXnAjrU0Q1k

Url 11- www.ibb.istanbul. (2021, ekim 11).

<https://www.ibb.istanbul/News/Detail/37320>

Url 12- yapı.com.tr. (2021). http://www.yapi.com.tr/haberler/beyoglundaki-konumu-ve-onemi_95071.html

Url 13 - Adres:<https://www.wikiwand.com/en/Hundertwasserhaus>, alındığı tarih:15.03.2021.



EKLER

EK A: Kullanıcı Anketi Örneği

DUVAR RESİMLERİNİN KULLANICILARIN ALGI-DAVRANIŞLARI VE MEKÂN ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ÖRNEK İÇ VE DIŞ MEKÂNLAR ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Bu çalışma, İstanbul Gedik Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü yüksek lisans öğrencisi Tütem Turan'ın İstanbul 'da seçilen belirli alandaki duvar resmi çalışmasının kullanıcı algısı ve mekân üzerinde yarattığı etkileri inceleyen yüksek lisans tezinde kullanılacaktır. Bu çalışmaya katılımınız tamamen gönüllüdür.

Çalışma Yürütücüleri

İç Mimar Tütem Turan

İstanbul Gedik Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü yüksek lisans öğrencisi

Dr. Öğr. Üyesi Begüm Erçevik Sönmez

Yeditepe Üniversitesi Mimarlık Fakültesi

Çalışmanın Amaçları

1. İç mekân ve dış mekân duvar resimlerinin kullanıcıların algı- davranışları açısından olumlu-olumsuz etkilerini araştırmak.
2. İç mekân ve dış mekân duvar resimlerinin mekân algısına etkilerinin kullanıcı değerlendirmeleri üzerinden incelemek.
3. İç mekân ve dış mekân resimlerinin kullanıcıların algı-davranışları üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerini karşılaştırmak.
4. Tasarımcıları için duvar resimlerinin kullanımına teşvik etmek ve öneriler oluşturmak.

Sizden Ne Yapmanız İstenecektir?

Anketin birinci bölümde katılımcılar ile ilgili altı adet genel soru vardır. İkinci bölümünde ise elli adet sıfat çiftleri ile değerlendirmeniz istenecektir. Bölüm üçte duvar resmi ve mekân ile ilgili yedi adet soru yer almaktadır. Anket yaklaşık on dakika sürecektir.

Gizlilik

Görüşme sürecinde söylenenlerin tümü gizli tutulacak, araştırmacı bu bilgileri hiç kimseyle paylaşmayacaktır. Kimlik bilgileri doğrudan ya da dolaylı olarak açığa çıkartılmayacaktır ya da yayınlanmayacaktır. Toplanan tüm veriler güvenli olarak saklanmaktadır.

Çalışmadan Çekilme

Katılımcı çalışmadan, istediği zaman ya da herhangi bir nedenle çekilme hakkına sahiptir.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Anket No:

Tarih:

KULLANICI ANKET FORMU

Bölüm 1: Genel Sorular ve Katılımcı Bilgileri

1. Yaşınız?

- 18-25 26-35 36-45 45-60
 60 yaş üstü

2.Cinsiyetiniz?

- kadın erkek

3.Eğitim durumunuz?

- yok ilkokul lise üniversite
 yüksek lisans/doktora

4.Daha önce sanat eğitimi aldınız mı?

- Evet Hayır

5.Sanata ilginiz var mıdır?

- İlgim var İlgim yok fikrim yok

6.Mekânlardaki duvar resimlerini fark eder misiniz?

- fark ederim fark etmem fikrim yok

Bölüm 2. Duygu durumu ölçümü



Şekil A.1: Kırmızıkuşak Sokak, Kadıköy, İstanbul.
Sanatçı: Lonac

1. Bu eseri daha önce gördünüz mü?

Evet

Hayır

2. Görmüş olduğunuz duvar resminin sizde uyandırdığı duygu durumuna uygun bazı sıfat çiftleri aşağıda yer almaktadır. Duygu durumunuza uygun olan sıfat anlatımını işaretleyiniz. Sıfat çiftleri olumsuz sıfattan (1'den) olumlu sıfata (7'ye) doğru sıralanmaktadır.

	1	2	3	4	5	6	7	
Düzensiz								Düzenli
Uyumsuz								Uyumlu
Sıkıcı								Rahat
Soğuk								Sıcak
Donuk								Canlı
Hüzünlü								Neşeli
Yumuşak								Sert
Etkisiz								Etkili
Sakin								Uyarıcı
Gizemli								Görkemli

Durgun								Dinamik
Tekdüze								Değişken
Pasif								Aktif
Erkeksi								Kadını
Basit								Karmaşık
Geleneksel								Aykırı
Rahatsız								Rahatlatıcı
Sezgisel								Akılcı
Sıkıcı								İlginç
Tatsız								Hoş
Sıradan								Özgün
Tarafsız								Tarafli
Anlaşılmaz								Şeffaf
Renksiz								Renkli
Aptalca								Akıllıca

Bölüm 3. Eser-Mekân İlişkisi



Şekil A.2



Şekil A.3

1.Yukarıdaki resimlere bakarak duvar resmi yapılmadan önce ve yapıldıktan sonraki versiyonunu tercih açısından değerlendiriniz.

Duvar resmi yapılmadan önceki versiyonu tercih ederim.

Duvar resmi yapıldıktan sonraki versiyonu tercih ederim.

Fikrim yok

2.Son altı ayda benzer bir duvar resmi gördünüz mü?

evet

hayır

Fikrim yok

3. Sizce bu eser iç mekânı güzelleşirdi mi?

- Evet Hayir Fikrim yok

4.Sizce bu eser kaldırılmalı mı?

- evet hayir Fikrim yok

5.Eseri görülmesi açısından birilerine tavsiye eder misiniz?

- evet hayir Fikrim yok

6. Eserlerin iç mekânlarda kullanılmasını doğru buluyor musunuz?

- Evet Hayir Fikrim yok

7.Lütfen aşağıda eserin sizde uyandırdığı düşüncüyü belirtiniz.

- Mekânla uyumlu buldum.
 Mekâni güzelleştirdiğini düşünüyorum.
 Yüzeze zarar vermiştir.
 Boşluğu kirli gösteriyor.
 Diğer.....

EK B : Sanatçı Görüşme Formu

SANATÇI ADI:

ESER ADI:

MEKAN:

TARİH:.....

