



**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK ANABİLİM DALI**

İÇ MEKÂN TASARIMINDA İŞİTSEL PEYZAJIN KULLANICI DENEYİMİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Zehra PORNUR CUHENİ

Danışman

Dr. Öğretim Üyesi Büşra ÜNVER

İstanbul 2020

**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK ANABİLİM DALI**

**İÇ MEKÂN TASARIMINDA İŞİTSEL PEYZAJIN KULLANICI DENEYİMİ
ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Zehra PORNUR CUHENİ

Danışman

Dr. Öğretim Üyesi Büşra ÜNVER

İstanbul 2020

ORIJINALLIK RAPORU

%3

BENZERLIK ENDEKSI

%3

İNTERNET
KAYNAKLARI

%0

YAYINLAR

%0

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	www.istanbeautiful.com İnternet Kaynağı	%1
2	www.acarindex.com İnternet Kaynağı	%1
3	www.tarihicicekpasaji.com İnternet Kaynağı	<%1
4	www.scribd.com İnternet Kaynağı	<%1
5	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynağı	<%1
6	alhazoglu.blogspot.com İnternet Kaynağı	<%1
7	emlakansiklopedisi.com İnternet Kaynağı	<%1
8	www.endokrin.com İnternet Kaynağı	<%1
9	Submitted to Mimar Sinan Guzel Sanatlar	<%1

10/07/20

TEZ ETİK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “İÇ MEKAN TASARIMINDA İŞİTSEL PEYZAJIN KULLANICI DENEYİMİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ” başlıklı bu çalışmayı baştan sona kadar danışmanım DR. Öğretim Üyesi Büşra ÜNVER’in sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuvarlarda yaptığımı/yaptırdığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Zehra PORNUR CUHENİ

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim ve tez çalışmamın tamamlanması süresince bana destek olan tez danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Büşra ÜNVER'e çok teşekkür ederim.

Tez aşamasına gelene kadar bana büyük destek sağlayan, Prof. Dr. Füsun SEÇER KARİPTAŞ ve Dr. Öğretim Üyesi Sennur HİLMİOĞLU'na hocalarıma ayrıca teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak eğitim hayatım boyunca bana destek olan ve verdiğim her kararın arkasında durarak beni bu günlere getiren sevgili anne, babama ve kardeşlerime sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

10/07/2020

Zehra PORNUR CUHENİ

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
TEZ ETİK BEYANI.....	i
ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR.....	vi
SEMBOLLER	vii
ŞEKİLLER	viii
ÇİZELGELER	ix
ÖZET.	x
ABSTRACT	xi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problemin Tanımı.....	2
1.2. Araştırmanın Nedeni	2
1.3. Araştırma Kayıtları.....	3
1.4. Hipotez.....	3
1.5. Hedef	3
1.6. Sorular	3
1.7. Araştırma Yöntemi	3
2. ARAŞTIRMANIN TEORİK TEMELLERİ	4
2.1. Algı.....	4
2.2. Algı Geçmişi	5
2.2.1. Yunan Filozoflarının Açısından Algı	5
2.2.2. Yeni Batı Bilim Adamları Açısından Algı	5
2.2.3. Algıyı Etkileyen Faktörler	6
2.2.4. Algısal Organizasyon	8
2.2.5. Algısal Fenomenler	11
2.2.6. İnsanların Algısal Sistemleri.....	13
2.2.7. Mimarlıkta ve Kent Planlamasında Algının Yeri	14
2.3. İşitmenin Önemi.....	14
2.3.1. Duyuların Fenomenolojisi	14

2.3.2. Ses	15
2.3.3. Ses İletim Türleri	15
2.3.4. Ses Dalgalarının Nesnelerle Çarpışmasının Sonucu	15
2.3.5. Gürültü Kirliliği	16
2.3.6. Çevresel Algı Kavramı ve Süreçleri	16
2.3.7. Duyusal Mimari ve Çevre Algısı	17
2.3.8. İşitsel Peyzaj	17
2.3.9. İşitsel Peyzaj Bileşenleri.....	18
2.3.10. Olumlu ve Olumsuz Sesler	19
2.3.11. İşitsel Peyzajın Nicel ve Nitel Ölçümleri	19
2.3.12. Schafer'in Ses Sınıflandırmaları	19
2.3.13. İşitsel Peyzajın Değerlendirmesi.....	23
2.3.14. İşitsel Peyzaj Kalitesi Değerlendirme Yöntemleri	24
2.3.15. Kentlerde İşitsel Peyzaj Seviyeleri.....	24
2.3.16. İşitsel Peyzaj Kalitesi	25
2.3.17. Kentlerde İşitsel Peyzaj Tasarımı	26
2.4. Yer Duygusu	27
2.4.1. Çevre Psikolojisi Açısından Yer Duygusu	27
2.4.2. Fenomenoloji Açısından Yer Duygusu	28
2.4.3. Bir Mekâna Bağlılığın Oluşumu	28
2.4.4. Yer Duygusunun Farklı Formları ve Tezahürleri	29
2.4.5. Mekânın Ruhu ve Kimliğinin Oluşumunu Etkileyen Faktörler	30
2.5. Ticari Alan Türleri	31
2.5.1. Farklı Açılardan Ticari Alanların İncelenmesi	33
2.5.2. Sanayi Devrimi Öncesi Ticari Alanlar	34
2.5.3. Sanayi Devrimi ve Ticari Alanlar Üzerindeki Etkisi	36
2.5.4. 19 YY Ortaya Çıkan Yeni Yapı Türleri Olan Pasajlar.....	37
3. PASAJLARIN İNCELENMESİ	38
3.1. Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İncelenmesi.....	38
3.1.1. Çiçek Pasajı	38
3.1.2. Elhamra Pasajı (Han)	41

3.1.3. Halep Pasajı	43
3.1.4. Hazzopulo Pasajı.....	46
3.1.5. Avrupa Pasajı	49
3.2. Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İşlevsel Açıdan Karşılaştırılması	50
3.3. Beyoğlu İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İşitsel Peyzajını Oluşturan Sesler	51
3.4. Mekâna Ait Olma Duygusu Yaratan Sesler.....	54
4. SONUÇ	56
5. KAYNAKLAR	58
6. ÖZGEÇMİŞ	64

KISALTMALAR

Vb.	: ve benzerleri
M.S.	: Milattan sonra
M.Ö.	: Milattan önce
Ark.	: Arkadaşları
Mr.	: Mister
Et al.	: et alii

SEMBOLLER

°C : Sıcaklık santigrat derece

ŞEKİLLER

	Sayfa No
Şekil 2.1. Yakınlık ilkesi	10
Şekil 2.2. Devamlılık ilkesi	10
Şekil 2.3. Yer duygusu	30
Şekil 2.4. Ticari alanların türleri	32
Şekil 2.5. Ticari alanların fonksiyonel açıdan incelenmesi	32
Şekil 2.6. Oluşum süresi açısından ticari alanlar	33
Şekil 3.1. Çiçek Pasajı'ndan genel görünüm	39
Şekil 3.2. Çiçek pasajı cephe çizimi.....	40
Şekil 3.3. Çiçek pasajı giriş kapısından görünüm.....	40
Şekil 3.4. Elhamra hanın görünümü.....	41
Şekil 3.5. Elhamra hanın görünümü.....	42
Şekil 3.6. Elhamra hanın iç görünümü	43
Şekil 3.7. Halep pasajın girişi	43
Şekil 3.8. Halep hanın görünümü.....	44
Şekil 3.9. Halep hanın görünümü.....	44
Şekil 3.10. Halep pasajın kat planı.....	45
Şekil 3.11. Hazzopulo pasajın girişi.....	46
Şekil 3.12. Hazzopulo han görünümü	47
Şekil 3.13. Hazzopulo han görünümü	47
Şekil 3.14. Hazzopulo hanın görünümü	47
Şekil 3.15. Hazzopulo hanın görünümü	48
Şekil 3.16. Avrupa pasajın girişi.....	49
Şekil 3.17. Avrupa pasajın eski görünümü.....	49

ÇİZELGELER

	Sayfa No
Çizelge 2.1. Doğa Sesleri.	20
Çizelge 2.2. Toplumun Sesleri.....	21
Çizelge 2.3. Mekanik Sesler	22
Çizelge 2.4. İndikatör Sesler.....	23
Çizelge 2.5. Farklı Kentsel Alanlar İçin Ses Standartları.....	24
Çizelge 3.1. Pasajların İşlevler Açısından Karşılaştırılması.....	51
Çizelge 3.2. Pasajların İşlevlerine Göre Duyulması Beklenen Sesler.....	52
Çizelge 3.3. Duyulması Beklenen Seslerin Gruplandırması.	53
Çizelge 3.4. Pasajların Özellikleri veya Pasajlardaki Eylemlerden Oluşan Aitlik Duygusu Yaratabilen Sesler.....	54

ÖZET

İÇ MEKÂN TASARIMINDA İŞİTSEL PEYZAJIN KULLANICI DENEYİMİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Kentsel alanlardaki bireyler, çevrenin çeşitliliği nedeni ile bilinçli veya bilinçsiz, birçok duyular tarafından algılandığı deneyimler edinmektedir. Bireyler her zaman mekânın algılanmasını görme duyusuyla algılandığını düşünürken, aslında işitme, dokunma ve koklama gibi diğer duyular da mekânı daha derin anlaşılması ve algılanmasını sağlamaktadır. Kent planlamacıları ve mimarlar yıllardır bu alanların kalitesini yalnızca görsel algıya göre sınıflandırıp, değerlendirmektedirler. İster yükseklik kontrolü, ister malzemeler ve isterse renkler olsun çekici bir alan yaratarak, görme duyusuna her zaman bir öncelik verilmiştir. Ancak son yıllarda yapılan farklı çalışmalarda koklama ve işitme duyularına dayanarak görünmez alanlara odaklanılmıştır. Bireyler olumlu seslerin ve kokuların bulunduğu alanların kalitesini gözle görünmeyen duyular tarafından algılamaktadırlar. Mekânda tüm duyuların algılanması, çağdaş tasarımcılar tarafından ne yazık ki göz ardı edilen bir konudur. Bir mekânın algılanmasında görme duyusu kadar işitme, dokunma ve koklama duyusu da etkilidir. Beyoğlu pasajları, İstanbul kentsel yapılarında her zaman dinamik ve aktif bir rol oynamış ve kent sakinlerin fonksiyonel ihtiyaçlarına cevap vermiştir. Sosyal faaliyetlerin bireyler için kolektif anılarının oluştuğu bir ortamdır.

Bu nitel analizde işitme duyusunu göz önünde bulundurarak pasajların nasıl algılandığı ve aidiyet duygusunu daha iyi anlamak için farklı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışma doğrultusunda işitsel peyzajın kavramının incelenmesi ve ardından mekâna ait olma duygusu çeşitli uzmanların bakış açılarının incelenmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Algı, mekân algısı, işitsel peyzaj, aidiyet duygusu

ABSTRACT

A STUDY ON SOUNDSCAPE FOR INTERIOR DESIGNS THROUGH USER EXPERIENCE

Individuals living in urban areas gain experiences perceived by a number of senses, whether consciously or not, due to diversity of the environment. While individuals typically think that the perception of the space is perceived with the sense of sight, other senses such as hearing, touching and smelling actually provide a deeper understanding and perception of space. Urban planners and architects have been classifying and evaluating the quality of these spaces only based upon visual perception for many years. Whether it is height control, materials or colors, the sense of sight has always been prioritized over other senses by creating an attractive space. Lately, however, different studies have focused on invisible areas based upon the senses of smelling and hearing. Individuals perceive the quality of spaces with pleasant sounds and odours through invisible senses. The perception of all the senses in the space, however, is unfortunately neglected by contemporary designers. The senses of hearing, touching and smelling are indeed as effective as the sense of sight for the perception of a given space. Beyoğlu passages, for instance, have always played a dynamic and active role for the urban structures of Istanbul and thus responded to the functional needs of its residents. It is such an environment where collective memories of social activities come to life for its residents.

In this qualitative analysis, different studies have been carried out to better understand the sense of belonging and how the passages are perceived based upon the sense of hearing. This study aims to examine the concept of soundscape and elaborate on the perspectives of various experts in the field on the sense of belonging to space.

Keywords: Perception, space perception, soundscape, sense of belonging

1. GİRİŞ

İnsanın duyuları, insan çevresindeki alanları algılamasını sağlayan araçlardır. Tasarımcılar görsel algıya dayanarak yaptıkları tasarımlarda insan için tasarıma öncelik vermesi gerekirken sadece gözlemci için tasarıma öncelik vermişlerdir. Mekânların yüzeysel güzelliğine vurgu yaparak mekân kullanıcıları üzerinde anlık etki yaratarak ve zaman içinde onları sürdürecektikleri güçleri olmadığı için o mekânlar samimiyetten yoksun görsel alanlara dönüşmektedir. Kamusal alanlarda bireylerin varlığının azalması, sosyal etkileşimlerin azalması ve artan sosyal sorunlarla kamusal alanda daha fazla insanın varlığına yol açan mekânların tasarlanmasının gereği daha fazla hissedilmektedir. Kent tasarımcıları ve mimarların tasarımda avantajları mekânların görsel boyutlarına ek olarak bireylerin diğer duyular tarafından algılanabilecek başka niteliklere de sahip olmasıdır. Ancak mekân tasarımında duyuların kullanımındaki dengesizlik nedeniyle günümüzün mimari ve kentsel mekânlarında bireylerin fiziksel çevre hakkında derin ve niteliksel bir anlayışa sahip olamamasına neden olmaktadır. Toplumun gelişimi ve insanların yaşam biçimlerindeki değişimle birlikte tasarımcıların ve planlamacıların inşa edilen alanların kalitesini arttırmak, insanın beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için tasarımın rolünü daha önemli hale getirmektedirler. Bu bağlamda çevrenin insan bilincini ve davranışını nasıl etkilediğine dair çok araştırma yapılmıştır (Falabat, 2006). Bununla birlikte çoğu çalışmalar da mekânların görsel algısına odaklanmakta ve bireylerin kentsel mekân algısı ve deneyimlerinde koku ve işitme gibi diğer duyuları görmezden gelmektedirler (Pakzad, 2007). Çoğu çalışmada işitme duyusunun bireylerin zihinsel durumunu iyileştirme, topluluk duygusunu güçlendirme, alanı anlama ve hatırlama gibi olumlu rolü ve etkileri hakkında daha az konuşulmuştur. Son yıllarda algının benzersiz özelliklerini daha fazla incelemek için bireylerin bireysel algısına odaklanarak bilimsel faaliyetler gerçekleştirilmiştir ve bu konuyu pratik ve sistematik bir şekilde tartışma ihtiyacı hala devam etmektedir. Bu sebeple bu çalışmada insanların kentsel ortamlarında algısal beklentilerinin işitsel duyusuna göre incelemek gerekir.

1.1. Problemin Tanımı

Bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan alanlar olarak bilinen ticari alanlar, halkın ihtiyaçlarına göre geliştirilebilir. Kullanıcıların zamanlarını geçirebileceği rahat bir ortam yaratılabilir. Bir çekim duygusu ve oraya geri dönme arzusu yaratan bir ortam ve bireylere o ortama ait olma duygusu yaratan mekânlar tasarlanmalıdır. Bir yere ait olma duygusu, insanların çevresine ilişkin bireysel algıları ve çevre hakkında az çok bilinçli duygular beslemesidir. Psikolojik olarak yere ait olma duygusu psikolojik süreç içerisinde oluşur. Hem duyular aracılığıyla çevreye biyolojik bir tepki hem de bir çeşit kültürel üretim içerdiği ve fiziksel çevre ile kişisel bağlantının yanı sıra diğer alan kullanıcıları ve farklı toplum üyeleriyle olan ilişkilerinden oluşmaktadır. Mekânı algılama sürecinde işitme duyusu işitsel peyzajda farklı sesleri duyabilme özelliğine sahiptir (Carmona, 2010). İşitme duyusunun en önemli özelliği alandan etkilenmesidir. Kentsel alanlarda sesler binalar tarafından yankılanan seslere dönüşür ve ortaya çıkar. Binalar görmeye tepki vermez ama ses yankısını insan kulağına yansıtır. Ses yankıları yoluyla duyma duyusu alanın özelliklerini, kullanılan malzemeleri, dolu veya boş olmasını, boyutunu ve doğasını tanımlar. Duyma duyusu bilinç dışı olan bir duydur ve belirli bir ses kaynağına odaklanmayı gerektirir. Böylece işitme duyusuyla mekânı doğru bir şekilde algılamak mekânın boyutuna bağlıdır (Coyne, 2010; Payne, 2008, P; 5). Sesini yükselterek daha büyük alanı daha iyi kontrol edebileceğini bilen bir seyyar satıcının sesi gibi daha geniş alanlarda bulunan sesler kendi işitsel arka planını tanımlayarak özel bir alan yaratırlar. Bitişik duvarlardan gelen ses yankıları boşlukla zıtlık oluşturmaktadır. Ses mekânın boyutlarını ölçer ve mekânın boyutunu anlaşılır kılar (Pallasmaa, 2009). Bu araştırmanın temel amacı, işitme duyusuna dayalı iş ortamında çok duyulu bir mimariye ulaşmak için stratejiler bulmaktır. Bireyler ve mekân arasında görsel olmayan bir bağlantı kurarak eksiksiz bir mekân algısına ulaşmak sadece gözlemci için değil insanlar için de tasarım olması gerekir.

1.2. Araştırmanın Nedeni

Mekânı algılama ve anlama süreci bireyler için o mekânın anlamını mümkün kılan en temel boyutlardan biridir. Öte yandan bir mekânın algılanması o mekândan alınan veri miktarı ile bağlı değil, belki de duyuların çeşitliliğine ve o duyuların bireyler tarafından nasıl algılandığına bağlıdır. Mimari alanlarda insanlar diğer algısal duyularını özellikle de işitme duyusunu daha az göz önünde bulundurup tasarlamıştır. Mekânlar genellikle gözlemciler için

tasarımlar yapmıştır. Mekânda duysal zenginlik yaratmak mekânın kalitesini arttırır ve bireylerin kendilerini geliştirmesi için mekânlar yaratır.

1.3. Araştırma Kayıtları

Bu araştırmanın ana tartışması doğrultusunda yani duysal algı konusunda Edmund Husserl ve Merleau-Ponty gibi felsefe ve Alvar Alto, Steven Holl, Pallasmaa gibi mimarlık alanlarında tanınmış kuramcılarının kapsamlı çalışmaları vardır.

1.4. Hipotez

Her mekânın kendisine özgün bir sesi vardır. Ticari alanlardaki sesler, kullanıcıların davranışlarını ve onların mekânı algılamaları ve aidiyet duygusu üzerinde büyük bir etkisi vardır. Sakin ve doğa sesli müzikler insanları mekâna davet eder ve o mekânda daha fazla zaman geçirebilmeleri için bireylere rahatlama hissi verir.

1.5. Hedef

Her mekânın ve her iç alanın keşfedilmesi gereken kendisine has sesleri vardır. Doğa seslerini kullanarak doğayı yapay alana getirerek mekândaki kullanıcı davranışını etkilemek üzerine bir takım çalışmalar yapılmıştır. (Yaprak sesi, kuşlarının sesleri, rüzgâr ve yıldırım gibi sesler, bireylerin mekânda kalma ve duraklamaya teşvik edilebilir).

1.6. Sorular

- Her mekânın kendine has sesi ve müziği var mıdır?
- Bir mekânda müzik kullanımı bireylerin davranışını nasıl etkiler ?
- Ticari alan kullanıcıları en çok ne tür müzik ve seslerden etkilenir ?

