

**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE FİZİKİ KONFOR KRİTERLERİNİN  
EVRENSEL TASARIM İLKELERİ DOĞRULTUSUNDA İNCELENMESİ:  
GENİŞ PROGRAMLI BİR AVM DENEYİMİ**



**DOKTORA TEZİ**

**Tuba TERECE**

**Anabilim Dalı: Mimarlık**

**NİSAN 2019**





**FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE FİZİKİ KONFOR KRİTERLERİNİN  
EVRENSEL TASARIM İLKELERİ DOĞRULTUSUNDA İNCELENMESİ:  
GENİŞ PROGRAMLI BİR AVM DENEYİMİ**



**DOKTORA TEZİ**

**Tuba TERECE  
(141201004)**

**Anabilim Dalı: Mimarlık  
Düzeltilmiş Tez**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Genco BERKİN**

**Teslim Tarihi: 20 Mart 2019**









## DÜZELTME METNİ

- 1) Tezin "Giriş" başlıklı 1. bölümünde yer alan "Literatür Araştırması" ile "Çalışmanın Problemi ve Hipotezleri" alt başlıklarında geçen metinler, girişin ilgili bölümlerine eklenmiştir ve bu alt başlıklar tezden çıkarılmıştır.
- 2) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün "Türkiye'de Alışveriş Merkezlerinin Gelişim Süreci" alt başlığına; geçmişimizdeki ticaret-alışveriş alanlarından olan han ve arastalarla ilgili açıklamalar ile birlikte ülkemizden örnek görseller eklenmiştir.
- 3) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün ilgili kısmına; ankor mağaza tanımı açıklayıcı olacak şekilde dipnot olarak eklenmiştir.
- 4) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün "Alışveriş Merkezi Tipolojileri" alt başlığının ilgili bölümlerindeki açıklamalara ek olarak; örnek AVM görselleri eklenmiştir.
- 5) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün "Alışveriş Merkezleri Tasarım Kriterleri" alt başlığında yer alan alışveriş merkezlerinde tasarım ilkeleri işleniş şeması, tez konusu kapsamında düzenlenerek; alışveriş merkezleri tasarım ilkeleri şeması oluşturulmuştur.
- 6) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün "Alışveriş Merkezleri Tasarım Kriterleri" alt başlığının ilgili kısmına; ulaşılabilirlik kavramı ile ilgili farklı AVM'lerin yeme-içme alanlarında yapılan analizler (açıklamalar ve görsellerle birlikte) eklenmiştir.
- 7) Tezin "Alışveriş Merkezleri Tarihçesi ve Gelişimi" başlıklı 2. bölümünün "Alışveriş Merkezleri Tasarım Kriterleri" alt başlığının ilgili kısmında yer alan; mekân örgütlenmesinde etkili olan parametre ve ölçütler şeması, tez konusu kapsamında düzenlenmiştir.
- 8) Tezin "Evrensel Tasarım" başlıklı 3. bölümünün "Evrensel Tasarım Kavramı" alt başlığına, ülkemizde yapılan bazı olumlu yaklaşım ve tasarımlar ile eksik ve/ya hatalı yapılan olumsuz uygulamalarla (evrensel tasarım kapsamında) ilgili açıklamalar ve örnek görseller eklenmiştir.
- 9) Tezin "Evrensel Tasarım" başlıklı 3. bölümünün "Evrensel Tasarım Kavramı" alt başlığına, evrensel tasarım parametreleri çizelgesi eklenmiştir.
- 10) Tezin "Konfor Kavramı, Kriterleri ve Çeşitleri" başlıklı 4. bölümünün "Fiziksel Konfor" alt başlığının ilgili kısmında yer alan; IEC (International Electrotechnical Commission) verilerine uygun olarak hazırlanmış alışveriş merkezleri için aydınlık düzeyleri çizelgesinin gerek duyulmayan bölümleri çıkartılarak, çizelge düzenlenmiştir.
- 11) Tezin "Alan Çalışması" başlıklı 5. bölümünde yer alan ve alan çalışması hakkında bilgi veren çizelge (çizelge 5.2), tez konusu kapsamında düzenlenmiştir.
- 12) Tezin "Sonuç ve Öneriler" başlıklı 6. bölümünde yer alan iki çizelge, bulgular (çizelge 5.91, 5.92) kısmına alınmıştır.
- 13) İki ayrı alt başlık halinde (biri eklerde olmak üzere) ele alınmış olan "Sonuç ve Öneriler" bölümü, tek ana başlık altında toplanarak ve sonuç kısmında yer alan kavramsal çizelgeler tezden çıkarılarak tezin "Sonuç ve Öneriler" bölümü düzenlenmiştir.



## ÖNSÖZ

Kamusal mekânlardan olan geniş programlı (rezidans ve ofis kulesi ile konut+ticari şeklinde karma proje gruplarından) bir alışveriş merkezinde (AVM girişinden sinema katına kadar dolaşım, kullanım alanları-otopark dahil olmak üzere) AVM'ye ait tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarındaki fiziki konfor ölçütleri, evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda ele alınıp incelenmiştir. Bilindiği gibi konfor; insan hayatının her evresinde önemli bir yere sahip olan bir kavram iken; evrensel tasarım da birçok disipline hitap eden kapsayıcı bir tasarım düşüncesidir. Dolayısıyla fiziki konfor ölçütleri, evrensel tasarım doğrultusunda kapsamlı bir şekilde ele alınarak, tek AVM üzerinden derinlemesine spesifik bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Doktora çalışmam boyunca bilgi ve deneyimleriyle yardımcı olan, beni çok çalıştırarak tezin gelişmesini sağlayan danışman hocam Doç. Dr. Genco BERKİN'e;

Yapıcı eleştirileriyle teze yön veren tez jüri üyelerim Prof. Dr. Mualla YILDIZ'a ve Doç. Dr. Selhan YALÇIN USAL'a;

Yüksek lisans eğitimimden bu yana her daim yanımda olan, beni doktora teşvik eden, engin bilgileriyle yönlendiren ve hayatımda önemli bir yere sahip olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Şengül ÖYMEN GÜR'e;

Eş danışman gibi davranarak her sorumu yanıtlayan, ilgisini ve bilgisini esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. A. Nilay EVCİL'e;

Alan çalışmasında özverili çalışmalarıyla yardımcı olan kardeşim M. Emre TERECE'ye ve Ayşe BAHŞI'ye;

Hayatımın her anında yanımda olan, bana inanan ve en büyük destekçilerim olan kıymetli ailemin tüm bireyelerine;

Bu süreçte çalışmama katkısı olan ve emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunarım.

Mart, 2019

Tuba TERECE  
(Yüksek İç Mimar)



## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>vii</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>SEMBOLLER</b> .....	<b>xv</b>
<b>ÇİZELGE LİSTESİ</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>xxii</b>
<b>RESİM LİSTESİ</b> .....	<b>xxv</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>xxix</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>xxxii</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1 Çalışmanın Amacı ve Önemi .....	2
1.2 Çalışmanın Yöntemi .....	4
1.3 Çalışmanın Kapsamı .....	5
<b>2. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ</b> .....	<b>5</b>
2.1 Alışveriş Kavramı .....	5
2.2 Alışveriş Merkezlerinin Tanımı .....	6
2.3 Türkiye' de Alışveriş Merkezlerinin Gelişim Süreci .....	6
2.3.1 Alışveriş merkezleri tercih sebepleri .....	21
2.4 Alışveriş Merkezi Tipolojileri .....	23
2.4.1 Kapalı alışveriş merkezleri .....	25
2.4.2 Açık alışveriş merkezleri .....	27
2.5 Alışveriş Merkezleri Tasarım Kriterleri .....	29
2.5.1 Bağlam .....	32
2.5.2 İşlevsellik/Kullanışlılık .....	32
2.5.3 Sirkülasyon .....	39
2.5.4 Kullanıcı psikolojisi odaklı tasarım .....	42
2.5.5 Dış cephe ve iç mekânın çekim gücü .....	43
2.5.6 Ek birimlere uyum sağlayabilme potansiyeli .....	44
2.5.7 Ek fonksiyonlar .....	45
<b>3. EVRENSEL TASARIM</b> .....	<b>45</b>
3.1 Evrensel Tasarım Kavramı .....	48
3.2 Evrensel Tasarım İlkeleri .....	55
3.2.1 Eşit kullanım (equitable use) .....	59
3.2.2 Esnek kullanım (flexibility use) .....	61
3.2.3 Basit ve sezgisel kullanım (simple and intuitive use) .....	62
3.2.4 Algılanabilir bilgi (perceptible information) .....	63
3.2.5 Hata toleransı (tolerance for error) .....	66
3.2.6 Düşük fiziksel güç (low physical effort) .....	67
3.2.7 Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan (size and space for approach and use) .....	68

<b>4. KONFOR KAVRAMI, KRİTERLERİ VE ÇEŞİTLERİ .....</b>	<b>71</b>
4.1 Konfor Kavramı ve Kriterleri .....	71
4.2 Fiziksel Konfor.....	73
4.2.1 Görsel konfor.....	74
4.2.1.1 Doğal-yapay aydınlatma kullanımı .....	76
4.2.1.2 Yön bulma (plan tipi) ve sirkülasyon.....	81
4.2.1.3 Mekân tasarımının etkisi.....	84
4.2.1.4 Mekânda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisi ve donatı düzeni.....	85
4.2.1.5 Mekân atmosferi.....	88
4.2.2 İşitsel konfor.....	90
4.2.2.1 Gürültü ve ses etkisi .....	91
4.2.3 Isısal Konfor/Termal Konfor.....	92
4.2.3.1 Hava sirkülasyon hızı, ısı ve nem.....	93
<b>5. ALAN ÇALIŞMASI: İSTANBUL'DA GENİŞ PROGRAMLI BİR AVM DENEYİMİ.....</b>	<b>95</b>
5.1 Alan Çalışmasının Yöntemi .....	99
5.2 Örneklemenin Belirlenmesi.....	100
5.3 A AVM Hakkında .....	101
5.3.1 A AVM Konumu.....	103
5.3.2 A AVM Mimari Özellikleri.....	104
5.4 A AVM'nin Evrensel Tasarım İlkeleri ve Konfor Kavramı Doğrultusunda İncelenmesi.....	112
5.4.1 A AVM Giriş-Çıkışları.....	112
5.4.2 A AVM Danışma-Yönlendirilme.....	126
5.4.3 A AVM Dolaşım Alanları .....	132
5.4.4 A AVM Asansörleri .....	139
5.4.5 A AVM Tuvaletleri .....	147
5.4.6 A AVM Otoparkları .....	154
5.4.7 A AVM Oturma-Bekleme Alanları ile Kent Mobilyaları ve Peyzaj Ögeleri .....	162
5.4.8 A AVM Aydınlatma Kullanımı.....	170
5.4.9 A AVM Yürüyen Merdivenleri.....	176
5.4.10 A AVM Engelli Tuvaletleri.....	180
5.4.11 A AVM Bebek Bakım Odası-Çocuk Oyun Alanı.....	188
5.4.12 A AVM İbadet Odaları.....	195
5.4.13 A AVM Acil Tıbbi Müdahale Ünitesi.....	199
5.4.14 A AVM Sineması .....	204
5.4.15 A AVM Yeme-İçme Alanları.....	212
5.5 Anketlerin SPSS Programında Değerlendirilmesi.....	222
5.5.1 Betimsel İstatistikler.....	222
5.5.1.1 Demografik özellikler.....	222
5.5.1.2 AVM hakkında betimsel istatistikler.....	224
5.5.1.3 Fiziksel konfor bilinci ölçeğinin betimsel istatistikleri.....	229
5.5.1.4 Evrensel tasarım bilinci ölçeğinin betimsel istatistikleri.....	247
5.5.2 Geçerlik ve güvenilirlik analizleri.....	257
5.5.2.1 Faktör analizi.....	257
5.5.2.2 Güvenilirlik analizi.....	262
5.5.3 Demografik özellikler ve fiziksel konfor bilinci arasındaki ilişkiler.....	262
5.5.3.1 Yaş ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler.....	263



5.5.3.2 Medeni durum ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler.....	263
5.5.3.3 Cinsiyet ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler.....	264
5.5.3.4 Eğitim durumu ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler.....	265
5.5.3.5 Meslek ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler.....	266
<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>269</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>278</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>284</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>297</b>





## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ADA</b>	: American with Disabilities Act-Amerikan Engelliler Kanunu
<b>akt.</b>	: Aktaran
<b>AVM</b>	: Alışveriş Merkezi
<b>BM</b>	: Birleşmiş Milletler
<b>Bkz.</b>	: Bakınız
<b>cm</b>	: Santimetre
<b>DEV</b>	: Dünya Engelliler Vakfı
<b>El Kitabı</b>	: Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı
<b>FKB</b>	: Fiziksel Konfor Bilinci
<b>ICSC</b>	: International Council of Shopping Centers
<b>km</b>	: Kilometre
<b>KMO</b>	: Kaiser-Meyer-Olkin
<b>m</b>	: Metre
<b>mm</b>	: Milimetre
<b>m<sup>2</sup></b>	: Metrekare
<b>Megep</b>	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>SPSS</b>	: Statiscal Package For Social Sciences
<b>SS</b>	: Standart Sapma
<b>yy.</b>	: Yüzyıl



## SEMBOLLER

<b>f</b>	: Frekans
<b>N</b>	: Örneklem Sayısı
<b>p</b>	: KMO Bartlett Testi Değeri
<b>P</b>	: Anlamlılık Değeri
$\chi^2$	: Ki-kare
$\bar{X}$	: Ortalama
$\alpha$	: Güvenirlik Katsayısı





## ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1 : ICSC AVM tanımları .....	24
Çizelge 3.1 : Evrensel tasarım parametreleri.....	55
Çizelge 4.1: IEC (International Electrotechnical Commission) verilerine uygun olarak hazırlanmış alışveriş merkezleri için aydınlık düzeyleri çizelgesi.	80
Çizelge 5.1 :Çalışmanın aşamaları .....	95
Çizelge 5.2 :Alan çalışmasında (geniş programlı AVM'de) fiziksel konfor çeşitlerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmesi. ....	97
Çizelge 5.3 :Evrensel tasarım ilke ve rehberleri.....	98
:Evrensel tasarım ilke ve rehberleri. ....	99
Çizelge 5.4 :Güvenilirlik istatistikleri.....	101
Çizelge 5.5 :Eğimlerine göre merdiven çeşitleri. ....	119
Çizelge 5.6 :A AVM giriş-çıkışlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	125
Çizelge 5.7 :A AVM danışma birimi ve yönlendirilme sistemlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.....	131
Çizelge 5.8 :A AVM dolaşım alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	139
Çizelge 5.9 :A AVM asansörlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	146
Çizelge 5.10 :A AVM tuvaletlerine ait evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	154
Çizelge 5.11 :A AVM otoparklarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	162
Çizelge 5.12 :A AVM oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	170
Çizelge 5.13 :A AVM aydınlatma kullanımına ait evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.....	175
Çizelge 5.14 :A AVM yürüyen merdivenlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	180
Çizelge 5.15 :A AVM engelli tuvaletlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	188
Çizelge 5.16 :A AVM bebek bakım odaları-çocuk oyun alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.....	194
Çizelge 5.17:A AVM ibadet odalarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	199
Çizelge 5.18:A AVM acil tıbbi müdahale ünitesinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.....	204
Çizelge 5.19 :A AVM sinemasının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.....	211
Çizelge 5.20 :A AVM yeme-içme alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi .....	221

Çizelge 5.21 :Katılımcıların yaş betimsel istatistikleri .....	222
Çizelge 5.22:Katılımcıların medeni durum betimsel istatistikleri .....	222
Çizelge 5.23 :Katılımcıların cinsiyet betimsel istatistikleri.....	223
Çizelge 5.24 :Katılımcıların eğitim durumu betimsel istatistikleri.....	223
Çizelge 5.25:Katılımcıların AVM yakınında oturmaları betimsel istatistikleri .....	224
Çizelge 5.26 :Katılımcıların meslekleri betimsel istatistikleri.....	224
Çizelge 5.27 :“AVM'yi ortalama ne kadar sıklıkla tercih edersiniz?” Betimsel istatistikler.....	225
Çizelge 5.28 :“AVM’ ye ulaşımınızı nasıl sağlarsınız?” Betimsel istatistikler.....	225
Çizelge 5.29 :“AVM’de ortalama ne kadar vakit geçirdiniz?” Betimsel istatistikler .....	226
Çizelge 5.30 :“AVM’yi tercih etme sebepleriniz nelerdir?” Betimsel istatistikler..	226
Çizelge 5.31 :“A AVM denilince aklınıza gelenleri sıralayınız?” Betimsel istatistikler.....	227
Çizelge 5.32 :“AVM aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir?” Betimsel istatistikler..	228
Çizelge 5.33 : Fiziksel konfor bilinci ile ilgili tanımlayıcı istatistikler. ....	230
Çizelge 5.34 :“AVM’nin görsel konforunu (aydınlatma, renk, malzeme, mekân tasarımı vs.) nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	231
Çizelge 5.35 :“AVM’nin işitsel (gürültü-ses) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	232
Çizelge 5.36 :“AVM’nin işitsel (gürültü-ses-müzik) konforundan memnun musunuz?” Betimsel İstatistikler. ....	233
Çizelge 5.37 :“Eğer AVM’de arka fonda müzik varsa, müziği nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	234
Çizelge 5.38 : “AVM sinemasını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler .....	234
Çizelge 5.39 :“AVM sinemasının işitsel (hacim akustiği-ses kalitesi) konforundan memnun musunuz?” Betimsel İstatistikler. ....	235
Çizelge 5.40 :“AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel İstatistikler.....	235
Çizelge 5.41 :“AVM’nin ısısal (hava kalitesi) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler .....	236
Çizelge 5.42 :“AVM’de kullanılan havalandırmanın (ısıtma-soğutma sistemi) üfleme hızından memnun musunuz?” Betimsel istatistikler. ....	236
Çizelge 5.43 :“AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı, hava kalitesi) konforundan memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.....	237
Çizelge 5.44 :“AVM’de şu an hangi duyguları hissediyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	237
Çizelge 5.45 :“AVM iç mekânın tasarımında (tavan-duvar-zemin) ve mobilyalarda kullanılan renklerden memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.....	238
Çizelge 5.46 :“AVM mekân (iç-dış) tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	239
Çizelge 5.47 :“AVM içerisinde yönünüzü rahatlıkla bulabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	240
Çizelge 5.48 :“AVM yönlendirme tabelalarını (resimli, yazılı, sözlü, dokunsal anlatım biçimleri) yeterli buluyor musunuz?” Betimsel istatistikler. .	240
Çizelge 5.49 :“AVM’nin çekici alanları hangileridir?” Betimsel istatistikler.....	241
Çizelge 5.50 :“AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	241
Çizelge 5.51 :“AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	242



<b>Çizelge 5.52</b> :“AVM ortamındaki ışığın rengini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler. ....	<b>242</b>
<b>Çizelge 5.53</b> :“AVM’de hangi aydınlatma türünü tercih edersiniz?” Betimsel istatistikler.....	<b>243</b>
<b>Çizelge 5.54</b> :“AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde parlamaya neden oluyor mu?” Betimsel istatistikler.....	<b>243</b>
<b>Çizelge 5.55</b> :“AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde kamaşmaya neden oluyor mu?” Betimsel istatistikler.....	<b>244</b>
<b>Çizelge 5.56</b> :“AVM ortamında genel aydınlatma (düzeyi, rengi, türü) kullanımından memnun musunuz?” Betimsel istatistikler .....	<b>244</b>
<b>Çizelge 5.57</b> :“AVM’de kullanılan aydınlatma sizde ne tür duygular uyandırmaktadır?” Betimsel istatistikler. ....	<b>245</b>
<b>Çizelge 5.58</b> :“AVM’de kullanılan aydınlatmayı nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler .....	<b>246</b>
<b>Çizelge 5.59</b> : “Herhangi bir bedensel engeliniz var mı?” Betimsel istatistikler ....	<b>247</b>
<b>Çizelge 5.60</b> :“AVM’de istediğiniz mağazaya rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>247</b>
<b>Çizelge 5.61</b> :“AVM’de danışmaya kolay ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>248</b>
<b>Çizelge 5.62</b> :“AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>248</b>
<b>Çizelge 5.63</b> :“AVM’nin herkesin (genç, yaşlı, çocuk, engelli, hamile gibi) kullanımına uygun olduğunu düşünüyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>249</b>
<b>Çizelge 5.64</b> :“AVM’nin plan tipini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel İstatistikler .....	<b>249</b>
<b>Çizelge 5.65</b> :“Otoparktan AVM’ye rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>250</b>
<b>Çizelge 5.66</b> :“AVM’nin oturma ve bekleme birimleri konforlu mu?” Betimsel istatistikler.....	<b>250</b>
<b>Çizelge 5.67</b> :“AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler. ....	<b>251</b>
<b>Çizelge 5.68</b> :“AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağı aynı hızda gidiyor mu?” Betimsel istatistikler.....	<b>251</b>
<b>Çizelge 5.69</b> :“AVM’de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.. ....	<b>252</b>
<b>Çizelge 5.70</b> :“AVM’nin ibadet alanlarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler. .....	<b>252</b>
<b>Çizelge 5.71</b> :“AVM’nin ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.. ....	<b>253</b>
<b>Çizelge 5.72</b> :“AVM’nin sinema katını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler..	<b>253</b>
<b>Çizelge 5.73</b> :“AVM sinema katını (sinema salonlarını, dolaşım alanlarını, bilet satış noktalarını vb.) rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>254</b>
<b>Çizelge 5.74</b> :“AVM’nin yeme-içme alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.. ....	<b>254</b>
<b>Çizelge 5.75</b> :“AVM’nin bebek bakım odalarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.....	<b>255</b>
<b>Çizelge 5.76</b> :“AVM’nin bebek bakım odalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler. ....	<b>255</b>

<b>Çizelge 5.77</b> :“AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.....	<b>256</b>
<b>Çizelge 5.78</b> :“AVM'nin çocuk oyun alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.....	<b>256</b>
<b>Çizelge 5.79</b> :KMO ve Bartlett Testi aralıkları.....	<b>258</b>
<b>Çizelge 5.80</b> :KMO Bartlett Testi istatistikleri.....	<b>258</b>
<b>Çizelge 5.81</b> :Fiziksel Konfor Bilinci Varyans Açıklama Oranları.....	<b>259</b>
<b>Çizelge 5.82</b> :Döndürülmüş Bileşenler Matrisi.....	<b>261</b>
<b>Çizelge 5.83</b> :Fiziksel Konfor Bilinci değişken sayıları ve değişken numaraları....	<b>261</b>
<b>Çizelge 5.84</b> :Güvenilirlik katsayısı aralıkları....	<b>262</b>
<b>Çizelge 5.85</b> :Fiziksel Konfor Bilinci güvenilirlik analizi sonuçları....	<b>262</b>
<b>Çizelge 5.86</b> :Yaş ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkilerin Kruskal Wallis Testi sonuçları.....	<b>263</b>
<b>Çizelge 5.87</b> : Medeni Durum ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Mann-Whitney U Testi sonuçları.....	<b>264</b>
<b>Çizelge 5.88</b> :Cinsiyet ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Mann-Whitney U Testi sonuçları.....	<b>265</b>
<b>Çizelge 5.89</b> :Eğitim Durumu ile Fiziksel Konfor Bilinci Arasındaki İlişkinin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları.....	<b>265</b>
<b>Çizelge 5.90</b> :Meslek Grupları ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Kruskal-Wallis Testi sonuçları.....	<b>266</b>
<b>Çizelge 5.91</b> :Evrensel tasarım ilkelerine eklenen ilke ve rehberler.....	<b>267</b>
<b>Çizelge 5.92</b> :Evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda AVM'lerde bulunması gereken özellikler ve A AVM'de bunlara karşılık gelen konfor çeşitleri.....	<b>268</b>

## ŞEKİL LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 2.1 : Hasan Paşa Hanı, zemin ve birinci kat planı .....	8
Şekil 2.2 : İstanbul Eski Bedesten (Büyük Bedesten-Cevahir Bedesteni) planı.....	10
Şekil 2.3 : Sultanahmet Camii kompleksi yapı planı.....	11
Şekil 2.4 :Kapalıçarşı planı.....	13
Şekil 2.5 :Galleria AVM'nin zemin ve bodrum katları plan şeması .....	17
Şekil 2.6 :Ankor mağazaların stratejik yerleşim şekilleri.....	25
Şekil 2.7 :Alışveriş merkezleri tasarım ilkeleri.....	31
Şekil 2.8 : Akmerkez AVM şematik üst kat planı.....	34
Şekil 2.9 : Akasya AVM şematik 2. kat planı.....	36
Şekil 2.10 :Mekân örgütlenmesinde etkili olan parametre ve ölçütler.....	44
Şekil 3.1 :Evrensel tasarımda kullanıcı çeşitliliği.....	47
Şekil 3.2 :Herkes için tasarım piramidi .....	54
Şekil 3.3 :Beykent Üniversitesi kabartmalı harita örneği .....	65
Şekil 4.1 :Psikometrik diyagram.....	72
Şekil 4.2 :Tepe camlardan gün ışığının iç mekâna aktarılması .....	78
Şekil 4.3 :Doğal ışığın mekân içerisine alınması.....	79
Şekil 4.4 :AVM tasarımlarında farklı plan tipine sahip diyagram modelleri .....	83
Şekil 4.5 :Royal Exchange zemin kat planı, İngiltere.....	83
Şekil 5.1 :A AVM çevresindeki bağlantı yolları ve ulaşım durumu .....	104
Şekil 5.2 :AVM tipolojileri.....	104
Şekil 5.3 :A AVM plan diyagram modeli.....	105
Şekil 5.4 :A AVM zemin kat mimari planı.....	105
Şekil 5.5 :A AVM 1. bodrum kat mimari planı .....	107
Şekil 5.6 :A AVM 2. bodrum kat mimari planı .....	108
Şekil 5.7 :A AVM 3. bodrum kat mimari planı.....	108
Şekil 5.8 :A AVM 4. bodrum kat mimari planı .....	109
Şekil 5.9 :A AVM 5. bodrum kat mimari planı .....	109
Şekil 5.10 :A AVM 1. kat mimari planı .....	110
Şekil 5.11 :A AVM 2. kat mimari planı .....	111
Şekil 5.12 :A AVM 3. kat mimari planı .....	111
Şekil 5.13 :AVM'nin rampa kesiti .....	114
Şekil 5.14 :Rampada eğim ve dinlenme alanı.....	114
Şekil 5.15 : Rampalarda güvenli eğim aralıkları .....	115
Şekil 5.16 :Bina içindeki engelsiz koridorlara ait ölçüler.....	116
Şekil 5.17 :İki kanatlı döner kapı sistemi örnek teknik çizimi .....	116
Şekil 5.18 :Standart geçişleri sağlayan döner kapı açıklıkları.....	117
Şekil 5.19 :A AVM cadde girişi merdiveni .....	118
Şekil 5.20 :Eğimlerine göre merdiven çeşitleri .....	119
Şekil 5.21: Camlı giriş kapısında gerekli işaretleme önlemleri .....	123
Şekil 5.22 :Ulaşılabilir banko örneği.....	128

Şekil 5.23 :AVM'lerde katlar arasındaki görüş açısı .....	133
Şekil 5.24 :Coleman'ın çizim diyagramlarını destekleyen A AVM kesitleri .....	134
Şekil 5.25 :A AVM şematik zemin kat planı.....	140
Şekil 5.26 : Asansörler ile ilgili özellikler .....	143
Şekil 5.27 : Asansör kabin içi boyutları örneği .....	143
Şekil 5.28 :Kabin içi ölçüler.....	144
Şekil 5.29 :Asansörler panelleriyle ilgili özellikler .....	144
Şekil 5.30 :A AVM 1. kat şematik planı .....	147
Şekil 5.31 :A AVM 1. bodrum katı şematik planı.....	155
Şekil 5.32 :Engelli park yeri genişliği .....	159
Şekil 5.33 :Erişim koridoru ile düzenlenmiş park yeri .....	159
Şekil 5.34 :Dinlenme bankının yüksekliği ve oturma ceplerinin tasarımı .....	166
Şekil 5.35 :Kaldırımdaki ağaç ve donatıların etrafındaki yükseltilmiş platformlar .....	174
Şekil 5.36 :AVM şematik ikinci kat planı .....	176
Şekil 5.37 :Paralel ayırık düzen .....	179
Şekil 5.38 :Kapı işaretlerinin yükseklikleri .....	181
Şekil 5.39 :Tuvalet örneği .....	182
Şekil 5.40 :Lavabo ölçüleri.....	183
Şekil 5.41 :Lavabo ölçüleri.....	184
Şekil 5.42 :Lavabo önü ölçüleri, eğimli ayna gösterimi.....	185
Şekil 5.43 : A AVM 3. kat şematik planı .....	205
Şekil 5.44 :Amfi düzeninde tekerlekli sandalye için gerekli alan .....	209
Şekil 5.45 :Self-servis yemek alım alanlarında ölçülendirme .....	216
Şekil 5.46 :Servis malzeme alanı ölçülendirme.....	216
Şekil 5.47 :ScreePlot Grafiği .....	260

## RESİM LİSTESİ

### Sayfa

<b>Resim 2.1</b> :Hasan Paşa Hanı, Diyarbakır .....	9
<b>Resim 2.2</b> :Cevahir Bedesteni, İstanbul .....	10
<b>Resim 2.3</b> :Sultanahmet Arastası, İstanbul.....	12
<b>Resim 2.4</b> :İstanbul, Kapalıçarşı, hava fotoğrafı. ....	14
<b>Resim 2.5</b> :İstanbul Kapalıçarşı iç görünüm. ....	14
<b>Resim 2.6</b> :İstanbul Kapalıçarşı doğal aydınlatma. ....	15
<b>Resim 2.7</b> :İstanbul Kapalıçarşı doğal ve yapay aydınlatma kullanımı. ....	15
<b>Resim 2.8</b> :Galleria AVM, İstanbul.....	16
<b>Resim 2.9</b> :Galleria AVM, doğal aydınlatma kullanımı.....	17
<b>Resim 2.10</b> :Galleria AVM, doğal ve yapay aydınlatma kullanımı .....	18
<b>Resim 2.11</b> :Galleria AVM, ana girişi.....	18
<b>Resim 2.12</b> :Galleria AVM, ana girişi.....	19
<b>Resim 2.13</b> :Galleria AVM, bay-bayan ve engelli tuvaletleri .....	19
<b>Resim 2.14</b> :Galleria AVM, yürüyen merdivenleri .....	20
<b>Resim 2.15</b> :Galleria AVM, iç mekân görünümleri .....	20
<b>Resim 2.16</b> : Galleria AVM, iç mekân görünümleri .....	21
<b>Resim 2.17</b> : Tepe Nautilus AVM, İstanbul .....	26
<b>Resim 2.18</b> : Cevahir AVM, İstanbul.....	26
<b>Resim 2.19</b> : İsfanful Tema Park AVM, İstanbul.....	28
<b>Resim 2.20</b> : Viaport Asya Outlet AVM, İstanbul .....	28
<b>Resim 2.21</b> : Kanyon AVM, İstanbul.....	29
<b>Resim 2.22</b> : Akmerkez ve Akasya AVM, bilgilendirme panoları .....	33
<b>Resim 2.23</b> : Akmerkez AVM, sirkülasyon elemanları ve dolaşım alanları .....	34
<b>Resim 2.24</b> : Akmerkez AVM, sirkülasyon elemanları ve dolaşım alanları .....	35
<b>Resim 2.25</b> : Akmerkez AVM, yeme-içme alanları .....	35
<b>Resim 2.26</b> : Akasya AVM, sirkülasyon elemanları ve dolaşım alanları.....	37
<b>Resim 2.27</b> : Akasya AVM, farklı katlara ait yeme-içme alanları .....	38
<b>Resim 2.28</b> : Akasya AVM, farklı katlara ait yeme-içme alanları .....	39
<b>Resim 2.29</b> :City's Nişantaşı dış cephe görünümü.....	40
<b>Resim 2.30</b> :City's Nişantaşı sirkülasyon elemanları (panoramik asansör) .....	41
<b>Resim 3.1</b> : Turkcell Diyalog Müzesi, İstanbul.....	50
<b>Resim 3.2</b> : Turkcell Diyalog Müzesi, İstanbul.....	51
<b>Resim 3.3</b> : Marmara Üniversitesi İstanbul Pendik Eğitim ve Araştırma Hastanesi. ....	51
<b>Resim 3.4</b> : Marmara Üniversitesi İstanbul Pendik Eğitim ve Araştırma Hastanesi. ....	52
<b>Resim 3.5</b> : Ülkemizden bazı hatalı uygulama örnekleri, İstanbul.....	52
<b>Resim 3.6</b> : Ülkemizden bazı hatalı uygulama örnekleri, İstanbul.....	53
<b>Resim 3.7</b> :Buyaka AVM, iç mekân görüntüsü.....	60
<b>Resim 3.8</b> :Farklı AVM'lere ait giriş örnekleri (Palladium AVM Ataşehir,ArmoniPark AVM Sefaköy) .....	60

<b>Resim 3.9</b> :Sağ ve sol elle kullanılabilen makas örneği .....	<b>61</b>
<b>Resim 3.10</b> :Rampa ve merdivenin bir arada kullanımı, Osmanlı Arşivi, İstanbul...	<b>62</b>
<b>Resim 3.11</b> :Farklı yüksekliğe sahip danışma bankosu(Medicana HastanesiKadıköy) ve bir AVM'de bulunan ayrı çocuk lavabosu örneği(Forum İstanbul AVM).....	<b>62</b>
<b>Resim 3.12</b> :Farklı AVM'lere ait sirkülasyon elemanları ve sinyalizasyon,yönlendirici levha örnekleri(ArmoniPark AVM Sefaköy, Galleria ve Palladium AVM Ataşehir).....	<b>63</b>
<b>Resim 3.13</b> :Yaya geçidinde sinyalizasyon örneği .....	<b>64</b>
<b>Resim 3.14</b> :Palladium AVM Ataşehir'de bilgilendirme tabelaları örneği .....	<b>64</b>
<b>Resim 3.15</b> :Asansörlerin içinde ve dışında bulunan farklı uyarı sistemleri .....	<b>65</b>
<b>Resim 3.16</b> : Akmerkez AVM girişi hissedilebilir yüzey uygulaması .....	<b>66</b>
<b>Resim 3.17</b> :Akasya AVM girişi .....	<b>67</b>
<b>Resim 3.18</b> :Düşük fiziksel güç kullanımı sağlayan AVM girişi ve ekipmanlar .....	<b>68</b>
<b>Resim 3.19</b> :Kolay kullanım sağlayan kapı kolları.....	<b>68</b>
<b>Resim 3.20</b> :AVM'de tekerlekli sandalye kullanımı .....	<b>69</b>
<b>Resim 3.21</b> :AVM'lerde bebek arabası ve yardımcı araç kullanımı(Palladium AVM Ataşehir).....	<b>69</b>
<b>Resim 3.22</b> :AVM'lerde bebek arabası ve yardımcı araç kullanımı(ArmoniPark AVM Sefaköy, Galleria AVM).....	<b>70</b>
<b>Resim 3.23</b> :AVM'lerde yeme-içme alanları kullanımı .....	<b>70</b>
<b>Resim 3.24</b> :Palladium AVM Ataşehir, engelli tuvaleti örneği.....	<b>70</b>
<b>Resim 4.1</b> :Doğal aydınlatma kullanımı, İstanbul Kapalıçarşı ve The Royal Exchange-İngiltere .....	<b>77</b>
<b>Resim 4.2</b> :Doğal aydınlatma kullanımı, Pavilion shopping mall-Malezya/Asya, Toronto Eaton centre shopping mall-Kanada/Kuzey Amerika.....	<b>78</b>
<b>Resim 4.3</b> :Taşıyıcı sistemin doğal aydınlatmaya etkisi.....	<b>78</b>
<b>Resim 4.4</b> :İstanbul Optimum AVM'nin geçiş alanında renklerle desteklenmiş işlevsel (yönlendirici) ve tasarımsal (biçimsel tarzı) duvar tasarımı ....	<b>86</b>
<b>Resim 4.5</b> :AVM'de dış cephesinde renk kullanımı ve etkisi .....	<b>87</b>
<b>Resim 5.1</b> :A AVM genel ve cephe görünümleri .....	<b>102</b>
<b>Resim 5.2</b> :A AVM cephe görünümleri.....	<b>103</b>
<b>Resim 5.3</b> :A AVM uydudaki konumu.....	<b>103</b>
<b>Resim 5.4</b> :Cam küre girişinin cephe ve iç mekân görünümleri .....	<b>106</b>
<b>Resim 5.5</b> : Cam kürenin iç-dış mekân bağlantısı .....	<b>107</b>
<b>Resim 5.6</b> :A AVM cadde üzerindeki ana giriş-çıkışları.....	<b>113</b>
<b>Resim 5.7</b> :Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak rampa kullanımı .....	<b>115</b>
<b>Resim 5.8</b> :AVM giriş-çıkış kapısında yer alan yardım butonu ve zemin döşemesi.....	<b>117</b>
<b>Resim 5.9</b> :A AVM cadde girişi merdiveni.....	<b>118</b>
<b>Resim 5.10</b> :Görme engelli ve yardımcı eleman(baston) kullanan kullanıcı olarak merdiven ve rampa kullanımı .....	<b>119</b>
<b>Resim 5.11</b> :Merdiven ve rampanın malzeme, hissedilebilir yüzey, korkuluk-küpeşte detayları.....	<b>120</b>
<b>Resim 5.12</b> :A AVM cam küre girişi detayları.....	<b>121</b>
<b>Resim 5.13</b> :Görme engeli olan kullanıcı olarak AVM girişine ulaşım .....	<b>122</b>
<b>Resim 5.14</b> :A AVM giriş kapısında görsel işaretleme .....	<b>123</b>
<b>Resim 5.15</b> :A AVM, iki ayrı giriş-çıkış kapıları geçiş alanları.....	<b>124</b>
<b>Resim 5.16</b> :A AVM hissedilebilir yüzey uygulaması .....	<b>126</b>