1) Bize kendinizi tanıtır mısınız? Sanat eğitiminiz ve eserleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

2) Bu duvar resmini üretirken nelerden ilham aldınız?

3) Bu duvar resminde mesaj verme kaygınız var mı? Var ise bu mesajlar nelerdir?

4) Bu duvar resmini uygularken zorluk çektiniz mi?

5) Bu duvar resmini uygularken devlet ve firmalardan maddi ya da manevi destek aldınız mı? Bu destekler nelerdir?

6) Çalıştığınız firmanın ya da müşterinizin talepleri nelerdi? Sanatınıza yaklaşımı nasıldı? Destek aldınız mı?

7) Duvar resmi ve mekân ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

EK C: Firma Yetkilisi Görüşme Formu

FİRMA ADI:

FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ:

ESER ADI:

MEKAN:

TARİH:.....









1. Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

2. Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu?

3. Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

4. Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

EK D: Kadıköy Bölgesi Fotoğraflanan Duvar Resimleri

Dış Mekân Duvar Resmi	İç Mekân Duvar Resmi
	
	
	
	





Kaynak: (Turan, 2020).

EK E: Beyoğlu Bölgesi Fotoğraflanan Duvar Resimleri

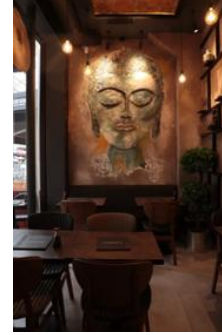
Dış Mekân Duvar Resmi	İç Mekân Duvar Resmi
	
	
	
	



Kaynak: (Turan, 2020).

EK F: Beşiktaş Bölgesi Fotoğraflanan Duvar Resimleri

İç Mekân Duvar Resmi



Kaynak: (Turan, 2020).

EK G: İç Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	18-25 Yaş	8	3,33	1,58	0,773	0,546
	26-35 Yaş	7	2,49	1,95		
	36-45 Yaş	20	3,55	1,67		
	45-60 Yaş	16	3,71	1,94		
	60 Yaş Üzeri	29	2,87	2,52		
Uyumsuz-Uyumlu	18-25 Yaş	8	3,15	1,96	0,143	0,966
	26-35 Yaş	7	2,91	2,24		
	36-45 Yaş	20	3,16	1,77		
	45-60 Yaş	16	3,55	2,05		
	60 Yaş Üzeri	29	3,30	2,32		
Sıkıcı-Rahat	18-25 Yaş	8	3,45	2,00	0,544	0,704
	26-35 Yaş	7	2,51	2,38		
	36-45 Yaş	20	2,96	1,88		
	45-60 Yaş	16	3,64	2,10		
	60 Yaş Üzeri	29	2,83	2,41		
Soğuk-Sıcak	18-25 Yaş	8	3,33	1,88	0,825	0,513
	26-35 Yaş	7	3,34	2,09		
	36-45 Yaş	20	3,26	1,93		
	45-60 Yaş	16	4,11	1,65		
	60 Yaş Üzeri	29	2,99	2,23		
Donuk-Canlı	18-25 Yaş	8	3,45	1,97	0,676	0,611
	26-35 Yaş	7	3,43	1,98		
	36-45 Yaş	20	3,08	1,68		
	45-60 Yaş	16	3,80	1,76		
	60 Yaş Üzeri	29	2,78	2,56		

EK G: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Hüzünlü-Neşeli	18-25 Yaş	8	3,03	2,05	0,576	0,681
	26-35 Yaş	7	2,80	1,75		
	36-45 Yaş	20	2,60	1,83		
	45-60 Yaş	16	3,26	2,19		
	60 Yaş Üzeri	29	2,34	2,21		
Yumuşak-Sert	18-25 Yaş	8	2,15	2,04	0,229	0,921
	26-35 Yaş	7	2,37	2,41		
	36-45 Yaş	20	2,05	1,79		
	45-60 Yaş	16	2,59	1,34		
	60 Yaş Üzeri	29	2,11	2,05		
Etkisiz-Etkili	18-25 Yaş	8	4,48	1,32	2,194	0,078
	26-35 Yaş	7	2,20	2,60		
	36-45 Yaş	20	2,53	2,09		
	45-60 Yaş	16	4,04	1,55		
	60 Yaş Üzeri	29	3,01	2,53		
Sakin-Uyarıcı	18-25 Yaş	8	2,85	2,19	1,194	0,320
	26-35 Yaş	7	2,74	2,54		
	36-45 Yaş	20	2,84	1,75		
	45-60 Yaş	16	3,28	1,67		
	60 Yaş Üzeri	29	1,96	2,37		
Gizemli-Görkemli	18-25 Yaş	8	2,63	1,73	0,957	0,436
	26-35 Yaş	7	2,03	1,91		
	36-45 Yaş	20	2,27	1,70		
	45-60 Yaş	16	2,99	2,08		
	60 Yaş Üzeri	29	1,90	1,91		
Durgun-Dinamik	18-25 Yaş	8	2,58	1,97	1,447	0,227
	26-35 Yaş	7	2,54	2,34		
	36-45 Yaş	20	2,38	1,81		
	45-60 Yaş	16	3,83	1,65		
	60 Yaş Üzeri	29	2,44	2,35		
Tekdüze-Değişken	18-25 Yaş	8	3,00	1,56	0,639	0,636
	26-35 Yaş	7	2,31	2,49		
	36-45 Yaş	20	2,15	1,88		
	45-60 Yaş	16	3,04	2,61		
	60 Yaş Üzeri	29	2,14	2,29		