1.7. Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada konunun literatürü ve arka planını inceledikten sonra kitap, makale ve uzman görüşlerini kullanarak çalışmalarının sonuçlarını tablolar ve formlar halinde sınıflandırarak çalışmada kullanım kullanılmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN TEORİK TEMELLERİ

Kültürel ve sosyal bir yer olarak bilinen ticari alanlar her zaman insanların sosyal aktivitelerin bir parçası olmuştur. Aslında ticari alanlar geçmişten bu yana insanoğlunun faaliyetleri sonucunda ürettiği ürünlerin takas edilen bir yer olmuştur. Ticari alanlar, kültürel ve insanoğlunun ürettiği ürün ve sosyal iletişim alışverişinin gerçekleştiği bir yerdir. Başka bir deyişle, ticari alanlar farklı sosyal ve kültürel sınıfların ve grupların birbiriyle ilişkili olduğu ve bilinç dışı olarak birbirlerini etkilediği bir yer olarak bilinir.

Geleneksel ticari alanlarda Sosyo-kültürel incelemesi yapıldığında ticari bir ortamda kültürel ve sosyal unsurların varlığını tam olarak ortaya koymaktadır. Günümüzün kentsel ortamında alışveriş merkezleri, kullanıcılar için çok çekici bir alan değil ve sadece ekonomik açıdan tasarlanmış olan mekânlardır. Kentsel alanlarda bulunan geleneksel ticari alanları canlandırarak ve modern kentsel mekânların tasarımında özgün konseptler örneğini takip ederek kentsel mekânların çekiciliğini arttırmak için bu mekânlarda insanların varlığı daha belirgin hale getirilebilir. Sosyal etkileşimlerinin artmasıyla, ticari alanlar insanlar için sosyal ve kültürel bir yere dönüşecektir (Asgarikhaghah, 2001).

2.1. Algı

Standart duygu tanıtımına rağmen algısal deneyimler de duygular içsel değil dışsaldır. Duygu kavramı deneyimlerimizdeki hiçbir şeyle uyuşmamaktadır. Genellikle insanlar eşyaları hissediyor ancak duyduğu sesleri etraftaki olaylardan almaktadır. İnsan çevresinden belirli bir hedef için bilgi edinme sürecine algı adı verilir. Algı hakkında iki genel teori vardır biri duyuşsal deneyimi vurgular diğeri de aktif ve bağlantılı sistemler olarak iki teoriye ayrılmıştır (Mortazavi, 2001). İnsanların evreni algılaması ve anlaması mimari tasarımlar yapma açısından önem arz etmektedir. İnsanların çevresini algılaması, çevre ile etkileşim seviyesini şekillendirir. Mimari ve kentsel tasarımların kalitesini artırmak için, insan algısının düzeylerini ve aşamalarını muhakkak bilmek gerekir (Taghdir, 2017).

Dünya bilgi ve uyaranları içerir ve bireyler çevre ile daha iyi iletişim kurmaları için, bireylerin bu kavramları tanımları gerekmektedir.

2.2. Algı Geçmişi

Duygusal psikoloji ve algı bugün psikolojinin en önemli konularından biridir. Genel olarak algı, insanın dış dünya ve kendisini anlamaktır. Uzun zamandır insan bilişi filozofların tartışma konusu olmuştur (İravanî and Khodapanahi, 2010).

2.2.1. Yunan Filozoflarının Açısından Algı

Biliş ve algı hakkındaki en eski teori sofistlerin⁽¹⁾ “insan her şeyin ölçөгüdür” görüşüne dayanmaktadır. İnsanların evren hakkında bildiğı ve algıladığı her şeyin geçersiz olduğuna ve her şeyin hayal gücü olduğuna inanırlardı (Ebrahimdeynani, 1986).

Bu filozofların aksine, Sokrat’ın düşüncesine göre insan dış dünyanın gerçekliğinin akli ve yeteneğinin gücü ile olduğu gibi anlayabileceğine ve düşüncesini doğru kullanırsa gerçeğı anlayacağına inanmaktadır. Sokrates ve Eflatun ardından Aristo’da insan düşüncesini ve aklını kullanarak gerçeğı, anlama aracı olarak görmektedir. Aristo duyuların zihinde mevcut olan gerçekliğini anlamak için bir başlangıç olarak görmektedir. Diğer bazı Yunan filozoflarına göre insanoğlunun bilgi elde etmek için doğru ölçeklere sahip olmadığını ve mantıken insanoğlunun hata yapabilmesi ve o hataları düzeltme yeteneğine sahip olmadığını yorumlamaktadır. Bu nedenle insan dünya hakkında bildiğı her şey ile kesin bir yargıya varamaz bu yüzden insanlar her şeye şüpheyle bakmalıdır. Bu filozoflar arasında şüphecilik inancını kuran“ Pyrrhon ”dur. Ona göre insan algısı, zamansal ve mekânsal koşullarda ve bireylerin zihinsel durumlarında farklı olan ve algılayan kişinin zihnine bağlıdır (İravanî ve Khodapananahi, 2010).

2.2.2. Yeni Batı Bilim Adamları Açısından Algı

Descartes duyuların algılanmasının kesinliğinden şüphe duyan Avrupa bilgelerinden biridir. Çalışmalarına aşırı şüphecilikle başlamasına rağmen sonunda insanların akıl, algı ve sezgi yoluyla belirli bilgilere ulaşabileceğini itiraf etmektedir. Bu nedenle Descartes duyusal deneyimi dış dünya ile insan iletişiminin bir aracı olarak görmektedir. Descartes insanda

¹ Sofistler (Sophist), M.Ö. 5. yy yeni bir kültür tarzının, idealinin temsilcileri ve öğretmenler olarak Yunanistan’ın çeşitli kentlerinde para karşılığında ders verirlerdi (Özdemir, 2019).

farklı algılar oluştuğuna inanmaktadır. Onun görüşüne göre bu algıların bazıları zihnin bilinçli veya hayali faaliyetiyle ilgili olan ruhun sonucu ve insan vücuduna bağlıdır. Diğerleri ise dışsal ya da içsel uyaranlarla ilişkilidir. Mutluluk ve öfke gibi diğer algılar ruh ve onun gerçek etkileşimiyle ilgilidir (Mueller, 1988).

Başka bir Avrupalı bilge olan Leibniz, Descartes'i eleştirerek ve insan ruhunun her şeyi iki şekilde algıladığına inanmaktadır. Birincisi gizli algı ruhun farkında olmadığı ve diğeri açık ve gerçek algı ruhun farkında olduğudur (Mueller, 1988).

Alman filozof Kant saf akıl adlı kitabındaki görüşü "Duyusal deneyimin özgünlüğü" inancı aklın hayali üzerinde olan matematiksel kavramlar gibi temel ve sabit gerçekleri anlayamamasıdır. Başka bir yandan "aklın özgünlüğünü" inancını eleştirir ve ona göre gerçek biliş, mekân ve zamanla bağlı deneysel veriler ve duygular gerektirir. Aslında algı ve duyu birbirine bağlıdır ve biri olmadan diğeri boş ve anlamsızdır (Mueller, 1988).

2.2.3. Algıyı Etkileyen Faktörler

Fizyolojik özelliklerin yanı sıra, bireysel ve sosyal özellikler de insanların algısını etkilemektedir. Bireysel bağlamlar, konuşma dilinde veya günlük hayatta konuşulan bir kelime veya nesneyi tanımada önemli bir rol oynayan algısal mekanizmanın temelini oluşturmaktadır. Algılama sürecinde anlamının gerçekleştiği bağlama göre duyusal mesajlardan elde edilen bilgilerin algısal mekanizmalara ulaşmadan önce aşağı yukarı algıyı sağlamaktadır. Algısal mekanizmalar için bu tür bir hazırlık algısal tutumlara yol açmaktadır. Algısal tutum kavramı zihinsel, duygusal ve sosyal ilişkiler de dâhil olmak üzere tüm insan eylemlerinde ve davranışlarında görünmektedir (İravanî and Khodapanahi, 2010).

2.2.3.1 İhtiyaçlar

Frances 1973 yılında Lazarus'un oruç tutan insanlara yiyecek ve yiyecek olmayan farklı fotoğraflar gösterdiği bir testine ağızdan sonraki ilk dört saatte yiyecek fotoğrafları diğer fotoğraflardan daha hızlı algılandığına değinmiştir. Dört saatten fazla bir süredeyse diğer fotoğraflar yiyecek fotoğraflarından daha hızlı algılanmıştır. Frances, Rozen'den deneylere bir dizi anlamsız hece göstererek ve bazı hecelerin ardından elektrik şoku yaptığı başka bir deneyime değinmektedir. Bu deneyimde ilk guruba heceleri hızlı bir şekilde tanımladığında elektrik şoku yapılmaz ve bu yüzden heceleri algılama eşiği düşmüştür. İkinci gurupta art arda yapılan elektrik şoku nedeniyle algılama eşiği yükselmiştir. Bu deneyler

sonucunda yemek ihtiyacı ve elektrik şoku ağrısının etkisinden kaçınma isteği algıyı etkilemiştir (İravani and Khodapanahi, 2010).

2.2.3.2 Algısal Savunma

Algısal duyarlılık ve seçimler bireylerin fizyolojik ihtiyaçları, yiyecek ve diğer sosyal değerlere ihtiyaç duyma durumu kişinin geçmiş deneyimlerine ve durumlarına göre yaşam boyu birçok kez karşılanmış ve toplumsal değerler çevrelerindeki kişiler ve sosyal grupları tarafından onaylanması nedeniyle arttırmaktadır. Bunun sonucunda bir dizi belirli algısal planlama kişinin ihtiyacı ve değerlerine göre ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bireylerin eğitim durumu, ahlak seviyesi ve sosyal durumu nasıl olduğunu göz önünde bulundurarak bazı durumlarda sınırlı veya yasak olan sözlü ve pratik ve uygulanabilir davranışlar ve eylemler sosyal değerler çerçevesinde ortaya çıkmaktadır. Takistoskop(2) tarafından yapılan deneylere göre toplumda tabu olan kelimelerin algılama oranı yetişkinler için sıradan kelimelerin algılama oranından daha yüksektir. Bu deney sonucu çocukluk döneminde herhangi bir alanda tabu kelimelerinin pasif yükü sabit bir şekilde ahlaki vicdan içine yerleştirilir. Kişinin eylemlerinde ve davranışlarında kullanım ve anlayışlarında bir tür koşullu kısıtlama yaratır ve yetişkinlik döneminde laboratuvar alanında hızlı ve doğru anlaşılmasını önler ve bu durum direnç veya algısal savunmaya neden olur (İravani and Khodapanahi, 2010).

2.2.3.3 Algı ve Bireysel Farklılıklar

Algı kişinin geçmiş deneyimlerine, ihtiyaçlarına ve savunma mekanizmalarına bağlıdır. Araştırmacı için bu durum sadece gerçek durumun anlık ve değişken özellikleriyle değil, aynı zamanda kendisini diğerlerinden ayıran konunun kişilik özellikleri tarafından da tanımlanır ve belirlenir. Bir kişinin bireysel özelliklerini tanımlamak için o kişinin algısal mekanizmalarının nasıl çalıştığı gözlemlenip incelenebilir. Aynı şekilde bireysel farklılıkların gözlemlenmesi birçok deneyin konusu olmuştur. Kelimelerin çoğunluğu nedeniyle birey tarafından bir kelimenin hızlı algılanması veya tanınması sadece genel halkın dilinde değil, aynı zamanda bireysel konuşma dilinde de etki göstermektedir. Belirli bir kişi için deneysel plan yaparak açlık, susuzluk ve cinsellik gibi fizyolojik ihtiyaçları temin ederek algı üzerindeki etkilerini göstermek mümkündür (İravani and Khodapanahi, 2010).

² Takistoskop (Tachistoscope) hızlı okuma programıdır.

2.2.3.4 Sosyal Bağlımlar

İnsanların ve hayvanların sosyal etkileşimlerinin, canlı varlıkların çevreye nasıl uyum sağladıkları konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Algı uyum sağlayan bir mekanizma olarak insanların diğer toplum bireylerle farklı çizgiler, yüzeyler ve renklere sahip alanlarda bulunduğu zaman nasıl her şeyi yönettiğini ve uyum sağladığını gösterir. Bu konu iki şekilde incelenir ve algıyı nasıl etkilediği gösterilebilir:

1) Saha çalışması: Sosyal psikoloji araştırmasının konusu olan tüm toplumun veya içinde bulunduğumuz büyük toplumun seviyesinin incelenmesi.

2) Laboratuvar çalışması: Sosyal psikoloji araştırmasının konusu olan sınırlı gruplara sahip küçük bir toplumun seviyesinin incelenmesi (İravani and Khodapanahi, 2010).

2.2.4. Algısal Organizasyon

İnsan çevresini dış dünyanın ve hayal gücünün her hangi bir müdahalesi olmadan olduğu gibi algıladığı görünmektedir. Ama aslında daha genel davranışlarda algının rolü incelendiğinde insan algı konusunda hareketsiz ve pasif olduğu zihniyetini reddettiğini ve durumun böyle olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte algı uyumlu aktivitelerde temel bir sistemleştirici mekanizmadır. Algılanan nesne ya da her hangi bir şey geçmiş algısal deneyimlerden, ihtiyaçlardan ve aktivitelerden seçilmiş bir dizi bilgiden etkilenmektedir (İravani and Khodapanahi, 2010).

2.2.4.1 Fizyolojik Algı Teorisi

Algıya ekolojik yaklaşım ilerici bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım Gestalt teorisinde homojenlik kavramı ve etkileşim teorisinde önerildiği üzere algıdaki deneyim rolünün yorumlanması ile tutarsızdır. Bu yaklaşım duyuları duysal kanallar olarak görmesi gerekirken algısal bir görünüm olarak görmektedir. Ekolojik algı teorisine göre algılanan her şey anlamı ve kavramını daha önceden sosyal ve kültürel ortamlardan zaten algılanmıştır. Başka bir deyişle kişi çevresinin özelliklerini duyular tarafından algılamaktadır lakin bu kavramlar kişiye öğretilmelidir. Bazen öğrenme uyaranları açıktır ve sosyal alanlarda doğal olarak sosyalleşme süreçlerinde tüm sosyal gelenekler öğrenilebilir (Shahcheraghi, 2011).

Kısacası çevreyle ilgili algı teorisi duyular ile çevreden alınan bilgileri yönlendirme sistemlerinin ve çevredeki ana hareketin özelliklerini algılamak, insan algılama sisteminin

temel dayanağından biridir. Başka bir deyişle algılamaya yönelik çevreyle ilgili yaklaşım, bir nesnenin olası anlamlarının tüm potansiyel kullanımlarının doğrudan görüş alanında veya diğer algısal sistemler tarafından algılanabilecek görsel olmayan bilgilerin yapısından anlaşılabilceğini varsaymaktadır (Lang, 1987).

2.2.4.2 Algısal Etkileşim Teorisi

Algısal etkileşim teorisi algının deneysel rolünü vurgular ve birey ile çevre arasındaki dinamik ilişkiyi analiz etmektedir. Etkileşim teorisinin çevre tasarımı teorisindeki önemli rolü çevredeki insanların nelere dikkat ettiklerini ve nelere daha az dikkat ettiklerini belirlemektir. Tüm kanıtlanmış estetik teoriler dikkate alınmalıdır. Bu dikkat bireylerin dünyaya bir çevre olarak bakmanın ona bir nesne olarak bakmaktan farklı olduğunu göstermektedir. Çevreden elde edilen bilgiler sembolik ve anlamlı özelliklere sahiptir. Zihinsel tepkileri uyandıran özelliklere ve ihtiyaçları gideren mesajlara sahiptir. Çevreye estetik değer ve özellikler insanlar tarafından verilir ve insanlar çevreyi anlamlı ilişkiler modeli olarak deneyimlemeleri gerekir. Geçmişteki deneyimler yeni koşulları anlamının temelini oluşturur (Lang, 1987).

2.2.4.3 Gestalt Teorisine Dayanan Psikolojik Açıda Mekânsal Algısı

1910 ve 1920'de Berlin'de kurulan Gestalt adlı bir psikoloji teorisine göre insanlar nesneleri ve kendi dışındaki şeyleri birinci adımda tek bir nesne ya da şey olarak algılamaktadırlar ve bu süreç hızla gelişmektedir. İkinci adımda ise içindeki şekli fark edip ve son olarak nesnenin bulunduğu bağlamı algılamaktadır. Bu adımlar aynı anda ve hızlı bir şekilde akılda gerçekleşmektedir (İravani and Khodapanahi, 2010). İnsanlar tarafından algılanan her şey üç aşamadan geçer:

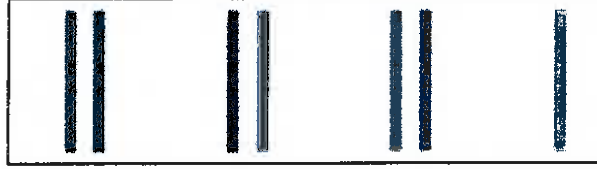
- Duyular tarafından alınan ham bilgiler (duyu)
- Alınan bilgilerin yorumlanması (algı)
- Algının beyindeki kayıtlı olguları karşılaştırılması ve olgunun son kaydı (bilis)

Gestalt psikolojisinin ilkeleri aşağıda özetlenmektedir:

Yakınlık ilkesi

Organizma mekân ve zamanda yakın olan uyarınları bir bütün olarak algılamaktadır. Başka bir deyişle sanki bir nesneymiş gibi birbirleriyle yakından ilişkili olan unsurları bir bütün olarak algılamaktadır. Örneğin “Şekil 1.1.” de olduğu gibi üç dar sütunu ve sağdaki

dikey çizgiyi üç geniş sütundan daha basit bir şekilde algılamaktadır (İravani and Khodapanahi, 2010).



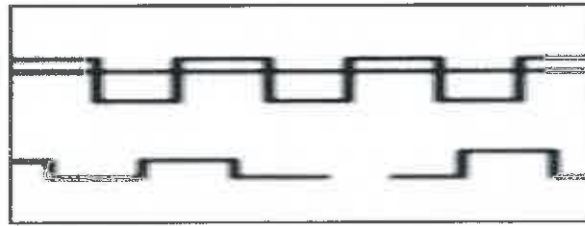
Şekil 2.1: Yakınlık ilkesi (İravani and Khodapanahi, 2010).

Tamamlama ilkesi

Tamamlama ilkesine göre karmaşık bir öge bütününe bakıldığında tamamlanabileceği tek bir model arama eğiliminde oluşudur. Bir formun veya bir kümenin parçası olan bir kısım bir şekilde ayrılırsa beyin boşlukları doldurarak oradaki modeli tanılamasını sağlar (İravani and Khodapanahi, 2010).

Devamlılık ilkesi

İnsanın algılama eğilimindeki ayrı uyaranları bir bütün olarak ilişkilendirme ve algılamaya eğilimidir. Bu özellik algısal tasarruf kanununa tabidir ve bireylerin nesnelere karşı tutumuna bağlıdır. Başka bir deyişle insanlar doğal olarak var olduklarından "bütünlere" ve "birimleri" anlama ve onları parçalamaya isteklidir. Ayrışma, çaba ve enerji gerektirir. "Şekil 2.2." de görüldüğü gibi orantılı genişlemede olduğu gibi bir yönde devam eden elemanlar da aynı şekilde algılanır (İravani and Khodapanahi, 2010).



Şekil 2.2: Devamlılık ilkesi (İravani and Khodapanahi, 2010).

