

**T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**BEŞ YILDIZLI OTELLERİN GİRİŞ MEKANLARININ BİÇİMSEL
OLUŞUMUNA ETKİ EDEN
FAKTÖRLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İç Mimar Esra ÇALI

İç Mimarlık Anabilim / Anasanat Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Osman ARAYICI

MAYIS - 2011

İSTANBUL

ÖZET

Bu tez kapsamında ele alınacak olan konu: Beş yıldızlı otellerin giriş ve lobi mekanların tasarımının önemini ifade etmek ve etkileyiş biçimini açıklamak; ayrıca buradaki yüzeysel oluşumların, insanların mekanı nasıl algıladıklarını belirtmektir. Aynı zamanda yapılan bu çalışma otel tasarımcılarına klavuz niteliğindedir. Konuyla ilgili literatür ve internet taraması ile gözlemde bulunarak değerlendirme yapılmıştır. Otel tasarlayan bazı mimarlarla görüşüp bilgi alınmıştır.

Yürütülen tez çalışması 5 bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde konunun önemi, çalışmanın kapsamı ve konuya yaklaşım biçimi açıklanmıştır.

İkinci bölümde otel kavramı ve gelişimi incelenerek, otel kullanım etkenleri ile birlikte, dünyada ve Türkiye'deki 5 yıldızlı otellerin nitelik ve nicelik sınıflandırılması hakkında bilgi verilmiştir.

Üçüncü bölümde, mekan algılama ve kimlik konusu incelenmiştir. Mekanların sınırlandırılması ve sınıflandırılması ile algılama kavramının mekandaki etkisi açıklanmıştır. Ayrıca kimlik kavramı ve kimliğin mekana yansması hakkında bilgi verilmiştir.

Dördüncü bölümde, otellerin tasarlanmasının genel etkenleri ile tasarıma olan etkileri incelenmiştir. Giriş-lobi alt mekanları ve ortak kullanım alanları açıklanmıştır. Kullanılan mobilya, ekipman, objelerin yüzeylerin oluşumundaki etkisi ile olumlu ve olumsuzluklar vurgulanmıştır.

Beşinci bölümde, 5 yıldızlı otellerin giriş mekanlarının yüzey oluşumları hakkında bilgi verilmiştir. Giriş mekanlarını etkileyen mimari elemanlarla, giriş ve lobi bağlantısını kurarak biçimsel oluşuma etki edecek düzenlemeler belirlenmiştir.

Son bölümde, tezin sonuçları belirtilmektedir. Yapılan tüm literatür, internet araştırmaları ve görüşmeler sonucunda 5 yıldızlı otellerin giriş mekanlarının önemi, tasarımı ve kullanımı açısından tercih edilebilme ilkeleri doğrultusunda ki uygunluklar sunulmuştur.

ABSTRACT

This thesis will try to explain the importance of designing the Five Stars Luxury Hotel entrances, lobbies and how they influence people; and thesis would further determine the people's perception under the influence of impressive superficial formations. One of the purposes of this document is to guide who wants to design hotels. Relevant literature and Internet research has been made with observation to evaluate on the matter. There have been meetings to get information with some of the architects who built Hotels.

The thesis that is worked on consist of 5 parts. The introduction will try to explain the importance of the subject, the content of the theme and the approach that has been used.

In the second part; informations are tried to given about the classification of quality and quantity of the 5 star hotels in Turkey with the help of examining the concept of hotel and its evolution.

In the third part, the perception of the place and its identity is examined. The effect of limiting the space of the rooms and the concept of classification and perception is tried to be explained. Furthermore, the concept of identity and its reflection to the specific place is tried to be explained.

In the fourth part, the design of hotels with the general design factors was investigated. Entrance and lower lobby spaces and public areas are described. Furniture that is being used, equipment, positive and negative effects of the surfaces of objects is emphasized.

In the fifth part, there are informations about the entrances of the 5-Star hotels' surface formations. By establishing a connection between effective architectural elements of the entrances and lobby, influential formal formation arrangements are determined.

In the last part, conclusions of the results of the thesis are stated. After all the literature, Internet researches and interviews, recommendations are tried to be presented on significances of the 5-Star hotel entrances, and preferences in terms of design and usage principles.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
RESİM LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı	1
1.2. Çalışmanın Kapsamı	1
1.2. Çalışmanın Yöntemi	2
2. OTEL KAVRAMI VE GELİŞİMİ	3
2.1. Otel Kavramı	3
2.2. Otel Kullanım Etkenleri	3
2.2.1. Nitelik ve Nicelik Sınıflandırılmasına Göre Oteller	5
3. OTEL TASARIMINDA MEKAN ALGILANMASI VE KİMLİK	14
3.1. Mekan Kavramı ve Sınırlayan Faktörleri	14
3.2. Mekanları Sınıflandırılmasını Sağlayan Faktörler	18
3.3. Mekandaki Algılama ve Süreçleri	20
3.3.1. Algılama Etkenleri	23
3.4. Otel Tasarımında Kimlik	29
3.5. Kimlik – Kullanıcı İlişkisi	33
3.5.1. Kalite Algısı ve Mekansal Kalite	34
3.5.2. Otel İç ve Dış Mekanlarındaki Kurumsal Kimlik	35
4. BEŞ YILDIZLI OTELLERİN GİRİŞ VE LOBİ MEKANLARININ TASARIMI	38
4.1. Otellerin Tasarlanmasındaki Genel Etkenler	38
4.2. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanları	41
4.2.1. Giriş Mekanında Algılanma ve Tasarlanma Kriterleri	41
4.2.2. Mekan Yerleşimi Genel Mekanlar	44
4.2.3. İşlev Bakımından Giriş Mekanı	47
4.3. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanındaki Ortak Kullanım Alanları	50
4.3.1. Lobi- Danışma	52
4.3.2. Bekleme (Oturma) Salonu	60
4.3.3. Restaurant	60
4.3.4. Bar – Cafe	64
4.3.5. Kokteyl- Balo Salonu	68
4.3.6. Konferans-Toplantı Salonu	70
4.3.7. Sergi-Fuar Salonu	71
4.3.8. İdari Birimler	72
4.3.9. Sirkülasyon Alanları	73
4.4. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanında Kullanılan Mobilya, Ekipman ve Objeler	75
4.4.1. Mobilya, Ekipman ve Objelerin Etkileri ve Düzenleri	76

4.4.2. Mobilya, Ekipman ve Objeler Algılanma Faktörleri	79
4.5. Beş Yıldızlı Otellerinin Lobilerindeki Renk Kullanımları	81
4.6. Beş Yıldızlı Otellerin Lobilerinde Aydınlatma	87

5. BEŞ YILDIZLI OTELLERİN GİRİŞ MEKANLARININ BİÇİMSEL OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

94

5.1. Otel Giriş ve Lobi Mekanının Oluşumunu Etkileyen Mimari Elemanlar	94
5.1.1. Eylem Farklılıkları	99
5.1.2. Eylemlerin İlerleme Biçimleri	100
5.1.3. Eylem Alanına Ait Etkenler	101
5.2. Giriş ve Lobi Bağıntısını Kurgulayacak Düzen	101
5.2.1. İç Cephe Düzeni	102
5.2.2. Yüzey Biçimlerinin Oluşumunda Kullanılan Malzemeler	103
5.2.3. Yüzey Biçimlerinin Oluşumunda Kullanılan Renk	104
5.2.4. Yüzey Biçimlerinde Orantılı Biçim Oluşturma	111

6. SONUÇ

128

KAYNAKLAR

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

1. GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı

Turizm açısından, beş yıldızlı oteller dünyada bulundukları yerin prestijli olması, ülke üzerinde sağladığı kültürel ve ekonomik katkısı bakımından önemlidir. Beş yıldızlı otellerin nitelik ve niceliklerinin sıralamasının haricinde, giriş- lobi ortak kullanım mekanlarını, ihtiyaç ve beğeniler doğrultusunda tasarlanması söz konusudur. Bu tez kapsamında; Beş yıldızlı otellerin giriş mekanların biçimlerinin oluşmasındaki etkenler araştırılmıştır.

Otellerin giriş mekanları, konaklayan müşterilerin dışında halka açık bir bölüm olduğu üzere daha da önem kazanmaktadır. Otellerin diğer birimlerine ulaşım giriş-lobiden sağlandığı için bu mekanlara verilen önem, tasarlanan yüzeyler kullanıcının ilk etkilendiği yerdir. Bu çalışmadaki amaç ise, tasarlanan yüzey oluşumlarının insanlar üzerindeki mekan algılama etkisini belirtmektir.

1.1. Çalışmanın Kapsamı

Otellerin farklı fonksiyonlara hizmet etmesi sonucu, kapsamlı bir organizasyona sahip olduğu ve mekanlar arası bağlantılar için “*giriş mekanlarına verilen önem*” ilk hedef olarak göstermesi öngörülmektedir.

Mekanın algılanması, algılamanın kullanıcılar arasında değişim göstermesi, mekandaki yüzeylerin oluşum özellikleri etken olmaktadır.

Tasarımcının mekan algılanmasındaki ölçütleri, kullanıcılar arası mekan öğelerinden ses, ışık, renk, doku, oran, zıtlık, fiziksel özellikler vb. ölçütler ile kişilerin psikolojilerindeki ölçütlere ulaşması hedeflemelidir.

Oluşturulan öğelerin niteliği ışığında, kullanıcı tarafından tekrar tercih edilme nedeni olarak tasarlanan mekanda etkisi bulunmaktadır.

Bu çalışmada, beş yıldızlı otellerdeki iç mekanların düzenleme ilkeleri doğrultusunda, konaklamaların yanında halka açık bölüm olan giriş-lobi mekanlarının, alt mekanları ile bütün olarak daha etkileyici ve daha yaşanılır hale gelmesindeki tasarım etkenleri belirlenmiştir.

1.1. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışma aşamasında, beş yıldızlı otel tasarımı üzerine yapılan tezler, yerli yabancı makale ve dergiler incelenmiştir. Literatür araştırması ile tanım ve kavramlar saptanmıştır. İnternet üzerinde yerli ve yabancı kaynak dokümanları hazırlanmıştır. Konuya örnek olabilecek fotoğraflar bizzat oluşturulan arşivden ve gözlemler sonucu edinilmiştir. Otellerde kullanıcıya ait davranışsal gözlemlerde bulunulmuştur. Son olarak otel tasarlayan bazı mimarlarla görüşüp bilgi alışverişi yapılmıştır.

2. OTEL KAVRAMI VE GELİŞİMİ

2.1. Otel Kavramı:

“Otel kelimesi Latince (hospitale) Yolcuların oda ya da daire kiralarak bir süre kaldıkları misafirhane.”¹

1982 yılında çıkartılan 2634 sayılı turizm kanunun 67. maddesine göre ise oteller, temel işlevleri müşterilerinin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında yeme-içme ve eğlence gereksinimleri için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen, en az 20 odalı tesisler olarak tanımlanmaktadır.²

Otel, yolcuların çeşitli gereksinimlerine yanıt veren geniş kapsamlı bir konut olarak tanımlanabilir. Ayrıca müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir.

Otelleri genel itibari ile iki ana tema belirginleştirmektedir:

- _ Yatma, yemek yeme ihtiyaçlarına yanıt veren temel ağırlama işlevleri.
- _ Dinlenme, eğlenme, spor vb. diğer eylem gruplarına dönük olan tamamlayıcı işlevleridir.

2.2. Otel Kullanım Etkenleri:

Bu tez kapsamında açıklayacağımız otellerin kullanım etkenleri farklı sınıflandırılmalar olarak alt başlıklar halinde insanlar üzerindeki etkileri ile bağdaştırılarak anlatılacaktır. Kullanım unsurları olan nitelikler ihtiyaçlar ve yoğunlukla beğeniler doğrultusunda olduğu gözlenecektir.

Bugün ki hali ile oteller, gelişim süreci sonucunda çağdaş sosyal yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Özellikle son yüzyılda dünya çapında gelişen teknoloji, haberleşme ve ulaşım olanaklarının da kuvvetlenmesi ile turist ve yolcu sayısının artması ile konaklama ihtiyacını daha da ortaya çıkarmıştır. Otelere

¹ **Hasol, D.**, 2002, Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, 8. Baskı, s. 347

² **Karahasanoğlu, E.B.**, 1997, Beş Yıldızlı Şehir Otellerinin İşletme Modelleri ve Mimari Tasarım Kimliği Etkileşimi, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.12

olan talebi yoğunlaştırmıştır. Tüm dünyada konaklama yapısının hızla artması sonucunda sayısız ihtiyaca yönelik oteller inşaa edilmiştir.

Oteller; sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmeler sonucu salt konaklama gereksinimlerini karşılayan bir yapı türü olarak kalmayıp, çeşitli donanımlar ile ziyaretçilerin her türlü beklentilerinin karşılanması amaçlandığı tesisler haline gelmiştir. Otellerin tüm dünyadaki ve Türkiye'deki hızlı gelişim süreci, ortaya çıkan yeni kavramlar ve akımlar, beklentiler ve gelişmeler otellerin tasarım girdilerini genişletmiştir.³

Günümüzde ve son yıllarda otelcilik, son derece gelişmiş organizasyonların işi haline gelmiş bir endüstri ve turizm yatırımcılığı alanı olarak ele alınmaktadır. Turizm çerçevesine bakıldığında ağırlama sektörü önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Konaklama ve otel kullanım ihtiyacı, ilk çağlardan bu yana insanlar yolculuk ettikçe süregelmiştir. Konaklama tesislerinin en eskileri dünyanın çeşitli yerlerinde farklı olarak ortaya çıkmakla birlikte hanlar ve kervansaraylar ilk örneklerdir.

Oteller;

1. *Yönetimiyle olduğu kadar, donatımıyla da müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte olmalıdır.*
2. *Yalnız konaklama ihtiyacını değil, aynı zamanda beslenme ihtiyacını da karşılayabilmelidir.*
3. *Müşterilerle kısa vadeli bir anlaşma yapan işletme olmalıdır.*
4. *Otelcilik endüstrisi standartlarına uyma eğilimi göstermeli ve buna kendisini zorunlu saymalıdır.*
5. *Müşterilerine tahsis ettiği odalarda sağlık koşullarına uygun olarak yerleştirilmiş banyo, lavabo ve tuvalet gibi donatım araçlarını bulundurmaktadır.*
6. *Yeterli sayıda teknik ve hizmet personeline sahip olmalıdır.*

³ **Çakırkaya M.E.**, 1994, İstanbul'daki 5 Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Tasarımın Gelişimi Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.1-2

Konaklama tesislerinin türleri, turizm hareketlerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. 19. yüzyıldan itibaren mekansal olarak çeşitlilik kazanan konaklama tesisleri, günümüzde verdikleri hizmet çeşidine ve tesisin konumuna göre türlere ayrılmaktadır.

2.2.1. Nitelik ve Nicelik Sınıflandırılmasına Göre Oteller

Konaklama tesisleri, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller, hosteller ve oteller olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmadaki amaç, misafirlere yatma hizmeti veren konaklama tesisleri ile sosyal, rekreasyonel vb. amaçları da içerisinde bulunduran konaklama tesislerini belirlemektir.

Turizm Teşvik Kanunu'na göre otellerin sınıflandırılması yıldızlandırma sistemine göre yapılmaktadır. Otellerin elinde bulundurduğu ekipman ve donanımlar, sınıflandırma sırasında kriter olarak kabul edilmekte ve buna göre bir yıldızlı, iki yıldızlı, üç yıldızlı, dört yıldızlı, beş yıldızlı ve özel nitelikli/butik oteller olarak isimlendirilmektedir. Bu isimler, otellerin pazarlama, tanıtım işlemleri ve ücretlendirme sıralandırması ile öne çıkmaktadır.⁴

• Bir Yıldızlı Oteller:

Aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az 10 oda kapasiteli otellerdir.

- Sadece yaz sezonu boyunca açık tutulan tesisler hariç olmak üzere giriş te rüzgarlık, hava perdesi, döner kapı veya benzeri düzenleme,

4 **Öktem D.**, 1997, Otel İç Mimari Tasarımında Mekan Algılama ve Kimlik Oluşumu ve Örnekler Üzerinde Analizi, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.8



Resim -2.1: Bodrum Altinkaya Hotel

- Resepsiyon ve kapasiteye yeterli, rahat oturma imkanının sağlandığı lobiden oluşan kabul holü (Yeterli büyüklükte ayrı bir oturma salonu bulunması durumunda, belirtilen imkanın lobide sağlanması şartı aranmaz.),
- Kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu, yeterli büyüklükte oturma salonu veya lokanta bulunması durumunda bu mahaller kahvaltı verme amaçlı da kullanılabilir, yazlık tesislerde bu amaçla kullanılan salonun bir kısmı açık olabilir,
- Yönetim odası,
- Müşterinin ineceği veya çıkacağı kat sayısının üçten fazla olması halinde otel kapasitesi ile orantılı müşteri asansörü,
- 06:00-24:00 saatleri arasında büfe hizmeti,
- İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- Odalarda dışarı ile doğrudan bağlantılı telefon hizmeti,
- Oda sayısının en az yüzde yirmi beşine hizmet verebilecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- Genel mahaller ve yatak odaları döşemelerini tamamen kaplayan halı, seramik, parke gibi nitelikli malzeme.

- **İki Yıldızlı Oteller:**

Bir yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az 20 oda kapasiteli otellerdir.

- İklim koşullarına göre genel mahallerde klima sistemi,
- Yatak katlarında kat hizmetleri için ofis veya dolap,
- Odalarda saç kurutma makinesi,
- Odalara içecek hizmeti.
- Telefon santral bölümü olmalı ve odalarda telefon
- İlk yardım malzeme ve gereçleri için dolap,
- Oda sayısının % 25'ine hizmet verebilecek sayıda, şifreli veya çift anahtarlı kasa gibi müşteriye emanet hizmeti verilen bir düzenleme,



Resim -2.2: Artvin-Hopa Flash Otel

- **Üç Yıldızlı Oteller:**

İki yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az 40 oda kapasiteli otellerdir.

- İklim koşullarına göre odalarda klima sistemi,
- Yatak sayısının yüzde yirmi beşi oranında oturma imkanı olan, lobiden ayrı düzenlenmiş oturma salonu,



Resim -2.3: Bursa - Adapalas Otel

- İlave bir yönetim odası,
- Odalarda televizyon,
- Odaların yüzde ellisinde mini bar ile mevcut yiyecek ve içecek türlerine uygun servis malzemesi bulundurulması,
- Yüzme havuzu veya ikinci sınıf lokanta veya kafeterya veya kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az elli kişilik çok amaçlı salon,
- Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- Rezervasyon işlemlerinin bilgisayarla yapılması,
- Yirmi dört saat büfe hizmeti.

• Dört Yıldızlı Oteller :

Üç yıldızlı oteller için aranılan şartlarla birlikte aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az 80 oda kapasiteli otellerdir.

- Kabul holünde telefon kabinleri,
- Müşterilerin ineceği veya çıkacağı kat sayısının ikiden fazla olması halinde otelin kapasitesiyle orantılı, müşteri asansörü,

- Odalarda ve genel mahallerde klima,
- Odalarda; yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası,
- 06:00-24:00 saatleri arasında oda servisi,
- Kuru temizleme ile terzi hizmeti,
- Her katta kat ofisi düzenlemesi (Ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde hizmetin aksamaması kaydıyla kat ofisinin her katta bulunması zorunlu değildir.),
- Satış mağazası,
- Çeşitli dillerde; süreli yayın, kitap gibi dokümanların yer aldığı okuma mahali,
- Kapasitesi yüz kişiden az olmamak kaydıyla, tesis yatak kapasitenin yüzde ellisine hizmet veren birinci sınıf lokanta,
- Sürekli doktor hizmeti ve revir, müşterilerin bu konuda bilgilendirilmesi,
- Yeterli büyüklükte bagaj odası ve bu mahalde emanet hizmeti,



Resim -2.4: Sultanahmet Ottoman Park Otel – İstanbul. Giriş-Cephe



Resim -2.5: Sultanahmet Ottoman Park Otel – İstanbul. Lobi

- Servis merdiveni veya asansörü, (ayrık yerleşimler şeklinde düzenlenmiş tesislerde servis merdiveni veya asansörü bulundurulmasına ilişkin esaslar Bakanlıkça belirlenir.)
- Personel sayısının en az yüzde on beşi oranında konusunda eğitim almış personel,
- İdari personelin konusunda eğitilmiş veya en az beş yıl deneyim sahibi olması,
- Telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro hizmetlerine yönelik çalışma ofisi,
- Odalara; mesaj bırakabilme sistemi ya da buna yönelik hizmet verilmesi.
- Ayrıca;
- Kişi başına en az 1.2 metrekare alan düşecek şekilde en az yüz kişilik çok amaçlı salon ve fuayesi,
- Kapalı yüzme havuzu,
- Açık yüzme havuzu,
- En az yüz kişi kapasiteli kabare, tiyatro, sinema etkinliklerinin yapılabileceği kapalı salon,

- Kiři bařına en az 1.2 metrekare alan dūřen, en az yūz kiřilik konferans salonu, fuayesi, salon ile baęlantılı en az iki çalıřma odası, sekreterlik ve simūltane tercūme hizmetleri,
- Kiři bařına en az 1.2 metrekare alan dūřecek řekilde en az yūz kiřilik gece kulūbū, diskotek veya benzeri eęlence imkanı veren ayrı bir salon,
- En az kırk metrekare būyūklūkte aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Tūrk hamamı, mini golf, tenis veya voleybol sahası, trambolin, bowling salonu, go-kart pisti, kayak ve deniz sporları, squash salonu veya benzeri imkanlar saęlayan ūnitelerden en az ū adedi,
- Pasta ve içki servisi verilen en az yūz kiřilik salon,
- Tūrk mutfaęından en az beřer adet sıcak ve soęuk yemekler ile tatlı çeřitlerinin de sunulduęu alakart hizmet verilen ayrı bir lokanta,
- Kafeterya ve snack bar, ūnitelerinden en az ū adedi.

• Beş Yıldızlı Oteller:

Beř yıldızlı otel kavramı, otel sınıflandırmasında en ūstūn ūzellikleri içeren otelleri ifade eder. Yerleřme durumu, yapı, tesisat, donatım, dekorasyon ve hizmet standardı olarak ūstūn ūzellikler gōsteren, dōrt yıldızlı oteller için aranılan řartlarla birlikte ařaęıda belirtilen nitelikleri tařıyan en az 120 odalı otellerdir.

- Mūřterilerin ineceęi veya çıkacaęı kat sayısının birden fazla olması halinde otelin kapasitesi ile orantılı mūřteri asansōrū,
- Odalarda; alışma masası, yatak baş ucunda merkezi aydınlatma anahtarı ve priz, boy aynası,
- Odalarda; bornoz, diř temizlik seti, tek kullanımlık terlik, dikiř seti, ayakkabı sileceęi, cılası, duř kōpūęū, makyaj temizleme pamuęu, kutu kaęıt mendil, řemsiye

gibi en az on adet amblemlı malzeme,

- Banyolarda; küvet, resepsiyonla bağlantılı telefon, byteğli ayna,
- Altı odadan az olmamak üzere oda kapasitesinin asgari yüzde beşi oranında tütün ürünleri iğilmeyen oda düzenlemesi,
- Bu maddenin (d) bendinin 18 numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden, ilave olarak en az ę adedi,
- Yirmi dört saat oda servisi,
- Garaj veya üzeri kapalı otopark, bu mahallerde yirmi dört saat görevli personel,
- Odalarda; uydu veya video yayınları ile oda sayısının yüzde onu oranında internet imkanı sağlanması,
- Bay ve bayan kuafr,
- Satış mağazaları,
- Personel sayısının en az yüzde yirmi beşi oranında konusunda eğitim almış personel,



Resim -2.6: Monte Carlo Otel – Monaco. Dış Cephe



Resim -2.7: Monte Carlo Otel – Monaco. Dış Cephe

- A la carte lokanta,
- Resepsiyondan ayrı bir mahalde müşteri ilişkileri, danışmanlık gibi hizmetlerin deneyimli personel tarafından sağlanması,
- Kat koridorlarında resepsiyonla bağlantılı telefon,
- Beş yıldızlı otel bünyesinde birden çok konferans salonu bulunması halinde; bu salonlardan en fazla üç adedi, bu maddenin (d) bendinin (18) numaralı alt bendinde belirtilen ünitelerden sayılır. ⁵

⁵ Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 2005, Madde 19

3. OTEL TASARIMINDA MEKAN ALGILANMASI VE KİMLİK

3.1. Mekan Kavramı ve Sınırlayan Faktörleri

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü'nde mekan, “Yer, bulunan yer, ev, yurt, feza” olarak tanımlanmaktadır. Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi'nde mekan; en yalın biçimiyle, uzayın insan eliyle sınırlanmış parçası olarak tanımlanabilir. (Yem Yayın, İstanbul, sayı:265) Ansiklopedik mimarlık sözlüğünde ise mekan; insanı çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde eylemlerini sürdürmesine elverişli olan boşluktur. Mimari bir mekan yaratma, doğa içerisinde insanın kavrayabileceği bir bölümü sınırlanmaktır. Ünlü mimarlık kuramcısı B. Zeviye göre, “İç mekanı, kentsel mekanı, ekonomik, toplumsal, entelektüel, teknik, işlevsel, mekansal dekoratif değerleri ile coşku ve hayranlık yaratan yapı, mimarlık yapıtıdır.”

Mimarlık aynı zamanda bir mekan oluşturma sanatı olarak da kabul edilebilirliği olan bir tanımdır. Gür, mekanı şöyle ifade etmektedir;

“En basit tanımıyla bir kişi veya bir grubun “yer”idir. Mekan insanın insan ilişkilerinin ve bu ilişkilerin gerektirdiği donatıların içinde yer aldığı, sınırları kapsadığı, ve örgütlenmenin yapı ve karakterine göre belirlenen bir boşundur. Bu durumda evrende bir mekan olarak kabul edilebilirken en üst ölçeği ifade eder. Hiyerarşik bir dizi içerisinde kişisel mekandan egemenlik alanına, en küçük ölçekteki iç mekandan en büyük ölçekteki kent mekanına, hatta evrene kadar mekan kavramını çeşitli ölçeklerde sınıflandırmak mümkündür...”

Sınırlayıcı öğeler mekan oluşumunda en önemli göreve sahiptirler. Sınırlamada varolan ya da kullanılan engeller sınırladıkları bölge kadar önem taşıyan öğelerdir. Dış mekanlar ya doğal, siyasi ve yapısal sınırlarla var olurlar ya da işlevsel kargaşanın önlenmesi için, bir işlevin diğerini rahatsız etmeden gerçekleşmesi amacıyla bir dünya görüşü ve bilimsel bilgi doğrultusunda planlanırlar.

İç mekanların sınırlanmalarının amacı insan konforunun sağlanması kadar mahremiyetin de sağlanmasına yöneliktir. Çevre renklerinden ve dokusundan ayrıışan elemanlar ve bileşenler ile fonksiyonel olarak merkez teşkil eden noktalar bunlar arasındadır. Anıtlar kentsel ölçekte sayılabilecek vurgu ve odak noktalarıdır.

Binalarda ise girişler, düğüm noktaları bu odak noktalarından sayılabilir. İnsan mekanla ilişki kurduğunda önce en somut ve yararsal olanı algılar, somut mekanla bağdaştırıp mekan hakkında soyut bir tanıya ulaşır. Bu soyut tanı zihinsel olarak mekanın siyasal, ekonomik, kültürel ve simgesel varlığına ulaşılmasıdır.⁶

Mekanın oluşumu öncelikle boşluğun sınırlanmasına dayanır. Yapının ve sınır yüzeylerinin çeşitli bölümlerinin sınırlarını teşkil eden elemanların ortaya konulmasıyla mekan birimleri tanımlanır hale gelir.

Mekanı sınırlayan elemanlar iç ve dış mekan oluşumlarını güçlendirebilir. Mekanların ana sınırlayıcılarını yatay ve düşey olmak üzere ikiye ayırabiliriz. Yatay sınırlandırıcılar döşeme ve tavanlardır. Düşey sınırlandırıcılar ise duvarlar ve diğer düşey çeperlerdir.

Yatay ve düşey sınırlandırıcılar mekan birimlerini birbirinden ayıran yüzeyleri oluştururlar. Mekanı oluşturan sınırlama fiziksel olabileceği gibi yalnızca görsel de olabilir. Örneğin ışık, herhangi bir somut engel niteliği taşımadığı halde bir mekanın farklılıklarını ayırt edilebilme konusunda yardımcı olabilmektedir.

Mekan aynı zamanda, insanı sınırlayan ortamdır. Kişinin ışıktan sestten gürültüden veya kokudan etkilenişine bağlı olarak, o mekanı algılaması ve ona uyum sağlaması söz konusudur.

Mimari mekan, bileşenler aracılığıyla oluşmakta ve bir bütün olarak tanımlanmaktadır. Bu bileşenler iç ve dış oluşumlarını sınırlayıcılık ayırıcılık etkileriyle güçlendirmektedir.

Mimari mekan katı - katı olmayan, canlı - cansız, sabit ve hareketli bileşenlerden oluşur. Buna göre mekan bileşenlerini iki ana gruba ayırdığımızda;

- İşlevlerine Göre,
- Fiziksel Özelliklerine Göre

6 **Gür, Ş.Ö.**, 1996. Mekan örgütlenmesi, Gür Yayınları, Trabzon.

İşlevlerine Göre; Mimari bir mekan oluşumunda işlevselliğin bazı öğeleri öne çıkmaktadır.

- Sınırlayıcı / Ayırıcı öğeler – katı çeperler, doluluklar ve farklılık oluşturan düzenler
- Birleştirici / İlişki kurucu öğeler, eğik düzlemler, ses, ışık vb.
- Belirleyici / İşaret oluşturan öğeler – nesneler, simgeler

Fiziksel Oluşumlarına Göre;

- Katı bileşenler

- Yatay öğeler – yerçekimi karşılayıcılar (yer, döşeme)
örtücü koruyucular (çatı)
- Düşey öğeler – doluluklar (duvarlar)
boşluklar (kapı, pencere)
hareketli öğeler (pano)
- Eğik öğeler – merdivenler
rampalar
- Devingen öğeler

- Katı olmayan bileşenler

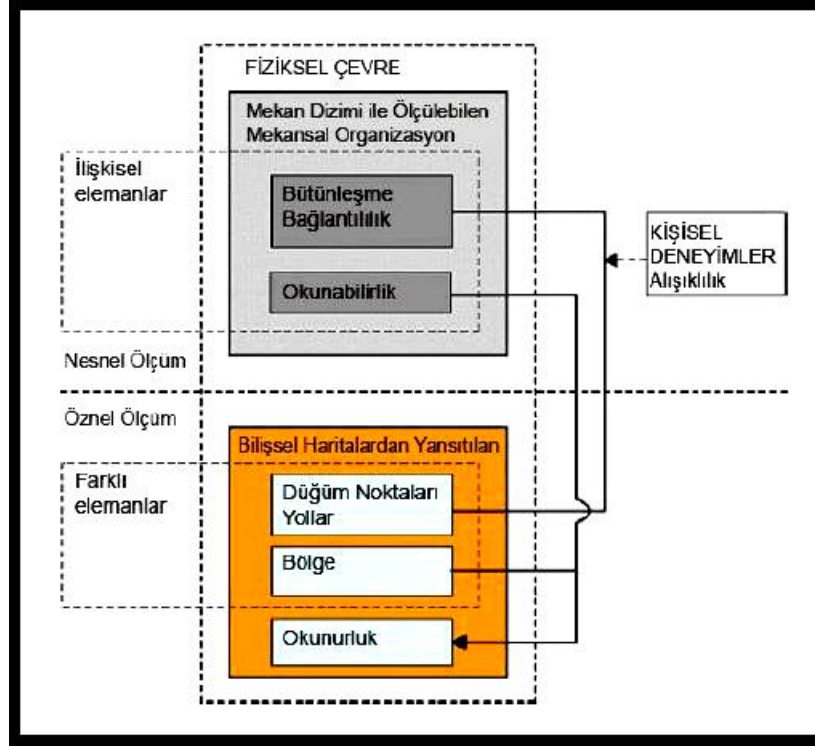
- Fiziksel öğeler – ışık,
ses,
koku,
dokunma yoluyla algılanan öğeler
- Toplumsal, kültürel öğeler – kişisel ilişkiler,
toplumsal çevre öğeleri, iletişim ⁷

Mekan kullanımı, insanların ihtiyaç eğilimlerine, mekanı kullanım düzeylerine bağlı olmasının yanı sıra beğenilerine ve alışkanlıklarına uygun bir şekilde düzenlenmesine bağlıdır. Otel mekanları da bu anlamda kullanıcıların fiziksel ve psikolojik gereksinimleri, farklı kültür anlayışları, toplumun değer yargıları - sosyal

⁷ Bayazıtlioğlu, İldeniz F.M., 1991, Otellerin Genel İç Mekanlarının Tasarlama İlkeleri, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.36

yapısı düşünülerek ve iyi saptanarak tasarlanması öngörülür.

Turizm olgusunda ve otel kavramında, farklı kültürlerden insanların bir araya gelmesi, bir kültürün üyesi olan insanların farklı kültürlerden insanlarla ve öğelerle ilişkide olması durumu görülmektedir. Kültür ve kültürü oluşturan bileşenler, algılamada önemli belirleyici ve yönlendirici rol üstlenmektedir. Dolayısıyla farklı kültürlerden insanların bulunduğu yerlerde, insanların birbirlerini ve ilişkide oldukları nesneleri algılayıp yorumlama biçimleri önem kazanmaktadır.



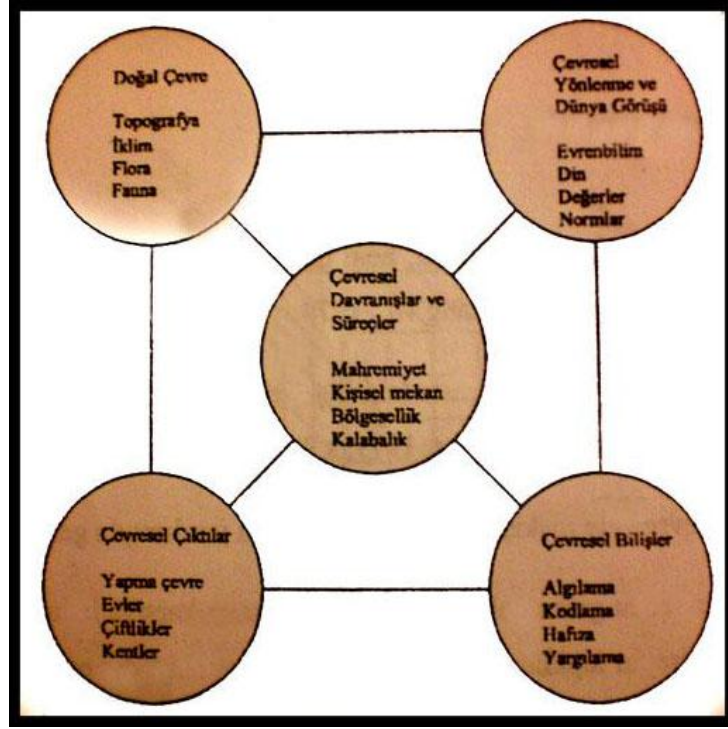
Şekil - 3.1: Mekansal Algı İlişkisi

Seyahat kararındaki etkileyici faktörlerin başında, algılama, tutumlar, güdüler, öğrenme ve kişilik gibi temel psikolojik oluşumlar gelmekte; ailesel etkiler, sosyal sınıf, referans grupları, kültür gibi sosyo-kültürel etkiler ise bu oluşumların sonrasında devreye girmektedir (Pizam and Monsfeld, 2000).

Bir mekan duyu organları yardımıyla duyulanır. Duyumlanan bilgiler insan beyninde psikolojik ve sosyal filtrelerden geçer, sonrasında yine bu filtreler yardımıyla anlamlı hale dönüştürülür, böylece algılama gerçekleşmiş olur.

Bir otel mekanını ya da mekanın bazı bölümlerini fark edilir hale getirmek, kullanıcının dikkatini o yöne çekip söz konusu mekanı tercih etmesini sağlamak ve algılama şeklini analiz edebilmek tasarımcı için önemlidir.

Örneğin, farklı kültürden insanların sosyal etkileşim içinde bulunduğu, işlevsel ve konumsal olarak kullanıcının ilk ulaştığı lobi mekanının algılanmasında, mekansal özelliklerin ve kültürün etkisi görülmekte, mekanın fiziksel özellikleri görsel algılamada kullanıcı çeşitliliğine göre farklılık oluşturmaktadır.



Şekil - 3.2: Kültür-Çevre İlişkileri

Turizmde otellerin ve iç mekanlarının algılanması ve yorumlanması, kullanıcıların yaş, cinsiyet, kültür, eğitim gibi kriterlerinin yanında bakış açılarına göre değişiklik göstermektedir.⁸

3.2. Mekanları Sınıflandırılmasını Sağlayan Faktörler

Mekanın fiziksel özelliğine göre kimi kuramcılar mekanı;

- Objektif Mekan
- Subjektif Mekan

olmak üzere ikiye ayırırlar. Mekan üç boyutuyla ölçülebilib algılandığı zaman objektif bir gerçeklik olarak vardır. Aynı anda ölçülemeyen boyutları ile varsayılab duyularla kavranabilir haldeyse, subjektif olarak vardır.

8 Öktem D., A.g.e., s.108-109

Yansıttığı düzenin geleneksel kültür ve sosyal yaşamdan kaynaklı olduğu hissini uyandıran mekanlar geleneksel olarak anılırken, çağdaş tasarım kavramlarıyla oluşturulduğu sezilen mekanlar çağdaş mekanlar olarak anılır. Geleneksel yaşam mekanı vb.