EK G: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Pasif-Aktif	18-25 Yaş	8	2,60	2,06	0,955	0,437
	26-35 Yaş	7	2,91	2,40		
	36-45 Yaş	20	2,22	2,06		
	45-60 Yaş	16	3,31	2,03		
	60 Yaş Üzeri	29	2,07	2,41		
Erkeksi-Kadınsı	18-25 Yaş	8	2,85	2,08	1,288	0,282
	26-35 Yaş	7	2,63	1,68		
	36-45 Yaş	20	2,15	1,69		
	45-60 Yaş	16	3,04	1,66		
	60 Yaş Üzeri	29	1,90	1,89		
Basit-Karmaşık	18-25 Yaş	8	2,50	1,66	0,318	0,865
	26-35 Yaş	7	2,77	2,03		
	36-45 Yaş	20	2,56	1,43		
	45-60 Yaş	16	2,55	1,88		
	60 Yaş Üzeri	29	2,11	2,07		
Geleneksel-Aykırı	18-25 Yaş	8	3,10	2,03	1,165	0,333
	26-35 Yaş	7	2,03	2,11		
	36-45 Yaş	20	2,48	2,02		
	45-60 Yaş	16	3,04	2,00		
	60 Yaş Üzeri	29	1,81	2,36		
Rahatsız-Rahatlaticı	18-25 Yaş	8	2,30	2,37	0,775	0,545
	26-35 Yaş	7	2,17	2,19		
	36-45 Yaş	20	2,07	1,65		
	45-60 Yaş	16	3,21	2,30		
	60 Yaş Üzeri	29	2,60	2,06		
Sezgisel-Akılcı	18-25 Yaş	8	2,78	1,67	1,167	0,332
	26-35 Yaş	7	2,57	2,53		
	36-45 Yaş	20	2,00	1,78		
	45-60 Yaş	16	3,45	2,06		
	60 Yaş Üzeri	29	2,37	2,28		
Sıkıcı-İlginç	18-25 Yaş	8	3,73	1,12	0,449	0,773
	26-35 Yaş	7	3,06	2,61		
	36-45 Yaş	20	3,04	1,51		
	45-60 Yaş	16	3,86	2,00		
	60 Yaş Üzeri	29	3,43	2,45		

EK G: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Tatsız-Hoş	18-25 Yaş	8	3,13	2,07	0,787	0,537
	26-35 Yaş	7	2,66	2,23		
	36-45 Yaş	20	2,74	1,81		
	45-60 Yaş	16	3,89	2,09		
	60 Yaş Üzeri	29	3,10	2,25		
Sıradan-Özgün	18-25 Yaş	8	2,93	2,23	1,160	0,335
	26-35 Yaş	7	2,77	2,55		
	36-45 Yaş	20	2,42	1,94		
	45-60 Yaş	16	4,00	2,22		
	60 Yaş Üzeri	29	2,97	2,35		
Tarafsız-Tarafli	18-25 Yaş	8	2,00	1,99	0,881	0,480
	26-35 Yaş	7	1,46	1,47		
	36-45 Yaş	20	1,79	1,91		
	45-60 Yaş	16	2,29	1,96		
	60 Yaş Üzeri	29	1,26	1,89		
Anlaşılmaz-Şeffaf	18-25 Yaş	8	2,53	2,40	0,648	0,630
	26-35 Yaş	7	1,80	2,19		
	36-45 Yaş	20	1,85	1,95		
	45-60 Yaş	16	2,78	2,25		
	60 Yaş Üzeri	29	1,86	2,21		
Renksiz-Renkli	18-25 Yaş	8	3,33	1,83	1,155	0,338
	26-35 Yaş	7	2,94	2,90		
	36-45 Yaş	20	2,81	1,84		
	45-60 Yaş	16	3,94	1,87		
	60 Yaş Üzeri	29	2,49	2,58		
Aptalca-Akıllıca	18-25 Yaş	8	3,03	2,28	1,042	0,391
	26-35 Yaş	7	2,66	2,21		
	36-45 Yaş	20	2,25	2,14		
	45-60 Yaş	16	3,78	2,48		
	60 Yaş Üzeri	29	2,48	2,65		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

EK H: Dış Mekân Duvar Resimleri İçin Sıfat Çiftlerinin Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Farklılık Analizi Tablosu

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Düzensiz-Düzenli	18-25 Yaş	8	2,58	2,18	0,792	0,534
	26-35 Yaş	7	3,60	1,90		
	36-45 Yaş	20	3,57	1,91		
	45-60 Yaş	16	4,11	2,29		
	60 Yaş Üzeri	29	3,09	2,70		
Uyumsuz-Uyumlu	18-25 Yaş	8	3,60	2,02	0,539	0,707
	26-35 Yaş	7	4,31	1,71		
	36-45 Yaş	20	4,13	1,77		
	45-60 Yaş	16	4,61	1,86		
	60 Yaş Üzeri	29	3,77	2,52		
Sıkıcı-Rahat	18-25 Yaş	8	2,85	2,68	0,655	0,625
	26-35 Yaş	7	2,97	2,16		
	36-45 Yaş	20	3,86	1,74		
	45-60 Yaş	16	3,84	2,20		
	60 Yaş Üzeri	29	3,03	2,78		
Soğuk-Sıcak	18-25 Yaş	8	3,30	2,27	0,296	0,880
	26-35 Yaş	7	3,51	1,51		
	36-45 Yaş	20	3,99	1,63		
	45-60 Yaş	16	4,13	1,96		
	60 Yaş Üzeri	29	3,68	2,56		
Donuk-Canlı	18-25 Yaş	8	3,03	1,78	0,545	0,703
	26-35 Yaş	7	3,06	2,17		
	36-45 Yaş	20	3,21	2,07		
	45-60 Yaş	16	3,91	2,28		
	60 Yaş Üzeri	29	2,90	2,47		
Hüzünlü-Neşeli	18-25 Yaş	8	3,00	1,97	0,493	0,741
	26-35 Yaş	7	3,69	1,95		
	36-45 Yaş	20	3,17	1,94		
	45-60 Yaş	16	3,65	2,44		
	60 Yaş Üzeri	29	2,78	2,51		

EK H: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Yumuşak-Sert	18-25 Yaş	8	2,25	1,76	1,008	0,409
	26-35 Yaş	7	1,74	1,77		
	36-45 Yaş	20	1,96	1,40		
	45-60 Yaş	16	2,34	1,78		
	60 Yaş Üzeri	29	1,42	1,63		
Etkisiz-Etkili	18-25 Yaş	8	3,18	2,05	0,522	0,720
	26-35 Yaş	7	2,71	2,59		
	36-45 Yaş	20	2,83	2,11		
	45-60 Yaş	16	3,85	2,45		
	60 Yaş Üzeri	29	2,90	2,75		
Sakin-Uyarıcı	18-25 Yaş	8	3,03	2,00	0,584	0,675
	26-35 Yaş	7	2,51	2,16		
	36-45 Yaş	20	2,34	1,75		
	45-60 Yaş	16	2,66	2,09		
	60 Yaş Üzeri	29	1,94	2,28		
Gizemli-Görkemli	18-25 Yaş	8	2,10	2,34	0,275	0,893
	26-35 Yaş	7	2,37	2,44		
	36-45 Yaş	20	2,45	1,91		
	45-60 Yaş	16	2,58	2,59		
	60 Yaş Üzeri	29	1,94	2,15		
Durgun-Dinamik	18-25 Yaş	8	2,90	1,33	0,423	0,791
	26-35 Yaş	7	2,69	2,71		
	36-45 Yaş	20	2,25	1,64		
	45-60 Yaş	16	3,09	2,24		
	60 Yaş Üzeri	29	2,40	2,52		
Tekdüze-Değişken	18-25 Yaş	8	2,18	2,04	0,53	0,714
	26-35 Yaş	7	2,34	2,63		
	36-45 Yaş	20	1,97	1,97		
	45-60 Yaş	16	2,79	2,34		
	60 Yaş Üzeri	29	1,81	2,36		
Pasif-Aktif	18-25 Yaş	8	2,93	1,47	1,29	0,282
	26-35 Yaş	7	2,37	2,77		
	36-45 Yaş	20	2,38	1,62		
	45-60 Yaş	16	3,44	2,30		
	60 Yaş Üzeri	29	1,98	2,36		