Benzerlik ilkesi

Benzer olan uyaranların tek bir form oluşturma ve bir araya gelme olasılığı benzer olmayan uyaranların oluşma olasılığından çok daha fazladır. Uyaranların benzerliği, nitelikleri, şekilleri veya aralarında başka ortak faktörler olabilir. Hareket, yön, hız ya da anlam, kavram ve kullanım açısından benzerlikleri olan örneğin iki yakınlık ve gözlem ilkesi çatışmada olan ya da işitsel algı alanında birbirlerine hâkim olmaktır. Örneğin, eşgüdümlü ve

tutarlı bir şekilde duyulan bazı ses uyarınları belirli bir şarkı olarak algılanmaktadır (İravani and kKhodapanahi, 2010).

2.2.5. Algısal Fenomenler

2.2.5.1 Mekân Algısı (Mesafe ve Derinlik)

Mesafe ve algısal mekân kavramı matematik, fizik ve psikoloji gibi bilimlerde farklı boyutlarda incelenmiştir. Psikolojik açıdan incelenen alanda bireyler nesneleri kendilerine ve birbirleriyle belirli bir yerde ve zamanda algıladığı algısal bir alandır (İravani and Khodapanahi, 2010). İnsanoğlunun üç boyutlu bir alanda yaşadığını söyleyenlere rağmen bir, iki ve birkaç boyutlu alanlar vardır. Ayrıca incelenen algısal alanların en basit formlar olan yukarıdan aşağıya ve sağdan sola sınırlı olmadığını ve bu iki boyuta dayanan üçüncü boyutun da yakınlık-uzaklık boyutunu da içerir. Aslında yaygın inanın aksine düz şekiller üç boyutlu bir alanın dönüşümünden başka bir şey değildir ve genellikle bireylerin o alandaki davranış ve alışkanlıklarını ifade eder (İravani and Khodapanahi, 2010).

Mesafe algılama belirtileri

İnsanlar kendisi ile diğer nesneler ve kişiler arasındaki mesafeyi algılamak için çeşitli işaretler kullanırlar. Yakın ve uzak nesneler için farklı işaretlerden yardım alarak aradaki mesafeyi algırlarlar. Bireylerin algıladığı yüzeyler oldukça düzgün ve tekdüze değildir. Genellikle yüzeyin en yakın noktasından en uzak noktasına kabadan ince doku görülmektedir. Gibson'a göre, mesafeler temel olarak belirli bir yüzey üzerindeki nesnelerin konumunu işaretleyerek algılanır ve nesnelerin şekli bir yüzeyden diğerine geçirilerek belirlenir ve birbirinden ancak bu şekilde ayırt edilir. İnsanlar gözlerini hareket ettirmeden bir yüzeye baktığında o yüzeyi algılamakta problem yaşayabilir. Göz hareketleri ile daha küçük nesnelerin ve yüzeylerin sınırlarını takip etmek bu belirsizliği ortadan kaldırmamaktadır. Göz hareket ettirildiğinde en öndeki nesneden en arkadaki nesneye doğru hızlı bir şekilde hareket eder ve bu gözün farklı yönlerine ve sabit noktalarına göre yapılır (İravani and Khodapanahi, 2010).

2.2.5.2 Algısal Kararlılık

Algının fenomenlerinden biri olan algısal kararlılık, boyut, şekil, renk ve yer kategorilerinde psikologlar tarafından tartışma konusu olmuştur. Kararlılık olgusu, görüş

alanında ve çevredeki nesnelerin fiziksel değişikliklerine rağmen özelliklerini koruduğu bir kalitedir (İravani and Khodapahani, 2010).

Boyut algısı

Boyut algısında mesafe ve derinlikte olduğu gibi resimlerde mesafe ve derinliği göstermek için kullanılan tekniklerde göz hareketlerinin önemli bir etkisi vardır. Doğal görme durumunda tanınmış nesneler söz konusu olduğunda boyut ile mesafe arasında her zaman bir ilişki olur. Mesafeyi algılamak için gerekli işaretler varsa o mesafeyi tahmin etmekte mümkün olabilir. Ama belirtiler olmadan kesin mesafeyi algılamak mümkün değildir (İravani and Khodapahani, 2010).

Şekil kararlılığı

Bir nesne yavaş yavaş gözden uzaklaştığında veya uzakta olan bir yuvarlak plakaya bakıldığında retina görüntülerindeki geometrik değişikliklere rağmen onları her zaman orijinal formlarında görebilir ve şekilleri tam olarak bireyler tarafından çizilebilir. Şekil kararlılığı boyut algılaması gibi deneyler ile elde edilir (İravani and Khodapahani, 2010).

Renk kararlılığı

Nesnelerin rengi ve parlaklığı fiziksel koşullar ve ışık altında değişir ve retina farklı bilgiler ve görüntüleri beyne ulaştırır. Bu yüzden birey nesneleri ilk gördüğü renkte algılar. Örneğin beyaz bir gömlek düşük veya yüksek ışıktaki her zaman beyaz görünür. Düşük ışıktaki yansıyan ışık çok düşüktür bunun nedeni nesnelerin parlaklığı ve renginin onlardan yansıyan ışığın yoğunluğu ile algılanmasıdır. Mutlak ışığın yoğunluğunun algı üzerinde hiçbir etkisi yoktur (İravani and Khodapahani, 2010).

Mekân kararlılığı

Yaşam ortamındaki hareketlilik ve mekân değişimi çevredeki nesnelerin resmi retinada olduğundan farklı boyutlar ve renkler haline gelir ama bireyler onları olduğu gibi görmektedir. Bu duruma mekân kararlılığı adı verilir (Atkinson, 1999).

Tüm bu kararlılıkların ortak bir süreci vardır. Yani retina düzeyindeki uyaran değişikliklere ve gerçek özelliklerden farklı olmasına rağmen, çevrede uyaran örüntülerinin eksikliği algısal deneyimler ve öğrenmeden ötürü sabit gibi görünmektedir. Bu tartışmada önemli olan çocuklar ve hayvanlar üzerinde yapılan deneylere dayanarak öğrenme deneyimine ve yeteneğine sahip olmayanların mesafedeki değişikliklere rağmen nesneleri

sabit bir şekilde kavrayabileceğidir. Bu nedenle kararlılık olgusunun doğuştan gelen bir algı olduğunu ya da deneyime ve çevreyi öğrenmeye dayandığını kesin olarak söylemek mümkün değildir (Atkinson, 1999).

2.2.6. İnsanların Algısal Sistemleri

Duyular aktif sistemler olarak ele alındığında aktivite yöntemlerine göre sınıflandırılırlar. Algısal sistemler beş kategoriye ayrılır (Ardestani, 2010).

- Denge ve Yönelim: Yaşayan varlıklar farklı şekillerde yerçekimi, ışık, güneş, ses gibi ortamdaki farklı uyaranlara doğru yönelir ve yol bulur.
- Dokunma Sistemi: Sıcaklık, soğukluk ve basıncı hissetmek dokunma duyusunun kalitesi olarak kabul edilmektedir. Dokunma sistemi ile diğer sistemler arasındaki fark, görsel ve işitsel alıcılar gibi dokunma duyusunun uyaranları belirli bir organda bulunmaması ve aslında tüm vücuda dağılmış olmasıdır. Merkez lifleri özel sinirlerle ilişkili değildir , yaygın olarak sinirlerle ilişkilidir (Shafiee and Daramadi, 2007).
- Koku Alma Sistemi: İnsanlar farklı koku türlerini ayırt edebilme kabiliyetine sahiptir. Ancak insanın koku alma yeteneği hayvanlara göre daha azdır. İnsanların diğer duyularının önemi nedeniyle koku alma duyusu hakkında ne yazık ki kapsamlı araştırmalar yapılmamıştır ve diğer duyulara göre daha fazla bilgi mevcut değildir (Shafiee and Daramadi, 2006).
- Görme Sistemi: Temel görevlerden sorumlu olan görme duyusu, en belirgin insan duyularından biridir. İnsan gözü zeytin büyüklüğünde ve olağanüstü bir organdır. Bu organ yoğun görevler yapabilme yeteneğine sahiptir. Düşük veya çok yüksek ışıktaki uzak ve yakın mesafedeki renkli ve renksiz nesneler hakkında bilgi alabilir (Shafiee and Daramadi, 2006).
- İşitme: İşitme iletişimde hayati bir rol oynayan en önemli algısal sistemlerden biridir. İşitme duyusu yaratmak büyük ölçüde işitsel uyaranlara bağlıdır. İşitsel uyaranlar aslında havadaki dalgaların hareketinden kaynaklanır. İşitmenin önemli işlevlerinden biri sesin yerini belirlemektir. Böylece günlük deneyimler bir kişinin ses kaynağının yönünü iyi tanıyabildiğini göstermektedir. Bu hedefe ulaşmak için her iki kulakla dinlemek gerekmektedir (Shafiee and Daramadi, 2006).

2.2.7. Mimarlıkta ve Kent Planlamasında Algının Yeri

İnsanların ruhu bulunduğu çevreden etkilenir. Dolayısıyla mimari ve çevre tasarımı ruhtaki maneviyata ilham verecek veya tam tersine maneviyatı bir ölçüde yok edebilir. Öte yandan insan yaşadığı dünyada kendisi tarafından yaratılan, şekillendirilen ve düzenlenen alanlarda yaşar ve kendi yarattığı aletleri kullanır ve yarattığı yapıları hisseder ve algılar. İnsanoğlu yeni eserler yaratarak hayatının devam etmesi ve ihtiyaçlarının karşılanması için istenen atmosferi sağlamak için düşünce ve faaliyetler yaratır. Tüm bunlar insan algısı ve kimliği ile ilgili olan sanat ve güzelliği temsil etmektedir (Naghizadeh, 2007). Tartışma konusunu açıklığa kavuşturmaya yardımcı olacak ve konuyu anlamak ve analiz etmek için bir temel sağlayacak olan ana konulardan biri olan insan algısı ve daha doğrusu insan yapay çevresini nasıl algıladığıdır. Mimarlık, kentsel planlama ve ilgili konularda insana ve onun algısına hitap etmenin nedeni, insan ve ihtiyaçlarını ana ölçüt olarak görmektir. Bu bağlamda insanın çevre ve mekân anlayışı ve bir alanda varlığını ve o alanı algıladığı anlam tasarımcıların ve planlamacıların ilgilendiği ana konulardan biri olmuştur (Naghizadeh, 2007).

2.3. İşitmenin Önemi

Ses yönsüz ve yaygın iken, görüş yönlüdür. Binalar insan bakışına tepkisizken sesleri yansıtarak kulaklara döndürür. İşitme duyusu bireyleri mekânı ağılamaya ve deneyimlemeleri için net sınırlar verir ve yönlendirir. Görsel bulgular duygusuna süreklilik yaratan sesin olmasına rağmen genellikle mekân deneyimindeki işitme gücünün önemi fark edilmemektedir. Örneğin bir filmde ses yükseltildiğinde, sahne esneklik ,süreklilik ve canlılık hissini kaybeder. Bu nedenle sessiz filmler ses eksikliğini telafi etmek için oyunculuğu abartmak zorundalardı. Özellikle mimarlıkta daha fazla araştırma ve çalışma yapıldığında işitmenin önemi normalden daha fazla fark edilecektir (Naghizadeh, 2007).

2.3.1. Duyuların Fenomenolojisi

Tüm etkileyici mimari deneyimler şüphesiz duygusaldır. Mekânın kalitesini ölçmekte gözler, kulaklar, burun, kemikler ve kasların büyük bir önemi vardır. Mimarlık bireylerin varoluşsal deneyimlerini ve dünyada olma duygusunu güçlendirir ve geliştirir. Aslında büyüyen bireylerin kendi deneyimidir. Mimarlık duygusal deneyleri çeşitli alanlarını çizer ve karıştırır (Pallasmaa, 2014).

2.3.2. Ses

Ses, havada veya katıda doğar. Bir tür dalga olan ses yayılımı havada boyuna dalgalar şeklinde ve sıvılarda ve katılarda hem boyuna hem de enine formlarda gerçekleşir. Ses bir frekansa ve diğer dalga özelliklerine sahiptir. Aşağıda belirlendiği gibisinin üç özelliği vardır;

- Yükseklik: Ses yüksekliği veya ses perdesi, ince sesi kalın sestten ayırt etme özelliğidir.
- Şiddet: Sesin şiddeti üretim sırasında kullanılan birincil enerjiye veya mekaniğe bağlıdır ve ses kulak tarafından duyulan yüksekliktir.
- Rezonans: Yükseklik ve şiddet bakımından aynı olan ancak farklı kaynaklardan üretilen sesleri ayıran bir özelliktir (Shahabian and Larimian, 2018).

2.3.3. Ses İletim Türleri

1. Hava yoluyla: Havadaki sesler olan konuşma, müzik sesleri vb. sesler üretildiğinde hava molekülleri hareket eder ve son olarak hava moleküllerinin titreşmesine ve üretilmesine neden olmasıyla birlikte ses aktarması gerçekleşir (Shahabian and Larimian, 2018).
2. Sıvı ve katı cisimler: Duvar ve tavan mekanik kuvvetten etkilendiğinde titreşir ve aynı titreşim hava moleküllerinin hareket etmesine neden olur bu durumda sesi hava yoluyla aktarma sonucunda oda kapısını kapatılma sesi, pencerelerin çarpışma sesleri gibi benzer sesler ortaya çıkmaktadır (Shahabian and Larimian, 2018).
3. Ayak sesi gibi sesler: Odada yürürken özellikle odanın zemini uygun değilse ses titremeye başlar. Çatının titreşimi sonucu tavanın altındaki hava ve tavanın üstündeki hava titremeye başlar. Bu durumda ses havadan iletilir (Shahabian and Larimian, 2018).

2.3.4. Ses Dalgalarının Nesnelerle Çarpışmasının Sonucu

Dalgalar nesnelere çarptığında nesneler tarafından yansıtılır, emilir ve nesnelerden geçer. Ses emilimi söz konusu olduğunda ses dalgaları yumuşak, esnek veya gözenekli bir nesneye çarptığında dalgalar nesne tarafından bir kısmı veya olağan durumda tümü emilir. Bir nesne tarafından emilen ses dalgaların enerjisi termal enerjiye dönüşür. Ses dalgaları sert bir nesneye çarptıktan sonra geri döner. Başka bir deyişle ses dalgaları yansıtılır (Shahabian and Larimian, 2018).

2.3.5. Gürültü Kirliliği

Gürültü kirliliği, canlıların sağlığını ve hayatını tehdit eden bir tür çevre kirliliğidir. Genellikle rahatsız edici ve istem dışı duyulan seslerden oluşur. Kentsel alanlardaki gürültü kirliliği, insanları fiziksel ve zihinsel olarak etkilemektedir. Kuşkusuz bu gürültü kirliliğinin yaklaşık %100'ü insan performansı yanı fabrika, araç sesleri vb. seslerin sonucu ortaya çıkar (Shahabian and Larimian, 2018).

Bir ortamda gürültüyü yok etmek neredeyse imkansızdır. Ancak istem dışı ve rahatsız edici seslerin çevre ve insan sağlığı üzerindeki etkilerini kontrol etmek mümkündür. Binalarda gürültüden korunmanın yolu ise ses yalıtımı ile döşemede ve duvarlarda ses emici malzemelerin kullanımıdır (Everest et al., 2001).

2.3.6. Çevresel Algı Kavramı ve Süreçleri

Algı, duyu organlarının nasıl uyarıldığı ve bilginin nasıl toplandığı ile ilgilenen bir süreçtir ve biliş, önceki deneyimlerin bu süreci nasıl etkilediğini ve duyu bilgileri yorumlamada psikolojik bir faktördür (Shahcheraghi, 2009).

İnsan çevresindeki fiziksel ortamlarda düzgün bir şekilde iletişim kurmak ve etkileşimde bulunmak için çevresi ile ilgili bilgi alması ve algılaması gerekir. Çevrenin algılanması, bir kişinin çevrenin ihtiyaçlarına göre gerekli verileri topladığı bir süreçtir (Sharghi et al., 2017).

İnsan çevreden elde ettiği bilgileri (duyular tarafından) analiz etmeye başlar (algı) ve o bilgilere dayanarak karmaşık zihinsel sürecini değerlendirir (tanımlama) ve buna bağlı olarak belirli davranışlar sergiler (Pakzad and Bozorg, 2012).

Aslında algı çevreyi hissetmek ve tanımak arasındaki ara aşamadır. Duygu bir dış mekanizmadır. Tanıma ise bir iç mekanizmadır. Algı ise bu iç ve dış mekanizma arasındaki aşamadır. Bu nedenle zihnin dışındaki ve çevrede bulunan algının bir kısmı bireyler arasında benzer bir sürece sahiptir. Ancak kişinin beynine ve zihinsel süreçlerine dayanan algının diğer kısmı tamamen kişiseldir (Shahcheraghi and Bandarabad, 2015).

2.3.7. Duyusal Mimari ve Çevre Algısı

İnsanoğlu çok duyulu bir dünyada yaşamaktadır. Görme, koklama, işitme ve tat alma duyuları aracılığıyla çevresini tanımlar ve algılar (Mount and Cavet, 1995).

Çok duyusal ortamların tasarım evrimi 1970'lere dayanmaktadır. Mimari fenomenologlar arasında ilk kez çeşitli duyuların alınmasına gösterilen özen tutarlı bir şekilde Pallasmaa tarafından sunulmuş ve bu Steven Holl'un fenomenoloji alanı olarak adlandırılan işitsel ve dokunsal duyuların varlığından etkilenmiştir. Pallasmaa mimarlık deneyimlerinin her birini çok duyusal olduğunu düşünüyor ve bu nedenle duyusal algının bina inşa sanatının geleneksel görsel algısına karşı etkileşimine dayanan bir bakış açısı sunmaktadır. Pallasmaa'ya göre özellikle antik mimaride dokunma duygusu mevcut ve vurgulanmıştır, ancak modern çağın ortaya çıkmasıyla duyusal algılama alanında derin bir çatlak ortaya çıkmıştır. Bu görüş Fransız filozof Gaston Basler'in duyusal algıların çoğunlu konusundaki yaklaşımı ile uzlaştırılabilir (Sohangir and Nasirsalami, 2017).

2.3.8. İşitsel Peyzaj

İşitsel peyzaj terimi daha geniş bir şekilde tanımlanması gereken bir yer duygusuna dayanan bir terimdir. Motorlu taşıtların yarattığı sesler bugün modern kentlerin işitsel peyzajın ana seslerinin bir parçasıdır. Bu kavram inşa edilmiş alanların topografyası ve çeşitli ses kaynaklarına dayalı olarak mekân ve zamanda işitsel deneyimleri ifade etmektedir. İşitsel peyzaj insanların deneyimi ile zihniyeti arasındaki fiziki ortamlarda kültürel-sosyal bağlamdaki ilişkiyi ölçer (Raimbault and Dubios, 2005).

İnsanoğlu bulunduğu alanların görsellerini gözleriyle izlerken o alanlarda bulunan sesleri kulaklarıyla dinlemektedir (Alexlssen, 2010).

Mekân farklı duyuların bileşimi olmasına rağmen günümüz mimarisi genellikle görseldir. Örneğin ses bir yer duygusu yaratmakta çok önemli bir rol oynamaktadır (Leus, 2010).

İşitsel peyzaj teorisi binaların iç ve dış tasarımının ve önemli doğal kaynakların tasarım sürecinin bir parçası olarak ortamların tasarımını ve akustik özelliklerini bilinçli olarak entegre etmeyi mümkün kılar (Siebein, 2010).