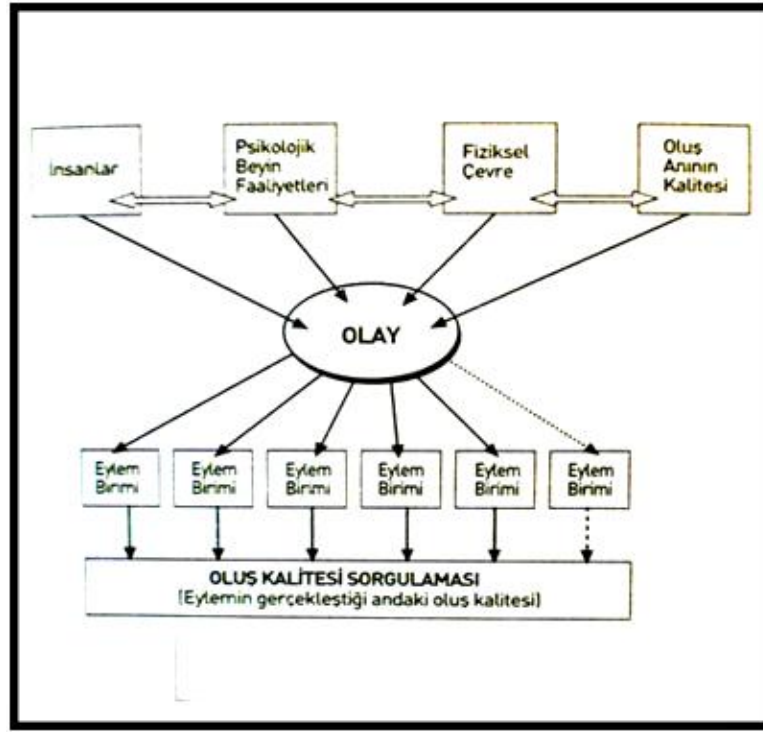
Mekan onu bileşen öge ve donatıların hareketli olup olmamasına bağlı olarak durağan ve devingen olmak üzere de sınıflandırılır.

Bazı kuramcılar mekanı aşağıdaki gibi sınıflamışlardır:

1. Yararsal mekan
2. Simgesel mekan
3. Varoluşsal mekan
4. Mimari yapısal mekan
5. Soyut geometrik mekan

1. Yararsal Mekan: Çevresini ihtiyaçları doğrultusunda değiştiren ve kullanan, insanın yaşamına ilişkin sürekli kullandığı mekandır.
2. Simgesel Mekan: Bireyin doğrudan algısal boyutları içinde olmayan sübjektif değerlere simgesel yapısına bağlı olan, toplumun kültür ve buna bağlı değerlendirmeleri ile yetişen bireye nüfuz eden mekandır.
3. Varoluşsal Mekan: İnsanın duyu organlarıyla algıladığı fiziksel mekanın ilişkileri, anılar beklentiler gibi gözleme dayalı yorumlarla tanımlanmasıdır. Pitoresk değerlere bağlı olan bu mekan insanın eylemleri tarafından sürekli olarak yenilenir ve biçimlenir.
4. Mimari yapısal Mekan: İnsanı barındıran, zaman dahil dört boyutu olan sınıflandırılmış örgütlenmiş hacimdir. Coğrafyasal mekandan bina içindeki en ufak birimlere kadar çeşitli hacimleri kapsar.
5. Soyut geometrik Mekan: Mekanın soyutlanarak elde edilen geometrik kurgusu ve kompozisyonudur.⁹

9 Bayazıtlioğlu, Dr. B., 2009, İstanbul, *İnsan-Mekan İletişimi*, Edumar eğitim market.



Şekil - 3.3: Birim İşlevsel Yaklaşım Modeli: Bir mekan, eğer içinde yer alan olaya ait eylemlerin kaliteli gerçekleşmesini sağlıyorsa, kalitelidir.

3.3. Mekandaki Algılama ve Süreçleri

Algı; duyu organlarını etkileyen, maddi dünyadaki nesne ve süreçlerin dış yapısal özelliklerinin duyuşal imgesi.¹⁰

İnsan, süregelen yaşamını çevreden topladığı bilgiler sayesinde anlamlandırmakta ve sürdürebilmektedir. Algılama olayı, çevreyi tanımak, kavramak ile başlayan bir sürecin sonucu olarak kabul edilmekte, algılayan ve çevresi arasındaki etkileşimi kapsayan bir süreç olarak vurgulanmaktadır.

Çevremizdeki nesnel dünyanın duyuşal yolu ile öznel bilincimizde yorumlara dayalı oluşumu olan algı kavramı, dış dünyadan gelen uyarıcıların beş duyu organımız vasıtası ile anlamlandırılmasıdır. Algılama, mimari çevre ile insan davranışları arasındaki etkileşimde en önemli belirleyicilerinden birisidir. Tasarımcının ürünlerini kullanıcının algılarına bırakmaları, algılama psikolojisinin tasarımcı için önemini göstermektedir.

10 Arayıcı O., 2001, Mekanın Algılanmasını Belirleyen Faktörler, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.18

Kişi tarafından algılanan çevrenin, gerçek çevre kavramı ile nasıl bir ilişki içinde olduğu önemli felsefi sorunlarından biri olmuş sorunun, çevre ve algılayan arasındaki ilişkinin etkileşim sürecinin farklılaşmasından kaynaklandığı birçok düşünür tarafından belirtilmiştir. Farklı görüşlerle yapılmış algı ve algılama tanımları, konuya açıklık getirmesi açısından yararlıdır.

“Algı, çevreden, çevre ile ilgili bilgi edinme sürecidir. Aktif ve amaçlıdır. Aklın ve gerçeğin bulunduğu noktada bulunur. Algılamalar, beklenti ve kişiliklerle yönlendirir” (Lang, 1987).

“Algılama, çevreden gelen uyarıcı etkilerin duyu organları yardımıyla hissedilmesi ve kavranmasına ilişkin zihinsel bir olgudur. Bu nedenle uyarıcı etkileri algılayabilme, kişinin ilgi ve tutumlarına bağlı olarak etkinlik kazanır” (Aydınlı, 1986).

“Algılama, duyu organları yorumlandığı süreç olarak, duyu organları girdilerin anlamlı deneyimlere dönüştürülmesi organizasyonudur” (Sartain, 1967).

“Algılama, insanın psiko-fizik araçları ile belirlenmiş evrensel bir olgudur” (Bertalanffy, 1969).

“Algılama, duyu organları yolu ile beyne iletilen uyarımlar haline dönüşüp çeşitli bakımlardan örgütlenip anlam kazanmasıdır” (Baymur, 1976)

Tanımlara bakıldığında, algılamanın özellikle ‘yorumlama’ kısmı önem kazanmaktadır. Kişinin duyu organları girdileri alması ve bu bilgilerin zihninde işlenmesi süreci beynin statik bir fonksiyonu olmaktadır. İnsan algıları ile, çevresini amaçlarına göre yorumlarken, aynı zamanda çevrenin sağladığı koşullara da kendini göstererek, bulunduğu mekana anlam kazandırmaktadır.

Rasmussen’e göre, mimariyi görmek yetersizdir, onu her yönüyle algılamak gerekir. Odaların içinde yaşanmalı, duvarların kullanıcıları nasıl çevrelediği hissedilmeli, birinden diğerine nasıl doğal olarak geçildiği görülmelidir.

Dokusal etkinin farkına varılmalı, neden belli renklerin seçildiği ve seçimin oda pencerelerine ve güneşe göre yerleştirilmesine bağlı olduğu bilinmelidir.

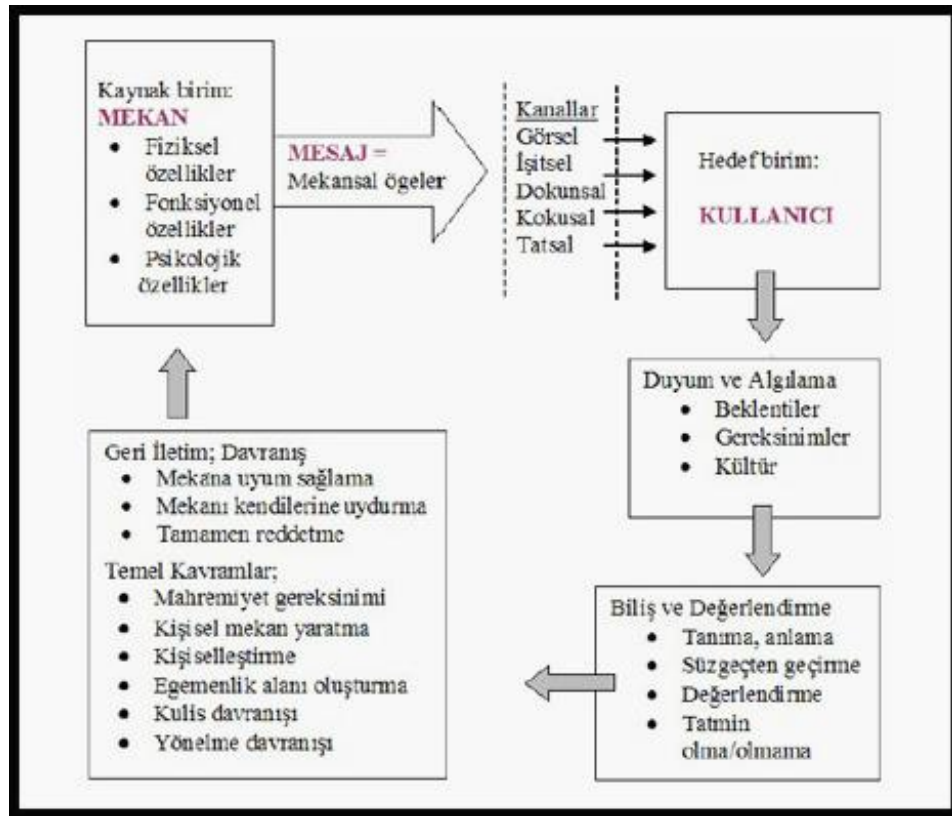
Nesnel dünyanın öznel bilince aktarılması (algı) ve öznel değerlerin nesnel değerlere dönüştürülmesi (tasarım) sırasında kültürel-sosyal-ekonomik çevre etkenleri ve

kişinin eğitimi, kişiliği ve bireysel özellikleri etkili olmaktadır.¹¹

Algıladığımız şeyler gerçekte duyularımıza sunulmuş gibi görünen olaylar değil, bu tür olaylar arasında bize bir beklenti verenlerdir.

Bir mekan gördüğümüzü söyleyebilmek için, onun tek bir özeliğini görmenin yeterli olmadığını, rengi sınır çizgisi, vb., diğer özelliklerin, yani biçiminin de görülmesini gerektiğini biliyoruz. Mekana ait özelliklerden herhangi birini örneğin, rengi görmek formu görebilmek için yeterli değildir, çünkü bir üçgeni oluşturan renkli noktacıların hepsini tek tek görmekle bu noktaların bir üçgen oluşturduğunu görmek ayrı şeylerdir.¹²

Bir mekan oluşumundaki “algılama kavramı” en belirgin özelliklerinden birisidir. Bu nedenledir ki, mekan algılanabilir ise vardır, algılanamayan bir mekan, mekan olma özelliğinden yoksun ya da yoktur denilebilir.



Şekil - 3.4: Mekanda İletişim Süreci

11 Öktem D., A.g.e., s: 83-84

12 Arayıcı O., A.g.e., s: 18-19

3.3.1. Algılama Etkenleri

Algılama etkenlerini sınıflandırmamız gerekirse;

- Görsel algılama Etkeni
 - Biçimsel Etkenler
 - Oran Orantı
 - Ritm ve Zıtlık
 - Renk ve Doku
 - Işık
- Dengesel Etkenler
- İşitsel Etkenler
- Dokunsal Etkenler
- Kokusal Etkenler

Kısaca değinmemiz gerekirse,

Görsel algılama Etkeni, Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz. Sözcüklerden önce gelen ve sözcüklerle tam olarak anlatılamayan görme, uyarıcılara karşı mekanik bir tepkide bulunup bulunmama sorunu değildir. Yalnızca baktığımız şeyleri görürüz. Bakmak bir seçme edimidir. Bu edimin sonucu olarak gördüğümüz nesne -her zaman elimizle dokunabileceğimiz bir nesne anlamında olmasa da ulaşabileceğimiz bir alana getirilmiş olur.¹³

Carlson, insanların dünyaya baktığında renkleri ya da gölgeleri değil, nesneleri gördüklerini vurgulamıştır. Ona göre insanlar, her bir nesnenin nerede konumlandığını, ne kadar genişlikte olduğunu ve hareket edip etmediğini görürler, tanıdık nesneleri ve daha önce hiç görmedikleri bir nesneyi gördüklerini fark ederler. Böylece görsel sistem, şekilleri algılayabilir, mesafeleri belirleyebilir ve hareketleri fark edebilir.

Görsel algılamada önemli olan bazı durumlar ve ilkeler vardır. Bunlardan biri şekil-zemin ilişkisidir.

Carlson'a göre, gördüklerimizin çoğu obje ya da arka plan olarak sınıflandırılabilir. Objelerin belirli şekilleri ve uzayda belirli konumları vardır.

13 **Berger J.**, 2007, *Görme Biçimleri*, Metis Yayınları, İstanbul, 13.Basım. s.7

Arka planlar ise aslında formsuzdur ve çoğunlukla, önlerinde bulunan objelerin konumlarının yorumlanmasına yardım etmek görevindedir.¹⁴

Biçimsel Etkenler, Bir nesnenin, bir oluşumun algısal yapısını ve özellikle de çevre çizgisinin ayırt edici özelliği.

Yapıtın iç yapısı biçim kapsamında düşünülebilir. Eleştiri gözüyle bir yapıtın başarısı, büyük ölçüde, sanatçının içerikle iç yapıyı dış biçimin çerçevesi içinde bütünleştirebilmesine bağlıdır. İç mimarlıkta biçim bir mekanın kendini belirtmesi için en uygun önemli etmendir. Estetik anlamda fonksiyona uyan bir biçim beğenilir ve pozitif bir etki yapar. Buna karşılık anlaşılabilir olmak da zorundadır. İyi bir görünüş, ritim, simetri, süreklilik veya kapalılık ile şekillenir. Biçimin görsel özellikleri, gerçekte bizim onları görmemizin koşullarından etkilenirler. Bizim bakış açımız, uzaklığımız, aydınlatma koşulları, biçimi çevreleyen görsel alan bunların başında gelmektedir.¹⁵

Algılamada Gestalt teorisinin temel kanunlarından biri de “Pragnanz Kanunları”dır. Buna göre, uyaranlar gözlemci tarafından "faydalı" formlar olarak algılanma eğilimindedir. Gözlemcinin algılamalarının eğilim gösterdiği belli formlar vardır. Bunlar faydalı formlar olarak adlandırılır. Genelde, faydalı formlar, simetrik, dengeli ve tamamlanmış olmaya eğilimlidir.

Özellikle mimarlıkta, mekan organizasyonunda ve mekan bileşenlerinin bir araya getirilmesinde Gestalt ilkelerinden ağırlıklı olarak yararlanılmaktadır. Gestalt ilkeleri, kullanıcıların mekanları tasarımcının istediği doğrultuda algılamasını sağlamak için faydalı birer araç olmaktadır.¹⁶

Oran Orantı, Oran ve orantı mimaride çok önemli bir rol oynarlar. İnsan ölçülerinden yola çıkılarak mekan oluşturmada temel nitelik olarak kabul edilir. Herhangi bir mekanı oluşturmada insan özelliğinden sonra, algılanan çevrenin birbirine uyma çabası oluştuğundan göze çarpan nitelikler uyumlu gözükmeye çabasıyla oluşur.

14 **Köseoğlu E.,** 2004, Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürünün Etkisi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.69-70

15 **Arayıcı O.,** A.g.e.,s:51-52

16 **Köseoğlu E.,** A.g.e.,s:71-73

Yapıların her şeyden önce, insanlarla orantılı olarak meydana gelmeleri gerekir. Yapının insana göre büyüklüğü kuşkusuz işlevin gereksinimlerine bağlı olarak, doğru gerçekleşmediği zaman, bazen fiziksel, bazen psikolojik rahatsızlıklara neden olur. Dar bir koridor, basık bir tavan, uçsuz bucaksız bir salon, ölçüleriyle insanın psikolojik yapısında olumsuz etkiler uyandırır. Bu yüzden yapının ‘insana göre ölçülü’ olması mimari etkinin güzel olmasını sağlayan önemli özelliklerden birisidir.

İnsana daha çekici gelen belli oranların olduğu görülmüştür. Fakat bu, mimaride de doğru sayılan belli oranlar var olduğu anlamına gelmez. Gotik katedrallerdeki nefes kesici etki, yüksekliği eninden katlarca fazla duvar modülleri sayesinde gerçekleşir. Bu modüllerden biri tek başına incelendiğinde boydan bakımından kimseye çekici gelmeyecektir.¹⁷

Ritm ve Zıtlık, Bir durumun, bir olayın vb. zaman içinde düzenli aralıklarla yinelenme niteliği.

Mimaride ritim ise; çizgi, şekil, biçim veya renklerin düzenli tekrarına dayanır. Örneğin mekanı dış çevresiyle ilişkilendirmek için yapılan cephelerdeki yırtılmalar yapıyı tekrar tekrar delerler ve bu tekrarın yapısı yapının genel görüntüsü üzerinde çok etkilidir. Tekrar ritmik olduğu taktir de bir eşitlik ortaya koyar. Tekrarın en basit şekli bir ögenin bir doğrultuda dizilmesidir. Zıtlık mekan içerisinde, en çok renk, doku zıtlığı yanı sıra boşluk doluluk zıtlığı olarak karşımıza çıkar. Örneğin bir duvarda açılan bir boşluk bize başka bir mekana geçiş sağlarken alışlageldik oranların dışına çıkılması ve boşluğun duvarın ortalarına kadar genişlemesi, boşluğun doluluğa oranının eşit ve hatta daha fazla olması durumunda arak söz konusu olan bir boşluk lekeli algılanması değil aksine iki mekan arasında bir dolu parça eklenmesidir. Ritmin esası olan tekrar ve kotam, zıtlığı sağlayan, renk, doku veya boşluk-doluluk farklılığı da kullanıldığında bir ögenin egemenliğini sağlar, bu egemenlik mekanın algılanmasında çok önemli bir rol oynar.¹⁸

Renk ve Doku, Mekanda renklerin algılanmasında, belli bir prensibe göre düzenleme, ayrılması gereken yerlerin farklı renklerle düzenlenmesi, renklerin kullanıldığı yüzey büyüklükleri, renk beğenisi önemlidir.

Algılayabildiğimiz renkleri 3 boyutta inceliyoruz;

17 Arayıcı O., A.g.e.,s:103-105

18 Arayıcı O., A.g.e.,s:107-111

1- Rengin Türü: Tür sarı, mavi, kırmızı biçimde yaptığımız ayrımları belirleyen başlıktır. Türlerin birbirleriyle komşu oldukları bilinen ve kolaylıkla algılanan bir gerçektir.

2- Rengin Değeri: Türü belli olan bir renk koyu ya da açık olabilir. Koyuluk ya da açıklık tür boyutuna bağlı olmayan başka bir boyuttur. Değerler sayısal olarak 10'a bölünmüştür.

3- Rengin Doygunluğu: Aynı ve aynı değerde bir tür ile gri karıştırılırsa tür ve değerde bir değişme olmaz ama söz konusu tür yavaş yavaş grileşir, bu da rengin 3. boyutu olan doygundur.

Renk algılaması en tipik olarak; Hacim rengi, yüzey rengi, film rengi, ışık kaynağı rengi, biçimde nitelendirilir. Renk düzeninde en büyük tehlike aşırılıktır. Renk mekanın boyutlarını da etkiler. Bir yüzeyin dokusu, rengini belirleyen etkenlerden biridir. Girintili çıkıntılı yüzeyler; çeşitli yönlerde yansıtma yaparlar. Örneğin aynı mekanda ki yüzey dokuları, döşeme, duvarlar ve tavanda farklı olabileceği gibi, benzer dokunun tavan ve döşemede, tavan ve bir duvarda, tavan ve iki duvarda devam ettirilmesi ile değişik yorumlar sağlanabilir. Doku farklılaşması ile, mekan içindeki yeni bir mekan kurulabilir.¹⁹

Işık, Güneş, mimari biçim ve mekanların aydınlatılması için zengin bir ışık kaynağıdır. Işığın niteliği, günün saatine ve mevsime göre değişir. Işık ve gölgelerin değişimiyle, güneş oda mekanım hareketlendirir ve içindeki biçimleri vurgular. Mimarının yaşamasında ışık önemli bir rol oynar. Yoğun bir ışık, yani tek ya da birkaç kaynaktan çıkarak aynı yönde düşen ışık, biçim ve dokuyu en iyi gösterir. Işığın yarattığı etkiye bakmak gerekirse; İstanbul teknik Üniversitesi mimarlık fakültesinde yapılan bir ders çalışması olarak yapılan bir dizi deney sonucu şu tablo ortaya çıkmıştır;

	Fonksiyonel ışık	Kutsal ışık	Şiirsel ışık
Geometri			
Aks	Önemsiz	Önemli	Önemsiz
Odak	Önemsiz	Önemli	Önemsiz
Sınır	Sınırlı	Sınırlı	Sınırsız
Süreklilik	Önemsiz	Önemli	Önemli

19 Arayıcı O., A.g.e.,s:112-116

Ritm	Önemsiz	Önemli	Önemsiz
Hiyerarşi	Önemsiz	Önemli	Önemsiz
Doğal ışık			
Işık kalitesi	Aydınlık	Loş	Loş/çeşitlilik
Işık dağılımı	Düzenli	Kontrast	Kontrast
Zaman			
	Sürekli	Sürekli	Geçici, anlık
Etki süresi			
Kavram			
	İşlevsel	Kültürel	Yok
Kural setleri			
	Tanımlanabilir	Tanımsız	Tanımsız
Tanım			
Kullanım			
İşlev	Önemli	Özel işlev	Önemsiz
Kullanıcı	Grup/birey	Grup/birey	Bireysel ²⁰

Işığın sıcaklık ve soğukluğu, doğrudan doğruya ışık renginin sıcak ya da soğuk olarak nitelendirilmesidir. Renklerden söz ederken, mavi ve yeşil renklerin soğuk; kırmızı ve turuncu renklerin sıcak olarak nitelendirildiği genelde bilinir.

Nitekim bir ışık kaynağının yayımladığı ışığın rengi söz konusu olduğunda da, sıcak ışık – soğuk ışık gibi deyimler kullanılır.²¹

Dengesel Etkenler, Denge doğada olduğu gibi doğanın bir parçası olan insanda da bulunan objektif bir gerçekliktir. Denge ilişkileri içinde doğayı algılayan insan yaşamı boyunca büyük bir birikim sağlar. Günümüzde ciddi bir şekilde ele alınan denge oldukça net doğru tanım ve açıklamalara kavuşmuştur. Buna göre bir tasarım belli sistemlerden birini içermelidir. Bu sistemler görsel organizasyonun temelini oluştururlar. Denge, huzursuzluğu giderir. Doğa olaylarındaki ani değişiklik veya bir objenin seyredilmesi sırasında fark edilen dengesizlik, insana huzursuzluk verir.

²⁰ Arayıcı O., A.g.e.,s:119-124

²¹ Fitöz İ. 2009 Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İç mimarlık Bölümü, Aydınlatma ve Işık-Renk İlişkisi, Aydınlatma Ders Notları.

Bunun tersi olduđuunda insan haz, huzur, güven duyar. Bu olaylardan güç alır.²²

İşitsel Etkenler, Mekan içersinde bulunan sesler algılanan işitmeye göre etkiler bırakır. Her insan belli bir ses, belli bir gürültü ortamı içindedir. Azlık, çokluk yani niceliğin yanı sıra, gürültünün de bir niteliği, yani bir bakıma biçimi vardır. Bulunulan ortamın yüzey boşluk doluluğu da sesin boşluklarda ya yok olmasına ya da farklı açılarla yansıyıp artık geri dönememesine sebep olmaktadır. Günümüzün iç mekanları, teknolojinin sunduğu imkanlar sayesinde doğa ile bağdaşmayan garip etkiler göstermektedir. Örneğin bir duvarı camdan diğer üç duvarı ise düzgün, sert ve parlak bir malzemeden yapılmış bir odadaki tınlama yapay bir şekilde öylesine azaltılmıştır ki, kendimizi kadifelerle kaplı bir odada zannetmekteyiz. Veya aynı şekilde her tarafı kumaşlarla kaplı bir odada stadyum konseri etkisi ile müzik dinleyebilmekteyiz.

Dokunsal Etkenler, Maddenin oluşumundaki yüzeysel özellikleri birçok etkene temel nitelik oluşturmaktadır.

Bir maddenin dokunma duyumuza hitap eden özellikleri; yüzeyindeki pürüzleri veya yüzeyinin kayganlığı, sertliği, yumuşaklığı, sıcaklığı, soğukluğu, biçimi, biçimini oluşturan parçaların bir araya gelişlerindeki boşluk doluluk oranları ve benzerleridir. Bu tür özellikleri, bizim o maddeyi tanımamızda en önemli ikinci duyumuzu, hatta genelde bir de üçüncü olarak işitme duyumuzu da çalıştırmamızı gerektirir.²³

Kokusal Etkenler, Doğada var olan canlı-cansız tüm varlıklar hemen hemen bir kokuya sahiptir. Bitki, mobilya, kumaş, beton, kağıt, plastik, yiyecek vb. birden fazla etkileşimden oluşan maddeler bir kokuya sahiptirler. Bunları insanlar, çevre düzeni içerisinde zaman ve bulunan mekana bağlı olarak koku alma duyusu ile algılar.

Örneğin; alışveriş merkezi, mağaza, cafe vb. bazı mekanlar belirgin bir özellik çıkartmak istemesiyle ilgili, kendilerine ait salt bir özellik “koku” durumunu kullanırlar.

22 Arayıcı O., A.g.e., s.102

23 Arayıcı O., A.g.e.,s:132

3.4. Otel Tasarımında Kimlik

Kimlik kelimesinin genel anlamı toplumsal bir varlık olan insana özgü belirti, nitelik ve özelliklerle kişinin belirli bir kimse olmasını sağlayan koşulların bütünüdür (Özgen, 2003).

Kimlik, var olan herhangi bir canlıyı veya nesneyi diğerlerinden ayıran ve duyularla algılanmasını sağlayan, kendine özgü olma durumudur, teklik ve özgünlüktür, bireyin mekanı güçlü, eşsiz veya en azından kendine has karakteri ile diğer mekanlardan farklı olarak tanımlayabileceği veya anımsayabileceği bir kapsamı ifade etmektedir. Mussen'e göre kimlik, bireyin kendi kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri ile belli bir ölçüde tutarlılık gösteren, kendi kendine sadık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik zihinsel bir yapıdır.

İnsan kendi bireysel gelişim süreci içinde ve siyasal etkinliği yoluyla, toplumsal deneyimler edinmesi ve kültürel gelenekleri özümsemesi sonucunda, başkalarıyla toplumsal ilişkileri geliştirerek kimlik kazanmaktadır (Beyhan ve Üngür, 2006).

Marka Kimliği:

Marka kimliği kavramı bireysel kimlikten farklı olarak, ancak kolektif kimliğe benzer bir biçimde bir kuruluşun, işletmenin, organizasyonun kimliğini ifade etmektedir. Bu kimlik, kuruluştaki çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurları ile oluşmaktadır (Okay, 2002).

Marka objektif olarak algılanabilen bir özelliktir. Şahsi, kendi has bir karakteri vardır. En belirgin niteliği ise bu karakterini tamamı ile yansıtmayı, yaşaması ve yaşatmasıdır. Bu nitelikler arasında en belirgin özellik ise kalite ve güven duygusudur. Örnek olarak; Hilton oteli, Sheraton Oteli gibi uzun cümle yerine tek bir kimlik yani marka anlamına gelen “hilton” ve “sheraton” denilmektedir.

Otel pazarlamasında büyük rolü otelin kendisi üstlenir ama otel kimliğini oluşturan otelin ismi - markasıdır. Marka ismi, kelime, harf, işaret gibi bölümlerden oluşur. Sheraton otellerinde "S" harfi oteli anımsatacak niteliktedir, imajı kuvvetli bir ismin avantajı, rakiplerine oranla daha rahat rekabete girebilmesidir.



Resim -2.8: Sheraton Otelleri Dış Görünüş-Cephe Örnekleri



Resim -2.9: Sheraton Otelleri Dış Görünüş-Cephe Örnekleri-2

Markayı simgeleyen bazı elemanlar vardır. Örneğin "Kuş, İstanbul'un merkezini simgeliyor" cümlesi ile The Marmara Oteli'nin yeni imajı yaratılmaya çalışılmış, eski Etap Marmara imajı yıkılmaya çalışılmıştır. The Marmara Oteli, marka ismini yer ile de bütünleştirmiş artık Taksim Meydanı'nda insanlara yön veren bir otel olmuştur. Ayrıca marka objektif özelliklerin bir bütünüdür. Marka, sorulduğunda insanın aklına hemen gelen veya gizli olarak var olan ve neredeyse algılanamayan bir nitelikler. Örneğin“Hilton” denilince akla ilk gelen Hilton otellerinin kurumsal imajı, imajıyla bütünleşmiş kalitesiyle hizmet sunduğu otelleridir.



Resim -2.10: Hilton Otelleri Dış Görünüş-Cephe Örnekleri

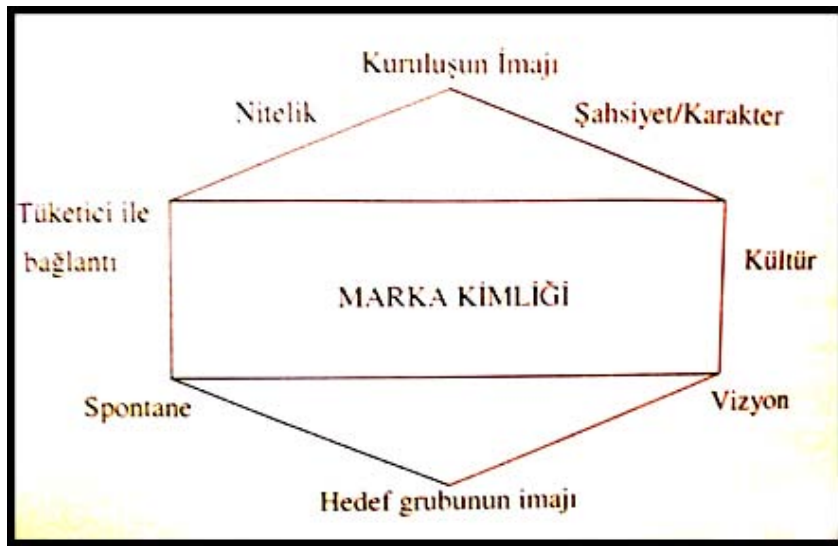


Resim -2.11: Hilton Otelleri Dış Görünüş-Cephe Örnekleri-2



Resim -2.12: Hilton Otelleri Dış Görünüş-Cephe Örnekleri-3

Bir otelin kimliğe ihtiyaç duymasının başlıca nedenleri kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak, otel dışında ise diğer otellerden, rakiplerden ayırt edilmek ve onlardan sıyrılabilmesidir. Çünkü artık kullanıcının tercih sebebi, otelin hatırlanabilirlik derecesi ve imajı olmaktadır. “İmaj” günümüz otellerinin tercih edilmeleri için üzerinde çok durdukları, ancak kurum kimliği oluşturmada ve elde edilemeyecek bir değerdir. Bu yüzden oteller kendi işletme politikalarını özenle oluşturup, kazandıkları güveni, kimliği zedelemekten hizmetlerini sunmaya özen gösterirler. Jean NoêL Kapferer' e göre marka kimliği altı yönlü bir prizma ile ortaya konulabilmektedir.



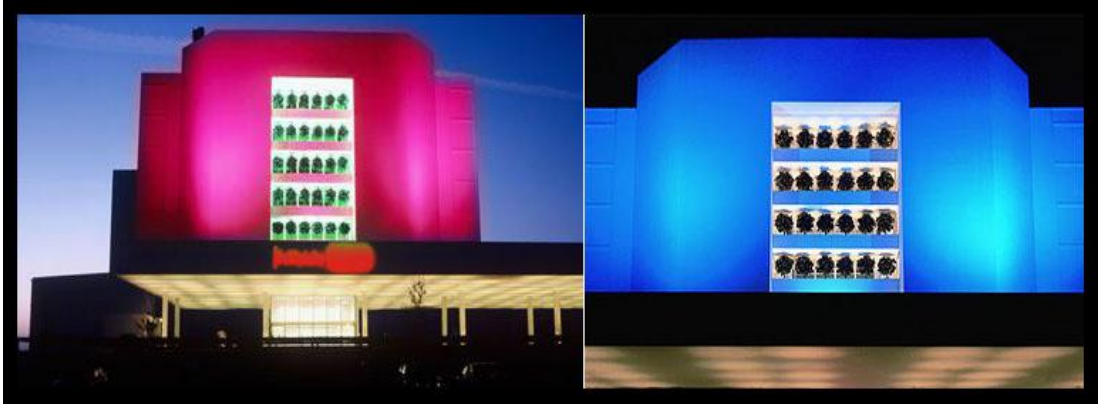
Şekil - 3.5: Altı Yönlü Bir Prizma Olarak Marka Kimliği

Görsel Kimlik:

Görsel kimlik oluşumu çevrede başlamakta, devam etmekte, çevre içindeki fiziksel nesnelerin geometrisini kapsamakta, aynı zamanda sosyal yaşamın kuruluşunu da içine almaktadır.²⁴

Görsel kimlik yapılan işin, oluşturulan eserin, verilen hizmetin ya da ortaya çıkarılan ürünün en iyi, kaliteli, şekilde sunan, belirginleştiren unutulmamayı sağlayan etkin bir unsurdur. Böylelikle de otelin yapısında kullanılan malzemeden, strüktüründen dış formuna, kullanılan renklerden oran ve simgesel dokusuna kapsar görsel kimliğe etki edip, belli başlı niteliklerini oluşturmaktadır.

Görsel algı çevrenin fiziksel ve sosyal faktörlerinin karmaşık bir etkileşimi sonucu ortaya çıkmaktadır.



Resim -2.13: Antalya Hillside Su Otel – Cephe Görüntüsünde Farklı Işık Uygulamaları ile Görsel Kimlik Oluşturulması

Kimlik, nesnenin tanımlanabilmesi olarak ifade edilirken, algı zihinde oluşan düşünce olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan algı ile görsel kimliğin etkileşimi birlikte yürümektedir.

Görsel kimliğin dört tane amacı vardır: Bunlardan birincisi, konumlandırmaya ve isme bir kişilik katarak markaya hayat vermektir. İkincisi; markanın kabulünü ve anımsanmasını yaygınlaştırmaktır. Üçüncü amaç ise markanın rekabet içerisinde farklılaşmasına yardım etmektir. Dördüncü amaç da farklı marka unsurlarını aynı görüş ve duygu içerisinde birbirine bağlamaktır.



Resim -2.14: Belek Adam&Eve Otel– Cephe Görüntüsünde Farklı Işık Uygulamaları ile Görsel Kimlik Oluşturulması

3.5. Kimlik – Kullanıcı İlişkisi

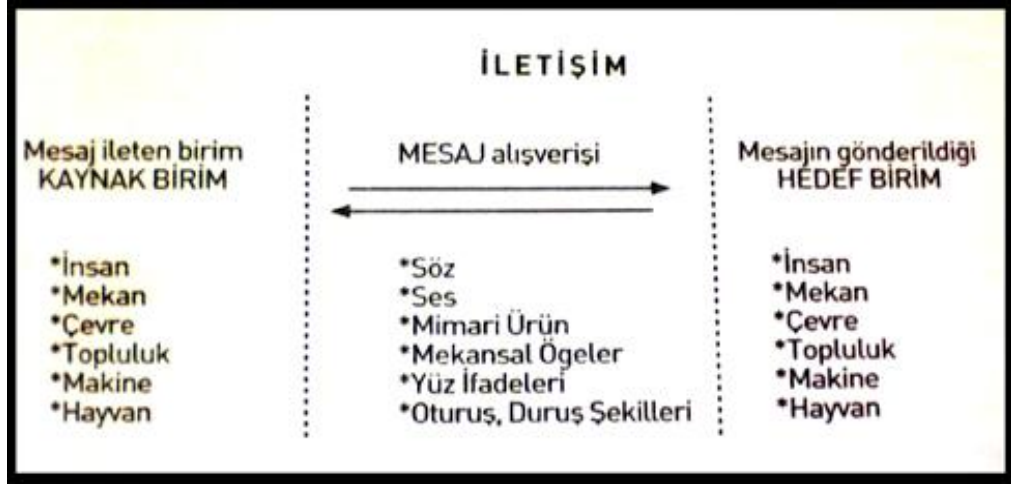
Çevrenin bireye sunduğu sonsuz olanaklar ile bireyin bu çevreyi kendi ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirmesi sonucunda oluşmuş güçlü birey-çevre etkileşim sistemi mevcuttur. Bireyin mekanı kendi amaçlarına göre değiştirmesi belli kurallar ve disiplinler neticesinde kurulabilirse; çevreden en iyi şekilde yararlanılmakta, çevrenin öz değerlerini kaybetmesi önlenmiş olmaktadır. Mevcut çevre, bireye fiziksel gereksinimlerini karşılayabilen bir ortam sunduğu gibi, bireyin psikolojik gereksinimlerini karşılayabilen çevresel nitelikleri de beraberinde sunmaktadır. Bireyin öngörülen fiziksel ve psikolojik temelli ihtiyaçlarının giderilmesi çabalarının bilinçli bir sürecin ürünü olması neticesinde; hem çevrenin kontrollü büyüme ve gelişmesi, hem de bireyin ihtiyaçlarının optimum düzeyde giderilmesi mümkündür.

Bireyin psikolojik temelli ihtiyaçları, çok geniş kapsamlı çevresel ve mekansal beklentileri içermekte; mevcut çevre-yeni yapılar arasında kurulması gereken optimum ilişki, belirli bir imajı yansıtabilen çevrelerin oluşturulabilinmesi, mevcut kimliğin korunması, anlam ifade eden çevrelerin yaratılması gibi konuları da kapsamına almaktadır.²⁵

Belirgin bir kimlik çerçevesinde oluşturulan mekan ve kullanıcı arasındaki uyumu sağlamak için bazı adımlar önerilmiştir. Buna göre; karakteristik özellikler, yaşam biçimleri, davranış kuralları, çevresel tercihleri, imgeleri, biliş şemaları, zaman / mekan özellikleri vb. belirlenmesinden sonra, iletişim ve mahremiyet gereksinimlerinde kullanılan mekanizmalar, savunmalar, iletişimde vurgulanan

25 Kancıoğlu M.,“Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri”,Uludağ Üni. Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Der., Cilt 10, Sayı 2, 2005

çeşitli duygusal etkileşimlerin bilinmesi gereklidir. Kullanıcı ile mekan arasındaki etkileşim, iletişim sürecini başlatır. İletişim en basit ifade ile bir mesaj alışverişidir. Bir insan ile diğer bir insan, insan ile topluluk, insan ile mekan, insan ile çevre, toplum ile çevre arasında gerçekleşen bir alışveriştir. Mesaj; verilen, gönderilen bilgi, ileti ve anlatılması amaçlanan duygu ve düşüncedir. Bu alışverişte bir mesaj ileten (kaynak birim), bir de bu mesajı algılayan (hedef birim) vardır. Bu tanımlamadaki birimler ve onların işleyiş biçimleri aşağıdaki gibi gösterilebilir.²⁶



Şekil - 3.6: Mekan - İletişim Süreci

3.5.1. Kalite Algısı ve Mekansal Kalite

Kalite, Türk Dil Kurumu'nun Türkçe Sözlüğü'nde “bir şeyin iyi veya kötü olma özelliği, nitelik” biçiminde tanımlanmaktadır ve İngilizce “quality” kelimesinden dilimize girmiştir. Günlük yaşantıda sıkça karşılaşılan ve değişik anlamları içeren karmaşık bir kavram olmakla beraber, genellikle ortalamadan daha iyi olma halini bazen de lüksü çağrıştırmaktadır. Sıklıkla kullanılan anlamının nitelik kapsamında olduğu söylenebilir. Nitelik kavramı; “bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran özellik, vasıf, keyfiyet”, “bir şeyin iyi veya kötü oluşu, kalite”, “bireyi nesne veya yaşantının bir yönünü, ötekilerden ayırt etmeye yarayan ölçülebilen özellik, keyfiyet” olarak açıklanmaktadır.