EK H: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Erkeksi-Kadınsı	18-25 Yaş	8	2,50	1,85	1,514	0,207
	26-35 Yaş	7	3,00	2,24		
	36-45 Yaş	20	2,90	1,50		
	45-60 Yaş	16	3,11	2,21		
	60 Yaş Üzeri	29	1,87	1,96		
Basit-Karmaşık	18-25 Yaş	8	2,18	1,69	0,689	0,602
	26-35 Yaş	7	2,09	1,80		
	36-45 Yaş	20	1,97	1,50		
	45-60 Yaş	16	2,28	2,06		
	60 Yaş Üzeri	29	1,49	1,62		
Geleneksel-Aykırı	18-25 Yaş	8	2,48	2,09	0,602	0,662
	26-35 Yaş	7	2,11	2,01		
	36-45 Yaş	20	2,10	1,82		
	45-60 Yaş	16	2,11	2,01		
	60 Yaş Üzeri	29	1,48	2,05		
Rahatsız-Rahatlatıcı	18-25 Yaş	8	2,60	2,29	0,693	0,599
	26-35 Yaş	7	2,14	2,68		
	36-45 Yaş	20	2,73	1,92		
	45-60 Yaş	16	3,65	2,08		
	60 Yaş Üzeri	29	3,06	2,55		
Sezgisel-Akılcı	18-25 Yaş	8	2,43	2,17	0,219	0,927
	26-35 Yaş	7	1,86	2,25		
	36-45 Yaş	20	1,88	1,88		
	45-60 Yaş	16	2,49	2,75		
	60 Yaş Üzeri	29	2,01	2,49		
Sıkıcı-İlginç	18-25 Yaş	8	3,10	1,72	0,951	0,440
	26-35 Yaş	7	2,71	2,45		
	36-45 Yaş	20	2,41	1,93		
	45-60 Yaş	16	3,83	2,32		
	60 Yaş Üzeri	29	2,88	2,40		
Tatsız-Hoş	18-25 Yaş	8	3,25	2,47	0,07	0,991
	26-35 Yaş	7	2,91	2,68		
	36-45 Yaş	20	3,36	1,64		
	45-60 Yaş	16	3,48	2,49		
	60 Yaş Üzeri	29	3,34	2,71		

EK H: Devamı

		Sayı	Ortalama	Standart Sapma	F	p
Sıradan-Özgün	18-25 Yaş	8	2,20	2,05	0,404	0,805
	26-35 Yaş	7	2,74	2,47		
	36-45 Yaş	20	2,65	1,87		
	45-60 Yaş	16	3,39	2,48		
	60 Yaş Üzeri	29	2,88	2,59		
Tarafsız-Tarafılı	18-25 Yaş	8	1,73	2,03	0,849	0,499
	26-35 Yaş	7	1,03	1,57		
	36-45 Yaş	20	1,74	1,75		
	45-60 Yaş	16	2,44	2,53		
	60 Yaş Üzeri	29	1,37	2,18		
Anlaşılmaz-Şeffaf	18-25 Yaş	8	2,00	2,43	0,643	0,633
	26-35 Yaş	7	2,17	2,71		
	36-45 Yaş	20	2,00	2,09		
	45-60 Yaş	16	3,20	2,86		
	60 Yaş Üzeri	29	2,17	2,53		
Renksiz-Renkli	18-25 Yaş	8	2,35	2,09	1,551	0,196
	26-35 Yaş	7	2,29	2,71		
	36-45 Yaş	20	2,93	1,63		
	45-60 Yaş	16	4,16	2,19		
	60 Yaş Üzeri	29	2,58	2,72		
Aptalca-Akıllıca	18-25 Yaş	8	2,80	2,32	1,066	0,379
	26-35 Yaş	7	2,20	2,75		
	36-45 Yaş	20	2,45	2,06		
	45-60 Yaş	16	3,98	2,55		
	60 Yaş Üzeri	29	2,66	2,82		

F: Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Kaynak: (Turan, 2020).

EK I: Deşifreler

SANATÇI GÖRÜŞME FORMU-1

SANATÇI ADI: Ömer Başol

ESER ADI: Style Up International Hip-Hop festival

MEKAN: Antalya

TARİH: 2019



Şekil I.1: Style Up International Hip-Hop Festival, Antalya, 2019

Kaynak: (Basol, 2019).

TT: Bize kendinizi tanıtır mısınız? Sanat eğitiminiz ve eserleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

ÖB: Adım Ömer Grafiti de kullandığım ismim Omeria. Eskiden beraber boyadığımız kısaltması İ.a olan Grafiti gurubumuzun ismime eklenmesiyle belirlediğim bir tagdir. Grafitiye lise zamanında başladım. Bu sayede çizimimi geliştirerek üniversitede önce Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi ardından da Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesine girdim ve buradan mezun oldum. Okulun etkisiyle karakter ağırlıklı çizimler yaptım. Şu anda da Grafiti piyasasında yaptığım karakterlerle bilinirim. Genelde yaptığım karakterlerde Hip-Hop kültürünü ve sokak kültüründen etkiler bolca görünür. Kendi ürettiğim karakterleri, kendi düzenlemelerimle ve kendi boyama tarzımla duvarlara aktarırım.

TT: Bu duvar resmini üretirken nelerden ilham aldınız?