İşitsel peyzaj insanlar tarafından algılanan ve anlaşılan bir yerleşim alanı veya park gibi bir ortamın akustiğidir. İngilizce "Sound Space" kelimesi "Landscape" kelimesinin fonetik eşdeğeridir ve olumsuz kadar olumlu seslerden oluşan tüm ses kaynaklarıdır (Shahabian and Larimian, 2018). Mekândaki tüm sesler akustik bir ortam yaratır ve insanların bu akustik ortamdaki deneyimi o mekânın işitsel peyzajıdır (Alexlssen, 2010).

İşitsel peyzaj kavramı, ses kaynakları, kişisel özellikler ve çevresel faktörler, mekân ve zamandaki ses değişiklikleri ve mekân topografyasını içeren akustik ortamları ifade eder. İşitsel peyzaj görsel yönlerle ek bilgi sağlar ve son olarak hem doğa hem de insan sesi içeren ortamların, bir odanın veya büyük bir alanın tüm ses ortamına işitsel peyzaj adı verilir (Shahabian and Larimian, 2018).

2.3.9. İşitsel Peyzaj Bileşenleri

Ortamdaki yayılan seslerin kalitesi, Schafer tarafından farklı işitsel peyzajlarda ses türleri aşağıdaki gibi üç kategoriye ayrılmıştır;

Arka plan sesler (Keynotes): Kentlerde trafik sesi olmasına rağmen doğal ses ortamlarında rüzgâr sesidir.

Bir mekâna özel sesler (Soundmarks): Yalnızca mekân kullanıcıları tarafından dikkate alınan seslerdir. Görsel işaretlerde olduğu gibi bu seslere işaret sesleri denir.

Uyarıcı arka plan sesleri (Soundsignals): Sinyal olarak da adlandırılan arka plan sesler, dikkat çekme işlevine sahiptir. İnsanlar doğal ve çeşitli konuşmaları doğal konuşma mesafesinde gerçekleştirdiğinde en yüksek ses seviyesinin desibele eşittir. Her 8 desibel ses artışı sesin iki katına çıkmasına neden olur. Başka bir deyişle, insan kulağı 68 desibeli 60 desibelden iki kat daha yüksek ve 76 desibeli 60 desibelden dört kat daha yüksek duymaktadır. Kentsel alanlarda 60 ila 65 desibel ses seviyesinde araç sesleri olmadan ayak sesi, konuşma sesi, çocuk sesi gibi sesler duyulabilir. Bir alanda rüzgâr ve yağmur gibi doğa seslerinin seviyesi 20 ila 50 desibel ve çevrenin doğal unsurları tarafından üretilen seslerin seviyesi 40 desibel olan sesler insan ve doğal faktörlerin sonucu duyulan ve arzu edilen sesler arasındadır. Ancak bulunduğumuz alanlar çoğunlukla araçlar gibi yapay faktörler tarafından ortaya çıkan seslerin seviyesi 85 desibel ve endüstriyel makinelerin ses seviyesi 100 desibel arası farklı ses seviyelerine sahiptir (Schafer, 1977).

2.3.10. Olumlu ve Olumsuz Sesler

Ses kaynakların tanımlamanın en iyi yöntemi uzun ve kısa zamanlarda yapılan ses yürüyüşleridir. Olumlu seslerin tanımlanması, mekândaki baskın ses kaynakların tanımlanmasına ve ses ritimleri ve çeşitli ses kaynakların tanımlanmasına yardımcı olur. Olumsuz seslerin işitsel peyzajı etkileyen faktörleri, fiziksel (kent biçimi, toplu taşıma araçları, kullanılan malzemeler vb.), doğa (hava, su vb.)ve sosyal (yaş, cinsiyet, kültür vb.) dır (Ghaffari et al., 2017).

2.3.11. İşitsel Peyzajın Nicel ve Nitel Ölçümleri

İşitsel peyzajın algılanması tamamen psikolojik, kültürel ve sosyal faktörlere ve sesin duyulduğu alanlara bağlıdır. Olumlu ve olumsuz sesler farklı ülke ve kültürlerdeki bireyleri aynı şekilde etkilemez ve bu bireylerin hangi sesleri duymayı istediklerine ve deneyimlerine bağlıdır. Bu nedenle ses kalitesini artırmak ve bireylerin tercihlerini tanımlamak ve incelemek için nitel önlemler kullanılmalıdır. Algıyı göz önünde bulundurmayarak sesin logaritmik komitelerini değerlendirmek için nicel önlemler kullanılır (Ghaffari et al., 2017).

2.3.12. Schafer'in Ses Sınıflandırmaları

İşitsel peyzajın tanımlanması, ifade edilmesi ve yazılı temsil problemi Schafer tarafından çözülmüştür. Schafer işitsel peyzaj kavramını 'The Tuning of The World' adlı kitabında dört farklı şekilde sınıflandırmıştır (Akkaya, 2014).

2.3.12.1. Fiziksel Karakterlere Göre Sınıflandırma

Sesin akustik özelliklerini ortaya çıkaran olan ve seslerin yatay düzlemde attack (atak), body (gövde) ve decay (düşüş) özelliklerini, dikey düzlemde ise duration (süre) , frequency (frekans) ve dynamics (Dinamik) özelliklerini ortaya koyan sınıflandırmadır (Schafer, 1977; Akkaya, 2014).

- Gözlemciden Uzaklığı... Metredir
- Sesin şiddeti... Desibeldir
- Net (), ortalama belirgin () belli belirsiz () biçimde işitilmekte
- Ambiyans dokusu: hi-fi (), lo-fi (), doğal (), beşeri (), teknolojik ()
- İzole (), tekrar eden (), bir olay veya mesajın bir parçası ()

- Çevresel faktör. Reverb yok (), kısa reverb (), Uzun reverb (), echo (), sürüklenen (), yerdeğiştiren ()

2.3.12.2. Referansıyla Özelliklerine Göre Sınıflandırılması

Sesin fonksiyonu ve anlamına göre, doğal sesler, insan sesleri, toplumun sesleri, mekanik sesler, تنها ve sessizlik, indikatör seslere aşağıdaki “Çizelge 2.1.” , “Çizelge 2.2.” ve “Çizelge 2.3.” de sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya ek olarak, mitolojik sesler, hayalî sesler, Rüyalar ve halüsinasyonlardaki psikojen sesler ve sinestezi sesleri de eklenmiştir (Schafer, 1977; Akkaya, 2014).

Çizelge 2.1: Doğa Sesleri.

	Doğal Sesler
Yaratılışın Sesleri	—
Apokaliptik Sesler	—
Suyun Sesleri	Okyanus, deniz ve göl, nehirler ve dereler, yağmur, buz ve kar, buhar, kaynak suları
Havanın Sesi	Rüzgâr, fırtına ve hortumlar, diğeri esintiler, yıldırım şimşek vb.
Toprağın Sesi	Deprem, heyelan ve çığ, madenler, mağara ve tüneller, taşlar ve kayalar, diğeri toprak titreşimleri, ağaçlar, diğeri vefataysan
Ateşin Sesi	Büyük yangınlar, volkanlar, kamp ateşleri, kibrit ve çakmaklar, mumlar, gaz lambaları, meşaleler, festival ve ritüel ateşleri, kuşların sesi
Kuşların Sesi	Serçe, güvercin, baykuş, saka...
Hayvan sesleri	At, koyun, köpek, kedi, kurt, inek...
Böcek Sesleri	Sinek, arı, sivrisinek, çekirge...
Balık ve Deniz Canlıları	Balina, yunus, kaplumbağa
Mevsimlerin Sesleri	Kış, yaz, bahar, sonbahar

Çizelge 2.2: Toplumun Sesleri.

	Toplumun sesleri
Kırsal işitsel peyzajlar	Britanya ve Avrupa, Kuzey Amerika, Latin ve Güney Amerika, Orta Doğu, Afrika, Orta Asya, Uzak Doğu
Kasaba işitsel peyzajları	---
Kentsel işitsel peyzajları	---
Denizcilik işitsel peyzajları	Gemiler, botlar, limanlar, kıyı şeridi
Evsel işitsel peyzajları	Mutfak, salon, yatak odası, tuvalet, kapı vb.
Ticaret, Zanaat	Demircilik, değirmen, dokumacılık vb.
Fabrika ve Ofisler	---
Eğlence ve Gösteriler	Spor etkinlikleri, radyo ve televizyon, tiyatro vb.
Müzik	Enstrümanlar, sokak müzikleri, ev müzikleri, gruplar ve orkestralar...
Seremoni ve Festivaller	Havai fişek, müzik, tören
Park ve Bahçeler	Çeşmeler, kuşlar...
Dini Festivaller	---

Çizelge 2.3: Mekanik Sesler.

	Mekanik sesler
Makinalar	(genel anlamda)
Endüstriyel ve fabrika ekipmanları	(genel anlamda)
Ulaşım araçları	(genel anlamda)
Savaş makineleri	(genel anlamda)
Tren ve tramvay	Tren lokomotifleri (buharlı elektrikli, dizel), vagonlar
İçten yakmalı makineler	Otomobil, Tır, motosiklet...
Hava araçları	Uçak, helikopter, jetler,
İnşaat ve yıkım ekipmanları	Kompresör, buldozer, matkap...
Mekanik Araçlar	Testere, zımpara, rende...
Vantilatör ve Klima	—
Savaş enstrümanları	—
Tarım Makineleri	Biçerdöver, traktör...

Çizelge 2.4: İndikatör Sesler.

İndikatör sesler	
Çanlar ve Gonkla	Kilise, saat...
Korna ve düdüğüler	Trafik, gemi, fabrika, tren vb.
Zamanın sesleri	Saat, gece bekçisi...
Telefon	—
Diğer uyarı sistemleri	—
Diğer sinyaller	—
Gelecekte ortaya çıkacak diğer indikatörler	—

2.3.13. İşitsel Peyzajın Değerlendirmesi

İşitsel peyzaj farklı zaman ve mekânlarda küresel ölçekten yerel ölçeğe kadar değişkenlik gösterebilir. Belirli bir alanın işitsel peyzajı bir kentin işitsel peyzajı olabilseydi ses algılama kaynaklarının miktarı sınırlı olacaktı. Bazı sesler belirli bir zamanda olumlu sesler olarak algılanabilir. Bu zamansal ve mekânsal değişiklikler ses araştırmacıları arasında farklı bakış açıları, tanımlama ve değerlendirme yöntemlerinin oluşmasına yol açmaktadır.

İşitsel peyzaj kavramı, ses kaynakları, kişisel özellikler, çevresel faktörler, mekân ve zamandaki ses değişiklikleri ve mekân topografyası dâhil olmak üzere akustik ortamları ifade etmektedir (Raimbault& Dubios, 2005).

Kentlerde mekân kullanımı ve aktiviteler kentin ses kalitesinde önemli rol oynayan özelliklerden biridir. Olumsuz sesler üreten türleri yerine bireyler tarafından istenen ve olumlu sesler üreten mekânlar ve aktiviteler üreterek kentin işitsel peyzajını iyileştirmeye yardımcı olmaktadır. Aşağıdaki “Çizelge 2.5.” de farklı kentsel alanlar ve farklı kullanımlar için ses standartlarını tanımlamaktadır (Naghizadeh, 2011).

Çizelge 2.5: Farklı Kentsel Alanlar İçin Ses Standartları.

Alan türü	Gündüz (desibel)	Gece (desibel)
Konut alanı	50	30
Konut ve ticaret alanı	60	50
Ticari bölge	65	55
Endüstriyel-konut alanı	70	60
Endüstriyel alanı	75	65

2.3.14. İşitsel Peyzaj Kalitesi Değerlendirme Yöntemleri

İnsanların algılarını değerlendirmek için nitel yöntemler ve sesi incelemek için nicel yöntemler kullanılır. İşitsel peyzajı değerlendirmek için nicel veya nitel araştırma yöntemlerine başvurulabilir. Bu durumda birleştirilmiş bir yöntem kullanmak benzer sonuçların doğrulanmasına yardımcı olabilir ve ayrıca bir yöntemden gelen bazı bilgilerin kaybını en aza indirebilir. İşitsel peyzaj analizi zamana bağlı bir araştırma olarak araştırmanın amacına göre bir gün ya da bir yıl sürecinde gerçekleştirilebilir

Nitel yöntemler: Ses yürüyüşü ve anket yoluyla nitel araştırmalar yapılır.

Nicel yöntemler: Ses kayıt cihazları ile saha çalışması yaparak laboratuvarında ses kayıtları incelenmesi ve ses benzetmesi yaparak kullanıcı deneyimin incelenmesi.

Kombinasyon yöntemi: Bu yöntem daha kusursuz görünmektedir. Çünkü sesin fiziksel durumunu ve insan algısını daha kapsamlı bir şekilde göstermektedir (Lam et al, 2005; Polli, 2012).

2.3.15. Kentlerde İşitsel Peyzaj Seviyeleri

2.3.15.1. Mikro Seviye

Kentsel alanlarda işitsel peyzajın birinci seviyesidir. Aslında bu seviyede insanlar için gereken en iyi işitsel peyzaj sağlanabilir çünkü kentsel mekânın işitsel peyzajı o alanlardaki bireylerin davranışlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Örneğin bir mekânda çalınan hareketli müzikler insanlarda fiziksel aktiviteyi ve hareketi artırarak bilinçsizce belirli hareketleri ve aktiviteleri gerçekleştirmelerini sağlar. Bu nedenle bir mekânda duyulan ses kullanıcılarının o

mekânda bulunma zamanını etkiler ve bu durum bilinç dışı olarak bireylerin mekânda kalma ya da mekânı terk etmelerine sebebiyet verir (Shabirinezhad, 2009).

2.3.15.2. Orta Seviye

Orta seviye mahalle seviyesindeki işitsel peyzajı ifade etmektedir. Kentsel peyzajı oluşturan unsurlarda bir yerleşim bölgesi olarak mahallelerde arka plan sesi genellikle sessizlik ve huzur diye bilinir. Oyun oynayan çocukların sesi ve seyyar satıcıların sesi gibi sesler ana temanın tonalitesine uyan yüzlerce arka plan seslerden biridir (Shabirinezhad, 2009).

2.3.15.2. Makro Seviye

Makro seviye kentsel alanların işitsel peyzajıdır. Ancak tüm kenti kapsayan nadir sesler vardır. Bu ölçekteki ses seviyesinin belirlenmesi genellikle zordur ancak aşağıdaki gibi üç genel kategoride kentsel alanlardaki işitsel peyzajın içerdiği seslerdir.

1. Anında tüm şehri veya kentsel alanı etkileyen şimşek ve uçak gibi sesler
2. Her ne kadar en belirgin kentsel sesler sadece şehrin bazı bölgelerinde duyulsa da, kültürel veya sosyal önemlerinden dolayı kentin işitsel peyzajını etkileyen faktörlerden biri olarak kabul edilir ve aitlik duygusu yaratır.
3. Ezan sesi gibi şehrin veya kentsel alanın sıklıkla duyulan sesler işitsel peyzajı etkilediği için kent tasarımı havaalanını şehir dışına transfer etmek gibi büyük ölçekli kararlar gerektirir (Shabirinezhad, 2009).

2.3.16. İşitsel Peyzaj Kalitesi

Ses diğer görüngüler gibi kaliteye sahiptir. Yüksek kaliteli işitsel peyzajlarda seslerin nadiren üst üste geldiği ortamlardır ve ön plan ile arka plan sesler arasında daha derin bir perspektif vardır. Frekansları çok yakın olmadığı daha düşük seviyedeki sesler genellikle birbirlerini kapsamaz. Yüksek kaliteli işitsel peyzaj, tüm seslerin net ve belirgin bir şekilde duyulmasına neden olan diğer sesler tarafından kapsanmama ile tanımlanabilir. Bu kalitedeki işitsel peyzajlarda kaynağı belli olmayan her hangi bir ses yoktur. Kapsayan sesler olmaksızın sesin yankılanması ve yankılanan seslerin ortamda yayılması, nesne tarafından emilmesi, sıcaklık, rüzgâr veya nem gibi hava ile ilgili faktörlerin etkileri ile ses iyileştirilebilir. Bu durum aslında insanlar için çevrede bulunduklarında bir yer hissi yaratır. Düşük kaliteli işitsel

peyzajlarda aşırı ses kalabalıklaşması sırasında ayrı ses sinyalleri kaybolur. Karda yürümek ve kilise çanları ya da çalılar arasında sürünen hayvanlar gibi net sesler ortamdaki gürültü ile kapsanır. Bu durum o kadar ileri gidebilir ki kişi artık hareket ve konuşma sesini duyamayabilir. Bu gibi durumlarda, birçok ses diğer sesler arasında kaybolur veya içerdği bilgiler diğer sesler arasına karıştığı için değişebilir (Shabirinezhad, 2009).

2.3.17. Kentlerde İşitsel Peyzaj Tasarımı

Aslında kentsel alan kalitesinin bir kısmı, canlılık, aidiyet duygusu ve mekân hissi ve güven gibi faktörler olumlu bir ses ortamı ile elde edilir. Kent tasarımcılarının ve peyzaj mimarlarının bir kentsel mekânın çevresel kalitesini işitsel peyzaj tasarımı ile arttırabilirler. Kentin işitsel peyzajını tasarlamak için yapılan tüm çalışmalar üç ses dalgası kategorisi şeklinde ve paralel olarak yapılmaktadır.

- Çok yüksek veya olumsuz seslerin etkisiz hale getirilmesi ve azalması
- Olumlu sesler olarak bilinen mevcut seslerin korunması ve attırılması
- Mevcut alanda bulunmayan ancak kentsel tasarım ve proje mimarisinin hedeflerini karşılayabilecek ses öğelerinin eklenmesi

Lang bazı yerlerde ortamın sesleri nedeniyle sesin olumlu yönde artabileceğine inanmaktadır. Örnekler arasında kuş sesleri, yaprakların hareketi sesi ve çocukların oyun oynama sesi sayılabilir. Lang işitsel peyzaj ve ses ortamı görsel peyzajı gibi cephede kullanılan malzemeler ve mekândaki nesnelerin tasarlanıp düzenlenebileceğine inanmaktadır (Lang, 2007).

Şelale ve çeşme sesi gibi olumlu ve güzel sesler trafik sesi gibi olumsuz sesleri kapsayabilir. İşitsel peyzaj kimliğinin kentsel alanlarda çok önemli olduğu unutulmamalıdır. Bu bağlamda işitsel bir peyzaj oluştururken kentin kültür ve adetlerini yansıtan işaret sesleri dikkate alınmalıdır. İşitsel peyzaj algılamasında kulağa gelen ilk sesler mutlaka yüksek sesler değildir. Aslında işitsel peyzajda sesler, aktif olan sesler ve pasif seslere göre iki kategoriye ayrılır. Aktif sesler grup danslarının sesi gibi mekândaki etkinliklerden meydana gelen sesler ve pasif sesler şelale sesi gibi peyzaj öğelerinden gelen seslerdir. İyi bir kentsel alanların sadece olumlu ve pasif seslere sahip olması değil, aynı zamanda aktif sesler üreten faaliyetleri teşvik etmek için tasarlanması gerekir. Bu aktif ve pasif sesler, olumsuz sesleri maskelemek

ve örtmek için de kullanılabilir. Açık alanlarda işitsel peyzaj oluşturmak veya tasarlamak dinamik bir süreç olarak düşünülmelidir. İşitsel peyzajın farklı mevsimlerde, zamanlarda ve saatlerde değişimi dikkate alınmalıdır (Zhang and Kang, 2007).