Fiziksel çevrenin kalitesinden söz ederken, ürün kalitesine de odaklanılmalıdır. Ürün kalitesi, süreç içinde izlenen stratejilerden, insan ilişkilerinden, teknik bilgiyi

kullanım biçimlerinden ve iletişim teknolojilerinden etkilenmektedir. Fiziksel çevre kalitesi, ANSI/ASÜC Standart A3 (1978)'de “ürün ya da hizmetin verilen ihtiyaçtan karşılama yeteneğine dayanan özelliklerinin ve karakteristiklerinin tümü” şeklinde tanımlanmaktadır. “Bir nesne ya da hizmetin ihtiyaç için yeterli olma” tanımı da fiziksel çevreler için kullanılmaktadır.

Kullanıcı tatmini, mimaride kalitenin önemli bir boyutudur. Günümüzdeki kullanıcı tatmini çalışmalarında, insan algılaması, değerlendirmeleri ve davranışının önemi üzerinde durulmaktadır. Kalite değerlendirme kriterlerinden biri kabul edilen tatmin, kullanıcıların objektif çevreye ilişkin algı ve değerlendirmelerinin kendi tatminlerine olan etkisinin ölçülmesi ile belirlenmektedir. Teknik standartlar fiziksel çevre kalitesi tanımı için yeterli olamamakta ve kullanıcının psiko-sosyal gereksinimleri doğrultusunda kullanıcıya ait standartların oluşturulması gerekmektedir.

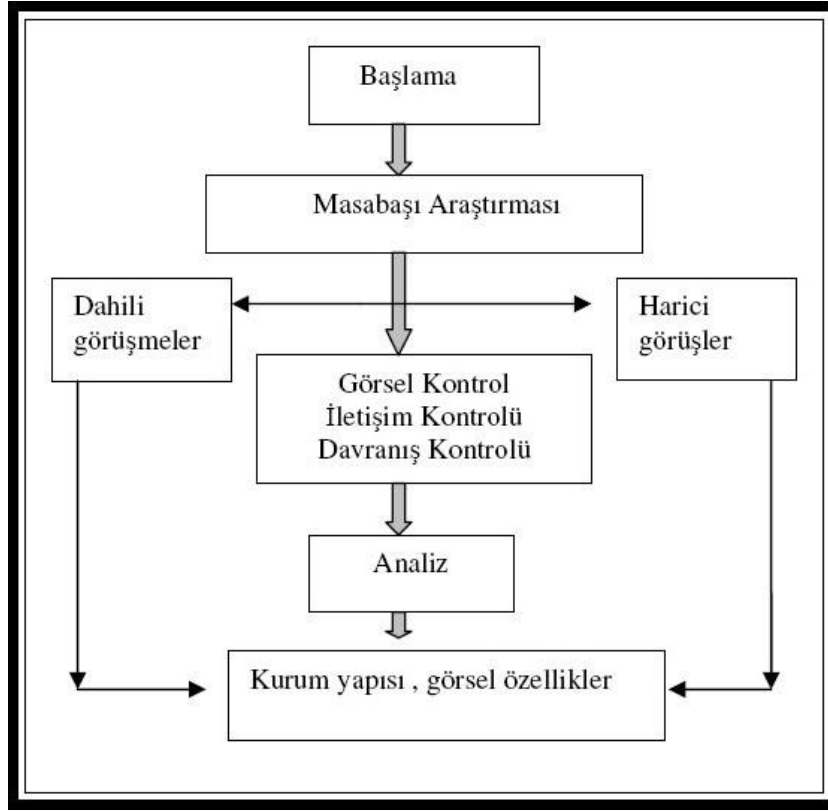
Kalite iki yönlü bir olgu olarak ele alınmaktadır. Fiziksel çevreler mekansal kaliteyi tanımlayan parametreler, tasarım, yapım, bakım - tutum ve kullanımın alt başlıkları altında toplanmaktadır. Tasarım kalitesi başlığı altında, proje yönetiminin kalitesi, hazırlık çalışmalarının kalitesi, kavramsal kalite, detaylandırmanın kalitesi, parçaların birbirine uygunluğunun kalitesi bulunmaktadır.²⁷

3.5.2. Otel İç ve Dış Mekanlarındaki Kurumsal Kimlik

Kurum kimliği, bir kurumun yönetiminin, yürütülüşünün, verdiği hizmetler ve eylemlerinin belirlenmiş hedeflere sembolleştirilerek sunulduğu tasarım-grafik sistemlerdir.

Bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o kurumun kimliğini oluşturur. Kurumun kendisini temsil ederken nasıl algılanacağına yön veren aktivitelerin bütünü ise kurumsal kimlik süreci olarak tanımlanmaktadır. Kurumsal kimliğin dışa yansıyan yüzü öncelikle amblem, logo, kartvizit, mektup kağıdı vb. unsurlardır. En basta bir kurumsal kimliğe sahip olabilmek için, öncelikle kurum olmak gereklidir.

27 Bayazıtoğlu, Dr. B., A.g.e., s. 27,28,29



Şekil - 3.7: Olins'e göre Kurum Kimliği Oluşturmanın Birinci Aşaması

Bir işletmenin adının yazılış biçiminden, şirkete ait her araç ve gereçte hakim olan renge kadar, geniş bir alanı kapsayan kurumsal görüntü kurum imajını yükseltir. Özellikle basılı araçlar, kuruluşla hedef kitlesi arasında etkili bir iletişim gerçekleştirmek adına önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, kurumsal görüntünün oluşturulması ve bütünlüğün korunması için basılı araçlar birer aracı olarak düşünülmelidir. Büyük ölçekli işletmelerde basımdan sorumlu birimler olabilir; ancak bütünlüğün korunabilmesi için halkla ilişkiler biriminin görüşü mutlaka alınmalıdır ve küçük işletmelerde basım işleri tamamen halkla ilişkiler sorumlusunun denetimine bırakılmalıdır.²⁸

28 Öztürk G., *Logonun Kurum Kimliği üzerindeki Etkisi*, İst. Üniv. Sos.Bil. Derg. 5.Say, Bahar 2006/1, s..3



Resim -2.15: Four Seasons Hotels – Kimlik Oluşumundaki Lobi Örnekleri,
Four Seasons Bangkok- İstanbul Bosphorus- Paris

Otellerin kurum kimliğine sahip olmayı isteme nedenlerini, gelişme, farklılaşma, rekabet gibi etkenler oluşturmaktadır. Bu farklılaşma talebi sadece iyyinin kötünden ayrılması değil, iyiler arasında da en iyisi olma isteğidir. Diğer bir neden ise farklı kimlikteki çalışanları aynı çatı altında toplayabilmektir.

Otel iç mekan tasarımında, zemin-duvar-tavan, aydınlatma ve donatı elemanlarının kararları, giriş, cephe, yerleşim ve bunlarla ilgili tüm detayların, malzeme birliğinin işlevsel ve estetik açıdan uyumlu bir kavram çerçevesinde oluşması, mekanın algısal bütünlüğünü ve buna bağlı olarak da tasarımın başarısını etkilemektedir.

Otel iç mekanlarında kullanılan mobilyalarda, tek bir konseptin ürün seçimini belirleyip belirlemediğı, pahalı ya da ucuz, ithal ya da yerli, abartılı ya da sıradan, geleneksel ya da modern olup olmadığı veya herhangi bir konseptin uygulanıp uygulanmadığı kurum kimliğinin mekan kimliğine yansıması ile ilgili bilgi vermektedir.

Aynı şekilde iç mekan tasarımının, sadece giriş ve müşterilerin ulaşamadığı noktalarda sınırlı kalması veya mekanda kullanılan çiçeklerin canlı ya da plastik oluşu bile, kullanıcılara otel felsefesi ve iletişim tarzı hakkında bilgi vermektedir.²⁹

4. BEŞ YILDIZLI OTELLERİN GİRİŞ VE LOBİ MEKANLARININ TASARIMI

4.1. Otellerin Tasarlanmasındaki Genel Etkenler

Kullanıcı Etkeni:

Otel tasarımını etkileyecek müşteri tipinin belirlenmesi tasarım parametrelerinden biridir. Toplumsal ve kişisel standartların ve gereksinimlerin, yaşam biçimlerinin, gelir düzeylerinin belirlenmesi tasarım kararlarının alınmasında etkili rol oynamaktadır.

Bir mekanı kullananların sayısı, eylem özelliklerine, kullanıcı grubunun sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerine bağlıdır.

Kullanıcı Gereksinimleri:

İnsan bir taraftan kendi gereksinme, değer ve isteklerine göre çevresini değiştirmekte, diğer taraftan da değiştirilmiş çevreden kaynaklanan kişilik ve ruhsal yapısını etkileyen yeni gereksinimlere sahip olmaktadır.

Kullanıcıların amaçlarının iyi saptanması tasarım için en temel öğelerden biridir.

Kullanıcı gereksinimleri kullanıcının bir mekan içinde yaşamını toplumsal psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklara uğramadan sürdürebileceği ve yaptığı işlerde verimli olmasına yardım edecek olanakları veren çevre koşulları şeklinde tanımlanmaktadır.

Karmaşıklılaşan tasarlama sorunlarını, çözmek ve kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacı ile tasarlama olgusuna genellikle bir problem çözme ve karar verme eylemi olarak bakılmaktadır.

Mekanların belirlenmesi, eylemler arası ilişkilerin düzenlenmesi için kriterler ele alınır. Otelde yer alan her mekan biriminde tasarlama problemlerinin nitelikleri farklılaşmaktadır.³⁰

Otellerin mekan tasarımındaki genel etkenlerinden bahsetmek gerekirse;

İşletme – Ekonomik – Teknik – Emniyet - Fiziksel – Moral (Psikolojik, Sosyolojik, Estetik) etkenleri olarak sıralanabilir.

Bir mekanı kullananların sayısı, eylem özelliklerine, kullanıcı grubunun sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklerine bağlıdır.

İşletme etkeninde kullanılan zamanın ö nemi ve gerek hizmet sunmada, gerekse fonksiyonların yerine getirilmesinde büyük ölçüde insan gücünden faydalandığı görülmektedir.

Otel işletmeleri “zaman” satar. Otel işletmeciliği “İnsan gücü”ne dayanır. Otel hizmetleri otel personeli arasında yakın işbirliği ve karşılıklı yardımı gerektirir. Otel işletmeciliği dinamiktir. Otel İşletmeciliğinde risk faktörü oldukça yüksektir.³¹

Ekonomik etken de, otelin tasarım sürecinde mimari tasarımın önerdiği ürünün uygulanmasıyla sonraki bakım ve işletme maliyetlerinin işletmecinin ekonomik beklentileriyle uyumluluğu öne çıkmaktadır. Otel, ticari faaliyet gösteren bir kişi veya kuruluş tarafından yaptırılır ve işletilir. Bu kişinin veya kuruluşun öncelikli amacı kardır. Bu nedenle, mimari tasarımın önerdiği ürünün uygulanma ve sonraki bakım ve işletme maliyetlerinin işletmecinin ekonomik beklentileriyle uyumlu olması gereklidir.³²

Teknik hizmetler; otelin ısıtma, soğutma, havalandırma, bilgi işlem, görsel ile haberleşme donanımlarını kapsamaktadır. Tesisat ve mekanik donanıma ilişkin problemler ise, hacimlerinin planlanması, tesisat ağının çözümü, onarım olanaklarının yaratılması vb. Problemleri içerir.³³

Emniyete ilişkin problemler; çevre şartlarından korunma, güvenlik, strüktürel dayanıklılık, deprem, su baskını, heyelandan korunma, kaza ve yangından korunma problemleridir.

Fiziksel etkenlerden temel ihtiyaç çerçevesindeki gereksinim olan; mekansal, akustik, sağlık, iklimsel, görsel konfor vb. şartların oluşması ile ilgilidir. İklimsel konfor koşullarını sağlamak amacı ile otellerde, sürekli nem ve ısı düzeylerini konfor limitleri içinde tutacak ısıtma, soğutma ve havalandırma ekipmanları planlanmalıdır. Akustik önlem olarak da ses üreten mekanlarla, bunların

31 **Batman O.**, 2003,Otel İşletmelerinin Yönetimi,Değişim Yayınları, İstanbul, 2.Basım. s.16

32 **Laçın C.**, 2004, Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s:36

33 **İldeniz F.M.**, A.g.e., s.56

yanında olmak zorunda olan sese hassas mekanlar arasında ses yalıtımı yapılmaktadır.³⁴

Moral etkenler ise; tasarımcının kullanıcı hedefli düzenlenmede karşılıklı beğeni, saygınlık, hoşnutluk, memnuniyet vb. davranışlarla ölçülenebilecek durumları kapsamaktadır. Otel yapılarının düzenlenmesinde, iç mekan tasarımı yapılırken önemli etkenlerinden birisidir.

Psikolojik olarak, davranışsal problemler kullanıcıların karşılıklı ilişkilerini, tasarlamaya etkilerini, eylemler ve eylem kalıplarını, davranış farklılıklarını içermektedir. Otel tasarımındaki en önemli hedef müşterinin amaç ve isteklerini karşılayabilmektir. Bu açıdan davranışsal problemler kullanıcıların karşılıklı ilişkilerini, tasarlamaya etkilerini, eylemler ve eylem kalıplarını, davranış farklılıklarını içermektedir.

Sosyolojik etken, insan ve toplum arasındaki etkileşimi ile, mahremiyet konusuna dikkat çekmektir. Örneğin; otellerde istenmediği takdirde yerel halk ile temasın önlenebilmesi vb. Çevrenin insanı en fazla etkileyen özelliği hiç şüphesiz ki diğer insanların varlığıdır. Mekansal ilişkiler kişilerarası sosyal ilişkiyi etkilemeli hatta belirlemelidir. yaratılabilir.³⁵

Estetik etken olarak, otelin bütününe ve mekan birimlerinin her birinin taşıdığı anlam ve ifadeler estetik problemlerini oluşturur. Mimar ya da tasarımcı çağın etnik olanakları sağlayabildiği malzeme ile kullanım gereklerine cevap verecek biçimi tasarlarken ait olduğu kültürün estetik anlayışının etkisindedir. Bu nedenle farklı mimarların, tasarımcıların elinden çıkmış da olsa belli bir dönem ve toplum kesiminin yapılarında aynı estetik anlayışı görmek olasıdır. Güzelliğin varlığı, buna göre doğrulanmayı değil, algılanmayı bekler. Bu yüzden Fontenelle “İyi kanıt gerektirir, güzel kanıt istemez” der. Öyleyse, güzel her şeyden önce somut olandır, varlığı duyu organları aracılığıyla algılanan bir yapı ya da yapıttır.³⁶

34 Çakırkaya M.E., A.g.e., s.76,77,78

35 İlideniz F.M., A.g.e., s.57,58,59

36 Becerik B., 2001, Mimarlıkta Estetik Olgusu ve Değerlendirme, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.2-8

4.2. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanları

4.2.1. Giriş Mekanında Algılanma ve Tasarlanma Kriterleri

Giriş mekanının, insanlar üzerinde bıraktığı ilk intiba bakımından büyük önemi vardır. Bu nedenle, tasarlama aşamasında kullanıcının otele memnun gelip, otelden memnun ayrılması için sağlanabilecek hizmet zincirinin ilk halkasını oluşturan bu mekan, gerek boyutsal gerekse mekansal ve teknik açıdan kusursuz bir biçimde planlanarak, bu doğrultuda aşağıda açıklanan niteliklere uygunluğuna bakılmaktadır.



Resim -2.16: Four Seasons ve Hilton Otel Giriş Örnekleri

Giriş mekanının tasarım aşamasında, müşterinin mekanı daha kolay algılayabilmesi, mekana uyum sağlayabilmesi ve böylece beğenisinin kazanılabilmesi, mevcut örneklerle ortaya çıkan deneyimlere dayanılarak, birtakım genellemeler giriş mekanı için aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Giriş, müşteri tarafından kolay algılanabilmeli, açık ve belirgin olmalı, araç trafiğinin kolay ulaşabileceği bir şekilde tasarlanmalıdır.
- Özürlü vatandaşların yararlanabilmesi için rampalar oluşturulmalı ve gerekli mesafeler korunmalıdır.
- Lokantalar, ziyafet salonları, balo salonu gibi mekanlar için otelden bağımsız ikinci derecede girişler düşünülmelidir.
- Kabul mekanı ve oturma gruplarını da içine alan iç mekana ait iyi bir

görünüş sağlanmalı, iç mekana ait özellikler ve mekan zenginliği dışarıdan da okunabilmelidir.

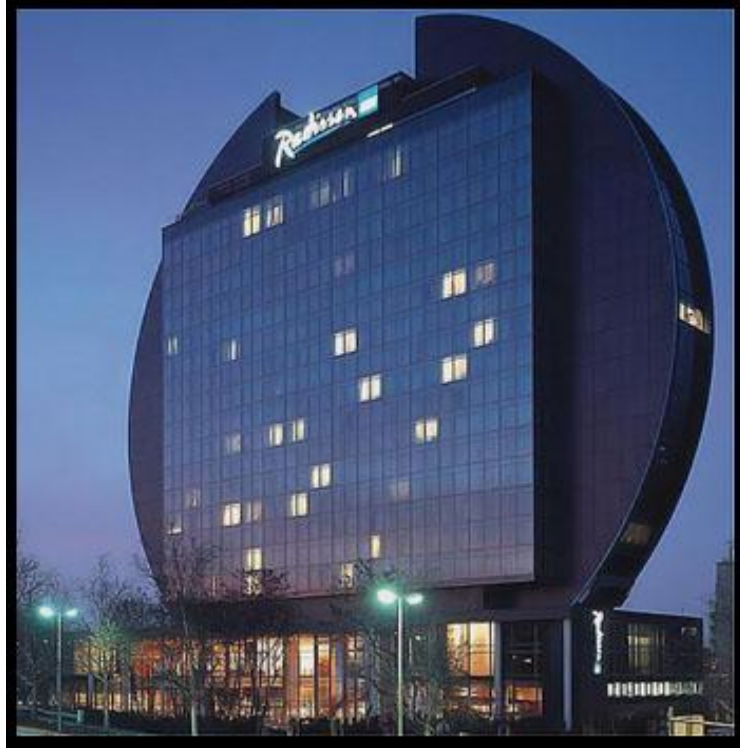


Resim -2.17: The Yas Otel - Abu Dhabi. Otel Girişi Örneği



Resim -2.18: The Yas Otel - Abu Dhabi. Genel Görünümü

- Planlama, konukların özel araçlarla, taksitlerle, otobüslerle veya yürüyerek gelebilecekleri öngörüsü çerçevesinde yapılmalı, bunun için gerekli olan mesafeler sağlanmalıdır.³⁷



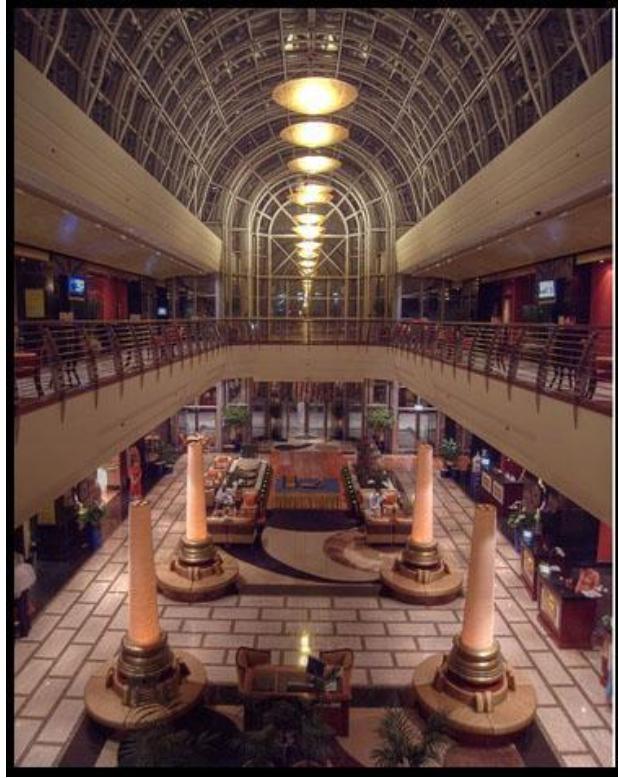
Resim -2.19: Radisson Sas Otel - Frankfurt Giriş/Cephe Görünümü



Resim -2.20: Dusit Thani Dubai Otel – Cephe ve Giriş Görünümü

4.2.2. Mekan Yerleşimi Genel Mekanlar

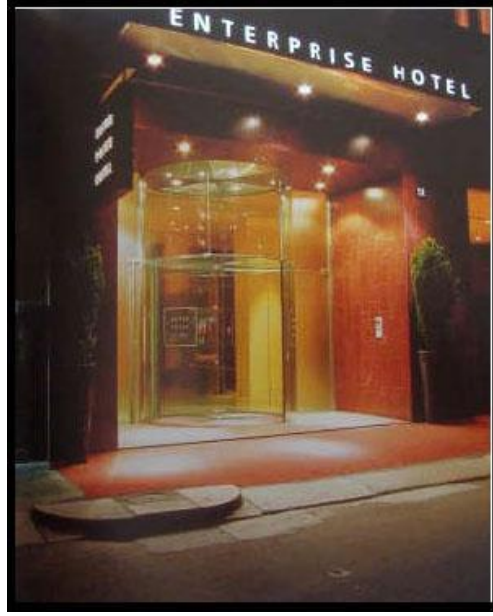
Beş yıldızlı bir kent otelinin mekân organizasyonu, fiziksel çevre etkileri, hedeflenen hizmet kalitesi, müşteri sadakati programları ve varsa bağlı bulunduğu zincir tasarım ilkelerinin etkileri göz önüne alınarak oluşturulan ihtiyaç programı ile birlikte geniş boyutlarda tasarım olgusu içerir. Mimari ve iç mimari kapsamında hacmin işlevselliği, fizyolojik-psikolojik değerler ile sosyal ve ekonomik verilerin tümünün geniş bir açıdan planlanması, biçim, form ilişkisinin irdelenmesi iç mimari planlama sürecini gerektirir.



Resim -2.21: Dusit Thani Dubai Otel – Otel Giriş Mekanından Görünüm

Beş yıldızlı otel tasarımlarında giriş kapıları, yağmur ve rüzgar etkilerine, sıcaklık farklarına, neme, korozyona ve çürümeye, kullanım sırasında oluşabilecek her türlü çarpma etkisine, kazımaya, zorlama ve kırılmaya karşı çerçeve ve tüm kapı ünitesinin dayanıklı olması önemlidir.

Kapı kasa ve çerçevelerinin değişik şekillerde paslanmaz çelik, bronz, alüminyum profilden veya sert ağaçtan yapılması, cam ögesinin dışarıdan otel içi hakkında bir fikir vermek için kullanılması ve tam saydımlık sağlanması açısından önem taşımaktadır.



Resim -2.22: Enterprise Oteli – İtalya. Döner Giriş Kapısı



Resim -2.23: Clup Phaselis Tatil Köyü – Göynük/Antalya. Giriş Kapısı

Genel mekanlar otellerde müşteriye ilk izlenimi veren, en çok pazarlanılan, kendini gösteren alanlardır. Lobiler, barlar, restoranlar, toplantı odaları, balo salonları, rekreasyon alanları otellerin sınıflandırılmasındaki başlıca alanlardır. İdari bürolar da genel mekanlar içerisinde kabul edilmektedir. Bu mekanlar kullanıcının işletmeyle ilgili işlemlerini gerçekleştiren, kendi içinde de yönetimi sağlayan bölümdür. Kullanıcı ile ilişkide olan mekanlar, daha ulaşılabilir yerlerde ve daha dikkat çekici malzeme ve renklerle sunulmakta, arka mekanlar da otel hiyerarşisine yönelik bölünmeleri içermektedir.



Resim -2.24: Kempinski Barbaros Bay Resort Hotel– Bodrum. VIP Giriş Kapısı



Resim -2.25: Kempinski Barbaros Bay Resort Hotel– Giriş Kapısı-2 (İç Görünüş)

Otel müdürü, müdür yardımcısı, sekreterler, satış müdürü, muhasebe, personel servisi, satın alma, kontrol, kayıt gibi mekanlar, kendi içlerinde alt mekanlar içeren yönetsel birimlerdir. Ayrıca sağlık ve ilkyardımla ilgili mekanlar da bulunabilmektedir.

Geniş açıklık gerektiren alanlar ile oda düzeninin taşıyıcı sisteminin örtüştürülmesi önemlidir. Bu sayede daha kolay ve sade çözümler getirerek maliyeti de düşük tutulabilmektedir.³⁸

38 **Opak B.V.**, 2009, Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tasarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme), *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.15-16

4.2.3. İşlev Bakımından Giriş Mekanı

Giriş mekanının, özellikle beş yıldızlı otellerde, işletmenin bütününe yönelik olan düşüncelerin olumlu yönlendirilmesinde büyük önemi vardır. Bu nedenle, tasarlama aşamasında kullanıcının rahatı, otele memnun gelip, otelden memnun ayrılması için sağlanabilecek hizmet zincirinin ilk halkasını oluşturan bu mekan, tüm tasarım ilkeleri açısından ve teknik açıdan kusursuz bir biçimde planlanması önemlidir.

Örnek olarak; Inter Continental oteline girerken iki kat boyunca cam cephe oldukça ilgi çekmektedir. İçeri girildiğinde ise ferah bir lobi ile karşılaşılmaktadır. Kullanıcılar karşılaştıkları mekandan resepsiyona, merdivenlere kolayca ulaşabilmektedir.



Resim -2.26: Inter Continental Otel - Los Angeles

Kentsel mekanın bir uzantısı olan giriş, mekansal olarak bir geçiş yaratırken, aynı zamanda fiziksel olarak da bir kademelendirme oluşturur.



Resim -2.27: Inter Continental Otel - Los Angeles. Lobi Görünümü

Kempinski havaalanı otelinde, otel bünyesinde yaratılan peyzaj alanı ile havaalanı bağlantısı yapılırken farklı renk ve form uygulamalarıyla güçlü bir görsel kolaj yaratılmış ve oluşabilecek kopukluk engellenmiştir. Yani giriş mekanı, ısı açısından sıcak ve soğuk mekanlar, ses açısından gürültülü ve sessiz mekanlar, ışık açısından aydınlık ve karanlık mekanlar şeklinde de tanımlanabilir.



Resim -2.28: Kempinski Havaalanı Oteli - Almanya Milan. İç Mekan görünümü

Beş yıldızlı otellerdeki girişlerin evrensel biçimlenmelerinde genellikle lobilere giriş; çarpan kapılar, otomatik çarpan veya kayar kapılar ile döner kapılardan oluşmaktadır. Ana giriş kapıları, standartların üzerinde bir yükseklikte olduğunda, yaşlı veya engelli ziyaretçilerle, çocuklar tarafından kullanımı zorlaştırmaktadır.



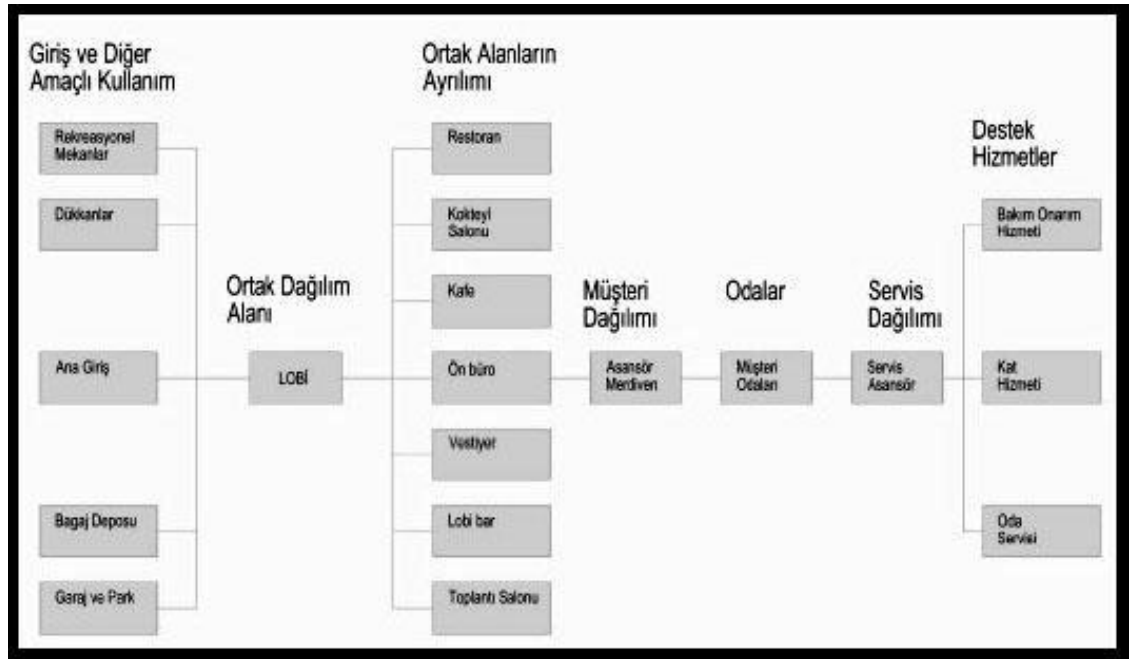
Resim -2.29: Kempinski Havaalanı Oteli – Almanya Munich. Giriş ve Lobi

Giriş holü girişten itibaren konukların rahatça kayıt kabul sırasını görebilecekleri, bagajlarının taşınacağı, kayıt olduktan sonra yatak odalarına veya lokanta ve diğer fonksiyon alanların rahatça ulaşabilecekleri bir alan olarak düşünülmelidir. Konuklar burada danışmadan bilgi alabilecekler, kayıt olurken burada veya lobide bekleyecekler ve ayrılırken burada ödeme yapacaklardır.

Rutes ve Penner'e (2001) göre, ana giriş mekanında ayrıca, tüm özel fonksiyonların ve toplantı odalarının listesini içeren yönlendirici levha bulunmalıdır. Özellikle beş yıldızlı kent otellerinde yönlendiricilik büyük önem kazanmaktadır. Giriş mekanlarının yönlendirici olması müşterilerin otel içi ulaşımını büyük ölçüde rahatlatacaktır. ³⁹

4.3. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanındaki Ortak Kullanım Alanları

Otellerdeki mekanlar arasındaki işlevsel ilişkiler, bu mekanlar arasında ki sirkülasyon bağlantılarını, geçiş uyumunu ortaya koyan tasarlama problemleridir. Oteli oluşturan mekan birimleri amaçlara ve organizasyon ilişkilerine göre belirlenir. Beş yıldızlı kent otellerinde özellikle genel mekanlar arası ilişkinin doğru kurulması gerekmektedir. Kent otellerinde genel mekanlar oldukça önemlidir. Şekil-3.16’da kullanıcıların ilişkiye geçtiği mekan sıralaması bulunmaktadır. Şekilde görüldüğü gibi genel mekanlar, odalar, servis mekanları keskin bir şekilde ayrılmıştır.

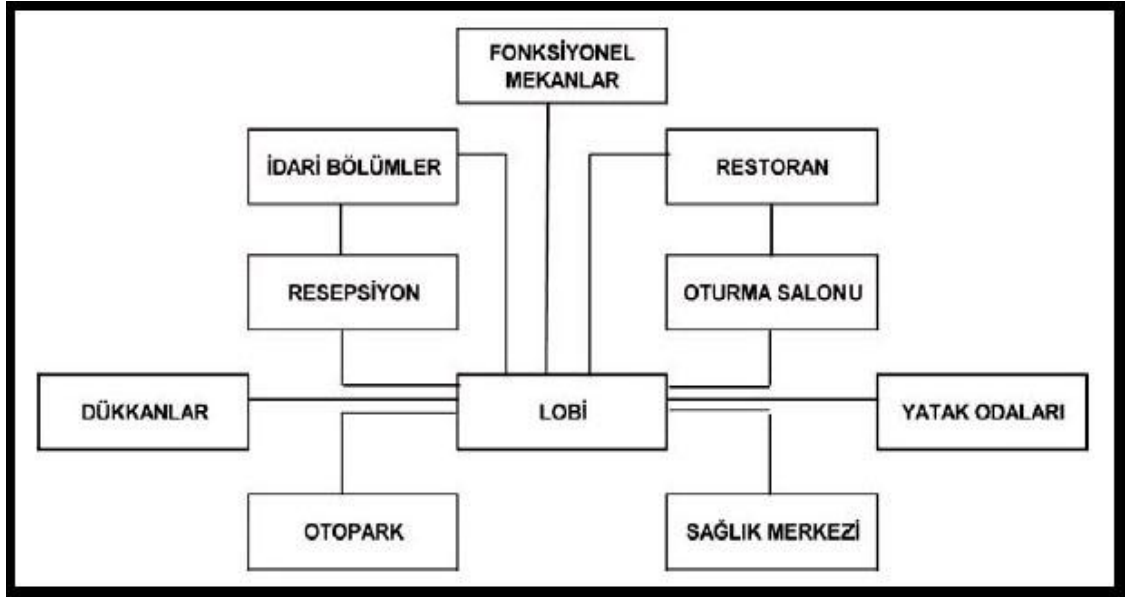


Şekil - 3.8: Kullanıcı Sirkülasyonunun Etkileyen Mekan Sıralaması

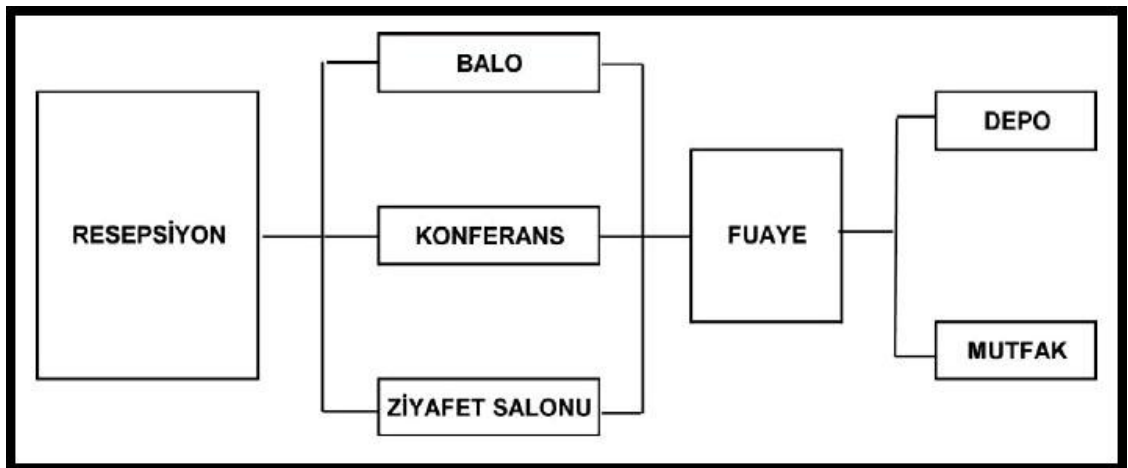
Otel bütünü içinde kullanımı ve işlevi benzer olan alanlar tanımlanmalı, aralarındaki bağlantı sağlanıp, hiyerarşik bir düzende genel kullanım alanlarından özel alanlara doğru düzenlenmelidir. Otel mekanlarının birbirleriyle olan bağlantıları yatayda ve düşeyde çözümlenmesi gerekmektedir. Mekanların konumları (sirkülasyon sistemi, doğal ışık ve servis alanları ile ilişkilerinin) düzenlenmesi de farklı etkinlikler tarafından kullanılabilmesini etkilemektedir. Otellerdeki mekanlar arasındaki sirkülasyon ilişkileri farklı kullanıcıların ihtiyaçlarına yanıt verecek doğrultuda olması önerilmektedir.