ÖB: Genelde yaptığım bütün çalışmalar da sokaktan ilham alırım. Sokakta yaşanan olayları esprili bir şekilde anlatmaya çalışırım. Bolca sokaktaki objelerden kullanırım. Kısacası sokaktan ve Hip-Hop kültüründen beslenirim.

TT: Bu duvar resminde mesaj verme kaygınız var mı? Var ise bu mesajlar nelerdir?

ÖB: Yaşadığım çevrede ve genel sokak kültüründe güçlü olmak gerekir. Ben bu gücü kavga dövüşle değil de kalemimle ve yaptığım grafitilerle elde ettim. Bu kalemin sokaktaki gücünü anlatmak istedim.

TT: Bu duvar resmini uygularken zorluk çektiniz mi?

ÖB: Yaptığım çalışmalar anlaşılır isler olduğundan ve genelde izinli duvarlar olduğundan uygulama kısmında yaşadığımız bir sıkıntı olmuyor. Bu uluslararası bir festivalde yaptığım duvar olduğundan sıkıntı yaşamadım. Aksine imkânlardan dolayı normalden daha kolay oldu diyebilirim.

TT: Bu duvar resmini uygularken devlet ve firmalardan maddi ya da manevi destek aldınız mı? Bu destekler nelerdir?

ÖB: Yaptığımız hiçbir çalışma da maalesef maddi ve manevi destek almıyorum. Sadece bazı özel firmalara yaptığım duvar resimlerinden kazandığım ücretleri kendi çalışmalarımı yapmak için kullanıyorum. Kendi döngümü kendim sağlıyorum diyebilirim ama sponsor ve destek anlamında bir destekçimiz yoktur.

TT: Çalıştığınız firmanın ya da müşterinizin talepleri nelerdi? Sanatınıza yaklaşımı nasıldı? Destek aldınız mı?

ÖB: Genelde iş olarak yaptığımız çalışmalarda müşterinin kafasındaki fikirleri anlayarak ona özel tasarımlar yaparım. Bu isten maddi bir beklentim çok olmadığı için benim kafama uymayan işlerle veya grafitiye yaklaşımı sıkıntılı olan kişilerle iş yapmıyorum.

TT: Duvar resmi ve mekân ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

ÖB: Duvar resminin mekânlara ruh ve anlam kattığını düşünüyorum çünkü bütün mekânlarda ve sokaklarda genelde her şey standart. Aşağı yukarı hep aynı objeler dekorlar vs. ama oraya yapılan bir çalışmanın bir eşi benzeri yok.

Özellikle o mekâna ve duvara özel olarak tasarlandığında iş daha da güzelleşiyor. O ortamın dokusu, yaşanmışlığı, kültürü işin içine girince yapılan çalışma da bunlar dikkate alınarak yapılıncâ tadından yenmiyor.



SANATÇI GÖRÜŞME FORMU-2

SANATÇI ADI: İrem Düzgün

ESER ADI: Burası Kurtuluş, buradan kurtuluş yok!

MEKAN: Horo Burger

TARİH: 28-29 Eylül 2020



Şekil I.2: Kurtuluş, İstanbul, 2020

Kaynak: (Düzgün, 2020).

TT: Bize kendinizi tanıtır mısınız? Sanat eğitiminiz ve eserleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

İD: 1984 İstanbul, Kadıköy doğumluyum. Mimar Sinan Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü mezunuyum. On bir senedir profesyonel olarak çalışıyorum. Altı sene reklam ajanslarında ve tasarım ofislerinde art direktör olarak çalıştım, beş yıldır ise bağımsız grafik tasarımcı olarak çalışıyorum. Dijital ve basılı mecra için projelerde çalışırken eş zamanlı olarak boyalara geri dönerek 2019 yılında özel sipariş ile 30*30

cm ölçülerinde tipografik el boyaması tablolar yaptığım 900 Santimetrekare ismi ile bir marka yarattım. Bununla beraber farklı ölçekli duvar ve mekân boyamalarına da başladım. Nostaljik fırça tabelacılığı, zanaatçılık ve tipografiye her zaman ilgim vardı. Bunlar bir araya gelerek 900 Santimetrekare markası ve tipografik işler ürettiğim duvar resmi çalışmalarım ağırlık kazanmaya başladı.

TT: Bu duvar resmini üretirken nelerden ilham aldınız?

İD: Mekân sahibinin mekânı için yarattığı konsept ve verdiği brief çok zihin açıcı oldu. 80’li yıllar estetiği, korku sineması ve Kurtuluş semti referansları önemliydi. Horo duvarı çalışması için daha önceden çalışmış olduğum bir tabloyu referans verdi. Oradaki renk paleti ve tipografik referansları kullanarak ve mekânın konseptiyle bütünleşmesini amaçlayarak tasarımımı oluşturdum.

TT: Bu duvar resminde mesaj verme kaygınız var mı? Var ise bu mesajlar nelerdir?

İD: Söz konusu restoranın konseptini yansıtmaya kaygısı var diyebiliriz. Şaşırtma, eğlendirme, dikkat çekme.

TT: Bu duvar resmini uygularken zorluk çektiniz mi?

İD: Mekânın mimarisinden dolayı çektim. Uygulamayı biraz akrobatik hareketlerle tamamladım.

TT: Bu duvar resmini uygularken devlet ve firmalardan maddi ya da manevi destek aldınız mı? Bu destekler nelerdir?

İD: Hayır.

TT: Çalıştığınız firmanın ya da müşterinizin talepleri nelerdi? Sanatınıza yaklaşımı nasıldı? Destek aldınız mı?

İD: Müşterinin mekânı için yarattığı konsept ile uyumlu ve bütünlük içinde olması önemliydi. Yaklaşımı çok uyumluydu, çok rahat çalıştık.

TT: Duvar resmi ve mekân ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İD: Duvar resimleri mekânın ruhuna organik bir dokunuş ile orayı zenginleştiren ve sıcaklık katan çalışmalardır. Mekânı daha “yaşayan” yerlere dönüştürür.

SANATÇI GÖRÜŞME FORMU-3

SANATÇI ADI: Cemre Şenoğlu Krahn

ESER ADI: Mösyö Pinhole

MEKAN: Pinhole Cafe - İstanbul / Moda

TARİH: Şubat 2016



Şekil I.3: Mösyö Pinhole, İstanbul, 2016

Kaynak: (Krahn, 2016).