<b>Resim 5.17</b> :A AVM danışma bankosu ve tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak banko kullanımı .....	128
<b>Resim 5.18</b> :Görme engelli olarak A AVM cam küre girişi kullanımı .....	129
<b>Resim 5.19</b> :A AVM yönlendirme-bilgilendirme levhaları .....	130
<b>Resim 5.20</b> :Doğrusal forma sahip alışveriş aksı .....	132
<b>Resim 5.21</b> :Eğrisel forma sahip alışveriş aksı.....	134
<b>Resim 5.22</b> :A AVM dolaşım alanları .....	135
<b>Resim 5.23</b> :A AVM dolaşım alanlarında yardımcı araç kullanımı .....	136
<b>Resim 5.24</b> :A AVM kullanım alanlarına tekerlekli sandalye ile yandan ve önden yaklaşım .....	137
<b>Resim 5.25</b> :A AVM ilk yardım çağrı butonu.....	138
<b>Resim 5.26</b> :Görme engeli olan kullanıcı olarak asansör kullanımı.....	141
<b>Resim 5.27</b> :Görme engelli olan kullanıcı olarak asansör kullanımı.....	142
<b>Resim 5.28</b> :Kabin içi tutunma barları .....	142
<b>Resim 5.29</b> :Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak asansör kullanımı .....	144
<b>Resim 5.30</b> :Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak asansör kullanımı .....	145
<b>Resim 5.31</b> :Farklı kullanıcı profiline yönelik asansör kullanımı .....	145
<b>Resim 5.32</b> :A AVM farklı katlara ait tuvalet girişleri.....	147
<b>Resim 5.33</b> :A AVM farklı katlara ait tuvaletler .....	148
<b>Resim 5.34</b> :A AVM farklı katlara ait tuvaletler .....	149
<b>Resim 5.35</b> : A AVM sinemaya ait tuvaletler .....	149
<b>Resim 5.36</b> :A AVM çocuk tuvaleti ve lavabosu .....	150
<b>Resim 5.37</b> :A AVM tuvaleti, harekete duyarlı ekipmanlar.....	151
<b>Resim 5.38</b> :A AVM aile tuvaleti, görsel bilgilendirme .....	152
<b>Resim 5.39</b> :A AVM aile tuvaleti.....	152
<b>Resim 5.40</b> :A AVM tuvaletleri temizlik kontrol ekranı.....	153
<b>Resim 5.41</b> :A AVM otopark giriş çıkışı .....	155
<b>Resim 5.42</b> :A AVM otoparklarına ulaşım elemanları.....	156
<b>Resim 5.43</b> :A AVM otoparkları yönlendirme levhaları.....	156
<b>Resim 5.44</b> :A AVM otopark giriş çıkışlarından.....	157
<b>Resim 5.45</b> :A AVM otopark giriş çıkışlarından.....	157
<b>Resim 5.46</b> :A AVM otoparkı elektrikli araç park alanı ve şarj ünitesi .....	158
<b>Resim 5.47</b> :A AVM otoparkı engelli park alanı .....	158
<b>Resim 5.48</b> :A AVM otoparkı .....	159
<b>Resim 5.49</b> :A AVM otoparkı .....	160
<b>Resim 5.50</b> :A AVM otoparkı kullanım alanı ve otopark giriş-çıkışı .....	161
<b>Resim 5.51</b> :A AVM, farklı alanlara ait oturma-bekleme alanları .....	163
<b>Resim 5.52</b> :A AVM oturma-bekleme alanları ve peyzaj öğeleri kullanımı.....	164
<b>Resim 5.53</b> :A AVM peyzaj öğeleri kullanımı.....	164
<b>Resim 5.54</b> :A AVM açık alanı .....	165
<b>Resim 5.55</b> :A AVM oturma-dinlenme alanları .....	165
<b>Resim 5.56</b> :A AVM tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak dinlenme alanı kullanımı. ....	167
<b>Resim 5.57</b> :A AVM oturma ve dolaşım alanları.....	168
<b>Resim 5.58</b> :A AVM farklı alanlara ait oturma birimleri .....	168
<b>Resim 5.59</b> :A AVM, açık alan oturma birimleri ve aydınlatma elemanları .....	169
<b>Resim 5.60</b> :A AVM, aydınlatma kullanımı .....	171
<b>Resim 5.61</b> :Kapalıçarşı iç mekân görünümleri .....	172
<b>Resim 5.62</b> :Galleria AVM iç mekân görünümleri .....	172
<b>Resim 5.63</b> :A AVM iç mekân görünümleri .....	173

<b>Resim 5.64</b> :A AVM iç mekân görünümüleri .....	174
<b>Resim 5.65</b> :A AVM kent mobilyaları .....	175
<b>Resim 5.66</b> :A AVM, yürüyen merdivenleri .....	177
<b>Resim 5.67</b> :A AVM, yürüyen merdivenleri .....	178
<b>Resim 5.68</b> :A AVM, yürüyen merdivenleri doğal aydınlatma kullanımı .....	178
<b>Resim 5.69</b> :A AVM yürüyen merdivenleri .....	179
<b>Resim 5.70</b> :A AVM engelli tuvaleti konumu ve görsel bilgilendirme.....	181
<b>Resim 5.71</b> :A AVM sinema alanındaki engelli tuvaleti konumu ve görsel bilgilendirme .....	181
<b>Resim 5.72</b> :A AVM engelli tuvaleti.....	183
<b>Resim 5.73</b> :Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak lavabo kullanımı.....	184
<b>Resim 5.74</b> :A AVM engelli tuvaleti.....	185
<b>Resim 5.75</b> :A AVM sinema alanındaki engelli tuvaleti.....	186
<b>Resim 5.76</b> :A AVM engelli tuvaleti acil çağrı sistemleri .....	187
<b>Resim 5.77</b> :A AVM bebek bakım odası, görsel bilgilendirme .....	189
<b>Resim 5.78</b> :A AVM bebek bakım odası.....	190
<b>Resim 5.79</b> :A AVM çocuk eğlence alanları.....	191
<b>Resim 5.80</b> :A AVM iç-dış mekân çocuk oyun alanları.....	192
<b>Resim 5.81</b> :A AVM çocuk oyun alanı .....	192
<b>Resim 5.82</b> :A AVM çocuk oyun alanı oturma birimleri .....	193
<b>Resim 5.83</b> :A AVM ibadet odaları girişleri .....	195
<b>Resim 5.84</b> :A AVM bayan ibadet odası.....	196
<b>Resim 5.85</b> :A AVM bayan ibadet odası, koridor ve abdest alanı .....	196
<b>Resim 5.86</b> :A AVM bayan ibadet odası, dolap ve temizlik kontrol paneli.....	197
<b>Resim 5.87</b> :A AVM acil tıbbi müdahale ünitesi konumu ve girişi .....	200
<b>Resim 5.88</b> :A AVM yönlendirilme levhaları .....	201
<b>Resim 5.89</b> :A AVM acil tıbbi müdahale ünitesi .....	202
<b>Resim 5.90</b> :A AVM sinema alanı girişi .....	205
<b>Resim 5.91</b> :A AVM sinema alanı giriş ve yürüyen merdiveni .....	206
<b>Resim 5.92</b> :A AVM sinema, bilet satış bankosu.....	206
<b>Resim 5.93</b> :A AVM sineması bekleme alanları .....	207
<b>Resim 5.94</b> :A AVM sineması yönlendirilme levhaları .....	208
<b>Resim 5.95</b> :A AVM sineması, farklı salonlara ait tekerlekli sandalye alanları .....	210
<b>Resim 5.96</b> :A AVM iç mekân görünümü.....	212
<b>Resim 5.97</b> :A AVM yeme-içme alanları sirkülasyon elemanları ve yönlendirilme ....	213
<b>Resim 5.98</b> :A AVM yeme-içme alanları sirkülasyon elemanları ve yönlendirilme ....	213
<b>Resim 5.99</b> :A AVM yeme-içme alanları .....	214
<b>Resim 5.100</b> :A AVM yeme-içme alanları, cam küre .....	215
<b>Resim 5.101</b> :A AVM yeme-içme alanlarında tekerlekli sandalye kullanımı.....	217
<b>Resim 5.102</b> :A AVM yeme-içme alanlarında uygulamalı deneyimleme.....	218
<b>Resim 5.103</b> :A AVM’de tekerlekli sandalye kullanıcısı.....	219
<b>Resim 5.104</b> :A AVM yeme-içme alanları.....	220



# ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE FİZİKİ KONFOR KRİTERLERİNİN EVRENSEL TASARIM İLKELERİ DOĞRULTUSUNDA İNCELENMESİ: GENİŞ PROGRAMLI BİR AVM DENEYİMİ

## ÖZET

Kamusal mekânlardan olan geniş programlı bir alışveriş merkezinde (AVM girişinden sinema katına kadar dolaşım, kullanım alanları-otopark dahil olmak üzere) AVM'ye ait tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarındaki fiziki konfor ölçütlerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmesi çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışmada; ele alınan geniş programlı AVM'de fiziki konfor ölçütlerinin evrensel tasarıma uygunluğunu tespit etmek, fiziksel konfor bilincini etkileyen ve fiziksel konfor bilincini oluşturan faktörleri belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma AVM'nin ele alınan ortak kullanım ve dolaşım alanlarında; sağlanması gereken fiziksel konfor ölçütlerinin kendi içerisinde evrensel tasarım doğrultusunda detaylı bir şekilde incelenmesi ve buradan hareketle yapılan tespit ve saptamaları kapsamaktadır. Bu çalışmanın evrensel tasarım anlayışında farkındalık yaratarak mimari anlamda; mimar, iç mimar, peyzaj mimarlarına AVM tasarımlarında önemli noktalarda yön vereceği düşünülmektedir. Bununla birlikte AVM işletmeleri açısından; evrensel tasarım ilkeleri kapsamında tasarım yapılarak hizmet verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Pratikte ise; bundan sonra yapılacak olan akademik çalışmalara referans olacağı öngörülmektedir. Geniş programlı bir AVM'de anket uygulaması, fotoğraf-video çekimleri, yerinde gözlem ve inceleme, empati yoluyla (engelli biri gibi davranarak) uygulamalı deneyimleme gibi yöntemlerle alan çalışması yapılmıştır. Bu yöntemlerle yapılan alan çalışması farklı gün ve saatlerde gerçekleştirilmiştir. Alışveriş merkezinin ortak kullanım ve dolaşım alanları fiziki konfor kriterleri; standartlar ve yönetmelikler doğrultusunda tüm bu alanların her biri evrensel tasarımın her ilkesine ve konfor kavramına göre ayrı alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Çalışılan AVM'de ele alınan alanlarla ilgili olması gereken evrensel tasarım özellikleri ile fiziki konfor ölçütlerinin evrensel tasarıma uygunluk derecelerinin belirtildiği; özet niteliğindeki tablolar ve deneyimlemede yapılan tespitler de çizim ve fotoğraflarla gösterilmiştir. Bu çalışmada, alan çalışması yapılan AVM'nin genel olarak evrensel tasarım anlayışına uygun nitelikte olduğu görülmüştür. AVM genel olarak, kullanıcı konforunun ön planda olduğu insan odaklı yani; kullanıcıların eylemini, kullanımını rahatlatan ve yönlendiren olumlu bir AVM olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra AVM'de tam görme engeli olan kullanıcılara yönelik; bütün önlemlerin alınmadığı tespit edilmiştir. Birtakım uygulamalarla bazı önlemlerin alındığı fakat eksik ve/ya hatalı bulunduğu için bu uygulamaların yeterli olmadığı saptanmıştır. Alan çalışmasında uygulanan anket verileri ışığında Spss programı ile istatistiksel veri analizleri yapıp, çıkan anket sonuçları tablolarla belirtilmiştir. Anket verileri sonucunda kullanıcıların AVM ile ilgili değerlendirmeleri ve memnuniyet düzeyleri belirtilmiştir. Çalışılan geniş programlı AVM'de fiziksel konfor bilincini etkileyen faktörler, tablolar ve ileri düzey istatistiki analizlerle açıklanmıştır. Bu analizler doğrultusunda fiziksel konfor

bilincini oluşturan dört boyut (i mekân algısı, aydınlatma eşitleri, gürültü-ses ve havalandırma ile koku ve sirkülasyon) ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Alışveriş Merkezi, Evrensel Tasarım, Konfor, Kullanıcı



# **THE INVESTIGATION OF PHYSICAL COMFORT CRITERIAS IN ACCORDANCE WITH THE UNIVERSAL DESIGN PRINCIPLES AT SHOPPING MALLS: A BROAD PROGRAMMED SHOPPING MALL EXPERIENCE**

## **SUMMARY**

The main objective in this study is to investigate the physical comfort measurements of all shared circulation spaces (the circulation and communal area from the entrance to the cinema floor including the car park) in a shopping mall which is a public space having broad program in accordance with universal design principles. Within this study, determining the correspondance of the comfort measurements of the targeted broad programmed shopping center's to the universal design principles and the conditions creating and affecting the physical comfort awareness are aimed at. The study includes a detailed investigation of the due physical comfort measurements of the mentioned spaces in the targeted shopping mall in accordance with the universal design principles and thereby getting some detections.

It is thought that this study will, in architectal terms, give some ideas to the architects ,interior architects and landscape architects on the design of shopping malls at very crucial points by raising awareness in the thought of the universal design principles. In addition, it is thought that shopping mall operators should design their buildings and services in accordance with the universal design principles. It is envisaged, in practice, that this study will be a source to the future academic studies. In a shopping center with a broad program some field studies such as survey application, photography and video shooting, on side monitoring and examination, practical experience through emphaty (pretending someone disabled) have been carried out. The field studies on that method were carried out at different times on several days. The physical comfort criterias in a shared circulation spaces of a shopping mall were investigated with the standards and guidelines and each of these spaces were meticulously evaluated as subheadings in accordance with every principle of the universal design and comfort concept. Summary tables showing the universal design principles and the relevance of the physical comfort measurements to these universal design principles in studied spaces of the shopping mall, determinations obtained on experimentation are also shown by photos and drawings. And the studied shopping center has in general been concluded to have the necessary standards of the universal design concept. The shopping mall was in general evaluated as a positive shopping mall ,that's to say, being human focused heeding the comfort of the users, making the actions and movements of the users easier. However, it has been observed that precautions for blind are not adequate at the shopping center. It was determinated that some precautions are taken by some applications but these precautions are insufficient or incorrect. By evaluating survey data on studied fiels , Spss program and statistical data analysis have been hold and the survey results obtained are shown at the tables. As a result of the survey, the satisfaction and thoughts of the users about the shopping mall have been determined.

The factors affecting the physical comfort awareness at the studied shopping mall having broad program have been explained by tables and improved statistical analysis. As a result of these analysis, the four dimensions affecting the physical comfort awareness (interior perception, lightning types, noise-sound, ventilation, smell and circulation) have been aroused.

**Key words :** Shopping Mall, Universal Design, Comfort, User



## 1. GİRİŞ

Bir amaç için tasarlanan tüm yapıların, binaların, mekânların hepsinin temel ve ortak amacı; insana ve insanlığa hizmet etmektir. İnsanlar herkesi, yani tüm kullanıcı gruplarını oluşturmaktadır. İnsan faktörü bu denli önemli iken tüm çevre bileşenlerinin, binaların ve ürünlerin; yaş, cinsiyet, bedensel-zihinsel-ruhsal-işitsel-görsel engelli, farklı kültür ve ekonomik düzey ayrımı yapılmaksızın; tüm insanların eşit şartlarda rahatlıkla kullanabileceği şekilde, herkes için tasarlanması (evrensel tasarım) gerekmektedir. Böylece herhangi fiziksel ve zihinsel engele sahip insanlar, diğer kullanıcı gruplarından ayırılmadan tüm kullanıcı gruplarına dâhil edilmektedir.

Kullanıcı davranışı, memnuniyeti ve tercihlerinin tasarım sürecinde oldukça büyük bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Son yıllarda önem kazanan evrensel tasarım kavramı ile evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda; kamusal mekânlardan olan alışveriş merkezlerinde (AVM girişi, iç mekânı, çevresi ve otopark dahil olmak üzere) fiziki konfor kriterlerinin incelenmesi çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Bu tez çalışmasının ikinci bölümünde; alışveriş kavramı, alışveriş merkezlerinin tanımları, Türkiye'de alışveriş merkezlerinin nasıl bir gelişim gösterdiği ve geçmişteki alışveriş alanlarından günümüzdeki alışveriş mekânlarına nasıl bir geçiş olduğundan bahsedilmiştir. AVM tercih sebeplerine değinilip, AVM tipolojileri ve AVM tasarım ilkeleri alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde; evrensel tasarımın çıkış noktası ve nasıl geliştiği ile ilgili genel bir açıklama yapıldıktan sonra evrensel tasarım kavramı ele alınmıştır. Evrensel Tasarım İlkeleri adlı alt başlıkta; evrensel tasarımın yedi ilkesi ve rehberleri ayrı alt başlıklar altında ele alınıp, örnek görsel ve şekillerle desteklenerek alışveriş merkezleriyle ilişkilendirilip değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde; konfor kavramı ve kriterleri ile giriş yapılarak konforun tanımı yapılıp, konforun öneminden ve kriterlerinden bahsedilmiştir. Konfor çeşitleri alt

başlıklar halinde detaylı bir şekilde ele alınıp; örnek görsel, şekil ve diyagramlarla desteklenerek alışveriş merkezleriyle de ilişkilendirilerek evrensel tasarım kapsamında ele alınmıştır.

Beşinci bölümde; hazırlanmış olan kontrol listeleri çizelgeleri doğrultusunda; İstanbul'da geniş programlı bir alışveriş merkezinde fotoğraf-kamera çekimleri, gözlem-inceleme, empati yoluyla uygulamalı deneyimleme ve anket uygulaması gibi yöntemlerle yapılan alan çalışması yer almaktadır. Uygulanan anket verileri ışığında Spss programı ile veri analizleri yapıp, anket sonuçları tablolarla belirtilmiştir. Anket verileri SPSS (Statistical Package For Social Sciences) programında değerlendirilmiş olup analizlerin yer aldığı bulgular kısmı bulunmaktadır. Bu bölümde alan çalışmasının yapıldığı alışveriş merkezi hakkında genel bilgi verildikten sonra alışveriş merkezinin tüm ortak kullanım ve dolaşım alanları alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde ele alınıp değerlendirilmiştir.

Altıncı bölümde; anket analizleri-verileri, alan çalışmasında yapılan fotoğraf-kamera çekimleri, gözlem, empati yoluyla uygulamalı deneyimler ışığında ve tezin son aşamasına kadar oluşan birikim-değerlendirmeler doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir.

## **1.1 Çalışmanın Amacı ve Önemi**

Kullanıcıların AVM'leri alışveriş dışında, kültür-sanat faaliyetlerine ve eğlencelere katılmak, yemek yeme gibi farklı amaçlarla da tercih ettikleri göz önünde bulundurulursa; bu tür alanlarda da kullanıcı konforunun optimum şartlarda sağlanması gerektiği net bir şekilde söylenebilir. Özellikle kamusal alanlardan ve toplumu oluşturan tüm bireylerin yaygın olarak tercih ettiği tüketim alanlarından olan AVM'lerin, evrensel tasarım anlayışı doğrultusunda tasarlanması gerekmektedir.

İnsanların zamanlarının çoğunu kapalı ortamlarda geçirdiği düşünülürse; farklı amaçlarla ihtiyaçlarını karşılamak için gittikleri AVM'lerde karşılaştıkları sorunlar, eksik ve/ya hatalı uygulamalar, kullanıcıların bu alanlardaki yaşam kalitesini düşürmekte ve verim almalarını engellemektedir. Günümüzde de tüm kullanıcı gruplarının dâhil edilmediği tasarımlar olduğu bilinmektedir. Bu durum; insanları ayırdığı ve herkese eşit şartlar altında eşit kullanım imkânı sunmadığı için, kapsayıcı

olmamakla beraber dile getirilmesi ve ivedilikle harekete geçirilmesi gereken önemli bir problemdir. Çünkü tasarlanan ürün, donatı, mekân, çevre ve alan ne kadar çeşitlilik barındırırsa; o kadar yaygın kullanılıp kapsayıcı özelliğe sahip olabilecektir.

Literatür çalışmaları ve örnekleri ışığında; ele alınan AVM'de tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarında, kullanıcının mekândaki her türlü fiziki konforunu sağlaması gereken; iklimlendirme (ısısal/termal konfor), mekânda yön bulma, yapay-doğal aydınlatma kullanımı, tavan-duvar-zemin ve donatılarda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisi, donatı düzeni (görsel konfor) ve gürültü-ses etkisi (işitsel konfor) gibi ölçütlerin mekân tasarımına ve kullanıcı üzerindeki etkisi ile evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmek istenmiştir.

Bu çalışmada; AVM'nin ortak kullanım ve dolaşım alanları, yatay-düşey sirkülasyon elemanları, mekânların aydınlık-ferahlık düzeyi, açık-yarı açık ve kapalı mekân kullanımı, mekânın psikolojik etkisi, mekân atmosferi gibi parametrelerle alışveriş merkezi kullanıcılarının algılarını, davranış biçimlerini ölçmek; mekânların dağılımını ve mekân tercihlerini evrensel tasarım ilkelerine göre belirlemek amaçlanmıştır. Ayrıca kullanıcıların eksik bulduğu noktalar saptanarak, istek ve taleplerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda düzenleyerek belirlemek istenmiştir.

Bu çalışmanın mimari anlamda; mimar, iç mimar, peyzaj mimarı gibi tasarımcılara pek çok önemli noktalarda yön vereceği, AVM işletmeleri açısından; evrensel tasarım ilkelerine yönelik tasarım yapılarak hizmet verilmesi gerektiği ve pratikte ise; bundan sonra yapılacak olan akademik çalışmalara kaynak niteliğinde olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda; yerinde yapılan gözlem, ölçü alma, fotoğraf çekimleri, uygulamalı deneyimleme, inceleme gibi analizlerin sonucunda da verilerle desteklenmiş bilimsel bir çalışma olacağı öngörülmektedir.

Yapılan anket uygulaması sonunda kullanıcıların AVM'lerdeki mekânları ve alanları hangi amaçla tercih ettikleri belirlenmiştir. AVM'lerde kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarını, beklentilerini karşılayacak gerekli ve yeterli düzeyde fiziki konfor kriterlerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda sağlanıp sağlanmadığı irdelenerek saptamalar yapılmıştır. Spss programı ile yapılan anket verileri analizlerinde bulgu olarak; AVM'de fiziksel konfor bilincini etkileyen faktörler ve fiziksel konfor bilincini oluşturan boyutlar ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda verilerin

ışığında kullanıcıların AVM kullanımlarıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ve beklentileri de belirlenmiştir.

## 1.2 Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın konusu kapsamında; alışveriş merkezleri, evrensel tasarım kavramı ve ilkeleri; konfor kavramı, çeşitleri ve koşulları, insan-mekân-çevre ilişkileri ve etkileşimi, mimari tasarım, iç mekân tasarımı, kriterleri ve analizleri gibi teze katkısı olacak konularla ilgili yerli-yabancı kaynaklar taranmıştır. Detaylı literatür araştırmaları, okuma ve taramaları yapılarak yazılı ve görsel dökümanlara ulaşılmıştır. Literatür araştırmaları ve arşiv oluşturma çalışmaları sırasında; çeşitli üniversitelerin ve sanat galerilerinin kütüphanelerinden, YÖK Tez Arşivi ve dijital ortamda bilimsel çalışmaların yayınlandığı yerli-yabancı çeşitli sitelerden faydalanılmıştır.

Değişen ve gelişen dünyada (tüketim, sosyal, kültürel anlamda) alışveriş merkezleri; ülkemizde toplumun geniş kesimine hitap eden, en yoğun kullanıcı kitlesine sahip tüketim alanlarından. İstanbul; ülkemizin en kalabalık, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan en önemli şehridir. Bu nedenle çalışma alanı olarak; kullanıcıların farklı beğeni ve sosyo-kültürel düzeyde oldukları düşünülerek İstanbul’ da geniş programlı bir alışveriş merkezinin incelenmesi uygun bulunmuştur. Alan çalışması sınırlandırılarak Anadolu yakası olarak belirlenmiştir.

Yapılan literatür araştırmaları ve okumaları ile yazılı ve görsel dökümanlara ulaştıktan sonra alışveriş merkezlerinde yapılan fotoğraf çekimleri, ölçü alma, gözlem ve inceleme (farklı gün ve saatlerde), empati yoluyla (engelli biri gibi davranarak) uygulamalı deneyimleme, anket uygulaması ve kamera çekimleri üzerinden analizlerle alışveriş merkezlerine dair fiziki konfor kriterleri evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmiştir. Empati yoluyla uygulamalı deneyimleme; tekerlekli sandalye kullanıcısı (tekerlekli sandalye ile), görme engeli olan kullanıcı (yardımcı eleman olarak görme engelli bastonu ile) ve yürümekte zorluk çeken kullanıcı (destek olarak baston ile) olmak üzere, üç ayrı kullanıcı yerine geçilerek yapılmıştır. Çıkan anket verileri ışığında Spss programı ile analizleri yapılmıştır. Anket ve test sonuçları tablolarla belirtilerek gerekli açıklamalar yapılarak bulgular saptanmıştır.



### 1.3 Çalışmanın Kapsamı

Bu çalışma, çalışılan AVM'de ele alınan ortak kullanım ve dolaşım alanlarını içermektedir. Literatürden edinilen bilgiler ışığında; AVM'nin bu ortak kullanım ve dolaşım alanlarında sağlanması gereken; fiziksel konfor ölçütlerinin kendi içerisinde evrensel tasarım doğrultusunda detaylı bir şekilde incelenmesi ile buradan hareketle yapılan tespit ve saptamaları kapsamaktadır.

## 2. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ

### 2.1 Alışveriş Kavramı

"Alışveriş, bir ürün ya da hizmeti para karşılığı alma ve satma işidir." (Anonim, 1986, s.377). Geçmişte alışveriş eylemi, insanların ellerindeki ürünü verip ona karşılık gelen başka bir ürünü alması ile almak-vermek yani takas usulü ile gerçekleştirilmekteydi. Sonradan paranın kullanılması ile geçmişte takas usulüyle yapılan alışveriş eylemi, günümüzde bir ürün ya da hizmet karşılığı ödenen ya da alınan bedel (para) karşılığında yapılan sosyal bir eyleme dönüşmüştür. Para karşılığında alınan hizmetin de tipleri vardır. Örneğin bir pazar yerinde ve AVM'lerde yapılan alışveriş birbirinden farklıdır (sunulan hizmet, ürün çeşitliliği, mekân atmosferi vb. nedenlerden ötürü). Alışveriş eyleminin bir standardı vardır. AVM'ler; nezih, konforlu, güvenli, sistemli, çekici (ürün-mağaza çeşitliliği, cezbeden vitrinleri, ek fonksiyonları vb. ile) bir ortamda alışveriş imkanı sunarak alışveriş eylemine kalite getirmektedir.

"Alışveriş insanların birtakım ihtiyaçlarını karşılamak üzere birbirleriyle karşılıklı yarar sağlayan ilişkilere girmeleri yoluyla ortaya çıkmış sosyal bir eylemdir." (Küçükkömürcü, 2005, s.2). Dolayısıyla AVM'lerde alışverişin amaçları;

- farklı yaş, cinsiyet, statü durumlarına göre; kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarını karşılaması
- ihtiyaç duyulan bir ürünü, geniş yelpazede bulma ve değerlendirme imkanı

- günümüz sosyal yaşamı içinde ulaşılabilirlik ve sağlamış olduğu rahat dolaşım alanları ile yaşamı rahatlatması
- alışverişi güvenli bir ortamda gerçekleştirmek
- zamandan kazanç sağlamaktır.

## **2.2 Alışveriş Merkezlerinin Tanımı**

AVM'ler; bünyesinde bulundurduğu kafe-restoranları ile insanların yeme-içme ihtiyaçlarını, eğitici-öğretici kültürel etkinlikleri ile sosyal ve eğlence ihtiyaçlarını, giyim-ayakkabı mağazaları ve market-eczane-kuaför-terzi gibi birimleri ile kişisel ve genel ihtiyaçlarını, çocuk oyun alanları ile çocuklu ailelerin bakım ihtiyaçlarını, otoparkları ile park yeri bulma ihtiyaçlarını karşılayan alanlardır. Çünkü AVM'lerde bulunan yeme-içme alanları ile herkes kendi tercihihine göre istediğini bulur, sosyal alanlardan olan sinema salonları ile herkes istediği filme girer ve ankor mağazaları sayesinde herkes istediği ürüne kolaylıkla ulaşır. Yani AVM'ler, birçok işleve aynı anda yanıt veren tüketim alanlarındandır.

"Dış mekân ve iç mekânın olumlu özelliklerini bir arada sunma fikrini taşıyan, alışveriş eyleminin yanı sıra, aile bireylerinin birlikte ya da ayrı ayrı eğlenmeleri için uygun ortamların ve seçeneklerin sunulduğu, otopark probleminin olmadığı alışveriş merkezleri, kentsel çekim noktalarıdır." (Acar, 2006, s.16).

Kullanıcıların her türlü ihtiyacını karşılayan alışveriş merkezleri; ülkemizde toplumun küçükten büyüğüne her kesimine hitap eden yoğun kullanıcı kitlesine sahip olmakla beraber, genel olarak gece-gündüz kavramının farkına varılmadığı için zamansız olarak tanımlanabilecek kendi içinde yaşayan ayrı bir dünyası olan tüketim alanlarındandır. Olumsuz hava koşullarından etkilenmeyen alışveriş merkezleri aynı zamanda kullanıcılarına konforlu ve güvenli bir ortam sağlayan buluşma merkezlerindedir.

## **2.3 Türkiye' de Alışveriş Merkezlerinin Gelişim Süreci**

Birçok literatür kaynağından anlaşıldığı üzere; 19. yüzyılda gelişen sanayileşme süreci sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel yaşantıyı da etkileyerek yeni ticari yaşam alanlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Artan nüfus, değişen teknoloji, kentleşme, modernleşme beraberinde birçok yeniliği ve değişimi getirerek insanların

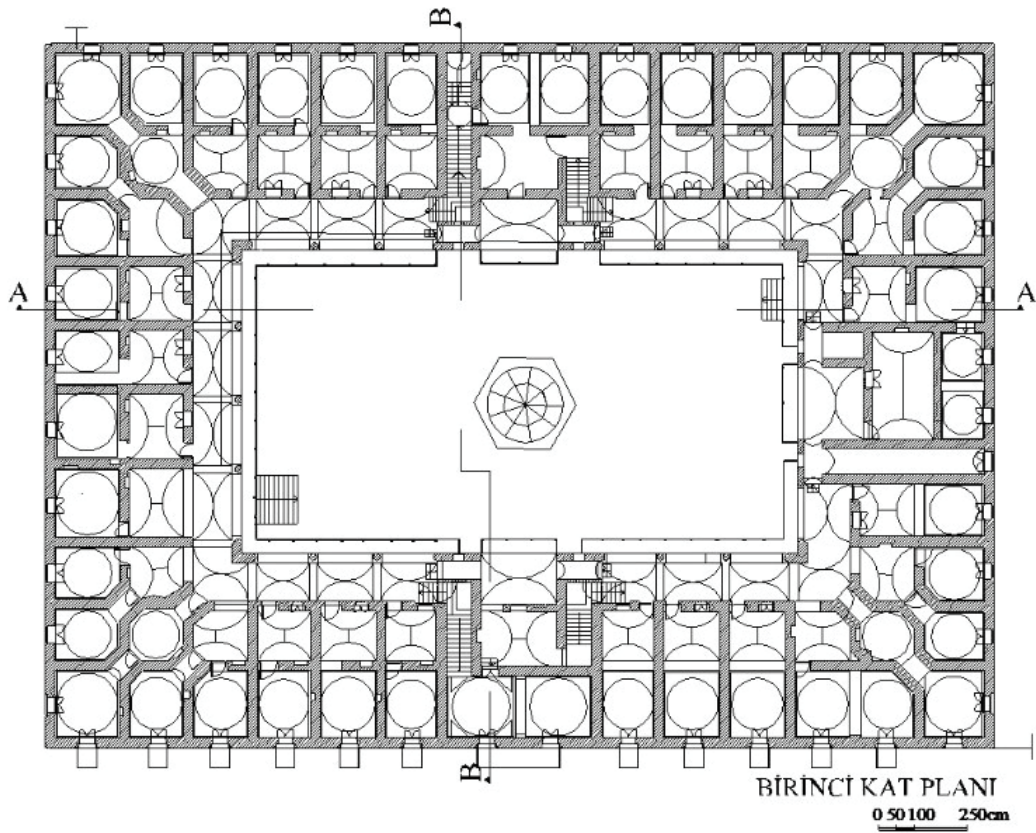
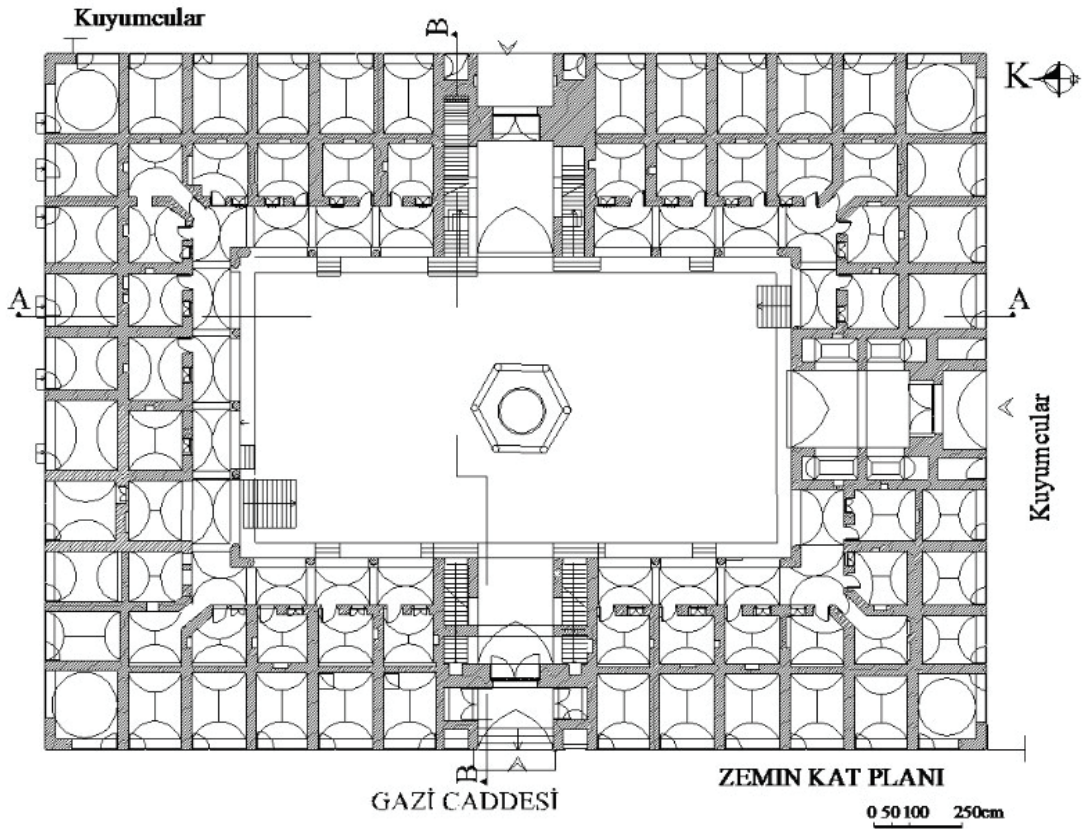
talep ve ihtiyaçlarını da arttırmıştır. Artan kişisel ve genel ihtiyaçları karşılamak amacı ile büyük mağazalar açılmıştır. İnsanların yaşayışlarının gelişmesi ile bağımsız olan mağazalar tek bir çatı altında toplanarak AVM'lere dönüşmüştür. AVM'lerin; sanayileşme ve modernleşmenin getirdiği değişimle yenilenerek, gelişen toplumun ihtiyaçlarını karşılamak üzere ortaya çıktığı görülmektedir.

"Modern tüketim alışkanlıklarının gelişmesinde ve yaygınlaşmasında bir başka etken, kırsal alandan kentlere gerçekleşen göçlerdir. 19. yüzyılda sanayi devrimine bağılı olarak tarımda makineleşme gerçekleşmiştir. Tarımdaki bu gelişme, tarım işlerinin nüfus oranını oldukça azaltmış ve insanları kentlerde barınmaya sürüklemiştir." (Orçan, 2008, s.21-22).

Geçmişte takas usulü ile başlayan ticaret, Osmanlı İmparatorluğu'nda han, arasta, bedesten, kapalıçarşı gibi yan yana, karşılıklı dükkanlardan oluşan alışveriş alanlarına dönüşmüştür. Zamanında alışveriş, toplanma amacıyla kullanılan bu alanlar yerine; günümüzde AVM'lerin de aynı amaçlarla ve farklı kullanım alanları ile tercih edildiği görülmektedir.

Alışveriş alanlarının gelişim süreçlerine bakıldığı zaman; geçmişimizdeki ticaret-alışveriş alanlarından olan han, bedesten ve arastalardan genel olarak bahsetmek gerekmektedir:

Kelime kökeni Farsça olan hanlar, eski ticaret yapılarındandır. Hanlar; uzun yolculuklarda yolcuların yol üzerinde konakladıkları, hayvanlarının barındığı, kervanların dinlendiği, içinde ahır ve odaların bulunduğu yapılardır. Örneğın; 19. yy'da Diyarbakır'ın en önemli hanlarından olan Hasan Paşa Hanı, dikdörtgen plan tipine sahip olup, avlulu ve iki katlıdır (Şekil 2.1, Resim 2.1).



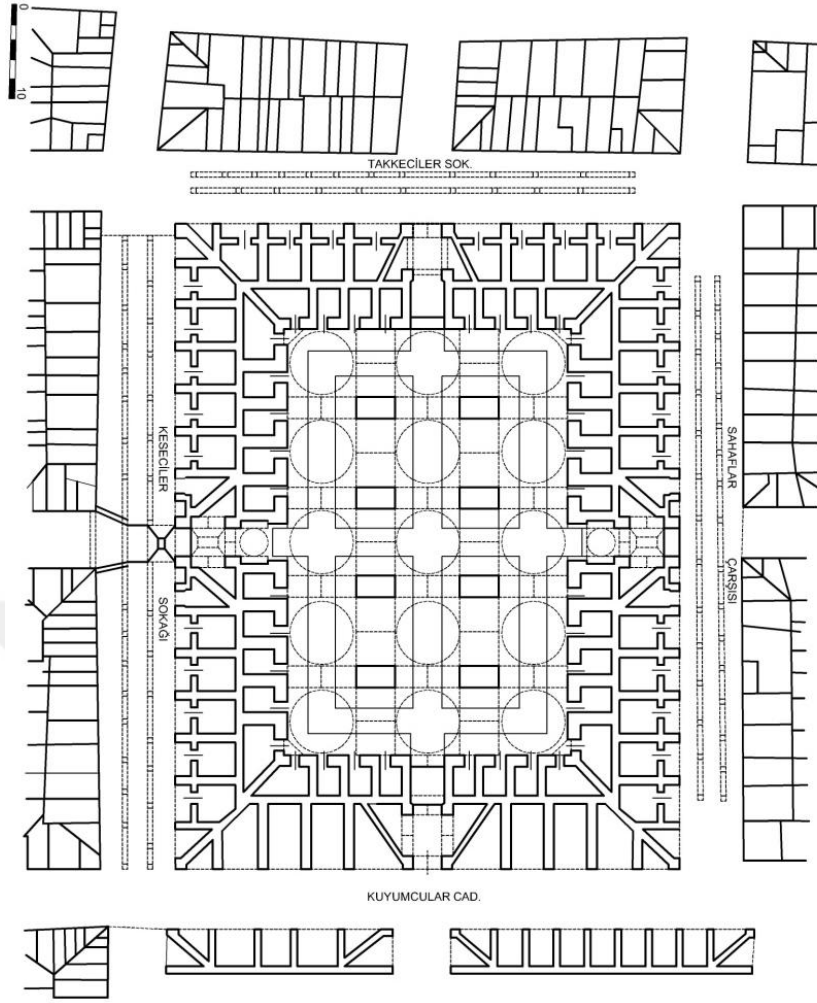
Şekil 2.1 : Hasan Paşa Hanı, zemin ve birinci kat planı (Yıldırım, 2017, s.340)





**Resim 2.1** : Hasan Paşa Hanı, Diyarbakır (Tuba Terece arşivinden, 2019).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde en eski ticaret alanlarının başında bedestenler, çarşılar gelmektedir. Ticari hayatın temelini oluşturan, ilk olarak kumaş ve bez satmak amacıyla yapılan bedestenler; zamanla kıymetli eşyaların, değerli kumaşların ve mücevherlerin alım-satım işlemlerinin yapıldığı üstü kapalı ticari çarşı alanları olmuştur. İstanbul'un ilk bedesteni Büyük Bedesten-Cevahir Bedesteni olarak da adlandırılan Eski Bedestenin kubbeli olup orta alan etrafında sıralanmış dükkanlardan oluşan ızgarasal bir plan tipine sahip olduğu görülmektedir (Şekil 2.2, Resim 2.2)

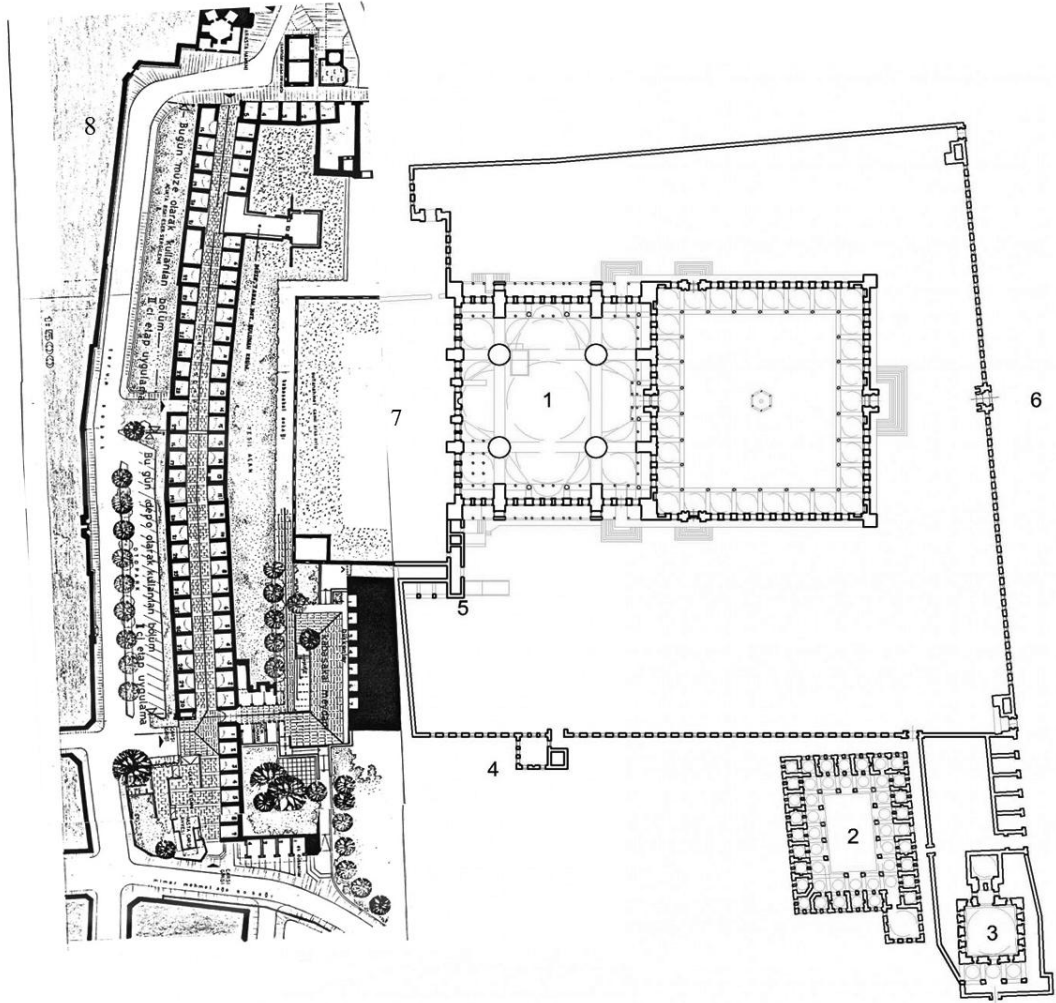


**Şekil 2.2 :** İstanbul Eski Bedesten (Büyük Bedesten-Cevahir Bedesteni) planı (Tokol, 1996, s.23).



**Resim 2.2 :** Cevahir Bedesteni, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2017).

"Osmanlı mimarisinde arasta; aynı aks üzerinde yan yana veya karşılıklı olarak dizilmiş, aynı yükseklik ve boyutlardaki üstü açık veya kapalı olabilen dükkan sıralarından oluşan ticaret yapısı türü olarak varlık göstermiştir. Yapım özelliği tek bir kerede inşa edilmiş olmasıdır." (Tokol, 1996, s.17). Bilinen en eski arastalardan Sultanahmet Arastasının (aşağıdaki planda 8 numaralı alan) açıklama da belirtildiği gibi yan yana ve karşılıklı alışveriş dükkanlarından oluştuğu görülmektedir (Şekil 2.3, Resim 2.3).