Personel çalışma mekanlarına konuklar girmemelidir. Aynı şekilde tamamlayıcı

hizmetlerden yararlanan konukların da yatak katlarına çıkması önlenmelidir. Kullanımı ve işlevi benzer olan alanlar aralarında, bağlantı sağlanmalı veya gruplaştırılmalıdır.⁴⁰



Şekil - 3.9: Otellerin Genel Mekanlarının İlişki Şeması



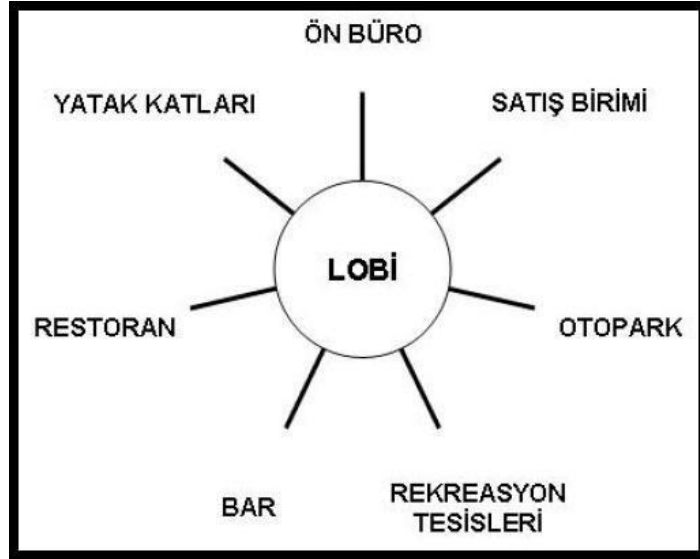
Şekil - 3.10: Otellerin Fonksiyonel Mekanlarının İlişki Şeması

4.3.1. Lobi- Danışma

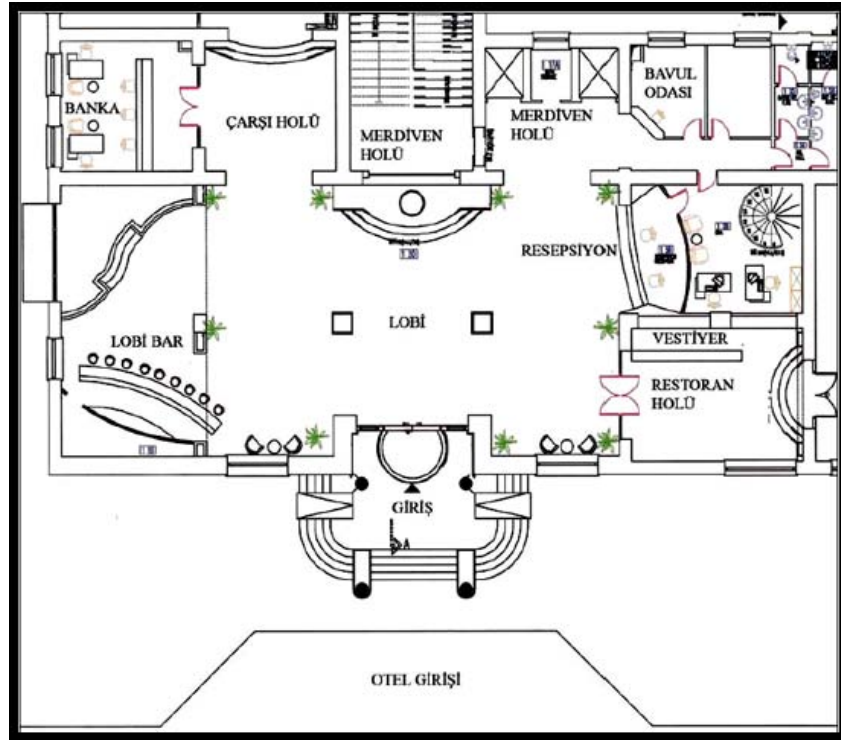
Otel müşterilerinin giriş mekanını ilk algıladıktan sonra karşılaştıkları bölümdür. Otelin lobi bölümü bu nedenle insanlar üzerinde yapının ilk ve en büyük etkisini bırakması bakımından önem taşımaktadır. Otel hakkında en genel itibariyle bilgi vermesi bakımından lobi, müşteriye olumlu ve olumsuz etki yapmaktadır. Müşteri üzerinde iyi, kaliteli etkiyi yapabilen oteller, ana etkeni olan bu bölümün tasarımında; görsel etkiler, estetik, fonksiyonellik vb. etkenlerinin iyi gözden geçirilerek uygulanmış olanlarıdır denilebilmektedir.

Otelin halka açık mekanlarını birbirine bağlayan ve bu nedenle bir kilit mekanı özelliği taşıyan lobi için belirlenmiş olan tasarlama prensipleri, mekan kimliğinin oluşumunu ve algılanmasını etkiler. Boyutsal özellikler bu mekanı oluşturan alt elemanlar için belirlenmiş olan ergonomik düzeydeki minimum ölçüleri tanımlanırken, donanımlar ise mekanın sahip olması gereken dekorasyon elemanlarını ve aksesuarları belirler.

Lobi, müşteri kabul, müşteri kayıt, bilgi alma gibi otelin ön büro hizmetlerini sağlayan bankoları genel bir sirkülasyon ve bekleme mekanı ile beraber bünyesinde bulundurur. Müşterileri resepsiyona, asansörlere, yiyecek-içecek mekanlarına, toplantı ve ziyafet salonlarına, rekreasyon kompleksine ve tüm diğer halka açık genel mekanlara ulaştırır ve bu nedenle bir toplanma mekanı olarak kabul edilir. Kullanıcı ister geceleme amacı ile, isterse günübirlik kullanım için gelmiş olsun, otel ile ilk kontağını bu mekanda kurar ve hedef mekanlarına buradan geçerek ulaşır.⁴¹



Şekil - 3.11: Lobinin Mekanlara Dağılım Şeması



Şekil - 3.12: Bir Otelin Giriş Mekanı ve Diğer Mekanlarla İlişkisi

Lobi de bulunan resepsiyon bankosu (danışma) en önemli öğelerden birisidir. Bankosunun yerleşimi konusunda otellerin bir kısmı giriş mekanına yakın (Hyatt Regency, Hilton) bir kısmı ise görülmeyecek kısımlara yerleşimlerini yapmıştır. (Swissotel, Çırağan Palace). Bu banko farklı boyutlarda yapılabilmektedir. Fakat genel anlamda tek parçalıdır.

Otelin genel konsepti ile uyumu söz konusu olduğunda işin içine farklı dekorasyon değerleri gireceğinden birden fazla bölümlerden de oluşabilir. (Mövenpick Hotel) Otellerin genelinde danışma bankosunun yanında yabancı turistleri bilgilendirme ve faaliyet-organizasyon, ulaşım, turistik bölgeler ve tarihi bilgiler verebilen “concierge” bankosu bulunmaktadır.

Otel endüstrisi değiştikçe lobi tasarımı gelişmeye başlamıştır. Örneğin müşterilerin 1859’ da asansör ile tanışması otellerin verimliliğini oldukça etkilemiştir. Berens’e (1997) göre bir asır sonra 1970’lerde, Amerikan otelleri sosyal, ekonomik ve politik açıdan önemli bir değişim yapmıştır, büyük lobi tasarımı vurgulanmaya başlanmıştır.



Resim -2.30: Le Meridien Ra Beach Otel – İspanya / Costa Dorada. Lobi

Fakat 1950 ve 1970’lerde ki başarılı otel konseptleri modern teknolojiler ve sosyal değişimlerden sonra kabul edilmemeye başlamış. Sonuç olarak da o dönemde, birçok eski otel sahibi otel lobilerini yeniden tasarlatmaya ihtiyaç duymuştur. Yeni tasarımda koyu göze çarpan renkler, ileri teknoloji aydınlatma ve heykelimsi mobilyalar kullanılarak, mimari tasarımın işlevselliği, iç tasarım ve dekor fiziksel çevrenin çekiciliğine katkıda bulunmuştur.

Resim -2.31’de görülen otel lobisinde turuncu ve kırmızı gibi göze çarpan renkler kullanılarak lobi dinamizm kazanmıştır. Tavandaki aydınlatma elemanları da lobinin daha ilgi çekici olmasını sağlamıştır.⁴²



Resim -2.31: Enterprise Otel – İtalya / Milan. Lobi

Lobiler sadece konuklar tarafından değil aynı zamanda ziyaretçilerle, restoran, konferans ve diğer faaliyetlere katılanlar tarafından kullanılan mekanlardır. Devamlı bir trafik söz konusudur. Tüm mekanın değişik işlevlerle kullanılabildiği hareketli bir atmosfer yaratılmalıdır. Aynı mekanda satış üniteleri ve dinlenme salonları da yer alabilir.⁴³

- İdeal olarak lobi girişle direk bağlantılı olmalı ve kabul bankosu girer girmez kolayca algılanabilmelidir. Ayrıca lobinin dışarıdan da algılanması otelin çekiciliğinin artırılması bakımından gereklidir.
- Eğer otel ticari değeri yüksek bir alanda konumlanmışsa, bu alanla en çok ilişkisi olan giriş katı kiralık dükkanlara ayrılır. Böyle bir çözüm lobi ve kabul mekanının bir üst katta tasarlanmasını ve bu alanlara ulaşım için girişten itibaren merdiven veya asansör kullanımı zorunlu kılar.

42 Opak B.V., A.g.e., s.52

43 Opak B.V., A.g.e., s.52

- Otopark ile lobinin ve gerekirse ziyafet salonları ile balo salonunun direk bağlantısı asansörler yardımı ile sağlanmalı, otoparktan lobiye ve diğer katlara geçişte yangına karşı antreler oluşturulmalıdır.
- Pek çok büyük otel kompleksinde, özellikle John Portman' ın otellerinde, lobinin bina içerisindeki önemi bu mekana bir “nüve” niteliği kazandırılarak vurgulanmış, tabanda lobinin bulunduğu mekan bazı örneklerde binanın son katına kadar boşaltılmış, içerisinde yatak katlarının da olduğu diğer tüm aktiviteler, bu boşluğun çevresine sarılmıştır. Boşluk tek başına bırakılmamış, bir takım soyut imgelerden veya strüktürlerden yararlanılmış, bazen lobinin çevresinde yapay bir yeşil alan oluşturulmuştur.
- Sirkülasyon sağlanması için resepsiyona, asansörlere, restoran ve barlara, toplantı ve balo salonlarına açık yollar olarak düzenlenmelidir. Mümkünse otel müşterileriyle toplantı salonlarının trafikleri birbirinden ayrılmalıdır. Müşterilerin dolaşım alanlarının üzerinde satış alanları düzenlenebilir.
- Tuvalet, vestiyer, telefonlar gibi destekleyici fonksiyon alanları diğer mekanlarla ilişkili olarak yerleştirilmelidir; kolaylıkla algılanabilmelidir.
- Ana girişe yakın bir yerde bütün fonksiyonları ve toplantı salonlarının listesinin bulunduğu işaret levhası bulundurulmalıdır.
- Duvarla yangına dayanıklı, akustik ve dekoratif nitelikte olmalıdır.

44



Resim -2.32: Four Seasons Bosphorus Otel – İstanbul Lobi

- Lobide peyzaj düzenlenmesi rahatlatıcı ve tazeleyici bir atmosfer yaratır.
- Dokuda renkte ve biçimde çeşitlilik getirir. Bitkiler, havuzlar, akvaryumlar lobi tasarımına renk katan öğelerdir. ⁴⁵

Atriumlar; özellikle büyük ölçeklere sahip yüksek binaları insan ölçeğine indirme olanağı da sağlamaktadır. Birçok binada atriumların düzeni mevsimle birlikte değiştirilmektedir. Örneğin yılbaşı gibi özel zamanlarda bu mekanlar özenle süslenmektedir. Bu şekilde yüksek binaların yaşanır mekanları haline getirilen atriumlar, kullanıcıların gözünde binanın ruhunu simgeleyen bir imaj sergilemektedir.



Resim -2.33: Radisson Blu (SAS) Hotel Almanya-Berlin Atriumlu Lobi/Aquadom



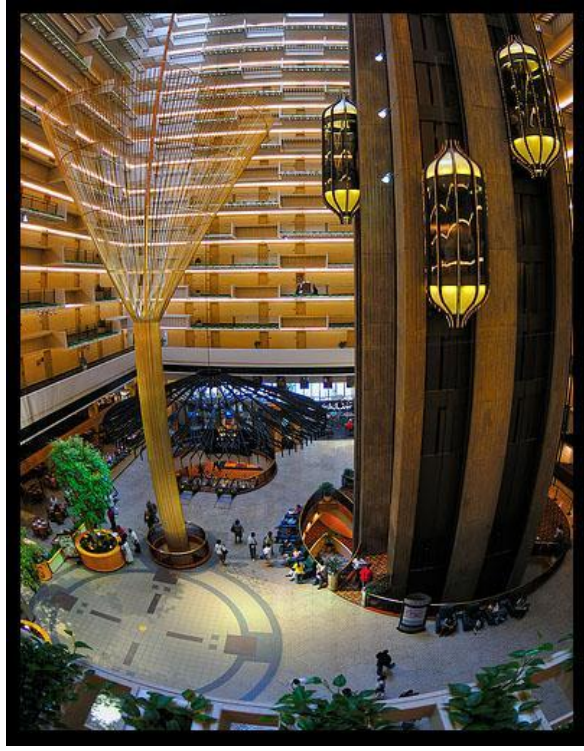
Resim -2.34: Radisson Blu (SAS) Hotel Almanya-Berlin Atriumlu Lobi/Aquadom Görünüşleri



Resim -2.35: Radisson Blu (SAS) Hotel Almanya-Berlin Atriumlu Lobi Detayları

Resim 2.33-2.35 resimlerde gördüğümüz Radisson Blu (SAS) Otel'in lobisinde bulunan dünyanın en büyük silindirik akvaryumudur. Atriumlu geniş lobisinin olması dışında yapılmış olan en ilginç yapılardan biri olarak öne çıkmaktadır. Silindirin ortasına inşa edilen asansör ise akvaryumun farklılığını daha da ortaya koymaktadır.

ABD' de yüksek binalarda atriumlar ilk olarak otel binalarında tasarlanmıştır. Atlanta, Georgia'da Peachtree Center' daki Hyatt Recency Hotel' in tasarımı 1967'de tamamlanmış, yirmi üç kat yüksekliğindeki atrium da panoramik asansörler yapılmıştır.



Resim -2.36: Hyatt Regency Atlanta – Atriumlu Lobi Görünümü

Bu atrium modeli kısa bir zaman içinde lüks otellerin hemen hemen hepsinde kullanılmıştır. John Portman'ın 1974'de San Francisco için tasarlamış olduğu Hyatt Recency Oteli'nde bu model farklı bir yorumla kullanılmış, on yedi kat atrium yükseldikçe daraltılarak etkisi artırılmıştır. Bu tasarım herkesin ilgisini çekmiş, otel açıldıktan sonra şehrin en popüler mekanlarından biri olmuştur. Burada günün belli saatlerinde canlı müzik dinlenebilmekte, dans partileri düzenlenebilmektedir. Bu ve buna benzer atriumlar da üst katlardaki restoran ve benzeri mekanlara çıkan panoramik asansörler özellikle turistlerin büyük ilgisini çekmektedir. Atriumlara ilişkin yapılmış olan çok sayıdaki incelemede, bu mekanların tasarımında panoramik asansörlerin, insanlar üzerinde oluşturduğu dinamik ve heyecan verici etkiden yararlanıldığı belirtilmiştir. Atrium tasarımının en önemli avantajlarından biri, sıradan uzun koridorlar yerine panoramik bir lobi görüntüsü içinde yatay ve düşey sirkülasyon sağlamasıdır. Birçok atriumlu otel tasarımında odaların ve koridorların atriuma da bakması, bu şekilde aşağıdaki insan hareketlerinin izlenmesi istenmektedir.⁴⁶

46 **Özgen A.**, 2001, Yüksek Binalarda girişler, Lobiler ve Atriumlar, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 235.sayı, İstanbul. s.39-45

4.3.2. Bekleme (Oturma) Salonu

Bekleme Salonları, genel kullanıma açık ve en fazla kullanılan mekanlardan biridir. Giriş ve resepsiyonun yanında, farklı kullanıcılar tarafından kullanıma açık mekanlardır. Restoranlardan daha büyüktür, ancak otel işletmeleri bar ve oturma salonlarını da restoranlarla benzer esaslara göre düzenlemektedir. Bekleme salonunda oturma kapasitesi, oda sayısının 0.5 ile çarpımına eşit olacak şekilde düzenlenmelidir. Oturma salonlarının fonksiyonu lobi kullanımı yanında aynen bar gibidir. Kanepeler, koltuklar ve bar taburelerinin yanında, oturma yerleri çeşitli kombinasyonlar da düzenlenebilir. Genelde bekleme salonları bitkiler, su elemanları veya kot farklılıklarıyla birbirinden ayrılmıştır. İç peyzaj düzenlemeleri bu mekanda da büyük önem taşımaktadır. Bahçe, havuz, doğal bitkilerden faydalanılabilir. Bekleme salonlarında oturma, müşteri üzerindeki etkisi iyi tasarlanmalıdır. Görsel özelliklerin yanında, kullanım özellikleri ve servis hizmetlerinin başarısı da çok önemlidir.⁴⁷

Bekleme Salonları, otellerin giriş kısmında olduğundan dikkat çekicilik, estetik açıdan önem taşımaktadır. Gelen müşterinin herhangi bir işlemini yaparken beklediği, misafirini ağırladığı ya da beklemek için kullanıldığından memnuniyet açısından konfor da özellikle göz önünde tutulur.

4.3.3. Restaurant

Büyük oteller, genel ve özel konuları içeren birçok restorandan oluşmaktadır. Her restoranın kendine has bir imajı vardır. Otel restoranlarının çizgisi tasarımcı tarafından detaylı düşünülmelidir. Genellikle bir veya daha fazla restoran otel lobisi etrafında toplanır Bazı otellerde restoranlar yalnızca kahvaltı için uygundur. Restoran ve oturma salonlarının tasarım unsurları yiyecek ve içecek kontrol listesine göre düzenlenmelidir. Tasarımcı yemek servisi, menü planlaması ve yemek hazırlama teknikleri konularına yakın olmalıdır. İyi araştırılmış işletme ve pazar araştırmalarını, tasarım amaçları takip eder. Menü ve işletme görüşüne bağlı olarak tasarımcı arzu edilen çevreyi, fonksiyonları, yerleşimi ışıklandırma ve dekorasyonu meydana

getirir. Restoran tasarımının dayandığı etmenler şu şekilde sıralanabilir. Odaların özellikleri, dış manzara, iç atmosfer ve eğlence tipi, müşteri ve personel dolaşımı, oturma grupları, mobilya düzenleri. Bu etmenlerin birbirleriyle ilişkileri tasarlamada belirleyici olmaktadır. Restoranlar otel müşterilerinin yanında dışarıdan gelen değişik grupları da ağırlamaktadır. Restoranın kapasitesi yatak odası başına 1.67 m² dir.



Resim -2.37: Barcelo Haval Hotel İspanya - Barselona Rastaurant

Restoranın girişinde bir fuaye düzenlenebilir. Ayrıca rezervasyonlara yardımcı olabilecek kişi için bir yerde düşünülmelidir. Giriş önünde yığılma önlenmelidir. Bütün oturma yerleri belli bir görüş noktasına göre düzenlenmelidir. Masa yerleşim alanları açık olarak belirtilmelidir. Büyük partilerin düzenlenmesine izin verecek şekilde masalar serbest bırakılmalıdır. Oturma alanları bölünebilir veya birleştirilebilir tekilde düzenlenmelidir. Her masa diğer masalardan ayrı bir mahremiyete sahip ölmelidir. Küçük bir sahne veya dans pisti düşünülebilir. Masalar bu görüş noktasına doğru yönetilebilir.



Resim -2.38: Four Seasons Otel Hindistan – Mumbai Restaurant

Salon çok amaçlı kullanımlara olanak vermelidir. Günün farklı saatlerinde farklı bölmelerde, farklı atmosferler sağlanabilir. Otel yemek servisindeki en son yaklaşım bir tek restorani pek çok farklı mizaçlara göre değiştirmektir. Teknik, çeşitli elemanlar, ışık ve ses tasarımlarıyla farklı atmosferler yaratılabilir özelleşen restoranlarda yerel atmosfer ve yaşam, yerel malzeme kullanımıyla sağlanabilir. Diğer yaklaşımda modern malzemenin yerel atmosferi yaratacak biçimde kullanımıdır. Giriş'e ve restoranın merkezine yakın bir yerde yemekler sergilenebilir; tatlılar, şarap vs. aynı zamanda self-servis İçinde bir büfe düşünülebilir. Genelde müşteriler self-servis imkanı olan lokantaları tercih etmektedir. Böylece pek çok çeşit arasından kendi zaman ve seçimine göre tercihte bulunabilir. Her 100 iskemle için bir servis istasyonu düzenlenmelidir.

Mekanın özel atmosferini kuvvetlendirici ve tamamlayıcı nitelikler düşünülebilir. Işığı azaltabilen tertibat saklanırsa kahvaltı, öğle yemeği ve akşam yemeklerinde değişik atmosferler yaratılabilir. Yumuşak müzik düşünülmelidir. Dekoratif detaylar, mobilyalar, bitkiler vs. işçilik atmosferi güçlendirir.

Yerel karakteri, stili, özellikleri ve malzemeyi vurgulayan dekor, iyi manzara çekicilik sağlar. Aydınlatma, ısıtma ve havalandırmayla ilgili çevre gereklilikleri sağlanmalıdır. Floresan aydınlatma restoranlarda söz konusu, değildir. Parlak seviyeler öğle yemeğinde düşünülebilir. Kişisel mekanlara özel aydınlatma düzenlenebilir. Tavan yüksekliği en az 275 cm. olmalıdır. Mekanik araçların vs.

salonun gürültüsünü emici nitelikte tavan tasarlanmalıdır. Duvarlar yıpranmaya, lekelenmeye dayanıklı, değişebilir nitelikte olmalıdır. Servis alanlarına giriş çıkış ayrılmalı, görülmemeli, ışık ve gürültü sızması önlenmelidir.⁴⁸



Resim -2.39: Swiss Otel Türkiye - İstanbul Restaurant/Gaja

Havalandırma, asma tavan içerisinde geçen kanallar ve bunlara bağlı menfezler yoluyla suni olarak sağlanır. Standart olarak havanın saat başına 4-5 kez temizlenmesi ve değişmesi gerekir. Kullanılan döşemeler ses geçirmezlik özelliğine sahip olmalıdır. Döşemelerin strüktürün de panel sistemler kullanılmalı, tamirat gerektirdiğinde kolayca müdahale edilebilmelidir. Restoranlarda konuşmayı engellemeyecek şekilde hafif bir fon müziği bulunabilir. Tek ve büyük bir mekan yerine çeşitli kademelerden ve nişlerden oluşan farklı imgelerle tasarlanmış bir mekanın çekiciliği arttırarak mekanı tek düzelikten kurtarır. Her yüz kişilik bir oturma grubunda bir, su, kahve, peçete vs. gibi ihtiyaçlar, kirli tabakların yerine temizlerin sağlanabilmesi için servis istasyonları bulunmalıdır. Mekanın merkezi bir bölümünde dans pisti için bir alan konumlanmalı. Masalar bu alana doğru yönlendirilmelidir.⁴⁹

48 İldeniz F.M., A.g.e., s.73-76

49 Yolcu E., 2006, Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, *Yüksek Lisans Tezi*, M.Ü., Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul. s.106-107

4.3.4. Bar – Cafe

Barlarda hizmet iki şekilde yapılmaktadır. Bir barda oturan müşteri için barmen bankoya servis yapar, bir diğer servis şeklide garson müşterinin oturduğu masaya servis yapar. Bu kriterlere tasarım aşamasında dikkat edilmelidir. Barların mekanları tasarımında dikkat edilmesi gereken kriterler aşağıda belirtilmiştir:

- Servisin uygun bir biçimde gerçekleşebilmesi için bar tezgahı iki kademe halinde düşünülmelidir. Bunlardan birinci kademede barmenin rahatça çalışabileceği bir yükseklikte olmalı, bir eviye, içki hazırlamak için yeterli alan ve ekipmanlar ve kadehlerin rahatlıkla asıldığı ve alındığı askı elemanı olmalıdır.

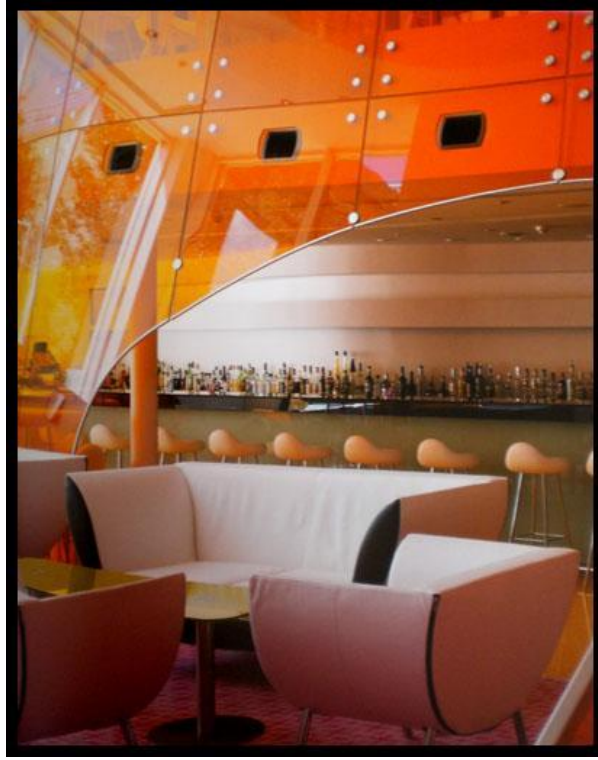


Resim -2.40: Marden Palace Türkiye – Antalya/Jazz Bar

- İkinci kademede ise müşterinin içkisini koyabileceği, çevresinde oturabileceği bir tezgah alanının yeterli düzeyde olmasıdır. Ayrıca barın arkasında içkilerin teşhiri için raflar bulunmalıdır. Bu mekanın tasarımında cam, ayna gibi yansıtıcı özelliği olan malzemeler kullanılarak dikkat çekilmesi sağlanabilir. Ayrıca mekanın konseptine uygun dijital öğeler, çeşitli görsellerde kullanılabilir.

- Bar tezgahı mekanın odak noktası olmalı, mekana uygun, mekan karakterini yansıtacak şekilde tasarlanmalıdır.

- Tezgah üzerinde kullanılacak malzeme aside, ısıya, alkole dayanıklı su tutmaz bir malzeme olmalıdır. Kaplama malzemesi olarak poliüretan kaplamalı ahşap, laminant, paslanmaz kaplamalar, seramik, mermer, granit, corian veya benzeri sağlam malzemeler kullanılabilir.



Resim -2.41: Semiramis Hotel(Karim Rashid) Yunanistan - Atina. Bar



Resim -2.42: Silken Puerta America Otel ıspanya – Madrid. Bar

- Servis tezgahının arkasındaki alanda bardakların, kokteyl hazırlamak için gerekli tüm malzemelerin saklanacağı dolaplar, buz ihtiyacının karşılanacağı dondurucular, buz dolabı, bardakların temizlenmesine olanak veren alanlar ve hesabın ödeneceği bir kasa bulunmalıdır.

- Barın arkasındaki geçit rahat servise imkan tanımalı en az 75 cm olmalı, döşeme kolay temizlenebilir ve kaymaz olmalıdır.

- Bar küçük değişikliklerle farklı fonksiyonlara hizmet veren bir alan olmalıdır. Yalnızca içki servisine değil kahve ve çay servisine de uygun tasarlanmalıdır.

Otellerde işlevsel ve mekansal açıdan farklı iki tür bar vardır. Bunlardan biri yiyecek servisi de yapabilen, otel restoranının bir uzantısı gibi olan “snack bar”, diğeri havuz çevresindeki içecek ve küçük çaptaki yiyecek ihtiyacını karşılayan havuz barlardır.



Resim -2.43: Sheraton Otel Ataköy –İstanbul. Snack Bar Görünümü



Resim -2.44: Gardens Of Babylon Turgutreis – Bodrum. Snack Bar-1

Snack bar’lar sıcak bir ortamda, bar atmosferi içerisinde, içkisi ile birlikte tek porsiyonluk bir öğün yemek yemek isteyen müşterilere hizmet verir. Havuz bar ise,

özellikle tatil yörelerindeki otellerde yaz boyunca çeşitli mimari formlarda olan ve farklı işlevsel beklentilere cevap verebilecek türdedir. Örneğin, havuz barın bir kısmı havuz içerisinde olup müşterilere havuz içerisinde bile hizmet verebilir. (Resim 2.44)

50



Resim -2.45: Gardens Of Babylon Turgutreis – Bodrum. Snack Bar-2

Beş yıldızlı otellerde cafe oluşumu ise, tercihe göre, otelin kimliğine ihtiyaca yönelik yapılandırma ile oluşmaktadır. Otelin dış mekanında giriş kısmına yakın olarak ayrı bir bölge halinde de oluşturulabilmektedir. (The Marmara Oteli). Bu şekilde yapılmış olan cafeler de hedeflenen müşteri kitlesi, gecelen müşteriler ve gününbirlik müşterilerdir. Genel itibari ile konumlanmaları olumlu yönde etkiler. Otelde belirgin bir hareket oluşmasını da sağlamaktadır. İç mekanda tercih edilen cafe yapısı, bar-cafe mantığında da olduğu gözlenmektedir. İç mekan da ve dış mekanda oluşturulan bu mekanların kolay algılanabilir olması da tercih sebeplerindendir. Döşeme, mobilya, aydınlatma, peyzaj düzenlemeleri aykırı bir düzen oluşturmayacak şekilde yapılmalıdır.

4.3.5. Kokteyl- Balo Salonu

Kokteyl salonu çok amaçlı bir kullanıma olanak verecek esneklikte olmalıdır. Bunun için dekorların mobilyaların, ışık ve ses düzenlerinin değişebilir olması gerekir. Bu tip salonlar restoranlardan farklı olarak daha davetkar ve rahatlatıcı ara mekan niteliğindedir. Sessiz bir lobi salonundan farklıdır.

Mekanın boyutları kişi sayısına bağlı olarak belirlenir. Kokteyl salonunun oturma alanları, müşteri eğlence tarafından rahatsız edilmeden sessizce oturabilecekleri bölünmüş oturma yerleri olarak tasarlanmalıdır. Duvar dipleri ve korunaklı kısımlarda sabit oturma yerleri merkeze doğru serbest düzenlemelere dönüşebilir. Böylece orta hacmin esnekliği sağlanır.

Eğlence ve dans için titiz bir tasarım gereklidir. En azından müşterilerin yarısını eğlenceye dahil edebilecek şekilde bir pist düşünülmelidir.⁵¹



Resim -2.46: Polat Renaissance Otel – İstanbul. Balo Salonu

Restoranlar gibi parlak ve süslü olmalıdır. Kokteyl salonu hizmet ettiği eylem grubu ile bağıntılı olarak bünyesinde bir “bar” içerir.

Genel aydınlık seviyesi çok yüksek olmamalıdır. Akustik açıdan hizmet alanlarından gelebilecek her türlü ses mümkün olduğu kadar engellenmeli, özellikle servis ve mutfak mekanlarının girişleri perdelenmelidir.

Kokteyl salonlarında lobiden dikkat çekerek müşterilerin gelmesini sağlamak amacı ile bir fon müziği veya herhangi bir eğlence organizasyonu bulunmalıdır. İyi bir havalandırma havasız ortamı engellemek açısından önemlidir. Büyük bir mekan, daha küçük samimi alanlara bölünmüş bir alandan daha az davetkardır. Bu nedenler, mekan da bölünme kolonlarla, yüksek olmayan separatörlerle veya seviye değişiklikleri kullanılarak sağlanmalı, mekan insan ölçeğine indirgenmelidir.⁵²

Balo salonları otelde çeşitli resepsiyon, davetler ve ziyafetler için kullanılan alanlardan biridir. Balo salonu girişi, otel girişinden kolay algılanabilir bir yerde olmalıdır. Hatta mümkünse otel girişi dışında bir giriş tasarlanmalıdır. Otopark ile doğrudan bağlantılı olmalıdır. Balo salonu çeşitli durumlarda farklı gruplara hizmet verebilecek şekilde bölünebilir olarak tasarlanmalıdır. Prensipde tek bir fuaye kullanılır ancak küçük gruplara da hizmet verebilmek adına kayar veya sabit panolar kullanılarak ayrılabilir olmalıdır. Kullanılan bölücü elemanların mutlaka ses izolasyonu olmalıdır. Balo salonunda düzenlenecek organizasyonlar için kişi başına yaklaşık 1-1.5m² alan düşmektedir. Balo salonunun gerekli durumlarda yemekli toplantılar haricinde sergi ve fuar amaçlı kullanılabilineceği de düşünülmeli, tavan yüksekliği en az 4.60m. olmalıdır. Dekorasyonda da mümkün olduğunca sade olmalı her türlü işlev ile uyum sağlayabilmelidir. Servis mekanlarındaki çalışma sesinin duyulmasını engellemek amacı ile kapıların kendiliğinden kapanmasını sağlayacak amortisörler bulunmalı, kapı çarpma seslerini önlemek amacı ile de kapılarda kauçuk veya lastik stoperler kullanılmalıdır. Mobilyalar kullanım amacına göre değişebilen nitelikte, sağlam ve rahat olmalı, kolay taşınabilmeli salon minimum emek, masraf ile düzenlenebilmelidir.⁵³

52 Çakırkaya Y., A.g.e., s.84-86

53 Yolcu E., A.g.e., s.117,118

6.2.6. Konferans-Toplantı Salonu:

Genellikle yerel şirket, dernek, kulüp v.s. gibi kuruluşların toplantı ve seminer gibi faaliyetlerine cevap veren, bu nedenle de gereksinimini daha çok dış talep tarafından belirlenen mekanlardır.



Resim -2.47: Sheraton Otel Ataköy –İstanbul.Toplantı Salonları

Toplantı odaları büyük bir toplantı salonunun çeşitli ses geçirmez bölme elemanları ile bölünebilir olabilir. Bu yöntem farklı boyutlarda toplantı salonlarının oluşmasına imkan sağlar.

Ancak söz konusu otel kongre ve toplantı ihtiyacını karşılamak amacıyla ise o zaman büyüklü küçüklü pek çok toplantı salonu tasarlamak daha işlevsel olacaktır. Toplantı odaları yatak odalarından ayrılmalı, giriş kısmından asansörler Ya da merdivenler aracılığı ile salon fuayesine ulaşılabilinecek biçimde tasarlanmalıdır. Tavan yüksekliği en az 275 m olmalı, salona uygun aydınlatma ekipmanları kullanılmalıdır. Ayrıca tavanda ateşe ve dumana duyarlı, yangın söndürücü sistemler bulunmalıdır. Salonun aydınlatmasını sağlayacak aydınlatma elemanları reostalı olmalı, gerekli durumlarda pencereler tamamen karartılabilir olmalıdır. Duvar, tavan ve yer döşemeleri ses yutucu özellikte seçilmeli, akustik kontrol sağlanmalıdır. Dekorasyonda dikkat dağıtıcı öğelerden ve kontrast renklerden kaçınılmalıdır. Mobilya seçiminde, yuvarlak veya dikdörtgen toplantı masaları, rahat oturumlu sandalyeler, video ve slayt gösterilerine imkan sağlayacak perde kullanılmalıdır.⁵⁴

4.3.7. Sergi-Fuar Salonu

Fuar ve sergi alanları, yeni geliştirilen mal ve hizmetlerin tanıtımı, gelişen teknolojiyi takip etmek ve bu konularda ilişkiler kurmak amaçlı büyük organizasyon alanlarıdır.

Mekansal ve boyutsal özellikleri açısından bakmak gerekirse; mekan, nötr bir formda ve kolonsuz olması gereklidir. Tavan yüksekliği küçük sergi alanlarında minimum 3.6m-4.3m, fuar salonlarında ise 6m olmalıdır. Balkon altlarında bu değer 3m'ye kadar düşebilir.



Resim -2.48: Hilton Otel – İstanbul. Sergi ve Kongre Salonu

Aydınlatma, havalandırma, yangın sezme ve koruma sistemleri tavan boşluğu içinde çözümlenmelidir. Sergileme kolay taşınabilir, modüler, kolay depolanabilir olmalıdır. Dayanıklı duvar elemanları ve bölücü panolar kullanılmalıdır. Stantlar, taşınma, montaj, esneklik ve mekan kullanımında kolaylık sağlaması açısından bir modüle uygun olarak planlanmalıdır. Küçük stantlar 3m en ve 2.5m-3m derinliğe sahiptir. Net olarak 9m² kullanım alanı gereklidir. Daha büyük organizasyonlar için net kullanım alanı 15m²'ye çıkabilir. Panel yükseklikleri ise 2.75m'dir. Stantlar sergilemenin en az yer kaybedecek şekilde yapılması için modüler bir şebekeye gidilmesi gereklidir. Çünkü her farklı modül, teknik hizmetlerin maliyetini artırır, döşeme ve tavanın devamlılığını bozabilir. Yangın alarmları, duman ve ısıya duyarlı sistemler bulunmalı, sprinkler adı verilen otomatik fiske sistemleri ve yangın söndürme tüpleri bulundurulmalıdır.⁵⁵

4.3.8. İdari Birimler

İdari mekanlar, otelin yönetim bölümüne ve çeşitli hizmet departmanlarına ait mekanlardır. Otel misafirlerinin kullandığı alanlar olmadığından, fonksiyonel yönü önde olan mekanlardır. Yönetim bölümü, otel organizasyon şemasının üstünde yer alan genel müdür ve genel müdür yardımcısından oluşmaktadır. Yönetici odaları, sekreteryalari ve yönetime ait toplantı odaları genellikle lobi katında veya lobinin üstünde genel mekanlara ayrılmış katlarda yer almaktadır.

Zaman zaman çok önemli görüşmelerin gerçekleştirildiği yönetici odaları, idari mekanlar içinde en prestijli alanlardır.

Beş yıldızlı otellerde yönetimin altında yer alan departmanlar; ön büro, kat hizmetleri, yiyecek-içecek, satış-pazarlama, insan kaynakları ve eğitim, finans-muhasebe, sağlık merkezi, teknik ofis, bilgi işlem ve güvenlidir. Ön büro lobide, resepsiyonla ilişkili bir yerde konumlandırılmaktadır. Rezervasyon, resepsiyon ve santral ön büroya bağlı olarak çalışan birimlerdir.

Güvenlik departmanı ana giriş, mal kabul ve personel girişleri, otopark gibi otele giriş-çıkış yapılan noktalarda görev yapmaktadır. Buralarda güvenlik için gerekli düzenlemeler yapılmakta, güvenlik amiri ve güvenlik şefinin genellikle bodrum katlarda, personel ve mal kabul girişleri ile ilişkide olacak konumda odaları bulunmaktadır.⁵⁶

Ön büro ofis sistemi genelde otellerde müşterinin görebileceği şekilde konumlandırılmıştır. Müşterinin iyi bir şekilde algılanması isteniyorsa otelin giriş katında uygun ve iyi bir yerde yer almalıdır. Otellerde müşteri memnuniyeti açısından müşterinin girebileceği bir yer olduğundan, idari birimlerinde otelin genel beğenisi açısından yerleşim düzenine hatta tasarımına da önem verilmesi gerekmektedir.