TT: Bize kendinizi tanıtır mısınız? Sanat eğitiminiz ve eserleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

CŞK: 1988 yılında İstanbul Türkiye’de doğdum. Ortaokul eğitimi sürecinde İstasyon Sanat Akademisi’nde sanat eğitimi alarak güzel sanatlar liselerine hazırlandım.2002 – 2006 yıllarında İstanbul Avni Akyol Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi Resim Bölümü’nde okudum.

2006 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde lisans eğitimine başladım. Resme ve bilhassa desen çalışmalarına tutkum hep devam etti. 2011 yılında yine Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde yüksek lisans programına devam ettim.

2011 – 2013 yıllarında Fuga Mobilya bünyesinde mobilya ve dekorasyon tasarımcısı olarak çalıştım. Bu dönemin sonunda ürün tasarımının yanında mekân dekorasyonuna da odaklandım ve bu bağlamda plastik sanatlara daha fazla vakit ayırma olanağı buldum. 2015 yılında bu dönem çalıştığım yağlı boya serinin ilk örnekleriyle Mixer galerinin karma seçkisinde yer aldım. Aynı yıl serinin devamıyla Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tophane-İ Amire Kültür ve Sanat Merkezi'nde ilk solo sergimi açtım. 2014 yılı itibariyle işletmeler, kurumlar, özel alanlar için duvar resmi ve dijital illüstrasyon çalışmalarına ağırlık vermekteyim. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde 2017 yılı itibariyle öğretim görevlisi olarak çizim dersleri vermekteyim.

TT: Bu duvar resmini üretirken nelerden ilham aldınız?

CŞK: Mekân sahiplerinin beğendiği çeşitli görsel referanslar, kendi hikâyeleri, mekân renkleri, duvar ölçüsü, tavan yüksekliği göz önünde tutularak, sıcak tonlar içeren, dikey bir alan olduğu için yüksek bir şapka takan, şapka alanında mekân sahiplerinin hikâyelerinden küçük detaylar barındıran, mekân bir kafe olduğu için servis edilen ürünlere vurgu yapmak adına elinde bir kahve fincanı tutan bir portre tasarladım. Tasarım sürecinde bu anlamda doğrudan mekân tasarımı, konsepti ve sahiplerinin vizyonlarından ilham aldım.

TT: Bu duvar resminde mesaj verme kaygınız var mı? Var ise bu mesajlar nelerdir?

CŞK: Kafe gibi bir işletmede neredeyse her öge gibi duvar resmi çalışması da davetkâr olmalı düşüncesindeyim. Bu sebeple benim önerim çoğunlukla portre, ya da hayvan, bitki gibi canlılık barındıran kompozisyonlar oluyor. Pinhole ailesine de önerim mekânla özdeşleşecek bir portre tasarlamak, Steampunk bir karakter yaratmak oldu. Derin bir mesaj verme kaygım olmadı. Karakterin gülümsemesi, elinde tuttuğu kahvesi, kompozisyonun ahengi ve armonisi ile sokaktan geçen kişiyi davet edecek gösterişte masalsı bir etki taşımasını hedefledim.

TT: Bu duvar resmini uygularken zorluk çektiniz mi?

CŞK: Hayır.

TT: Bu duvar resmini uygularken devlet ve firmalardan maddi ya da manevi destek aldınız mı? Bu destekler nelerdir?

CŞK: Hayır.

TT: Çalıştığınız firmanın ya da müşterinizin talepleri nelerdi? Sanatınıza yaklaşımı nasıldı? Destek aldınız mı?

CŞK: İlk duvar resmi çalışmalarım Steampunk detaylar barındırıyordu. Bu mekân sahipleri de ilk çalışmalarım üzerinden bana ulaşmışlar ve kendi ilgi alanları, mekân konseptleriyle örtüştüğünü düşünerek benden benzer detaylar içeren bir kompozisyon talep etmişlerdi. Pinhole ailesinin gerek ön tasarım aşamasında gerek uygulama sürecinde, gerekse devamındaki yıllarda dostluğu çok kıymetli bir destek olarak devam etti. Çalışmanın duvar üzerine uygulama aşamasını hassasiyetle ve yakından takip ettiler. Henüz açılışı yapılmamış yarı şantiye mekânlarının konfor koşullarını çalışma sürecim boyunca, standart şantiye koşullarının çok üzerinde tutmak için her türlü desteği sağladılar.

TT: Duvar resmi ve mekân ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

CŞK: Duvar Resmi çağlardır bir hikâye anlatma ve iletişim ögesi olarak kullanıldı. Bu tarih öncesi mağara resimlerinden, Pompei deki fresklere ve bugün sokaklarda gördüğümüz Grafiti çalışmalarına kadar tüm kitlesel kamusal sanat çalışmaları için geçerli. Anlatılan hikâye büyük bir mesaj içermeyebilir. Hatta planlı hiçbir mesaj aktarımı da olmayabilir. Ama kamusal alana yönelik sanat icra edilmesi bile tek başına kitlesel bir iletişim başlangıcı. Bu bakımdan duvar resimleri mekânda dev puntolarla bir kelime, bir cümle yazmak kadar etkili diye tahmin ediyorum. Üstelik bu resimlerin mekân için özel tasarlanmış görseller olduğu düşünülürken, mekâna kimlik atamak konusunda bir adım daha ileriye gidilebildiğini düşünüyorum. İçerik boyutunun yanında, mekân tasarımında duvar resminin de tasarımı tamamlayan bir görsel öge olduğunu unutmamak gerekiyor. Yani her mekân için her resim, tasarım, stil uygun olmayabilir. Bazı mekânlar çok işçilikli, realist etkili tasarımlarla kimliğini tamamlarken, bazı mekânlar minimal dokunuşlar ve tipografik detaylarla zenginleşiyor, fazlası boğuyor, misyonunu aşıyor.

Bu açıdan duvar resmi işletme, marka, kurumlar için tasarlanıyorsa pentür bir tablodan veya bir heykelden ayrılıyor diye düşünüyorum. Çünkü bir noktada duvar resmi de kurumsal kimlik çalışmasının bir parçası oluyor, müşteri, mimar, tasarımcı gibi ekibin tüm bireylerinin görüşlerine belli oranlarda açık oluyor diye

düşünüyorum. Fakat bu görüş ve önerilerin duvar resmi sanatçısının stilinde değişikliğe gidilecek değin etkili olmasını hem etik açıdan hem de ortaya çıkacak nihai çalışmanın profesyonel etkisi açısından doğru bulmuyorum.