Şekil 2.3 : Sultanahmet Camii kompleksi yapı planı (Url-31, Url-32).





**Resim 2.3 :** Sultanahmet Arastası, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).

Geçmişteki alışveriş alanlarından (han, bedesten, arastadan) sonra; bilinen ilk tarihi alışveriş çarşılarından olan Kapalıçarşı'nın ve modern anlamdaki ilk alışveriş merkezi olan Galleria AVM'nin ülkemizdeki ilk alışveriş alanları olmaları bakımından ele alınması gerekmektedir:

Osmanlı döneminde önce küçük çaplı olan alışveriş alanları zaman geçtikçe büyük çaplı çarşılara dönüşmüştür. Çarşı, alışveriş yapmaya uygun bir alana konumlanmış iki tarafında sıralı dükkanlar bulunan üstü örtülü veya açık sokak ve meydanlardan oluşan büyük alanlardır. Sürekli alışveriş yapılan çarşılardaki dükkanların bulunduğu



sokakların olumsuz hava koşullarından korunması ihtiyacı üzerine sokakların üstü kubbe, tonoz ile örtülerek kapalıçarşılar oluşturulmuştur.

İstanbul Kapalıçarşısı, en eski alışveriş alanlarının ilk örneklerinden biri olarak görülebilir. Küçükerman ve Mortan'a göre; "Osmanlı kentlerinde hiç değişmeyecek bir kural söz konusudur; cami görülür, medrese erişilir, çarşı güvenli bir yerde olacaktır." (Aksoy, 2009'da atıfta bulunduğu gibi). Kapalıçarşısı tam da bunu doğrulayacak şekilde; camilerle ilişkilendirilmiş, gündelik yaşam ile iç içe tarihi yapıların Beyazıt semtinde halkın rahatlıkla ulaşabileceği bir alanda yer almaktadır. Hem deniz hem karayolu ulaşımının olduğu, yoğun ticaret yapılan tampon bölgede bulunarak kent merkezinin gelişimine katkıda bulunmuştur (Şekil 2.4).



**Şekil 2.4 :** İstanbul Kapalıçarşısı planı, (Url-2).

Türkiye'nin ve Dünya'nın bilinen çarşılarından olan Kapalıçarşısı'nın inşası Fatih Sultan Mehmet dönemine (1461) dayanmaktadır. 15. yy'dan kalan Kapalıçarşısı; kalın duvarlı, seri kubbe ile örtülü iki yapısının (Eski ve Yeni Bedesten) çevresine ekler yapılarak ve gelişen sokaklarının üzeri örtülerek, zaman içerisinde gelişip büyüyerek günümüzde kullanılan alışveriş alanı halini almıştır. Gerek görsel gerek mimari anlamda işlevsel ve etkileyici bir tasarıma sahip olan Kapalıçarşısı, geleneksel çarşı kültürünü yansıtarak günümüzde de tarihi dokusu ile hizmet vermeye devam etmektedir (Resim 2.4).



**Resim 2.4 :** İstanbul, Kapalıçarşı, hava fotoğrafı (Url-1).

İnsan ölçeğinin esas alındığı çarşıda; kullanıcılara sokağın iki tarafına da kolaylıkla göz gezdirebilme, ürün bakabilme imkanı sağlanmakla beraber görsel bütünlük sunulmaktadır (Resim 2.5).

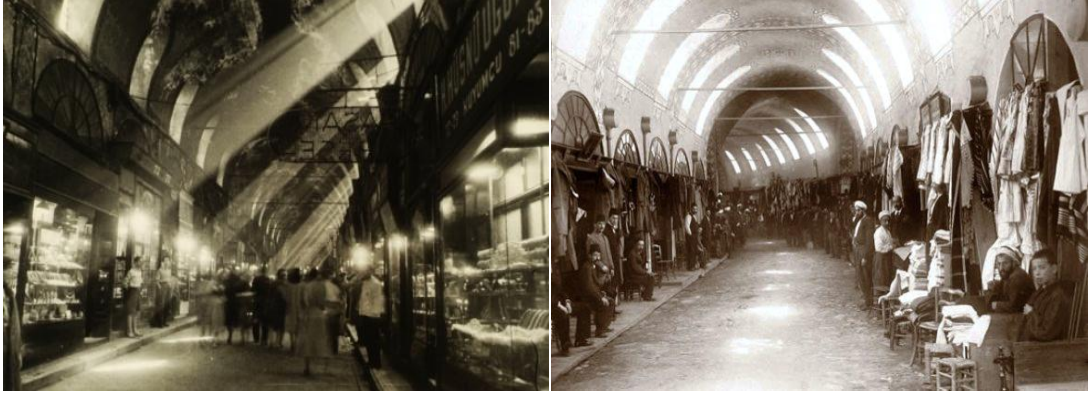


**Resim 2.5 :** İstanbul Kapalıçarşı iç görünüm (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Izgarasal bir sirkülasyon sistemine sahip olan Kapalıçarşı; lineer ana akslardan, lineer ve eğimli sokaklardan oluşmaktadır. Sokaklar ve ana akslar, tonozların sağ ve sol yan yüzeylerinde, tepelerinde ve kemerlerin altlarında yer alan pencereler ve açıklıklardan doğal gün ışığı olarak aydınlanmaktadır. Sokakların birleştiği alanlarda yine tavan çevresindeki pencerelerden doğal aydınlatma sağlanmaktadır. Günümüzde ise teşhirdeki ürünleri ön plana çıkarmak amacı ile tezgahların üstünde, dükkanların vitrin ve iç mekânlarında yapay aydınlatmalar kullanılmıştır (Resim 2.6, 2.7). Çarşı, tonozların yan yüzeylerinde ve tavan çevresinde yer alan pencereler ile açık sokak



kapılarından doğal olarak havalandırılmaktadır. Dükkanların içerisinde ise doğal iklimlendirmenin yanı sıra yapay iklimlendirme sistemleri bulunmaktadır.



**Resim 2.6 :** İstanbul Kapalıçarşı doğal aydınlatma (Url-3).



**Resim 2.7 :** İstanbul Kapalıçarşı doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Mimari kimliği ve biçimi, mekân atmosferi, tarihi dokusu ile Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki alışveriş alanları (hanlar, bedestenler, arastalar, çarşılar vb.) insanların ve kentin yaşantısında büyük rol oynamaktaydı.

1980'li yıllara gelindiğinde, ülkenin, liberal ekonomik politikaları benimsemesi ve yabancı sermayeye açılmasıyla birlikte tüketicilerin ithal mallara olan ilgisi artmıştır. Dolayısıyla bu ürünlerin bulunabildiği alışveriş merkezlerinin kurulması zorunluluğu doğmuştur. 1990'lı yıllarda her geçen gün artan büyük perakendeciler ve bu alan hızla akan yabancı sermaye ile alışveriş merkezleri en hızlı yapılanma sürecine girmiştir. (Kiriş, 2010, s.19-20).

19. yy'da dünyada birçok teknolojik, ekonomik ve sosyolojik gelişmeler olmuştur. Dolayısı ile 1980'li yıllarda alışveriş merkezi ihtiyacı doğmuştur. Türkiye'nin ilk modern alışveriş merkezi olan Galleria Alışveriş Merkezi, Houston'daki "The Galleria" alışveriş merkezinden esinlenilerek yapılmıştır. Mimari tasarımı Hayati Tabanlıoğlu'na ait olan Galleria AVM, 1988 yılında Ataköy İstanbul'da açılmıştır. "Kompleks, ortasında atriyum bulunan beş kat blokla, ona açılan üç katlı uzun bir blok, bunun ucunda beş katlı bir büyük mağaza ile üç ve dört katlı diğer bloklarda yer alan büyük bir eğlence merkezinden oluşmaktadır." (Tokol, 1996, s.69), (Resim 2.8).

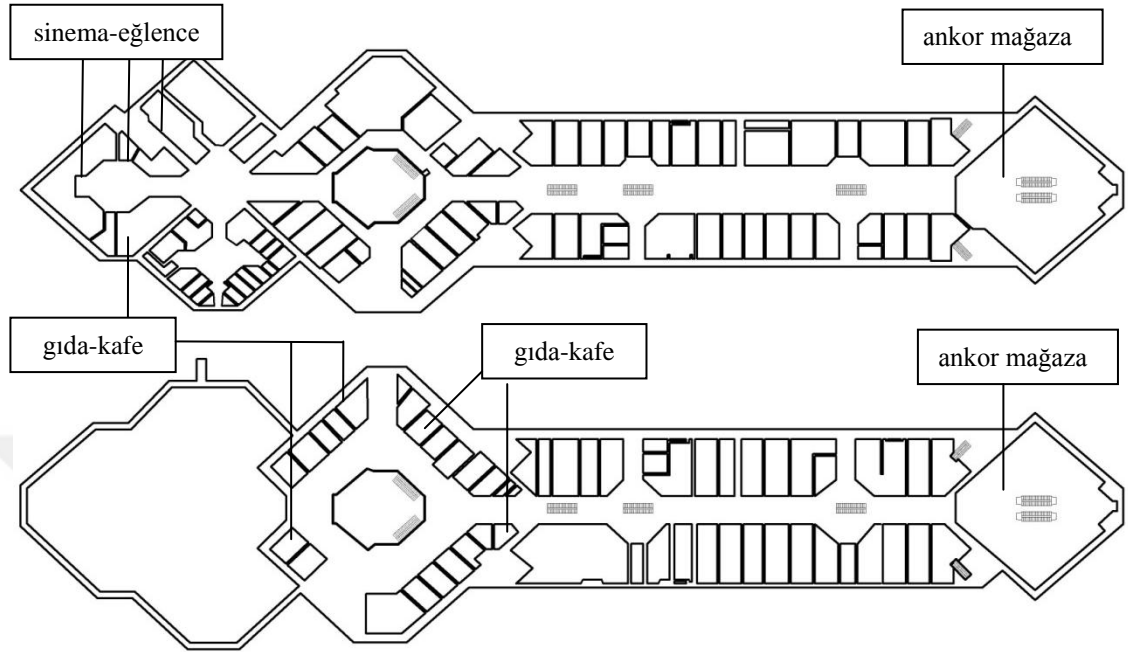


**Resim 2.8 :** Galleria AVM, İstanbul (Url-4).

Galleria AVM, çokgen plan tipine sahip atriyum ve dikdörtgen plan tipine sahip galeriler etrafında alışveriş birimlerinin sıralanması ile oluşan kapalı AVM tiplerindedir. Doğal ve yapay aydınlatmanın birlikte kullanımının yanı sıra, bu atriyum ve galeriler çokgen formlardaki tavan/tepe camlarından doğal gün ışığı ile aydınlanmaktadır (Şekil 2.5, Resim 2.9, 2.10). Gün ışığı, günün farklı saatlerindeki



ışık-gölge etkisi ile farklı iç mekân atmosferi ve algısı yaratmaktadır. Bu da mekânı daha çekici ve etkili kılmaktadır.



**Şekil 2.5 :** Galleria AVM'nin zemin ve bodrum katları plan şeması (Saltan, 2007, s.95).



**Resim 2.9 :** Galleria AVM, doğal aydınlatma kullanımı (Url-4).



**Resim 2.10 :** Galleria AVM, doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Lineer ana akslardan oluşan Galleria AVM'de; atriyum ve galeriler sayesinde yatay ve düşey sirkülasyon alanların okunabilirliği artırılmış olup alışveriş birimleri (diğer katlar dahil), rahatlıkla algılanarak mekân bütünlüğü oluşturulmuştur. Toplanma ve dağılma noktalarından olan atriyumların dağılımı doğrusaldır. Bu sayede aynı aks üzerinde lineer bir dolaşım oluşmaktadır. Aynı zamanda çekim noktası olan bu alanların lineer akslardan oluşması doğrusal kullanımı ile erişim kolaylığı sağlamaktadır. AVM'ye farklı katlardan (birden fazla girişleri ile) giriş sağlanabilmesi, AVM girişindeki geniş merdivenler, rampa ve görme engelliler için olan kılavuz izler (hissedilebilir yüzeyler) AVM'nin erişilebilirliğini arttırmaktadır (Resim 2.11, 2.12).

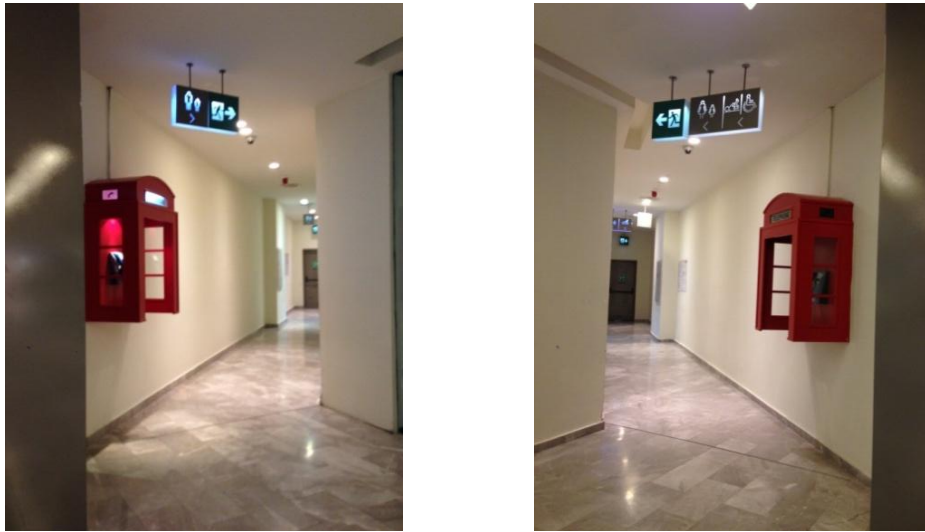


**Resim 2.11 :** Galleria AVM, ana girişi (Tuba Terece arşivinden, 2017).



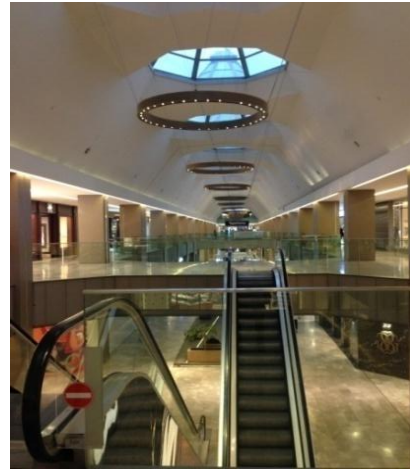
**Resim 2.12 :** Galleria AVM, ana girişi (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Büyük bir alanda yatay olarak planlanmış AVM'de tuvaletler, koridorların orta hatlarında ve sonlarında kullanıcıların rahatlıkla ulaşabileceği uygun alanlarda konumlandırılmıştır. AVM'de bulunan yürüyen merdivenlerde doğru alanlarda ve yeterli sayıda olmakla beraber, yön bulmada kolaylık sağlayan düşey sirkülasyon elemanlarındandır (Resim 2.13, 2.14).



**Resim 2.13 :** Galleria AVM, bay-bayan ve engelli tuvaletleri (Tuba Terece arşivinden, 2017).





**Resim 2.14 :** Galleria AVM, yürüyen merdivenleri (Tuba Terece arşivinden, 2017).

AVM'de bulunan yeşil alanlar, banka-atmler, çocuk oyun-eğlence-aktivite alanları, yeme-içme alanları, mağaza vitrinleri, yapay aydınlatma ile cazip hale getirilmiştir. Bunların yanı sıra; bazı kolonlarda yer alan ürün sergileme panelleri ve oturma-dinlenme alanlarının etkili görsel bütünlüğü, AVM'nin çekim alanları arasında yer almaktadır. AVM; geniş dolaşım alanları, kullanıcıların alışveriş birimlerini kolaylıkla algılayabilme, aradığını bulabilme, karmaşıklığa yol açmadan yön bulabilme, gün ışığının güçlü etkisi gibi özellikleri ile olumlu mekân atmosferi oluşturmaktadır (Resim 2.15, 2.16). Görüldüğü gibi; "Mekânların tanınması, öğrenilmesi, kavranması, anlaşılması ve kolay algılanabilir olması önemlidir; çünkü insanlar kolay öğrenemedikleri ve tanıyamadıkları çevrelerde kendilerini rahat hissedemezler." (Köseoğlu, 2018, s.14).



**Resim 2.15 :** Galleria AVM, iç mekân görünümüleri (Tuba Terece arşivinden, 2017).





**Resim 2.16 :** Galleria AVM, iç mekân görünümleri (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Galleria Alışveriş Merkezi döneminde açılan ilk AVM olması nedeni ile sadece bulunduğu semti değil, tüm İstanbul'u etkisi altına almıştır. Geçmişte zaten var olan alışveriş eylemi, Galleria'nın açılması ile daha fazla rağbet görmüştür ve hızla yayılmıştır. Ülkemizde İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir gibi diğer büyük şehirlerde de alışveriş merkezleri yaygın bir şekilde açılmaya devam etmiştir.

Özdemir'e göre; Alışveriş alanları tarih süreci içinde sosyo-ekonomik ilişkilere ve teknolojiye bağlı olarak gelişme göstermiş ve kent merkezlerinin önemli birer ögesi haline gelmişlerdir. Tarih boyunca alışveriş alanlarının gelişimi sadece ticaretin ekonomik boyutlarına bağlı olarak değil teknolojiye ve alışverişin sosyal hayattaki yerine bağlı olarak da değişim göstermiştir. (Çağal, 2011'de atıfta bulunulduğu gibi).

Geçmişten günümüze alışveriş merkezlerine baktığımız zaman; tarih boyunca birçok değişime ve gelişime uğrayarak büyümeye devam ettiği, toplumu, toplumun yaşayışını ve bulunduğu kenti büyük bir derecede etkilediği görülmektedir. Kentin çekim merkezlerinden olan alışveriş merkezlerinin günlük hayatımızın önemli bir parçası haline geldiği söylenebilir.

### **2.3.1 Alışveriş merkezleri tercih sebepleri**

Günümüzde çalışan kesimin artması ile birlikte insanlar ve şehir yaşamı da zamanla birtakım değişime ve gelişime uğramıştır. Tüketime yönelik toplumun ihtiyaçlarını karşılamak üzere AVM'ler yoğun tercih edilen alışveriş mekânlarından olmuştur. Çağımızın en hesaplı kullanılması gereken kaynağı zamandır. Zamana göre hareket eden, programlanan insanlar; ayrı ayrı alışveriş mekânlarına gitmektense tüm ihtiyaçlarını tek bir alanda karşılayarak zamandan kazanç sağladığı için AVM'leri tercih etmektedirler.

AVM'ler; bilinen tipik mağaza konseptinin dışında farklı tasarımlardan oluşan satış birimleri ve dinlenme, eğlence, aktivite alanları gibi ek fonksiyonları ile hizmet veren, alışverişi sosyal bir eyleme dönüştüren sistemli çalışan alternatif tüketim alanlarındandır.

"Tüketim, sosyal sınıfların kendilerini bir ifade etme biçimi olarak da karşımıza çıktığı görülmektedir. Prestij, göstergeler, imajlar, sembol ve imgelerle bireyler kendilerini, bireysel, etnik, siyasal, sosyal ve kişisel kimliklerini sunmalarına imkan tanımaktadır." (Orçan, 2008, s.24). İşletme bilim uzmanı Yavuz Odabaşı'nın (2017) "Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma" adlı kitabında belirttiği gibi; "Edinilen para ve güçle satın alınan ürünler sayesinde başkalarından farklı olduğunu sergilemek ve yaşadığı sosyal çevreye ait olduğunu göstermek hoşlanılan bir davranış biçimi haline geliyor." (Odabaşı, 2017, s.156).

Alışveriş ve pazarlama stratejilerinde merak uyandırma konusu çekim oluşturmanın ilk adımı olarak görülmektedir. Alışverişe gitmek, bir şeyler alıp eve dönmek; aslında bir şeyleri keşfetme ve araştırma güdümüzü tatmin eder. Günümüz tüketicisi kimlik oluşturma kaygısıyla tüketerek sosyal onay alma çabası içindedir. Dolayısıyla nesnelere yüklenen anlamların alışveriş mekânıyla örtüşmesi beklenmektedir. Alışveriş mekânı ürün dışında gösterişçi bir hizmet de sunabilmelidir. Özellikle üst gelir grubuna yönelik mağazalarda tüketicinin keyif alabilmesini sağlayan, yalnızca ürün almadığını, aynı zamanda yaşam tarzına yönelik bir eylemde bulunduğunu ifade eden öğeler bulunmaktadır. (Berkin ve Usal, 2012, s.125).

Genel olarak alışveriş merkezlerinin;

- Bünyesinde yer alan birden fazla mağaza dışında eğlence, kültürel ve sanatsal alanları ile sosyal faaliyetlere de olanak sağlaması
- Tek bir yapıda birden fazla fonksiyona sahip alternatif alışveriş mekânlarının yer alması. Yani tek bir koldan birçok kola dağılabilme imkanının olması
- Fiyat ve çeşitlilik bakımından geniş yelpazeye sahip olması
- Tüm aile bireylerine birlikte veya ayrı ayrı hitap etmesi (her yaş grubuna hizmet vermesi)
- Çocuklu aileler için; çocuklar oyun alanlarında eğlenirken ebeveynlerinin rahatlıkla alışveriş yapabilmeleri
- Çocuklar için ayrı tuvaletlerin olması
- Bebek bakım odalarının bulunması
- Açık-kapalı alanlarının, peyzaj öğelerinin ve dinlenme alanlarının olması

- Araç park yeri bulma sorununun olmaması
- Olumsuz hava koşullarından etkilenmemesi (yazın serin, kışın sıcak iç mekân ısı)ı)
- Hangi ekonomik düzeyde ve statüde olursa olsun her müşteriye aynı hizmet kalitesinin sunulması
- Güvenli ve konforlu alışveriş ortamının sunulması
- 12 saatlik mesai saatleri ile geniş kesime hitap etmesi (çalışanlar, öğrenciler gibi)
- Kullanıcıların kendilerini iyi hissetmelerini sağlaması, alışverişini keyifli hale getirmesi
- Çalışan bayanlar için alternatif tüketim alanlarından olması; ev hanımlarına ise ev dışında farklı bir atmosferin, sosyal aktivite ortamının sunulması
- Çocuk ve gençlerin ergenlikten itibaren ailelerinden bağımsız ya da arkadaş grupları ile AVM'ye gitmeleri
- Hızlı kentleşme ve alınan göçler ile artan nüfusun her türlü ihtiyacını karşılaması
- İç mekânda kullanılan renk, aydınlatma, malzemenin etkisi ile dinlenme alanları, eğlence mekânları, yeşil alanları ve cezbeden vitrinleri gibi çeşitli iç mekân düzenlemeleri ile çekim gücüne sahip olması
- Sadece alışveriş merkezi değil aynı zamanda arkadaşlarla buluşulabilecek sosyal alanlar olması gibi; birçok sosyolojik, psikolojik, fiziksel, ekonomik ve kültürel etkenlerden dolayı tercih edildiği söylenebilir.

#### **2.4 Alışveriş Merkezi Tipolojileri**

Alışveriş merkezlerinin ortaya çıktığı ilk dönemlere bakıldığında zaman; birbirine benzer tipolojilerde (kapalı) AVM'lerin yaygın olduğunu söylemek mümkündür. Zamanla daha çok kullanıcıya hizmet vermek üzere farklı tipolojilerde (açık-yarı açık, kompleks vb.) AVM'ler inşa edilmeye başlanmıştır.

"Genellikle alışveriş merkezleri büyüklüklerine, hizmet verdikleri pazarın özelliklerine, bünyesinde bulundurdukları perakendecilerin yapısına ve karışımlarına, sattıkları ürün gruplarına göre sınıflandırılmaktadır." (Alkibay ve diğ. 2007, s.5-6).

"Uluslararası Alışveriş Merkezi Konseyi'ne (ICSC: International Council of

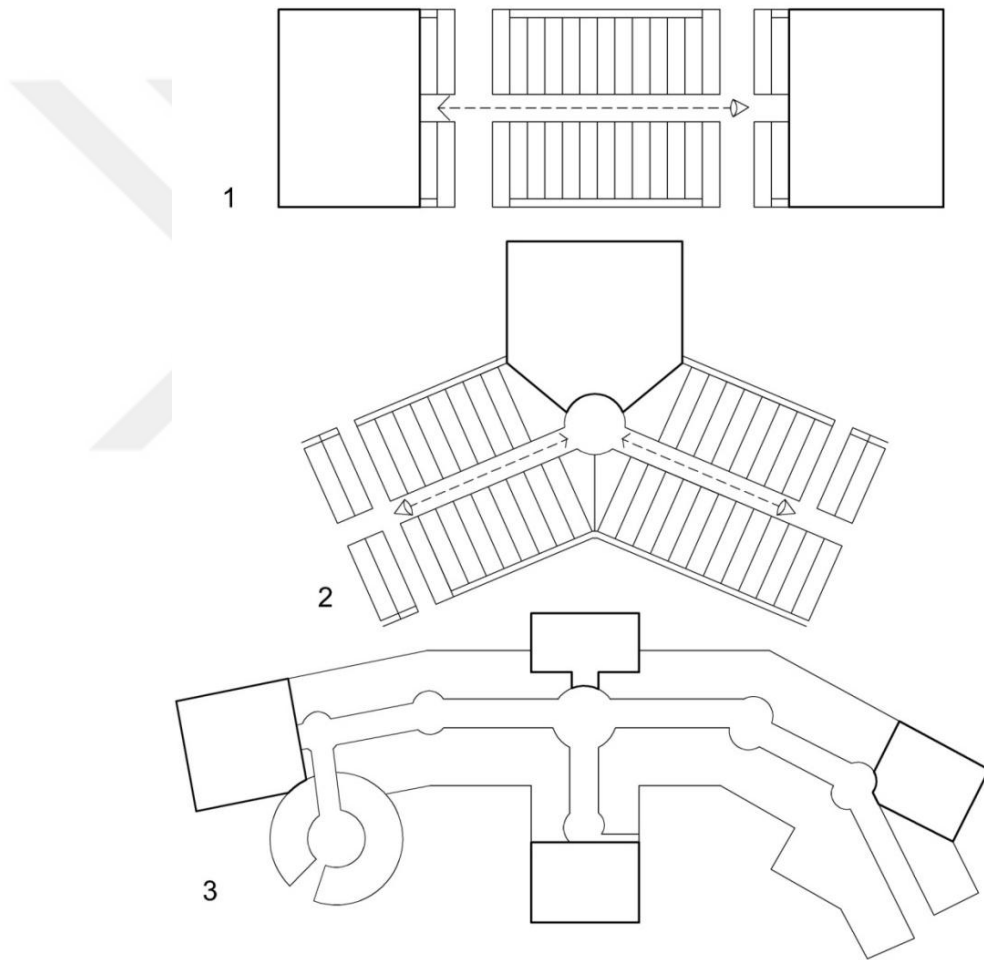
Shopping Centers) göre, alışveriş merkezleri iki ana başlık altında toplanmaktadır." (Uluengin, 2008, s.53), (Çizelge 2.1).

Çizelge 2.1 : ICSC AVM tanımları (ICSC, Ersoy, 2006, s.25).

AVM Çeşidi	Konsept	M2 (büyük mağaza dahil)	Büyük Mağazalar		Büyük Mağaza Oranı	Birincil Ticaret Alanı (km)
			Sayısı	Çeşidi		
<b>KAPALI ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ (MALLS)</b>						
<b>Bölgesel Merkezler</b>	Genel mallar; moda	40.000-80.000	2 veya daha fazla	Çok katlı mağazalar; indirimli(discount) çok katlı mağazalar; giyim mağazaları	50-70%	8-24
<b>Süper Bölgesel Merkezler</b>	Bölgesel merkezlere benzer ancak daha fazla çeşit bulunur	80.000 <	3 veya daha fazla	Çok katlı mağazalar; giyim mağazaları	50-70%	8-40
<b>AÇIK HAVA MERKEZLERİ</b>						
<b>Mahalle Merkezi</b>	Günlük ihtiyaç	3.000-15.000	1 veya daha fazla	Süpermarket	30-50%	5
<b>Topluluk Merkezi</b>	Genel mallar/günlük ihtiyaç	10.000-35.000	2 veya daha fazla	İndirimli çok katlı mağazalar; supermarket; drugstore; yapı market; büyük/ihtisas giyim mağazaları	40-60%	5-10
<b>Yaşam Merkezi</b>	Ulusal lüks ihtisas mağaza zincirleri; yemek ve eğlence	15.000-50.000 ama daha az veya daha çok olabiliyor	0-2	Kitapçılar, ihtisas merkezleri, çok salonlu sinema, çok katlı mağaza bulunabilir.	0-50%	13-20
<b>Güç Merkezi</b>	Baskın kategori büyük mağazalar; az sayıda küçük kiracı	25.000-60.000	3 veya daha fazla	Category killer; yapı market; indirimli çok katlı mağazalar; warehouse club, off-price	75-90%	8-16
<b>Temalı AVM</b>	Zaman geçirme amaçlı gelişler; turist hedefli; ticaret ve hizmet	8.000-25.000	N/A	Restoranlar ve eğlence	N/A	N/A
<b>Outlet Merkezleri</b>	Üreticilerin outlet mağazaları	5.000-40.000	N/A	Üreticilerin outlet mağazaları	N/A	40-120
Birincil ticaret alanı: Merkezin %60-80'ninin oluşturulduğu bölge						
Büyük mağaza oranı: Büyük mağaza alanı/AVM alanı						

### 2.4.1 Kapalı alışveriş merkezleri

Tüm fonksiyonları tek çatı altında toplayarak kontrollü girişleri ile güvenli, iklimlendirme sistemi ile konforlu ve rahat bir alışveriş ortamı sunan açık ya da kapalı otoparka sahip üstü kapalı olan alışveriş alanlarıdır. Kapalı alışveriş merkezleri, hangi plan tipine sahip olursa olsun genellikle orta alanda konumlanmış atriyum/galeri etrafında sıralanmış mağazalardan (aksların ucunda çekim potansiyeli yüksek ankor mağazalar<sup>1</sup> olmak üzere) oluşur. AVM'lere büyük katkı sağlayan ankor mağazaların dikkat çekecek aynı zamanda rahatlıkla algılanabilecek alanlarda konumlanması gerekmektedir (Şekil 2.6).



**Şekil 2.6 :** Ankor mağazaların stratejik yerleşim şekilleri (Coleman, 2006, s.300).

Kapalı alışveriş merkezleri; Bölgesel ve Süper Bölgesel alışveriş merkezleri olmak üzere 2'ye ayrılmıştır:

<sup>1</sup> "Ankor mağazalar, genelde (sektörde) önde gelen perakenciler tarafından tutulan, farklı çeşit giyim, moda ve ev tekstili ürünleri ticareti yapan bazen de büyük mağaza olarak anılan mağazalardır." (Coleman, 2006, s.299).

**Bölgesel Alışveriş Merkezleri:** Bünyesinde çok sayıda büyük ve küçük mağazalar barındıran, hizmet kalitesi ve ürün çeşitliliği bakımından zengin olup, bulunduğu bölgede ulaşılabilir olan kapalı alışveriş alanlarındandır (Resim 2.17). Dolaşım alanları ile mağazalara geçiş sağlanan bu tür AVM'lerde, otopark ve güvenli giriş-çıkışların yanı sıra kültürel-sanatsal aktivitelerin gerçekleştirildiği alanlar da bulunmaktadır.



**Resim 2.17 :** Tepe Nautilus AVM, İstanbul (Url-33).

**Süper Bölgesel Alışveriş Merkezleri:** Bölgesel AVM'lerin tüm özelliklerinin yanı sıra bünyesinde barındırdığı mağaza (büyük-küçük) sayısı, ürün çeşitliliği ve kapalı alanı bakımından bölgesel AVM'lerden daha üstün olup, çok katlı planlanan kapalı alışveriş alanlarındandır (Resim 2.18). "Bu merkezler işlev ve konsept açısından bölgesel merkezlere benzerler fakat, kiralanabilir alan ve hizmet ettikleri ticari alan bakımından bölgesel merkezlerden oldukça büyüklüdür." (Kiriş, 2010, s.114),



**Resim 2.18 :** Cevahir AVM, İstanbul (Url-34).

## 2.4.2 Açık Alışveriş Merkezleri

Kapalı AVM'lerden sonra zamanla farklı tipolojiler ve konseptlerde tasarlanmaya başlayan, belirli bir üst örtüye sahip olmayan açık-yarı açık alışveriş alanlarıdır.

**Mahalle Merkezi:** İsminden de anlaşılacağı üzere; insanların yaşam alanlarına-evlerine yakın yerlerde konumlanarak ulaşılabilirliği sağlayan, kullanıcıların başta süpermarket (gıda) olmak üzere manav, terzi, fırın, eczane vb. ihtiyaçlarını karşılayan satış birimlerinden oluşan geniş çaplı olmayan fakat işlevsel olan alışveriş alanlarıdır.

**Topluluk Merkezi:** REMI'a göre; Mahalle merkezlerinden farklı olarak daha fazla çeşitte ürünler bulunduran alışveriş mekânlarına verilen isimdir. Topluluk merkezlerinde bulunan büyük mağaza tipleri, süpermarketler, super drugstorelar ve çok katlı mağazalardır. Genellikle doğrusal plan şemasına sahip bu alışveriş mekânlarının, arsanın şekline göre L veya U şeklinde tasarımları bulunmaktadır. (Uluengin, 2008'de atıfta bulunulduğu gibi).

**Güç Merkezi:** REMI'a göre; Az sayıda büyük mağazadan meydana gelmiş alışveriş mekânları bu şekilde adlandırılmaktadır. Off price storelar (çok ucuz ürünler satan mağazalar), warehouse clublar (senelik bir ücret karşılığında üye olunabilen ve üyelerine avantajlar sağlayan mağazalar) veya category killer (satılan ticârî ürün kategorisindeki ürünlerin çok fazla çeşidini barındıran, diğer mağazaların rekabet etmekte zorlanacağı ölçüde düşük fiyatlarla satış yapan mağazalar), güç merkezlerinde büyük mağaza olarak yer alabilmektedir. (Uluengin, 2008'de atıfta bulunulduğu gibi).

**Temalı Alışveriş Merkezi:** Genellikle şehir merkezinde yer alan temalı AVM'ler zaman geçirmeye, boş vakit değerlendirmeye yönelik olup mimari biçime önem verilerek belirli bir konseptte tasarlanan ve sattıkları ürün bakımından bir temada birleşen alışveriş alanlarıdır (Resim 2.19). Eğlence esas alınarak planlanan bu tür AVM'lerin büyük mağazalarını, eğlence ve yeme-içme alanları oluşturmaktadır.





**Resim 2.19 :** İsfanful Tema Park AVM, İstanbul (Url-35).

**Outlet Merkezi:** Maliyetleri düşürebilmek amacı ile şehir dışında kurulan Outlet AVM'ler, hem üretici hem de perakendeci markaların ürünlerini ciddi bir indirimle satışa sunan mağazalardan oluşan alışveriş alanlarıdır (Resim 2.20). Bazı tanınmış markaların mağazaları da müşteri çekim potansiyeline sahip olduğu için özellikle bu tür AVM'lerde yer almaktadır. Otopark hizmeti sunan Outlet AVM'lerin çoğu açık alanlarda olmak üzere son dönemlerde kapalı alanlarda da kurulduğu görülmektedir.



**Resim 2.20 :** Viaport Asya Outlet AVM, İstanbul (Url-36).



**Yaşam Merkezi:** Genellikle üst düzey gelir grubunun yaşadığı alanlarda konumlanan, bu tür kullanıcıların sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yaşam tarzlarına, beğenilerine göre biçimlenen ve ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde hizmet veren; aynı zamanda peyzaj alanlarının önem taşıdığı, açık alanlarında kent mobilyalarının bulunduğu yüksek yaşam ve eğlence kalitesi sunan alışveriş alanlarıdır (Resim 2.21). Ünlü mağaza, restoran ve satış birimlerinin yanı sıra dinlenme, eğlence, tiyatro, sinema, spor alanları gibi çok yönlü ek fonksiyonları ile kullanıcıların her türlü ihtiyacını karşılayan kompleks AVM'lerdendir.