Bu faktörler göz önünde bulundurularak kentsel alanlarda işitsel peyzajı olumlu bir şekilde tasarlamak mümkündür. Mekân kullanıcılarına rahatlık sağlayabilen bir yer hissi yaratmak ve insanları bir mekânda bulunmalarını sağlamak işitsel peyzaj tasarlamının en önemli hedefleri arasında olduğu söylenebilir.

2.4. Yer Duygusu

2.4.1. Çevre Psikolojisi Açısından Yer Duygusu

Yer duygusu sembolleri ve günlük aktiviteleri anlayarak mekânla bağlantı kurma anlamına gelir. Bu duygu insanların yaşam alanlarında yaratılabilir ve zamanla derinleşebilir ve genişleyebilir (Ralph, 1976).

Yer duygusu bireyler için sadece mimari alanlarda uyum sağlamak ve düzgün bir şekilde işlevini yerine getirmekle kalmaz, aynı zamanda insanların güven, zevk ve duygusal algısı için de bir faktördür ve insanların mekâna aidiyet duygusunu tanımlamakta yardımcı olur. Çevre psikoloji açısından bakıldığında mekânı düzenleme amacı insanların faaliyetlerini belirli bir yere yerleştirmesidir. Özelleştirmek insan faaliyetlerinin ve deneyimlerinin en önemlisidir. İnsan yaşam ortamında özel bir duygusal, duygusal ve ruhsal deneyime ihtiyaç duyar. Bu deneyimler bireylerin yaşadığı yer ile yakın etkileşim yoluyla elde edilebilir. Bu samimi etkileşime yer duygusu denilir (Falahat, 2005).

Yer duygusu her kişi için farklı seviyelere ve derecelere sahiptir. Peter Berger antropologların deneyimledikleri kültürler ile bileşim seviyesini aşağıdaki gibi üç seviyede belirtmiştir:

1. Davranış seviyesi: Duyarsız bir tanık olarak kültürel etkinliklere katılmak
2. Vurgu veya duygusal seviye: Hem duygusal hem de davranışsal katılım ve aynı zamanda bu kültürün tam üyesi olmadıklarını göz önünde bulundurmak.
3. Tanıma veya yerelleştirme seviyesi: Bu durumda kültürel antropoloji yapmanın mümkün olmadığı seviyedir (Relph, 1976).

Her ne kadar bu sınıflandırma antropolojik yöntem alanı ile ilgili olsa da "içten" bir taneye bölmek mümkün değildir. Bir yerde olmak o yere bağlı olmak anlamına gelir ve bir yere bağlı olmak ne kadar içten ve derin olursa aidiyet duygusu daha derin olur. Norberg Schultz'e göre içeride olmanın yer kavramının ötesinde yani dışarıda olandan uzak bir yerde olmak onun en temel amacıdır (Schultz, 2003).

Bir yere bağlı olmak o yere ait olmaktan daha üstün bir seviyededir. Mekân ile birey arasındaki sembolik bağlantı sonucunda birey üzerindeki duygusal etkisini ifade etmektedir. Böylece birey mekânla arasındaki etkileşime anlam verir ve mekâna bağlanır (Kashi and Bonyadi, 2013).

2.4.2. Fenomenoloji Açısından Yer Duygusu

Fenomenoloji açısından yer duygusu mekânın gerçeğidir ve çoğunlukla mekânın ruhuna yakın bir anlamı olan somut olmayan özelliklerin veya mekân karakterini ifade etmek için kullanılır. Bu bazı mekânların o kadar çekici olduğu anlamına gelir ki kişiye tarif edilemez bir his ve canlılık verir ve kişiyi mekâna geri dönme ve mekânda kalmaya teşvik eder (Falahat, 2005).

2.4.3. Bir Mekâna Bağlılığın Oluşumu

Bireylerde mekâna bağlılık zamanla ve yavaş yavaş oluşur ancak aniden bozulabilir. Aynı zamanda mekânın kimliğinin oluşumu zaman alan bir süreçtir. Büyükşehirlerde etkinlik merkezleri oluşturarak ve makro-görsel araçlar kullanılarak bir yer duygusu oluşturulabilir ve bu oluşum sonuç olarak bireylerin aidiyet duygusunu muhakkak ki etkileyecektir. Topoğrafi gibi doğal özelliklere, bölgenin tarihi kayıtları ve önemli figürleri gibi kültürel özelliklerine vurgu yapmak o mekâna ait olma duygusu yaratma konusunda etkili olabilir. Mekâna ait olma duygusu psikoloji ve kimlik yönleriyle yorumlanabilir. Psikoloji açısından bir mekâna ait olmak kişinin o çevre veya mekânla bilişsel ilişkisini ifade eder ve kimlik açısından bir kişinin yaşadığı sosyal çevre ile bilişsel ve kimlik ilişkisidir. Bir mekâna bağlı olmak bireyi çevreyi anlamak için bir temel oluşturur ve genellikle kültürel bir ortamda gerçekleşir. Bu nedenle bir yere ait olmak duygusal ve bilişsel bir deneyimden daha fazlasıdır. Bireyleri o yere bağlayan kültürel inançlarıdır (Madanipoor, 2000).

- Mekânı derin seviyede tanımak: Bu seviyede kişi mekânda bulunduğu ve onu bilinçaltında deneyimlediğinde ortaya çıkar.

- Mekânı normal seviyede tanımak: Bu deneyim seviyesi mekânda bilinç dışıdır ve bireysel olmaktan ziyade kolektif ve kültürelidir ve bir yerin sembollerinde derin düşüncesizliği içerir. Bu katılım özellikle kutsal yerlerin deneyiminde açıkça görülür.
- Mekânı yüzeysel seviyede tanımak: Hassas ama tanıdık olmayan bir insan deneyimidir ki mekânın içinde yaşayan insanlar için ne anlama geldiğini anlamaya çalışan bir seviyedir. Bu seviyede yer duygusu bilinçlidir ve birey sosyal etkileşimlere ve mekânın anlamına katılmak için çaba harcamaktadır (Madanipoor, 2000).

2.4.4. Yer Duygusunun Farklı Formları ve Tezahürleri

2.4.4.1. Yer Kimliği veya Yer Ruhu

Mekân bireylerde bir yere aidiyet ve kimlik duygusu geliştirdikleri ve onları korudukları bir sürece yardım etme potansiyeline sahiptir. Mekân insanların çevresiyle ilgili etkileşim ve eylemler sonucunda şekillenir. Mekânlar sadece fiziksel eylemlerle değil, aynı zamanda içinde bulundukları sosyal ve psikolojik faaliyetler ve süreçlerle de karakterize edilir. Mekân sadece fiziksel bir alan değildir aynı zamanda bireylerin sembolik anlamlar ve duygusal bağımlılıklar ve hisler duyduğu alanlardır (Stedman, 2002).

İnsan ve mekân arasındaki iletişim yollarından biri olarak yer kimliği, insanın zihinsel ve duygusal memnuniyeti ile doğrudan bedeni ile ilgili ihtiyaçlardan daha fazla ilgilidir. Yer kimliği bireysel ve kolektif değerlerden oluşur ve zamanla derinleşir ve değişir (Relph, 1976).

2.4.4.2. Sürdürülebilir Zaman

Bir mekânın karakteri zaman içerisinde ortaya çıkar. Aslında herhangi bir nedenle istikrarlı olan ve insan yaşamı ile kalıcılığını koruyan mekânlar tarihi bir belleğe sahiptir. Bu gibi mekânların "mekân ruhuna" sahip olma potansiyeli daha yüksektir. Eski bir mekânla ruhu arasındaki ilişki onu özel bir kimliğe sahip eder ve mümkün olduğunca orijinal hale getirir. Kentlerde inşa edilen yeni binalar günümüz fizyolojik imkânlarla rağmen insanlarda ait olma duygusu yaratma açısından geleneksel kent mimarisinden çok daha zayıftır. Kısacası bir mekân insanlarda anlam ve aitlik duygusu oluşturmak sürekli zihinde ve canlı kalmalıdır. Ancak kendisiyle uyumlu olan bir mekân insanlar açısından canlı ve anlamlı bir yer olabilir (Abbaszadegan and Sarbandifarahani, 2012).

2.4.4.3. Ölüm

İnsan varlığı ve mekânların varlığı arasında yakın bir ilişki vardır. İnsan bakımından bağımsız olarak kalıcı bir bina inşa edebilme düşüncesi basit bir düşüncedir. İnsanlar çevrelerindeki eserleri inşa etmeye karar verip ve başarıyla inşa sürecini tamamladığında bile ölüm gerçeğinden kaçınmaz. Aynı zamanda mekânın tadını çıkardığında fani olduğunu anlar. İnşa edilen binaların ölümsüzlüğü mekânın kalıbı ve fizyolojik özelliklerinde değil mekânın ruhu ve kimliğinde saklıdır (Stedman, 2002).

2.4.5. Mekânın Ruhu ve Kimliğinin Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Fiziksel faktörler, aktiviteler ve anlamlar mekân kimliğini oluşturan üç ana faktördür. Bu faktörlerin ilk iki unsurunu anlamak kolay olabilir ancak mekânın anlamını kavrayabilmek ve anlamak çok daha zordur. Mekânların anlamı aktivitelere göre nesnelerin mekânda nasıl düzenlemesine dayanmış olabilir. Ancak mekânı anlamak sadece mekânın görünüşü ile değil aynı zamanda mekân kullanıcıları olarak insanların beklentileri, deneyimleri ve amaçları mekânı anlamakta etkilidir. Çevre bireylerin ortak zihinsel yapılarını yansıtır. Anlamlar bir nesneden diğer nesneye değişebilir ve bu anlamların karmaşıklık ve belirsizlik açısından kendine özgü özelliklere sahiptir. Bir yerin kimliği aynı zamanda zihinsel deneyimlerin ve hedeflerin, Binaların görünüşü, manzaraların ve mekândaki faaliyetlerin fonksiyonudur (Relph, 1976). Yer kimliğini şekillenmesi, yer duygusunun şekillenmesi “Şekil 2.3.”de olduğu gibi fiziksel faktörlerde, aktivite ve anlam gibi faktörler oldukça etkilidir (Relph, 1976).



Şekil 2.3: Yer duygusu (Relph, 1976).

Fiziksel özellikler

Salvassen'e göre konum, perspektif ve bireylerin bir biri ile olan bağlantılarının her biri tek başına bir yer hissi yaratmaları için yeterli değildir ve can sıkıcı tasarımlar dijital çağın yükselişi gibi çeşitli faktörler yer hissi için bir tehdit oluşturmaktadır. Salvassen'e göre mekânın görünüşü, asaleti, kullanıcıları, kullanıcıların ihtilacı, doğa, özel alanlar, toplu alanlar gibi mekân oluşum unsurları, yer duygusu yaratmakta etkili faktörlerdendir (Salvassen, 2002).

Duygu ve anlamlar (anıları, deneyimler, ilişkileri, ortak özellikleri ve kavramları)

Xu açısından mekân ve inşa edilmiş çevrenin yapıcı anlamsal yapısı bir dizi özel nitelik yaratmada ve bir yer duygusu yaratmada büyük bir rol oynamaktadır. Yer duygusu bireylerin dünyaya bakış açısına, kişisel özelliklerine, insanların yerle bağlantısına, mekânın adı, mekânla ilgili hikâyeler, mekân deneyimi ve mekânla manevi bağlantılara bağlıdır. Bir mekânın anlamı o mekânda var olan aktivitelerden ve formundan türetilir (Xu, 1995).

Mekânda gerçekleştirilen aktiviteler

Mekânla ilgili sosyal etkileşimler mekânda gerçekleşen aktivitelerdendir. Mekân duygusunu etkileyen en önemli faktörler o mekândaki insan-insan ve mekân-insan arasındaki etkileşimdir. Bir mekânda çok fazla aktivitenin bulunması iki ayrı kavramın ama birbiriyle ilişkili olan canlılık ve çeşitlilik ürünüdür. Bireylerin kendilerini canlı hissetmeleri çevrelerinde olan etkinlikler ve aktivitelere bağlıdır bu nedenle başarılı bir mekân tasarımı o mekânda her daim canlılık ve hayat ritimlerini tutturan bir alan yaratmakla mümkündür (Relph, 1976).

Yer duygusu ve yer kimliğinin kavramları genel olarak bu iki kavramın doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu İki kavram birbirinden türer ve her birinin kurucu faktörleri birbirlerini etkilerler. Yer duygusu kavramsal olarak bireyseldir ancak bireysel kavramlar yan yana geldiğinde genel bir kavram oluşturabilir. Genel bir mekân kavramı olarak mekânın kimliğini ölçebilmek için yer duygusu yaratmada etkili faktörler olarak kullanılabilir (Kashi and Bonyadi, 2013).

2.5. Ticari Alan Türleri

Ticari alanların karmaşıklığı ve çeşitliliği nedeniyle, türlerini aşağıdaki “Şekil 2.4.” gibi incelenebilir.



Şekil 2.4: Ticari alanların türleri (soltanzadeh, 2007).

Ticari alanlar işlevsel alanlarına göre adlandırılır ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılarlar. Ticari alanları aşağıdaki “Şekil 2.5.” deki gibi kırsal ticari alanlara ve kentsel ticari alanlar olarak incelenebilir.



Şekil 2.5: Ticari alanların fonksiyonel açıdan incelenmesi (soltanzadeh, 2007).

Kentin işlevsel veya hizmet alanlarıyla ilgili tüm ticari alanlar, kentsel ticari alanlar olarak adlandırılır. Geçmiş zamanlarda kırsal hane halklarının ihtiyaçlarını karşılayan bir ya da iki küçük ticari hizmet alanı vardı. Bu nedenle çoğu köylerde ticari alanlar yoktu ancak ülkenin bazı bölgelerinde sosyal-ekonomik yapısı ve büyüyen nüfusluyla birlikte birkaç köyde ticari alanların oluşumuyla kırsal ticari alanlar oluştu (Soltanzadeh, 2007).

Geçmişten günümüze bazı ticari alanların her zaman istikrarlı olduğu ve diğer grubun belirli zamanda işlevini kaybettiği görünmektedir. Ticari alanların oluşumunu kavrayabilmek için aşağıdaki “Şekil 2.6.” de daha ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.



Şekil 2.6: Oluşum süresi açısından ticari alanlar (soltanzadeh, 2007).

Daimi Ticari Alanlar: Yıl boyunca istikrarlı bir şekilde her şehrin veya semtin ana alışveriş alanı olarak kapalı ve açık alanlarda kurulmuştur.

Periyodik Ticari Alanlar: Haftanın veya ayın belirli günlerinde kurulan ticari alanlardır. Kentlerde ve kırsal alanlarda kurulan bu ticari alanlar bireylere o alanlarda satış yapabilme imkânı sunmaktadır. Alışverişi açısından iyi bir konuma sahip bölgeler, haftalık ve periyodik bir alışveriş alanı kurmakta ve haftanın belirli bir günü ve belirli bir yerde bir pazar oluşturmaktadır.

Kısa Vadeli Ticari Alanlar: Bazı ticari alanlar satılan ürüne bağlı olarak günün belirli saatlerinde kurulmaktadır (Soltanzadeh, 2007).

2.5.1. Farklı Açılardan Ticari Alanların İncelenmesi

Geçmişten günümüze piyasayı bir iş ortamına dönüştürmede en önemli faktör olan ticari alanlar, ekonomik boyutuna ek olarak sosyal, mimari, kentsel ve kültürel boyutlarda incelenebilir ve analiz edilebilir (Farzamshad, 2007).

2.5.1.1. Sosyal Açıdan Ticari Alanlar

Çarşı alanı sadece ticaret ve alışveriş için değil, aynı zamanda kentin ana yolu olarak Cami, okullar, manastırlar, hamamlar ve diğer önemli kentsel tesisler ve unsurları barındırırdı. Bu nedenle kentin sosyal yaşamındaki en önemli mekân olarak bilinirdi. Ticari alanlar, dini, ekonomik ve siyasi merkezler arasındaki mekânsal bağlantı kurarak festivallerde ve kutlamalarda halk tarafından süslendirilerek kentin kalbi olarak bilinirdi (Farzamshad, 2007).

Günümüzde kentlerde ekonomik, sosyal, güç, büyüklüğü ve kentin sosyal yaşamı üzerindeki etki alanı açısından eski kentlerde benzer bir alan olmadığını rahatlıkla söylenebilir.

2.5.1.2. Mimari Açıdan Ticari Alanlar

Çarşılar, üstü kapalı sokaklar gibi her iki tarafında bulunan hücrelerden oluşur ve her hücrede belirli bir ürün satılan kapalı koridorlardır. Bu koridorların genişliği insanların ve el arabaların geçebilecek şekilde ve alıcının her iki taraftaki dükkânların mallarını aynı anda görebileceği şekilde tasarlanmıştır (Farzamshad, 2007).

Geçmiş zamanlarda genellikle ticari alanların ana yolu kentin merkezinden hükümet dairesine geçecek şekilde planlanmış ve diğer yollar mahalleler ve çarşı arasındaki iletişim yolu olarak tasarlanmıştır (Farzamshad, 2007).

2.5.1.3 Kentsel Açıdan Ticari Alanlar

Ekonomik faaliyetler kırsal alanların şekillenmesine ve gelişmesine neden olmuştur. Kentin ekonomik kalbi olan ticari alanlar, kentin ticari ve ekonomik işlerinde en önemli yer olmuştur öyle ki şehirlerin ihtişamı ve itibari ticari alanların önemine ve refahına bağlıdır. Genellikle kentin ana yolunda tasarlanan ticari alanların konumu kentin şekli ve dokusunda önemli bir rol oynamaktadır (Habibi, 2005).

2.5.1.4. Kültürel Açıdan Ticari Alanlar

Ticari alanlar toplumun kültürü ve ihtiyaçlarına uygun olarak tasarımında çeşitli alanlar barındırarak bireylerin kültürel ruhunu güçlendirir ve zamanla değiştirebilme gücüne sahiptir (Farzamshad, 2007).

2.5.2. Sanayi Devrimi Öncesi Ticari Alanlar

Tarih boyunca ticari alanlar takas yoluyla bireylerin ekonomik ihtiyaçları karşılamış ve erken uygarlıkların başlangıcından bu yana, satıcılar halkın mallara erişebileceği yerlerde toplanarak hizmetlerini satışa sunmuşlardır (Taghvaei and Sheykhbagloo, 2008).

Ürün alışverişi için bilinen ilk yer bugünün haftalık pazarlarıyla karşılaştırılabileceği geçici tezgâhtarlıktır. Belirli bir mekânda birkaç dükkânın ya da mağazanın bir yerde olma fikri eskiden beri var olan bir fikirdir. Yunan agorası, İran çarşıları, yerel Meksika mağazaları

ve Amerikan alışveriş merkezleri bu fikrin örneklerindendir. Yunanistan kentlerindeki agora (plaza), günümüz şehirlerinin ticari merkezler gibi bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Antik Roma'da vatandaşların işlerinin, ticaret ve siyasi işleri, dini işlerin yönetimini içeren ana faaliyetler forumda gerçekleştirilirdi (Rahmati, 2014).

İtalya'da modern anlamda ilk ticari merkezin inşası Trajan İmparatorluğu döneminde M.S. 110'a (M.S. ikinci yüzyılın başlarında) dayanmaktadır. O yılda bir Yunan kölesi hücrelerin sıra halinde düzenlendiği ve bir havalandırma sistemine sahip olduğu Roma'nın kamu meydanının yakınında iki katlı bir alışveriş merkezi inşa etmiştir (Farzamshad, 2007).