SANATÇI GÖRÜŞME FORMU-4

SANATÇI ADI: Tariyel Alizade

ESER ADI: Bilgiye Ulaşamadı.

MEKAN: Kırşehir

TARİH: 2017



Şekil I.4: Kırşehir Hamidiye Cami, 2017

Kaynak: (www.ensonhaber.com, 2019).

TT: Bize kendinizi tanıtır mısınız? Sanat eğitiminiz ve eserleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

TA: Azerbaycan doğumlu ressamım. Eğitimimi Azerbaycan'ın Bakü şehrinde güzel sanatlar ve resim akademisinde tamamladım.

Çeşitli yerli ve yabancı ülkelerde sergiler açtım. 1990'lı yıllardan beri İstanbul'da yaşayıp sanat hayatıma burada devam etmekteyim.

TT: Bu duvar resmini üretirken nelerden ilham aldınız?

TA: Ben oldum olası doğaya, tabiata hayran bir ressamım. İç mekân duvar resminde de bu özelliğimi kullandım

TT: Bu duvar resminde mesaj verme kaygınız var mı? Var ise bu mesajlar nelerdir?

TA: Kaygım yoktu, ama mesajım insanların manevi olarak doğadan gelip yine doğaya dönecekleriydi. Yaptığım duvar resminde de Kuran'ın 'Bakara' süresinden esinlenilmiştir.

TT: Bu duvar resmini uygularken zorluk çektiniz mi?

TA: Tabi, her işte olduğu gibi bizim işinde zor tarafları vardır. Yaptığım duvar resminin hem fiziki hem de manevi zorlukları vardı. 17 metre yüksekliğine sahip caminin tavan resmini yaparken fiziken zorlandım. Manevi zorluk ise, duvar resimlerinin camide olup olmayacağına dair tartışmalardı. İnsanlar burada ikiye ayrıldılar.

TT: Bu duvar resmini uygularken devlet ve firmalardan maddi ya da manevi destek aldınız mı? Bu destekler nelerdir?

TA: Bireysel sponsorlardan yardım aldık.

TT: Çalıştığınız firmanın ya da müşterinizin talepleri nelerdi? Sanatınıza yaklaşımı nasıldı? Destek aldınız mı?

TA: Siparişçinin esas talebi duvar resminin 'Bakara' süresine uygun olması, insanların manevi hislerine dokunmak, doğayı sevmek ve ona saygı göstermeye dair konuya sahip olmasıydı. Kırşehir' de yaşayan insanlar Hamidiye Cami'sinde yapılan resimden çok memnun kaldılar. Hatta komşu şehirlerden bu esere bakıp namaz kılmak için gelmeye başladılar. Buda beni bir ressam olarak çok mutlu ediyor.

TT: Duvar resmi ve mekân ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

TA: Caminin iç mekânında bulunan duvar resmi kesinlikle mekâna uygun şekilde yapılmıştır. Resim mekâna daha da mistik hava vermiştir. Resimdeki akan şelale, yeşil ağaçlar insanlara ibadet yaparken huzur hissi vermektedir.

FİRMA YETKİLİSİ İLE GÖRÜŞME FORMU-1

FİRMA ADI: The House Cafe

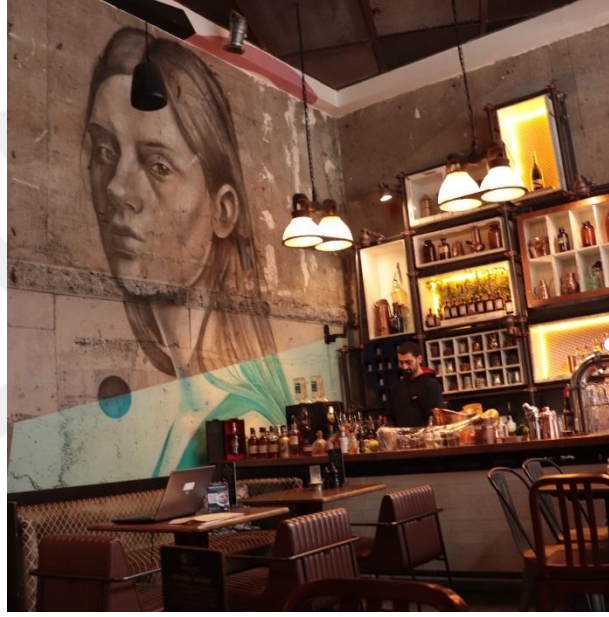
FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ: Satış ve Pazarlama Müdürü

Gila Kumru Benbanaste

ESER ADI: Bilgiye ulaşamadı

MEKAN: No Fish Today (Şekil 3.9)

TARİH: 06/10/2020



Şekil I.5: No Fish Today, Akaretler, Beşiktaş, İstanbul

Kaynak: (Turan, 2020)

TT: Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

GKB: The House grup olarak tasarım odaklı bir markayız, sanatsal dokunuşlara önem veriyor ve şubelerimizde de yer vermekten keyif duyuyoruz.

TT: Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu?

GKB: Misafirlerimizin sadece bunu görmek için geldiğine emin olmamakla beraber gelenlerin duvar resmine özel ilgi gösterdiğini görüyoruz. Sıklıkla yapılan sosyal medya paylaşımlarından da ne kadar ilgi çektiğini takip edebiliyoruz.

TT: Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

GKB: Mekânların ambiyansları çok önemlidir, bu resmin de bizim ambiyansımıza çok olumlu bir etki kattığına inanıyoruz.

TT: Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

GKB: Zaman zaman ufak çaplı sergilerimiz olabiliyor.



FİRMA YETKİLİSİ İLE GÖRÜŞME FORMU-2

FİRMA ADI: Mamicini Cafe

FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ: Mehmet Öztuna

ESER ADI: Bilgiye Ulaşılamadı

MEKAN: Mamicini Cafe

TARİH: 16/10/20



Şekil I.6: Mamicini Cafe, Yel Değirmeni
Kadıköy, İstanbul
Kaynak: (Turan, 2020).

TT: Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

MÖ: Farklılık oluşturması, sosyal medyada paylaşılması için.

TT: Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu?

MÖ: Neredeyse gelenlerin tamamı bunun için geliyor.

TT: Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

MÖ: Müşterilerin gelmesinin temel nedeni bu resimleri görmek.

TT: Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

MÖ: Tiyatro ve okuma gruplarına kapılarımızı açıyoruz.