56 **Apaydın B.B.**, Mimarlıkta Estetik Olgusu ve Değerlendirme, İç Mimarlık Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik Tezi, MSGSÜ., 2001, s:2-8

4.3.9. Sirkülasyon Alanları

Tasarımda yapı içinde olması gereken mekanlar tanımlanıp, birbiri ile işlevsel açıdan ilişkisi olan mekanlar arasında bağlantılar veya yakınlık ilişkisi kurularak mekan dağılımları yapılmaktadır. Bu mekanlar ve yapının katlarındaki diğer mekanların bağlantısı, sirkülasyon elemanları ile yapılmaktadır. Bu yüzden tasarımda sirkülasyon elemanlarının yeri oldukça önemlidir. Sirkülasyonu sağlayan elemanlardan koridorlar aynı kattaki mekanlar arası yatay sirkülasyonu sağlarken, merdivenler, yürüyen merdivenler ve asansörler katlar arası düşey sirkülasyonu sağlamaktadır. Yapılarda her katta düşey sirkülasyonu sağlayan elemanlar ile tesisat açısından her katta alt alta konumlanması tercih edilen tuvaletler ve tesisat şaftları yapının çekirdeğini oluşturur. Yapı çekirdekleri yapının formu ve büyüklüğüne göre çoğalabilmektedir. Bu yüzden yapıyı çekirdeği ile birlikte çözümlemek gerekmektedir. Sirkülasyon elemanlarının kullanım yoğunluğunun fazla olması sebebiyle otellerde de sirkülasyon alanlarının tasarımına önem verilmektedir. Otel tasarımında müşteri ve çalışanların bir yerden bir yere minimum alan ve süre kaybı ile ulaşabilmeleri gerekmektedir. Özellikle personelin iyi hizmet verebilmesi için süre oldukça önemlidir.

Sirkülasyon planlamasında otelin formu ve büyüklüğü kadar, müşteri ve personel sayısı da tasarımı etkilemektedir. Mekanların dağılımına göre ulaşım yolları belirlenmeli ve bu yollar belirlenirken servis kolaylıkları, ulaşım mesafeleri, ulaşım hızı ve güvenlik faktörleri dikkate alınmalıdır. Sirkülasyon elemanlarından müşteriye ait olan merdiven ve asansörler kullanıcının kolay algılayabileceği yerlerde konumlanmalıdır. Personellere ait sirkülasyon elemanları ise tam tersi müşterinin çok dikkatini çekmeyecek şekilde ayrı bir mekanda düşünülmelidir. Merdivenler sirkülasyonu sağlamanın dışında gösteriş, dekoratif amaçlı da kullanılabilir.



Resim -2.49: JW Marriott Otel Çin – Pekin. Merdiven Görünüşü



Resim -2.50: JW Marriott Otel Çin – Pekin. Merdiven Görünüşü-2

Merdivenlerdeki rıht yüksekliği, basamak genişliği ve merdiven genişliği rahat kullanımı sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır. Yine rahat kullanım için merdivenler sahanlıklı çözülmelidir. Ana merdiven müşterilerin kullandığı tüm katlara çıkmalıdır. Dışarıdan gelen müşteriler için eğlence ve aktivite mekanları varsa bu mekanlara çıkan ayrı bir merdiven düşünülmelidir. Basamaklar yıpranmaya dayanıklı, kaymaz ve ses yutucu malzemeden yapılmalıdır. Merdivenler iyi aydınlatılmalı, kullanıcının basamakları algılanması sağlanmalıdır.

Asansörler, katlar arasındaki düşey bağlantıyı sağlayan mekanik sirkülasyon araçlarıdır. Sayı ve büyüklüklerinin belirlenmesinde etkili olan dört ana kriterden sözü edilebilir.

- 1) Nüfus
- 2) Trafik
- 3) Toplantı salonları ve genel faaliyet alanları
- 4) Otopark

Otellerde en az bir asansör olması gerekmektedir. Kat sayısının onu geçmesi durumunda yapıda en az 2 adet asansör bulunmalıdır. İki veya üç asansörün düzenlenmesinde,

asansörlerin yan yana konumlandırılması müşterinin asansörleri takibi açısından kolaylık sağlar. Kat sayısının fazla olmasına bağlı olarak artan asansörlerin kullanımında farklı çözümlere gidilebilmektedir. Otel kat sayısı fazla olduğu durumlarda, her asansör her kata çıkmamaktadır. Böylece kullanıcılar çıkmak istediği kata çıkan asansörü tercih edebilmektedirler. Bu durum, hem asansörlerin kullanım yoğunluğunu azaltmış olup hem de süre açısından kullanıcıya kazanç sağlanmaktadır. Asansörün bekleme alanı, giriş katında ve yatak katlarında koridorların en az üç katı genişliğinde olmalı, bekleme için sirkülasyonu engellemeyecek şekilde sağlanmalıdır.

Asansörden sonra ulaşılabilecek en uzak mesafe maksimum 60 m olmalı, Optimum mesafe 45 m.'dir.⁵⁷

4.4. Beş Yıldızlı Otellerin Giriş Mekanında Kullanılan Mobilya, Ekipman ve Objeler

Lobi mekanlarında ilk göze çarpan, ortamın atmosferini etkileyen çevresinde yerleşim düzenidir. Yerleşim düzeni oluşturmada etken olarak mobilya ve ekipmanlar, çevrenin düzenlenmesinde ise objeler önemli yer tutar.

Kullanım açısından insanların rahatlığı, mobilyaların konforu ve işlevi bu düzenlemede etkili bir rol oynamaktadır. Otele gelen müşteriler hangi amaçla gelirlerse gelmiş olsunlar, mutlaka cevap verir nitelikte olması beklenmektedir.

57 Aydın, B.G., 2009, Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi Talimhane Bölgesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.74-76

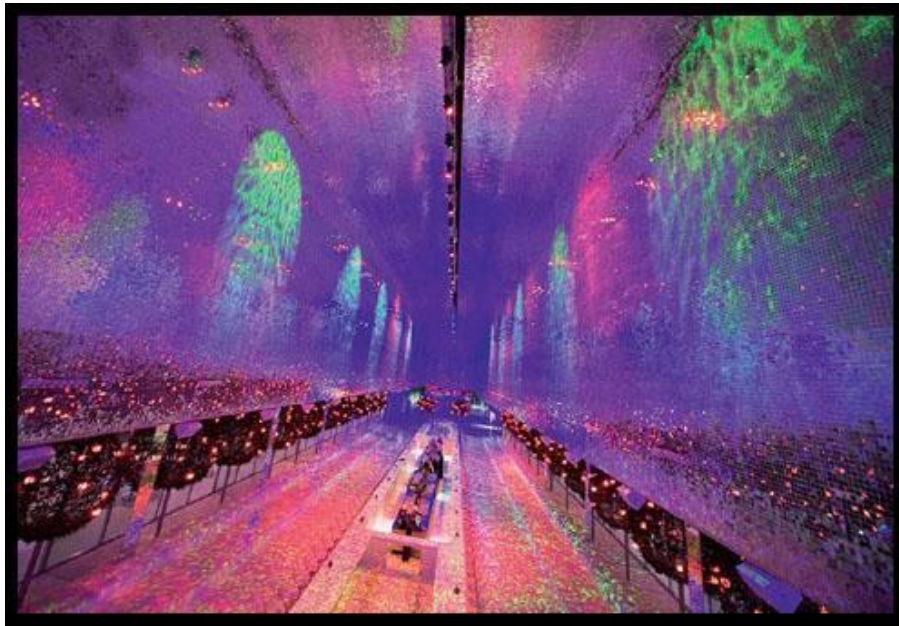
Memnuniyet, konfor, çarpıcılık, estetik vb. olgular düzenleme çerçevesinde oluşturulması gerekir.

4.4.1. Mobilya, Ekipman ve Objelerin Etkileri ve Düzenleri

Otellerin konum yer ve niteliklerine göre sınıflara ayrıldığında biliyoruz ki üzerine etiketledikleri gereklilikler vardır. Beş yıldızlı oteller sınıfında bulunan niteliklerden eğlence, hizmet, aktivite vb. unsurlar dahilinde konumlanmış olan mekanları için mekana ve özelliğe göre yerleşim yapılır. Beş yıldızlı tatil otellerinde bulunan; spor, eğlence ve aktiviteleri, sağlık, güzellik, dinlenme vb. kategorileri ile hizmet sunarken araç ve gereçleri bu doğrultuda yerleşmelidir.

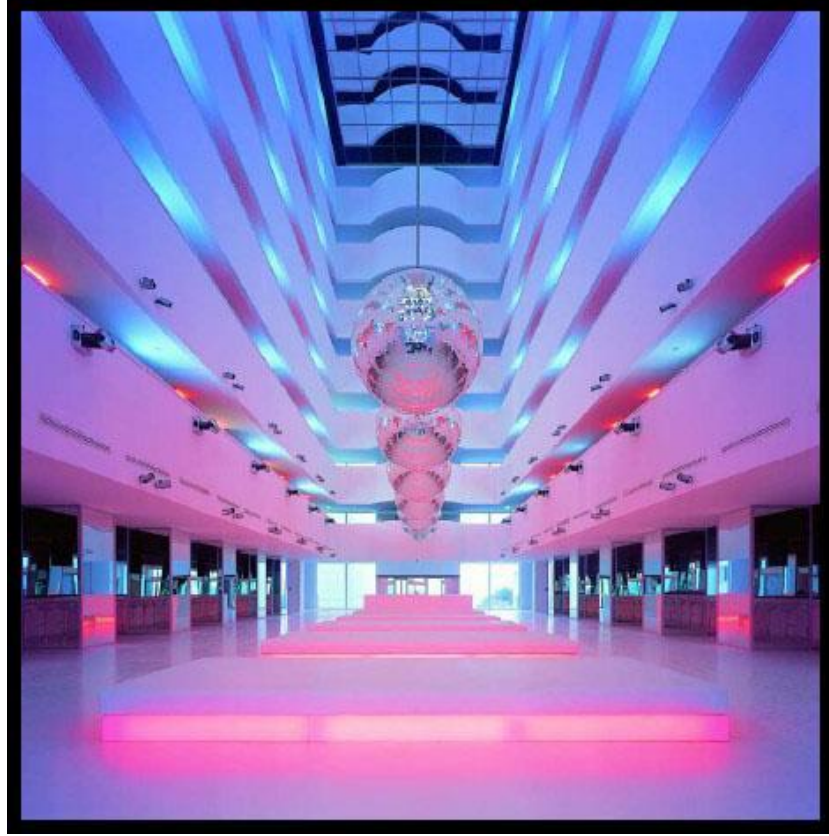
Mobilya ekipman ve objelerin düzenlenmiş mekana olan uygunluğu, müşteri açısından tekrar tercih edilme unsuru olarak da görülmektedir.

Örneğin kapalı-açık havuz kenarlarında dinlenme-oturma amacıyla bahçe mobilyası oturma ve uzanma mobilyaları ile bağdaşan objeler kullanıldığından hem görüntü estetiği hem de konfor açısından dikkat çekici hal kazanır. Ayrıca lobiler de kullanılan ayna kullanıldığı mekanı daha geniş göstereceğinden insan gözünden daha ferahlatıcı ve geniş bir etki bırakır.



Resim -2.51: Adam & Eve Otel Antalya – Belek. Lobide Kullanılan Ayna Etkisi

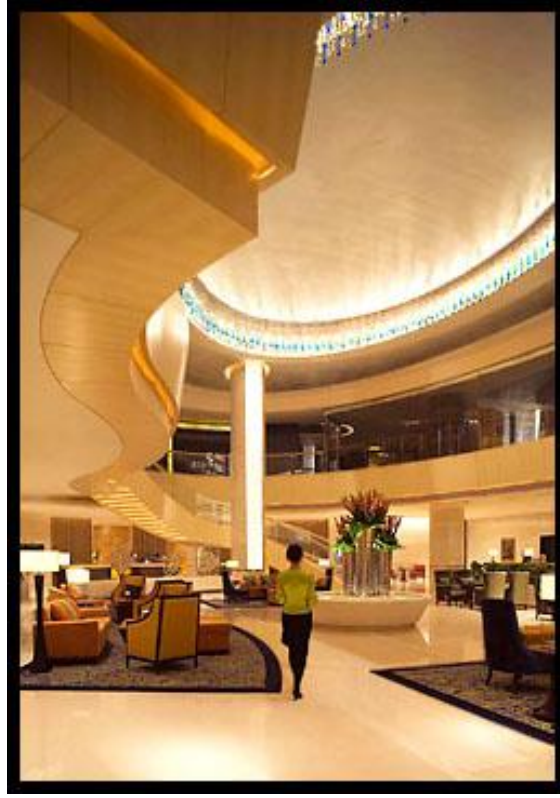
Atriumlu lobiler ise insana daha heybetli bir görünüm ve daha da geniş bir yapıda olduğu hissi uyandırır. Bu nedenle atriumlu lobilerde kullanılan mobilya ve ekipmanların doğru ve uygun yerleşimi kullanıcılara daha da hoş ve estetik görülebilmektedir.



Resim -2.52: Hillside Su Otel – Antalya. Lobi Mekanı

Ayrıca bölge ve kültürel açıdan otellerde kullanılan ekipmanlar farklılık gösterir. Bulundukları yerden etkilenebilir. Örneğin Çin'de mobilya aparatı olarak seperatörlerin yaygın kullanılması gibi detaylar bölge açısından farklılığı göz önüne sermektedir.

Ekipmanların yerleşiminde zemin, duvar, tavan ve mobilya ile uyumu söz konusu olduğunda, otelin belirli bir konsepti var ise bu doğrultuda yerleştirilmesi doğru bir uygulama olacaktır. Örneğin otelin konsepti beş yıldızlı bir golf resort çerçevesinde ise, konsept dahilinde oluşturulan objeler estetik açıdan göze hoş gözükmeleri bakımından etki bırakacaktır. Özellikle karşılama bankosu arka bölümü ve yan kısımlarında yüzeylerinde çeşitli malzemeler kullanarak farklı kılmak önemli bir etki de yaratır.



Resim -2.53: JW Marriott Otel Çin – Pekin. Lobi Mobilya Yerleşimi

Fotoğrafta görünen Sanserson Otel de kullanılan mobilyaların düzensizliği ve aralarındaki uyumsuzluk görülmektedir. Sade olarak düzenlenmiş olan lobiye hareket katması için birbirinden bağımsız ekipmanların kullanılmıştır.



Resim -2.54: Sanderson Otel – Londra. Lobi Mobilyaları

Mobilyaların ekipman ve objelerin yerleşim yerleri ve düzenlemelerinde tehlike unsuru teşkil etmemesi gerekmektedir. Evrensel tasarım ilkeleri olarak kabul edilen standartlar çevresinde yerleşimi doğru olacaktır. Müşteriler arasında çocuk ve engelli insanların dolaşım sirkülasyon alanlarında hareket edeceği unutulmamalıdır. Otelin giriş ve çıkışları, kapıları merdivenleri geçiş alanları, yönlendirmeleri ve özellikle ıslak hacimlerde engel teşkil etmeyecek nitelikte tüm sayılan faktörler doğrultusunda mimar tarafından tasarlanmalıdır.

4.4.2. Mobilya, Ekipman ve Objeler Algılanma Faktörleri

İç mekan da yer alan mobilya ve servis eşyaları gibi donatı elemanlarının düzenlenişi, nitelikleri, yoğunluk ve görünümleri mekanın algılanmasında etkili olmaktadır.

Dolayısıyla bunların, kullanıcıların fizyolojik ölçülerine uygunluğunun ötesinde malzeme, renk ve doku açısından, içinde bulunacağı mekanın diğer öğelerine de uygun olması ve mekana estetik değerler katması gerekmektedir. Mekan sınırlayıcıları, yüzeylerin doku ve renkleri, mekandaki donatı elemanları ile bir bütün halinde mekanın niteliğini oluşturmaktadır.



Resim -2.55: Epic Otel & Residence Amerika – Miami. Lobi Mobilya Düzeni

Boyutsal özellikler bu mekanı oluşturan alt elemanlar için belirlenmiş olan ergonomik düzeydeki minimum ölçüleri tanımlarken donanımlar ise mekanın sahip

olması gereken dekorasyon elemanlarını ve aksesuarları belirler. Boyut ve zeminin renk ve doku farklılaşması ile mekan içinde alt mekanlar örgütlenebilir. Bu alt mekanların belirli olmaları için yüzen dokuların (hareketli donatının) sürekli ve kesintili düzenlenmeleri önemlidir.⁵⁸

İnsanların otellere ilk girdikleri andan itibaren algılamaları oldukça yüksek olur. Hangi maksat ile gidilmiş olursa da mutlaka göze çarpan, beğenilme ve memnun olma dürtüsü insanların algısını daha da açacağından inceleme otelin girişinden itibaren başlamaktadır.

Beş yıldızlı otellerin özellikle zincir niteliğinde olan otellerin konumlanmaları yer ve mekan özellikleri bakımından, otelin tasarlanmasında kullanılan zemin, duvar ve tavan malzemesine kadar tamamlayıcı olarak oluşturulurlar. Aynı zamanda ülke ve kültür farklılığı ile otel tasarımında mekansal düzenlemelere farklılıklar katılır. (Resim -2.56)



Resim -2.56: Four Seasons Otel – Bangkok & Sharm El Sheikh

Otel lobisinde kullanılan oturma grubunun şeklinden rengine kadar estetik açıdan algılanması açısından karar nitelikleri öncelik taşır. Ayrıca otellerin işletme verimliliğinin de artırılması söz konusu olduğunda özellikler giriş mekanların da, odalarda ve restoranlarda mimari yeniliklerin yapılması gerekliliği otel yetkilileri tarafından belirtilmiştir. Bunun dışında bazı beş yıldızlı otellerde giriş lobi mekanlarından hemen sonra aynı kat içerisinde konumlandırılmış olan toplantı ve

balo salonlarının ihtiyaç duyulduğunda mimari değişikliklerinin yapılması gerektiği de belirlenmiştir. Yapılan yenilikler doğrultusunda müşteri memnuniyeti ve konforu açısından önemlidir. Beğeniler ve istekler doğrultusunda göz zevkine hitap edebilecek genel tasarlama faktörleri ışığında mimarlar yönlendirmelidir.

4.5. Beş Yıldızlı Otellerinin Lobilerindeki Renk Kullanımları

Renklerin insan duyguları üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Renkler doğru kullanıldığında, bir mekanın karakteri istenildiği gibi oluşturulabilir ve kullanıcıda istenen etkiyi bırakabilmektedir.

Otel yapılarında, farklı renk düzenlerini gerektirecek bir dizi mekanlar bulunmaktadır. Giriş lobileri ve bu alanlara yakın ortak kullanım mekanlarında, olumlu ve davetkar bir izlenim oluşturmak için kuvvetli renklerin kullanılması uygun olacaktır. Geleneksel düzenlerde, genellikle doğal ahşap, pirinç, diğer metalik elementler ve çoğunlukla güçlü renklerdeki mermerler kullanılır. (Resim -2.57).



Resim -2.57: Hotel Paramount Amerika – New York Lobisi. (Philippe Starck)

Daha uzun sürelerde kullanılan lobiler ve bekleme salonları otel odalarıyla benzer renk düzenlerine sahip olabilirler. Genel olarak, sıcak renk tonları konfor hissini desteklerken soğuk renk tonlarıysa, sıcak iklimlerde uygun olabilecek renk düzenlerinin renkleridir. Yerel ve geleneksel tasarım düzenlerinin dışında modern uygulamalarda otel mekanların da çok farklı ve sıra dışı renk uygulamaları görmek mümkündür.



Resim -2.58: Gansevoort Otel Amerika –Miami. Lobide Kullanılan Renk Düzeni

Örnek olarak Resim -2.58’deki Gansevoort Otel, iç dizaynının da modern bir tasarım uygulanmıştır. İlk göze çarpan lobi de çok aydınlık ama gözü yormayan güzel bir aydınlatma uygulanmıştır. Ayrıca duvara uygulanan akvaryum ise canlı ve yeni bir görünüm kazandırmıştır. Zeminde ise yenilikçi, çekici bir kilim uygulanmıştır. Bu otelin konseptin deki bir diğer özellik ise her odanın bir yerinde mutlaka pembe renklere rastlanmasıdır.

Sıcak renklerin hakim olduğu bir mekanda geçen zamanın daha fazla tahmin edildiği ancak soğuk renklerin yoğun olduğu bir mekânda tahmin edilen sürenin gerçek sürenin altında olduğu saptanmıştır. Buna bağlı olarak soğuk renklerin sakinleştirici özellikte olması, rutin, monoton işlerin yapıldığı yerlerde kullanılmasının uygun olabileceğini göstermektedir.

Odalara ulaşım sağlayan yatay sirkülasyon alanlarında ise özellikle canlı renkler kullanılarak, uzun ve sıkıcı geçişlerin olumsuz etkilerini azaltmak amaçlanır.

Bununla birlikte koridorların sonundaki güçlü renklerle yan duvarlarda oluşturulacak renk kontrastları psikolojik açıdan oldukça uygun bir düzenlemedir.



Resim -2.59: Blacket Otel Avusturalya – Sydney. Koridor Görünümü

Bazı çok katlı otellerde, her katın koridorları ve holleri için anahtar bir renk teması kullanılır ve böylece her katın kolaylıkla tanınması sağlanır.

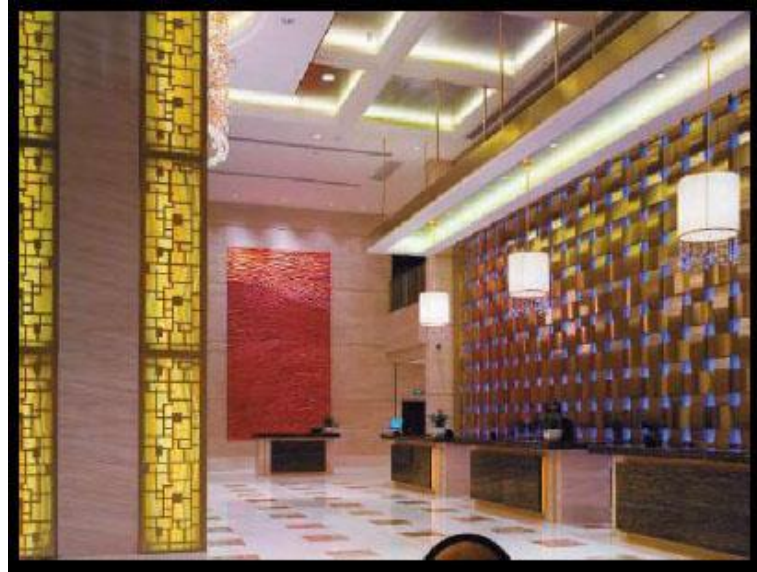
Örneğin Beyond Hotel Formtext İzmir de altı kat ve altı farklı renk konseptiyle oluşturulmuştur (Resim -2.60). Otelin etrafı tüneli andıran, ışıklandırılmış giriş koridoru, üç boyutlu küp biçimindeki kabul bankosu ve her kattan yansıyan farklı renkteki neon ışıkları gibi özellikleri var. Bu özellikler otele apayrı bir dinamizm katmakta ve keşfetme duygusunu körüklemektedir. Formtext, “İş adamları en çok hangi renkleri seçiyor?” diye sorulduğunda genel müdürü Tuğrul Altan'ın verdiği yanıt kimseyi şaşırtmayacak türden: “Tercihler, huzurun ve gücün simgesi olan mavi ve kırmızı üzerine yoğunlaşıyor.”



Resim -2.60: Beyond Otel – İzmir Kırmızı Koridoru

Mekan örgütlenirken bazen bir erişimin sonlanması bazen sürmesi istenir. Renk şeffaf bir sınır ya da sapağa işaret eden bir gösterge olarak kullanılabilir. Le Corbusier rengi giderek açılan yok olan tonlarından yönlendirmede yararlanılabileceğini savunur. Zemin renkleri kalıcılığı ve sağlamlığı anlatmak üzere koyu, tavan renkleri ferahlığı, uçuculuğu, sınırsızlığı anlatmak için açık renklerden seçilir. Arıtan'a (1998) göre, renkler içerdikleri düşük ya da yüksek titreşimli enerjileri ile insan psikolojisi üzerinde etkili olmaktadır. İnsanın duygusal, zihinsel ve fiziksel dünyasını derinden etkileme gücüne sahiptirler. Renk psiko-sosyal gereksinimlerin sağlanmasında da etkili olmaktadır. Bu nedenle renkleri yapısal olarak incelemek kadar psikoloji açısından da incelemek gerekmektedir. Bazı renkler, iç daraltıcı, sıkıcı bulunduğu gibi, bazı renkler ise insan üzerinde bir ferahlık, genişlik duygusu yaratmaktadır. Bu özellikleri ile renkler, uyarıcı oldukları kadar, bunaltıcı, yapıcı oldukları kadar da yıkıcı, itici ya da çekici olabilmektedirler.

Her rengin insanlar üzerinde farklı bir anlamı ve etkisi vardır. Mavi ve yeşil tonları; mekanda daha doğal bir fon oluşturarak sakin, rahatlatıcı ve serinletici etki yaratırlar. Turuncu, kırmızı ve sarılar; mekanı daha küçük ve samimi gösterirler. Ancak bu renklerin parlak tonlarını kontrast renklerle kullanırken dikkatli olunması gerekir aksi halde hoş gitmeyen karmaşık, boğuk görüntüler oluşabilir. Lawson'a (1976) göre, turuncu, sarı, kırmızı renkleri, sıcak, aktif ve uyarıcı bir etkiye sahiptir ve samimi bir ortam yaratır. Bu samimi ortam iletişimin daha çabuk kurulması sağlanmaktadır.



Resim -2.61: Sheraton Changsha Otel – Çin. Lobi

Krem ve gri tonları; dikkati çekmezler ve fonla bütünleşirler. Bu renkler daha çok zerafet ve sadelik istendiği zaman kullanılabilir.

Siyah ve beyaz tonları genellikle fonla zıtlık oluşturulmak istendiğinde iç mekan dekorasyon malzemelerin de (mobilyalar, perdeler, döşemelikler, zemin kaplaması vb.) kullanılır. Aynı zamanda beyaz renk masa örtülerinde kullanılarak temizlik hissi yaratılır.



Resim -2.62: Dusit Dubai Otel – Dubai. Giriş/ Lobi



Resim -2.63: Helsinki Kamp Otel - Finlandiya. Lobi

Renkte uygunluk ile güven ve rahatlık duygusunun oluşturduğu psikolojik tepki, bir arada düşünüldüğünde, değerlerin ve tonların yakınlığı mekansal etkiyi güçlendirmektedir. Diğer taraftan zıt renkler (yeşil ve kırmızı gibi) birbirlerini

tamamlayıcı renkler olarak bilinmektedir. Böyle renklerin bir arada bulunması veya yan yana gelmesi birbirlerinin şiddetini arttırmakta ve bu şekilde görsel ilgi sağlamak için kullanılmaktadır. Diğer bir deyişle, görsel ilgi gerektiren bir mekan da etkinliği sağlamak, belirli bir özelliğe dikkat etmek, önemli bir elemanı vurgulamak için zıt renkler kullanılmaktadır.⁵⁹

Mekân Tipi	Eylem Özellikleri	Önerilen Renk	Sağladığı psikolojik etki	Aydınlatma sisteminin özellikleri
Oturma odaları, salonlar (Konut, otel...)	Oturma, dinlenme, Tv izleme, Bekleme	Açık renkler Beyaz Açık mavi Doğal renkler	Gözü dinlendirmesi, huzur vermesi, stres atma, dinlendirme	Sıcak renkli lambalar, endirekt aydınlatma, dimmerlenebilir aydınlatma veya bölgesel aydınlatma sıcak ışık renkleri
Koridorlar, bekleme salonları, giriş fuayeleri, (ortak kullanım alanları)	Bekleme Geçiş Oturma	Gül rengi, şeftali, mor ve açık tonları, canlı ve sıcak renkler	Kendine güven duygularını harekete geçirmesi, huzur vermesi	Yarı şeffaf aplikler, geniş açılı armatürler

Şekil - 3.13: İç Mekanda Önerilen Renkler ve Etkileri

	Sıcak Renk Koyu Değer	Soğuk Renk Koyu Değer	Sıcak Renk Açık Değer	Soğuk Renk Koyu Değer
Tavanda	Kasvetli Tehditkar	Kapaticı Örtücü	Manevi Baskı	Yükseltici
Duvarda	Çevreleyici, Sarıcı	Soğuk	Hareketlendirici	Serin, Yönlendirici
Döşemede	Tutucu, Sağlam, Emniyetli	Ağır	Yükseltici, Kaldırıcı	Düz, Koşmaya Teşvik edici

Şekil - 3.14: Tavanda, Döşemede ve Duvarda Renklerin Etkileri

Renklerin algılanması ışık kaynaklarına bağlı olduğundan, seçilen ışık kaynaklarının renkleri ve renk geri verim endeksleri tasarımın önemli ilkelerindendir. Eylemler ve renk arasındaki ilişkilerin doğru kurulması sonucu görsel konforun sağlanması kolaylaşacaktır. Bununla beraber kişilerin eylemleri daha kolay ve istekle yerine getirmeleri sağlanacaktır.

Bu etkilerin sağlanabilmesi için uygun aydınlatma düzeneklerinin ve uygun ışık kaynaklarının seçilmesi gerekmektedir.

4.6. Beş Yıldızlı Otellerin Lobilerinde Aydınlatma

Renklere anlamı, yoğunluğu, canlılığı ve tüm özelliklerini veren ışıktır. Işığın sıcaklık ve soğukluğu doğrudan doğruya ışık renginin sıcak ya da soğuk olarak nitelendirilmesidir. Renklerde söz ederken, mavi ve yeşil renklerin soğuk; kırmızı ve turuncu renklerin sıcak olarak nitelendirildiği genelde bilinir. Nitekim bir ışık kaynağının yayımlandığı ışığın rengi söz konusu olduğunda da, sıcak ışık-soğuk ışık gibi deyimler kullanılır. Dolayısıyla az aydınlık düzeyinin söz konusu olduğu yerlerde sıcak renkli ışık, çok aydınlık düzeyinin söz konusu olduğu yerlerde soğuk renkli ışık tercih edilmelidir.

Aydınlatma; belirleyici, sınırlayıcı, etkileyici yönleriyle güçlü bir anlatım aracı olarak mimari yaratıcılığın ya da kentsel değerlerin öne çıkarılmasında veya algılanmasında vazgeçilmez bir etmendir. Burada önemli olan “ister yapı içi ile ilgili mimari mekanlar olsun, isterse yapı dışında kent aydınlatma konuları olsun, aydınlatma tekniklerinin belli estetik kurallar, bir mimari anlayış ve kentsel tasarım bütünü içinde uygulanmasıdır.

Aydınlık Düzeyi İhtiyacı:

- 1- Yapılacak işin niteliğine,
- 2- Görsel hedefin boyutuna,
- 3- Görsel hedef ile arkasındaki fon arasındaki renk türü veya açıklık-koyuluk farkına,
- 4-Görsel algılama süresine (süre arttıkça göz yorulur ve aydınlık ihtiyacı da artar)
- 5- Çalışma hızına (hızlı çalışma gereken yerlerde aydınlık yoğunluğu ihtiyacı artar),
- 6- Görülmesi gereken objenin hareketli olup olmamasına (hareketin hızı arttıkça aydınlık yoğunluğuna olan ihtiyaçta artar),
- 7- Kişinin yaşına (insan yaşlandıkça aydınlık yoğunluğuna olan ihtiyacı artar) bağlı olarak değişir.⁶⁰

Aydınlatma, mekanın farklı özelliklerini vurgulamak, mekanı daha büyük veya

60 **Fitöz İ.** 2009 Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İç mimarlık Bölümü, Aydınlatma ve Işık-Renk İlişkisi, Aydınlatma Ders Notları

küçük göstermek, mekanları dışarıdan algılanmasını sağlamak amacıyla kullanılabilmektedir. Aydınlatma ile işaretlere, tabelalara, tehlikeli noktalara, v.b. dikkat çekilebilmektedir. Mekanda yapay ışık kullanımı ile de yüzeyler yakınlştırılabilir veya uzaklaştırılabilir, objeler öne çıkarılabilir, dokular değıştirilebilir. mekana yeni bir anlam kazandırılabilir, dikkat çekici hale getirilebilir.



Resim -2.64: Hillside Su Otel – Antalya. Atrium Renkli Aydınlatma

Aydınlatma tasarımı sunduğu çok sayıda seçeneklerden dolayı bir otel binasında son derece önemli bir rol oynamaktadır. Aydınlatma tasarımının doğru yapılması; otelin sahip olması gereken imaj ve kimlik olgusunu güçlendirdiği gibi, bunun tam tersi de söz konusudur. Bu nedenle otel binasındaki aydınlatma tasarımı sadece görsel konfor koşullarını ve güvenliği sağlamak amacıyla değil, konuklara kılavuzluk etmek, onları yönlendirmek, ve mekanlardaki belirli detayları vurgulayarak, değışen fonksiyonlara cevap verebilmek amacıyla kullanılır. Aslında tüm bu çabaların temel amacı müşterilerin aklına; daha uzun süre kalma ya da tekrar gelme düşüncesini tamamen yerleştirmektir.

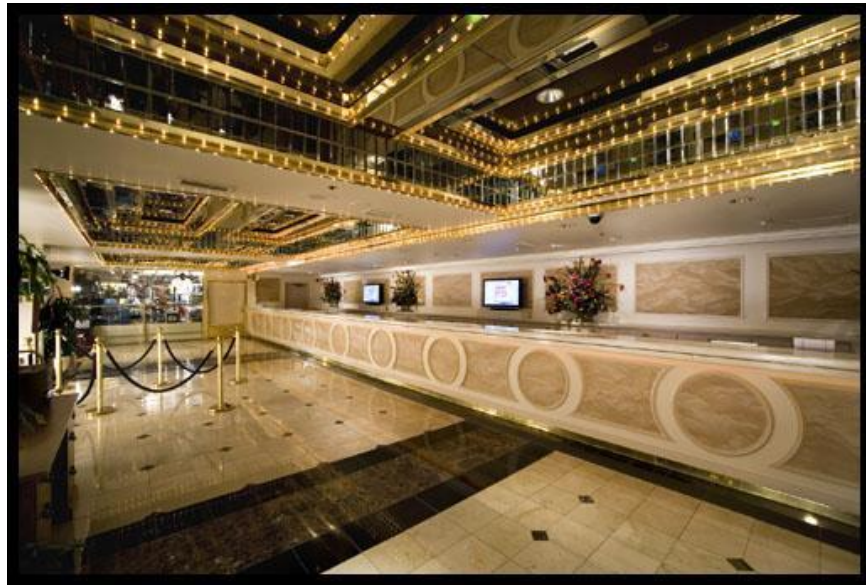
Giriş mekanı için davetkar bir ortam yaratan ve yumuşak bir sarı ışık sağlayan akkor telli veya tungsten halojen ışık kaynakları seçilmelidir. Girişten itibaren aydınlık seviyesi, gözün uyumunu sağlamak için yavaş yavaş arttırılmalıdır. Örneğin, aydınlık seviyesi, girişten lobiye geçişte 200’lux’e, lobiden de daha konsantre ışık gerektiren resepsiyona geçişte 400’lux’e ulaşmalıdır. Girişte ışık renginin tonu da çok önemlidir, örneğin yüksek etkili floresan lambaları yerine,

müşteriye misafirperver ve sıcak bir ortamda olduğunu hatırlatacak yumuşak sarı ışık tercih edilmelidir.

Tavan ve duvarların parlak olması, hacmin olduğundan daha geniş hissedilmesini sağlar. Bunun için ışıklı tavan uygulamasına gidilir.



Resim -2.65: Sheraton Changsha Otel – Çin. Giriş Bölümü ve Lobi Aydınlatılması



Resim -2.66: Four Queens Otel. ABD- Lasvegas Lobi

Otel giriş hollerinde en çok dikkat edilmesi gereken nokta iki farklı aydınlık düzeyi arasında bir geçit görevi üstlendiğinden dolayı kamaşmanın oluşmasına engel olmaktır. Bu iki farklı alanın ortalama aydınlık düzeyi değerleri arasındaki oran 5:1'den fazla olmamalıdır. Görme olayının gerçekleşmesi için parlaklıklarının

oluşması gereklidir ama çok büyük parıltı farkları da yine rahatsızlık verir ve kamaşmaya neden olur.

Otel alt mekanların da yapılacak aydınlatma tasarımı; hem aydınlatmanın görsel performans hem de görsel konfor açısından kullanıcı gereksinimlerine cevap verir nitelikte olmalıdır.

Amaca uygun bir aydınlatma yapabilmek için öncelikle hacimlerin kullanma amaçları dikkate alınmalı ve uygun aydınlık düzeyi değerlerinin seçimi yapılmalıdır. Aşağıda CIBSE (Chartered Institution of Building Services Engineers) tarafından hazırlanan otel alt mekanları için gerekli minimum aydınlık düzeyleri değeri lux cinsinden verilmiştir.

MEKÂN İSİMLERİ	STANDART AYDINLIK DÜZEYİ (lux)	ÖZET BİLGİ
Giriş Holleri	100	Düşey düzlemlerin aydınlatılması mekânın algılanması için oldukça önemlidir.En kötü şartlarda ortalama 40 lux'lük bir aydınlık düzeyi sağlanmalıdır.
Lobi bekleme salonu	200	Düşey düzlemlerin aydınlatılmasında ortalama şartlarda 80 lux'lük bir aydınlık düzeyi önerilir. Gece ve gündüz, iç ve dış mekânlar arasındaki aydınlık düzeylerinin ani değişimlerinden kaçınılmalıdır.
Danışma-resepsiyon	500	Bölgesel aydınlatma ile desteklenebilir.
Asansörler-sirkülasyon	100	Araba asansörü katı için gereken minimum aydınlık düzeyi 50 lux olmalıdır.(BS5655/1)
Koridorlar merdivenler	100	Merdivenlerde basamaklar ve rıhtlar arasında kontrast sağlanmalıdır. Olası yansımalarından kaçınılmalıdır.
Yürüyen merdivenler	150	Yürüyen merdivenlerde basamaklar ve rıhtlar arasında kontrast sağlanmalıdır. Basamaklardaki yansımalarından kaçınılmalıdır.
Kahve-çay salonları restoranlar, barlar, oturma salonları	50-200	İlgi çekici, rahatlatıcı ve görsel açıdan tatmin edici bir atmosfer yaratılmalıdır. Açma kapama ve loşlaştırma ile aydınlatma kontrolü ve esneklik sağlanır, ödeme bankosu, bar tablaları gibi yerlerde bölgesel aydınlatma gereklidir. Temizlik ve hazırlık için ek bir aydınlatmaya gerek duyulur.

Şekil - 3.15: Mekanlar ve Eylem Tiplerine Göre Gereken Aydınlık Düzeyleri

Giriş holündeki aydınlatma, girişi kuvvetlendirmeli, iç mekânı görünür kılmalı ve kullanıcıya emniyet ve güven hissi vermelidir. Ayrıca hem iç, dış ortam arasındaki aydınlık düzeyi farkını azaltmak hem de dış çevreden yönlendirme yapılmalıdır.