**Resim 2.21 :** Kanyon AVM, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).

## 2.5 Alışveriş Merkezleri Tasarım Kriterleri

AVM'lerin kullanıcıların sosyolojik, psikolojik, fiziksel, ekonomik ve kültürel etkenlerden kaynaklı istek ve ihtiyaçlarını karşılaması gerekmektedir. Bu da AVM'lerin tamamen kullanıcı odaklı planlanıp tasarlanarak yapılanmasına bağlıdır. Tasarım ilkeleri; tasarımcıları yönlendirerek mimari projelerin işlemlerini sağlayan, mekânlara kalite ve kimlik kazandıran, yol gösteren en önemli kılavuzlardır. Bir AVM'nin verimli olabilmesi; alışveriş merkezleri tasarım ilkelerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda başarılı bir şekilde uygulanmasına bağlıdır.

Yüksel'e göre; Alışveriş merkezi tasarım kriterleri, odak noktası olma, yani kitleleri kendine çekme düzeyini belirler ve bu sayede tasarımın başarısının alışveriş merkezinin kullanımını artırmaktadır. Alışveriş merkezinin odak noktası değerini artırmak için, onun bulunduğu yörede gece ve gündüz merkezi bir buluşma noktası haline getirmek gerekmektedir. (Turhan, 2007'de atıfta bulunulduğu gibi).

Tasarım aşamasında AVM'lerin; iç mekândan-dış mekâna alışveriş alanları, sirkülasyon alanları, servis alanları, satış birimleri, meydanları-galerileri, giriş-çıkışları, açık-kapalı alanları, iç-dış mekân peyzaj alanları, otoparktan ulaşımına kadar her türlü birim ve fonksiyonu AVM'nin büyüklüğüne göre doğru planlanarak uygulanmalıdır (Şekil 2.7).

Kullanıcının rahatlığı için her türlü mekânsal, fiziksel yani işitsel, görsel ve termal/ısısal konforunun sağlanması durumunda talep artar ve daha çok kullanıcıya hitap eder. Bu sayede AVM'ler, kullanıcılarını memnun ederek onları AVM'lerde tutmayı başarırlar. AVM'lerde kullanıcı-tüketici psikolojisi baz alınarak mekânların birbirleri ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Alışveriş merkezleri; kullanıcıların içinde kaybolmayacağı, karmaşık olmayan, kolaylıkla algılayabilecekleri giriş-çıkışlara, sirkülasyon alanlarına ve ihtiyaç durumunda yangın kaçışlarına rahatlıkla yön bulmalarını sağlayacak plan tipine sahip olmalıdırlar. AVM'lerin bulunduğu çevre ile fiziki ve görsel bağlantıları sağlanmalıdır. Dış cephe, kent içerisinde algılanabilir olması ve net bir şekilde tanımlanması açısından büyük bir önem taşımaktadır.

İç mekân atmosferinin iç mekânda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisine, aydınlatma etkisine, mekân kullanımlarına, her türlü mekânsal, fiziksel, görsel, işitsel ve termal konforuna yani genel anlamıyla mekân tasarımının etkisine bağlı olduğu söylenebilir. Aynı zamanda AVM'ler iç ve dış mekân ilişkisi, peyzaj düzeni ve çevre ile ilişkisi ile de bir bütünlük arz etmelidir. Topoğrafyası ile uyumlu, çevreye-doğaya saygılı ve bulunduğu yer ait yani bağlamsal olması gerekmektedir.

Bir AVM'nin en önemli ve olmazsa olmaz özelliği işlevsel olmasıdır. Bir AVM ne kadar doğru planlanır, tasarlanır, algılanır ve erişilebilirse o kadar işlevsel olma özelliğine sahip olur. İşte o zaman gerçek anlamda "eğlence ve yaşam merkezine" dönüşebilirler. Böylece AVM'ler; hem zamansal hem de mekânsal olarak kalıcılığını sağlayarak, gerek biçimsel anlamda gerek kavramsal anlamda varlığını sürdürebileceklerdir. Alışveriş merkezlerinin tasarım ilkeleri; bağlam, işlevsellik/kullanışlılık, sirkülasyon, kullanıcı psikolojisi odaklı tasarım, dış cephe ve iç mekânın çekim gücü, ek birimlere uyum sağlayabilme potansiyeli ve ek fonksiyonlar olmak üzere alt başlıklara ayrılmıştır.

## ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ TASARIM İLKELERİ

YAPININ GENEL TASARIMI (Yapı-çevre ilişkisinden hareketle)	ALIŞVERİŞ VE EK KULLANIM ALANLARININ TASARIMI (Belirlenen alanların kullanım amacından hareketle yatay-düşey sirkülasyonda dağılımı)	MEKÂNLARIN ORGANİZASYONLARI (Mekânların kullanım amacından hareketle ilişkilendirilmesi)	ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE TEKNİK ALTYAPI	DİĞER BİRİMLERİN TASARIMI
<b>Yapı-Çevre İlişkisi</b> — Ulaşım (otopark ve bina girişi) — Çevre yapı sirkülasyonu — Bina girişi — Kullanım ve dolaşım alanları — Dinlenme alanları (özellikle yaşlı ve engelli grubunda) — Servis alanları	<b>Mağazalar</b>  <b>Kiosklar</b> — Konumu — Ulaşımı — Dağılımı  <b>Eğlence/Sanat Alanları</b> — Sinema, oyun vb. — Ek oluşumlar (spor alanları gibi)	— Mekânların boyutları  — Dolaşım alanları ve mekân ilişkileri  — Mekân kimliğinin işlev programına göre oluşturulması  — Mekân tasarımlarının ve cephe algısının yapı bütünü ile uygunluğu	<b>Aydınlatma</b> — İç mekân — Dış mekân  <b>Tesisat İşleri</b> — Su Tesisatı — Elektrik Tesisatı — Isıtma-Havalandırma	<b>Yardımcı Birimler</b>  <b>Depolar</b> — Mağaza bağlantılı — Genel kullanıma bağlı (AVM yönetimine ait)  <b>Müşteri Hizmet Birimleri</b>
<b>Yapının Şekli</b> — Yapının büyüklüğü — Yapının planı	<b>Yemek Alanları</b>		<b>Engelli Kullanıcılara Yönelik Tedbirler</b>	<b>Promosyon ve Temalar</b>
<b>Cephesi</b>	<b>Dinlenme</b>		<b>Acil Çıkış</b>	
<b>Yapının Çatısı</b>				
<b>Peyzajı</b>	<b>WC ve benzeri ihtiyaçlar</b>			

Şekil 2.7 : Alışveriş merkezleri tasarım ilkeleri (Çakar, 2010, s.75, alışveriş merkezlerinde tasarım ilkeleri işleniş şemasından yararlanılmıştır).

### 2.5.1 Bağlam

Mimaride bağlam, yapının konumlandığı çevre ile ilişkilidir. Bağlam; yapının ne zaman, nerede, hangi işlevle, hangi fiziksel, iklimsel ve çevresel koşullarda yapılacağı, nasıl bir biçime sahip olacağı ile ilgili olan bir bütünlüktür.

AVM'lerin konumlandığı araziler parçalı değil, bütün halinde olması ve çevresinde çalışan nüfus yoğunluğuna göre yani talep edilebilecek bir tampon bölgede yer alması gerekmektedir. AVM'ler; fiziksel ve toplumsal yapı ile ilgili, çevresinde yer alan yapılarla ilişkilendirilmiş fakat ayırt edilebilir ve algılanabilir; aynı zamanda bulunduğu alanın arazi-arsa yapısına uygun planlanmış topoğrafyası ile uyumlu, o yere ait, yerel yani bağlamsal olmalıdır.

Topografya, kent dokusu, çevre ölçeği, gelişme dinamikleri gibi konuların bazen biri, bazen hepsi birden, sözü edilen bağlamı oluşturmaktadır. Mimarlık eğilimleri içinde bağlamsallık kavramı salt fiziksel çevre ile kısıtlı olmayan, zamana yönelik bilinçliliği, kültürel zemine yönelik sürekliliği ve dönüşümleri içeren genel bir kavram olarak ele alınmalıdır. Bu anlamda alışveriş merkezleri tasarlanırken, bağlamsallık kavramı altında, yapılacağı yere bağlı tüm bu genel özellikler, koşullar gözetilerek tasarıma gidilmelidir. (Aksoy, 2009, s.76-77).

### 2.5.2 İşlevsellik/Kullanışlılık

AVM'ler bünyesinde bulundurduğu farklı fonksiyonlara sahip birimleri ile hizmet veren, ticari amaçla planlanarak kurulan ve geniş kesime hitap eden kamusal alanlarındandır. Bu tür alışveriş alanlarının ticari amacına ulaşması için işlevsel olması birincil şarttır. Kullanıcıların istek, ihtiyaç ve beklentileri esas alınarak planlanması gereken AVM'lerde yer alan satış birimleri, eğlence-sosyal ve aktivite alanlarının işlev önceliğine göre ilişkilendirilmesi, bu birimlerin birbirleri ile bağlantılarının sistematik ve güçlü bir şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Bir AVM'nin işlevsel/kullanışlı olması; AVM'nin doğru planlanması, tasarlanması ve algılanmasına, ulaşılabilir ve erişilebilir olması ile birlikte amacına uygun bir şekilde hizmet etmesine bağlıdır. Örneğin AVM'lerde ulaşılabilirlik açısından ele almak gerekirse; yeme-içme alanları AVM'lerin en yoğun kullanıcı kitlesine sahip alanlarındandır. Çünkü bu alanlar, metrekare olarak büyük alanlar kaplamakla beraber; AVM'leri alışveriş amacıyla kullanan kullanıcı profili dışında; yeme-içme, bir araya gelme, buluşma gibi farklı amaçlarla da tercih edilmektedir. Dolayısıyla

insan sirkülasyonunun yoğun olduğu bu alanlara; yeterli donanımlara ve boyutlara sahip yürüyen merdivenler, asansörler, dolaşım alanları gibi yatay-düşey sirkülasyon elemanlarıyla kullanıcıların kolay erişiminin sağlanması işlevsel bir çözümdür. Bu bağlamda; AVM'lerdeki yeme-içme alanlarının otopark ve yaya yapı girişi ile ilişkisinin doğru çözümlenmesi, ulaşılabilirlik açısından kullanımı rahatlatmaktadır.

En yoğun ortak kullanım alanlarından olan yeme-içme alanları, farklı AVM'lerin farklı katlarında konumlanabilmektedir. Örneğin; Akmerkez'de üst katta yer alan yeme-içme alanları, Akasya AVM'de ise otopark katları hariç bütün katlara dağılmış durumdadır (Resim 2.22).



**Resim 2.22 :** Akmerkez ve Akasya AVM, bilgilendirme panoları (Tuba Terece arşivinden, 2019).

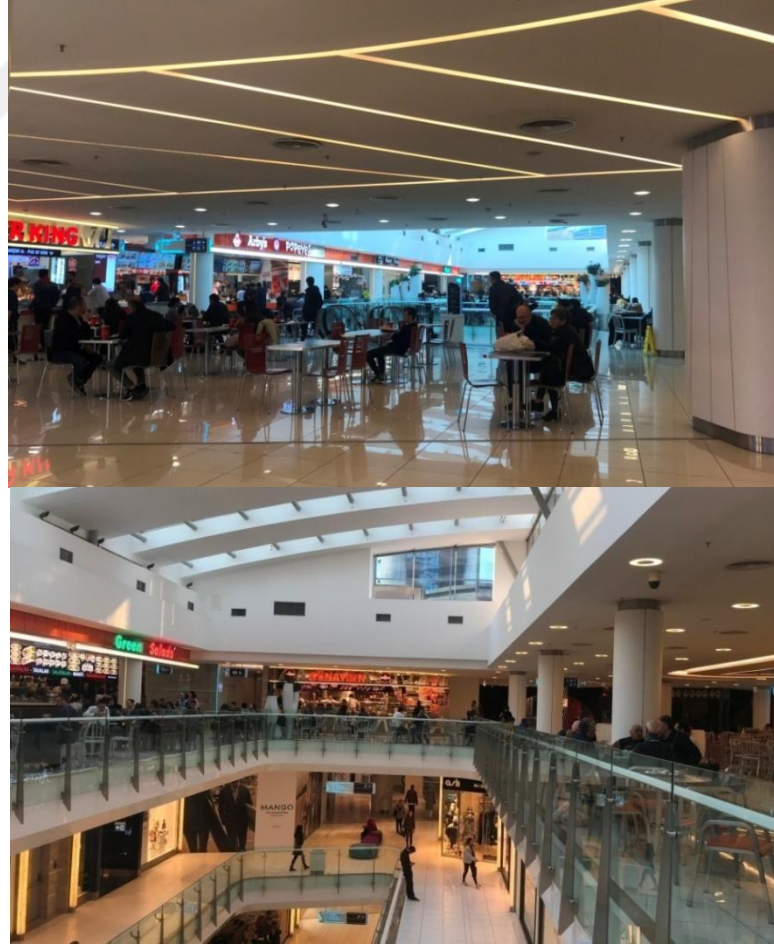
Üçgen plan tipine sahip Akmerkez'in her bir köşesinde atriyum ve bu atriyumlara bağlanarak sirkülasyonu etkinleştiren geniş dolaşım alanları oluşturulmuştur. Katlar arası ulaşımı sağlayan yürüyen merdivenler ve panoramik asansörler, atriyumlarda





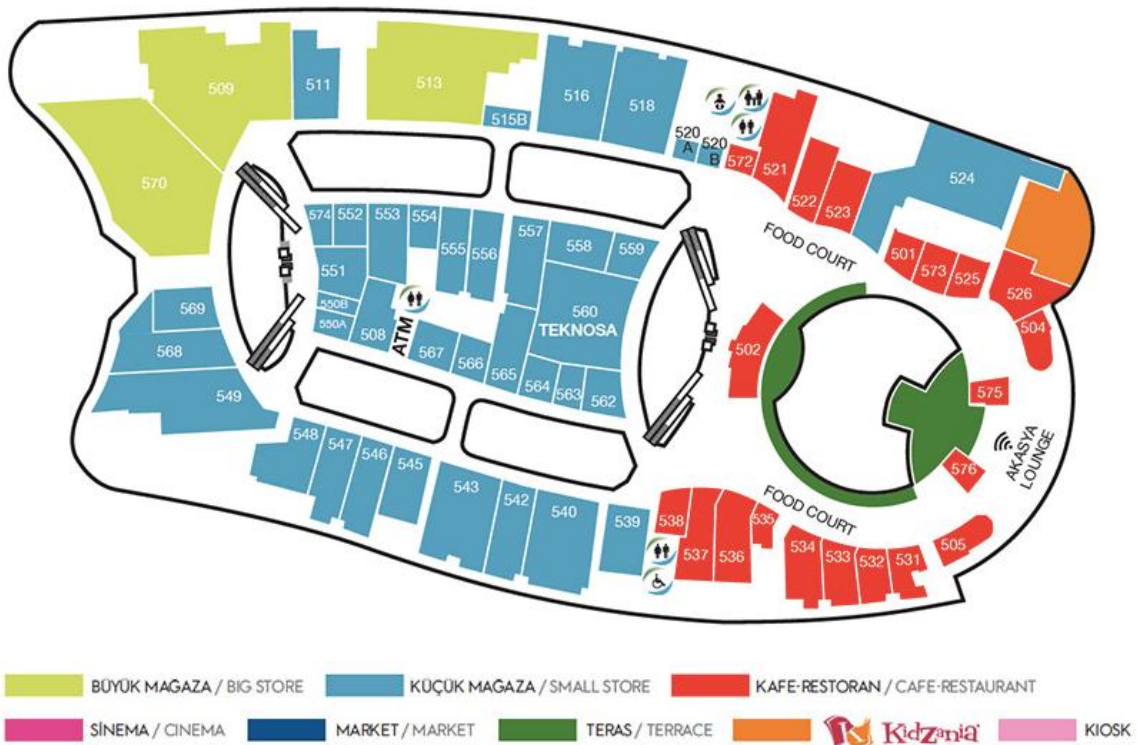


**Resim 2.24 :** Akmerkez AVM, sirkülasyon elemanları ve dolaşım alanları (Tuba Terece arşivinden, 2019).



**Resim 2.25:** Akmerkez AVM, yeme-içme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2019).

Akasya AVM'de ise; yeme-içme alanlarının hem katlara (girişlere yakın olan alanların erişimi arttırması) dağılmış durumda olması hem de sahip olduğu açık, yarı açık ve kapalı alanları ile kullanıcılara zengin çeşitlilik sağlayarak seçme hakkı tanımaktadır. Bu AVM'de geniş atriyumlar ve doğrusal kullanım sağlayan geniş dolaşım alanları bulunmaktadır. Yeme-içme alanlarının bulunduğu katlara ve kat içerisinde de bu alanlara rahat geçiş sağlayan yürüyen merdivenler ve panoramik asansörler, AVM'nin algılanabilir alanlarda konumlandırılmıştır (Şekil 2.9, Resim 2.26-2.28). Aynı zamanda bu sirkülasyon elemanlarına bağlanan dolaşım alanları, sirkülasyonu ve ulaşımı rahatlatmaktadır.



Şekil 2.9 : Akasya AVM, şematik 2. kat planı (Url-38).





**Resim 2.26 :** Akasya AVM, sirkülasyon elemanları ve dolaşım alanları (Tuba Terece arşivinden, 2019).



**Resim 2.27 :** Akasya AVM, farklı katlara ait yeme-içme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2019).





**Resim 2.28:** Akasya AVM, farklı katlara ait yeme-içme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2019).

Görüldüğü gibi her iki AVM'de de dikkat çeken ortak ulaşılabilirlik unsurları; sirkülasyon elemanlarının ulaşılabilir uygun alanlarda yer alması, hem yürüyen merdivenler hem de kullanıcıların iç mekânla iletişiminin kesilmediği panoramik asansörlerle yeme-içme alanlarına rahat ulaşımın sağlanmasıdır.

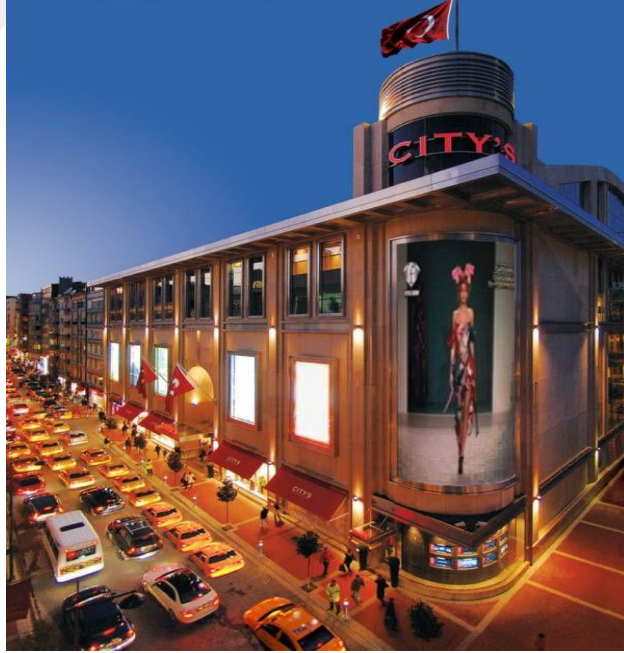
AVM'ler konumlandığı alanda cephesi, mimarisi ile odak noktası olan, merak uyandıran ve tanımlanabilir özellikte çekici bir tasarıma sahip olmalıdır. İç ve dış mekân ilişkisi kurularak, dıştan içe doğru kullanıcıyı içine çeken ve AVM'de kullanıcıların vakit geçirmelerini sağlayacak potansiyel çekim gücüne ve iç mekân kalitesine sahip olmalıdır. Bu tür özelliklere sahip AVM'lerde, artan kullanıcı yoğunluğuna bağlı olarak AVM'ler de ticari amacına ulaşarak işlevselliğini sağlamış olur.

### **2.5.3 Sirkülasyon**

Kullanıcı yoğunluğunun fazla olduğu kamusal alanlarda özellikle AVM'lerde sirkülasyon, en önemli tasarım kriterlerindedir. Sirkülasyon demek; araç ve yayalar için bir yerden bir yere ulaşma, yaya ve araç akışının gerçekleştiği, dolaşma ve yönlendirilme demektir. Araç ve yayaları (kullanıcılar ve AVM'de çalışanlar) otoparktan başlayıp AVM'nin içine kadar güvenli, konforlu ve kısa yoldan ulaştırmak; doğru planlanmış sirkülasyon ile mümkündür.

Giriş-çıkışlar, meydanlar-galeriler-atrilyumlar arasında güçlü bağlantıların (toplanma ve dağılma) sağlanması, ihtiyaç duyulan alanlarda uygun boyutlandırılmış köprüler ve rampaların bulunması, araç ve yaya yolları ile servis ve kullanıcı araçlarının giriş-çıkışlarının birbirinden ayrı olması gerekmektedir. AVM'ler, yaya ve araçların (toplu taşıma araçları dahil) rahatlıkla ulaşabileceği sirkülasyonun yoğun olduğu düğüm noktalarında konumlanmalıdır. Otoparkların karmaşıklığa yol açmadan, kolay algılanabilir bir şekilde ve otoparktaki araç yollarının yeterli genişlikte olması gerekmektedir.

Bir mekânı/yapıyı algılanabilir, tanımlanabilir ve anlaşılabilir kılan; dışından yapıya baktığımız zaman girişi ve cephesi, içinden baktığımız zaman ise o mekânın çekirdeği sayılan yatay ve düşey sirkülasyon elemanlarıdır. AVM'lerin giriş-çıkışları yönetmelik, standartlara uygun boyutlarda olmak üzere; farklı kat ve kotlarda oluşturulabilir. Asansör, merdiven, koridor (dolaşım alanları) gibi sirkülasyon elemanlarının; yön bulmayı kolaylaştırarak algılanabilir alanlarda yeterli sayıda ve büyüklükte olması gerekmektedir. Panoramik camlı asansörler tercih edilirse, kullanıcı ile AVM arasındaki görsel iletişim de kesilmemiş olur (Resim 2.29, 2.30).



**Resim 2.29** : City's Nişantaşı dış cephe görünümü (Url-5).



**Resim 2.30:** City's Nişantaşı sirkülasyon elemanları (panoramik asansör) (Url-6, (Url-7).

AVM koridorları hangi plan tipine sahip olursa olsun; ne yaya akışını engelleyecek kadar dar, ne de mağazaların algılanmasını, görüşünü engelleyecek kadar geniş olmalıdır. Yani, koridorların erişilebilir standartlara uygun geçiş alanlarına ve köşe dönüşlerine sahip olması gerekmektedir. AVM'lerde yangın ve benzeri acil durumlarda kullanıcıların hızlı kaçışını sağlayacak yeterli düzeyde erişilebilir, algılanabilir kaçış alanları bulunmalıdır.

Sirkülasyon elemanlarından rampalara bakıldığında; TS 12576'ya göre; bir rampanın eğimi minimum olmalıdır. Maksimum eğim tekerlekli sandalyeli özürünün aşabileceği yüksekliğe bağlıdır. Döşeme seviyesinden 20 mm'den daha fazla bir kot farkı varsa rampa düşünülmemelidir (TS 12576). Dolayısıyla, rampaların bebek arabaları ve tekerlekli sandalye gibi yardımcı araçların geçişine olanak sağlayan, erişilebilir standartlarda olması gerekmektedir.

30426 sayılı İstanbul İmar Yönetmeliğinin asansörlerle ilgili (9). ve (10). maddesine göre; "Asansörlere bina girişinden itibaren erişilebilirlik standartlarına uygun engelsiz erişim sağlanması zorunludur. Asansörler, erişilebilirlik standartlarına uygun gerekli donanımlara sahip olmak zorundadır." (İstanbul İmar Yönetmeliği, 2018, s.29).

Galeri boşluklarının katlar arasındaki görüşü engellememesi, katlar arasında mağazaların kolaylıkla algılanabilmesi gerekmektedir. Kullanıcı rahatlıkla yön bulabildiği, hakim olduğu alanlarda dolaşmak ve hareket etmek ister. Dolayısıyla AVM'ler; karmaşık olmayan, rahatlıkla algılanabilecek giriş-çıkışlara ve kolaylıkla yön bulmalarını sağlayacak sirkülasyon elemanlarına sahip olmalıdır. Yön bulma mekânın okunabilirliğini artırır. İç ve dış mekânda kullanılan grafik, sembol, dijital

ekranlar ve yönlendirme levhaları yön bulmayı kolaylaştırmaktadır. Bahsi geçen tüm yatay ve düşey sirkülasyon elemanlarının evrensel tasarım kriterleri doğrultusunda yani herkes için tasarlanması gerekmektedir.

#### **2.5.4 Kullanıcı psikolojisi odaklı tasarım**

Kullanıcılar birçok farklı istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere AVM'leri tercih ederler. Bu nedenle AVM'ler planlanırken kullanıcıların bu tür ihtiyaç ve istekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Yine bu doğrultuda mekânların birbirleri ile ilişkili olması ve kullanıcıya da çekici bir şekilde sunulması gerekmektedir.

AVM'ler farklı yaş grupları ile beraber farklı meslek ve becerilere sahip çok yönlü kullanıcı gruplarına da hitap etmektedir. Bu kullanıcı profillerine bağlı olarak; kullanıcıların birbirinden farklı beğeni, talep ve ihtiyaçları da olacaktır. Bu durumda bir AVM planlanırken; evrensel tasarım yaklaşımı göz önünde bulundurularak bu her türlü kullanıcı grupları doğrultusunda hareket edilir, kullanıcı psikolojisine ve davranışına yönelik tasarım yapılırsa AVM istediği verimi yakalayabilecektir.

AVM tasarımında kullanıcı psikolojisi oldukça önemli bir kriterdir ve bu konuda hassas davranılması gerekmektedir. Örneğin; AVM'de iken algılamada, yönlendirilmede veya kullanımda zorluk çeken bir beyin rahat olamayacağı için, eyleme odaklanamayıp bulunduğu ortamı da terk edebilecektir. Bu da AVM işletmeleri açısından istenmeyen bir durumdur. Fakat psikolojik olarak rahat olan bir kullanıcı beyin, odaklanma sorunu yaşamayıp ortama ayak uydurabilmektedir. Kullanıcılar buldukları ortamla olumlu bir bağ kurmak isterler. Bu durum alışkanlık yapıp devamlılık kazanırsa memnuniyet ve sadakat oluşur. Yani, bir AVM ne kadar çok kullanıcı odaklı planlanırsa o denli kullanıcı çeker ve amacına ulaşır.

Bilindiği gibi AVM'lerde kullanılan rengin, aydınlatmanın, mekânlarda kullanılan her türlü malzemenin dokusu, formu, ortamın hava kalitesi gibi etkenlerin kullanıcı psikolojisi üzerinde büyük etkileri vardır. Tüm bu etkenlerin dengeli ve oranlı, bir o kadar da etkileyici bir biçimde tasarlanıp kullanıcıya sunulması gerekmektedir. Örneğin; kullanıcıların gözünde kamaşmaya ve parlamaya neden olmayan, bulunduğu alanının işlevine uygun (özellikle kısmi görme engelli kullanıcılar için ayırt edilebilir nitelikte), aydınlatma kullanımı sağlanmalıdır. Aynı zamanda kullanıcıları rahatsız etmeyen soft, açık renklerin yanı sıra güvenli-dayanıklı olmak üzere, rahat kullanıma uygun malzeme seçimleri de yapılmalıdır. Önemli olan;

kullanıcının bulunduğu ortamdan memnun kalması, eyleminden keyif alması ve mutlu olmasıdır.

### **2.5.5 Dış cephe ve iç mekânın çekim gücü**

Berger'e göre; "Çevreden alınan bilgilerin yaklaşık yüzde seksenden fazlası göz aracılığı ile algılanmaktadır." (Kanca, 2013'de atıfta bulunulduğu gibi). Bu durumda mekân algısında görme duyusunun oldukça önemli bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, AVM'ler dış kabuğundan iç kabuğuna kadar tüm birimleri ile doğru ilişkilendirilmeli ve bir bütünlük arz etmelidir. Çünkü AVM hakkında ilk bilgi, ilk izlenim dış cephesine bakarak edinilir. Bu nedenle cephenin bulunduğu alandaki duruşu, mimari özellikleri, tasarımı, estetiği ve algılanışı oldukça önemlidir. Dış cephenin gece ve gündüz ayrı olmak üzere mimari kimliği etkili bir şekilde vurgulanmalıdır.

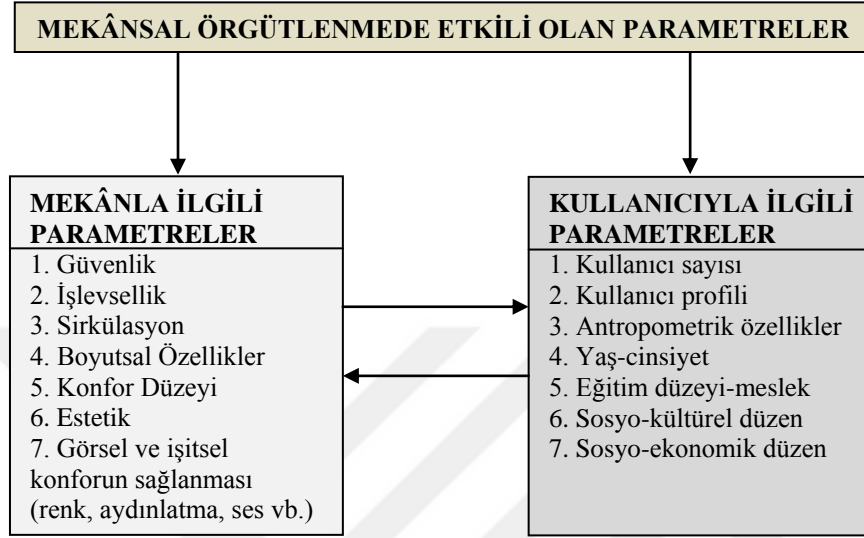
Aksoy'a göre; Çağımızda birçok yapıda olduğu gibi alışveriş merkezlerinde de estetik değerler olarak tanımladığımız görsel düzenlemeler önemli bir yer tutmaktadır. Estetik değer olan görsel düzenlemeler için; yapının dıştan algılanışında ve yapının kütesinde görsel etkiyi artırıcı düzenlemeler, iç mekânda alışveriş yapanın ortamı çekici bulması için yapılan düzenlemeler estetik değeri belirleyen faktörlerdir. (Aksoy, 2009, s.86).

Kullanıcıların AVM içinde geçirdiği vakit açısından; özellikle iç mekânın çekiciliği, oldukça önemli bir yere sahiptir. İç mekânda vakit geçiren kullanıcıları satış birimleri dışında cezbedecek; yeşil alanlar, oturma-dinlenme alanları, etkili mağaza vitrinleri, galeriler-atrilyumlar, ek fonksiyonları gibi çekici alanlar bulunmalıdır. Mekânın erişilebilirliği, biçimi, plan tipi, dolaşım alanları, kat yükseklikleri, kullanılan malzemenin renk-biçim-doku özellikleri, aydınlatma, donatı gibi etmenler mekân algısında önemli bir rol oynamaktadır. Mekân kullanımını ve kalitesini etkileyen bu önemli etkenler, evrensel tasarım ilkelerine uygun planlandığı takdirde verimli olabilecektir.

Bir mekânın kaliteli olması aynı zamanda konforlu olmasına bağlıdır. Mekânlarda uygun ve yeterli büyüklükte boş alanlar bırakılarak mekânların ferahlık düzeyi artırılmalıdır. Mekânı algılamada duvar, kolon, giriş, zemin, tavan, kapı, pencere gibi iç mekân yapısal bileşenleri, bu bileşenlerin renk-doku etkisi, donatılarında tercih edilen renk-biçim-doku malzeme seçimi, donatıların yerleşme düzeni ve alandaki yoğunluğu ile boyutları önemli rol oynar. Mekânın boyutları (büyüklük-küçüklük, en-boy-yükseklik oranı), mekânın açık-yarı açık veya kapalı oluşu mekân



konforunu, kalitesini etkileyen önemli parametrelerdendir. Bunların yanı sıra mekânların aydınlık düzeyi, alanın boyutuna göre kullanımı, ısı konforu da mekân atmosferini etkilemektedir. Mekânların örgütlenmesinde etkili olan parametreler ve ölçütleri ile bunların birbirleriyle olan ilişkisi aşağıdaki gibi değerlendirilmiştir (Şekil 2.10)



**Şekil 2.10 :** Mekânların örgütlenmesinde etkili olan parametre ve ölçütler<sup>2</sup>.

İnsanlar mekânları algılar, gözlemler, iletişime geçer ve yaşayarak deneyimlerler. Kullanıcılar memnun kaldıkları, rahat ettikleri ve kendilerini güvende, huzurlu hissettikleri mekânlarda daha çok vakit geçirerek mekân atmosferinden keyif alırlar. Çünkü bu tür çekim gücü olan alanlar, kullanıcıları olumlu mekân atmosferi ile cezbederek onları mekâna dahil eder ve mekân kalitesini artırır. Mekân kalitesi de her türlü mekânsal, fiziksel yani görsel, işitsel ve termal konfora bağlıdır. Kullanıcıların bu yöndeki istek ve ihtiyaçları doğrultusunda görsel etkileşim sağlanarak bir bütün halinde iç mekân düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir.

### 2.5.6 Ek birimlere uyum sağlayabilme potansiyeli

Bir AVM, planlanırken hizmet vermeye başladıktan yıllar sonra karşılaşılabileceği durumları göz önünde bulundurularak tasarlanması gerekmektedir. AVM'lerin ileride; bulunduğu konumdaki alanın trafik artışını karşılaması, ihtiyaç duyulabilecek ek otopark, sirkülasyon alanları (hem araç hem yaya için), binaları bünyesine dahil

<sup>2</sup> Özdemir, (1994), s.11, Mekan örgütlenmesinde etkili olan parametre ve ölçütler şemasından yararlanılmıştır.

edebilecek kadar yeterli geniş alana sahip olması; çevresinde sonradan oluşabilecek yeni AVM'leri dikkate alınarak planlanması gerekmektedir.

### **2.5.7 Ek fonksiyonlar**

Toplumsal yapının önemli bir parçası haline gelen AVM'lerin amacı; insanları alışveriş eylemine yönlendirmek, tüketim yaptırmaktır. AVM'ler daha çok kullanıcı çekmek amacı ile alışveriş eyleminin dışında bünyesinde; eğlence, yeme-içme alanları, çocuk oyun alanları, kültür-sanat gibi sosyal aktiviteler içeren alanlarla birlikte son dönemlerde ofis, konut, otel gibi ek fonksiyonları da barındırmaktadır. AVM'ler bu tür ek fonksiyonların çeşitliliği sayesinde daha çok tercih edilmekte ve daha geniş kitleye hitap etmektedir. Bu nedenle ticari anlamda AVM'lerin verimliliğinin artmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla AVM'ler aynı zamanda hem alışveriş hem de sosyal merkezler olarak hizmet vermektedir.

## **3. EVRENSEL TASARIM**

Literatürde evrensel tasarım; farklı ülkelerde herkes için tasarım (design for all), kapsayıcı tasarım (inclusive design), yaşam boyu tasarım (lifespan design), insan merkezli tasarım (human centered design) gibi terimlerle de adlandırılmıştır. Hepsinin vermek istediği mesaj ve amaç aynı olup; özel bir tasarım ve adaptasyon gerektirmeyen, herkesin yani tüm kullanıcı gruplarının (yaş, cinsiyet, boyut, beceri, engelli-engelsiz ayırt edilmeksizin) eşit şartlarda zorlanmadan kullanabilecekleri her türlü mekân, ürün ve çevre tasarlamaktır. Yani; mekânların, ürünlerin ve yapıları çevrelerin kullanıcılarının ihtiyaçlarına göre verimliliği arttıracak düzeyde şekillenmesini sağlamaktır.

Evrensel tasarımın temelini 20. yy'daki nüfus artışı sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel değişimler oluşturmaktadır. Steinfeld'e göre evrensel tasarıma artan ilginin sebepleri şu şekildedir:

- Engelleriyle birlikte yaşamak zorunda olan insanların sayısındaki artış,
- Yaşam süresinin uzaması,
- Engelli nüfusunun satın alma gücünün artması,

- Yardımcı teknolojilerin yetersizliklerinin farkına varılması,
- Ürünlerin ve çevrelerin hareket kısıtlılığı yaşayan bireylerin isteklerine cevap vermeyecek şekilde tasarlanması. (Kavak, 2010'de atıfta bulunulduğu gibi).

Literatürden anlaşıldığı gibi; 20. yy'da teknolojinin gelişmesi tıp alanında da kendini göstermiştir. Bu vesile ile savaşlar, hastalık veya kazalar sonucunda ölen insan sayısında azalma olmuştur. Dönemin etkilediği değişimler, yaşam tarzları, artan trafik kazaları ve birtakım rahatsızlıklardan ötürü engelli olan insan sayısında artış olmuştur.

Herkes için tasarım anlayışı, ilk kez Amerikalı mimar Ronald L. Mace tarafından 1985 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya konmuştur. Küçük yaşta çocuk felci geçirerek tekerlekli sandalye kullanıcısı olan Mace, yaşam alanını kendi kullanımına göre şekillendirmeye ve objeler, donatılar tasarlamaya başlamıştır. Bedensel engelli olan Mace, bu engelinden dolayı çevresindeki insanların olumsuz tepkisine maruz kalmasına rağmen mimar olma fikrinden vazgeçmemiştir.

Amerika'da Kuzey Karolina Üniversitesi Evrensel Tasarım Merkezinin kurucusu olan Mace, geliştirdiği standart ve ilkelerin öncüsü olarak herkes için tasarım anlayışının dünya çapında yayılmasını sağlamıştır. Kuzey Karolina Üniversitesi Evrensel Tasarım Merkezinde, günümüzde de bu alandaki akademik düzeydeki çalışmalara devam edilmektedir. Bu merkezin amacı; evrensel tasarım düşüncesini mümkün olduğu kadar yaymak ve tüm kullanıcı gruplarına yani herkese hitap etmesini sağlamaktır.

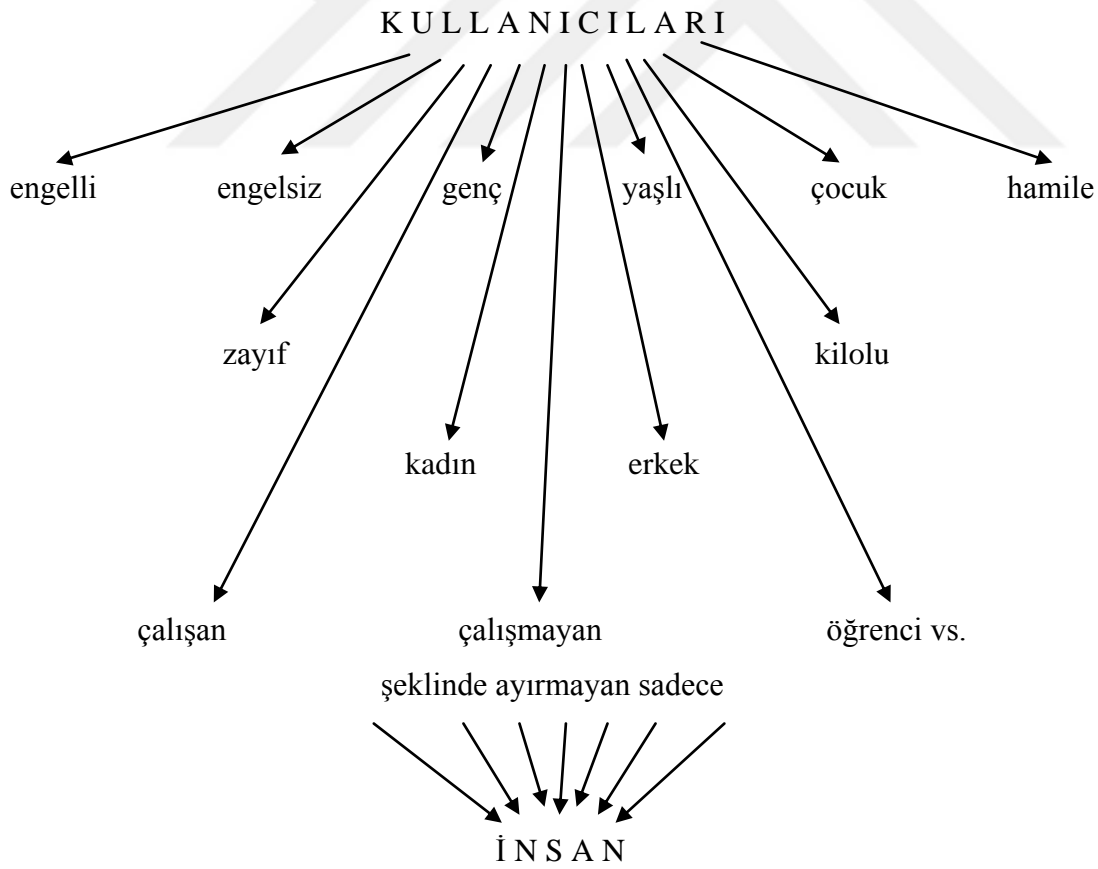
2. Dünya Savaşı ve ardından Kore Savaşı sonrası bedensel engelli olan gazilerin sayısı fazla olduğu için o dönemde ABD'de engellilere yönelik rehabilitasyon çalışmaları başlamıştır. ABD'de engellilere yönelik yönetmelik ve kanunlar çıkartılmıştır. Bedensel engellilere yönelik "engelsiz tasarım" (barrier-free design) kavramı bu dönemde gelişerek bazı uygulamalar (engelli tuvaletleri, engelli asansörü, engelli rampası gibi) gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre; büyük ölçüde bedensel engeli olan insanlara da ayrıcalık tanınmalıdır. 1970'li yıllarda ise engelsiz tasarım kavramının sadece engelli insanlara yönelik olması, insanları ötekileştirmesi ve kullanıcıların kısıtlanması nedeni ile önemini kaybetmiştir. Bunu iyileştirmeye yönelik yeni kanun ve standartlarla "erişilebilir tasarım" (accessible design) kavramı geliştirilmiştir.