FİRMA YETKİLİSİ İLE GÖRÜŞME FORMU-3

FİRMA ADI: Pinhole Cafe

FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ: Neslihan Kasapoğlu İşletme Sahibi.

ESER ADI: Mösyö Pinhole

TARİH:17/10/20



Şekil I.7: Mösyö Pinhole, İstanbul, 2016

Kaynak: (Krahn, 2016).

TT: Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

NK: Görsellik, dikkat çekmek.

TT: Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu? NK:

Oldukça fazla

TT: Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

NK: Evet çok etkili oldu. Sosyal medya paylaşımları için fotoğraf çekenler ağırlıktaydı.

TT: Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

NK: Evet Pinhole fotoğraf makinası ile çekilen fotoğraflar sergilendi.

FİRMA YETKİLİSİ İLE GÖRÜŞME FORMU-4

FİRMA ADI:Ps Danışmanlık

FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ: Osman Koray, İşyeri Sahibi ve çalışanı

ESER ADI:Bilgiye Ulaşılamadı.

MEKAN: Cafe Mu

TARİH: 16/10/20



Şekil I.8: Cafe Mu, İstanbul, 2016

Kaynak: (biyudum.com, 2021).

TT: Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

OK: Greenpeace'nin 'Wings of Paradise' kampanyası için.

TT: Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu?

OK: Hayır, olmadı.

TT: Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

OK: Düşünmüyorum

TT: Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

OK: Mahalleli sanatçılara duvarımın bir kısmını ayırdım ve bu bölümü kullanıyorum.

FİRMA YETKİLİSİ İLE GÖRÜŞME FORM-5

FİRMA ADI: Kinkup Dükkân

FİRMA YETKİLİSİNİN ADI VE GÖREVİ: İsim vermek istemedi.

ESER ADI: Bulunamadı.

MEKAN: Kinkup Dükkân

TARİH: 2020



Şekil I.9: KinkUp Cafe, Yel değirmeni, Kadıköy

Kaynak: (Özdemir, D. , 2020).

TT: Mekânınızda neden duvar resmini tercih ettiniz?

Mekânın işletmecileri olarak güzel sanatlar mezunuyuz. Aynı zamanda kendi işlerimizi de yürütüyoruz işletmemizde. Kendi kimliğimizi yansıtmak istedik. Aynı zamanda mekânın duygusunu da güçlendireceğini ve müşteri potansiyeli olarak da güzel bir geri dönüş olacağını düşündük. Önünde fotoğraf çekilecek güzel bir duvar resmi, dükkânın kurumsal kimliğini de güçlendirip bir logo vazifesi görecekti.

TT: Sadece duvar resmi görmek için mekânınızı ziyaret edenler oldu mu?

Sadece resmi görmek için gelen olmadı. Olduysa da biz bilmiyoruz. Ancak fotoğraftan görüp hatırlayarak ziyaret edenlerimiz çok oldu. Resmin olduğu duvar, sadece güzel fotoğraf verdiği için bile oturan çok oluyor açıkçası.

TT: Mekânınızda duvar resminin kullanıcı sayısını arttırdığını düşünüyor musunuz?

Yukarıda söylediklerimi göz önünde bulundurunca, evet müşteri sayımızı arttırdığını düşünüyoruz.

TT: Mekânınızda sanatsal aktivite düzenliyor musunuz? Ne tür sanatsal aktiviteler düzenliyorsunuz? Belli yaklaşımları (konseptleri) var mı?

Dediğim gibi sanat okulu çıkışlıyız. O yüzden bu alanda faaliyet yürütüyoruz. Belli aralıklarla film günleri yapmaya çalışıyoruz. Müşterilerimizin çoğu da sanat çevresi diyebiliriz. Müzisyen, oyuncu, senarist, yönetmenlerden oluşmaktadır. Bu yüzden ekstra bir etkinlik oluşturmamıza gerek kalmıyor. Sıradan bir gün sanatsal aktiviteyle geçiyor.

ÖZGEÇMİŞ

ÖĞRENİM DURUMU:

- Lisans: 2006, Yeditepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü
- Yüksek lisans: 2021, İstanbul Gedik Üniversitesi, Ö, Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

İstanbul Gedik Üniversitesi / İç Mimarlık Bölümü: Yarı zamanlı öğretim görevlisi, 2017-2020

Yeditepe Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü: Yarı zamanlı öğretim görevlisi, 2021-Halen.

REFERANSLAR	Unvan
Art İç Mimarlık	Staj
Hakan Kurbanzade İç Mimarlık	İç Mimar
Kelebek Mobilya	İç Mimar
Casaba Mimarlık	İç Mimar
Kale Mimarlık	Proje Yöneticisi
No3design Mimarlık	İç Mimar
Değişim Sanat Akademisi	Yarı zamanlı Öğretim Görevlisi
İstanbul Gedik Üniversitesi	Yarı zamanlı Öğretim Görevlisi
Yeditepe Üniversitesi	Yarı zamanlı Öğretim Görevlisi

PROJELER
Mado (Selanik, Bakü, Bahreyn, Tuzla) Restoran –Konsept Tasarım
Elazığ Havalimanı Safir Cafe- Konsept Tasarım
Garnish Restoran- Konsept Tasarım
Isparta Cassia Restoran- Konsept Tasarım
Koşuyolu Sarışın Modern Meyhane- Konsept Tasarım
Meram Burger Hollanda - Konsept Tasarım
Saray Restoran Zorlu- Konsept Tasarım
Macro Kanyon Snack Bar –Konsept Tasarım
Ataşehir Çocuk Merkezi –Konsept Tasarım
Kuzey Pharma Ofis-Tasarım ve Uygulama
Birkan Göl Ev –Tasarım ve Uygulama
Denta Vita Poliklinik –Konsept Tasarım ve Uygulama
Palladium Residence Dinlenme Odası – Konsept Tasarım ve Uygulama
Meltem Dokuyucu Ev – İstanbul Sarayları –Tasarım ve Uygulama
Nurettin Ramazanoğlu Muayene – Konsept Tasarım
The Serra Garden Restoran –Mimari Tasarım
Saparch Bilişim Ofis –Konsept Tasarım ve Uygulama
Zekeriya köy Terance sinema/oyun odası - Konsept Tasarım
Well And Better Coffee Göztepe - Konsept Tasarım
Horo Burger- Konsept Tasarım
Hjyen Park Fabrika - Konsept Tasarım