Kayıt kabul bankosu ve resepsiyon bölümünde lobideki genel aydınlatmadan farklı olarak görsel eylemler yoğun olduğu için doğrultulu aydınlatma da kullanılır. Genel aydınlatma durumunda minimum aydınlık ile ortalama aydınlık arasındaki oran (Emin/Eort) 0.8'den büyük olmalıdır, dereken aydınlık düzeyi en az 500 lux civarındadır. Yeterli aydınlık düzeyi banko altına monte edilmiş floresan ışıık kaynakları ile sağlanabilir.



Resim -2.67: Dorint Am Gendarmenmarkt Otel Almanya - Berlin Kabul Bankosu Aydınlatması



Resim -2.68: The Westin Kuala Lumpur Otel – Malezya Lobi Aydınlatması

Marsteller'e (1998) göre, oturma ve bekleme salonlarında genel aydınlatmada rahatlatıcı gözü yormayan, daha çok loş bir ev ortamı yaratılırken, bekleme sırasında

kitap ve dergi okuma eylemleri için bölgesel aydınlatmalar kullanılır. Bunlar masa abajurları ve duvar aplikleri olarak tanımlanabilir. Işık kaynakları olarak, en çok akkor telli lambalar ve tungsten halojenler tavsiye edilir, floresan ışık kaynakları ise genel aydınlatma için değil de temizlik vb. gibi hazırlıklar için enerji tasarrufu sağlamak amacıyla kullanılır.

Özel istekler olmadıkça genel aydınlatma için mekan renklerini doğru gösterebilecek olabildiğince türsüz ve renksel geri verim sınıfı iyi ışık kaynakları tercih edilmelidir.



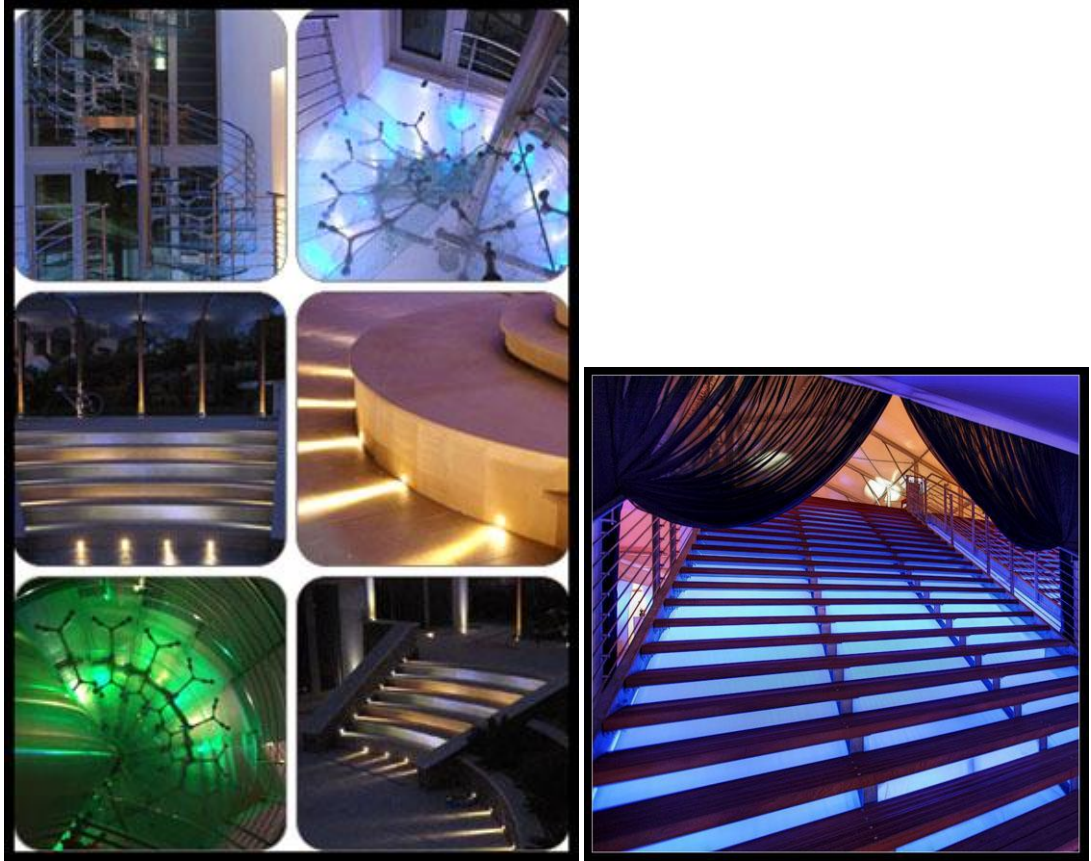
Resim -2.69:InterContinental Puxi Otel Çin – Shanghai Giriş ve Lobi Boyunca Devam Eden Aydınlatma

Merdivenler ise, oldukça iyi aydınlatılmalı ve insanların basamaklarda gölge oluşturmaması ve göz seviyesinde kamaşma oluşmaması için ışık kaynakları uygun yerleştirilmelidir. Emniyetle yürünebilmesi için iniş ve çıkış yönlerinin her ikisinde de basamaklarda ve alınlarda düzgün ve belirgin kontrastların olması gerekir. Gözün uyumunu sağlamak için merdiven ve basamakların yatay ve düşey yüzeyleri tüm merdiven boyunca aynı türde aydınlatılmalıdır. Yatay ve düşey yüzeylerin kontrastlarının, farklı renkler kullanılarak veya basamak köselerinin göze çarpan optik araçlar ile belirginleştirilmesi sağlanır. Basamak altına monte edilen rıht boyunca çizgisel bir aydınlatma sağlayan ışık kaynakları da farklı bir alternatif olarak kullanılabilir.(Resim -2.70).⁶¹

61 Sümengen, Ö., 2003, İstanbul İlindeki Beş Yıldızlı Zincir Otellerinin Aydınlatma Tasarım Standartları Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Ens., İstanbul. s.30-36



Resim -2.70: The Century Otel USA - New York. Lobi Merdiven Işıklandırılması



Resim -2.71: Merdiven Aydınlatmasına Örnekler

5. BEŞ YILDIZLI OTELLERİN GİRİŞ MEKANLARININ BİÇİMSEL OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Bir binada, programdaki işlevlere göre belirlenen çeşitli mekanlar belli düzenlere göre organize edilebilirler. Bu organizasyon düzeni için belirli gereklilikler bulunabilir. Örneğin belli işlevler belli formlar gerektirebilir. Kullanımı esnek olan mekanlar, daha rahat çeşitli formlarda düzenlenebilirler. Benzer işlevli mekanlar bir çekirdek etrafında veya doğrusal olarak gruplanabilirler. Çoğu mekan ı ışık, hava ve manzara gereksiniminden dolayı dışarıyla ilişkisi olmalıdır. Bazı mekanlar ise mahremiyet nedeniyle diğerlerinden ayrılmalıdır.⁶²

Oluşturulan plan üzerinde genel prensiplerinden otele ilk girişinde mekansal düzenlemenin farklılıklarını kullanıcıya ait birer etken olarak göstermektir. Yüzeysel formların kullanıcının tüm ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve beğenileri doğrultusunda otelin genel ilkeleri ve zincir otelse ya da belirgin bir konsepti varsa bunların dahilinde yapılması gerekmektedir.

5.1. Otel Giriş ve Lobi Mekanının Oluşumunu Etkileyen Mimari Elemanlar

Genel olarak otellerin oluşumunu etkileyen mimari elamanlar şunlardır;

- Merdivenler
- Asansörler
- Taşıyıcı Elemanlar (kolonlar)
- Boşluklar, yırtıklar
- Duvarlar (bölücüler)
- Galeri boşlukları vb...

Otellerin girişinden itibaren bakıldığında ilk göze çarpan ve insan üzerinde etki bırakan yukarıda saydığımız etkenlerdir.

Bir yüzeyin oluşumuna etki eden mimari elemanlardır. Bunların düzeni ve oluşum şekli o yüzeyin çerçevelenmesinde neden-sonuç ilişkisi taşımasıdır. Bu mimari elemanlar kendi içerisinde birbirine bağımlı olarak devam etmektedir. Tasarımcı tarafından bu bağıntılar öyle bir oluşmalıdır ki, ya hepsi birbirini tamamlamalı ya da bir noktada etkin olarak öne çıkmalıdır.

Merdivenlerin etkisi önemli bir noktadır. Otellerin bir kısmı merdiven üzerinde farklı etkiler yaratarak hoş algılanmasını sağlayacak bir heybetli sanat eseri vurgusu da yapmaktadırlar.

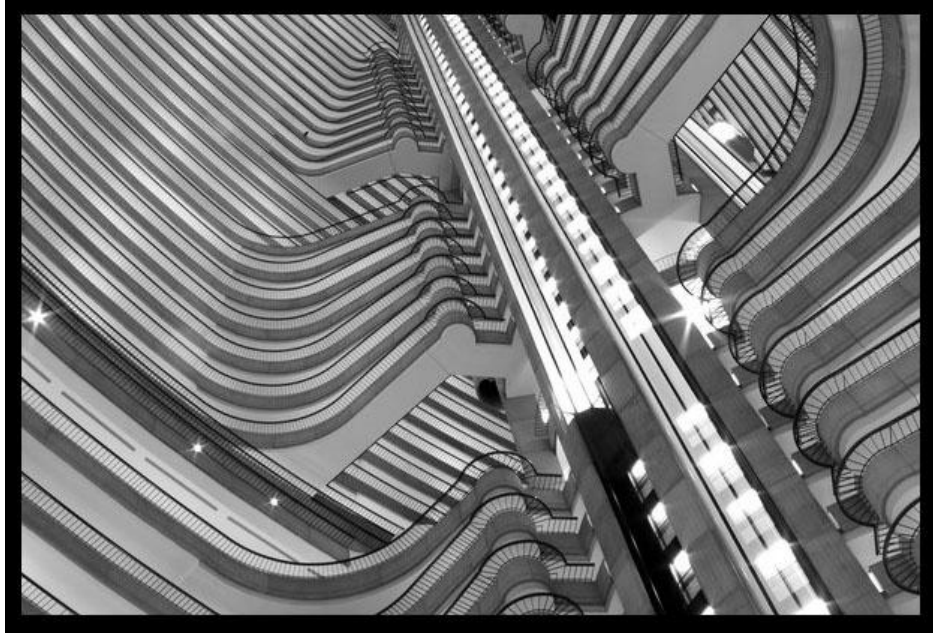


Resim -2.72: Kempinski Hotel & Residens Palm Jumeriah – Dubai. Merdiven Görüntüsü

Bir başka otelde ise, örneğin atriumlu bir otelde ilk girişte göze çarpan lobinin heybeti ve asansörlerin tüm katlara çıkışını belirten bir görselliktir. Bahsettiğimiz bu görsellikler insanlar üzerinde önemli bir etki de bırakmaktadır. Yani zemin katta asansörleri kullanan kullanıcılar herhangi bir kata ulaşana kadar otelin iç görünümünün neredeyse tümünü hakim olarak görmektedirler.

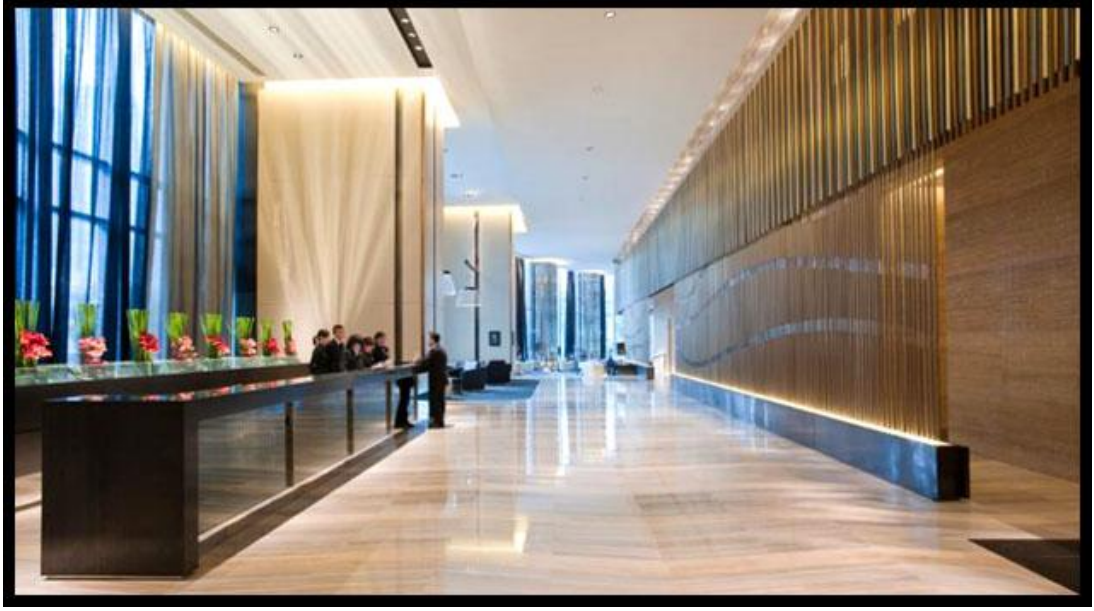


Resim -2.73: Holiday Inn Hotel – Singapore. Çıkış Asansörleri ile Atrium’a hakim Olan Görünümü



Resim -2.74: Marriott Marquis Otel – Atlanta. Dünyanın En Yüksek Atrium Görünümü

Beş yıldızlı otellerin kimilerinde ise, girişte taşıyıcıları göze çarpar. Bunları çevresi ile olan düzeni ile bir vurgu da yapılabilmektedir. Taşıyıcılar özel malzemeler ile kaplanabilir, aydınlatma elamanları ile (gizli aydınlatma da kullanılarak) heybetli olarak algılandığı görülmektedir. Ya da taşıyıcıların etrafına oturma birimleri, sergi vb, tablolar koyularak insanların üzerinde etkiler yaratılabilmektedir.



Resim -2.75: Crown Towers Otel Çin – Macau. Lobi duvar Uygulaması



Resim -2.76: MGM Grand Otel Çin – Macau. Lobi duvar Uygulaması

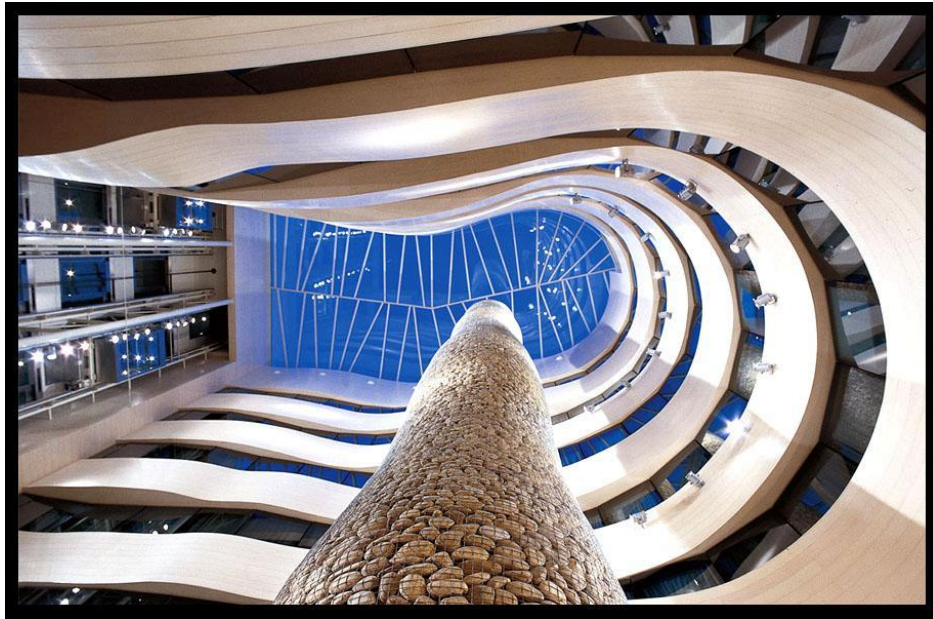
Boşluk ve yırtıklar giriş ve lobi bölümlerinde beş yıldızlı oteller de kullanılan diğer bir yüzeyel oluşumlardandır. Gerekli görülebilen mekansal ayırımlar da yahut yine kullanıcıyı yönlendirmede kullanılabilen bir özellik olarak da kullanılabilmektedir.

Duvarlar ise otelin girişinden itibaren iyi konumlanması ve oluşturulması gereken bir durumdur. Girişti farklı görsel uygulama yaparken önemli olan insan gözünün erişebileceği yerde bir sınır koyarak yanlış yerde duvarların

konumlandırılmamasıdır. Böyle bir durumda algılamada bir set vurma hissi de yaratabilir. Sadece duvar konumları çeşitli yüzey malzemelerinden oluşturularak, içerisinde yırtık vb. etkenler yapılarak yine görsel amaçlıda kullanılabilir.

Galeri boşlukları otellerde diğer mimari oluşumlardandır. Galeriy boşlukları yine görsel açıdan kullanıcı algısını etkiler. Yapı içerisinde açılan galeri boşluklarının giriş ve lobi mekanlarına odak noktası olarak oluşturulması, insan üzerinde ferah etki bırakabilmektedir.

Oluşturulan galeri boşluğunun çevresinde kullanılan malzemeler ve aydınlatma etkenleri de ayrıca daha fazla etki yaparak onu farklı açıdan da kullanıcının önüne sunmaktadır. Galeriy boşlukları sadece otellerde değil özellikle ev, alışveriş merkezleri, ofis yapılarında da kullanılarak farklı etkiler sağlandığı görülmektedir.



Resim -2.77: Silken Domine Gran Otel İspanya – Bibao Galeriy Boşluklu Lobi



Resim -2.78: Silken Domine Gran Otel İspanya – Dış Cephe Görünümü

5.1.1. Eylem Farklılıkları

Mekan oluşumunu etkileyen eylem farklılığını üç ana grupta incelemek mümkündür.

- **Kısa süreli kullanıcı hareketleri:** Kullanıcıların en kısa zaman diliminde hareketlerini gerçekleştirmesi olarak da belirtilebilir. Otelin girişinden itibaren bireylerin kısa zaman içerisinde işini halledebilecek niteliklere uygun olması açısından bu durum önem taşımaktadır. Mekan yerleşimindeki sistematik şemada gerekli yerlere yönlendirmede kullanılan mimari elamanların doğru kullanılması kullanıcıyı iyi bir şekilde etkilediği gözlemlenmiştir. Örnek vermek gerekirse kısa süreli kullanıcılar;

- Danışmaya direk yönelip soru soracak olan kullanıcı,
- Herhangi bir şey satın alacak olan kullanıcı (sergi vb.),
- Otelde konaklama amaçlı kalan kişiyi bekleyen kullanıcı,
- Çiçek, paket vb. kurye amaçlı gelen kullanıcı,
- Her hangi amaçlı şöför, taksi şöförü vb...

- **Orta süreli kullanıcı hareketleri:** Otelde kullanıcıların kısa zaman diliminden biraz daha farklı amaçlar doğrultusunda vakit geçirecekleri zaman olarak belirtilebilir. Bu sürede kullanıcılar amaçları doğrultusunda çok hızlı değil, belirgin bir süre zarfında gerçekleştirileceğinden yine amaca uygun nitelikte mekan yerleşimi olmalıdır.

- Yemek yemeye gelen kişi,
- Görüşme, buluşma etkinliği yapacak olan kullanıcı,
- Kısa süreli restaurant ya da cafe'sin de vakit geçirecek olan kullanıcı,
- Toplantı amacı ile gelen kişi ya da kişiler,
- Otel dahilinde de fuar, kongre, seminere gelen kullanıcılar vb...

- **Uzun süreli kullanıcı hareketleri:** Otel bünyesinde, oteli uzun zaman dilimin de konaklama amaçlı kullanacak olan kişiler açısından değerlendirebilir. Oteli asıl konaklama amaçlı kullanacak olan bireyler açısından değerlendirileceği için, şimdiye kadar saydığımız otelin şekillendirilmesi ve başlayan tasarım kriterleri ile devam

eden uygulanabilirliklerin tam olarak gerçekleştirilmesidir. Memnuniyet ve kullanıcının tekrar konaklama açısı en ön planda olduğundan verilen hizmet ve mekansal algı ve yerleşim en iyi doğrultuda kullanıcıya odaklı hazırlanmalıdır.

7.1.2. Eylemlerin İlerleme Biçimleri:

Otel kullanıcılarının aşağıdaki maddelerde, belirgin bir amaç doğrultusunda hedeflere yönelme şekilleri gösterilmektedir.

- Kısa süreli kullanım,

Giriş • • Danışma • • Eylem alanı • • Çıkış

Kullanıcı kısa zaman içerisinde yapması gereken hedefin kaynağına doğru yönelip otelden çıkışını gerçekleştirmektedir.

- Orta süreli kullanım,

Giriş • • Danışma • • Eylem alanı • • (Yan eylemler, destekleyici mekanlar) • • Çıkış

Otele giriş yapan kişi hedefine doğru yöneldikten sonra yan eylem ve destekleyici mekan dediğimiz ikincil hedeflere yönelip çıkışını gerçekleştirmektedir. Bu zaman zarfı kısa süreliden daha uzun bir zaman içerisinde gerçekleştiğinden kullanıcının hedefi başka bölümlere de yönlenererek, birden fazla eylem gerçekleştirir.

- Uzun süreli kullanım,

Giriş • • Danışma • • Görevli ile erişim • • (Yan eylemler, destekleyici mekanlar) • • Konaklama mekanı • • Gezi, kavrama • • Danışma
• • Çıkış

Bu kullanımda ise kullanıcının aslında en net hedefi belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Uzun süreli kullanım daha öncede dediğimiz gibi son noktası

konaklama üzerine olacağından kişiler bu doğrultuda hareket ederler. Uzun süreli kullanım daha çok olacağından kullanıcının istek ve beğenileri özellikle talepleri diğer iki kullanıcıdan daha öne çıkmaktadır.

5.1.3. Eylem Alanına Ait Etkenler

Beş yıldızlı otellerin giriş mekanlarının yönlendirilmesi ile oluşturulan mimari etkenler, kullanıcıların hedefleri doğrultusunda oluşturulmaktadır. Bu oluşumlar mimari açıdan mekanların yüzeysel etkenleri ile kullanıcının hedefleri aynı orantıda oluşturulmaya dikkat edilmesi gerekmektedir.

- Kısa Süreli Kullanım: Kolay görünüm, çabuklaştırıcı acele ettiren etki.

Yönlendirmeler, kolay erişebilme ve en kısa zamanda hedefe ulaştırıcı bir etki olarak görülmektedir.

- Orta Süreli Kullanım: Kolay ulaşılabilirlik, akılda kalıcılık.

Gerçekleştirilecek olan eyleme ulaşılabilirlik, giriş mekanlarındaki mimari formların etkisi ve görsellik orta süreli kullanımda akılda kalıcılığı ile insan algısında yer teşkil etmelidir.

- Uzun Süreli Kullanım: Rahatlatıcı etki, iyi düzeyde konfor

Oteli konaklama olarak kullanacak olan insanlar rahat- konforlu vb. etkenleri maksimum düzeyinde beklentileri olacağından, tekrar aynı mekanı tercih etme unsuru düşünülerek, otelin sunumları ve çalışanların hizmeti ile noktalanması gerekmektedir.

5.2. Giriş ve Lobi Bağıntısını Kurgulayacak Düzen

Otelin girişinden itibaren lobi ile arasındaki bağlantı düzeninde yüzey formlarındaki düzenleme nitelikleri oluşturulması gerekmektedir. Otel yapısının girişinden itibaren oluşturulan formların insan algısı üzerinde etkileri önemli yer tuttuğu gözlemlenmiştir

5.2.1. İç Cephe Düzeni

Cephe düzeni kütle ile yakından ilgilidir. Cephe düzeni aşağıdaki öğelerin kullanımı ile oluşur:

- Cephe kullanımları malzeme
- Boşluk/Doluluk Oranı
- Renk Seçimi
- Üçüncü Boyuttaki Hareketler (Geri Çekmeler ve Çıkmalar)
- Işık

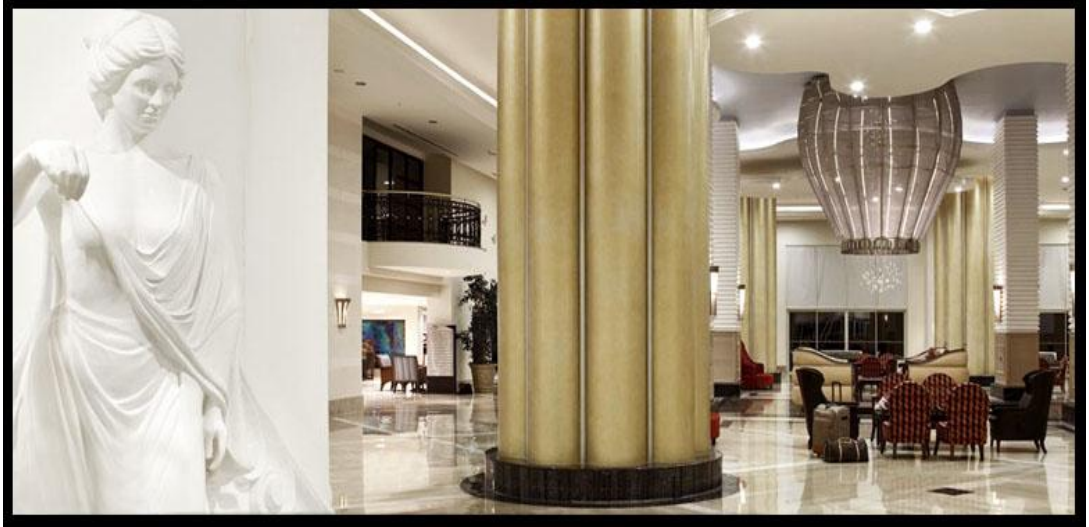
Yardımcı elemanların bir arada kullanış tarzı, kütleler arasındaki oranlar cephe düzenini oluştururken kullanıcılar üzerinde zihinsel bir etki yaratır. Örneğin, bir bina kullanılan cephe düzeni ile kullanıcılar tarafından olduğundan daha alçak veya daha yüksek olarak algılanabilir.



Resim -2.79: Baia Lara Otel – Antalya Giriş/Lobi Cephe Düzeni

Ayrıca, cephe düzeni otelin kullanıcıya sunduğu imajla ilgilidir. Cephe binanın kullanıcı tarafından algılanan ilk elemanıdır. Otel işletmesinin politikası ile belirlenen imaj kullanıcıya ilk olarak binanın dış görüntüsü daha sonra ise iç mekanın görüntüsü ile iletilir. İç mekan ve dış mekan düzeni ile kullanıcılara mesaj vermek, çeşitli duygular uyandırmak mümkündür.

Otellerde mekan organizasyonu genel olarak konsept ile ilgilidir. Otelin iç düzeninde ya da halka açık mekanlarındaki donanımlar arasında konseptle uyumlu olarak uygun bir kombinasyon sağlanmalıdır.



Resim -2.80: Starlight Convention Center Thalasso & SPA Antalya-Manavgat.
Giriş/Lobi Cephe Düzeni

Lüks otel işletmecileri, mekan organizasyonunda, işlevsel ve ekonomik gereklilikler kadar mekanların görsel değerinin yüksek olmasını da hedefleri arasında olur. Otellerde, mekan organizasyonunda en önemli ilke, mümkün olduğu kadar çok mekan ve donanımı lobi etrafında düzenleyerek, müşterilerin kolayca yön bulmasını canlı mekanların oluşmasını sağlamaktadır.⁶³

5.2.2. Yüzey Biçimlerinin Oluşumunda Kullanılan Malzemeler

Oluşturulacak mekanlar ayrı ayrı tefriş yapılacağından her bölüm titiz bir şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Kullanılan malzeme üzerindeki doku ve renk insanlar üzerinde farklı psikolojik etkiler bırakır. Örnek olarak; siyah bir metal yüzeyinde bıraktığı etki ile siyah bir kadife kumaşın vereceği etki birbirinden oldukça farklıdır. Genel itibari ile kadife ve dokuma ürünleri daha sıcak etki bırakır. Bazı malzemelerin yüzeylerinde

dokuma farklılığından oluşturulan etkiler insan algısı bakımından derinlik olarak da nitelendirilebilir. Kullanıldığı yere ve mekana göre cam malzemeler; kırılganlık, şeffaflık bazı yerlerde ise emniyetsizlik hissi uyandırır.

İç mekan yüzeyleri ve dış cephelerde kullanılan sıva, boya, doğal taş, vb. gibi çeşitli bitirme malzemeleri binanın renk dış doku, imaj ve çevreye uyum gibi özelliklerini belirler. Malzemelerdeki bu çeşitlilik mimari tasarıma ve çözümlere de çeşitlilik getirmiştir. Tasarımcı son yıllarda gelişen inşaat endüstrisinin ve modern teknolojinin ürettiği sayısız malzemeyi, tasarım hedefleri doğrultusunda kullanabilmektedir.



Resim -2.81: Cornelia Diamond Golf Resort & SPA Antalya-Belek. Lobi-Giriş Alanında Kullanılan Malzemeler

Otel birçok farklı işlevi bir araya getirdiği için, otel mekanların da, bu işlevlerin gerektirdiği bir çok malzeme bir arada kullanılır. Özellikle teknik donanımda kullanılan elektronik ve mekanik ekipmanlarla iç tefrişlerde kullanılan yanmaz kumaşlar ve kaplamalar, dayanıklı halılar gibi malzemeler oteller için özel olarak en son teknolojik gelişmelere göre üretilmekte ve otel tasarımında birer mimari elaman olarak değerlendirilmektedir.

7.2.3. Yüzey Formlarının Oluşumunda Kullanılan Renk:

Renk genel tanımı ile, ışığın veya maddelerin üzerine çarpıp yansıyan ışınların niteliğine göre gözde oluşan duyumların her biridir. (Hasol, 1988, s:435). Binanın dış cephe ve iç mekanlar gibi çeşitli elemanlarında kullanılan renk, konseptin binaya uyarlanması önemli bir araçtır.

Renk seçimi ile tasarımcı, mekanların kullanıcı üzerinde yaratacağı psikolojik etkileri, binanın çevre dokuya ve yapılara uyum düzeyini kontrol edebilir.



Resim -2.82: Cornelia Diamond Golf Resort & SPA Antalya-Belek. Lobide Kullanılan Renkler

Renk olgusunun mimari bir öge olarak düşünülmesi, rengin oymacılık ve ressamlıkta kullanılmasıyla ilgilidir. İlkçağ insanına kadar uzanan tarihi süreç içerisinde, her devirde insanoğlunun, yaşadığı mekanı tanımlamak, ona kimlik kazandırmak amacı ile renkleri bir dekorasyon aracı olarak kullanıldığı görülür. (Faulkner, 1972) Renk, bina tasarımında estetik amaçla kullanılır. Renk olgusunun bina tasarımına kazandırdıklarını şu şekilde gruplayabiliriz.

- 1) Hem iç hem de dış mekanda atmosfer oluşturur. Renkler ve tonlar insanlar üzerinde farklı psikolojik etkiler yaparlar. Parlak renkler kullanılarak tasarlanmış bir binada neşe ve heyecan hakimdir. Daha sakin koyu tonlarla yapılan bir seçim ise ahenkli ve asil bir kimliği ortaya çıkartacaktır.
- 2) Bina yapımında kullanılan malzemenin karakterini ifade eder.
- 3) Hem birliği hem de çeşitliliği ifade eder.
- 4) Formu ifade eder. Bir doğru iki boyutlu bir yüzey ya da üç boyutlu bir kütle, eğer rengi fondaki renklerle zıtlık oluşturulabiliyorsa fark edilir.
- 5) Oranları etkiler.

- 6) Ölçeği ortaya çıkartır.
- 7) Ağırlık duygusunu hissettirir. Bu nedenle bazı yüksek yapılarda, daha hafif bir görünüm sağlamak için, yapının cephesinde, alt katlarından yukarılara doğru çıkıldıkça, tonu açılan renkler kullanılır.⁶⁴



Resim -2.83: MGM Grand Otel Çin – Macau. Lobi Zemininde Kullanılan Farklı Renk Uygulamaları ve Renkli Aydınlatması

Renklerin psikolojik etkisine bakacak olursak;

Renklerin insanlardaki psikolojik etkilerinin tamamen doğada var olan birtakım fiziksel oluşumlardan meydana geldiği düşünülür. Bu düşünceye en iyi örnekler; kırmızı ve turuncunun bizler tarafından, sıcak bir renk olarak düşünülmesinin, bu renklerin alev (ateşin) renkleri olmalarından kaynaklandığını söyleyebiliriz.



Resim -2.84: MGM Grand Otel Çin – Macau. Otel Girişinden Görünüm



Resim -2.85: MGM Grand Otel Çin – Macau. Otelin Dış Cephe Girişinden Görünüm

Birtakım renkler de, bizlere suyun, havanın, çayırların serinliğini, sessizliğini ve huzurunu yansıtır, buzun veya denizin rengini alırlar. Bu nedenle bu hissi uyandıran renkleri soğuk renkler olarak adlandırırız. Mavi, yeşil ve bu renklerin karıştığı diğer renkler soğuk renkler grubuna girer. Soğuk renkler olarak nitelendirdiğimiz, insanlara serinlik ve sessizlik veren bu renkler, eşyaları geri planda gösterme, uzağı anlatmak gibi niteliklere sahip olmakla beraber hacimleri daha büyük gösterirler.

İleri doğru çıkan, atılgan bir görünüş taşıdıkları ve bizde psikolojik olarak güneşin, ateşin ve kanın uyandırdığı sıcak etkiyi verdikleri için, bu özellikteki renklere de sıcak renkler denir. Sarı, turuncu ve kırmızı bu tip etkiye sahip renklerdir.

Hava içinde titreşimi kuvvetli olan sıcak renkler psikolojik bir telkin ile sıcaklık hissi ile beraber tahrik edicidirler, soğuk renklerin aksine canlılık, hareket ve dinamizmi sembolize ederler.

Sıcak renklerin, eşyaları yaklaştıracı ve öne çıkarma gibi özelliklerinin yanında, hacimleri olduğundan daha küçük gösterdikleri bir gerçektir.(Çağlarca S.,1993)

Renklerle ilgili yapılan birçok araştırmada, renklerin verdiği psikolojik etkilerin büyüklüğü daha somut olarak ortaya konulmuştur. Bu araştırmalardan bazılarına yer verecek olursak;

A. Ketcham adlı bir araştırmacı sesin, farklı mekanlarda, farklı şiddette etki ettiğini kanıtlamıştır. Dinleyiciler beyaza boyanmış bir salonda, mor renge boyanmış bir salona göre sesin daha gür ve kuvvetli işitildiğini söylemişlerdir.

Aynı araştırmacı diğer bir araştırmasında ise, kahverengine boyanmış bir sandığın, aynı büyüklükte fakat sarı renge boyanmış bir sandığa oranla daha ağır hissedildiğini kanıtlamıştır.

Norveç'te yapılan araştırmada da, bireylerin mavi renkli bir odada, kırmızı renkli bir odaya nazaran, ısınma ihtiyacını karşılamak için, termostatin 4 derece daha fazlaya ayarlanmakta olduğunu saptamışlardır.

Renklerin psikolojik etkilerini tek tek ve kısaca toparlarsak;

Kırmızı, fiziksel gücün, hareketin ve canlılığın rengidir, fazla kullanılması kızgınlığa ve saldırganlığa yol açabilir.

Turkuaz, dikkati ayakta tutar, canlılık ve ferahlık katar, kırmızıyla beraber kullanıldığında tamamlayıcı olabilmektedirler.

Kırmızı gibi dışa dönük ve heyecan verici bir renk olan turuncu ise, kırmızıdan daha yapıcı bir renktir, mutluluk verir.

Mavi renk, sakinliği ve sadakati temsil eder, turuncu ile beraber kullanılması olumlu sonuçlar verir.

Sarı, parlak, neşeli ve sevecendir. Umut aşılmasının yanında fazla kullanımı zihni bulandırıp, karışıklığa neden olabilir.

Mor renk, asaleti, itibarı ve kendine güveni temsil eder. Sarı ile beraber kullanılması tavsiye edilir.

Yeşilin yatıştırıcı özelliği vardır, ayrıca güven ve huzur verir.

Magenta rengi ise, kimilerince tüm renklerin en zarifi kabul edilir. Yumuşak, sıcak ve koruyucudur, sevginin, şefkatin ifadesidir. Yeşille beraber kullanılması tamamlayıcı özellik gösterir.

Bir mekanı algılamak, mekandaki ışık, renk ve mekansal organizasyon ile mümkün olur. Tavan, duvar ve döşeme, mekanın algılanmasına, mekanı çevreleyerek en büyük katkısı sağlar. Tavanın; yükseltici, düşündürücü ve kapatici, duvarın; birleştirici, yönlendirici ve sarıcı, döşemenin de; hareket ettirici ve durdurucu gibi etkileri vardır. Renklerin mekanların boyutlarına olan etkileri tartışılmaz bir gerçektir. Birçok araştırma ile de, açık değerli renkli yüzeylerin, koyu değerdeki renkli yüzeylerden daha büyük ve geniş algılandıkları belirlenmiştir.



Resim -2.86: The Plazzo Otel USA - Las Vegas. Otel Lobisinden Görünüm

Birçok tasarımcı bazı zamanlar, algılamada rengin etkisinden çeşitli yollarla faydalanmıştır. En sık uygulanan yöntem, gereğinden uzun ve dar olan koridorlarda, uçlardaki duvarların koyu ve doygun renklere boyanması olmuştur.

Bir başka yöntem ise, kuzeye bakan ve soğuk olarak algılanan mekanlarda, fildişi ve krem gibi sıcak renkleri kullanarak, yapay bir güneş ışığı elde ederek daha sıcak ve hoş bir atmosfer oluşturmaktır.

- Tavanlar; Mekanlarımızın tavanlarını çoğunlukla, açık renk olarak görmek isteyişimizin nedeni, açık bir havadaki gökyüzünün bize güven ve huzur vermesi ile ifade edilebilir.

- Duvarlar; Faber Birren’a (araştırmacı), göre “Her tarafı beyazlar içinde bir oda tekdüze ve katlanılamazdır. Kural olarak duvarın renginin, insan teninin

yansıtma katsayısını (%50 civarı) geçmemelidir, aksi takdirde insanın görünümü zarara uğrar, göz fazla kasılır ve görüntüler bulanıklaşabilir.” demiştir.

- Döşemeler; Bir mekana uygulanacak olan döşemenin, malzeme çeşidinin ve renginin seçiminde, o mekanın hangi amaca yönelik olarak kullanılacağına, amaca uygun olması bakımından büyük önemi vardır. Örneğin, spor ve jimnastik salonlarında, hareketi çağrıştırmaları bakımından, turuncu ve bu tür renkli döşemelerin yanında sert olmayan malzemeden yapılmış döşemeleri seçip kullanmak, mekanın fonksiyonuyla aynı doğrultuda hareket edilmiş olunacaktır. Buna karşın, başka bir mekanda, mekanın fonksiyonunun durmak, dinlenmek ve beklemek olması durumunda ise, o mekanda yeşil, bej, kum ve toprak renklerinde bir döşeme kullanılması uygun olacaktır.