### 3.1 Evrensel Tasarım Kavramı

Evrensel tasarım net bir tanımla; her zaman, her yerde, herkes (3H) tarafından evrensel olarak kullanılabilen her türlü ürün, mekân ve yapı çevrenin tasarlanmasıdır. Evrensel tasarımın amacı; herkes için eşit kullanım olanaklarına sahip bütün çevre, mekân, yapı öğeleri ve ürünlerin çaba sarf etmeden rahatlıkla kullanılabilirdiği yaşanabilir mekânlar yaratmaktır. İnsanlar bulunduğu mekânlarla sürekli iletişim ve etkileşim halindedir. Mekânlar da insanlarla şekillenir ve kullanıcılarıyla anlam kazanır. Yani kullanıcıların eylemleri, mekân sınırları dahilinde ve mekân elverdikçe gerçekleşmektedir. Bu nedenle mekânların insanlara uyması beklenir. Konu kapsamında insanların birden fazla ihtiyacını tek alanda karşılayan AVM'lerin de evrensel tasarım kapsamında tasarlanması gerekmektedir.

Evrensel tasarım, ilke ve rehberleriyle tasarımcılara yol gösterip aydınlatan, kullanıcılara kullanım kolaylığı sunan bir düşünceye sahiptir. Evrensel tasarım; insanları ayırıştırır birleştirir. Çünkü evrensel tasarım genel olarak;



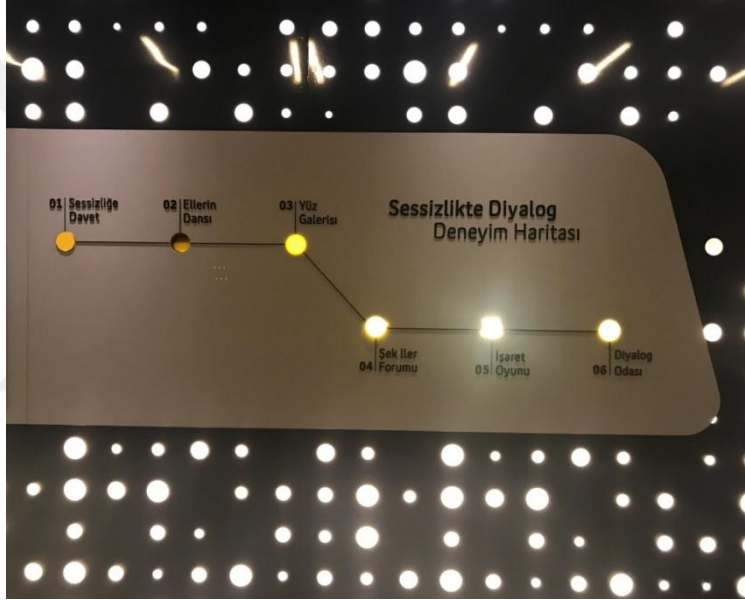
odaklı olan kapsayıcı bir tasarım anlayışıdır.

Konfor koşulları evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda herkes için oluşturulmalıdır. Yani;



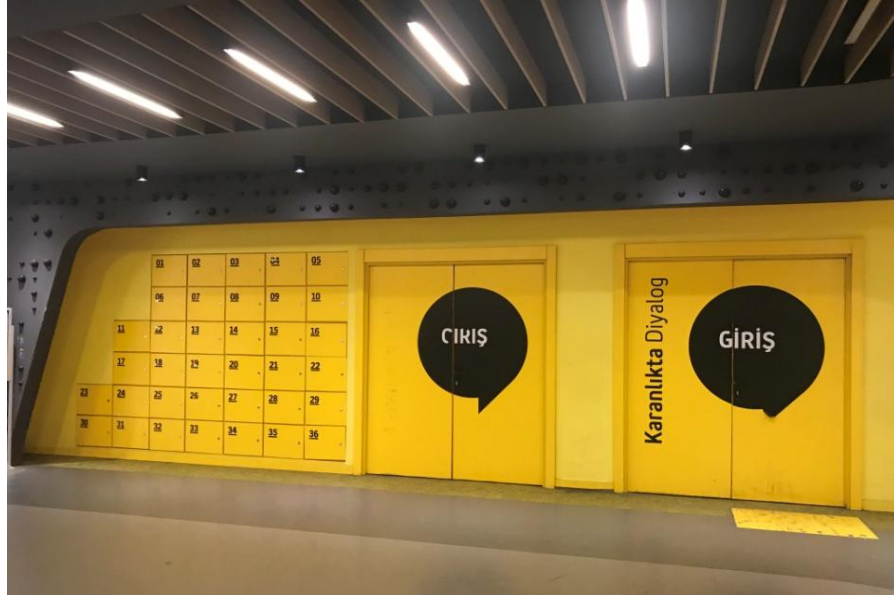
Bu bağlamda bakıldığı zaman; sıralamanın başında ve sonunda tüm kullanıcı gruplarını oluşturan insanlar yani, 'herkes' yer almaktadır. Amaç; bütün insanların hayatını kolaylaştıracak, eylemlerini rahatlıkla gerçekleştirmelerini sağlayacak konforlu alanlar oluşturmaktır.

Engelli kullanıcıları ne kadar anlamaya çalışsak da; onlar gibi yaşayamadığımız, buldukları durumları kavramadığımız müddetçe, konuyla ilgili yaklaşımlarımızın rasyonel olması mümkün değildir. Ülkemizde engellilere yaklaşım ve tasarım konusunda daha duyarlı olan bazı aktiviteler ve örnek uygulamalar yapılmaktadır. Örneğin; İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ev sahipliğini yaptığı Gayrettepe metro istasyonunda yer alan Turkcell Diyalog Müzesi gibi (Karanlıkta Diyalog ve Sessizlikte Diyalog deneyimleri ile). Aynı zamanda müzede, işitme engellinin görev aldığı Diyalog Kafede iletişim, işaret diliyle sağlanmaktadır (müzede bilgilendirme amaçlı işaret dili panoları yer almaktadır). Müzenin "Karanlıkta Diyalog" deneyimi ile görme engelli rehberler eşliğinde ve tamamen karanlık bir ortamda görme duyusu dışındaki duyuların kullanımıyla park, cadde, toplu taşıma araçları gibi günlük hayatın kullanımları sağlanmaktadır (Resim 3.1, 3.2). Bu empati yoluyla gerçekleştirilen deneyimleme biçimiyle, üstelik görme engelli rehberle birlikte aynı ortamı eşit şartlar altında kullanmak; görme engellileri anlamamıza yardımcı olan başlı başına etkili bir deneyim olmuştur. Kolay erişim kapsamında olumlu olarak değerlendirilebilecek bir uygulama örneği olarak da; girişinden itibaren rahat erişimi sağlayan, Marmara Üniversitesi İstanbul Pendik Eğitim ve Araştırma Hastanesi verilebilir (Resim 3.3, 3.4).



**Resim 3.1** : Turkcell Diyalog Müzesi, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).





**Resim 3.2 :** Turkcell Diyalog Müzesi, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).



**Resim 3.3 :** Marmara Üniversitesi İstanbul Pendik Eğitim ve Araştırma Hastanesi (Url-39, Url-40).



**Resim 3.4 :** Marmara Üniversitesi İstanbul Pendik Eğitim ve Araştırma Hastanesi (Url-40).

Olumlu uygulamaların yanı sıra ülkemizde, insanların dışardaki kullarımlarını olumsuz etkileyen eksik ve/ya hatalı uygulamalar (görme engelliler için kılavuz niteliğinde olan hissedilebilir eksik ve/ya hatalı yüzey uygulamaları, tekerlekli sandalye-bebek arabaları için rahat kullanıma uygun olmayan geçiş alanları gibi) da mevcuttur (Resim 3.5, 3.6). Bu uygulamalar engelli kullanıcılar başta olmak üzere; yaşlılar, hamileler, çocuklu ve bebek arabası gibi yardımcı eleman kullananlar, yükü olan ve hareket kısıtlılığı olan insanlar için de tehlike arz etmektedir.



**Resim 3.5 :** Ülkemizden bazı hatalı uygulama örnekleri, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).



**Resim 3.6 :** Ülkemizden bazı hatalı uygulama örnekleri, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2019).

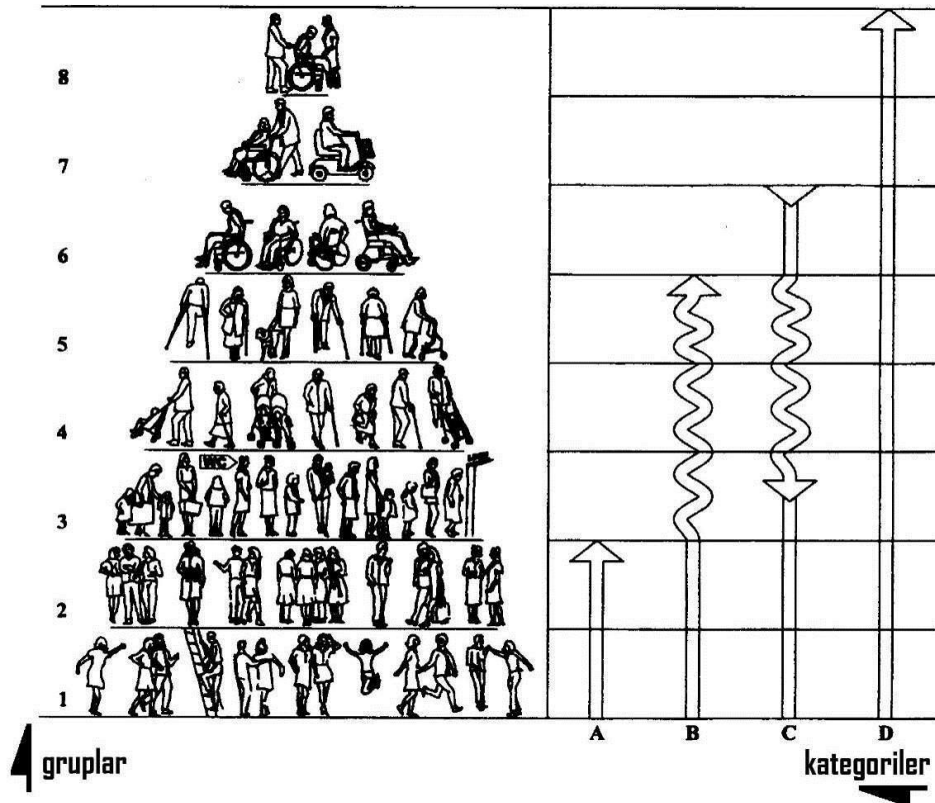
Yapılı çevrenin her türlü sokak, cadde, kaldırım, yaya geçidi, merdiven, rampa, binalarda ve kamusal alanlarında; standartlar doğrultusunda erişilebilirliği arttıran gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Evrensel tasarım kapsamında her türlü kullanıcının ihtiyacını karşılayacak düzeyde ulaşılabilir alanlar oluşturularak; kullanıcıların yardıma ihtiyaç duymadan bağımsız bir şekilde hareket edebilmeleri ve sosyal hayata katılımları sağlanmalıdır.

İnsanlar yaşamlarını konforlu alanlarda, güvenli bir ortamda sürdürmek isterler. Yaşanabilir kaliteli mekânlar ise her kesime hitap eden ulaşılabilir, erişilebilir, kolay kullanım imkanı sunan alanlardır. Evrensel tasarımın erişilebilirlik dışındaki amaçlarından biri; olabildiğince geniş kullanıcı kitlesine ulaşarak, tasarlanan ürünlerin ve çevrelerin herkes tarafından kullanılmasını sağlamaktır. Bu da insanların



davranış biçimlerini, becerilerini gözlemleyerek; değişen ihtiyaçlarına, antropometrik boyutlarına yönelik tasarım yapılmasıyla mümkün olacaktır.

Evrensel tasarımda ürün, donatı, mekân veya çevre ne kadar çok insan tarafından verimli bir şekilde kullanılırsa; mekân kalitesi başarı oranı o derece yüksek olacaktır. Çünkü aşağıda yer alan herkes için tasarım piramidinde de belirtildiği gibi evrensel tasarımın temelinde herkes tarafından kullanılabilirlik yatar. Sekiz basmaktan oluşan piramidin birinci ve ikinci basamağında; bütün tasarımların dahil edildiği sağlıklı yetişkin insanlar yer almaktadır. Piramidin üçüncü basamağından itibaren çocukların ve yaşlıların; dördüncü basamağında ise, yardımcı araç kullanan ve bedensel engeli olan insanların dahil edildiği görülmektedir. Yani piramidin üst basamaklarına çıkıldıkça kapsayıcılık artmaktadır. Altıncı basamak, kendi alt basamağındaki kullanıcıları da barındırdığı için (tekerlekli sandalye kullanıcıları dahil); piramidin bu basamağından itibaren tasarımın genel olarak kullanıcılar açısından evrensel tasarıma daha uygun olduğu söylenebilir. Tasarımın evrensel olabilmesi için; herkes için tasarım piramidinin sekiz basamağındaki kullanıcıları kapsamaları gerekmektedir. (Şekil 3.2)



Şekil 3.2 : Herkes için tasarım piramidi (Goldsmith, 2000, akt. Hatipoğlu, 2017, s.5).

Bilindiği üzere evrensel tasarımı erişilebilir tasarımdan ayıran özelliği; sadece engellileri değil tüm kullanıcı gruplarını kapsamasıdır. Evrensel tasarımın erişilebilirlik dışında mimari-iç mimari, peyzaj, kentsel, endüstriyel, grafik, moda ve dijital tasarım gibi farklı disiplinlerle de ilişkili olması yaşamın her alanına etki ettiğinin göstergesidir.

Tüm bu tanım ve açıklamalar ile yukarıda yer alan herkes için tasarım piramidinden (Bkz. Şekil 3.2) hareketle evrensel tasarıma ait parametreler aşağıdaki gibidir (Çizelge 3.1):

**Çizelge 3.1 : Evrensel tasarım parametreleri.**

<b>EVRENSEL TASARIM</b>	Kapsayıcılık
	Ulaşılabilirlik
	Erişilebilirlik
	İşlevsellik
	Çeşitlilik
	Güvenlik
	Rahatlık/konfor
	Estetik
	Yalın, anlaşılabilir tasarım
	Eşit şartlar, eşit kullanım
	Hareket özgürlüğü
	Kullanıcı ve çevre dostu
	Nitelikli yaşam

### 3.2 Evrensel Tasarım İlkeleri

Evrensel Tasarım Merkezi'nin (The Center for Universal Design) kurucusu olan Mace ile mimar, mühendis, endüstri ve çevre tasarımcılarından oluşan uzman bir ekip tarafından 1997 yılında evrensel tasarım ilkeleri ve bu ilkelere yol gösterecek

tasarım rehberleri oluşturulmuştur. Herhangi bir ürün, çevre, donatı ve mekânın tasarım aşamasında veya düzenlemesinde evrensel tasarım ilkeleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilkelerin amacı; evrensel tasarımı detaylı bir şekilde ifade etmek, yaygınlaştırmak, sağlıklı bir yaşam elde etmek, tasarımcılara ve kullanıcılara rehberlik ederek yön vermektir.

Evrensel tasarım ilkeleri; mevcut tasarımları değerlendirmek, tasarım sürecini yönlendirmek ve hem tasarımcıları hem de tüketicileri daha kullanışlı ürünlerin ve ortamların özellikleri konusunda eğitmek için uygulanabilir (The Center for Universal Design).

Evrensel tasarım ilkeleri, çevrenin eşit şekilde kullanımına olanak sağlama, kullanıcıların kişisel tercih ve yeteneklere göre esneklik, basitlik, kavranabilirlik, algılanabilirlik, tehlikelerin minimize edilmesi, rahat ve kolay kullanım olarak kentsel çevrelerden ürünlere kadar tüm yaşam çevre ve kullanım öğelerinde erişilebilirliği ve kullanılabilirliği sağlamaktadır. (Kavak, 2010, s.83).

Herhangi bir engeli olsun veya olmasın, kişisel becerileri ile fiziksel özellikleri, cinsiyetleri ve eğitim-kültür düzeyleri ne olursa olsun; bütün insanlar doğayı, her türlü açık ve kapalı kamusal alanları eşit kullanma hakkına sahiptir. Bu eşit kullanım hakkı; AVM'leri de kapsamak üzere bütün kamusal alanlarda, bütün kullanıcı gruplarına uygun konfor koşulları ile sağlanmalıdır. Bunu sağlamak için evrensel tasarım ilke ve rehberleri oldukça uygun araçlardır. Çünkü evrensel tasarım; yalındır, kullanışlıdır, güvenlidir ve konforludur. Bu anlayışla kullanıcılar AVM'lerde de ihtiyaç ve isteklerini kolay bir şekilde karşılayabileceklerdir. AVM'ler kullanıcılara yönelik konfor koşullarını evrensel tasarım doğrultusunda sağladığı müddetçe; konfor düzeyini, dolayısıyla kullanıcı memnuniyetini artırma imkanına sahip olabilecektir. Böylece; hem AVM işletmeleri hem de kullanıcılar karşılıklı olarak birbirinden fayda sağlar hale gelebilecektir. Buna paralel olarak; AVM'lerin kullanılabilirliği de artış gösterecektir. Dolayısıyla kullanıcıların aktif bir şekilde AVM'ye ve sosyal hayata katılımları sağlanmış ve kullanıcıların bu alanlardaki yaşam standartları da artmış olacaktır.

Dünyaca kabul gören; çevre, ürün, mekân ve tasarımla ilişkili olarak farklı tasarım disiplinlerine hitap eden yedi temel evrensel tasarım ilkesi; eşit kullanım (equitable use), esnek kullanım (flexibility use), basit ve sezgisel kullanım (simple and intuitive use), algılanabilir bilgi (perceptible information), hata toleransı (tolerance for error),

düşük fiziksel güç (low physical effort) ve yaklaşım ve kullanım için yeterli alan (size and space for approach and use) şeklindedir.

**1. İlke:** Eşit kullanım (equitable use): Tasarım, çeşitli yeteneklerdeki insanlar için kullanılabilir ve satın alınabilir olmalıdır.

#### **Rehber**

**a.** Bütün kullanıcılar için kullanımın aynı olması; mümkün olduğunca özdeş, mümkün olmadığı zaman eşdeğer kullanım sağlanmalıdır.

**b.** Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır.

**c.** Mahremiyet, güvenlik, konfor ve emniyet için bütün kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır.

**d.** Tüm kullanıcıların ilgisini çekecek tasarımlar yapılmalıdır.

**2. İlke:** Esnek kullanım (flexibility use): Tasarım geniş bir yelpazeye sahip kişisel tercih ve yetenekleri barındırmalıdır.

#### **Rehber**

**a.** Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır.

**b.** Sağ ya da sol elle erişim ve kullanıma olanak sağlanmalıdır.

**c.** Kullanıcının doğru ve hassas kullanımı sağlanmalıdır.

**d.** Kullanıcının hızına uyum sağlanmalıdır.

**3. İlke:** Basit ve sezgisel kullanım (simple and intuitive use): Tasarım kullanımı; kullanıcının deneyimine, bilgisine, dil becerisine veya anlık odaklanma seviyesine bağlı olmadan kolay anlaşılır olmalıdır.

#### **Rehber**

**a.** Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır.

**b.** Tasarım, kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle tutarlı olmalıdır.

**c.** Geniş okuryazarlık ve dil becerileri dikkate alınmalıdır. (Tasarım, kullanıcıların okur-yazar durumu ve dil becerileri hangi seviyede olursa olsun her türlü kullanıcıya hitap etmelidir. Her türlü okuma-yazma ve dil becerileri olan veya olmayan tüm kullanıcılara hitap etmelidir).



**d.** Bilgi önem derecesine göre düzenlenmelidir.

**e.** Tasarım kullanımı sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar ve geri bildirimler sağlanmalıdır.

**4. İlke:** Algılanabilir bilgi (perceptible information): Tasarım, çevre koşullarına veya kullanıcının duyuşal yeteneklerine bakmaksızın kullanıcıya gerekli bilgileri etkin bir şekilde iletmelidir.

#### **Rehber**

**a.** Gereklil bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır.

**b.** Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır.

**c.** Temel bilginin okunabilirliğı en üst düzeye çıkarılmalıdır.

**d.** Kullanılan elemanlar tanımlanabilecek şekilde birbirinden ayrılmalıdır (yönerge veya talimatları vererek kolaylaştırılmalıdır).

**e.** Duyusal sınırlamaları olan insanlar tarafından kullanılan çeşitli araç ve tekniklere uyum sağlamalıdır.

**5. İlke:** Hata toleransı (tolerance for error): Tasarım, tehlikeleri ve kaza veya istem dışı hareketlerin olumsuz sonuçlarını en aza indirmelidir.

#### **Rehber**

**a.** Elemanlar tehlike ve hataları en aza indirgeyecek şekilde düzenlenmelidir: en çok kullanılan elemanlar en ulaşılabilir olmalı; tehlikeli elemanlar yok edilmeli, ayrılmalı veya korunmalıdır.

**b.** Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır.

**c.** Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır.

**d.** Tasarım, dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz davranıştan vazgeçirmelidir.

**6. İlke:** Düşük fiziksel güç (low physical effort): Tasarım en az yorulma ile etkin ve rahat bir şekilde kullanılmalıdır.

#### **Rehber**

**a.** Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkan vermelidir.

**b.** Kabul edilebilir güç sarfiyatı sağlanmalıdır.

**c.** Tekrar eden eylemler en aza indirgenmelidir.

**d.** Uzun süren fiziksel çaba kullanımını en aza indirmelidir.

**7. İlke:** Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan (size and space for approach and use): Kullanıcının bedensel boyutu, duruşu ve hareket etme yeteneğine bakılmaksızın yaklaşım, erişim, çalıştırma ve kullanım için uygun boyut ve alan sağlanmalıdır.

### **Rehber**

**a.** Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır.

**b.** Oturan ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır.

**c.** Tasarım farklı el ve kavrama boyutlarına uyum sağlamalıdır.

**d.** Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır<sup>3</sup>.

### **3.2.1 Eşit kullanım (equitable use)**

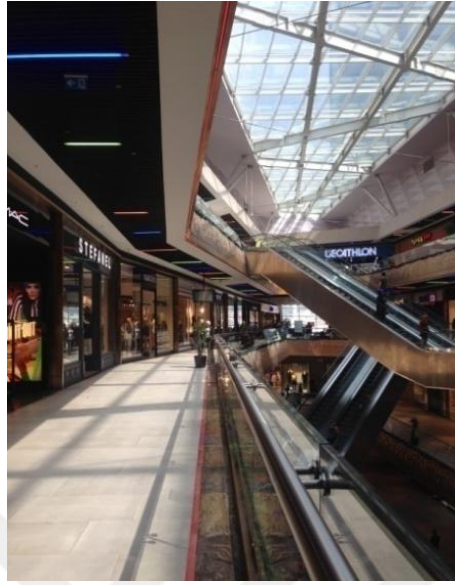
Eşit kullanım ilkesi; farklı fiziksel özelliklere sahip kullanıcılara, eşit şartlar altında eşit kullanım imkanı sunmaktadır. Tasarım tüm kullanıcılar için aynı anlamı ifade etmelidir, eğer sağlanamıyorsa buna denk olan sağlanmalıdır. Bu durum her türlü ürün, donatı, mekân ve çevre tasarımı için geçerli olup kullanıcının dikkatini çekecek nitelikte olmalıdır.

Lynch (2011), kentlerin insanları birbirine; her türlü etkinlik, ürün, mekân, bilgi ve çevreye ulaştırması gerektiğini belirtmektedir. Yaşam merkezleri olarak adlandırılan AVM'lerde, herhangi bir sınıf ayrımı yapılmadan herkese hizmet verilmektedir. AVM'lerin tercih edilmesindeki en önemli etkenlerden biri de ulaşılabilir olmasıdır. Dolayısıyla kamusal alanlardan olan AVM'lerin de hem fiziksel özellikleriyle hem de konum itibarıyla her türlü kullanıcı profiline ulaşması gerekmektedir. Aynı zamanda AVM'lerin bulunduğu alan içerisinde olduğu kadar kendi içerisinde de

---

<sup>3</sup> The Center for Universal Design internet sitesinden derlenmiştir.  
<[https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)>, erişim tarihi 18.07.2017.

ulaşılabilirliğinin (yatay-düşey sirkülasyon elemanlarına, dolaşım-ortak kullanım alanlarına) sağlanması gerekmektedir (Resim 3.7).



**Resim 3.7 :** Buyaka AVM, iç mekân görünümü (Tuba Terece arşivinden, 2017).

AVM'lerin tercih edilmesindeki önemli etkenlerden bir diğeri de güvenli olmasıdır. AVM'ler kullanıcılarının güvenliğini, mahremiyetini ve emniyetini eşit şartlar altında sağlamalıdır. AVM'lerde basamaklı olmayan girişlerin, otomatik açılıp-kapanan kapıların ya da alternatif girişlerin sağlanması, kaymayan zemin malzemelerinin tercih edilmesi gerekmektedir (Resim 3.8). Görme engellilere yönelik uyarıcı ve yönlendirici/kılavuz niteliğinde hissedilebilir yüzeylerin (kabartmalı duymusanabilir yüzey) yanı sıra sınır elemanları, kent elemanları ve mobilyaları da uygun alanlara konumlandırılmalıdır.



**Resim 3.8 :** Farklı AVM'lere ait giriş örnekleri (Palladium AVM Ataşehir, ArmoniPark AVM Sefaköy, Tuba Terece arşivinden, 2018).

"Farklı kullanıcı gruplarının farklı beklentileri göz önüne alındığında, AVM'lerin birçok açıdan erişilebilir ve kullanılabilir tasarım özelliklerine sahip olmaları, bu mekânların farklı toplumsal grupların rahatça ve çatışmaya düşmeksizin bir araya gelebildiği, paylaşmanın ve bütünleşmenin sağlandığı yaşam alanlarına dönüşmesi açısından önemlidir." (Muğan, 2015, s.45).

### 3.2.2 Esnek kullanım (flexibility use)

Farklı kullanıcı tipleri olduğu gibi bu kullanıcıların farklı kişisel tercihleri de olmaktadır. Esnek kullanım ilkesi bu kullanıcı profillerine (hem sağ hem sol el kullanımına olanak sağlayan ürünler gibi) yönelik kullanım kolaylığı sunmaktadır (Resim 3.9).



**Resim 3.9 :** Sağ ve sol elle kullanılabilen makas örneği (Url-9).

Kullanıcıların farklı fiziksel özellikleri, kişisel tercih ve becerileri baz alınarak esnek kullanım sağlayan tasarımlar yapılmalıdır. Bu durumda kullanıcılar kendilerine uygun olan kullanım biçimini rahatlıkla seçme şansına sahip olacaklardır. Kullanıcının hata yapma payı, algılama düzeyi, hızı da göz önünde bulundurularak tasarımda esnek davranılması gerekmektedir (Resim 3.10).



**Resim 3.10 :** Rampa ve merdivenin bir arada kullanımı, Osmanlı Arşivi, İstanbul (Tuba Terece arşivinden, 2017).

AVM'lerde kullanıcıların boy farklılıkları, fiziksel özellikleri gözönüne alınarak hareket özgürlüğünü kısıtlamayacak şekilde farklı yüksekliklerde bankolar, danışma birimleri, tezgahlar ile lavabolar tasarlanmalıdır (Resim 3.11).



**Resim 3.11 :** Farklı yüksekliğe sahip danışma bankosu (Medicana Hastanesi Kadıköy) ve bir AVM'de bulunan ayrı çocuk lavabosu örneği (Forum İstanbul AVM, Tuba Terece arşivinden, 2017-2018).

### 3.2.3 Basit ve sezgisel kullanım (simple and intuitive use)

Kullanıcı çeşitliliğine bağlı olarak her kullanıcının dil becerisi, algılama düzeyi, tecrübesi ve beklentileri de birbirinden farklıdır. Bu doğrultuda tasarımın evrensel olabilmesi için donatı, ürün ve mekân tasarımları herkes tarafından anlaşılabilir, algılanabilir, yalın ve rahatlıkla kullanılabilir olmalıdır. Tasarım; karmaşaya yol açmadan, bilgi ve deneyim gerektirmeden doğrudan amacına ulaştırmalıdır.



Sirkülasyon elemanları AVM'lerin önemli/gerekli noktalarında yer alarak mekânın okunabilirliğini arttırmalıdır. Kullanıcıları yönlendirmek amacıyla farklı dil becerileri dikkate alınarak sinyalizasyon, yönlendirici levhalar, işaret panoları, danışma bankoları yer almalıdır (Resim 3.12). Dolayısıyla herhangi bir kullanıcı AVM'yi yardım almadan bireysel olarak kullanabilme şansına sahip olacaktır.



**Resim 3.12 :** Farklı AVM'lere ait sirkülasyon elemanları ve sinyalizasyon, yönlendirici levha örnekleri (ArmoniPark AVM Sefaköy, Galleria ve Palladium AVM Ataşehir, Tuba Terece arşivinden, 2017-2018).

### 3.2.4 Algılanabilir bilgi (perceptible information)

Evrensel tasarım, mümkün olduğunca geniş kullanıcı kitlesine ulaşmayı hedeflemektedir. Tasarım, kullanıcının duyuşal yetenekleri veya çevre şartları hangi seviyede olursa olsun kullanıcıya net bir şekilde iletilmelidir. Kullanıcıların çeşitli duyuşal becerileri doğrultusunda; resimli, sözlü, dokunsal gibi farklı anlatım biçimleri kullanılmalıdır (Resim 3.13).



**Resim 3.13 :** Yaya geçidinde sinyalizasyon örneği (Url-10).

Tasarımın temel bilgisi; zıtlıklar kullanılarak ayırt edilebilir düzeye çıkarılmalı, diğerlerinden ayrıştırılmalıdır. Bu ayrıştırma gerekli yönerge veya talimatlar ile okunabilirlik artırılarak sağlanmalıdır (Resim 3.14). Yönlendirme levhaları, işaret panoları, donatı ve mekânlarda zıt renk ve doku kullanımı ile verilmek istenen bilgi vurgulanmalıdır.



**Resim 3.14 :** Palladium AVM Ataşehir'de bilgilendirme tabelaları örneği (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'lerin iç mekânlarında yön bulmayı kolaylaştıran görsel bilgilendirme tabelaları ile kabartmalı yol şeritleri (hissedilebilir/duyumsanabilir yüzeyler) bulunmalıdır. Asansörlerin içinde ve dışında işitsel, görsel, dokunsal olan uyarı sistemleri bulunmalıdır. Yine asansör butonlarının görünebilir ve ulaşılabilir olması gerekmektedir (Resim 3.15).





**Resim 3.15 :** Asansörlerin içinde ve dışında bulunan farklı uyarı sistemleri (Url-11).

"Piktogram denen bir tür resim yazısı, kabartma haritalar veya sesli düzenekler sunularak kullanıcının algılama yeteneklerinin farklılaşması ve çevrenin bileşenlerinin değişmesi ve böylece tasarım ürününün algılanması sağlanabilir" (Evcil, 2013, s.49, Şekil 3.3).



**Şekil 3.3 :** Beykent Üniversitesi kabartmalı harita örneği (Tuba Terece arşivinden, 2017).

Bir mekân kullanıcısını ne kadar doğru yönlendirir ve erişimini rahat bir şekilde sağlarsa o kadar okunabilir, algılanabilir olacaktır. Böylece görme-ışitme engelliler dahil olmak üzere tüm kullanıcılar bireysel olarak güvenli bir şekilde yönlendirilerek; kullanıcının mekânla iletişime geçmesi, kendini güvende hissetmesi sağlanmış olacaktır.

### 3.2.5 Hata toleransı (tolerance for error)

İnsanların doğal olarak hata yapma payı dikkate alınarak tasarım yapılmalıdır. Tasarım her türlü kaza, tehlike ve irade dışı ortaya çıkan hatayı ez aza indirmelidir. Tüm kullanıcı gruplarının da bu tür olumsuz durumlardan korunması ve güvenli çözümlerinin sağlanması gerekmektedir.

Hata toleransı ilkesine verilebilecek en iyi örnek zeminlere uygulanan devamlı çizgi ve noktalı olan kabartmalı yol şeritleridir (hissedilebilir/duyumsanabilir yüzeyler). AVM'lerde de olması gereken bu hissedilebilir yüzeyler; herkes için uyarıcı ve yönlendirici olmakla beraber, özellikle görme engellilere kolaylık sağlayarak kullanıcılarının güvenli ve bağımsız bir şekilde yönlendirmelerine olanak tanımaktadır (Resim 3.16).



**Resim 3.16 :** Akmerkez AVM girişi hissedilebilir yüzey uygulaması (Tuba Terece arşivinden, 2019).

AVM'lerin açık alanlarında, iç-dış mekânlarında tehlike arz edecek her türlü alanda; uyarı ve hatırlatmalarla olası kaza ve tehlikeler önlenmelidir. İç-dış mekân donatıları, ürünleri herkesin kullanımını kapsayacak nitelikte güvenli ve korunaklı bir şekilde tasarlanmalıdır. Merdiven-rampa-basamak-korkuluk gibi önemli detaylar da yine kaza ve tehlikeleri minimum seviyeye indireyecek şekilde hata yapmayı önleyici, darbelerle karşı ise emniyetli tedbirler alınarak tasarlanmalıdır.

### 3.2.6 Düşük fiziksel güç (low physical effort)

Düşük fiziksel güç ilkesinde, tasarımın minimum enerji ile maksimum verim alınarak kullanımı amaçlanmaktadır. Zaman alarak fiziksel güç çabası gerektiren tasarımlar ile sürekli tekrar halinde olan eylemlerin kullanımı olabildiğince en düşük seviyeye indirgenmelidir. Kullanıcı, tasarımı kullanırken zorluk çekmeden (vücut pozisyonu korunarak) doğal bir güç sarfiyatında bulunmalı ve kullanıcının tasarıma konforlu bir şekilde erişimi sağlanmalıdır.

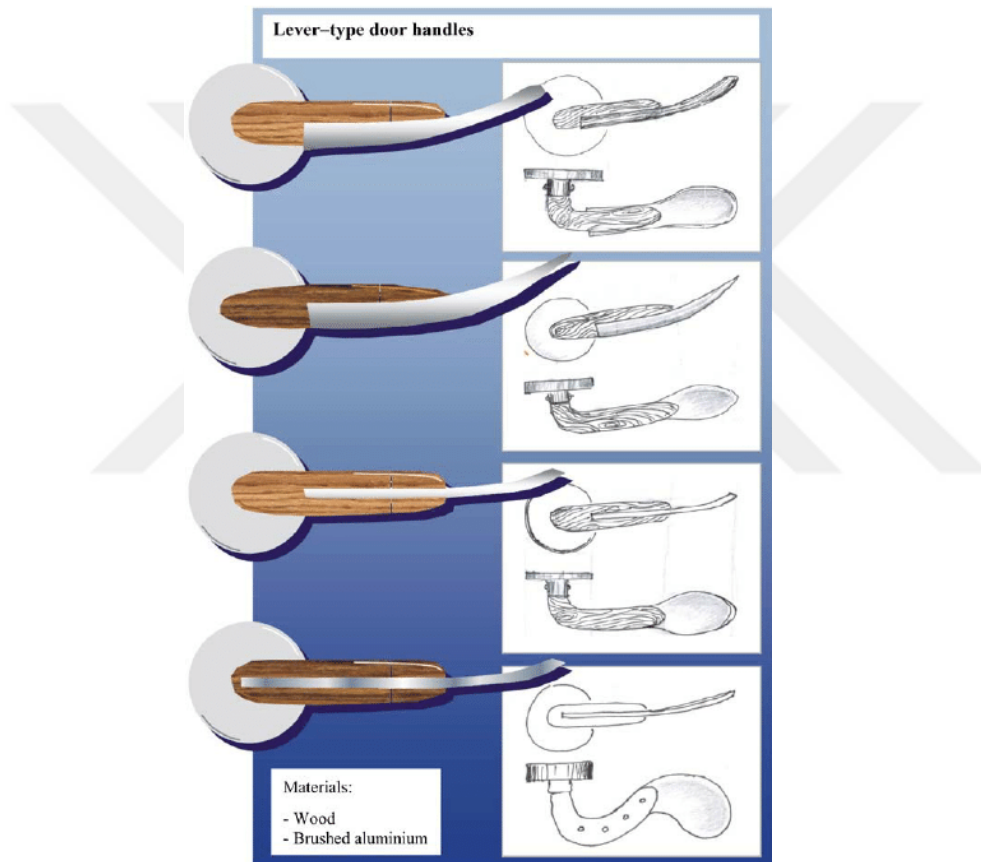
AVM'lerde bulunan her türlü ürün, mekân ve alanların da ergonomik bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. Eli dolu (yükü olan), yaşlı, hamile, çocuklu, engelli gibi kullanıcılara da kolay bir kullanım sunmak amacıyla otomatik açılıp-kapanan kapılar ile lavabolarında rahat kullanıma olanak sağlayan kapı kolları ve yine harekete duyarlı bir şekilde çalışan sensörlü bataryalar gibi ekipmanlar yer almalıdır (Resim 3.17-3.19).



**Resim 3.17** : Akasya AVM girişi (Tuba Terece arşivinden, 2017).



**Resim 3.18 :** Düşük fiziksel güç kullanımını sağlayan AVM girişi ve ekipmanlar (Url-12, Url-13).



**Resim 3.19 :** Kolay kullanım sağlayan kapı kolları (Url-14).

### 3.2.7 Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan (size and space for approach and use)

Kullanıcının fiziksel boyutu, hareket becerisi ne durumda olursa olsun tasarımda yaklaşım ve kullanım için gerekli boyut ve alan bırakılmalıdır. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için de net görüş ve rahat erişim sağlanmalıdır. Örneğin; farklı yükseklikte tasarlanan servis bankoları farklı boylara sahip kullanıcıların yaklaşımını rahatlatacaktır.



AVM'lerde ve diğer kamusal alanlarda; yardımcı araç (tekerlekli sandalye, bebek arabaları, değnek gibi) ve kişilerle hareket etmek zorunda olan kullanıcılar için yeterli geçiş ve kullanım alanları oluşturulmalıdır. AVM'lerde asansör önleri ve asansörlerde, tuvaletlerde, danışma bankolarında, mağazalarda, yeme-içme alanlarının servis tezgahları gibi tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarında tekerlekli sandalye ile bebek arabası kullanıcılarına rahat bir yaklaşım ve kullanım için uygun alanlar bırakılmalıdır (Resim 3.20-3.24).