M.S. yedinci yüzyıl Batı Avrupa'da feodalizmin kuruluşuyla birlikte ortaçağ şehirleri artarda gelişmeye başladılar. Ortaçağdaki kentler feodalizmin kuralları ve yönetmelikleri ile kendi kuralarını düzenleyerek sanayi, ticaret ve tarım dışı ürünlerin üretimine ağırlık verilmiştir (Habibi, 2005). Başlangıçta ortaçağ kentlerin işlevi çoğunlukla dini, idari ve askeriyken daha sonra ticari işlevi eklenmiştir. Ortaçağ kentlerinde, kentsel morfoloji ticari faktörlerden daha fazla etkilenmiştir. Orta Çağ'da kentlerde ticaretin yenilenen önemi ile ticaret alanları sokaklarla doğrusal olarak birleştirildi. Genel olarak ortaçağ kentlerin varlığının ana nedeni olan ticari alanlar, bu kentlerde çeşitli şekillerde tasarlanmış ve kentlerin doğal büyümesine neden olmuştur. Doğal büyüme gösteren kentlerde ana caddenin yatay genişlemesi ve kent kapısının yanındaki meydan da dâhil olmak üzere iki tür ticari alan vardır. Ticari performansa ek olarak, birçok meydan halk toplantıları için yeterince büyük alana sahiptir. Önceden tasarlanmış olan kentlerde normal gelişen ve büyüyen kentlere göre daha az ticari alanlar görünmektedir. Doğal büyümeye sahip şehirlerde, ticari alanlar ve ticari sokaklar, çoğu Avrupa kültürel mirasının değerli örnekleri olan kendi mekânsal özelliklerine sahiptir. Tüm Avrupa ülkelerinde yaygın olan ticari caddelerin muhtemelen en iyi örnekleri Almanya, Avusturya ve İsviçre'dir (Taghvaei and Sheykhabgloo, 2008).

Mevcut Avrupa kentlerinin çoğu Orta Çağ'ın sonunda da vardır. 15. yüzyıldan itibaren Avrupa'da Rönesans sırasında güzel ticari alanların varlığı şehirlere yeni bir kalite kazandırdı (Shakouei, 2004).

İngiltere'de 1500 ve 1700 yılları arasında ticaret denge teorisi iç piyasadaki olaylar tarafından yok edildi ve tüketim sadece ulusal ekonominin büyümesi için değil, aynı zamanda

bireylerin büyümesi ve gelişmesi için de yararlı olan pozitif bir güç olarak kabul edildi (Shakouei, 2004).

2.5.3. Sanayi Devrimi ve Ticari Alanlar Üzerindeki Etkisi

Ticari kentler sanayi kentlerin ortaya çıkması için sanayi devrimi ile bütünlenmiş ve uygun koşullar sağlamıştır. On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda, ekonomik faaliyetleri ciddi sermaye birikimine ve şehirlerde nüfus yoğunluğuna neden olmuştur (Shakouei, 2004).

On yedinci yüzyıldan sonra Asya'nın farklı bölgelerindeki neredeyse tüm şehirleri Avrupa kültüründen etkilenmiştir. On dokuzuncu yüzyıla kadar Avrupalılar Afrika kıtasına dikkat etmemekteydiler. On dokuzuncu yüzyılın son çeyreğinde, Kara Kıta'nın Avrupalılar tarafından işgali yoğunlaştırıldı ve sömürgeleştirilmiş her şehrin özel bir ikilemi vardır. Avrupalıların Asya ve Afrika'nın limanları ve sömürge şehirleri üzerinde farklı etkileri vardır. Yirminci yüzyılın ilk yarısında Avrupa'nın en büyük ticari alanları Asya'nın en kalabalık limanlarında yoğunlaşmıştır ve ihracat açısından büyük bir öneme sahiptir.

On sekizinci yüzyılın başlarına kadar batıdaki dükkânların önündeki cephe henüz kapatılmamıştı ve müşteriler zemin katın önünde duran bir gölgelik veya binanın üst katın bira öne gelmesiyle iklim sorunlarından korunuyorlardı. On yedinci yüzyılın sonlarında Hollanda'da ilk kez kapalı ve cam cephelere sahip dükkânlar yaratıldı. Bu tasarım şekli Fransa'da 1700 yılına kadar ve İngiltere'de 1736 yılında kurulmuştur. 19. yüzyılın başlarında cam endüstrisinde meydana gelen değişiklikler ve daha büyük camların yaratılmasıyla dükkânların cephe görünümü de çeşitlendirildi. Ticari alanlar oluşum sürecinde Orta Çağ'da Avrupa genelinde yaygın olan çatılı sokaklar gibi olan pasajların ortaya çıkması, insanları iklim sorunlarından koruyorlardı. Sanayi ve teknolojinin ilerlemesiyle dükkânların cephe tasarımında ve pasajların çatı kısmında ortaçağ sokakları gibi cam kullanımı daha yaygın olman tasarımlar kentsel alan tasarımının bir parçası olmuştur. Bu tasarım şekli ticareti kolaylaştırmanın yanı sıra yayalar ve insanların birbirleriyle etkileşimi kolaylaştırmıştır (Abdollahzadehtararf, 2009).

Mağazaların ve stantların bir çatı altına yerleştirilmesi ilk kez 1566'da Londra'da ve yüzyıllar sonra Avrupa örneklerini oluşturmuştur. 1 Kasım 1774'te resmen açılan İngiltere Oxford kapalı alışveriş merkezi Avrupa'da bu tür mimarinin bir örneği olarak hala canlı ve kullanım halindedir (Taghvaei and Sheykhbagloo, 2008).

Dünyanın en eski cam çatılı pasajı Paris'te Dave Carrie adı altında inşa edilmiş ve o zamandan beri Londra ve çeşitli Avrupa kentlerinde uygulanmıştır. Daha sonra bu kavramın ilk örneği 1828'de Rhode Island'da Amerika Birleşik Devletleri'ne tasarlanmış ve geliştirilmiştir. 18 ve 19.yüzyılın başlarında çoğu büyük kentlerde pasajlar inşa edilmeye başlamıştır (Rajabi, 2007).

2.5.4. 19 YY Ortaya Çıkan Yeni Yapı Türleri Olan Pasajlar

18. ve 19.yy' da sanayi ürünlerinin artması sonucu malların pazarlanabilmesi için üstü kapalı sokak gibi alanlar Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Bu planlama şekli İslam ülkelerindeki kapalı çarşılardan esinlenmiştir. Üstü kapalı yaya ticaret alanlarına Fransa'da "passage", İngiltere'de 'arcade' ve İspanya'da 'galeria' denmekteydi. Bu alanlar dekoratif birer kapı ile sokaktan ayrılmakta ve kapıcılar tarafından korunmakta idi. Müşterileri ve satıcıları iklim şartlarından korumak için tasarlanan bu alanlar 1566'da İngiltere'de saltanatın değişmesiyle birlikte Londra kentinde mağazaları ortak bir çatı altına yerleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Sanayileşme ve standart üretimin artması ve hızlı satış ve satın alma eğilimleri bilinmeyen müşterilerin artmasıyla ticari alanların genişlenmesine neden olmuştur. Birçok kentte bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için üstü kapalı veya açık alanlar tasarlanmıştır (Kazanç, 2002).

3. PASAJLARIN İNCELENMESİ

Diğer tasarımcıların deneyimlerinden yararlanmak için ve tasarımdaki temel bilgilere erişebilmek için tarih boyunca çeşitli dönemlerde değişim ve dönüşümler yaşayan Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ndeki pasajların incelenmesi planlanmıştır.

3.1. Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İncelenmesi

3.1.1. Çiçek Pasajı

Çiçek pasajı, İstanbul Beyoğlu'nda İstiklal Caddesi üzerinde konumlanan tarihi ve çok ünlü bir pasajdır. Tanzimat döneminde, Sultan Abdülhamit ve Sultan Abdülaziz tiyatro seyretmek için Beyoğlu'nda Naum tiyatrosu gelirlerdi. Paris'ten önce Verdi'nin "II Trovatore" adlı ünlü operası da İstanbul'da Naum tiyatrosunda sahnelenmiş ve bu tiyatrodaki sahnelenen İtalyan operaları nedeniyle İstanbul'un ve Avrupa'nın sayılı kültür merkezleri arasında yer almıştır (Sezgin, 2004).

1870 yılında Beyoğlu da ortaya çıkan büyük yangın sonucunda Naum Tiyatrosu yanarak yıkılmış ve daha sonra yeniden inşa edilmiştir. 1876 yılında Rum bankerlerinden Hristaki Zografos Efendi, yanan Tiyatro'nun yerini satın almış ve İtalyan mimar Cleanthy Zanno'ya çizdirdiği projede yeni bir bina yaptırmıştır (Yiğitpaşa, 2010).

Paris tarzından düzenlenen 24 dükkân ve üstünde ise 18 lüks daire bulunan binanın yapımı 1876 yılında bitmiştir. Dükkânların oluşturduğu pasaja "Hristaki Pasajı", binaya ise "Cite de Pera" adı verilmiştir. Pasajın ilk dönemlerinde açılan Acemyan'ın tütüncü dükkânı, Maison Parret ve Vallauray'nin pastanesi, Japon mağazası, Natürel çiçekçisi, Pandelis'in çiçekçi dükkânı, Schumacher'in fırını, Papadopoulos'un mücellithanesi, Keserciyan'ın terzihanesi, Yorgo'nun meyhanesi, Sideris'in kürk mağazası gibi işletmeler bu dükkânlardan birkaçını oluşturur (Yiğitpaşa, 2010).

Binanın adı 1908 yılında Sadrazam Sait Paşa mülkiyetinden sonra "Sait Paşa Geçidi" olarak değiştirilmiştir. 1940 yıllarında pasajdaki küçük dükkânlara çiçekçiler yerleşmesi ile pasajın adı "Çiçekçiler Pasajı"na dönüşmüştür (Yiğitpaşa, 2010).

1950'lerde çiçekçilerin başka sokaklara yerleşmesiyle pasajdaki boş yerlere yeni meyhaneler açılmaya başlamıştır. "Çiçek" adı hatıra olarak kullanılan pasaj, 10 Mayıs 1978'de çöken bakımsız bina 1988'e kadar yıkık ve dağılmış biçimde olmuş ve daha sonra Beyoğlu Belediyesi tarafından 2005 yılında dış cephe bakımı, cephe yenilemesi, çiçeklendirme ve aydınlatma gibi sorunlu kısımları da yenilenerek tekrar canlandırılmıştır (Yiğitpaşa, 2010).

3.1.1.1. Plan, Mimari ve Cephe Özellikleri

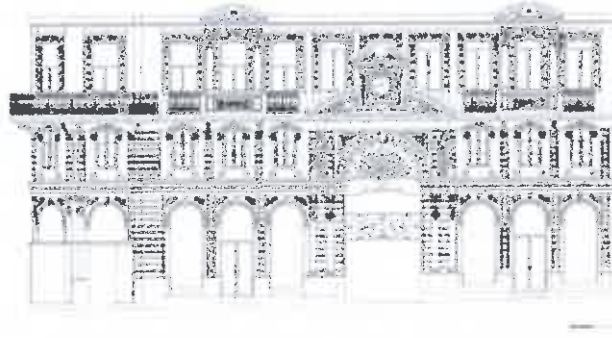
Üç bölümden oluşan ve toplam 24 dükkân ve 18 dairesi olan çiçek pasajı, orijinalde beş katlı olarak inşa edilmiştir ancak geçirdiği yangınlardan dolayı mevcut haliyle üç dikdörtgen şeklinde tasarlanmış kata sahiptir. Ortadaki dar koridora açılan karşılıklı sıra dükkânlardan oluşan Çiçek Pasajı'nın kuzeydoğu cephesi, üç kat boyunca, yarım yuvarlak bir form göstermektedir. Binanın yarım yuvarlak formu "Şekil 3.1." deki gibidir (Sezgin, 2004).

Pasajın planı kareye yakın dikdörtgen tasarlanmıştır. Pasajın ana koridoru doğu-batı doğrultusunda uzanmıştır. Farklı ölçülerdeki dükkânların pencerelerin kuzeye ve güneye açılımı binanın ana cephelerine hareketlilik kazandıran unsurlarından biridir (Yiğitpaşa, 2010).



Şekil 3.1: Çiçek Pasajı'ndan genel görüntüm (<http://saharistanbul.blogspot.com/2010/08/beyoglu-cicek-pasaj-hikayesi.html> 25.05.2020).

Pasajın kuzey ve doğu cepheleri mimari açılarından oldukça dikkat çekicidir. Giriş açıklıkları, pencereler, alınlıklar, balkonlar, figürlü ve bitkisel bezeme öğeleri, yapının Neoklasik, Neobarok, Art Nouveau üsluplarının sentezi olan uygulama gösterir. Yapının cephesi “Şekil 3.2.” ve “Şekil 3.3.” de gösterilmiştir (Sezgin, 2004).



Şekil 3.2: Çiçek Pasajı cephe çizimi (Yiğitpaşa, 2010).



Şekil 3.3: Çiçek pasajı giriş kapısından görünüm (https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g293974-d295912-i326500380-Cicek_Pasaji-Istanbul.html 25.05.2020).

3.1.1.2. Çiçek Pasajı'nın İç Mekân Tasarımında Ses Yansımasını Etkileyen Faktörler

Ses yayılması maddesel bir ortamda gerçekleşir. Bu durumda sesin yayılma hızı ortama bağlı değişebilir (Yıldız ve Uzunöz, 2019). Beyoğlu'nun en gözde pasajlarından biri olan Çiçek Pasajı'nın tasarım şekli ile ses yayılımını etkileyen faktörler incelenmiştir. Her katı uzun dikdörtgen şeklinde tasarlanan pasajın iç tasarım şeklinde girinti-çıkıntılar olmadığı için bu tasarım şekli sesin mekanda yayılmasına neden olur. Bina yapımında kullanılan ana malzeme taştır. Aynı zamanda pasajın ana koridorunun zemini taş döşemedir. Sesin taşdaki yayılma hızı saniyede 5971 metredir (Yıldız ve Uzunöz, 2019). Binanın İstiklal Caddesine açılan kapının üst kısmı, bina cephesinde kullanılan oldukça büyük pencereler ve aynı zamanda binanın çatısında kullanılan cam dışardaki seslerin rahatlıkla iç mekana yayılmasına

neden olur. Sesin camda yayılma hızı yüksek olduğu için bu binada sesin yayılma hızı oldukça yüksektir.

3.1.2. Elhamra Pasajı (Han)

İşadamı Şerif Adapazarlı tarafından 1922 yılında yapılan Elharma pasajı, Beyoğlu İstiklal Caddesi, No.130'da yer almaktadır. Pasajın girişi “Şekil 3.4.” de gösterilmiştir.



Şekil 3.4: Elhamra hanın görünümü (<https://www.turizmavrupa.com/istanbulun-pasajlariyla-unlu-semti-beyoglu/> 01.06.2020).

Bina I. Ulusal Mimarlık Akımında mimar Konstantinos Kyriakides tarafından tasarlanmıştır (Koç, 2019). Bir geçit pasajı olarak tasarlanan ve zamanla pasaj adıyla tanılan Elhamra pasajı, İstiklal Caddesi'nde, St. Antuan Kilisesi'nin tam karşısında yer almıştır. Türkiye'nin ilk betonarme, kaloriferli ve asansörlü yapılarından biri Elhamra, yoğun bezemeli dış cephesiyle İstiklal Caddesi'nin en dikkat çekici yapılarından biridir. Yapının dış cephesi “Şekil 3.5.” de gösterildiği gibi Selçuklu ve Osmanlı üslubundaki mimari elemanları bir arada barındırarak son derece hareketli bir tasarım sunulmuştur (Ceco, 2012).



Şekil 3.5: Elhamra hanın görünümü (<https://www.nenerede.com.tr/ilan/elhamra-pasaji-5/> 01.06.2020).

Elhamra hanı 1920 yılında yıkılmış ve yerine 1922’de altı katlı olarak bugünkü han inşa edilmiştir. Binanın yapımında Bizans, Osmanlı, Selçuklu mimarisinden detaylar kullanılmış ve cephesindeki detaylar bir sanat eserini olarak İstiklal Caddesi’nin en gösterişli yapıların biri olmuştur. Pasajın cadde üzerindeki cephesi beş sivri kemere sahip ve kemerlerin içine bir giriş katı ve asma kat bulunmaktadır. Üst katlarda kuzey ve güney yönlerinde iki kat boyunca devam eden sivri kemerli Osmanlı cumbaları, ortadaki üçüncü birimde görülmektedir. Bina’nın en üst katında bulunan galeri, Yunan mabetlerinde görülen sekiz sütunun taşıdığı bir kattır. Saçakları da farklı olarak Osmanlı saçığı olarak yapılmıştır. Pasajın her detayı çok farklı dönemlerden etkilenerek uygulanmıştır (Koç, 2019).

Başka bir sokağa geçit olmadığına rağmen halen pasaj olarak adlandırılan Elhamra pasajı, günümüzde pasaj olarak kullanılmaktadır. Ama geçit görevi yoktur, başka bir sokağa çıkışı yapılmamıştır. Üstü cam tavan olan pasajın günümüzde tuhafiyeler, gelinlik ve hazır giyim mağazaları bulunmaktadır. Pasajın cam tavanı “Şekil 3.6.” te gösterilmiştir (Akıncı, 2018).

3.1.2.1. Elhamra Hanı’nın İç Mekân Tasarımında Ses Yansımasını Etkileyen Faktörler

Dar uzun bir planı olan Elhamra Hanı’nın ana koridorun iki tarafında tasarlanan dükkânlar üst katlar ile aynı hizada tasarlanmıştır. Bu durumda binanın iç kısmında girinti-çıkıntılar olmaması sesin bina içerisinde yayılmasına neden olan en önemli faktörlerden birisidir. Bina yapımında kullanılan ana malzeme olan betonarmenin ses yayılma hızı yüksektir. Çiçek pasajında olduğu gibi, Elhamra Hanı’nın üst kısmı iki yana eğimli cam çatı

ile örtülüdür. Bu durum ise sesin iç mekânda yayılmasına neden olan bir diğer faktördür. Koridorun iki tarafından en üst katına kadar çoğunluk olarak cam kullanılmıştır. Bu cam pencerelerin, iki camlı olmamaları, pasajda yansıyan seslerin iç mekânda duyulmasına sebebiyet vermektedir. Bu durumda ise pasaj tasarımı ve pasajda kullanılan malzemeler sesin yayılmasını etkileyen faktörlerdendir.



Şekil 3.6: Elhamra hanın iç görünümü (<http://www.smartbeyoglu.com/firma/26169/elhamra-han.html> 01.06.2020).

3.1.3. Halep Pasajı

Uzun bir geçmişi olan Halep pasajı bugün içindeki Beyoğlu sineması, Ortaoyuncular tiyatro topluluğu ve mağazalarıyla İstiklal Caddesi'nin önemli kültür ve buluşma duraklarından biridir (Büyükcinal, 2016). Mimarı bilinmeyen Halep pasajı 1885 yılında Halepli M. Hacı tarafından Beyoğlu, İstiklal Caddesi, No:62'de yaptırılmıştır “Şekil 3.7.”.



Şekil 3.7: Halep pasajın girişi (<https://remphin.tumblr.com/post/92927062617/halep-pasaji-haleppasaji-istanbul-beyoglu> 05.06.2020).