Cam ve cilalanmış granit gibi malzemelerin döşemede kullanılması, insanlarda güvensizlik ve rahatsızlık oluşturabileceği için, böyle malzemeleri merdiven gibi yerlerde kullanmak çokta doğru bir karar olmayacaktır.

Ayrıca;

Renk ve ışık ayrılmaz bir bütündür, gökkuşağının içindeki tüm renkleri, beyaz ışıktaki görmek mümkündür. Işık ve rengin birbirinden ayıramaz olması, ışıkla tasarımın vazgeçilmez bir yönüdür.

Işık kaynaklarından yüzeylere gelen ışığın, yüzeylerde, daha sonra iç mekanlar da birçok kez yansıyarak oluşturduğu ışıklar, iç mekanlarda belli oranda renksel değişimlere neden olur. Renklerin bileşenlerinde önemli değişiklikler görünür, bu nedenle özellikle kapalı bir hacimde, ışık ve renk ilişkisi bir bütün olarak ele alınmalı ve birlikte incelenmelidir.⁶⁵

65 **Demir G.Y.**, 2005, Işık Renklendirilmesi ve Dekoratif Aydınlatma Sistemlerinin Otellerde Kullanımı , *Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.s.24-25-27-29.

5.2.4. Yüzey Biçimlerinde Orantılı Biçim Oluşturma

Otellerin halka açık lobi, restoran, toplantı, balo salonu gibi mekanlarında ekipmanların organizasyonu, mekan ölçeği ve kullanılan oranlar, oluşturulan atmosferle, otel işletmesinin beklentileri uyumlu olmalıdır.

Bir binada boyutsal özellikler, öncelikle antropometrik gereksinimlerle belirlenir. İşlevlerin etkin olarak yerine getirilebilmesi için kullanıcıların belli boyutlarda mekanlara ihtiyaçları vardır. Bunun ötesinde kullanıcılar antropometrik ihtiyaçlardan başka psikolojik olarak ek mekan ve hacimlere de ihtiyaç duyarlar. Otel binasında, ekonomik beklentilerle, servis mekanların da boyutlar antropometrik ihtiyaçlara yakın düzenlenir. Müşterilerin kullanacağı mekanlarda ise boyutlar konsept, otelin sınıfı ve işletme politikası ile belirlenir. Konseptle hedeflenen kullanıcı grubunun ve konfor düzeyinin sağlanması boyutsal özelliklere bağlıdır. Otelin sınıfının ve kullanıcı grubunun belirlenmesinde de boyutsal özellikler etkilidir. Mekan biçimlenişi, kullanıcıların fizyolojik, psikolojik ve toplumsal gereksinimlerine cevap verdiği için otelde kullanıcı tatmini açısından önemlidir. Örneğin, Portman tasarladığı otellerde konseptle ilgili olarak sıkışık ve basık lobiler yerine iç mekânı patlatıp atrium yardımı ile bir mekansal ferahlık sağlamıştır. İç mekanda sürekli izlenebilen hareketli panoramik asansörler kullanarak, mekânı zaman boyutunu da ekleyerek, dinamizm sağlamıştır.⁶⁶

Aşağıdaki şekilde lobi ve alt mekanlarının oluşumundaki boyutlandırma görülmektedir.

Mekân adı	Birim	(Rutes, 1985)	(Lawson, 1976)
Resepsiyon Bankosu	m/150 oda	3,5	-
	m/100 oda	1,8	-
	m/50 oda	-	3,0
	m/100 oda	-	4,5
	m/200 oda	-	7,5
	m/400 oda	-	10,5
Ön büro	m ² /oda	0,3-0,5	-
Lobi	Kişi/oda	0,5	-
	m ² /oda	0,6-0,9	0,8-1,0
Lobi bar	Alan	m ² /oda	0,06-0,23
	Lobi alanına oranı	%	10-25
Kokteyl salonu Bar	m ² /oda	-	0,65
	m ² /kişi	-	1,1-1,7
Telefon Kabini	Kabin/100oda	1	-
Kafe	Kişi/oda	0,5	0,5
	m ² /oda	-	0,75
Vestiyer alanı	m ² /kişi	-	0,05-0,1
Vestiyer ve tuvalet alanı	m ² /oda	0,37	-
Kiralık Dükkan alanı	m ² /oda	-	0,19

Şekil - 3.16: Lobi ve Alt Mekanlarında Boyutlar

Mekanın ölçeği de simgesel bir özellik taşır. Her ne kadar mekan içinde geçmesi beklenen etkinlik ve bunun gerektirdiği taban alanı büyüklüğü, hacimsel özellik ve boyutlandırması bugünün pragmatik tasarım anlayışında önemliyse de mekanları gerektiğinden büyük ya da gerektiğinden küçük tutmanın farklı anlamları vardır. Genellikle dini amaçlar taşıyan mekanlar ve halka açık mekanlar gerektiğinden büyük, ferah, vurgulu ve anıtsal tasarlanırlar. Ölçeğin de kendi içinde simgesel bir dili vardır. Bu nedenle otellerin genel mekanları için de gerektiğinden büyük alanlar bırakılabilmektedir. Boyutsal özellikler, mekan büyüklüğü, yoğunluk ilişkilerini ve alt mekan ilişkilerini içerir. Kullanıcıların antropometrik boyutları da mekan üzerinde etkili olan elemanlardır. Otellerdeki genel mekanların boyutlarını otel kapasitesi belirlemektedir. Yoğunluğa göre sirkülasyon alanlarının genişliği ayarlanmalıdır. Otel lobi büyüklükleri belirlenirken tavan yüksekliği ve hacim büyüklüğü dengelenmelidir. Entegre tavan sistemleri ve paneller kullanılabilir. Mekan zenginliği yaratacak, birer obje niteliği oluşturacak tavan dizaynları da düşünülebilir. Şekil 5.23’de Las Vegas Bellagio oteli lobisinde bulunan, camdan çiçeklerle düzenlenmiş tavan mekana olan ilginin büyük ölçüde artmasına katkıda bulunmaktadır. Tavan yüksekliğinin oranına dikkat edilerek baskı ve sıkıntı hissinden kaçınılmalıdır.

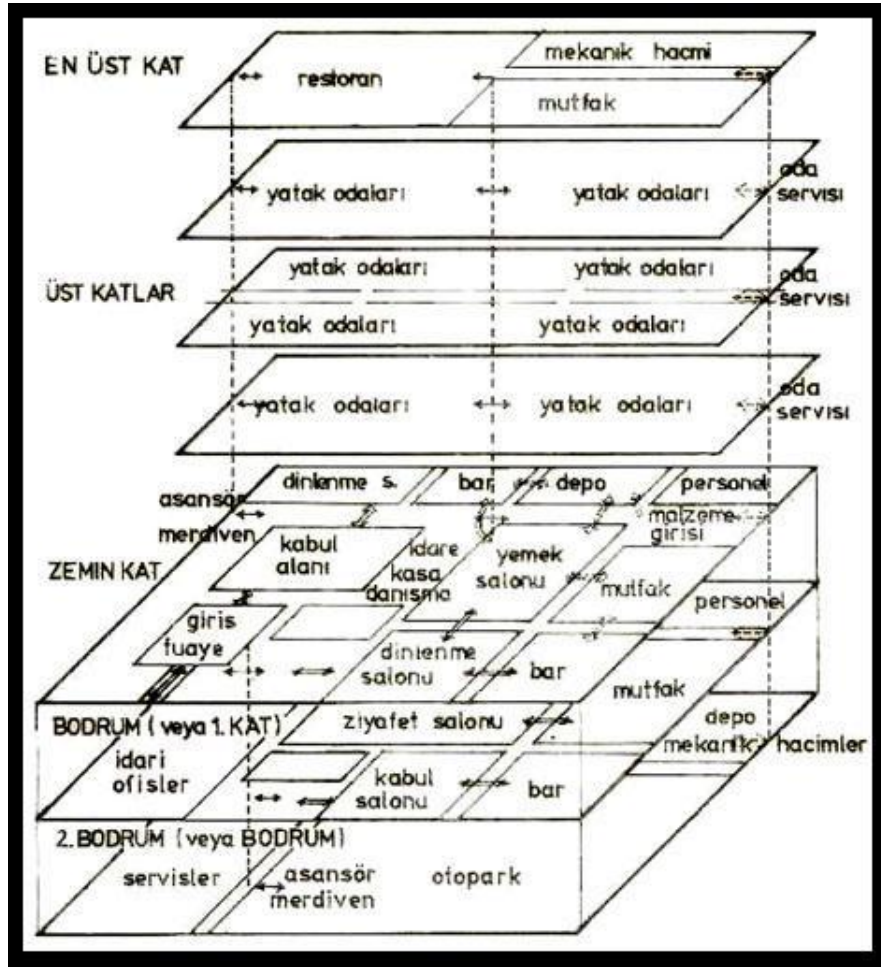


Resim -2.87: Bellagio Otel USA – Las Vegas. Lobisinden Görünüm

Heybet (majesty) ve önemlilik (importance) kavramları, yüksek tavan ve büyük hacimlerle sağlanabilmektedir. 2-3 ve 4 metreden fazla tavan yüksekliği kamusal karşılama ve geliş duygusu vermektedir. Bazı tavanlarda, karşıtlıklar ve tahrif (manipulation) uygulanarak, çoğunlukla dinamik ve tiyatral metodlarla, bu etki yaratılabilmektedir. Tavanın çok alçak olması durumunda, kullanıcı rahatsız olmaktadır.⁶⁷

Otellerde mekanlar arası bölümler amaç ihtiyaç ve organizasyon şekillerine göre belirlenmektedir. Otelin oluşumundaki katların düzeninde ve diğer iç mekan bölümleri arasında bir uyum ve belirgin bir bağlantı vardır, olmak zorundadır. Girişten itibaren bakıldığında bir mekansal analiz mevcuttur. Her bölüm belirgin bir şematik düzen ile oluşturulup giriş ile bağlantılı olacağından, oluşturulmak istenen yüzeyler bir sonraki bölüme geçerken birbiri ile ilişki kuracak yönde kurgulanır. Mekansal geçişlerdeki farklı bölümlerin biçimlenme ölçütleri ve işlevsellikleri kullanacak grubun farklı olması bakımından amacına uygun düzenlerinin yapılmasını gerektirmektedir.

67 Opak B.V., A.g.e., s.94-95



Şekil - 3.17: Otellerde İç Mekan Birimleri ve Katlar Arası İlişkiler (Fred Lawson)

Otellerde yüzeylerin orantılı biçimleri oluşturulurken destek sağlayıcı yardımcı elemanlarda kullanılabilir. Bunlar mekanın eklemelerle yatayda ve düşeyde bölünmesini sağlayacak olan bölücülerdir.

Genel olarak yaşam fonksiyon özelliklerine göre mahremiyet veya odaklanma gereksinimlerinin dışında mekansal biçimlendirme içinde bölümlenme araçları kullanılması gerektirir. Bunlar tam bölücüler, kısmi bölücüler, geçirgen - yarı geçirgen bölücüler ve fiziksel olmayan (ışıklandırma ve doku farklılıkları ile) bölücülerdir.

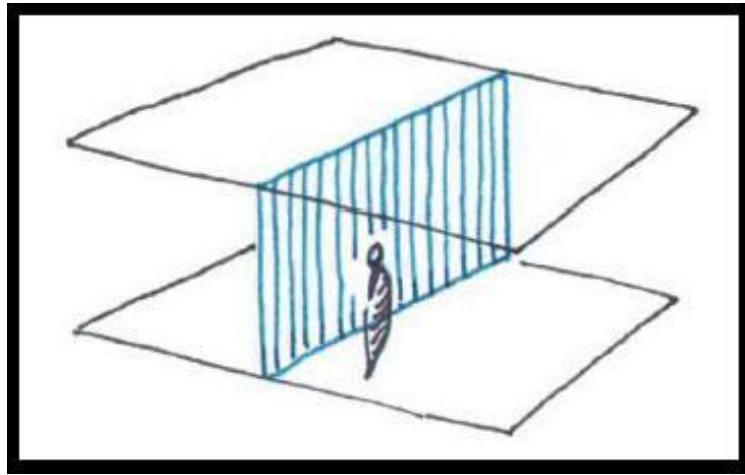
Dolu yapı elemanlarından (tuğla, alçı plak, yapı bloğu, betopan vb. malzemeler ile oluşturulan duvarlar) oluşturulan tam bölücüler ile mekanın kısımlandırılması ile labirent bir mekana dönüştürülebilmektedir.

Kullanım fonksiyonlarının birbiriyle çakıştırılabilmesi ve mekanın görsel bütünlüğünün bozulmayarak, geniş algılanmasının sağlanması, kısmi, geçirgen ve geçirgen olmayan aynı zamandan fiziksel olmayan (ışıklandırma, döşeme renk ve

doku farklılıkları ile) bölücü elemanların kullanımı ile gerçekleştirilebilir. Bu bölücüler mekanın içinde yatayda veya düşeyde kullanılabilirler, hareketli, kaldırılabilir, toplanabilir vb. özelliklerde tasarlanabilirler.

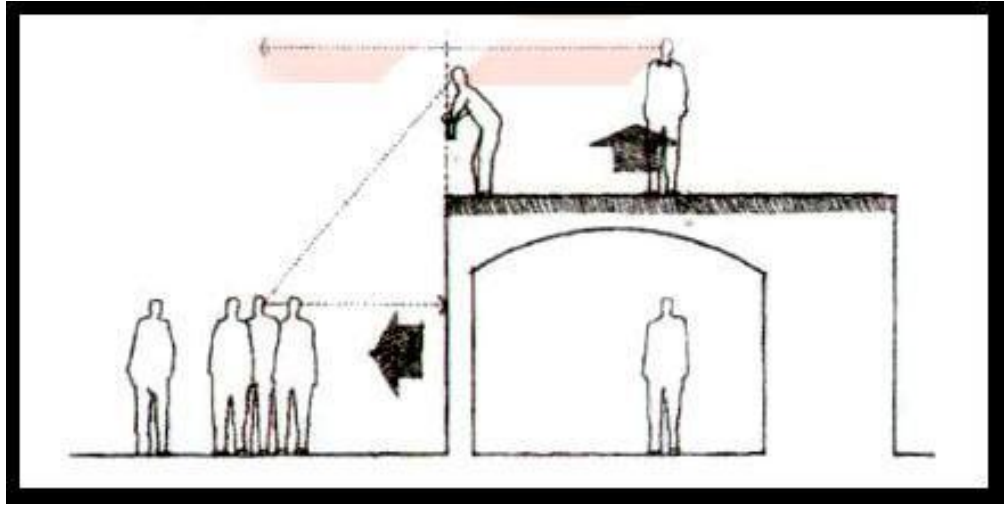
-Tam Bölücüler;

Mekanı tam olarak bölen bir başka deyişle görsel bağlantıyı tamamen kesen bölücülerdir. Yatayda ve düşeyde mekanı bölebilirler. Tam bölücüler tek bir hacmi iki hacim olarak kullanmamızı sağlayacaktır.



Şekil - 3.18: Tam Bölücülerde; Düşey Uygulama

-Yatay tam bölücüler, iç mekan yüksekliğinin elverişli olduğu hacimlerde kullanılabilirler. Böylece merdivenle ulaşılabilen yeni bir döşeme yani yeni bir kat oluşturulmuş olur. Taban zemininin göz seviyesine yükseltilmesi ile görsel ve mekansal süreklilik kesintiye uğratılmıştır. Yükseltelen zemin alanı, zemin ya da döşeme düzleminden ayrılmıştır. Yükseltelen düzlem altındaki mekan için koruyucu elemana dönüşmüştür.



Şekil - 3.19: Tam Bölücülerde; Taban Düzleminin Yükseltilmesi

Tam bölücüler bazen kayar, kayar katlanır veya pivot aracılığı ile dönerek yer değiştirilebilen hareketli paneller olarak tasarlanabilirler.

Tam bölücü panellerin ebatları çoğunlukla kapı ebatlarını oldukça aşmış ve duvar gibi kullanılabilir hale getirilmiştir.



Resim -2.88: The White Otel – Belgium. Tam Bölücü Olarak İki Mekanın Ayrılması



Resim -2.89: Adam & Eve Otel Antalya – Belek. Tam Bölücü Olarak Kullanılan Aynalar

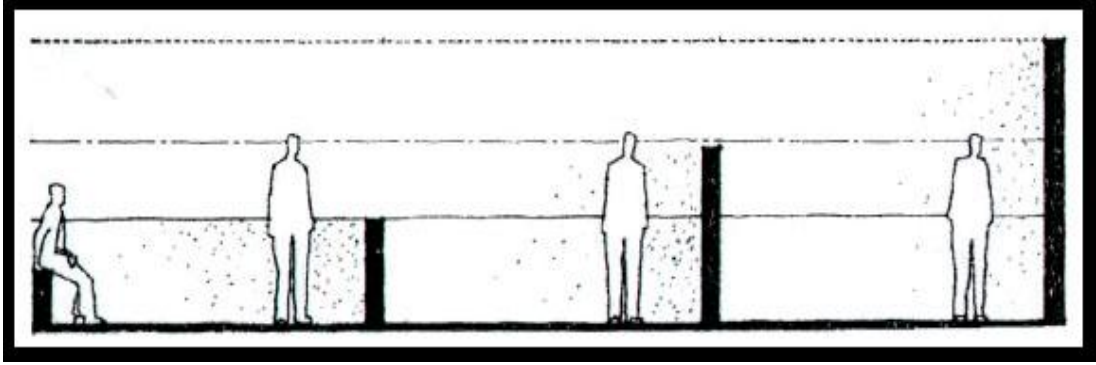
Teknoloji ilerledikçe yapılarda kullanılan malzemelerde çeşitlenmektedir. Bina yapım teknik ve malzeme çeşitlenmeleri mimarlara standartları yüksek tasarımlar yapma şansı sağlar. Bazı teknolojik malzemeler yapının hafifleşmesinin sağlamasının yanı sıra diğer fonksiyonel gereklilikleri (ses ve ısı yalıtımı vb.) de yerine getirmektedir.



Resim -2.90: W Otel USA – New York. Lobideki Duvar Panelinin Bölücü Olarak Kullanılması

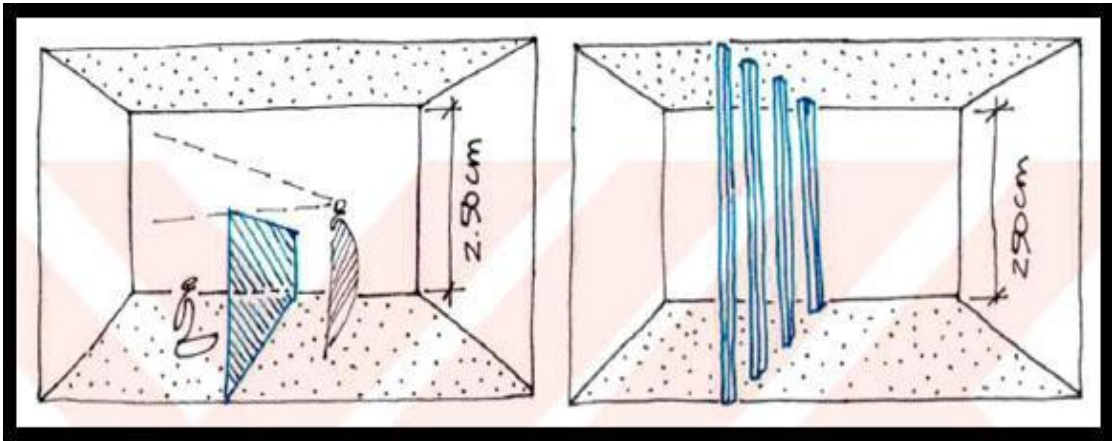
-Kısmi Bölücüler;

Mekanı kısmi olarak bölen bir başka değişle görsel bağlantıyı tamamen kesmeyen bölücülerdir. Mekanın bütün olarak algılanması farklı fonksiyonların birbirinden ayrılabilmesi amacıyla kullanılır.



Şekil - 3.20: Göz Seviyesine Bağlı Olarak Düşeyde Bölümleme Çeşitlenmesi

Düşey kısmi bölücüler özellikle oturma pozisyonuna göre göz seviyesini aşarak oturma süreci boyunca tam bir bölünmüşlük hissi verirler. Ancak ayağa kalktığımızda göz seviyemiz yükseldiğinden mekanın görsel sürekliliği de devam eder. Bazı kısmi bölücüler ise mekan içindeki herhangi bir göz seviyesinde görsel sürekliliği korurlar.



Şekil - 3.21: Kısmi Bölücüler

Kısmi bölücüler, hiçbir zaman açık mekan hissini tamamen yitirmemize neden olmazlar. Tavan ile aralarında kalan boşluk için isteğe bağlı olarak kapanmasına imkan veren hareketli veya sökülebilir bir modül de tasarlanabilir.

Kısmi bölücü bu modül sayesinde istenildiğinde tam bölücüye dönüşebilecektir.

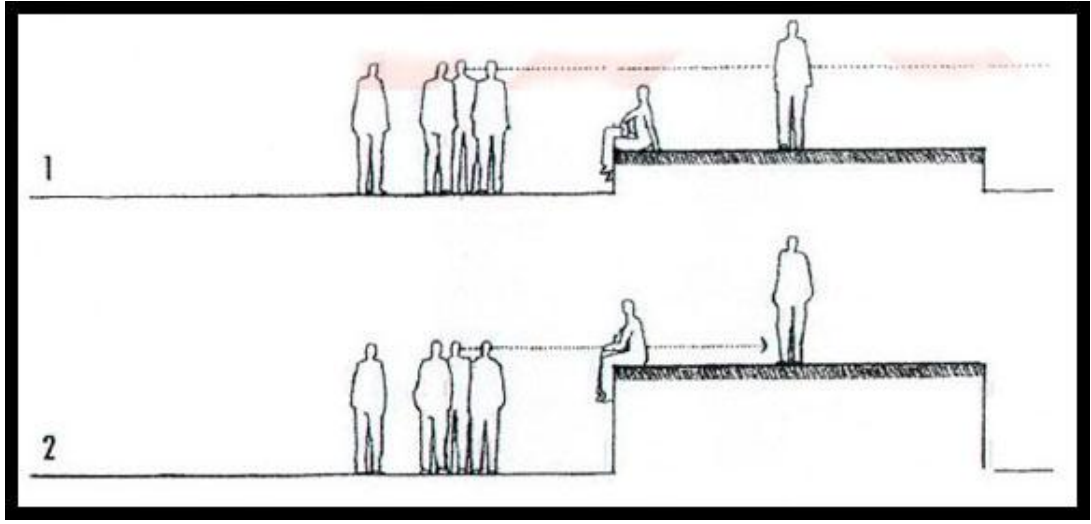


Resim -2.91: W Otel USA – New York. Lobideki Bölücü Elemanlar

-Taban Düzleminin Yükseltilmesi;

Taban düzleminin bir kısmının yükseltilmesi, mekansal bağlamda sınırlandırılmış bir alan meydana getirecektir. Yükseltilen düzlemin kenarları boyunca oluşan seviye değişikliği, onun kendi alanının sınırlarını tanımlar ve yüzeydeki mekansal akışı kesintiye uğratır. Eğer taban düzleminin yüzeyi kenarlar ve yükseltilen alan boyunca devam ederse, yükseltilen alan daha çok onu çevreleyen mekanın bir parçası gibi gözükecektir. Eğer kenarın durumu deseninde, renginde ya da dokusunda yapılacak bir değişiklik ile belirginleştirilirse, o zaman bu alan çevresinden ayırt edilmiş farklı bir platform haline gelecektir.

Şekil - 3.22’da 1 rakamı ile gösterilen çizimde ortadaki alanın kenarı iyi tanımlanmıştır; görsel ve mekansal süreklilik korunmuştur ve fiziksel ulaşım kolaylıkla sağlanmaktadır. “2” rakamı ile gösterilen çizimde görsel süreklilik bir miktar korunmuştur; mekansal süreklilik kesintiye uğramıştır. Fiziksel ulaşım merdiven ya da rampaların kullanılmasını gerektirmektedir.



Şekil - 3.22: Yükseltilmiş Taban Düzlemi ile Mekansal Kısmi Bölümleme

-Taban Düzleminin Çukurlaştırılması;

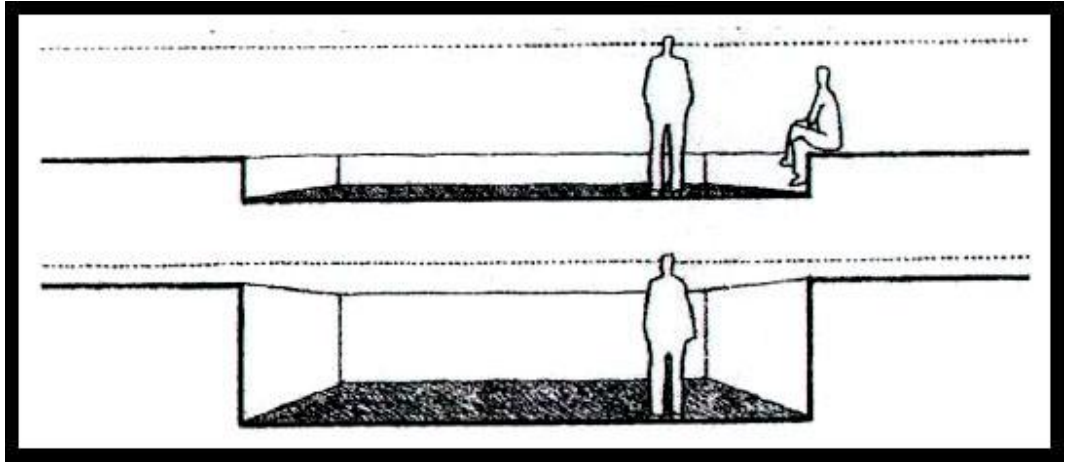
Taban düzleminin bir bölümünün çukurlaştırılması, bir mekansal alanı çevresindeki daha büyük bir bağlamdan yalıtır. Tanımlanan alanın sınırları, çukurluğun dikey yüzeyleri tarafından tanımlanır. Bunlar yükseltelen düzlemlerde olduğu gibi yalnızca vurgulanan sınırlar değil, aynı zamanda mekanın duvarlarını biçimlemeye başlayan görünür kenarlardır.

Çukurlaştırılmış alan ile onun etrafındaki taban düzleminin yüzey niteliklerini

zıtlılaştırarak, söz konusu mekansal alanı daha da belirgin hale getirebiliriz.

Çukurlaştırılmış alan ve onun çevresindeki alan arasındaki mekansal sürekliliğin derecesi, seviye değişiminin ölçeğine bağlıdır. Şekil - 3.23'de izlenebileceği gibi;

- Çukurlaştırılmış alan, zemin ya da döşeme düzleminde bir kesinti meydana getirip, bir yandan da çevredeki mekanı tümleyen bir parça olmaya devam edebilir.
- Çukurlaştırılmış alanının derinliğinin artırılması çevredeki, mekan ile görsel ilişkiyi zayıflatır ve onun ayrı bir mekansal hacim olarak tanımını güçlendirir.



Şekil - 3.23: Çukurlaştırılmış Taban düzlemi ile Mekansal kısmi Bölümleme

Çok kullanışlı olduğundan dolayı en çok örneğine rastlanan iç mekan kısmi bölümleme metodu taban düzleminin yükseltilmesi veya çukurlaştırılması ile döşemede kademelenme yaparak mekan bölümlemesidir. Döşemede yapılacak kademe ve döşeme kapsamında yapılacak malzeme, renk, doku vb. değişikliklerle diğer sirkülasyon alanlarının kolaylıkla birbirinden farklılaşması sağlanabilecektir.

-Geçirgen ve Yarı Geçirgen Bölücüler;

Geçirgen yarı geçirgen bölücüler bulundukları mekanı ses, ısı ve hareket yönünden sınırlandırmalarına rağmen (malzeme özelliklerine bağlı olarak) ışık geçirgen olduklarından, yarı bölücüler gibi mekanın görsel sürekliliğini kesmeyerek bütünlük hissini devam ettirirler. Bu bölücüler görsel cam, opak cam, opak akrilik levha, ızgara sistemler, bambu storlar, tül perde, jaluzi, 'metal dokuma' vb. malzemeler kullanılabilir.

Bir mekanın sınırlarının ve küçüklüğünün hissedilmemesi, geniş algılanması için dışarı ile görsel bağlantının sağlanmasından daha etkili bir yöntem düşünülemez. Bu da ancak geçirgen bölücülerle sağlanabilir.

Beş yıldızlı bir otelin dış cephesinde ve çevresinde güçlü bir peyzaj örneği var ise bunu doğrudan iç mekanda hissettirmek yani cephenin en azından yüksek bir bölünün şeffaf bölücü ile ayrılması bütünlük hissini otel kullanıcılarına devam ettirmiş olacaktır.

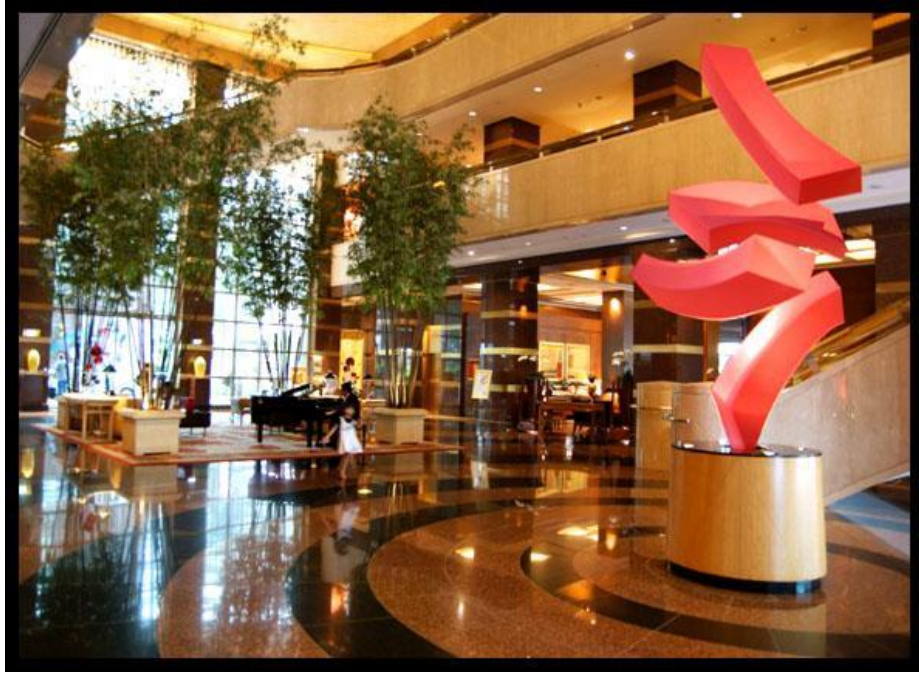


Resim -2.92: W Otel USA – New York. Lobideki Kısmi Bölücüler

- Işık ve Döşeme Farklılığı ile Bölümleme;

Mekanı fiziksel olarak bölmeden sınırlandırmak için ışıktan yararlanılabilir. Aydınlık şiddeti, renk ve doku (malzeme seçimi) fiziksel olmayan bölücüler olarak karşımıza çıkar. Fonksiyonların tek mekan içinde belirlenebilmesi için hakim ışık faydalı bir bölücü olabilir. Mahremiyet gerektiren mekanlarda gölgeli, ortak alanlarda aydınlık bir ışıklandırma ile mekan içi fonksiyonların birbirinden ayrılması sağlanabilecektir.

Döşemede renk, doku ve malzeme farklılıkları ile fonksiyon belgelendirmesi yapılması, farklı işlevli bölgeler için farklı özelliklerde malzemeler belirlenmesidir. Granit, mermer, doğal taş, seramik, epoksi, mozaik, pleksy gibi çok sık sirkülasyon alanı olarak kullanıcılar tarafından kullanılacak olan zeminlerde kullanırken, oturma-bekleme alanı, kokteyl ve sergi alanı vb. yerlerde masif ahşap, lamine parke ve halı gibi malzemeler kullanılarak ayrılabilirler. (Resim -2.93)



Resim -2.93: Conrad Centennial Otel-Singapur. Girişten Başlayarak Lobi Boyunca Uzanan Zemindeki Farklı Malzeme Uygulaması

Bu uygulama algı sistemini devreye sokacak ve böylece aslında fiziksel olarak sınırlanmamış kullanım alanları sezgisel olarak birbirinden ayrı algılanabilecektir. Ayrıca yüzeyler birbirinden ayrılırken, kullanılan bu malzeme doku ve ışık oyunları ile mekana farklı bir boyutlandırma katılarak algıda farklı boyutlara yol açacaktır.⁶⁸

Biçim oluşumundaki diğer etkenlerden olan mekanı aşırı büyük ya da olduğundan küçük gösterme durumunu inceleyecek olursak, algılama açısından önemli etkenlerden birisi olduğunu söylememiz mümkündür. Bu etkenler renk (boya), eşya (mobilya-obje), aydınlatma ve yansımalar ile dediğimiz gün ışığı özellikle ayna gibi materyaller kullanılarak oluşumlar yapılabilmektedir. Aynı zamanda mekan içerisinde yapılacak olan form etkileri; zemin, duvar ve tavan da o mekanı aşırı büyük veya aşırı küçük algılanmasına da yol açabilmektedir. Örneğin, Beş yıldızlı bir otelin giriş mekanı dar ve küçük bir alana sahip ise, saydığımız etkenlerden olan ayna kullanılarak giriş kapısının her iki yanından gün ışığı doğru şekilde mekana girmesine izin verilerek tasarlandığında ortaya daha ferah algılana bir giriş ortaya çıkacaktır. Bu etkiyi yine renk ile sürdürerek ve giriş lobi bağlamında açık renkte mobilyalar ve objeler kullanarak mevcut hacimden

68 **Kürşat F.Ş.**, 2006, Küçük Konutlarda, İç Mekan Tasarım Yöntemleri Ve Uygulama Örnekleri, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s:53-60,67,68,69,75,79,86.

maksimum fayda sağlayacaktır. Otelin giriş kapısından mekana geçiş yaparken zeminde döşenmiş olan malzeme karo (granit, mermer, seramik) diyagonal döşenmesi, mekanda genişlik hissi yaratacaktır.



Resim -2.94: Barcelo Raval Otel İspanya – Barselona. Giriş-Lobi

Koyu renklerin bir mekanı olduğundan da küçük göstermesi bazı konularda tam olarak doğru olmayabilir. Bir mekanı kimi zaman küçük göstermesinin nedeni, renklerin koyuluğu değil kullanılan renklerin birbirine olan kontrastıdır. Yani otelin zeminin çok koyu bir renkten, beyaza geçişteki kontrast yine bu hissi verebilmektedir. Otelin girişinde ve lobisinde yine de çok koyu renkler kullanılacak ise renklerinin arasındaki uçurumun olmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Otelin danışma bankosuna doğru kullanıcıların giderken kendilerinin otelin kapısından itibaren saydığımız etkenlerden olan ayna ve ayna paneller ve metalik parçalar kullanarak mekanın daha geniş algılanması sağlanabilmektedir. Dış mekan ile bağlantılı kapı girişlerinde oluşturulan şeffaf bölücü ve açıklık ya da kapı girişi gibi önemli bir şekilde görece tarzda yerleştirilen ayna mekana farklı bir etki mutlaka bırakacaktır.



Resim -2.95: Sheraton Crossroads USA - New Jersey Dış Cephe Görünümü

Aydınlatma elemanları, otelin lobisinin daha da geniş gösterilmek istendiğın de yardımcı eleman unsuru olabilecek etkenlerden biridir. Endirekt olan aydınlatmalar küçük mekanı yine olduğundan daha ferah ve geniş hissetmeye yardımcı bir unsurdur. Tavan ve duvarda birbirine mesafeli şekilde yerleştirilmiş halojen aydınlatmalar kullanılabilir. Ek aydınlatmalar olarak masa üzeri ve lambader ile ışıık yoğunluğu daha fazla elde edilebilir.



Resim -2.96: Sheraton Crossroads USA - New Jersey Giriş Bölümü İç Cepheden Görünüm



Resim -2.97: Barcelo Raval Otel İspanya – Barselona. Resepsiyon ve Kullanılan Aydınlatmalar

Yine de oluşturulan otelin girişi aşırı büyüklük ve aşırı küçüklük ölçütüne dikkat edilmeli, düzenlemeler saydığımız etkenler doğrultusunda oluşturulmaya özen gösterilmelidir.

Otel yapısındaki orantılı biçim oluşuma etki eden diğer önemli faktör ise “İnsani Ölçütler” ile belirtilebilir. Yapılan tasarımın her aşamasında oluşturulan etkenler “insan” üzerinden olduğundan bu ölçütler öncelik olarak yer taşıyacaktır. Bu ise ancak “Antropometri” ile açıklanabilir. Kısaca açıklamak gerekirse;

“Antropometri bilimi, bireyler veya gruplar arasında, anatomi, coğrafi bölge ve meslek grupları gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanan farklılıkları ve benzerlikleri saptayarak daha geniş bir insan kitlesine uygun tasarımlar yapma imkanı sağlar. Bu tasarımlar için belirlenen vücut ölçüleri arasında, vücut hareketsiz ve belirli bir standart pozisyondayken alınan yapısal vücut ölçüleri ve vücut hareket halindeyken alınan fonksiyonel vücut ölçüleri bulunur.”

Vücudun, sabit bir noktaya göre; eğilme, dönme, uzanma gibi hareketlerle ulaşabileceği maksimum mesafeleri ölçmek ve işin rahat yapılması için gerekli olan çevresel faktörlerin dağılım uzaklıklarını belirlemek amacıyla yapılan ölçümlerdir.” (tr.wikipedia)

Tasarım aşaması itibari ile bakıldığında otelin sadece giriş ve lobi mekanları değil herhangi bir mekanında da, insan vücudunun ayakta ve oturarak belirli standart duruşlarında elde edilen değerler kullanılma zorunluluğu vardır.



Resim -2.98: G Otel – Malezya Resepsiyon Bankosu ve Lobi Görünümü

Örneğin; Danışma bankosunun tasarımında;

-Yükseklik, genişlik, derinlik, uzunluk, çevresel uzunluk, eğrisel uzunluk, düşüklük, kalınlık, çıkıntılık olarak adlandırılan yapısal duruş ölçütleri ile şekillendirilmenin kaynağını oluşturmaktadır. Antropometrik düzenleme ve çevresel bütünleşme ile otel mekanın düzenleniş biçimi ortaya çıkacaktır.