**Resim 3.20:** AVM'de tekerlekli sandalye kullanımı (Url-15).



**Resim 3.21 :** AVM'lerde bebek arabası ve yardımcı araç kullanımı (Palladium AVM Ataşehir, 2018).



**Resim 3.22 :** AVM'lerde bebek arabası ve yardımcı araç kullanımı (ArmoniPark AVM Sefaköy, Galleria AVM, Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 3.23 :** AVM'lerde yeme-içme alanları kullanımı (Url-16).



**Resim 3.24 :** Palladium AVM Ataşehir, engelli tuvaleti örneği (Tuba Terece arşivinden, 2018).

## 4. KONFOR KAVRAMI, KRİTERLERİ VE ÇEŞİTLERİ

### 4.1 Konfor Kavramı ve Kriterleri

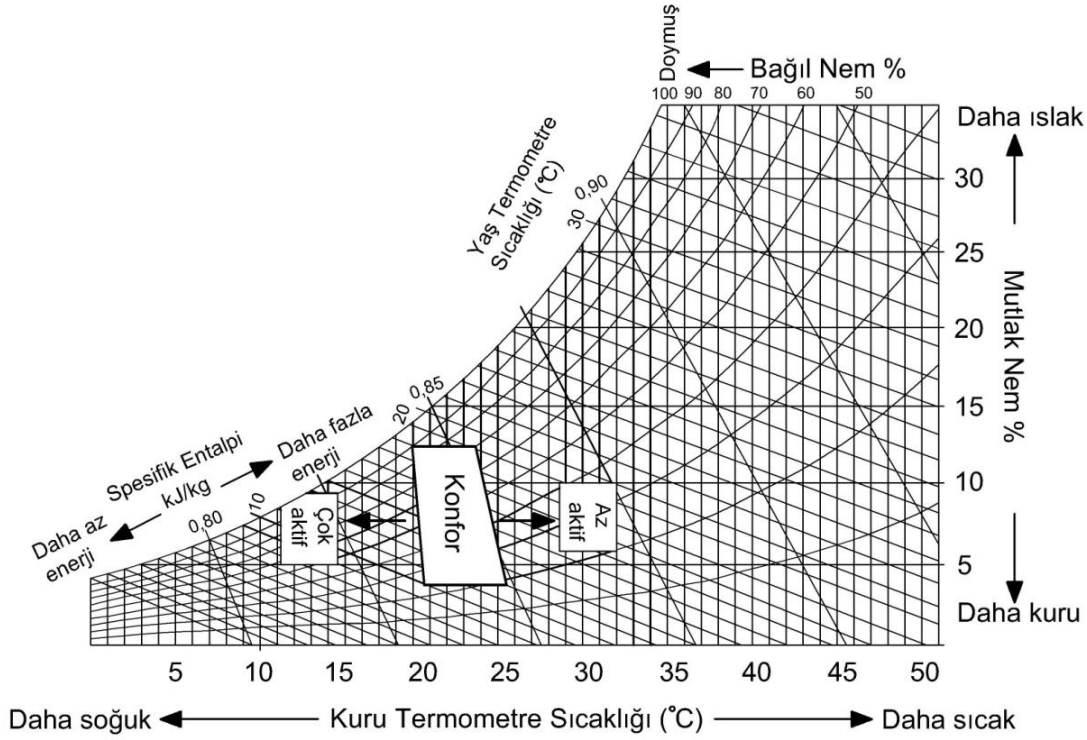
Konfor; insanların bulunduğu ortamda fizyolojik ve psikolojik bakımdan rahatsız olmadan minimum enerji harcayarak maksimum verimle memnuniyetinin sağlanmasıdır. Ayrıca konfor, evrensel tasarım kapsamında; hem ölçülebilen hem de tasarım becerileriyle değişebilen önemli bir ölçüttür. Evrensel tasarıma uygun konfor koşulları sağlanan bir yapıda, kullanıcı psikolojik olarak rahatlayacak ve mekândaki fiziksel aktivitesinin de verimini arttıracaktır.

Bir yapıdan istenen konfor kısaca; olumsuz dış etkenlere karşı koruması ve iç ortam koşullarının verimli bir şekilde sağlanmasıdır. Her yapının konfor koşulları; iklimi ile uyumlu dış cephesinden iç mekânına, konumundan işlevine kadar tasarım dahil olmak üzere yapının kendine has özellikleri ile ilişkilidir. Tüm bunlar mekânsal kaliteye etki etmektedir.

İnsan konforu temelinde vücudun belirli bir sıcaklıkta tutulması gereken konfor sıcaklığına; konfor sıcaklığı da ortamın hava sıcaklığına, hava hareketine ve neme bağlıdır. Dolayısıyla yapıların işlevlerine göre ısı, nem, su, hava, ses ile ilgili optimum şartlar sağlanmalıdır.

Silver ve McLean'e (2014) göre; "Mimarlık Teknolojisine Giriş" adlı kitaplarında belirttikleri gibi aşağıdaki grafikte; Temel değişkenler, yaş ve kuru termometre sıcaklığı ile mutlak ve bağıl nem değerleridir. Grafik, çeşitli konumlardaki binaların iklim kontrolüne ilişkin yerel ihtiyaçları belirlemek için kullanılabilir. Sarı çerçeveli bölüm, insanların "konforlu" hissettikleri alandır, fakat bu çerçeve bazı iklim kontrolü yöntemlerinin uygulanmasıyla çeşitli şekillerde genişletilebilir. (Şekil 4.1).





**Şekil 4.1 :** Psikometrik diyagram (nemli havanın sabit basınç altındaki termodinamik değişkenlerini gösteren bir grafikdir) (Silver, McLean, 2014).

Mimaride insan konforu;

- Konfor sıcaklığı yani vücudun belli bir sıcaklıkta tutulması,
- Kapalı mekânlardaki hava kalitesinin sağlanması,
- Yeterli aydınlatma gücünün sağlanması,
- Gürültü ve iletişimle ilgili olarak ses kalitesinin sağlanması,
- Su dağıtımı ve atıklarla ilgili olarak tesisatın sağlanması gibi kriterlere bağlıdır.

Gür (1995) nitelikli çevre bileşenlerini;

- Güvenli,
- Sağlıklı,
- Konforlu (ortamın fiziksel özellikleri ile o ortamda yaşayan insanın biyolojik özelliklerinin arasındaki uyum),
- Kullanışlı,
- Bakımlı ve

- Anlamli olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla konforun, nitelikli bir çevre ve yaşanılabilir kaliteli mekânlar için önemli bir parametre olduğu söylenebilir.

Kullanıcıların eylemlerini rahatlıkla gerçekleştirebilmeleri kaliteli, verimli mekânlara; bu da ortamın konfor koşullarına bağlıdır. AVM'lerde olumlu mekân atmosferi oluşturmak için farklı kullanıcı profiline yönelik; ısısız, işitsel ve görsel konfor kriterleri belirlenmelidir. Bir AVM kullanıcılarının hem alışveriş hem de sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılayabildiği düzeyde ve uygun konfor koşullarını sağlayarak onları AVM'de tutabildiği ölçüde başarılı olabileceği söylenebilir. Bu durum; hem AVM performansı açısından hem de kullanıcı verimliliği açısından gerekli görülmektedir. Kullanıcı verimliliğini de evrensel tasarımla sağlamak mümkündür. Dolayısıyla kullanıcıların rahatlığı arttıkça buna bağlı olarak kullanıcı memnuniyeti de artacaktır.

İnsanlar günlük yaşantılarının çoğunu iç mekânlarda geçirdiği için, ihtiyaçlarını da iç mekânlarda karşılamaktadırlar. Kamusal alanlardan olan AVM'ler gibi uzmanlık gerektiren projelerde; her türlü kullanıcı grubu için kullanışlı, görsel anlamda çekici ve etkileyici mekânlar oluşturulmalıdır. Hiçbir teknik detay, standart, ilke ve yönetmelik şartları atlanmamalıdır. Yani; kullanıcıların AVM'deki yaşam kalitesi, sağlığı, konforu için evrensel tasarıma uygun optimum şartların sağlanması gerekmektedir.

#### **4.2 Fiziksel Konfor**

Bir yapının/binanın fiziksel konforu; kullanıcıların eylemlerini, mekânın işlevine göre uygun planlanmış bir ortamda zorluk çekmeden gerçekleştirebilecekleri fiziksel çevre koşullarına bağlıdır. Bu fiziksel koşullar;

- İklimlendirme (havalandırma),
- Aydınlatma,
- Yön bulma ve sirkülasyon,
- Mekân tasarımını etkileyen etmenler,
- Mekânın yalıtımı,
- Mekânda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisi ile
- Mekândaki donatı düzeninin etkisidir.

Bu fiziksel konfor koşulları, evrensel tasarımı önemli ölçüde etkilemekle beraber, olumlu olduğu takdirde; özellikle yaşlı ve engelli kullanıcıların alan, mekân, donatı kullanımını rahatlatmaktadır. Ortamın konfor koşulları ve nitelikli mekân kriterleri, konforun sağlanmasında önemli bir yer tutmaktadır. Mekânsal algımız mekânda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisine, ışığın gücüne, ısı-hava-ses-koku gibi özelliklere göre şekillenmektedir. AVM'lerde mekân kalitesi, tasarımı, iç mimarisi, fiziksel özellikleri mekânsal konfor düzeyini etkilemektedir.

Bir mekânın fiziksel konforu, kullanıcıyı psikolojik olarak doğrudan etkilemektedir ve bu durum AVM'ler açısından bakıldığı zaman ise; ya kullanıcıya olumlu etki edip kullanıcısının eylemine devam etmesini sağlamakta ya da olumsuz etki edip eylemini bırakmasına (özellikle engelli kullanıcılar için), ortamı terk etmesine neden olmaktadır. AVM'lerin bu amaç doğrultusunda, kullanıcılarını pozitif anlamda etkileyebilmesi için; ortamdaki fiziki şartların başta yaşlı ve engelli kullanıcılar olmak üzere, tüm kullanıcılara uygun koşullarla sağlanması gerekmektedir.

#### **4.2.1 Görsel Konfor**

İnsanlar mekânlarla fiziksel olarak bedensel, psikolojik olarak zihinsel (algısal) olarak iletişime geçmektedirler. Görme duyusu ile algılanan nesne, mekân bilgileri beyine gönderilir; değerlendirilir, deneyimlenir ve görsel algılama oluşur. Görsel algılama ile bu bilgiler hafızada etkili bir şekilde yer edinir.

Görsel konfor, görsel algılamanın tam anlamıyla bütün bir şekilde sağlanması ve kullanıcıları rahatsız edecek herhangi bir hoşnutsuzluğun olmaması durumudur. Görsel algılama; kullanıcı-çevre, kullanıcı-mekân ilişkisinde büyük bir öneme sahiptir. Yani “Görsel konforda amaç; bir mekânda gerekli görme koşullarının oluşturulmasının yanı sıra, sağlanan koşulların, kullanıcıyı yormadan ve verimliliği etkilemeden uzun süre aynı performansta sürdürmesini de sağlamaktır.” (Kanca, 2013, s.25). Buradan hareketle; görsel konforun evrensel tasarımda önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

İnsan vücudunda tüm komutlar beyin tarafından verildiği için bu durumun zihinsel olarak insan psikolojisiyle doğrudan bağlantılı olduğu söylenebilir. Bu nedenle örneğin AVM'lerde kullanıcılar zaman geçirdikleri mekânlarda, eylemlerinin yani fiziksel iletişimin yanı sıra beyinlerinde o alanlara dair yorumlar getirip algısal olarak da iletişime geçerek zihinlerinde bir anlam oluştururlar. Bu duygu-düşünceler,

kullanıcılarını psikolojik olarak etkileyecektir. Çünkü görsel algılama kullanıcıları hareket geçirir, yönlendirir. AVM kullanıcıları psikolojik olarak rahatlayacakları, yönlendirilecekleri güvenli, konforlu, olumlu bir mekân algısı oluşturacak ortamlarda eylemlerini gerçekleştirmeyi tercih ederler.

AVM'lerin iç mekân görsel tasarımı da; her türlü iç mekân bileşenleri, mekân boyutları, mekânda ve donatılarda kullanılan renk, malzeme, biçim, doku, yönlendirme levhaları, ortak kullanım ve dolaşım alanları gibi birimleri ile eksiksiz bir planlama ile sağlanmalıdır.

Ortamlardaki ışık gücünün düşük veya yüksek olması durumunda; kullanıcıların göz sağlığını tehdit edecek unsurlar söz konusu olmaktadır. Aydınlatmanın gücü, niteliği bütün görsel konfor kriterlerini ve mekân imajını pozitif veya negatif yönde doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle nitelikli aydınlatma, mekân algısında görsel konforu sağlayan en etkili parametredir. Çünkü ortamın mekânsal, fiziksel özellikleri, mekân bileşenleri ve donatılarda kullanılan malzemelerin her türlü etkisi ve detayları ancak başarılı bir aydınlatma sayesinde ayırt edilebilmektedir. Aynı zamanda aydınlatma, kısmi görme engeli olan kullanıcılar için eylemlerini gerçekleştirmelerini sağlayan en önemli araçtır. Çünkü uygun koşullar (hissedilebilir yüzeyler, işitsel uyarı sistemleri, dokunsal sistemler-kabartmalı haritalar ve butonlar gibi) sağlandığında görme engelilerin bir yerden bir yere bağımsız hareket etmeleri mümkün olmaktadır.

“Işıkla iç mekânlarda insan algısında kışkırtıcı etkilerden, dinsel bir atmosfer yaşatmaya kadar, büyük bir yelpazede tasarım yapmak mümkündür. Işığın gölge etkisi ile, üç boyutlu formlarda, boyut farklılıkları ifade değişiklikleri gibi görsel etkilere ulaşılabilir.” (Göler, 2009, s.210). Yani aydınlatma; mekânlarda ve kullanıcılarda, hem en dip etkiyi hem de en zirve etkiyi oluşturma gücüne sahip sağlam bir kaynaktır. Aydınlatma ile her türlü psikolojik etkiyi yaratmak mümkündür. Aydınlatma ile mekânlarda dramatik, duygusal, kurgusal ışık etkisi yaratılabilir. AVM'lerde planlanması gereken ışık türü, kurgusal ışıktır. Görsel konfora yön veren aydınlatma ve türünün, istenilen görsel etkiyi yaratarak kullanıcılarda beklenen görsel etkiyi bırakması için başarılı bir şekilde kurgulanması gerekmektedir.

#### 4.2.1.1 Doğal-yapay aydınlatma kullanımı

İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek için ışığa ihtiyaç duyarlar. Doğada var olan gün ışığından oluşan doğal aydınlatma ve doğal aydınlatmanın yetersiz kaldığı ve/ya birlikte kullanımı gerektiği durumlarda; yapay aydınlatma ile insanların hayati bir ihtiyacı olan görme eylemi gerçekleştirilerek kullanıcıların mekânla iletişime geçmeleri sağlanmaktadır.

İnsanlar etkileşime girdikleri mekânlarla kültürel birikimleri aracılığıyla o mekânlara dair izlenimler edinip fikir sahibi olurlar. Örneğin; ışık geçmişte işlevsel olma özelliğinin yanı sıra, farklı kültürlerde sembolik değerler de taşımaktaydı. Bazı kültürlerde ışık; mekânların ana kaynağı, belirleyicisi olmuştur (kliselerde kutsal olan ışığa yönelme-ibadet gibi). İki meşalenin olması bir karşılaşmanın, yüz bin meşalenin olması ise kutlama ya da savaşın olması gibi farklı anlamlara gelmekteydi. Bu durumda, toplum algısının yine kullanıcı kültürüne göre şekillendiğini söylemek mümkündür.

Yeni yapım tekniklerine, malzemelere bağlı olarak mimaride de farklı ışık kullanımları ortaya çıkmıştır. Geçmişten bir alışveriş mekânı olan Kapalıçarşı örneğine bakıldığında; Kapalıçarşı'nın yapı formlarının, mekânsal öğelerinin döneminin mimari stiline, kültürüne göre şekillendiği görülmektedir. Kapalıçarşı'da bulunan kubbe ve tonozlardaki açıklıklardan içeriye giren gün ışığı, çarşıyı aydınlatmaktadır. Böylece iç mekânda ışık oyunları ile farklı bir atmosfer oluşturulmakta ve çarşı kullanıcıları doğal aydınlatmadan faydalanmaktadır.

Renk kullanımı, işlevle beraber estetik görünümü de sağlamaktadır. AVM'lerdeki sarı, kırmızı, turuncu gibi sıcak renkler sıcak, samimi bir atmosfer oluşturarak kullanıcıların hareketli bir ortamda eylemlerinden keyif almalarını, haz duymalarını sağlamaktadır. Mavi, yeşil, mor gibi soğuk renkler ise; mekânlarda sağladığı sükûnet ve huzur etkisi ile kullanıcıların alışveriş yorgunluğunu atmalarına yardımcı olmaktadır.

Aydınlatma; bir mekânı anlamlı kılan, mimari karakterini ve dilini oluşturan hem fiziksel hem görsel hem de psikolojik bir parametredir. Dolayısıyla, aydınlatma kullanımı; özellikle yaşlı ve kısmi gören kullanıcılar için işlevi, niteliği, aydınlatma düzeyi ve tasarımı ile estetik bakımdan oldukça önemli bir yere sahiptir. Evrensel tasarım kapsamında, aydınlatma konusunda özellikle bu tür kullanıcılar için hassas davranılması gerekmektedir. Gözde kamaşmaya ve parlamaya neden olmayan,

kullanıcıların eylemlerini rahatlıkla gerçekleştirebilmelerini sağlayan uygun aydınlatma düzeyleri tercih edilmelidir.

Doğal ve yapay aydınlatma kullanımı kullanıcılarda farklı psikolojik duygular ve etkiler oluşturan temel tasarım kriterlerindedir. Örneğin AVM'lerde yön bulma-sinyalizasyon, aydınlatma aracılığı ile kullanıcıları yönlendirmektedir. Aydınlatma iç mekânı algılatmakla beraber mekânın sınırlarını da belirler. İç-dış mekân birlikteliği önemlidir ve bir bütün olarak ele alınmalıdır. Gün ışığının dışarıdan içeriye ne şekilde ve nasıl gireceği, mekânın işlevine göre doğru hesaplanmalı ve amacına uygun olacak şekilde planlanmalıdır. Verimli bir doğal aydınlatma için; mekânın boyutları ile aydınlatma kaynakları (cephede pencereler, tavanda cam tavanlar) arasında doğru bir ilişki kurulup gerekli aydınlatma hesaplamaları yapılmalıdır.

AVM'lerde kullanılan doğal aydınlatma zaman kavramını unutturmadan günün farklı saatlerinde güneşin hareketi ile farklı doğal etkiler yaratarak kullanıcılarına ferah, aydınlık bir atmosfer sunmaktadır. Doğal aydınlatma genellikle atriyumlarda, meydanlarda, ana sirkülasyon alanlarında kullanılmaktadır (Resim 4.1, 4.2). Doğal aydınlatmanın mekânlara ve kullanıcılara en büyük katkıları; mekânda tercih edilen malzemelerin, donatıların, mekân bileşenlerinin biçim-renk-dokularının gerçeğine en yakın haliyle aktarılmasıdır.



**Resim 4.1** : Doğal aydınlatma kullanımı, İstanbul Kapalıçarşı ve The Royal Exchange- İngiltere (Url-17).



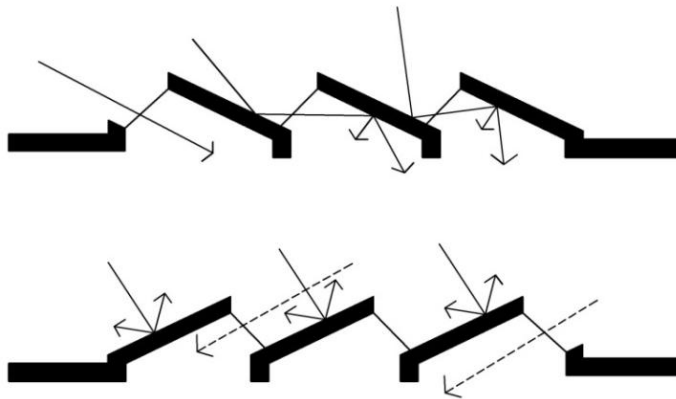


**Resim 4.2 :** Doğal aydınlatma kullanımı, Pavilion shopping mall- Malezya/Asya, Toronto Eaton centre shopping mall-Kanada/Kuzey Amerika (Url-18, Url-19).

Bazı AVM'lerin meydanları, atriyumları çatı ışıklıkları denilen tepe camları/cam tavanları sistemleri ile doğal gün ışığı ile aydınlatılmaktadır. Atriyumların, meydanların üst örtüsünü oluşturan bu sistemler, gün ışığının dolaylı yoldan yansıtılarak iç mekâna girmesini sağlamaktadır (Resim 4.3, Şekil 4.2).



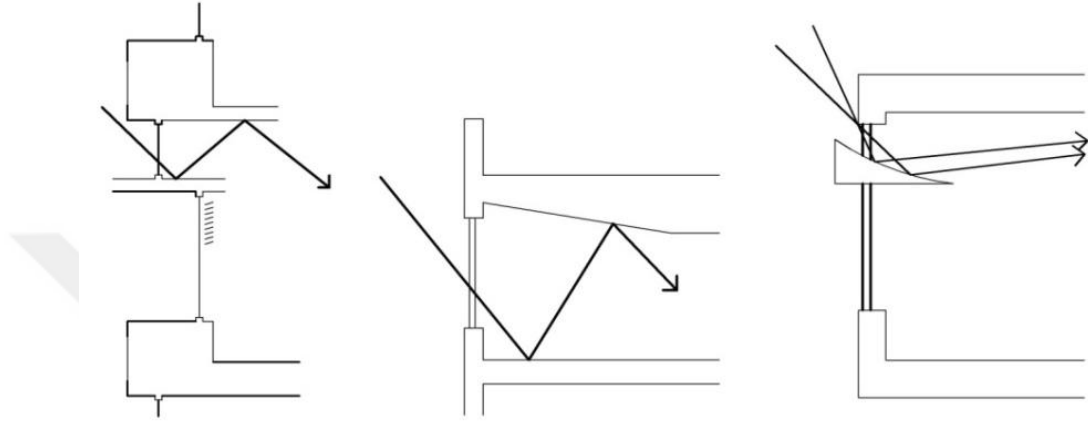
**Resim 4.3 :** Taşıyıcı sistemin doğal aydınlatmaya etkisi (Göçer, 2006, s.48).



**Şekil 4.2 :** Tepe camlardan gün ışığının iç mekâna aktarılması (Göçer, 2006, s.49).



“Mekânın tavanının açık renkli ve pürüzsüz camlama sistemi kenarlarından ortalara doğru eğimli bir yüzey oluşturarak alçılması ve ışık rafları (light shelf), üzerlerine yansiyarak gelen gün ışığını tekrar yansıtarak derin mekânın ortalarına kadar iletilmesini olanaklı kılmaktadır.” (Göçer, 2006, s.50), (Şekil 4.3). Dolayısıyla AVM'lerde gün ışığının iç mekânda hissedilmesi, hem mekân hem de kullanıcıları bakımından olumlu bir durumdur.



**Şekil 4.3 :** Doğal ışığın mekân içerisine alınması (Göçer, 2006, s.50).

AVM'lerde doğal aydınlatma kullanımı ile enerji tasarrufu sağlanmaktadır. Güneşin farklı saat dilimlerindeki geliş açılarına bağlı olarak oluşacak etkileri de göz önünde bulundurularak kontrollü, planlı doğal aydınlatma aracılığı ile daha konforlu mekânlar oluşturmak mümkündür.

Doğal aydınlatmanın etkisi bittiğinde, doğal aydınlatmanın olmadığı ya da doğal-yapay aydınlatma birlikteliği gerektiği durumlarda yapay aydınlatma kullanılmaktadır. Doğal aydınlatmanın doğru kullanımı, yapay aydınlatmaya duyulan ihtiyacı ve doğal-yapay aydınlatmanın bir arada kullanım düzeyini belirlemektedir. Doğal aydınlatma özellikle sosyal etkinliklerin de gerçekleştirildiği alışveriş alanlarında büyük önem arz etmektedir.

AVM kullanıcılarını alışverişe teşvik etmek, ortamdan ve eylemlerinden keyif almalarını, mutlu olmalarını sağlamak da aydınlatmaya bağlıdır. Işık gücünün düşük veya yüksek olması kullanıcı hareketini etkilemektedir; ya kullanıcıların daha fazla zaman geçirmesini sağlayan ya da eylemini kısıtlayan önemli bir etkidir. Çünkü aydınlık düzeyi, kullanıcı performansını etkileyen önemli bir parametredir. Örneğin; ışık gücü uygun düzeyde olan aydınlık bir mağaza ortamında kullanıcılar, ürüne yönlendirilerek satın almaya sevk edilmiş olur.

Ticari ve sosyal etkinlikler gibi işlevler barındıran AVM'lerin aydınlık düzeyleri; alanların işlevine göre sınırlayıcı, belirleyici, yönlendirici, vurgulayıcı olacak şekilde belirlenmeli ve uygulanmalıdır. Aydınlatma düzeyi; mekânın işlevine, fiziksel özelliklerine, donatı düzenine bağlıdır. Mekânda gerçekleştirilecek eylem, mekân hakkında verilmek istenen mesaj, oluşturulmak istenen mekân atmosferi; aydınlatmanın niteliği ve niceliği (düzeyi) ile sağlanmaktadır. AVM'lerde olması gereken aydınlatma düzeyi, mekânların farklı işlevleri doğrultusunda çeşitlilik göstermektedir (Çizelge 4.1).

**Çizelge 4.1** : IEC (International Electrotechnical Commission) verilerine uygun olarak hazırlanmış alışveriş merkezleri için aydınlık düzeyleri çizelgesi (Url-20).

#### Aydınlık Düzeyleri/Illuminance Levels

Alışveriş merkezleri / Shopping Centers	
Self servis mağazalar ve showroamlar / Self-service shops and showrooms	500 Lux
Mağazalar(Genel) / Shops(General)	300 Lux
Süpermarketler / Supermarkets	750 Lux

Başarılı bir aydınlatma; sağlayacağı aydınlık düzeyi, planlı sistemi ile alışveriş alanlarını daha aktif, hareketli, kullanılabilir hale getirecektir. Aydınlatmanın doğal-yapay kullanımının yanı sıra kullanıcılarda hem zihinsel hem de fiziksel olarak etkin bir rol aldığını söylemek mümkündür. Görüldüğü gibi; AVM'lerde mekân atmosferini etkileyen esas ölçüt aydınlatmadır. Buradan hareketle AVM'lerde aydınlatma;

- Kullanıcılarına konforlu bir alışveriş ve sosyal etkinlik alanı sunmalı
- Yapının, mekânların mimari karakterini, biçimini tanımlayacak nitelikte olmalı
- Kontrollü kullanımı ile mekândaki aydınlatma dengesini sağlamalı
- Birbirleriyle bağlantılı ve ayrı birimler arasında geçiş sağlamalı
- Kullanıcılarına yön vererek kolay erişim sağlamalı
- Mekânları cazip hale getirerek dikkat çekecek nitelikte olmalı
- İç mekânları çekici hale getirmeli

- Kullanıcılarını psikolojik, fiziksel açıdan rahatlatacak düzeyde olmalı (çünkü psikolojik olarak rahatlayan bir beyin bedenen her türlü eyleme odaklanabilecektir)
- Kullanıcılarının eylemlerini kısıtlamayacak aksine yönlendirerek yardımcı olacak şekilde planlanmalı
- Her türlü kullanımı ve algıyı kolaylaştırmalı (güvende ve rahat hissettirmeli)
- Mekânları tanımlanabilir, net bir şekilde ifade etmeli
- Olası kazaları engellemeli
- Göz sağlığını koruyarak uygun aydınlatma kullanımı sağlanmalıdır.

#### **4.2.1.2 Yön bulma (plan tipi) ve sirkülasyon**

Mimari projede arsanın yapısına göre plan tipi belirlenip bu doğrultuda projede yer alacak mekânların, yapının işlevine göre tasarlanması gerekmektedir. Hoogstad mekân tiplerini; çizgisel, merkezi ve eklem şeklinde gruplandırmıştır (Göler, 2009'da atıfta bulunduğu gibi). Çizgisel mekânlar doğrusal, organik gibi farklı biçimlere sahip olmakla beraber; dış mekânlar için caddeler, yollar; iç mekânlar için de merdiven-koridor-asansör gibi sirkülasyon elemanlarından oluşan, ulaşımı sağlayan geçiş alanlarıdır. Bu sirkülasyon elemanlarının evrensel tasarım doğrultusunda; standartlara uygun boyutlara, yeterli geçiş ve kullanım alanları ile gerekli uyarı sistemlerine (yazılı, görsel, dokunsal, işitsel) sahip olması gerekmektedir.

Merkezi mekânlar; kullanıcıların eylemlerine ara verdikleri, dinlenip vakit geçirdikleri ortak kullanım alanlardır. AVM'lerde merkezi mekânlara örnek olarak dinlenme alanları verilebilir. Dinlenme alanlarında özellikle yaşlı, engelli ve çocuklu kullanıcılar olmak üzere; tüm kullanıcılara yönelik konforlu dinlenme birimleri (zeminden farklı renk kullanımı ile ayırt edilebilir oturma birimleri, masaj koltukları, çocuklar için darbe önleyici donatılar gibi) oluşturulmalıdır.

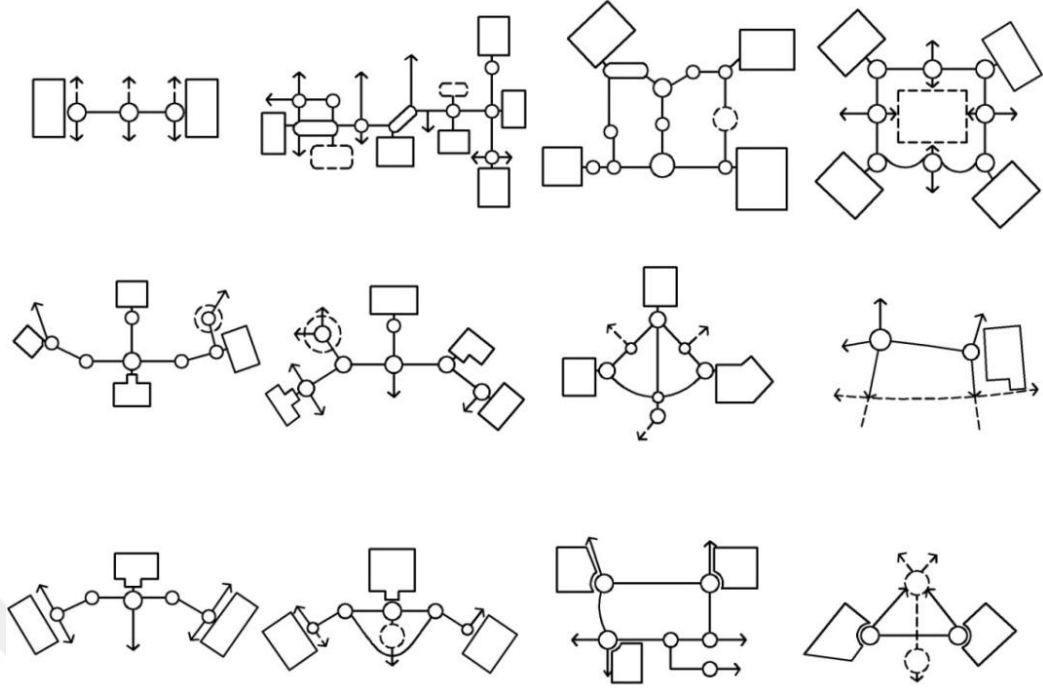
Eklem mekânlar adından da anlaşılacağı üzere çizgisel ve merkezi mekânların kesişmesiyle oluşan alanlardır. AVM'ler için kullanıcıların toplanıp dağıldıkları düğüm noktaları yani; AVM girişleri, meydanları, atriyumları ve geçiş alanları eklem mekânlara örnek olarak verilebilir. Bu mekânlar bir nevi kullanıcı eylemlerini yönlendiren alanlardır. Bu tür birleşim-dağılım noktalarında; evrensel tasarım

standart ve yönetmelikleri kapsamında, algılanabilir bilgiye sahip yönlendirme ve uyarı sistemlerinin yer alması ulaşılabilirlik açısından önemlidir.

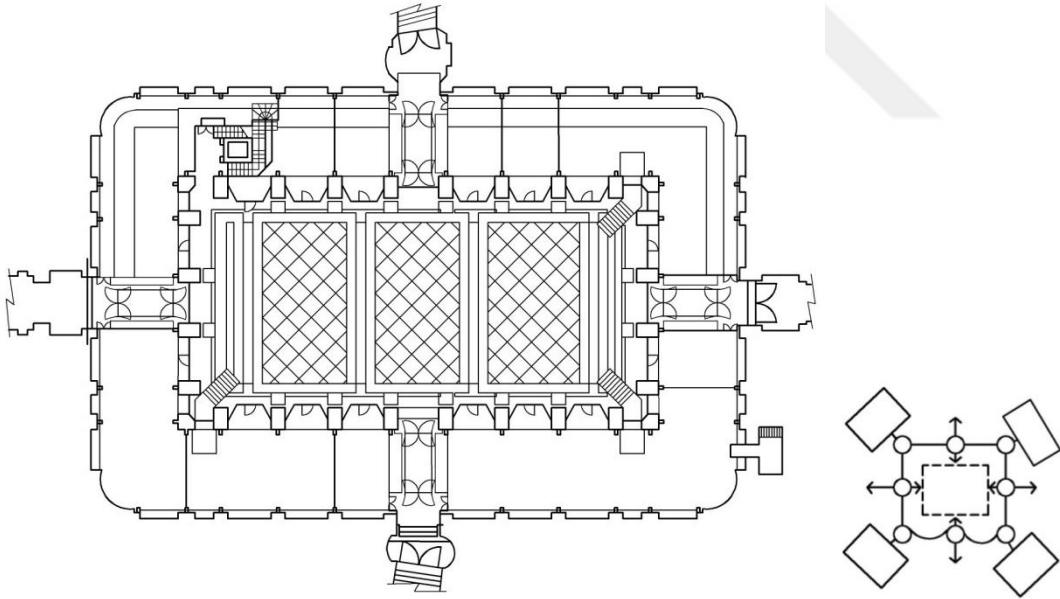
Çizgisel, merkezi ve eklem gibi mekânlar, bir AVM'nin bel kemiğini oluşturan en önemli alanlardandır. Dolayısıyla bu mekânların mimari plandaki konumu, boyutları, birbirleriyle ilişkisi ve tasarımı oldukça büyük bir yer tutmaktadır. Mekânların tasarım aşamasında planlanması, uygun alanlarda konumlandırılması ve orantılı bir şekilde boyutlandırılması gerekmektedir. Yani, mimari plan ile iç mekânlarının sadece proje üzerinde değil gerçek hayatta (tasarımdan uygulamaya) yaşayan ve işleyen bir yapı olması önemlidir.

Mekânlardan verim alınması; iç mekânların net bir biçimde algılanmasına, sağlıklı bir şekilde analiz edilmesine bağlıdır. İç mekânlar yalnızca mekânın fiziksel, hacimsel özelliklerine bağlı değildir; kullanıcıların içerisinde farklı yaşamsal faaliyetlerini gerçekleştirdikleri mekânsal bileşenlerden oluşan işlevsel ve tasarımsal bir bütündür.

AVM'lerde plan tipi; bünyesinde barındırdığı mağazaların, yeme-içme alanlarının, sosyal alanların, boş alanların, sirkülasyon elemanlarının konumuna göre şekillenmektedir. Bunu gösteren farklı plan tipine sahip diyagram modelleri bulunmaktadır (Coleman, 2006), (Şekil 4.4). Bu doğrultuda İngiltere'den Royal Exchange AVM'nin zemin kat planına bakıldığı zaman; AVM'nin sahip olduğu diyagram modeli aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Şekil 4.5). Yönlendirme levhaları da herkese hitap edecek şekilde düzenlenmeli ve tüm gerekli alanlara yerleştirilmelidir. Engelli kullanıcıların kimseye danışmadan, yardım almadan net bir algıyla yönlendirilmeleri sağlanmalıdır. Kullanıcılar AVM'lerde sakin bir kafayla rahat bir şekilde dolaşabilmelidirler. Bu durumda kullanıcıların konforu da sağlanmış olacaktır. Aksi durumda kullanıcılar yön bulamadıklarında strese girip tedirgin olmaktadır.



**Şekil 4.4 :** AVM tasarımlarında farklı plan tipine sahip diyagram modelleri (Coleman, 2006).



**Şekil 4.5 :** Royal Exchange zemin kat planı, İngiltere (Fitzroy Robinson, akt. Coleman, 2006).

AVM'lerde kullanıcıların otopark girişinden mağazalara, sosyal ve dolaşım alanlarına ulaşımı, yürüyen merdivenlerin ve asansörlerin konumu, satış birimlerinin algılanabilmesi ve AVM'nin tasarımı; AVM içinde kolay yönlendirilme ile sirkülasyonun rahat akışı için önemlidir. Sirkülasyon elemanları iyi tanımlanmalı, birleşme-dağılma gibi düğüm noktaları (kesişme noktaları), konumları ile formları

anlaşılabilir ve algılanabilir olmalıdır. Çünkü kullanıcılar AVM'ye girdiği andan itibaren; girişinden (normal veya otopark girişi) diğer tüm alanlara kolaylıkla yönlendirilerek ulaştırılmak isterler. Bu durum özellikle engelli, yaşlı ve çocuklu kullanıcılar için büyük önem arz etmektedir. Örneğin; yürüyen merdivenler ulaşımın dışında konumu ve iniş-çıkış yönleri ile kullanıcıların bulunduğu alanı rahatlıkla algılatarak alana hakim olmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla rahat algılanan bir plan tipi ve başarılı bir yönlendirilme ile kullanıcı konforu sağlanmalıdır.

#### **4.2.1.3 Mekân tasarımının etkisi**

İnsanlar bir yapıyla, mekânla ilgili ilk izlenimlerini görsel tasarımdan edinirler. Görsel tasarımı da etkileyen malzeme, malzemenin kullanılış biçimi ve tasarımın formudur. Dolayısıyla görsel tasarımın mekân algısında oldukça önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Mekân bileşenleri (tavan-zemin-duvar), mekân elemanları, mekân tasarımı, mekân bileşenlerinin tarzı, formu, boyutları, rengi, ışığı, dokusu gibi özellikleri mekân tasarımında etkin rol oynamaktadır. Mekân-kullanıcı ilişkisinde kullanıcı psikolojisi doğrudan etkilendiği için nitelikli mekân tasarımlarının yapılması gerekmektedir. Nitelikli mekânların da, insanların hayatını kolaylaştıran evrensel tasarımla (Örn; yürüme engeli olan kullanıcılar için rampa kullanımı, kaymayan zemin malzemeleri, hissedilebilir yüzey uygulamaları, uygun yüksekliğe ve görüş açısına sahip kullanım alanları, engelli tuvaletleri ve park alanları gibi) oluşturulması mümkündür.

Mekân tasarımında kullanılan malzemelerin renginde, tasarımında ve formunda zıtlıklar oluşturularak dinamik bir etki yaratılabilir. Tasarımda zıt renk kullanımı; görsel hafızada kalıcılık sağlamanın yanı sıra, kısmi görme engeli olan kullanıcılar için ayırt edilebilir nitelikte olması bakımından önemlidir. Tüm bu kullanımların farklı tasarımlara ve etkilerine rağmen bütününde dengeli bir uyumun yakalanması gerektiği unutulmamalıdır.

Bir mekânın sınırlarını oluşturan temel mekân bileşenleri, mekân algısına etki eden birincil elemanlardır. Özellikle duvar gibi dikey mekân bileşenleri; farklı cephe tasarım ve sistemlerine sahip olan, iç-dış mekân sınırını çizen, alanı belirleyen ve bir mekânı tanımlayan önemli elemanlardandır.