Yapının bir kısmı tonoz örtülü ve diğer kısmı açık bir geçit etrafında düzenlenmiştir. Karşılıklı olarak zemin kattaki geçitlin iki tarafında tasarlanan dükkânlar, ticari amaçlı kullanılmaktadır. Binanın orijinal hali dört katlıdır ve üst katları konut olarak tasarlanmıştır (Büyükdal, 2016). Binanın girişinde iki katlı yüksekliğinde kemer vardır. Kemerin üstünde üçüncü kata kadar yükselen çıkma, balkon şeklinde düzenlenmiş ve özgün mimarisini günümüze kadar koruyarak getiren pasajın dış cephesinde hareketlilik kazandıran en önemli mimari unsuru olmuştur. Binanın Neo-Rönesans üslubundaki cephensin her katına farklı bir süsleme uygulanmıştır. Binanın cephe tasarımı “Şekil 3.8.” ve “Şekil 3.9.” da gösterilmiştir. Binanın beşinci katı ve ahşap Pera Sirki daha sonradan eklendiği görülmektedir (Büyükdal, 2016).



Şekil 3.8: Halep hanının görünümü (<https://ipekgibi.files.wordpress.com/2013/02/halep.jpg> 05.06.2020).

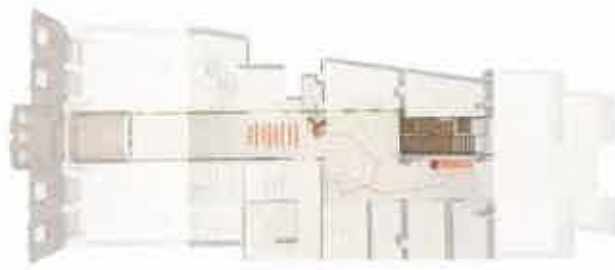


Şekil 3.9: Halep Hanının görünümü (https://ipekgibi.files.wordpress.com/2013/02/256885_360_480.jpg 05.06.2020).

1889'dan itibaren burada gerçekleştirilen tiyatro ve opera faaliyetleri hana ayrı bir önem kazandırmıştır. Yanarak tahrip olana han 1904'te onarılmış ve daha sonra 1906'da 'Varyete Tiyatrosu' adını alacak olan tiyatro binası inşa edilmiştir (Akıncı, 2018).

3.1.3.1. Halep Pasajı'nın Mimari Özellikleri

Altı kattan oluşan Halep pasajı İstiklal Caddesi ile Yeşilçam Sokağını birbirine bağlayan tasarıma sahiptir. İki parselden oluşan hanın yapı adasında, cadde tarafındaki parsel iş hanı ve arkada kalan parsel ise tiyatro binası olarak kullanılmaktadır. Bina Kâgir olup, dış cephesi bezemeli ve detaylıdır. Yapı eklektik bir üslupla inşa edilmiştir. Binanın mağazalar ve konut kısmı İstiklal Caddesine bakan pasajın ön cephesinde yer almaktadır. Hanın üst katı eskiden konut, yabancı postaneler ve İtalyan mahkemesi olarak kullanılmıştır. Bunların yanı sıra tekstil satışı yapan dükkânlar ve iş hanında avukat, muhasebeci, temsilci, aracılar, organizatörler ve ticaret büroları bulunmaktadır. Hanın dış cephesi orijinalliğini koruyarak günümüze ulaşmıştır. Ancak yapının iç mimarisinde yapılan değişiklikler özgünlüğünü tamamen kaybetmiştir. İş Hanı, konut, tiyatro, postane, muhasebe ofisleri vardı ve sonunda Cadde girişinde ticari amaçlı dükkânlar oluşmuştur. Binanın kat planı “Şekil 3.10.” da gösterilmiştir (Büyükcinal, 2016).



Şekil 3.10: Halep pasajın kat planı (<http://aslihan-demirtas.com/archives/portfolio/halep-pasaji-aleppo-arcade-2014> 05.06.2020).

3.1.4.1. Halep Pasajı'nın İç Mekân Tasarımında Ses Yansımasını Etkileyen Faktörler

Halep Pasajı'nın inşa aşamasında kullanılan ana malzeme, ses yayılma hızı yüksek olan betonarmeden oluşur. İç mekândaki zeminler oldukça pürüzsüz ve düz yüzeylere sahiptir. Sesin pürüzlü olan yüzeylerde farklı doğrultuda yayılmasına rağmen, düz yüzeylerden yansıyan ses aynı doğrultuda yayılır ve sonuçta pürüzlü yüzeylerden yansıyarak kulağa gelen ses dalgaları azalır (Yıldız ve Uzunöz, 2019). Cephedeki dükkânların vitrini oldukça büyük ve cam malzemelerden oluşur. Bu durum sesin tüm pasajda hızlıca yayılmasına neden olur.

3.1.4. Hazzopulo Pasajı

15 Nisan 1871 tarihinde Rum işadamı Kiryaki Hazzopulo tarafından inşa edilen Hazzopulo Pasajı, Beyoğlu Asmalı mescit Mahallesi'nde İstiklal Caddesi ile Meşrutiyet Caddesi'ni birbirine bağlayan konumda bulunmaktadır (Akıncı, 2018). Yapının İstiklal Caddesi üzerindeki girişi “Şekil 3.11.” de gösterilmiştir.



Şekil 3.11: Hazzopulo pasajın girişi (<https://www.nenere.de.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> 06.06.2020).

İstiklal Caddesi'nin en eski pasajlarından biri olan ve mimarı bilinmeyen pasajın diğer adı Danışman Geçidir. Pasaj üç kapıya sahiptir. İstiklal Caddesi ile Meşrutiyet Caddesini birbirine bağlayan avlu şeklinde geçit, pasajın kentine ait diğer özelliklerinden biridir. Pasajın diğer kapısı ise Emir Nevruz Sokak'a açılmaktadır. İstiklal Caddesi v Meşrutiyet Caddesine bakan daireler konut olarak kullanılmıştır (Akıncı, 2018).

3.1.4.1.Hazzopulo Pasajı'nın Mimari Özellikleri

Neo-klasik üslupta inşa edilen yapı, açık T-planlı apartmanlı geçit tipinde ve üç ana kâgir yapıdan oluşmaktadır. Hanın ortasındaki avlu Yalıköy Podima çakılıyla kaplanmıştır. Avlunun iki tarafında, iki ve dört katlı yapıların zemin katında, “Şekil 3.12.” ve “Şekil 3.13.” de görüldüğü gibi dükkânlar tasarlanmıştır (Akıncı, 2018). Dört katlı olan pasaj, seçmeci bir üslubun ürünüdür. Binanın zemin katlarında dükkânların olduğu üç binadan birine iç avludan ve diğer ikisine de Meşrutiyet Caddesi üzerindeki sağlı sollu kapılardan girilir. Binaının avlusu “Şekil 3.14.” ve “Şekil 3.15.” de gösterilmiştir. Yapının girişi de ortada yer alır. Günümüze kadar özgünlüğünü koruyan pasaj, hava şartları nedeni ile cephe erozyonuna maruz kalmıştı (Acar, 2000).



Şekil 3.12: Hazzopulo han görünümü (https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d14939937-Reviews-Passage_Hazzopulo-Istanbul.html 07.06.2020).



Şekil 3.13: Hazzopulo han görünümü (<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> 07.06.2020).



Şekil 3.14: Hazzopulo han görünümü (<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> 07.06.2020).



Şekil 3.15: Hazzopulo han görünümü (<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> 07.06.2020).

İstiklal Caddesi üzerindeki en geniş pasajlardan biri olan Hazzopulo pasajı, ilk günden bugüne kadar işletmeciler, şapkacılar, terziler gibi zanaatçıların bulunduğu pasajda aynı zamanda Adam Müzik Aletleri Mağazası ve Pera'daki müzik salonlarının yetersiz oluşu nedeniyle üst katı konser salonu olarak işletilmiştir (Üsdiken, 1994).

1970'lerin sonunda tüm kentle birlikte Beyoğlu da çökmeye başlayınca Hacopulo Pasajı bu yıkıntının altında kalmıştır. Daha sonra şapkacı dükkânı hariç tüm dükkânlar birer birer kapatılmıştır (Acar, 2000).

3.1.5.2. Hazzopulo Pasajı'nın İç Mekân Tasarımında Ses Yansımasını Etkileyen Faktörler

Açık T planlı ve dört kattan oluşan Hazzopulo pasajı, kâgir bir yapıdır. Pasajın avlusunun üstü açık ve zemini Yalıköy Podima çakılıyla kaplanması, avluda oluşan seslerin yayılmasına neden olur. Sesin havada yayılma hızı, hava sıcaklığına bağlıdır. Avludaki sesler, 21°C hava sıcaklığında saniyede yaklaşık 344 metre hızında yayılabilir (Önen, 2016). Pasajı'n plan şeklinin açık olması ve 3 kapının bulunması hava sirkülasyonuna neden olur. Bu hava dolaşımı sesin hızlıca tüm pasajda yayılmasına neden olur. Binanın İstiklal Caddesi'ndeki girişi, iki tarafı tek katlı dar bir koridor ile avluya bağlanan kısmında hem koridorun dar olması hem de tavanının alçak olması cadde de bulunan seslerin o kısımda gürültü kirliliğine neden olan bir diğer faktördür.

3.1.5. Avrupa Pasajı

İstanbul'un Beyoğlu İlçesi'ndeki tarihi pasajlardan biri olan Avrupa Pasajı, 'Aynalı Pasaj' olarak da bilinir. Bu adını büyük Beyoğlu yangınından önce var olan aynalardan adını almıştır. Pasajın girişi "Şekil 3.16." de gösterilmiştir (Üsdiken, 1994).



Şekil 3.16: Avrupa pasajın girişi (<https://www.turanakinci.com/portfolio-view/beyoglu-avrupa-pasaji/> 08.06.2020).

Pasaj 125 yıl önce Mr. Scribe tarafından yapılmıştı. Pasajın içinde 22 dükkân bulunuyordu ve zemini mermer idi. Her dükkânın üstünde iki kat tasarlanmıştır. Dükkânlar arasında konmuş olan aynalar nedeniyle buraya "Aynalı" pasaj da deniyordu. Pasajın eski görünümü "Şekil 3.16." deki gibidir. 5 Haziran 1870 tarihindeki büyük Beyoğlu yangınında, aynalı pasaj Naum tiyatrosu ile birlikte yanınca, Mr. Scribe, buraya bugünkü ünlü "Avrupa Pasajı'nı" yaptırmıştır (Üsdiken, 1994).



Şekil 3.17: Avrupa pasajın eski görüntüsü (<http://www.smartbeyoglu.com/firma/20300/avrupa-pasaji.html#pid=2> 08.06.2020).

3.1.5.1. Avrupa Pasajı'nın Mimari Özellikleri

Pasajdaki dükkânların ön yüz camları yere kadardır. Her dükkânın arasında ayrıca stilinin gereği kemerler vardır. Üzeri cam ve ferforjeden (dövme demir) bir çatıyla örtülü olan geçidin iki yanında dükkân sıralarının bulunduğu lineer pasaj tipine idi. Toplam yirmi iki adet dükkândan her birinin bir mahzeni, üst katta da bir odası ve mutfağı vardır. 1910 yılında pasajda bazı yenilemeler ve değişiklikler yapılmıştır (Akıncı, 2018).

3.1.5.2. Avrupa Pasajı'nın İç Mekân Tasarımında Ses Yansımasını Etkileyen Faktörler

Taş da sesin yayıla hızını yüksek olduğu daha önce belirlenmiştir. Bina yapımında kullanılan ana malzemenin taş olmasına rağmen binadaki sesler oldukça hızlı yayılır. Binanın zemininde kullanılan mermer taşlarının yüzeylerinin düz olduğu için sesin aynı doğrultuda yayılmasına neden olur. Oldukça uzun olan koridorun iki tarafındaki dükkânların yeri rabıta döşemelidir. Aynı zamanda dükkânların vitrin olan kısmı yere kadar cam olması dükkânlardaki yürüme sesi gibi seslerin hem dükkân da hem de koridorda daha fazla yayılmasına neden olur. Binanın mağazaları İstiklal Caddesi'ne bakan pasajın ön cephesinde yer alması, caddede bulunan seslerin dükkân vitrinlerinde kullanılan camlar ile iç mekâna yayılmasına neden olur. Diğer pasajlarda da olduğu gibi Avrupa pasajında da girinti-çıkıntılarının olmaması sesin pasajda yayılmasına neden olan bir diğer faktördür.

3.2. Beyoğlu, İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İşlevsel Açıdan Karşılaştırılması

Kent içinde merkezi konumlar olan ve tarihsel değerleri ile büyük bir önem taşıyan pasajlar, mimari ve mekânsal biçimlenmeleri ile yaya yönelim konusunda büyük önem taşıyan tasarımlardır. Pasajların barındırdığı işlevler, çevresinde yer alan çeşitli birimlerin işlevlerinin oluşturduğu sesleri incelemek amacıyla pasajlar arasında karşılaştırma “Çizelge 3.1.” de yapılmıştır.

Çizelge 3.1: Pasajların İşlevler Açısından Karşılaştırılması.

Pasaj adı	Plan	Son kullanım	Birimlerin işlevi
Çiçek		Meyhane, hazır giyim	Satış, Yeme-içme, depo
Elhamra		Tuhafiye, gelinlik, hazır giyim	Satış
Halep		Ticari amaçlı dükkânlar, üst katlarda ofis ve iş yerleri, tiyatro, Sinema	Satış, aktivite, yeme-içme
Hazzopulo		Büfe, çaycı	Yeme-içme
Avrupa		Ticari amaçlı dükkânlar	Satış

3.3. Beyoğlu İstiklal Caddesi'ndeki Pasajların İşitsel Peyzajını Oluşturan Sesler

19. yy'den beri İstanbul'un en önemli kültür, sanat ve eğlence merkezleri arasında sayılan İstiklal Caddesi, mimari tasarımı ve alanda daimi canlılığa neden olan işlevsel kullanım çeşitliliğinden kaynaklanan özel bir yapıya sahiptir. Çok sayıda mağaza, restoran, bar, gece kulüplerinin bulunduğu ve benzer özellikteki pek çok sokağın kesiştiği cadde, günün her saati yoğun olarak kullanılan ve bir zamanlar İstanbul'un tek toplu taşıtı olan nostaljik tramvayın ortasından geçtiği bir yaya yoludur. İstiklal Caddesi'ndeki pasajlar, geçmişten günümüze bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan mekânlarındandır. Her zaman dinamik ve canlı olan istiklal caddesinde duyulan sesler alanın işitsel peyzajını oluşturmaktadır. Beyoğlu da bulunan mekânlar ve işlevsel kullanım çeşitliliği nedeniyle farklı sesler oluşmaktadır. Beyoğlu simgesi haline gelen nostaljik tramvay sesi, sokak müzisyenlerin sesi, ezan sesi,

kilise çan sesi, seyyar satıcıların sesi, el arabaların sesi, motor sesi, araç sesi, hava araçların sesi, dondurma satıcıların zil sesi, hayvanların sesi, çocuk sesi, konuşma sesi, yürüme sesi, alkış sesi ve inşaat sesleri gibi sesler Beyoğlu işitsel peyzajını oluşturan seslerdir. Geçit işlevini gören pasajlar, dışardan duyulan seslerden etkilenmektedir. Pasajlardaki işlevlerine göre duyulan sesler Schafer ses sınıflandırması gibi “Çizelge 3.2.” duyulması beklenen sesler incelenmiştir.

Çizelge 3.2: Pasajların İşlevlerine Göre Duyulması Beklenen Sesler.

Pasaj adı	Duyulması beklenen sesler
Çiçek	İnsan sesi, kuşların sesi, hayvan sesleri, vücut sesi, kıyafet sesi, evsel işitsel peyzajı, eğlence ve gösteriler, müzik sesi, telefon
Elhamra	İnsan sesi, vücut sesi, kuşların sesi, kıyafet sesleri, evsel işitsel peyzaj, telefon sesi
Halep	İnsan sesi, kıyafet sesi, eğlence ve gösteri sesleri, vücut sesi, evsel işitsel peyzajları, telefon sesi
Hazzopulo	İnsan sesi, kuşların sesi, hayvanların sesi, vücut sesi, kıyafet sesi, evsel işitsel peyzajları, telefon sesi
Avrupa	İnsan sesi, vücut sesi, kıyafet sesi, evsel işitsel peyzajları, telefon sesi

Çizelge 3.3: Duyulması Beklenen Seslerin Gruplandırması.

Doğa'nın Sesleri	Rüzgâr sesi
Trafik kaynaklı Sesler	Hizmet araçları(polis, çöp arabası...), motosiklet, tramvay, korna,
İnsan Kaynaklı Sesler	Sohbet, diyaloglar, çocukların sesleri, gülme, kahkaha, ayak sesi, alkış sesi
Sokak Satıcıları	Çiçekçi, simitçiler, milli piyango satıcıları, diğer seyyar satıcılar
Sokak Sanatı	Sokak müzisyenleri, sokak sanatçıları
Restoran Bar	Esnaf bağırışları, müzik yayını, bardak ve kadeh tokuşturmaları
Dükkânlar	çatal bıçak sesi
Teknoloji	Cep telefonu
Konutlar	Müzik, insan sesi, ev eşyaları sesi, televizyon sesi, evcil hayvan sesleri
Dini Yapıla	Kilise çanı, ezan
Eğlence ve gösteriler	Sokak santralıcıları
Hava Araçları	Uçak, helikopter
İnşaat	Kazı, yıkım, tadilat

Ghalenui ve haghghi (2014) ve Akkaya (2014) tarafından yapılan farklı araştırmalarda bireyler tarafından olumsuz sesler incelenmiştir. Bu araştırmalarda katılımcılar tarafından tespit edilen gürültü kaynaklardan rahatsız oldukları seslerin % 83'ü trafik kaynaklı, % 35'si insan yoğunluğu kaynaklı seslerden, % 36 İnşaat kaynaklı seslerden , % 16'ü anons ve sirenlerden, % 10'i seyyar satıcılar ve esnafın bağırışlarından ve % 2'si dini yapılardan gelen seslerden rahatsız olduğunu belirtmiştir. Aynı seslerin pasajlarda duyulması mekân kullanıcıları için olumsuz sesler arasında yer almaktadır.

Kapıların açıldığı caddeler ile iç içe olan pasajlar, iç mekânlarında oluşan seslere ek dışardaki işitsel peyzajlardan etkilenir. Bu durumda birden fazla sesin aynı zamanda farklı ses kaynaklarından çıkması pasajlarda gürültülü kirliliğe neden olur. Herhangi bir neden için pasajlarda bulunan bireyler gürültü kirliliği nedeni ile pasajlarda bulunma zamanını etkiler. Bu durum tarihi mekânlar olarak bilinen pasajlara eskisinden daha az ziyaretçi gelmesine neden olabilir. Pasajlarda bulunan kullanıcıların duydukları seslerden ve ortamın işitsel peyzajından rahatsız kalmamaları için ve pasajların daima dinamik ve canlı kalmaları için pasajların işitsel peyzajını iyileştirebilmeye yönelik tasarımlar yapılmalıdır.

3.4. Mekâna Ait Olma Duygusu Yaratan Sesler

Bireylerin bulunduğu mekânlardaki sesler, mekâna ait olma duygusunda etkileyebilir. Birey mekânda duyduğu sembolik bir sesle, mekânla bağlantı kurmaya başlar. Böylece birey mekânla arasındaki etkileşime anlam verir ve mekâna bağlanır. Görsel açıdan ziyade duysal açıdan bireylerin belleğinde olumlu seslerden oluşan anıların bu pasajlara ait olma duygusu yaratabilen sesleri “Çizelge 3.3.” de incelenmiştir.

Çizelge 3.4: Pasajların Özellikleri veya Pasajlardaki Eylemlerden Oluşan Aitlik Duygusu Yaratabilen Sesler.