8. SONUÇ

Günümüz turizm yapılarının her geçen gün teknolojinin gelişmesiyle birlikte otellerin buna bağlı olarak değişimleri gözlenmektedir. Turizm talepleri de buna bağlı olarak arttığundan, beş yıldızlı otellerden beklenen hizmetler de farklılıklar göstermektedir. Otelin tasarımı iyi, kalıcı ve başarılı olabilmesi önemli bir unsur olarak görülmektedir. Otelin ilk göze çarpan kısmı girişinden itibaren olacağından çalışmamın amacı da bu yönde ilerlemiştir.

Belirgin bir rekabet içinde olan otellerin farklılık ve ilgi çekicilik konusunda otel tasarımına öncelikle önem vermesi gerekmektedir. Çağdaş ve modern yaşamın önemli bir unsuru olarak görünen otellerin, farklı nitelik ve niceliklere sahip olsalar dahi öncelikle oluşturulmuş olan bir imaj çerçevesin de kullanıcıya ilk olarak iyi bir izlenim bırakmak ve o izlenimin kalıcı olmasını sağlamaktır.

Verilen hizmetin kalitesi otel kullanıcılarının en önemli etki eden başta gelen unsurudur. Daha sonra otelin yeri-konumu ve özelliği gelir. Son olarak da fiyatlandırılması gelmektedir. Hizmetin kaliteli bir şekilde ilerleyişi, otelin bir o kadar uzun ömürlü olmasına etki edecektir.

Beş yıldızlı otellerin hizmet farklılığı ve çeşitliliği oteli aynı zamanda daha da cazip hale getirmektedir. Otelde sadece gece konaklama amacının dışında oluşturulan yeme-içme mekanları (restoran, cafe, bar, klüp), kokteyl, sergi ve toplantı alanları ile spor ve eğlence alanları vb. mekanlar yaratarak kullanıcıya yönelik aynı zamanda işletme giderlerini artıracak faktörler ile yer almaktadırlar.

Beş yıldızlı otellerde estetik tasarım, çekicilik, sıra dışılık ve kendine has özgünlükleri ile otel tasarımı kullanıcıyı etkileyecek önemli bir faktördür. Tabii kendine has bir maliyet oranları düşünülerek tasarım yapılabilir. Tamamen yüksek maliyet göz önüne alınıp tasarımın bu yönde ilerlemesi de tasarımcının oteli planlamasında olumsuz yönde etkileyebilir. Bunların her biri uyumlu ve dengede olacak şekilde geri dönüşü ve bakım maliyetleri de göz önünde bulundurularak devam edilmesi gerekmektedir.

Söz konusu yapmış olduğum araştırmam da beş yıldızlı otellerin giriş bölümlerinin incelememin en büyük etkenlerinden birisi de “*otelin vitrini*” niteliğinde olan bu bölüme gerekli özen çoğu kez gösterilmediğini fark etmiş olmamdır. Otelin giriş bölümleri sadece giriş kapısı ve giriş cephesinden ibaret değildir. Aslında giriş bölümü için ortak bir payda da denilebilir. Ortak nokta olmasının nedeni otele kullanıcıların ilk adım atmasından itibaren diğer bölümlere ayrılması bu noktadan gerçekleşmiş olduğundandır. Giriş-lobi mekanı en merkezi alan olarak kabul edilebilir. Çalışmamda da girişten itibaren algılanan mekanların önemini anlatarak, lobi ve alt mekanlara uzanan kısımların tasarımlarının önem kazandığını vurgulamaktır.

Otelin giriş kapısından itibaren dış cephe uyumu ile iç mekan arasındaki geçişlerde dikkat edilmesi gereken tasarım ilkeleri olması gerekmektedir. Bir kimliğe sahip olan beş yıldızlı otelin diğer otellerden farklılığını, insanların girişten itibaren algılaması önemlidir. Otelin dış cephe formundan iç mekan formuna dek uzanan biçimsel etkenlerinden; oran-orantısı, ritm-zıtlığı, renk-dokusu, dengesel, işitsel kokusal ve dokusal etkenleriyle aydınlatması kullanıcıların algısını etkileyen faktörlerdir. Bu etkenler görsel kimliğin oluşmasında temel nitelikler olarak kabul edilebilir.

Kullanıcının giriş mekanlarından olan lobi alanında otelin genel konsepti ile karşılaşması ile buradan dağılım olacağı yönleri kolayca ulaşılabilirliği önemlidir. Lobi ve lobi alt mekanları kabul bankosu, oturma dinlenmeleri alanları, bar ve destekleyici hizmet bölümleri, sirkülasyon alanı, ıslak hacimler, kiralık mekanlar (sergi, kokteyl, toplantı vb.) restoran ve cafe olarak sıralanabilmektedir. Kent otelleri ve tatil otellerinde ki hizmet beklenen bölümler farklılaşabilmektedir. Gözlemler ve araştırmalar neticesinde kent otelindeki kullanıcı lobi barı tercih ederken, tatil otellerinde lobi barı çok fazla kullanılmamaktadır. Ayrıca kent oteli olarak beş yıldızlı otellerin günümüzden giriş bölümünden itibaren kolayca ulaşabileceği ve dış cepheden ayrıca girişi de bulunan restoran ve cafe mekanları kullanıcının ilgisini çekmektedir.

Oturma ve dinlenme alanlarının otele gelen müşterilerin kullanımına yönelik ve kolay ulaşabilmesi dışında kullanıcı mahremiyeti de göz önüne alınarak tasarımların bu yönde yapılması ve yerleştirilmesi uygun görülmektedir. Bu alanlar da ayrıca

kullanılan süs eşyalar, su öğeleri ve bitkilerin kullanılması hem alan zenginliği yaratma da aynı zamanda oturma bölümlerini ayırma konusunda da ilgi çekmektedir. Giriş ve ve lobi de yapılacak olan peyzaj düzenlemeleri mekanın daha rahat gözükmelerini de sağlamaktadır. Aynı zamanda kullanıcı üzerinde rahat etki bıraktığı gözlemlenmiştir. Oturma grupları otelin kapasitesi ve kısa süreli kullanıcılar için yeterli olması gerekmektedir.

Lobi ve geçiş mekanların da kullanılan zemin, duvar, tavan malzemelerinde seçim yapılırken kolay temizlenebilir ve sıcak bir atmosfer de oluşturmaya özen göstermek önemlidir. Döşeme olarak ahşap parke ve halı kullanımı yaygındır. Ahşap kullanımı beş yıldızlı otellin giriş ve lobi mekanların da kullanılması daha yaygındır. Ahşap ortamda sıcak bir etki bırakmaktadır. Halı kullanımı ise gürültü azaltıcı ve sıcak bir görüntüsü vardır. Genelde taş malzemeler granit, mermer vb. yaygın olarak kullanılmaktadır. Otelin giriş kapısından itibaren farklı malzemeler kullanılarak aynı zamanda da yönlendirici etki bıraktığından kullanıcı üzerine olumlu etkiler bırakmaktadır. Duvar malzemeleri ise özellikle yangına dayanıklılığının olmasına dikkat edilmesi önemli bir husustur. Duvarlarda da ara ara geçişler ve farklı malzemeler ile yüzeyinde yapılacak farklı formlar kullanıcının dikkatini çekmektedir. Duvar yüzeylerinde rahatsız edici parlak renkler ya da donuk renk geçişleri kullanıcı üzerinde hoş etki bırakmadığı gözlemlenmiştir. Duvar kağıtları, kumaş yansıtıcı duvar kaplamaları gibi malzemeler alternatif olarak kullanılabilir. Bunlar da kullanılırken mobilyalar ile uyumuna özen gösterilmesi gerekmektedir.

Beş yıldızlı otellerin giriş kapısından itibaren kullanılan aydınlatmalar önemli unsurlardandır. Tasarımcı otelin aydınlatma tasarımını görsel konforu da ayrıca sağlayacak şekilde düşünmesi uygun olmaktadır. Aynı zamanda zemin, duvar ve tavan da kullanılan gizli aydınlatmalar görsel konfor ve ilgi çekici olarak kullanıcı üzerinde etki bırakmaktadır.

Lobi ve alt mekanların boyutsal özellikleri, yüzeylerin ve belirli bir form da düzenlenerek kullanıcıya yönelik olması gerekmektedir. Ortak mekanlara kolay ulaşılabilir ve algılanabilir olması tasarım yöntemi bakımından önemlidir. Merdiven ve asansörlere giriş mekanından itibaren yönlendirmelerin olması ve kolay algılanması gerekmektedir. Mekanların bölümlendirilmesi ihtiyaç ve organizasyonu amacına yönelik olması gerekmektedir. Yardımcı elemanlar olarak nitelendirdiğimiz

tam bölücüler, kısmi bölücüler, geçirgen-yarı geçirgen bölücüler ve fiziksel olmayan (ışıklandırma ve doku farklılıkları ile) bölücülerin kullanılması, mekanların biçimlendirilmesin de yardımcı olacaktır. Mekan formunu etkileyecek bölücü elemanların kullanılması girişin ve lobi alanlarının estetik açıdan değerlendirildiğinde ön plana çıkaracak bir etki oluşturulabilir. Kullanıcının beğenme etkisi değerlendirildiğinde bölücü ve paravanların dikkat çekici olduğu gözlemlenmiştir.

Beş yıldızlı oteller de oteller arası farklılık yapılması açısından lobi mekanlarını ilgi çekici ortam hazırlanması bakımından zemin düzleminde yükseltme ve çukurlaştırılmalar yapılabilmektedir. Böylelikle sınırlandırılmış yeni alanlar oluşturulabilmektedir. İki mekan arası geçişlerde müşteriyi bir alana yönlendirme de kullanılacak bir durum olarak da oluşturulmaktadır.

Sonuç olarak; beş yıldızlı otellerin giriş mekanlarında, dış cepheden başlayıp iç cepheye kadar uzanan bölümlerinin (vitrin niteliği taşıyan bölümlerle), tasarım ilkeleri doğrultusunda hazırlanılması geçerli bir niteliktir. İç mimari tasarımında kullanıcının algısına yönelme ile daha uygun ortamlar hazırlanması açısından, tasarım ilkeleri doğrultusunda ilerlenmesinin uygunluğu vurgulanmıştır.

KAYNAKLAR

Kitaplar:

- **Hasol, D.**, 2002. Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, 8.Baskı.
- **Gür, Ş.Ö.**, 1996. Mekan örgütlenmesi, Gür Yayınları, Trabzon.
- **Bayazıtlioğlu, Dr. B.**, 2009, İnsan-Mekan İletişimi, Edumar Eğitim Market, İstanbul.
- **Berger J.**, 2007, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul, 13.Basım
- **Batman O.**, 2003,Otel İşletmelerinin Yönetimi,Değişim Yayınları, İstanbul, 2.Basım.
- **Llorella A.- Collins H.**, New Hotels 2. 7/2005. US
- **Genç R.**, 2009, Uluslararası Otel ve Restoran Yönetiminde İnsan, Beta Basım, İstanbul
- **Oral S.**, 2005, Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri, Detay Yayıncılık, İstanbul, 5.Baskı.

Tezler:

- **Karahasanoğlu, E.B.**, 1997, Beş Yıldızlı Şehir Otellerinin İşletme Modelleri ve Mimari Tasarım Kimliği Etkileşimi, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Öktem D.**, 1997, Otel İç Mimari Tasarımında Mekan Algılama ve Kimlik Oluşumu ve Örnekler Üzerinde Analizi, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Çakırkaya M.E.**, 1994, İstanbul'daki 5 Yıldızlı Lüks Şehir Otellerinde Tasarımın Gelişimi Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Opak B.V.**, 2009, Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tasarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme), *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **İldeniz F.M.**, 1991, Otellerin Genel İç Mekanlarının Tasarlama İlkeleri, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- **Arayıcı O.**, 2001, Mekanın Algılanmasını Belirleyen Faktörler, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Köseoğlu E.**, 2004, Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürünün Etkisi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Aydıncı, B.G.**, 2009, Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi Talimhane Bölgesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Apaydın B.B.**, 2001, Mimarlıkta Estetik Olgusu ve Değerlendirme, *Sanatta Yeterlik Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Kürşat F.Ş.**, 2006, Küçük Konutlarda, İç Mekan Tasarım Yöntemleri Ve Uygulama Örnekleri, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Demir G.Y.**, 2005, Işığın Renklendirilmesi ve Dekoratif Aydınlatma Sistemlerinin Otellerde Kullanımı , *Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Sümengen, Ö.**, 2003, İstanbul İlindeki Beş Yıldızlı Zincir Otellerinin Aydınlatma Tasarım Standartları Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Yolcu E.**, 2006, Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, *Yüksek Lisans Tezi*, M.Ü., Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- **Laçın C.**, 2004, Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- **Sever Ö.**, 2008, Otellerde Mekansal Analiz, *Yüksek Lisans Tezi*, K.A.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- **Becerik B.**, 2001, Mimarlıkta Estetik Olgusu ve Değerlendirme, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

Makale:

- **Öztürk G.**, ”Logonun Kurum Kimliği üzerindeki Etkisi”, İst. Üniv. Sos.Bil. Derg. 5.Say, Bahar 2006/1, Syf.3-Makale
- **Özgen A.**, 2001, Yüksek Binalarda girişler, Lobiler ve Atriumlar, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 235.sayı,s:39-45, İstanbul
- **Kancıoğlu M.**,“Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri”,Uludağ Üni. Mühendislik-Mimarlık Fak.Der.i, Cilt 10, Sayı 2, 2005

Diğer Kaynaklar:

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 2005, Madde 19
- **Fitöz İ.** 2009 Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İç mimarlık Bölümü, Aydınlatma ve Işık-Renk İlişkisi, Aydınlatma Ders Notları

Kişisel Görüşme:

- **Prof. Cengiz Eren**, 2010. Kişisel görüşme.

İnternet kaynakları:

- <http://www.contemporist.com/2010/01/01/arezzo-park-hotel-by-simone-micheli/> 6 Mart 2010
- http://www.contemporist.com/2010/01/06/hotel-encanto-by-miguel-angel-aragones/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+contemporist+%28CONTEMPORIST%29 2 Nisan 2010
- http://www.contemporist.com/2010/01/05/the-t-house-by-marc-topilsky/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+contemporist+%28CONTEMPORIST%29 1 Ocak 2010
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Otel> 8 Ocak 2010

- <http://istanbul.intercontinental.com.tr/tr/general/> 21 Şubat 2010
- <http://forum.arkitera.com/showthread.php/9880-Otel?highlight=BE%DE%20YILDIZLI%20OTELLER> 31 Mart 2010
- <http://odogan.com/mimar/otellere-yildiz-verme-kriterleri.html> 5 Mayıs 2010
- <http://www.otelforum.com/> 12 Mayıs 2010
- <http://www.resortacademy.com/ra15/index.php/sektoerden/yazarlar-yorumlar/13/3425-outsourcing-le-qgenetii-deitirilmi-otelcilik> 19 Mayıs 2010
- <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-43963/eski2yeni.html> 28 Mayıs 2010
- <http://www.lhw.com/> 5 Haziran 2010
- <http://www.designhotels.com/> 10 Haziran 2010
- <http://www.listemiste.com/dunyanin-en-garip-10-oteli.html> 14 Haziran 2010
- <http://www.deviantart.com/> 28 Temmuz 2010
- <http://www.flickr.com/photos/joweerawan/page34/> 9 Ağustos 2010
- <http://www.milliyet.com.tr/Yazar.aspx?aType=YazarDetay&ArticleID=1322355&AuthorID=54&b=Antalyada%205%20yildizli%20186%20otel%20var&a=Gungor%20Uras&KategoriID=3> 10 Aralık 2010
- <http://www.booking.com/hotel/ae/jumeirah-beach.html?aid=336917> 16 Ağustos 2010
- <http://www.dubaiurnishedapartments.com/5-stars-dubai-hotel.asp> 18 Ağustos 2010
- <http://www.kempinski.com/en/pages/FindHotel.aspx> 01 Eylül 2010
- <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?p=965294> 3 Eylül 2010
- <http://tr.hotels.com/de1355047-st5/antalya-turkiye-bes-y-ld-zl--oteller/> 15 Eylül 2010
- http://www.otelpuan.com/?gclid=CI_Bzvf23aYCFYUw3wodPU4F1w 16 Eylül 2010
- <http://www.starwoodhotels.com/> 2 Kasım 2010
- <http://www.hotelkamp.fi/> 20 Kasım 2010
- <http://www.nhit-shis.org/new-york-standard-hotel-design-by-todd-schliemann/> 6 Aralık 2010
- <http://www.kempinski.com> 2 Ocak 2011
- <http://www.kempinski.com/en/palmjumeirah/Pages/Welcome.aspx>

8 Ocak 2011

- <http://www.tropicalcruise.co.uk/> 5 Şubat 2011
- <http://www.otelland.com/> 6 Şubat 2011
- www.adamevehotels.com 12 Şubat 2011
- www.hillside.com.tr 13 Şubat 2011
- www.ehotelbuild.com 16 Şubat 2011
- <http://www.otelinfo.com/> 22 Şubat 2011
- www.designer.com 1 Mart 2011
- <http://www.ehotelbuild.com/tr/index.asp> 7 Mart 2011
- www.fourseasons.com 11 Mart 2011
- <http://www.hotelfox.dk/> 14 Mart 2011
- <http://www.modesan.com/> 15 Mart 2011
- www.swissotel.com 16 Mart 2011
- <http://arkiv.arkitera.com> 18 Mart 2011
- <http://www.kultur.gov.tr> 19 Mart 2011
- <http://www.ttyd.org.tr/tr/default.aspx> 20 Mart 2011
- <http://www.unusualhotelsoftheworld.com/> 21 Mart 2011
- <http://www.stayz.com.au/> 22 Mart 2011
- <http://www.wowturkey.com> 22 Mart 2011

Resim Listesi Kaynak:

Resim -2.1: www.hotelaltinkaya.com/gallery/

Resim -2.2: <http://www.otelrehberim.com/flash-otel.html>

Resim -2.3: <http://www.adapalas.com/gorunumler.html>

Resim -2.4: <http://www.otelrehberim.com/ottoman-hotel-park.html>

Resim -2.5: <http://www.otelrehberim.com/ottoman-hotel-park.html>

Resim -2.6: <http://www.lhw.com/Hotel/Hotel-Metropole-Monte-Carlo-Monte-Carlo-Monaco>

Resim -2.7: [http://www.lhw.com/Hotel/Hotel-Metropole-Monte-Carlo-Monte-Carlo-Monaco- s 19](http://www.lhw.com/Hotel/Hotel-Metropole-Monte-Carlo-Monte-Carlo-Monaco-s-19)

Resim -2.8: http://fr.wikipedia.org/wiki/Sheraton_Hotels_%26_Resorts,
<http://www.starwoodhotels.com>

Resim -2.9: http://fr.wikipedia.org/wiki/Sheraton_Hotels_%26_Resorts,
<http://www.starwoodhotels.com>

Resim -2.10-11-12: Öktem D., 1997, “Otel İç Mimari Tasarımında Mekan Algılama ve Kimlik Oluşumu ve Örnekler Üzerinde Analiz” (Turizm Tesisleri Yönetmeliği, 2000), *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, s.112

Resim -2.13: <http://mymotels.com> - <http://www.hotel.al/al/>

Resim -2.14: Öktem D., A.g.e., s.114

Resim -2.15: www.fourseasons.com

Resim -2.16: Öktem D., A.g.e., s.132

Resim -2.17: www.theyashotel.com

Resim -2.18: www.theyashotel.com

Resim -2.19: www.radissonblu.com/hotel-frankfurt

Resim -2.20: www.dusit.com/dusit-thani/dusit-thani-dubai.html

Resim -2.21: www.flickr.com/photos/darrenwang/3570889920/

Resim -2.22: Opak B.V., 2009, “Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme)” *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, s.16

Resim -2.23: Cengiz Eren Arşivi

Resim -2.24: Cengiz Eren Arşivi

Resim -2.25: Cengiz Eren Arşivi

Resim -2.26: Opak B.V., A.g.e., s.53

Resim -2.27: Opak B.V., A.g.e., s.54

Resim -2.28: Opak B.V., A.g.e., s.54

Resim -2.29: www.kempinski.com/tr/munich

Resim -2.30: New Hotels 2-Anja Llorella-Harper Collins US (7/2005) s.173

Resim -2.31: Opak B.V., A.g.e., s.52

Resim -2.32: <http://www.mugecerman.com/wp-content/uploads/2009/03/four-seasons-bosphorus-lobby.jpg>

Resim -2.33:
http://4.bp.blogspot.com/_REkgXByDyuU/S6yryDmhfiI/AAAAAAAAAGpI/dY5kOHpd8aE/s1600/AquaDom.jpg

Resim -2.34: www.radissonblu.com/hotel-berlin - http://lujoymoda.com/wp-content/uploads/2008/01/aquadom_48.jpg

Resim -2.35: New Hotels 2-Anja Llorella-Harper Collins US (7/2005) s.48

Resim -2.36: http://farm2.static.flickr.com/1404/712725363_e2801b62ea.jpg S87

Resim -2.37: www.mimaristil.com/otel-tasarimi-barselonanin-cevheri-barcelo-raval.html

Resim -2.38: www.fourseasons.com/mumbai/

Resim -2.39: www.swissotel.com.tr/istanbul/restoran-gaja.asp

Resim -2.40: www.mardanpalace.com/site.html#/tr/restoran-ve-barlar/jazz-bar

Resim -2.41: Barcelo Haval Hotel İspanya - Barselona Rastaurant s.163

Resim -2.42: www.hotel-silken.com/hotel-puerta-america-madrid/fotos-del-hotel/

Resim -2.43: www.sheratonistanbulatakoy.com.tr/

Resim -2.44: www.gardenbabylon.com/tr

Resim -2.45: Esra Çalı arşivi

Resim -2.46: www.marriott.com/hotels/hotel-photos/istrn-renaissance-polat-istanbul-hotel/

Resim -2.47: www.sheratonistanbulatakoy.com.tr/

Resim -2.48: <http://hilton.com.tr/tr/Hilton-Istanbul>

Resim -2.49: www.marriott.com/hotels/travel/bjsjw-jw-marriott-hotel-beijing/

Resim -2.50: www.marriott.com/hotels/travel/bjsjw-jw-marriott-hotel-beijing/

Resim -2.51: www.adamevehotels.com

Resim -2.52:
<http://www.hillsidesu.com/index.html?lang=tr&branch=index/nav/home#/gallery>

Resim -2.53: www.marriott.com/hotels/travel/bjsjw-jw-marriott-hotel-beijing/

Resim -2.54: www.sandersonlondon.com

Resim -2.55: Hospitaly Design Mayıs 2009 s.116-Dergi

Resim -2.56: www.fourseasons.com/

Resim -2.57: Opak B.V., A.g.e., s.84

Resim -2.58: www.momoy.com

Resim -2.59: Opak B.V., A.g.e., s.85

Resim -2.60: Opak B.V., A.g.e., s.86

Resim -2.61: Hotel Design January 2008 s.9

Resim -2.62: <http://www.dusit.com/dusit-thani/en/dusit-thani-dubai-gallery.html>

Resim -2.63: www.hotelkamp.fi

Resim -2.64: Öktem D., A.g.e., s.190

Resim -2.65: Hotel Design January 2008 s.9

Resim -2.66: <http://www.lasvegashotel.com/resorts/Four-Queens-Hotel-Lobby.htm>

Resim -2.67: www.accorhotels.com/gb/hotel-5342-sofitel-berlin-gendarmenmarkt

Resim -2.68:
http://www.starwoodhotels.com/westin/property/photos/index.html?propertyID=1443#photo_section_1Link

Resim -2.69: <http://www.travelpod.ca/s/photos/hotel+intercontinental+shanghai>

Resim -2.70: Opak B.V., A.g.e., s.100

Resim -2.71: www.photoforum.ru - www.stageled.com

Resim -2.72: <http://www.kempinski.com/en/palmjumeirah>

Resim -2.73: www.singapore.com/holidayinn/

Resim -2.74: www.marriott.com/hotels/travel/atlmq-atlanta-marriott-marquis

Resim -2.75: www.macao.com/en/hotels

Resim -2.76: www.quehoteles.com

Resim -2.77: www.hoteles-silken.com/gran-hotel-domine-bilbao/

Resim -2.78: www.hoteles-silken.com/gran-hotel-domine-bilbao/

Resim -2.79: www.baiahotels.com/

Resim -2.80: <http://www.starlight.com.tr/starlight/index.html>

Resim -2.81: www.xihalife.com/hotels/tr/belek/cornelia-diamond-golf-resort-spa/

Resim -2.82: www.xihalife.com/hotels/tr/belek/cornelia-diamond-golf-resort-spa/

Resim -2.83: www.mgm-macao.com

Resim -2.84: www.flickr.com/photos/joweerawan/3010272989/

Resim -2.85: <http://cwfoodtravel.blogspot.com/2010/05/macau-casinos-mgm-macao.html>

Resim -2.86: www.palazzo.com

Resim -2.87: http://www.adventurist.net/trips/vegas_zion_05-2005/gallery--vegas/bellagio-lobby.jpg

Resim -2.88: <http://www.thewhitehotel.be/>

Resim -2.89:
www.adamevehotels.com/luxury_hotel/entertainment/tr/homeEntertainment.aeh

Resim -2.90: www.wnewyork.com/

Resim -2.91: www.wnewyork.com/

Resim -2.92: www.flickr.com/photos/miamihitman/2251285354/in/photostream/

Resim -2.93: www.flickr.com/photos/wongjunhao/3952194776/

Resim -2.94: www.mimaristil.com/otel-tasarimi-barselonanin-cevheri-barcelo-raval.html

Resim -2.95: www.flickr.com/photos/jerseyjj/4783223035/

Resim -2.96: www.flickr.com/photos/jerseyjj/4783223035/

Resim -2.97: www.mimaristil.com/otel-tasarimi-barselonanin-cevheri-barcelo-raval.html

Resim -2.98: www.penang-hotels.com/g-hotel/

Sekil Listesi Kaynak:

- Şekil - 3.1:** Conker S., 2009, İstanbul'daki Kent Otellerinin Mekan dizim Yöntemiyle Analizi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.14
- Şekil - 3.2:** Köseoğlu E., 2004, Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürünün Etkisi, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.13
- Şekil - 3.3:** Bayazıtlıoğlu, Dr. B., 2009, *İnsan-Mekan İletişimi*, Edumar eğitim market, İstanbul. s.7
- Şekil - 3.4:** Bayazıtlıoğlu, Dr. B., 2009, *İnsan-Mekan İletişimi*, Edumar eğitim market, İstanbul. s.10
- Şekil - 3.5:** Karahansanoğlu E.B., 1997 Beş Yıldızlı Şehir Otellerinin İşletme Modelleri ve Mimari Tasarım Kimliği Etkileşimi, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.71
- Şekil - 3.6:** Bayazıtlıoğlu, Dr. B., A.g.e., s.54
- Şekil - 3.7:** Öztürk G., 2006, Logonun Kurum Kimliği Üzerindeki Etkisi, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, İstanbul Yıl:5 Sayı:9, s.5
- Şekil - 3.8:** Opak B.V., 2009, Beş Yıldızlı Kent Otellerinde Lobi Tasarım İlkeleri (İstanbul Örneğinde Bir İnceleme), *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.20
- Şekil - 3.9:** Aydınıcı, B.G., 2009, Kent Otellerinde Ortak Kullanım Alanlarının İncelenmesi Talimhane Bölgesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi*, Y.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s.54
- Şekil - 3.10:** Aydınıcı, B.G., A.g.e., s.54
- Şekil - 3.11:** Aydınıcı, B.G., A.g.e., s.60
- Şekil - 3.12:** Yolcu E., 2006, Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, *Yüksek Lisans Tezi*, M.Ü., Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul. s.79
- Şekil - 3.13:** Opak B.V., A.g.e., s.88
- Şekil - 3.14:** Opak B.V., A.g.e., s.88
- Şekil - 3.15:** Opak B.V., A.g.e., s.99
- Şekil - 3.16:** Opak B.V., A.g.e., s.94
- Şekil - 3.17:** Sever Ö., 2008, Otellerde Mekansal Analiz, *Yüksek Lisans Tezi*, K.A.T.Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon. s:47
- Şekil - 3.18 / 3.23:** Kürşat F.Ş., 2006, Küçük Konutlarda, İç Mekan Tasarım Yöntemleri Ve Uygulama Örnekleri, *Yüksek Lisans Tezi*, MSGSÜ., Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. s. 58,59,67,68.

SÖZLÜK

- Akustik: Seslerin işitilmesi yönünden bir yerin niteliği; ir yerde seslerin dağılım biçimi.
- Analiz: Çözümleme
- Atriyum: Eski Roma evlerinde etrafı odalarla çevrili, üstü açık, ortasında havuz bulunan avlu, iç avlu.
- Bambu: Sıcak ülkelerde yetişip 25m kadar uzayan ve mobilya, merdiven gibi bir çok eşya yapımına yarayan bir çeşit kamış.
- Biçim: Bir nesnenin dış çizgileri bakımından niteliği, dıştan görünüşü, şekil, eşkal.
- Betopan: Talaş ve çimento karışımından üretilen, ahşap desenli, neme ve suya dayanıklı inşaat levhası.
- Boyut: Bir cismin herhangi bir yöndeki uzantısı.
- Diyagonal: Köşegen, köşe birleştirici.
- Duyu: İnsanların ve hayvanların, dış dünyanın uyarılarını görme, işitme, koklama, dokunma ve tatma organlarıyla algılama yeteneği, duyum.
- Ekipman: Takım, donanım.
- Esneklik: Bir cismin, kuvvet etkisiyle uzunluk, oylum ya da biçimce değişikliğe uğraması, ve kuvvet kalkınca başlangıç biçim ve boyutlarını yeniden bulması özelliği.
- Fizyolojik: Fizyoloji ile ilgili, vücutla ilgi.
- Form: Biçim, şekil.
- Fonksiyon: İşlev, görev.
- Fuaye: Bir gösteri veya toplantı binasının, temsil ya da toplantı aralarında kullanılan dinlenme holü.
- Hacim: Bir mekan veya mekanlar sisteminin örtülmesiyle ortaya çıkan katı cisim.
- Hiyerarşi: Makam sırası, basamak, derece düzeni, aşama sırası.
- İmge: Bir nesneyi doğrudan doğruya yeniden tanıtmaya yarayacak bir biçimde göz önüne seren şey, duyu organları ile algılanmış olan bir şeyin somut ya da düşüncel kopyası.
- İnterferans: Etkileşim.
- İşlev: Kullanış ya da işleyiş bakımından uygunluk, amacı gerçekleştiren eylem tarzı.
- İzolasyon: Yalıtım. (ses,su,nem,buhar) Geçirimsizlik, sızdırmazlık.
- Jaluzi: Şerit perde.

- Kartvizit: Kişiyi, mesleği konumu adres ve telefonları bakımından hatırlatmaya yarayan bir dosyalama biçimi.
- Kolaj: Farklı gereçlerin bir yüzey üzerinde yan yana ve bindirmeli olarak kullanılmalarıyla yapılan kompozisyon.
- Kombinasyon: Birleştirme, birleşim. Tertip.
- Konsept: Kavram, anlayış. Tarz.
- Kontrast: Karşıt, karşıtlık.
- Kriter: Ölçüt.
- Kütle: Katı maddelerin büyük parçası, küme, yığın.
- Kolektif: Birçok kimseyi veya nesneyi içine alan, birçok kişi ve nesnenin bir araya gelmesi sonucu olan.
- Lambader: Daha çok dekoratif aydınlatmanın bir parçası olup yerden yükselen, çeşitli boylardaki aydınlatma elemanıdır.
- Levha: Genellikle bir parmaktan daha ince kalınlığı olan, sıcak haddelenmiş, geniş, uzun metal parça.
- Laminant: Yapay reçine çözeltisi emdirilmiş kâğıtların üst üste konularak sıcak preslerde basınç altında sıkıştırılması ile elde edilen kaplama ve döşeme malzemesi.
- Logo: Tanıtıcı, ilmek. (kurum ya da markanın tarif edilmiş harflerle ve amblem ile sergilenmesi)
- Masif: Kütle ya da külçe halinde olan, som: *masif ahşap*.
- Mekanik: Cisimlerin devimleriyle (hareketleriyle) ilgili olayları inceleyen bilimdir.
- Nicelik: Bir şeyin sayılabilen, ölçülebilen veya azalıp çoğalabilen durumu, kemiyet, miktardır.
- Nitelik: Bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran özellik, vasıf.
- Objektif: Nesnel, subjektif karşıtı.
- Oran: Büyüklük, nicelik, derece bakımından iki şey arasında veya parça ile bütün arasında bulunan bağıntıdır.
- Opak: donuk, mat.
- Panel: Yerleştirileceği yüzeyin bir bölümüne uyan, çoğunlukla dikdörtgen biçiminde düzgün parça.
- Parametre: Özel bir durum için tanımlanmış değişebilir bir nicelik, değişken.
- Panoramik: Genel görünümlü.
- Peyzaj: Bir toprak parçasını, bitki, su, taş gibi doğa öğeleri ile düzenleme.
- Pitoresk: Durumu ve görünüşü resim konusu olmaya değer olan.(görünüş)
- Platform: Yüksekçe düzlük.

- Pleksi: Renkli ve renksiz çeşidi bulunan, saydam ve yarı saydam, plastik bir malzemedir.
- Psikoloji: İnsan ve hayvan davranışlarıyla ve bilişsel süreçleriyle ilgilenen bilim dalıdır.
- Rekreasyon: İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler.
- Rezonans: Düzgün itmelerin etkisiyle bir salınım genliğinin artışı. Titreşim. Sesi aksettirme.
- Rıht: Basamak aynası. Rıht yüksekliği; Bir merdivende birbirini izleyen iki basamak arasındaki düşey uzaklık.
- Ritm: Tekrar
- Saydam: İçinden ışığın geçmesine ve arkasındaki şeylerin görülmesine engel olmayan (cisim), şeffaf, transparan.
- Sirkülasyon: Dolanım, dolaşım.
- Sosyoloji: Toplum bilimi.
- Strüktür: Bir yapının taşıyıcı bölümü.
- Subjektif: Öznel, objektif karşıtı.
- Stil: Üslup, biçem.
- Stor: Ağaç, kumaş vb.nden yapılmış bir kanal içinde hareket ederek açılıp kapanan perde.
- Tesisat: Belli bir işin sağlanmasına yardım eden araçların uygun yerlere döşenmesi veya döşenen bu araçların tümü, döşem, donanımdır.
- Tefriş: Yayma, serme. Mobilya ile döşeme.
- Yankı: Sesin bir yere çarpıp geri dönmesiyle duyulan ikinci ses, eko.
- Yansıma: Bir ışınımın, içindeki tek renkli ışınların frekansları değişmeksizin, bir yüzeyden geri dönmesi.
- Yüzey: Bir cismi uzaydan ayıran dış ve yaygın bölüm, satıh, yüz.

KISALTMALAR

ANSI: American National Standards Institute (Amerikan Ulusal Standartlar Enstitüsü)

CIBSE: Chartered Institution of Building Services Engineers

ÖZGEÇMİŞ



Ad Soyad

ESRA ÇALI

E-posta

esracali@gmail.com

Site:

http://esracali.daportfolio.com

Kişisel Bilgiler:

Ata holding/Ekur İnşaat A.Ş. (Halen/2011) (İstanbul)

www.ekurinsaat.com.tr/

Movipar A.Ş. (İstanbul)

www.movipar.com.tr

Freelance (Yurtdışı, İstanbul, Bursa, Malatya, Gebze)

DilşenTasarım & Uygulama (Bursa)

www.dilsenmimarlik.com

İş Deneyimi

Oytaş Group (Bursa)

www.oytas-yildiz.com

Olay TV (Bursa)

www.olaytv.com.tr

Defne Mimarlık (Bursa)

Mutfak firması (Bursa)

Doğum Tarihi

29/09/1982

Doğum yeri

Bursa

Eğitim Bilgileri:

İlk-Orta ve Lise Eğitimi

Bursa

Lisans

İç Mimarlık

Kocaeli Üniv.

Güzel Sanatlar

2006

İzmit

Türkiye

Yüksek Lisans

Mimarlık

Beykent

2008

İstanbul

Türkiye

Yüksek Lisan

İç Mimarlık

Mimar Sinan

2011

İstanbul

Türkiye

Güzel Sanatlar

Üniversitesi

Yabancı Dil:

İngilizce

Orta derece

Temel Bilgisayar Bilgileri

Autocad (iyi derece),

Archicad (iyi derece),

Arcon (iyi derece),

Photoshop (iyi derece),

Ms Office (iyi derece),

AAA Logo (iyi derece),

Movie Maker (iyi derece),

3d max (Orta derece)

İç mimarlık öğrenim süresi boyunca yaz dönemlerinde; Bursa’da özel bir mutfak firmasında çalışma dönemi olarak **(2003)**,
Seki mimarlık Ltd Şti' de gönüllü stajyerlik yaparak proje ve şantiye çalışmalarındaydım. **(2003)**.
Ofis stajı olarak Defne mimarlık Ltd Şti' de Defne Benol Acar Mimar, (Mimarlar Odası Bursa Şubesi, Yapı ve Yaşam Komitesi Sorumlusu) koordinatörlüğünde çalışmalarda bulundum **(2004)**.
Bursa Olay Tv' de Sahne Dekor Tasarımı üzerine staj dönemlerimi ve çalışmamı tamamladım **(2005)**.
Ayrıca aktif olarak Oytaş Yıldız Ltd.Şti’de iç mimar olarak görev aldım. **(2006-2007)**
Dilşen Tasarım & Uygulama (mimarlık) firmasında iç mimar olarak çalışmalarımı devam ettirdim **(2007-2008)**.
Movipar A.Ş. Mimarlık- İnşaat Firmasında Tekfen Holding – Tekfen Tower inşaat işlerinin yanısıra, Eurobank Tekfen'in Türkiye çapındaki banka şubeleri, Coca cola ümraniye tesislerinin mimari ve inşaat işlerini şantiye koordinatörü-iç mimar olarak sürdürdüm. **(2008-2009)**.
Not: Halen Ata Holding bünyesindeki, Ekur İnşaat A.Ş.’de Burger King – Sbarro – Popeyes - Arby’s Restaurantlarının Türkiye çapındaki şubelerinin yapımında görev alarak, iç mimar olarak çalışmalarımı devam ettirmekteyim.**(2010-2011)**