Bir AVM'nin sınırlarını oluşturan dış cephesi bulunduğu alanın çevresiyle iletişim halindedir. İç mekânları ise; içten-dışa geçiş sağlayarak iç-dış mekân ilişkisini kurup



bu mekânların birlikteliğini de sağlamış olur. Böylece mimari tasarımda ve algıda bütünlük, devamlılık sağlanarak etkinlik kazandırılmış olur. Ayrıca AVM iç mekânlarını çekici hale getirmek ve kullanıcılarda istenilen etkiyi bırakmak için de; doğru kurgulanmış nitelikli bir aydınlatma, mekân tasarımında olmazsa olmaz bir kriterdir.

AVM'lerin iç mekânlarında günümüz teknolojisinden yararlanılarak yeni tekniklerle oluşturulan malzemeler ve aydınlatma sistemleri ile çekim potansiyeli yüksek iç mekânlar tasarlanmaktadır. Tasarım gücü yüksek olan bu tür fonksiyonel, konforlu, cazip iç mekân tasarımları sayesinde mekânların kalitesi artmaktadır. Buna bağlı olarak AVM'lere yönelim de artmaktadır. Böylece AVM'ler, kendi kurguladıkları dünyada kendi kurguladıkları sistemlerle kullanıcılarını dış mekândan ve zamandan soyutlayarak istedikleri gibi yönlendirmeyi başarmaktadırlar.

“Mekân örgütlenmesi, çevrenin biçim ve malzeme gibi ona fiziksel anlatımını veren diğer özelliklerinden çok daha esaslı bir özelliğidir. Mekân örgütlenmesi mekân biçimi, kütlesi, sınırlayan ve bölen öğeleri, bileşenleri, renk, ışık, ve dokusuyla sağlanır.” (Gür, 1996. s.34). Dolayısıyla başarılı bir mekân tasarımında; tavan-zemin-duvar gibi mekân bileşenlerinin yanı sıra kapı-pencere, donatı gibi diğer bileşenlerin malzeme, biçim gibi özellikleri özenle belirlenerek kendi içerisinde ayrı ayrı, fakat genelinde bütünlük arz edecek şekilde dengeli tasarlanması gerekmektedir.

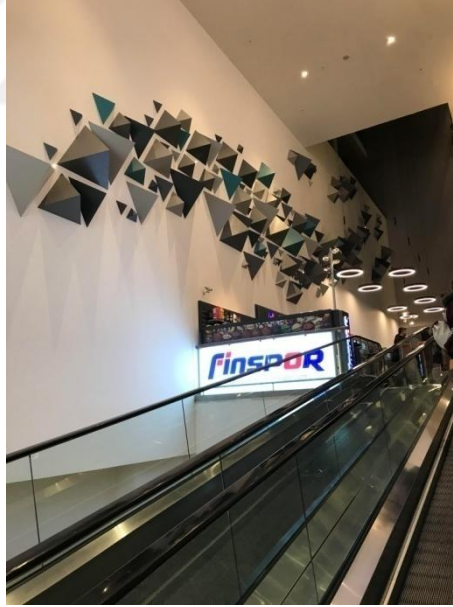
#### **4.2.1.4 Mekânda kullanılan malzemenin biçim-renk-doku etkisi ve donatı düzeni**

Literatürde geçen mekân kavramı tanımlamalarından hareketle; mekân organizasyonunun mekânsal bileşenler ve öğelerle beraber hacim, biçim, kütle, aydınlatma, renk, doku gibi parametrelere bağlı olduğunu söylemek mümkündür. Bu parametreler mekânı belirleyen, tanımlayan elemanlardır.

“Mekân tasarım elemanları olan renk, biçim ve doku ayrı ayrı bir arada bilinçli olarak düzenlenerek mekân oluşturdukları sürece içinde bulunan insanlara tatmin edici ve mutlu bir ortam sağlamaktadır.” (Göler, 2009, s.9). Dolayısıyla; kaliteli bir mekân organizasyonu, mekânda kullanılan malzemelerin biçim-renk-doku etkisi ve donatı düzeniyle orantılıdır. Evrensel tasarımla, etkili ve çeşitli mekân atmosferleri oluşturmak mümkündür. Çeşitli mekân atmosferlerine bağlı olarak kullanıcılarda da farklı psikolojik etkiler oluşmaktadır. Bu durumda mekân, kullanıcılarını ya kendine

daha çok çekmekte ya da kendinden uzaklaştırmaktadır. Bu etkilerin hepsi tasarımcının mekânı kullanma tarzına bağlıdır. Tasarımcıların da her türlü kullanıcı grubuna yönelik, evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda; ulaşılabilir, kullanılabilir, algılanabilir ve anlaşılabilir tasarımlar yapması gerekmektedir.

Renkler sahip olduğu özelliklerden dolayı insan psikolojisine algısal, duygusal açıdan önemli ölçüde etki etmektedir. Renk; nesnelere, mekânlara enerji veren her türlü nesne, donatı, mekân ve çevrenin varlığını hissettiren ve algılanmasını sağlayan en önemli etkenlerdendir (Resim 4.4, 4.5). Mekânlarda kullanılan bazı renkler; karamsarlık, bunaltıcı hisler oluştururken; bazı renkler de rahatlatıcı, huzur verici olabilmektedir. Önemli olan renklerin uygulandığı alanlarda işlevine uygun yeterli ölçüde dengeli bir şekilde kullanılmasıdır. Çünkü kullanıcılarda oluşturulmak istenen etki, duygu renkler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Özellikle kısmi gören engelli kullanıcılar için zıt renk kullanımı oldukça önemlidir (Örn; AVM'lerin camlı giriş kapılarında, malzemenin cam olduğunu belirten ayırt edilebilir renk kullanımı ile görsel işaretleme yöntemleri, Bkz. Resim 5.14).



**Resim 4.4 :** İstanbul Optimum AVM'nin geçiş alanında renklerle desteklenmiş işlevsel (yönlendirici) ve tasarımsal (biçimsel tarzı) duvar tasarımı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 4.5 :** AVM'de dış cephesinde renk kullanımı ve etkisi (Url-21).

Renklerin kullanım ölçütüne göre aydınlatma ile de ilişkili olarak mekânların büyük (geniş-ferah), küçük (dar-sıkıcı), sıcak veya soğuk mekânlar olarak algılanmasını sağlar. Bilindiği gibi; sarı, kırmızı ve turuncudan oluşan sıcak renkler adından da anlaşılacağı üzere, sıcak (dinamik) bir etki yaratırken; mavi, mor ve yeşilden oluşan soğuk renkler de sakin, dingin bir etki yaratmaktadır. Renklerin ayrı veya birlikte fakat birbirleriyle uyumlu ve dengeli kullanımı tasarımcının yeteneğine ve tasarım gücüne bağlıdır.

Herhangi bir nesnenin ve/ya alanın yüzeyinde kullanılan malzemeler, onun dokusunu oluşturur. Taş, ağaç gibi doğal malzemeye sahip yüzey dokusu ya da metal, çelik, tuğla gibi yapay malzemeye sahip yüzey dokuları da mevcuttur ve bu yüzey özellikleri dokunsal ve/ya görsel olarak hissedilir. Nesnelere algılanabilmesi biçim-renk-doku etkisinin hissedilip anlaşılabilmesi bakımından aydınlatmanın etkisi büyüktür. Doğru aydınlatma kullanımı malzemenin dokusunu da doğru tanımlayacaktır. Düz ya da dokulu, sert ya da yumuşak dokulu yüzeylerin kullanıcılar arasında farklı etkiler oluşturduğu bilinmektedir. Örneğin; sert dokulu yüzeylerin kullanıldığı alanlar daha küçük-dar, yumuşak dokulu yüzeylerin kullanıldığı alanlar da daha geniş algılanmaktadır. Çünkü sert dokulu yüzeyler yakın, yumuşak dokulu yüzeyler uzak gösterme özelliğine sahiptir.

AVM mekânlarında oluşturulmak istenen atmosfer etkisi doğru malzeme seçimi, uygulama tekniği, malzemenin biçimi, işlevselliği, dayanıklılığı, fiziksel etkilere-darbelere karşı korunumu gibi özelliklere de bağlıdır. Çünkü malzeme seçimi ve kullanımına bağlı olarak mekânda istenilen imaj yakalanarak kullanıcılara çekici alanlar sunulmaktadır. Örneğin AVM'lerin zemin döşemelerinde; farklı kullanıcı

profili (engelli, yaşlı, çocuk, hamile, çocuklu kullanıcılar gibi) doğrultusunda yoğun kullanıma dayanıklı, uzun ömürlü, kaygan olmayan, darbe önleyici zemin malzemeleri tercih edilmelidir. Zemin döşemelerinde malzeme farklılığı ile alanlar işlevine göre sınırlandırılabilir, kullanıcıları yönlendirebilir nitelikte olmalıdır. Bu tarz farklı malzeme kullanımları, birbirleri ile uyumlu geçiş sağlayacak şekilde tasarlanmalıdır. AVM'lerin dinlenme alanlarında kullanılan oturma birimleri de dinlendirici, kolay kullanıma uygun ve kullanıcı konforunu sağlayacak düzeyde yumuşak yüzey malzemelerden ve köşe dönüşleri dairesel olan hatlardan oluşmalıdır.

İç mekânlarda yer alan donatı öğeleri; mekânda bölücü, sınırlayıcı aynı zamanda bulunduğu alanın işlevine göre ayırıcı, bir yandan da bütünleyici görevler üstlenir. Bu görevlere ait alanlara; AVM'lerde dinlenme alanları, ortak dolaşım alanlarında yer alan küçük alanlara sahip işletmeler ve zaman zaman meydanlarda, atriyumlarda tanıtım yapan firma stantları örnek olarak verilebilir.

Açık alanlara sahip olan AVM'lerde dinlenmek, gezmek, oturmak için her türlü yaş grubuna hitap eden gerekli kent mobilyaları yer almalıdır. Bazı kapalı AVM'lerde sokak havası yaratmak amacıyla AVM'leri çekici kılan aydınlatma elemanları, oturma birimleri, su öğeleri, iç mekân peyzaj öğeleri gibi kent mobilyaları tercih edilmektedir. Bu tür kent mobilyaları, kullanıcı konforu bakımından önemli olup mekânlara canlılık katarak hareketliliği arttırmaktadır.

#### **4.2.1.5 Mekân atmosferi**

Konfor koşullarını sağlayan nitelikli bir mekân, mekân atmosferi bakımından önemlidir. Mekân atmosferinde denge, vurgu, oran, ritim, uyum, düzen, devamlılık, bütünlük, zıtlık gibi iç mimari tasarım ilkeleri etkilidir. Bilinen ünlü mimar-tasarımcılara bakıldığı zaman; tasarladıkları yapıların fiziksel, mimari özellikleriyle beraber tasarım ilkeleri doğrultusunda oranlı, uyumlu ve dengeli mekânlar planladıkları ve mekân kurgusunu görsel uyumla da zenginleştirerek etkili bir şekilde sundukları söylenebilir.

Mekân, evrenin en temel, en önemli öğelerinden biridir. Evreni bu öge dışında, ondan soyutlayarak düşünmek, hiç değilse biz insanlar açısından olanaksızdır. Maddenin mekânsal özellikleri, onun en temel, en önemli ve en vazgeçilmez özelliklerindedir. Madde mekân içinde var olur, mekân içinde varlığını sürdürür. (Tümer, 1984).

Buradan hareketle; insan bedeninin de maddesel bir varlık olduğunu, buna bağlı olarak insanın bulunduğu mekânda yer edinerek varlığını koruduğunu söylemek

mümkündür. Mekânların her türlü kullanıcının ihtiyacını (Örn; AVM girişlerinde yer alan halıların tekerlekli sandalye kullanımını engellemeyecek düzeyde olması, sirkülasyon alanlarında dolaşımı engelleyen kent mobilyalarının olmaması, çocuklar için katlarda ilgili oyun-eğlence alanlarının olması gibi) karşılayacak düzeyde evrensel tasarım standart ve yönetmeliklerine uygun olması gerekmektedir.

“Bir mekânın algılanabilirliği, sadece fiziksel sınırlayıcılardan ibaret olmayıp, aynı zamanda görsel, kültürel, sembolik bir takım değerleri de ifade etmektedir. Eski çağlardan günümüze kadar bilinen yapı örneklerinin başarı ölçütü de sözü edilen bu özelliklere bağlıdır.” (Göler, 2009, s.224). Dolayısıyla tasarımlar fiziksel özelliklerinin dışında döneminin mimari, kültürel, sosyal değerlerini de taşıyıp gelecek dönemlere aktarabilecek nitelikte olmalıdır. Çünkü bir mimari yapı, taşıdığı bu değerler ile daha da değerlendirilip kalıcılığını sağlayacaktır.

Aydınlatmanın çeşidi, tarzı, tasarımı, konumu, aydınlatma düzeyi, mekânda kullanılan malzemelerle olan ilişkisi, mekândaki dokunsal-görsel etkiler, mekânın boyutları ile mekân-donatı düzeni mekân atmosferinde aydınlatmaya bağlı olan önemli parametrelerdir.

Kamusal alan olan AVM'lerde evrensel tasarım, önemli bir tasarım düşüncesidir ve mekân kalitesinde de etkin bir yer tutmaktadır. AVM'lerin bu doğrultuda planlanıp tasarlanması gerekmektedir. AVM'lerde mekân atmosferi/kalitesi;

- Herkes için (evrensel tasarım) tasarlanmasına
- Mekânın işlevine uygunluğu
- Mekân tasarımı
- Mekânın büyüklüğü
- Mekânın özgünlüğü
- Mekânın estetik özelliği
- Mekânın bütünlüğü
- Mekânın hareketliliği
- Doğal-yapay aydınlatma etkisi
- Erişilebilir olması
- Malzemenin biçim-renk-doku etkisi
- Mobilya/donatı tasarımı ve yerleşimi
- Ortamın konfor koşulları

- Peyzaj öğelerinin kullanımı
- Sadece mekânın fiziksel özelliklerine değil, kullanıcıların zihinsel/algısal iletişimine bağlı olduğu
- Kullanıcıların kendilerini güvende ve rahat hissetmeleri
- Aidiyet duygusu
- Kullanıcılarda bir anlam oluşturması
- Tekrar gitme isteği uyandırması
- Mekânda kullanılan müzik gibi etkenlere bağlıdır.

#### 4.2.2 İşitsel Konfor

İşitme duyusu, hayati bir ihtiyaç olan işitme eyleminin yanı sıra insan vücudunun dengesini sağlamaktadır. İnsan yaşantısına bu denli katkısı olan işitme eyleminin, insan sağlığı açısından büyük bir öneme sahip olduğu söylenebilir. İşitsel algılamanın temel bileşenlerini ses kaynağı, sesin iletileceği ortam ve işitme sistemi oluşturur. Dolayısıyla işitsel konfor; insanların her türlü bilgi, nesne, mekân ve çevrenin algılanmasında, yaşamlarını sürdürmesinde ve anlaşılmasında, genel olarak her şeyden önce insan sağlığı açısından oldukça önemlidir.

Özçevik'e göre “Bir kaynak tarafından üretilen sesin, içinde iletildiği ortamın koşullarına bağlı olarak değişmesi ve kulağı işitsel duyarlılığı oranında uyarması olaylarını kapsayan süreç, işitsel algılama olarak adlandırılır.” (Üçkaya, 2014'de atıfta bulunulduğu gibi). Örneğin AVM'lerin belirli alanlarında (lounge) söyleşi, imza günü gibi çeşitli sosyal etkinlikler düzenlenmektedir. Bu tür etkinlik alanlarında da konuşmacının işitsel olarak mekân hâkimiyeti, izleyicilerle iletişimi ve sesin net ulaşabilmesi yani konuşmacının anlaşılabilmesi, işitsel algılamanın oluşması için uygun işitsel konfor koşullarının sağlanması gerekmektedir. AVM'lerde işitme engeli olan kullanıcılara yönelik algılanabilir bilgiye sahip yazılı ve görsel uyarı, bilgilendirme ve yönlendirilme sistemleri (Örneğin; asansörlerin kabin içi ve dışında kullanılan ışıklı uyarı sistemleri, AVM'lerdeki sinyalizasyon sistemleri, info-bilgilendirme panelleri gibi) bulunmalıdır.

Yeterli işitsel konforun sağlanmadığı alanlarda; kullanıcılarda odaklanma, algılama problemlerinin yanı sıra iş gücünün-potansiyelin düşmesi, verim alınmaması gibi olumsuz durumlara bağlı olarak kullanıcılarda agresiflik, gerginlik ve stres oluşmaktadır. AVM'lerin iç mekânlarında bu olumsuz durumlara yol açmayacak



gerekli işitsel konfor koşulları sağlanarak huzur verici, sakin müzik türleri de tercih edilmelidir.

AVM'lerin dolaşım ve kullanım alanlarının, özellikle kullanıcı yoğunluğunun fazla olduğu düğüm noktalarının, yeme-içme mekânlarının tavan, duvar ve zemin döşemelerinde özel teknolojik sistem ve malzeme seçimleri yapılmalı ve uygulanmalıdır. Aslında bütününde bakıldığı zaman; her birimin kendi içerisinde işlevine uygun bir biçimde yeterli ve gerekli koşulların sağlanması gerekmektedir. Örneğin bir sinema salonunun olmazsa olmaz özelliği, nitelikli hacim akustiğini sağlayacak işitsel konfora sahip olmasıdır. İşitsel konfor koşulları tasarım aşamasında planlanması gereken önemli bir kriterdir. Hacimlerin işlevine uygun malzeme seçimleri yapılarak gereken önlemler alınmalıdır.

#### **4.2.2.1 Gürültü ve ses etkisi**

Kullanıcıları rahatsız eden her türlü ses gürültüyü oluşturur. Gürültü, kullanıcıların mekân içindeki işitsel konforunun yanı sıra fiziksel konforunu da etkileyen önemli bir faktördür. Gürültü yapıların/mekânların iç ve dış seslerinden oluşmaktadır. İç ses; iç mekândaki müzik, insan sesi, konuşma, uğultu varsa mekânlarda çalışan alet-makine sesi iken dış ses; iç mekân dışından gelen araç, insan, iş makineleri, fiziksel hava koşullarından kaynaklanan gürültülerdir. Örneğin AVM ortamlarında oluşan gürültü ve ses, kullanıcıları olumsuz etkilemekle beraber; kullanıcıların verimini düşürmektedir. Herkese yönelik hareket edip evrenselliği sağlamak adına gerekli önlemler (indüksiyon döngü sistemleri gibi-indüksiyon döngü sistemleri, ortamdaki gürültü ve ses etkisini keserek, işitme cihazı kullanıcılarının rahat iletişim kurmalarını sağlamaktadır) alınmalıdır.

Bir mekândaki gürültü ve ses etkisi, çok kısa sürede ve hızlı bir şekilde kullanıcılarını rahatsız edip memnuniyetsizliğe iterek kullanıcıların ortamdaki şikâyet etmelerine, stresli olmalarına neden olmaktadır. Bu durum kullanıcıların ruh haline yansyarak psikolojik olarak etki etmektedir. AVM'lerde gürültü ve sesi kesen gerekli ses yalıtım sistemleri ile bu tür olumsuz durumların önüne geçilmelidir.

“Yapılarda akustik yönden yeterli işitsel konfor koşullarının sağlanması için, hacim akustiği ve gürültü denetimi konuları üzerinde durulması gerekmektedir. Hacim akustiği, hacim içindeki sessel olayları kapsamaktadır.” (Şerefhanoglu Sözen, 2001). Buradan hareketle; AVM'lerde de hacim akustiği duvarlarda, bölücü alanlarda kullanılan ses emici, yutucu akustik panellerle sağlanmaktadır. Önemli olan; yapıım

aşamasında gerekli alanlarda ve doğru tekniklerle bu panellerin uygulanarak olası gürültü ve ses etkisinin minimum seviyeye indirilebilmesidir.

#### 4.2.3 Isısal Konfor/Termal Konfor

Fiziksel, yani görsel, işitsel, ısısal gibi konfor koşulları; AVM'lerin iç ortam koşullarını etkileyen konfor çeşitleridir. Bunlar arasından ısısal konfor; iç ortamın hava kalitesi, sıcaklık düzeyi, nem oranı ile ilgilidir. İç ortamların ısısal konforu;

- Kullanıcının giysisi
- Hareket düzeyi
- Ortamın hava kalitesi
- Hava sirkülasyon hızı
- Nem oranı
- Ortalama sıcaklık düzeyi ve
- Gün ışığının etkisi gibi parametrelere bağlıdır.

BS EN ISO 7730 standartlarına göre “Isısal konfor, kişinin kendisini çevreleyen ortamın daha soğuk ya da daha sıcak olmasını istememesi, ortama göre kendisini nötr hissetmesi ve kendi vücudunun herhangi bir yerine bölgesel bir ısıtmaya ya da soğutmaya maruz kalmaması şeklinde tanımlanmaktadır<sup>4</sup>.” (Şerefhanoglu Sözen, 2001'de atıfta bulunulduğu gibi). Yani ısısal konfor; insanların bulunduğu ortamın ne sıcak ne soğuk olması, kişileri rahatsız etmeyecek şekilde iç mekânın her yerine eşit, dengeli ortalama sıcaklık düzeyinin sağlanmasıdır. AVM'lerde de tüm kullanıcı gruplarına hitap edebilmesi için sabit ortalama sıcaklık düzeyinin sağlanması gerekmektedir. İnsan-mekân etkileşiminde sabit sıcaklığın sağlanması, ısısal konfor bakımından büyük önem taşımaktadır. Çünkü ısısal konfor insan sağlığına fiziksel ve psikolojik olarak etki etmektedir.

Yapının bulunduğu arsanın iklimsel özellikleri, topoğrafyası, çevre yapılarla ilişkileri, mekân organizasyonu, yapı sistemi, yapı kabuğunu oluşturan malzeme ve bileşenler iç ortam ısısal konforunu etkileyen faktörler arasındadır. Isısal konfor sıcaklık aralığı, iç ve dış iklimsel değişkenlere bağlı olarak kullanıcının ısısal konforunun sağlanabildiği sıcaklık değerleri aralığıdır. (Ulukavak Harputlugil ve Çetintürk, 2005, s.79-80).

---

<sup>4</sup> Federation of Environmental Trade Associations, 2013.

AVM'lerde de uygun konfor koşulları sağlanarak, dışarıdaki olumsuz fiziksel hava şartlarından etkilenmeyen, ortalama sıcaklık düzeyi olan iç mekânlar sunulmaktadır. AVM'ler sağladığı sabit iç ortam sıcaklık düzeyi ile oldukça rağbet gören tüketim alanlarındandır. AVM'ler ısısal konforu yapay iklimlendirme sistemleri ile sağlamaktadır. Böylece sabit iç ortam sıcaklık düzeyinin kontrolü sağlanıp ayarlanabilmektedir.

#### **4.2.3.1 Hava sirkülasyon hızı, ısı ve nem**

İnsanlar vakitlerinin çoğunu iç mekânlarda (evde, işte, okulda, sporda, alışverişte vs.) geçirirler. Dolayısıyla bu iç mekânlarda başarılı bir havalandırma (iklimlendirme) sistemi kullanıcı konforunu sağlaması bakımından şarttır. AVM'ler de evrensel tasarıma uygun uygun konfor koşulları sağlandığı takdirde, kullanıcıların da gerçekleştirdiği eylemden aldığı verim artacaktır.

İnsanlar buldukları ortamın sınırlarını oluşturan kabuk ve bu ortamın iç havası ile etkileşim halindedir. İç ortamda oluşan hava; hava sirkülasyon hızı, ısı ve nemden etkilenmektedir. İç ortamdaki hava kalitesi ise; ortamdaki havanın temizliğine, ortamdaki kokuya, ortamın sıcaklığına ve nemine bağlıdır. Dolayısıyla AVM'lerin mimari özellikleri, mekân atmosferi, iç mekân tasarımı ne kadar başarılı olursa olsun; eğer konforlu (uygun düzeyde) bir hava kalitesi sağlanmamışsa bu özelliklerin hepsi geri planda kalıp değerini yitirecektir. Hava sirkülasyon hızı, hava basıncına göre hareket eder. Hava sıcaklığı da güneş ışınımına göre belirlenmektedir.

AVM'lerde ortamın ısı düzeyi yani sıcaklığı, kullanıcıları etkileyen en önemli konfor koşullarındandır. Ortam ısının yüksek veya düşük olması; gerek kullanıcılar gerek çalışanlar açısından performansın düşmesine neden olmaktadır. Bu durum, kullanıcılara ve çalışanlara psikolojik ve fiziksel açıdan olumsuz etki etmektedir. Ortam ısının düşük olması durumunda; ısı kaybı olacağından hava sirkülasyon hızının etkisi ile ortam soğumakta ve kullanıcılarda yapılan eyleme odaklanamama durumu söz konusu olmaktadır. Sıcak olması durumunda ise; ısı artışı olmakta ve ortam ısınmaktadır. Dolayısıyla; ortam sıcaklığının etkisi ile kullanıcılarda rehavete bağlı olarak halsizlik, isteksizlik oluşmaktadır. Önemli olan; ortam ısısının ne sıcak ne de soğuk olmasıdır, ortamın ısı dengesinin sağlanmasıdır.

AVM cephelerinde yer alan açıklıklardan, tavanlarındaki tepe camlarından (tavan açıklıkları bulunan AVM'lerde), otomatik giriş-çıkış kapılarından oluşan hava sirkülasyonu ile AVM'lerde doğal havalandırma gerçekleşmektedir. Doğal

havalandırma yeterli gelmediği için, bununla birlikte havalandırma sistemleri kullanılarak daha konforlu, ferah ortamlar oluşturulmaktadır.

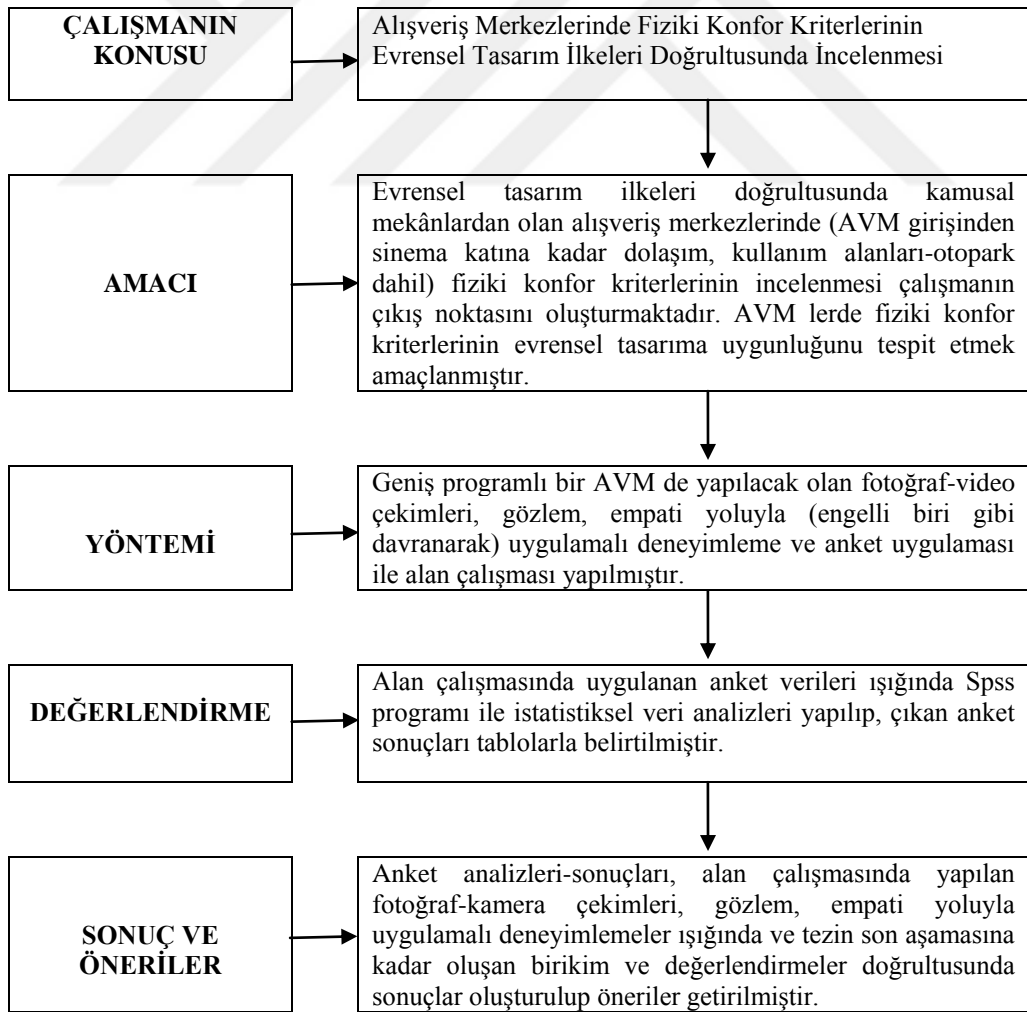
“Merkezi sistemler, merkezi bir hava ünitesi aracılığıyla ısıtma, soğutma, hava filtreleme, nem kontrolü ve havalandırma sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.” (Silver ve McLean, 2014). Bilindiği gibi AVM'ler, bünyesinde birden fazla fonksiyona sahip birimler/işletmeler barındırmaktadır. Bu nedenle iklimlendirme sistemlerinin seçimi ve performansı hem AVM işletmeleri hem de kullanıcıları açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. AVM'ler enerji tüketimi fazla olan yapılardan olduğu için; AVM'lerde sürdürülebilir, düşük enerji tüketimi sağlayan sağlıklı iklimlendirme sistemleri tercih edilmelidir.

Ortamdaki nem oranının düşük olması ortam havasının da kuru olması anlamına gelmektedir. İnsan sağlığını olumsuz etkileyen bu durum; kullanıcılarda göz kuruluğu, boğaz kuruluğu gibi rahatsızlıklara neden olmaktadır. Nem oranının artmasına bağlı olarak sıcaklık artmakta ve insan sağlığını olumsuz etkilenmektedir. Nem oranı yüksek olan ortamlarda; insan vücudunda alerjik reaksiyonlar gibi durumlar oluşmaktadır. Ayrıca zamanla oluşan tahribatlara bağlı olarak meydana gelen nem, yapının fiziksel elemanlarında kokuya neden olmaktadır. Ortamdaki nem oranının düşük ya da yüksek olması değil, ortalama düzeyde olması beklenmektedir. Çünkü; “Yüksek nem seviyeleri buharlaşma oranlarını düşürür. İnsan konforu için, bağıl nem % 40 ile % 70 arasında olmalıdır. Bununla birlikte, bağıl nemin % 60'ı geçtiği durumlarda, soğutma yeteneğimiz büyük ölçüde düşer.” (Silver ve McLean, 2014). Yani; hem insan sağlığını korumak, hem evrensel tasarım kapsamında kullanıcı konforunu oluşturmak hem de mekânın bileşenlerini, malzeme ve donatılarını gözetmek adına ortamdaki nem oranının dengelenmesi gerekmektedir.

## 5. ALAN ÇALIŞMASI: İSTANBUL'DA GENİŞ PROGRAMLI BİR AVM DENEYİMİ

Alan çalışması; ülkemizin en kalabalık, sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan en önemli şehri olan İstanbul'un Anadolu yakasında bulunan; rezidans ve ofis kulesi ile konut+ticari şeklinde karma proje konsepti gruplarından olan geniş programlı bir alışveriş merkezinde gerekli izinler alındıktan sonra gerçekleştirilmiştir (Çizelge 5.1). Tez içerisinde, alan çalışmasının gerçekleştirildiği alışveriş merkezinin ismi geçmeyip "A AVM" olarak bahsedilen AVM örnek niteliği taşımaktadır.

**Çizelge 5.1 : Çalışmanın aşamaları.**



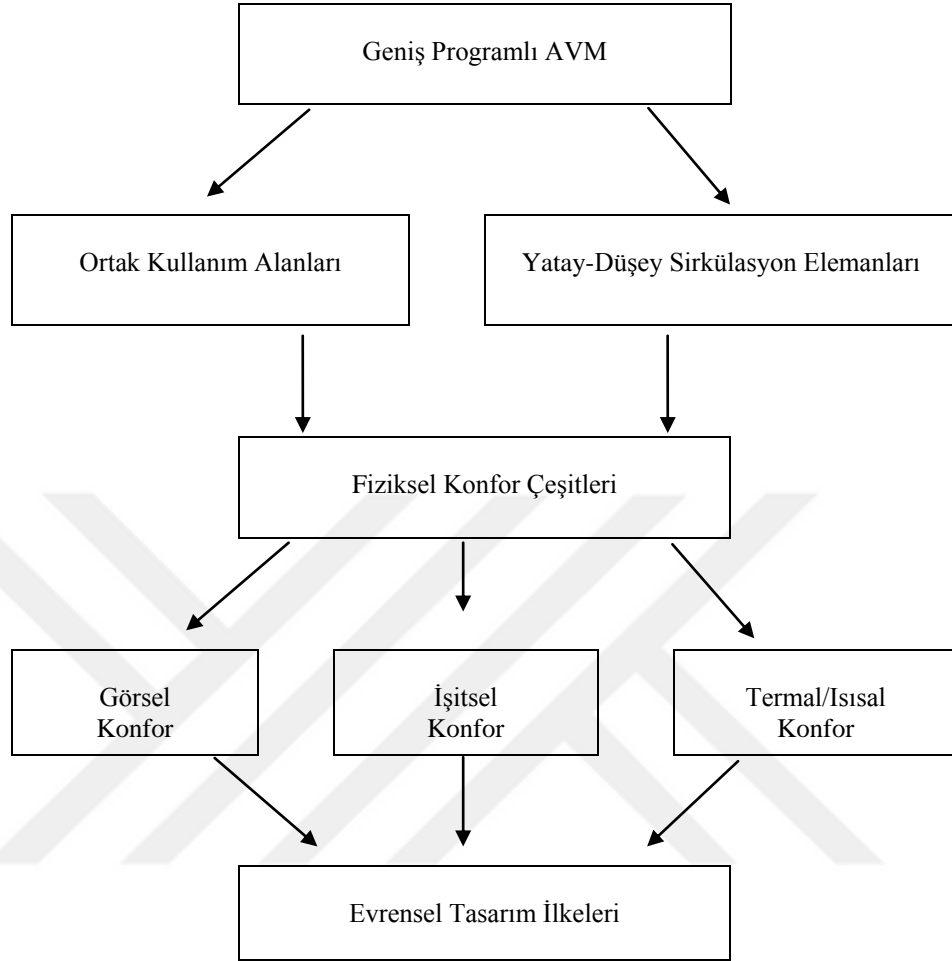
A AVM'de alan çalışmasının gerçekleştirildiği ortak kullanım ve dolaşım alanları şunlardır:

- A AVM Giriş-Çıkışları
- A AVM Danışma-Yönlendirilme
- A AVM Dolaşım Alanları
- A AVM Asansörleri
- A AVM Tuvaletleri
- A AVM Otoparkları
- A AVM Oturma-Bekleme Alanları ve Kent Mobilyaları ve Peyzaj Ögeleri
- A AVM Aydınlatma Kullanımı
- A AVM Yürüyen Merdivenleri
- A AVM Engelli Tuvaletleri
- A AVM Bebek Bakım Odası ve Çocuk Oyun Alanı
- A AVM İbadet Odaları
- A AVM Acil Tıbbi Müdahale Ünitesi
- A AVM Sineması
- A AVM Yeme-İçme Alanları

Alan çalışmasının yapıldığı alışveriş merkezi hakkında genel bilgi verildikten sonra; alan çalışmasında ele alınan alanlar, aşağıda yer alan fiziksel konfor çeşitleri ve evrensel tasarım ilke ve rehberleri çizelgeleri doğrultusunda incelenmiştir (Çizelge 5.2).



**Çizelge 5.2 :** Alan çalışmasında (geniş programlı AVM'de) fiziksel konfor çeşitlerinin evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmesi.



Alışveriş merkezinin ortak kullanım ve dolaşım alanları; fiziki konfor kriterleri, standartlar ve yönetmelikler doğrultusunda tüm bu alanların her biri evrensel tasarımın her ilkesine ve konfor kavramına göre ayrı alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Her bölüm içerisinde, gerçekleştirilen empati yoluyla uygulamalı deneyimlemelerin değerlendirilmelerine yer verilmiştir. Evrensel tasarıma, ilgili yönetmelik ve standartlara uygun olan ve olmayan durumlar görsel bilgilerle de desteklenerek açıklayıcı bir şekilde belirtilmiştir. Her alt başlığın son bölümünde bu detaylı değerlendirmeyi özetleyen evrensel tasarıma kısmen, tamamen uygun olduğunu ya da uygun olmadığını gösteren evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi yer almaktadır (Çizelge 5.3). Böylece tek AVM ele alınarak; AVM'ye ait tüm ortak kullanım ve dolaşım alanları kendi içerisinde alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde değerlendirilerek spesifik ve derinlemesine bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir.

**Çizelge 5.3 : Evrensel tasarım ilke ve rehberleri.**

<b>EVRENSEL TASARIM İLKE VE REHBERLERİ</b>	
<b>EVRENSEL TASARIM İLKELERİ</b>	<b>REHBERLERİ</b>
<b>1. EŞİT KULLANIM (EQUITABLE USE)</b>	<p><b>a.</b> Bütün kullanıcılar için kullanımın aynı olması; mümkün olduğunca özdeş, mümkün olmadığı zaman eşdeğer kullanım sağlanmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Mahremiyet, güvenlik ve emniyet için bütün kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır.</p> <p><b>d.</b> Tüm kullanıcıların ilgisini çekecek tasarımlar yapılmalıdır.</p>
<b>2. ESNEK KULLANIM (FLEXIBILITY USE)</b>	<p><b>a.</b> Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Sağ ya da sol elle erişim ve kullanıma olanak sağlanmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Kullanıcının doğru ve hassas kullanımı sağlanmalıdır.</p> <p><b>d.</b> Kullanıcının hızına uyum sağlanmalıdır.</p>
<b>3. BASİT VE SEZGİSEL KULLANIM (SIMPLE AND INTUITIVE USE)</b>	<p><b>a.</b> Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Tasarım, kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle tutarlı olmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Geniş okuryazarlık ve dil becerileri dikkate alınmalıdır. (Tasarım, kullanıcıların okur-yazar durumu ve dil becerileri hangi seviyede olursa olsun her türlü kullanıcıya hitap etmelidir.) (her türlü okuma-yazma ve dil becerileri olan veya olmayan tüm kullanıcılar hitap etmelidir)</p> <p><b>d.</b> Bilgi önem derecesine göre düzenlenmelidir.</p> <p><b>e.</b> Tasarım kullanımı sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar ve geri bildirimler sağlanmalıdır.</p>
<b>4. ALGILANABİLİR BİLGİ (PERCEPTIBLE INFORMATION)</b>	<p><b>a.</b> Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Temel bilginin okunabilirliği en üst düzeye çıkarılmalıdır.</p> <p><b>d.</b> Kullanılan elemanlar tanımlanabilecek şekilde birbirinden ayrılmalıdır (yönerge veya talimatları vererek kolaylaştırılmalıdır).</p> <p><b>e.</b> Duyusal sınırlamaları olan insanlar tarafından kullanılan çeşitli araç ve tekniklere uyum sağlanmalıdır.</p>
<b>5. HATA TOLERANSI (TOLERANCE FOR ERROR)</b>	<p><b>a.</b> Elemanlar tehlike ve hataları en aza indireyecek şekilde düzenlenmelidir: en çok kullanılan elemanlar en ulaşılabilir olmalı; tehlikeli elemanlar yok edilmeli, ayrılmalı veya korunmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır.</p> <p><b>d.</b> Tasarım, dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz davranıştan vazgeçirmelidir.</p>

### Çizelge 5.3 (devam): Evrensel tasarım ilke ve rehberleri<sup>5</sup>.

6. DÜŞÜK FİZİKSEL GÜÇ (LOW PHYSICAL EFFORT)	<p><b>a.</b> Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkan vermemelidir.</p> <p><b>b.</b> Kabul edilebilir güç sarfiyatı sağlanmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Tekrar eden eylemler en aza indirgenmelidir.</p> <p><b>d.</b> Uzun süren fiziksel çaba kullanımını en aza indirmelidir.</p>
7. YAKLAŞIM VE KULLANIM İÇİN YETERLİ ALAN (SIZE AND SPACE FOR APPROACH AND USE)	<p><b>a.</b> Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Oturan ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Tasarım farklı el ve kavrama boyutlarına uyum sağlamalıdır.</p> <p><b>d.</b> Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır.</p>

#### 5.1 Alan Çalışmasının Yöntemi

Alan çalışmasından önce dikkat edilmesi gereken önemli konular ve kriterler hakkında evrensel tasarımla ilgili; UNION 2011:2015 Çevre ve Yapı Standardı Baş Denetçi eğitimi alınmıştır. Alınan eğitimin yanı sıra konuyla alakalı; TS 12576 (Şehiriçi Yollar-Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları), TS 9111 (Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler için Binalarda Ulaşılabilirlik Gereklere), BM (Accessibility for the Disabled A Design Manual for a Barrier Free Environment), ADA (Standards for Accessible Design), El kitabı (Yerel Yönetimler için Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı), DEV Kılavuzu (Dünya Engelliler Vakfı öncülüğünde Engelliler için Evrensel Standartlar Kılavuzu), alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik ve otopark yönetmeliği ile evrensel tasarım ilke ve rehberleri incelenmiştir.