Pasaj adı	Özellikler/ Eylem	Aitlik duygusu yaratabilir sesler
Çiçek	Yuvarlak formundaki cam çatı	Kuş ötmesi, kahkaha sesleri gibi olumlu seslerin iç mekânda yansımaya neden olur
	İç mekânda çalgıcıların bulunması	Bireylerin belleğinde olumlu seslerle oluşan anılar
Elhamra	Üstü cam kaplı uzun dikdörtgen avlu	Avluda yansıyan kuş sesleri
Halep	Pasajda bulunan sinema ve tiyatro	Sinema ve tiyatro salonun akustığı pasajda seslerin yansımaya engeller ve aynı zamanda bu salonlarda duyulan sesler ve müzikler bireylerin belleğinde aynı oluşturur
Hazzopulo	Üstü açık avlu	Bölgeye ait tüm seslerin duyulmasına neden olur. Olumlu bir sokak müziğinin sesi bireylerde anı oluşturabilir.
Avrupa	Cam ve ferforje örtülü çatısı ve uzun koridor	Pasajda yansıyan sesler (Örnek: Radyo da çalan müzik sesinin yansıması)

Pasajları incelendiğinde daha çok görselle önem vererek tasarlandığını görünmektedir. Ancak işitsel anlamda pasajlarda sembolik bir ses ya da gürültü kirliliği önleyerek sembolik seslerin ön plana çıkmasına ve bireylerde mekâna ait olma duygusu yaratmasına engellemiştir. Araştırma konusu olan binalar defalarca farklı zamanlarda ve farklı kişiler

tarafından görsel algıya dayalı restore olmasına rağmen hiçbir çalışmada Beyoğlu işitsel peyzajını göz önünde bulundurarak restore yapılmamıştır.

4. SONUÇ

Kentsel alanlarda duyusal sembollerin varlığı, Karanlıktaki bir ışık gibi, alanı tanımak ve algılamak için etkili olabilir. Kentlerde ve mimari alanlarda duyuları izolasyon yapmak bireylerin günlük yaşamlarındaki yeteneklerini ve kentsel alanların sosyal yaşamındaki rolünü yavaş yavaş kaybetmelerine neden olur. Duyusal sembollerin varlığı, mekânı algılamakta büyük bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda mekânın duyusal boyutları, sosyal ve estetik boyutları üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Belki de bunun açık bir örneği modern ticaret merkezlerine kıyasla tarihi pasajlara ait olma hissi anlamındadır. Estetik yönler görsel boyutla sınırlı değildir, kapsamı genişlenebilir ve duyusal memnuniyet terimi yerini alabilir. Bu memnuniyet daha geniş bir görsel estetiği kapsamaktadır ve kentsel mekânlar, özellikle alışveriş merkezleri için tasarım olgusu olarak kullanılabilir.

Çevresel algılamanın farklı boyutlarını göz önünde bulundurmak kentsel alanların niteliksel gelişimine yol açan en temel kavramlardan biridir. Bu nedenle kentsel mekânların tasarımında ortamın algısal boyutlarından biri olan ses ve işitsel boyutun rolünün incelenmesi, bireyler için ses alanları arzu edilen bir şekilde tasarlanabilir. Bu durumda kentsel mekânların işitsel peyzajı, bireylerin o alanlardaki davranışlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Bu duyusal niteliklerin varlığı, bireyleri mekâna davet ederek ve sürekli mekânda bulunmalarını sağlamaktadır.

Genel olarak, binadaki her türlü işlev için uygun akustik ortam önceden belirlenebilir. Mekân kullanıcıları tarafından mekânın akustiği bu kullanıcılar için çok dikkate alınan bir konu değildir. Sadece bazı kişiler tüm binaların akustik tasarımına ihtiyacı olduğunu düşünmektedir. Çoğu binanın akustiği bazı problemlere sahiptir. Bu problemler tasarım aşamasında olan binalara uygun çözümlerle çözülebilir. Genellikle bir mekânın akustik kontrolü, ses kaynağına, ses iletme yolu ve ses alıcı faktörünün doğru bir şekilde kontrolüne bağlıdır. Binadaki akustik tasarımının temel amacı mekân kullanıcıları için tatmin edici bir ortam yaratmaktır. Bu durumda bireyler için tatmin edici ve arzu edilen mekânların

tasarlanması için, sesi etkileyen en önemli faktörler olan mekânın tasarım şekli ve mekânda kullanılan malzemeler tasarımcılar tarafından dikkate alınmalıdır. İstiklal Caddesindeki pasajlar, Beyoğlu işitsel peyzajından etkilenen binalardandır. Beyoğlu işitsel peyzajın yanı sıra, pasajlarda bulunan mekânların işlevsel çeşitliliği nedeni ile farklı sesler bulunmaktadır. Bu sesler mekân kullanıcıları için genellikle olumsuz seslerdir. Pasajlarda kullanılan malzemeler ve tasarım özellikleri mekânlarda seslerin yansımaya ve yayılmasına neden olur. Pasajlarda bulunan gürültü kirliliğinin seviyesinin indirebilmenin en etkili yolu pencereleri değiştirmek ve çift camlı pencerelerin kullanılmasıdır. Bu durum caddedeki seslerin iç mekâna yayılmasını engeller. Pasajlarda yeşil dikey yüzeylerin tasarlanması hem pasajları güzelleştirmek hem de olumsuz seslerin emilmesine neden olur. Özellikle Hazzopulo Pasajı'nın avlusunda şelale tasarımı ile doğa seslerini yapay mekânlara getirerek bireyler için olumlu bir ses kaynağı üretilip mekâna ait olma duygusu yaratılabilir. Ses yayılımını önlemek ve alanın akustik konforunu arttırmak için zeminlerde ve duvarlarda gözenekli ve pürüzlü malzemelerin kullanımı sesin absorbe edilmesine sebep olur. Aynı zamanda duvarda ve zeminlerde ses yalıtım malzeme kullanımı ile pasajlarda oluşan seslerin seviyesi indirilebilir. Pasajlarda oluşan sesleri kontrol edebilmek için sadece iç tasarım yeterli olmayabilir. Aynı zamanda Beyoğlu işitsel peyzajında kontrol edilmesi gerekir. Bu durum ele alınmazsa ileriki zamanlarda insan kendi konuşma sesini bile duymayabilir. Caddenin kalabalık olan yerlerinde ses kaynağına yakın bir yerde eğimli bir zemin oluşturarak sesin yayılması engellenebilir. Belirli zamanlarda inşaat çalışmasının yapılması ve belirli zamanlarda inşaat çalışmalarının durdurulması ile bölgede oluşan ses seviyesi indirilebilir. Ses bariyerleri olarak ahşap, alçı, cam, beton, taş malzemeli dikey duvarların kullanımı ile seslerin üst üste gelmesi ve gürültü kirliliğinin oluşması engellenebilir.

5. KAYNAKLAR

- Abbaszadegan M., Sarbandifarahani M. (2012). Application of the functional dimension of urban design in promotion quality of local green and open spaces. Second conference on environmental planning and management. *Journal of Memariye sabz*, 4:9-18.
- Abdollahtaraf, A. (2009), The evolution of the formation of commercial spaces in the west and east from the perspective of the history of architecture. *Quarterly Journal of Urban Planning and Architecture*, 19:69-62.
- Acar, G. (2000), Tanzimat Dönemi ve Düşünce Hayatının Mimari Alana Yansıması. Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul(Danışman: Doç. Dr. Zeki SÖNMZ).
- Ardestani, PJM. (2010). Rasayel, Correction by Sarvar, O., Library Museum and Documentation Center of the Islamic Consultative Assembly. Tehran.
- Akıncı, T. (2018), Beyoğlu, Remzi Kitap Evi, İstanbul, sayfa 56.
- Akkaya, B. (2014). Kentsel Ses Peyzajları: Kadıköy Tarihi Çarşı ve Çevresinde İşitsel Katmanların Değerlendirmesi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul(Danışmanı: Prof. Dr. Lale BERKÖZ).
- Asgarikhanghah, A. (2001) A reflection on the cultural anthropology of the bazaar and housing of Qazvin(Due to the restoration of old buildings). *Journal of Name Ulum Ejtemaee* 9:159-192.
- Atkinson, R. (2012) The field of psychology of feeling and perception, translated Ebrahimi Moghadam, H. Farabi Libbey, Tehran.
- Axelsson, Ö. (2010). October, designing soundspace for sutanable urban development, (Conference), Stock-holm, Sweden.
- Brown, LA. (2004). An approach to the acoustic design of outdoor apace. *Journal of nvironment planning and management*. 6:827-842.
- Büyükcinal, F. (2016) Beyoğlu Bir Zaman Tüneli. İnkılap Yayınları, İstanbul, s.31, 108, 109.
- Carmona, M. (2010), Contemporary public space, part two: classification. *Journal of Urban Design* 15 (2): 157– 173.

Ceco, S. (2010), İstanbul'un 100 Hanı. İ.B.B. Kültür A.Ş. Yayınları; 1. Baskı, İstanbul, s.77, s.133.

Coyne, R. (2010). The Tuning Of Place Sociable Space and Pervasive Digital Media.

Ebrahimdeynani, GH H. (1986), General Philosophical Rules in Islamic Philosophy, Anjomane Hekmat va Falsafe Libbey, Tehran.

Everest FA., Pohlmann KC., Books T. (2001). The Master Handbook of Acoustics. McGraw-Hill, New York.

Falahat, MS. (2005), The role of physical design in the sense of place of the mosque, Journal of Honarhay Ziba, 22: 35-42.

Falahat, MS. (2006). Concept of sense of place and the factors of sense of place. Journal of Honar-Ha-Ye-Ziba, Memary Va Shahrsazi, Tehran, İran, 26:57-66.

Farzamshad, M. (2007), Basics of Planning and Designing Commercial Centers. Jame Jam Libbey, Tehran.

Farzamshad, M. (2014)Basics of Planning and Architectural Design of Underground Spaces and Commercial, Office and Medical uses, Entesharate Jahane Jam Jam Libbey, Tehran.

Ghaffari A., Ghalehnoee M., Haghighi N. (2017). Positive soundspace in urban space. Journal of Manzar, 39:24-29.

Ghalenui M., Haghighi N. (2014). Sound landscape assessment in urban spaces (Case study of Khayyam sidewalk, Urmia). Journal of Nashriye Elmi-Pazhuheshiye Anjomane Elmiye Memari va Shahrsazi İran, İran, 127-138.

Habibi, SM. (2005), From City to City, University of Tehran Libbey, Tehran.

İravani M, Khodapanahi MK. (2010), Psychology of Feeling and Perception, Samt Libbey, İran.

Kashi H., Bonyadi N. (2013), Explain the model of place identity-sense of place and examine its various elements and dimensions Case study: Rey city sidewalk, Journal of Honar haye Ziba- Memari va Shahrsazi, 3:43-52.

Kazanç, Ö. (2002), Beyoğlu Han ve Pasajların Kullanımı ve Yeniden Canlandırılabilimleri İçin Bir Araştırma, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,(Doç. Dr. Nil gün ERGUN).

Koç, S. (2019), İstiklal Caddesi ve Mekansal Dönüşüm: Han Yapıları. Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul(Danışman: Doç. Dr. Serpil ÖZKER).

Lang, J. (1987). Creating Architectual Theory: The role of the behavioral Sciences in Envoriment, VNB, U.K, Van Nostrand Reinhold.

- Leus, M. (2010). Towards an Aural Urbanity: Designing soundspace for Sustainable Urban Development conference, Stockholm, Sweden.
- Madanipoor, A. (2000), Urban Space Design: An Approach To A Socio-Spatial Process. Sherkate Pardazesh va Barnamerizi Shahri Libbey, Iran.
- Mortazavi, Sh. (2001). Environmental Psychology And Its Application. Shahid Beheshti University Libbey, Tehran, Iran.
- Mount, H. & Cavet. H. (1995). Multi- sensory environments: an exploration of their potential for young people with profound and multiple learning difficulties: British Journal of Special Education, 22(2):52-55.
- Mueller, FL. (1988). History de la Psychologie. Translated by Kardan, MA. Markaze nashre daneshgahi Libbey, Tehran.
- Naghizadeh, M. (2007), Perception of The beauty and identity of the city in the light of Islamic thought. Journal of Sazmane Farhangi Tafrihi Shahrdari Esfahan, 8:216-223.
- Önen, U.(2016), Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri. İstanbul: Çitlembik.
- Özdemir, D. (2019). Platon ve Sofistlerin Bilgi Anlayışlarının Karşılaştırılması. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Ana Bilim dalı, Yüksek Lisans tezi, Ankara(Danışman: Prof. Dr. Bayar BRAVO).
- Pakzad, J. (2007), Theoretical Bases and Process of Urban Design. Shahidi Libbey, Tehran, Iran.
- Pakzad J., Bozorg J. (2012). Alphabet of Environmental Psychology For Designers. Entesharate Aramanshahr Libbey, Iran.
- Pallasmaa, J. (2009). The Thinking Hand: Existential and Embodied Wisdom in Architecture.
- Pallasmaa, J. (2014). The Eyes Of Skin Architecture And The Sence. Translated by Ramin Ghods, Parhame naghsho ganj, Tehran.
- Payne, SR. (2008). Are Perceived Soundspace Within Urban Parks Restorative. Journal of Acoustical Society of America, 123.
- Polli, A. (2012). Soundspace, Sonification and Sound activism, AI& Soc, (27) :257-268.
- Rahmati, F. (2014), Design Of Office And Commercial Places. Danush Libbey, Esfahan, Iran.
- Raimbault M., Dubois D. (2005) Urban Soundspace: Experiences and Knowledge, France, Cities, 22: 339-350.
- Rajabi, A. (2007), Bazaar Morphology. Agah Libbey, Tehran, Iran.
- Relph, E. (1976), Place and Placelessness. Sage Publications Ltd Libbey, London.

Salvesen, D. (2002), "The Making of Place"; Research on Place & Space Website, 20 Feb. 2003, 12 Mar. 2003, <<http://www.mar.net>.

Schafer, RM. (1977), *The Tuning of The World*. knopf, New York.

Schultz, Ch N. (2009) *The Spirit of Place, Towards Architectural Phenomenology*, Translated by Shirazi, M., Publishing New event.

Sezgin, H. (2004). "Pasajlar", *Geçmişten Günümüze Beyoğlu I*, Boyut Yayın Gurubu, İstanbul, 225-242.

Shabrinezhad, M. (2009), *Sound City Landscape Management With The Help Of Urban design: Audiovisual Urban Design Guide*. (Master thesis), Shahid Beheshti University.

Shafiee R., Daramadi D. (2006), *Blindness and Perception Environment*, first edition, Sepahan Libbey, Tehran, Iran.

Shakoui, H. (2004), *New Perspectives on Urban Geography II*, Entesharate Gitashenasi Libbey, Tehran, Iran.

Shahabian P., Iarimian SF. (2018). *Soundspace: Concepts and Methods*. Azarakhsh Libbey, Iran.

Shahcheraghi, A. (2011), *Persian garden and architecture of concentration*. Jostarhayeh shahrsazi, 35:38-42.

Shahcheraghi A., Bandarabad, AR. (2015). *Enclosed in the Environment: Application of Environmental Psychology in Architecture and Urban Planning*, First Edition, Entesharate jahad daneshgahi Libbey, Tehran.

Sharghi A., Matuf Sh., Asadi S. (2017). Analysis of Iranian garden environment perception process based on the theory of ecological psychology. *Journal of Hoviyate shahr*, 3(5):71-84.

Siebein, G. (2010). *Essential Soundspace Concepts for Architects And Urban Planners: : Designing soundspace for Sustainable Urban Development conference*, Stockholm, Sweeden.

Sohangir S., Nasireslami MR. (2017), Recognition of components affecting the sensory perception of architectural space. *Journal of Nashriye Modiriyat Shahri*, 48:71-86.

Soltanzadeh, H. (2001) *Iran Baazars*. Daftare Pazhuheshhaye Farhangi Libbey, Tahrn, Iran.

Soltanzadeh, H. (2007), *Hanlardan pasajlar ve alışveriş merkezlerine*, Mimarlık ve Kültür Dergisi, No. 30.

Stedman, R. (2002). Towarda a social psychology of place: Predictive: behavior from place-based cognitions, , attitudes, and identity *Enviromental Behavior*, No 34,561 -581.

Taghdir, S. (2017), Explaining the levels and process of human perception and its role in the quality of creation of architectural works based on the principles of transcendent wisdom, Journal of Islamic Architectural Research, 5(14):48-69.

Taghvaei M., Sheikhabagloo R. (2008), Planning and Design of Shopping Centers and Commercial Complexes. Kankash Libbey, Isfahan, İran.

Üsdiken, B. (1994), Hacıpulo pasajı, Düünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi, Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı yayın evi, İstanbul, Cilt 3, s.481-482.

Yiğitpaşa, T. (2008), XIX. Yüzyıl Beyoğlu Yapılarında Heykel ve Figürlü Kabartmalar. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.

Yıldız, Ö., Uzunöz, CM.(2019). Mekân ve mekân tasarımının ses derinliğine etkisi üzerine deneysel bir çalışma. İletişim Çalışmaları Dergisi 5(2): 201-218.

Zhang M.,Kang J. (2007). Towards the Evaluation ‘Description ‘and ‘Creation of Soundscape in Urban Open Spaces ‘Environment and planning: Planning and Design, 68-69) VI.34.

Xu, Yan. (1995). Sense of Place and Identity, Research on Place and place website:20 Feb. 2003: 12 Mar 2003 < <http://www.eslarp.uiuc.edu>.

İnternet kaynağı

<http://saharistanbul.blogspot.com/2010/08/beyoglu-cicek-pasaj-hikayesi.html> erişim tarihi: 25.05.2020.

https://www.tripadvisor.com.tr/LocationPhotoDirectLink-g293974-d295912-i326500380-Cicek_Pasaji-Istanbul.html erişim tarihi: 25.05.2020.

<https://www.turizmavrupa.com/istanbulun-pasajlariyla-unlu-semti-beyoglu/> erişim tarihi: 01.06.2020.

<https://www.nenerede.com.tr/ilan/elhamra-pasaji-5/> erişim tarihi: 01.06.2020.

<http://www.smartbeyoglu.com/firma/26169/elhamra-han.html> erişim tarihi: 01.06.2020.

<https://remphin.tumblr.com/post/92927062617/halep-pasaji-haleppasaji-istanbul-beyoglu> erişim tarihi: 05.06.2020.

<https://ipekgibi.files.wordpress.com/2013/02/halep.jpg> erişim tarihi: 05.06.2020.

https://ipekgibi.files.wordpress.com/2013/02/256885_360_480.jpg erişim tarihi: 05.06.2020.

<http://aslihan-demirtas.com/archives/portfolio/halep-pasaji-aleppo-arcade-2014> erişim tarihi: 05.06.2020.

<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> erişim tarihi: 06.06.2020.

https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293974-d14939937-Reviews-Passage_Hazzopulo-Istanbul.html erişim tarihi: 07.06.2020.

<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> erişim tarihi: 07.06.2020.

<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> erişim tarihi:07.06.2020.

<https://www.nenerede.com.tr/ilan/hazzopulo-pasaji-5/> erişim tarihi: 07.06.2020.

<https://www.turanakinci.com/portfolio-view/beyoglu-avrupa-pasaji/> erişim tarihi: 08.06.2020.

<http://www.smartbeyoglu.com/firma/20300/avrupa-pasaji.html#pid=2> erişim tarihi: 08.06.2020.

6. ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Zehra PORNUR CUHENİ
Doğum Yeri ve Tarihi:
Adres:
E-Posta:
Ön Lisans: Urmia İslamic Azad University
Lisans: Hashtgerd İslamic Azad University