Alınan eğitim ve standart, ilke ve yönetmelikler doğrultusunda anket soruları ve A AVM nin tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarının her birine yönelik ayrı evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgeleri oluşturulmuştur. Bu çizelgeler doğrultusunda; İstanbul'da geniş programlı bir alışveriş merkezi olan A AVM'de; fotoğraf-kamera çekimleri, ölçü alma, inceleme-gözlem, empati yoluyla uygulamalı deneyimleme ve anket uygulaması gibi yöntemlerle 10 Nisan 2018 (Salı) ve 14 Nisan 2018 (Cumartesi) tarihlerinde alan çalışması yapılmıştır. Anket (EK A);

<sup>5</sup> The Center for Universal Design internet sitesinden derlenmiştir.  
<[https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)>, erişim tarihi 18.07.2017.

- Kullanıcı hakkında (6 soru),
- AVM hakkında (6 soru),
- Fiziksel konfor hakkında (24 soru),
- Evrensel tasarım hakkında (24 soru) şeklindeki dört ayrı başlıktan olmak üzere, toplamda 60 sorudan oluşmaktadır.

Anketin evrensel tasarım hakkındaki bölümünün bir kısmı (37-45 arasındaki sorular), herhangi bir bedensel engeli olan kullanıcılara yönelik özel hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır. Bunun dışındaki bütün sorular tüm kullanıcı gruplarını kapsamaktadır. Ankette hem olumlu-olumsuz sıfat türlerinin bulunduğu ve hem de likert ölçeğinden oluşan değerlendirme tabloları bulunmaktadır.

"Empati, bir insanın, kendisini karşısındaki insanın yerine koyarak onun duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlamasıdır. Karşımızdaki kişinin rolüne girerek empati kurduğumuzda, o kişinin rolünde kısa bir süre kalmalı, daha sonra bu rolden çıkarak kendi yerimize geçebilmeliyiz." (Dökmen, 2018, s.157-158). Dolayısıyla; herhangi bedensel engeli olan kullanıcı açısından bakabilmek, onların karşılaştıkları sorunları tespit edebilmek, istek ve ihtiyaçları belirleyebilmek ve bir tasarımcı gözüyle bu alanları incelemek amacıyla; A AVM'nin ortak kullanım ve dolaşım alanlarında engeli olan kullanıcı gibi davranarak (yardımcı eleman kullanımı ile); yani empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirilerek bu alanlar değerlendirilmiştir. Bu empati yoluyla uygulamalı deneyimleme; tekerlekli sandalye kullanıcısı (tekerlekli sandalye ile), görme engeli olan kullanıcı (yardımcı eleman görme engelli bastonu ile) ve yürümekte zorluk çeken kullanıcı (destek olarak baston ile) olmak üzere, üç ayrı kullanıcı yerine geçilerek yapılmıştır. Yapılan tüm bu alan çalışmaları sadece engeli olan kullanıcılar için değil, aksine evrensel tasarım anlayışı doğrultusunda; yani engeli olan kullanıcıların da dahil edildiği her türlü kullanıcı gruplarının kullanımına göre değerlendirilerek yapılmıştır.

## **5.2 Örneklemin Belirlenmesi**

A AVM'yi ziyaret edenlerin fiziksel konfor kavramına ilişkin görüşlerini ölçmek amacıyla, 12 maddelik hazırlanan ölçme aracı 30 kişiye uygulanarak bir pilot uygulama yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirliğine Cronbach Alpha katsayısı ile bakılmıştır. Güvenilirlik katsayısı 0 ile +1 arasında değişiklik gösterir. Güvenilirlik

katsayısının +1'e yakın değer alması güvenilirliğin yüksek olduğu, maddeler arasında i tutarlılığın yüksek olduğu anlamına gelir. Güvenilirlik katsayısı izelge 5.4'de gösterilmiştir.

**Çizelge 5.4 : Güvenilirlik İstatistikleri**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	12

Güvenilirlik istatistikleri çizelgesinden ölçeğin güvenilirliğinin  $\alpha=0,821$  oldukça güvenilir bir değer olduğu görülmektedir.

Anket, farklı kullanıcı gruplarına uygulanmak amacıyla hafta içi ve hafta sonu olmak üzere ayrı günlerde (AVM'yi farklı kullanıcı profiline ziyaret edeceği göz önünde bulundurularak) 10 Nisan 2018 (Salı) ve 14 Nisan 2018 (Cumartesi) tarihlerinde uygulanmıştır. Anketin çoğunluğu; yeme-içme alanlarının, ocuk oyun-eğlence alanlarının ve sinemanın bulunduğu, dolayısıyla insan sirkülasyonunun yoğun olduğu AVM'nin 3. katında; cinsiyet-yaş ayırımı yapılmaksızın rastgele seçilen toplam 120 katılımcıya uygulanmıştır. Fakat bazı anketlerde, soruların çoğunun cevaplanmaması ve bazı sorularda ise bütün seçeneklerin işaretlenmesi gibi sebeplerle 20 anket geçerli sayılmayıp 100 anket değerlendirmeye alınmıştır. Aynı zamanda, AVM'de yapılan inceleme-gözlem, ölçü alma, fotoğraf çekimi gibi alan çalışmaları da farklı günlerde gerçekleştirilmiştir.

### **5.3 A AVM Hakkında**

Mimari projesi Ergün Mimarlık tarafından hazırlanan A AVM, 34.000 m<sup>2</sup>'lik arsa alanına sahiptir. Yaklaşık 40.000 m<sup>2</sup> kiralanabilir alana sahip olan AVM'de 190 mağaza ve restoran ile 10 salona sahip sinema bulunmaktadır. 2008 yılında hizmet vermeye başlayan AVM'de farklı yaş gruplarına (ocuk, geç, ebeveyn) hitap eden etkinlik, söyleşi gibi kültürel-sanatsal aktiviteler gerçekleştirilmektedir. AVM bulundurduğu 32 katlık rezidans ve ofis kulesi ile konut+ticari olan karma proje konsepti gruplarındandır. 5 kat AVM katı ve 5 kat otopark katından oluşan AVM'nin biri cadde üzeri girişi, biri cam küre girişi olmak üzere iki girişi ile otopark girişi mevcuttur (Resim 5.1, 5.2).



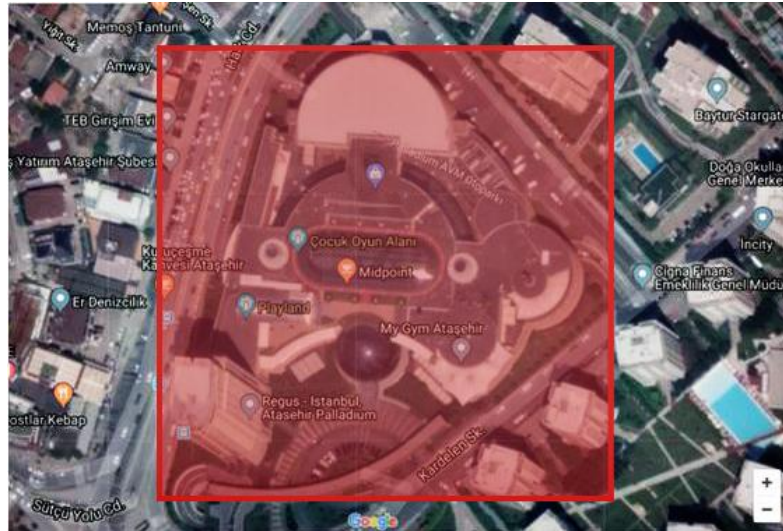
**Resim 5.1 :** A AVM genel ve cephe görünümleri (Url-22, Url-23).



**Resim 5.2 :** A AVM cephe görünümleri (Url-23).

### 5.3.1 A AVM Konumu

A AVM, İstanbul Anadolu yakasının Ataşehir ilçesinde iş yeri, ofis-plaza, konutların yer aldığı bir alanda kent içinde konumlanmıştır (Resim 5.3). Anadolu yakasının 10 farklı durağından ücretsiz müşteri servis hizmeti ile ulaşımın sağlandığı AVM'ye, toplu taşıma araçlarının yanı sıra; özel araç, taksi ve yaya yoluyla da ulaşım sağlanmaktadır (Şekil 5.1).



**Resim 5.3 :** A AVM uydudaki konumu (Url-24).

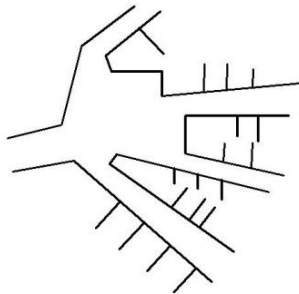




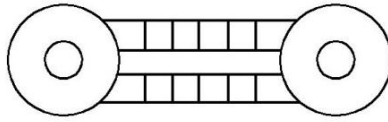
Şekil 5.1 : A AVM çevresindeki bağlantı yolları ve ulaşım durumu (Url-25).

### 5.3.2 A AVM Mimari Özellikleri

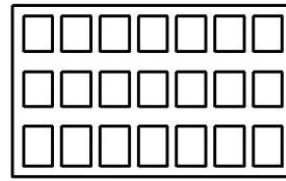
Doğrusal ve eğrisel biçimde iki ayrı aks ile bu aksların etrafında sıralanmış alışveriş birimlerinden ve cephede kullanılan cam malzeme sayesinde iç-dış mekân bağlantısını sağlayıp meydan görevi de gören cam küreden oluşan AVM, karma plan tipine sahiptir. Aksların ve yatay-düşey sirkülasyon elemanlarının kesiştiği alanlarda yer alan ankor mağazalar, rahatlıkla algılanabilir ve ulaşılabilir bir konumdadır. AVM plan tipolojisi olarak da; aşağıdaki diyagramlarda belirtilen dallanma ve dumb-bell tipolojisini barındıran melez plan tipi ile Coleman'a ait plan diyagram modeline benzerlik gösterdiği görülmektedir (Verdil, 2007), (Coleman, 2006), (Şekil 5.2-5.4).



dallanma

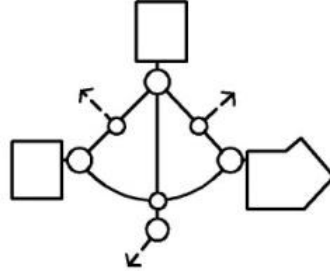


dumb-bell

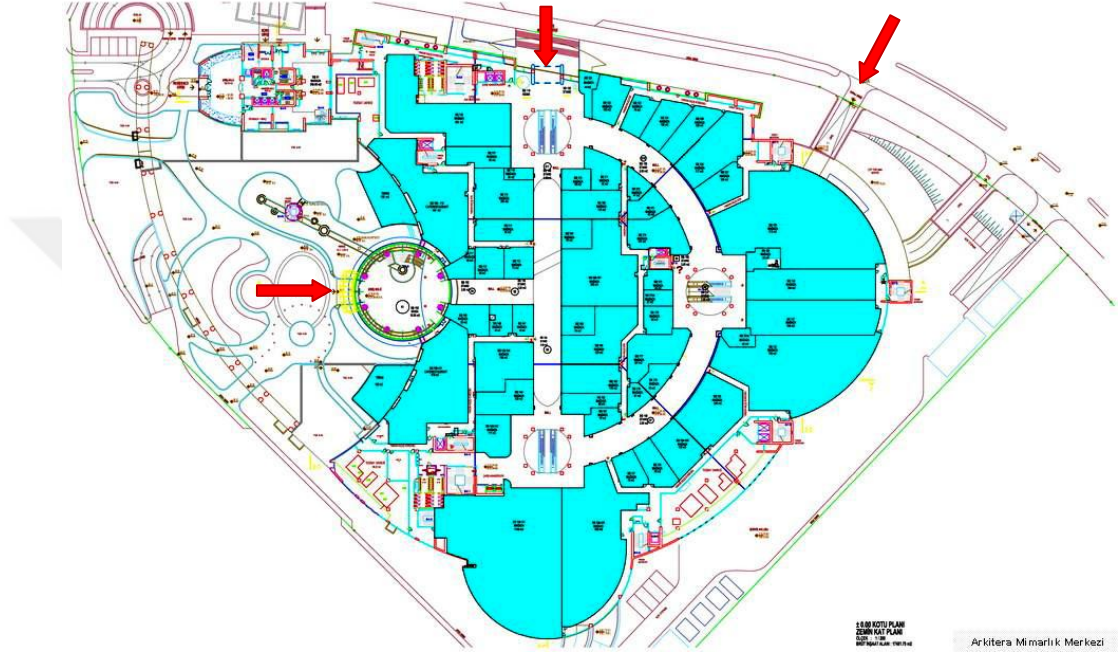


kartezyen

Şekil 5.2: AVM tipolojileri (Verdil, 2007, s.38).

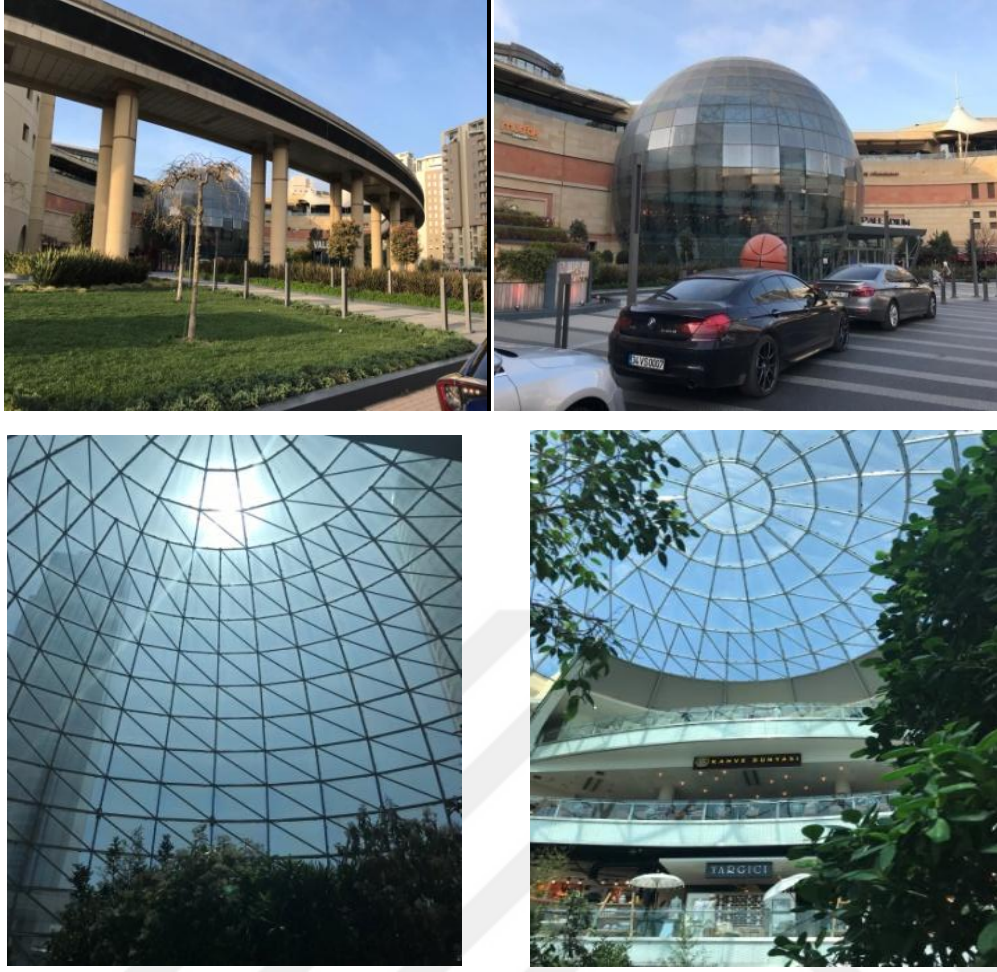


Şekil 5.3: AVM plan diyagram modeli (Coleman, 2006).



Şekil 5.4 : A AVM zemin kat mimari planı (Url-26).

AVM, yeşil alanın bulunduğu açık alanda "yaşam küresi" olarak adlandırılan dev cam küresiyle dış mekân kullanımına da imkan tanıyacak şekilde tasarlanmıştır. AVM girişlerinden birini oluşturan bu cam küre sayesinde AVM'nin doğal gün ışığından en üst düzeyde faydalandığı görülmektedir. Cam kürenin dış cephedeki görünümü, yapının dışa dönük eğrisel formuna uyum sağlayacak biçimi ve zit malzeme kullanımı ile vurgulayıcı tasarım unsurlarına sahip olup kent içerisinde dikkat çekici, davetkar bir özelliğe sahiptir. Cam küre girişi bu özelliğiyle AVM'nin odak noktası niteliğindedir. Cam kürenin bu etkisi, fiziksel konfor çeşitlerinden olan görsel konfor bakımından kullanıcılarında olumlu etkiler bırakmaktadır. AVM'nin iç kısmından küreye bakılacak olursa; üst düzeydeki uygun gün ışığı kullanımı ile işlevsel, yüksekliği ile sıra dışı tasarımı ile etkileyici ve formu ile estetik bir görünüm sergilediği söylenebilir (Resim 5.4).



**Resim 5.4 :** Cam küre girişinin cephe ve iç mekân görünümleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

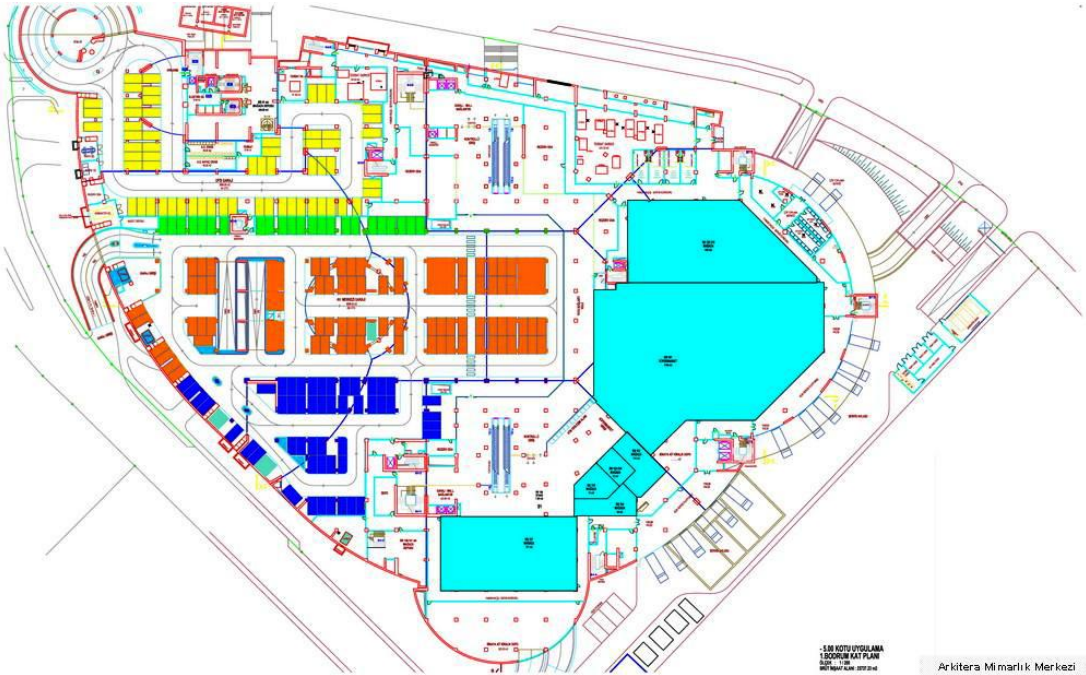
Şeffaflığın hakim olduğu cam küre; giriş (geçiş) işlevinin yanı sıra etkinlik, dinlenme-bekleme, birleşme-dağılma (düğüm noktası) alanı yani AVM'nin meydanı niteliğindedir. Yeme-içme alanlarının dışa dönük kısımlarında otururken bu meydana, cam küreye ve cam kürenin geçirgen etkisiyle iç mekânda iken dış ortama hakim olmak, kentsel mekânla bütünleşmek mümkün olmaktadır. Bu sayede AVM'de kullanıcılarını rahatsız etmeyen, doğayla bağlantılı iç mekân atmosferi oluşturulduğunu; AVM'nin güçlü iç-dış mekân bağlantısı ve birlikteliği ile de kent dokusuyla birleştiğini söylemek mümkündür (Resim 5.5) .



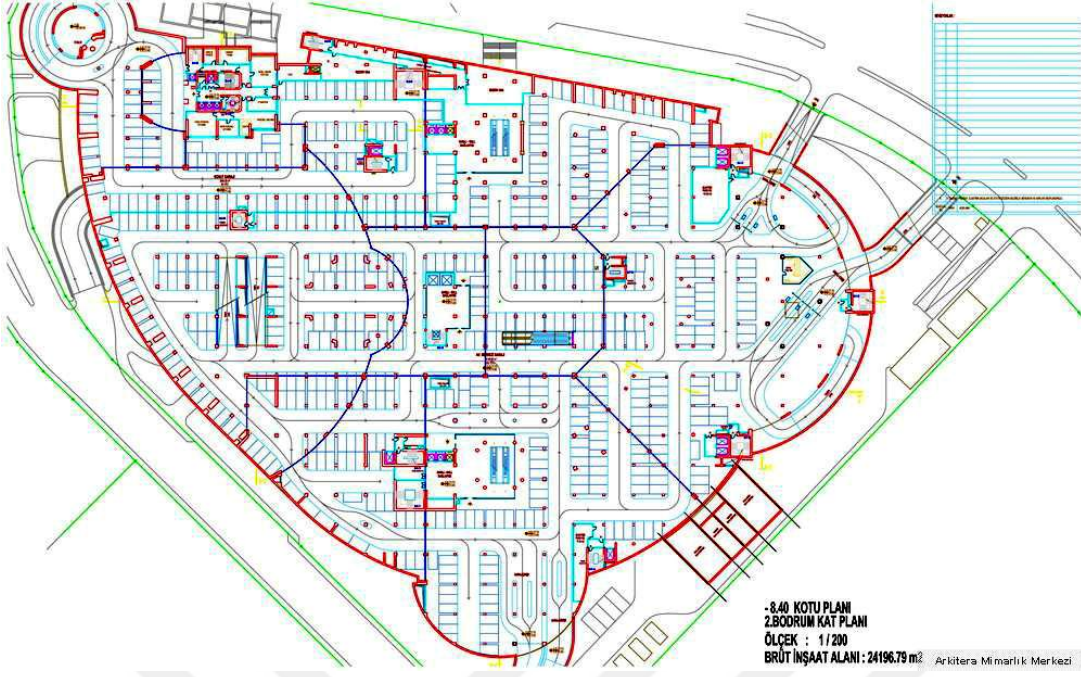


**Resim 5.5 :** Cam kürenin iç-dış mekân bağlantısı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'nin 1. bodrum katı doğrusal dolaşım akslarından ve bu aksların tek tarafına sıralanmış alışveriş birimlerinden oluşmaktadır. 1. bodrum kata ait alışveriş alanları, otoparkın bu kattan başlaması sebebiyle diğer katlardaki alışveriş alanlarından daha küçüktür. AVM'nin 1. bodrum katında; kişisel bakım, ev dekorasyon, bebek giyim, oyuncak mağazaları, sanat evi, terzi ile banka, kuru temizleme, çilingir, ayakkabı-çanta bakım, seyahat acentesi, petshop, saat tamircisi ve otopark bulunmaktadır. AVM'nin otopark katları; 1. bodrum katından başlayıp 5. bodrum katına kadar olmak üzere toplam 5 kattan oluşmaktadır. 1. kat hariç diğer otopark katları tamamen otopark alanlarından oluşmaktadır (Şekil 5.5-5.9).



**Şekil 5.5 :** A AVM 1. bodrum kat mimari planı (Url-26).



Şekil 5.6 : A AVM 2. bodrum kat mimari planı (Url-26).

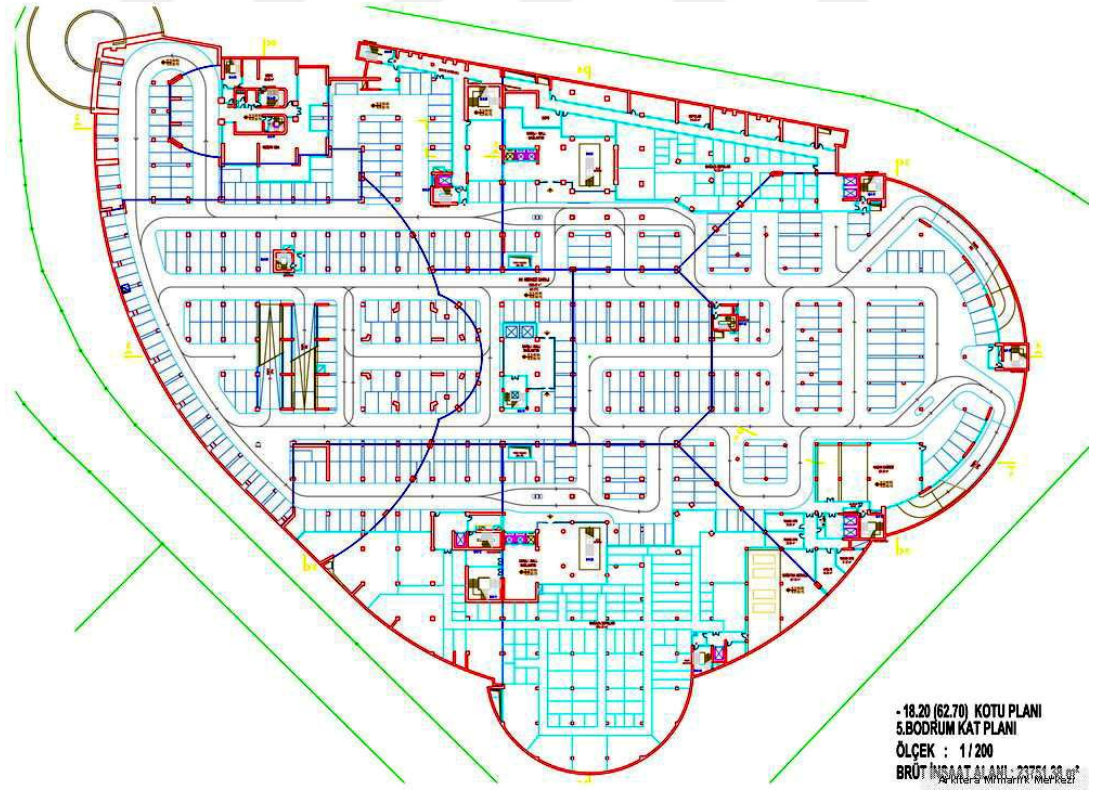


Şekil 5.7 : A AVM 3. bodrum kat mimari planı (Url-26).





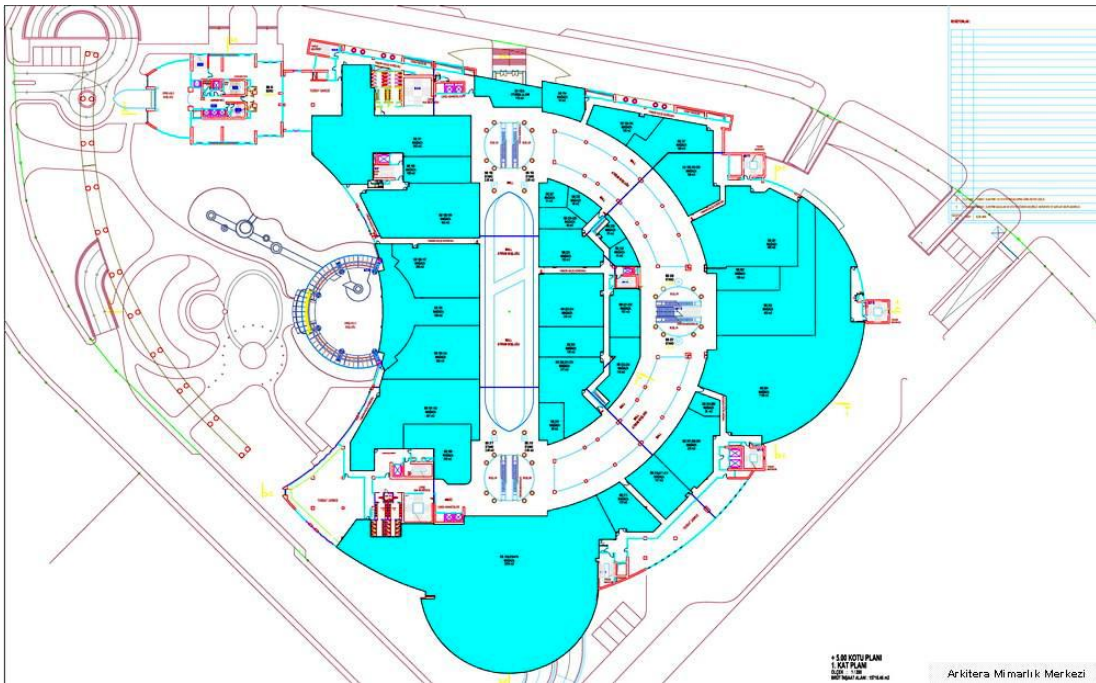
Şekil 5.8 : A AVM 4. bodrum kat mimari planı (Url-26).



Şekil 5.9 : A AVM 5. bodrum kat mimari planı (Url-26).

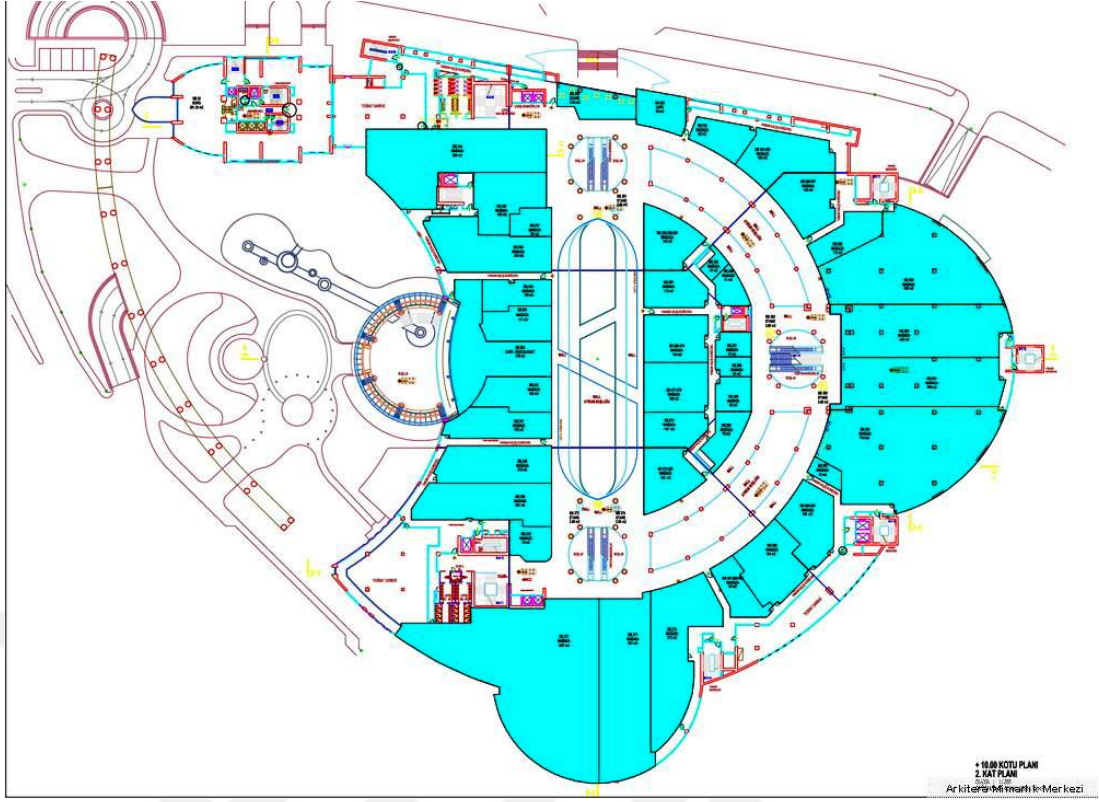
AVM'nin zemin katında; bay-bayan giyim ayakkabı, aksesuar, kişisel bakım, ev dekorasyon, elektronik, oyuncak, çiçek mağazaları, kafe, döviz ile AVM'nin acil tıbbi müdahale ünitesi, atm, danışma, vale, taksi, concierge ve müşteri servisi hizmetlerinden oluşan birimler bulunmaktadır (Bkz. Şekil 5.3).

AVM'nin 1. katında; bay-bayan giyim, ayakkabı, ev dekorasyon, aksesuar, kişisel bakım mağazaları ve kafe bulunmaktadır. AVM'nin 2. katında; bay-bayan giyim, ayakkabı, spor giyim, ev dekorasyon, aksesuar, kişisel bakım mağazaları ve kafe bulunmaktadır. AVM'nin 3. ve son katında ise; yeme-içme ve (terasları), eğlence, çocuk oyun alanları, kitap mağazası, sinema bulunmaktadır (Şekil 5.10-5.12).

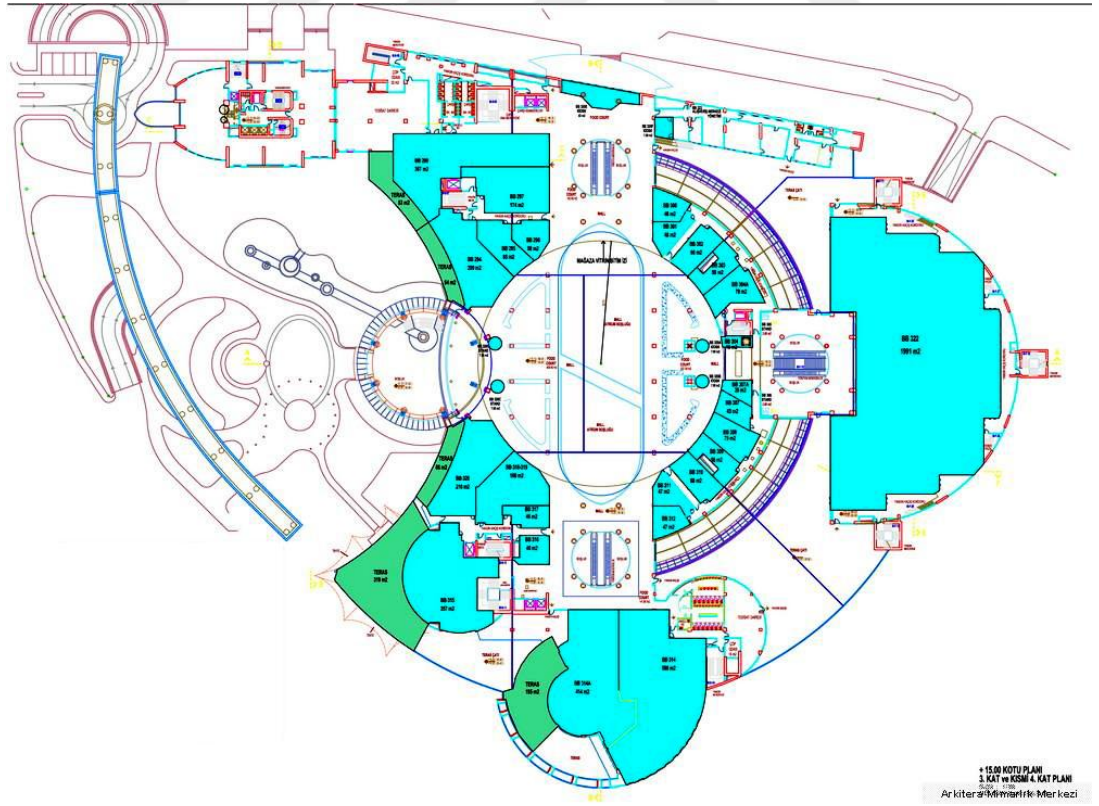


Şekil 5.10 : A AVM 1. kat mimari planı (Url-26).





Şekil 5.11 : A AVM 2. kat mimari planı (Url-26).



Şekil 5.12 : A AVM 3. kat mimari planı (Url-26).

## 5.4 A AVM'nin Evrensel Tasarım İlkeleri ve Konfor Kavramı Doğrultusunda İncelenmesi

A AVM'nin verdiği hizmetler aşağıda yer almaktadır. AVM'nin verdiği bu hizmetler doğrultusunda ön değerlendirme yapmak gerekirse; AVM'de genel olarak farklı kullanıcı gruplarının dikkate alındığı, kullanıcılara kullanım ve ulaşım kolaylığı sağlayan kapsayıcı bir hizmet politikasına sahip olduğu söylenebilir.

A AVM'nin verdiği hizmetler;

- Ankesörlü telefon
- Bebek puseti temini
- Concierge hizmetleri
- Bebek bakım odası
- Bebek kanguru temini
- Çocuk oyun alanı
- Çocuk tuvaleti
- İbadet odası
- Tekerlekli sandalye temini
- Ücretsiz otopark
- Ücretsiz müşteri servisi
- Danışma
- Engelli tuvaleti
- Teras alanı
- Vale park hizmeti/taksi
- Acil tıbbi müdahale ünitesi

### 5.4.1 A AVM Giriş-Çıkışları

AVM'nin ana giriş-çıkışları; biri cadde üzeri ve biri cam küre girişi olmak üzere iki ana giriş-çıkışı ile otopark giriş-çıkışlarından oluşmaktadır (Bkz. Şekil 5.3). Cadde üzeri olan ana girişe merdiven ve rampa ile yani; iki farklı şekilde ulaşım

sağlanmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar kendilerine uygun olan geçişi tercih ederek AVM'ye giriş yapabilmektedirler (tekerlekli sandalye kullanıcılarının, bebek arabası kullanan ebeveynlerin rampayı tercih etmesi gibi). AVM'nin cadde üzerindeki giriş-çıkış kapısı döner kapı sisteminden oluşmaktadır ve döner kapının yan tarafında otomatik açılıp kapanan alternatif ikinci giriş kapısı da bulunmaktadır (Resim 5.6). Alışveriş merkezleri gibi insan sirkülasyonunun yoğun olduğu kamusal alanlarda döner kapı sistemlerinden kaçınılmalıdır. Döner kapılar; görme ve bedensel engelli kullanıcıların (tekerlekli sandalye, yardımcı araç ve kişi kullananlar) kullanımını zorlaştırması, hızına uyum sağlanamaması ve kullanıcılar için (çocuk, yaşlı, engelli, elinde yükü olan kullanıcılar) çarpma gibi tehlike durumları oluşturabilmesi sebebiyle tercih edilmemelidir.



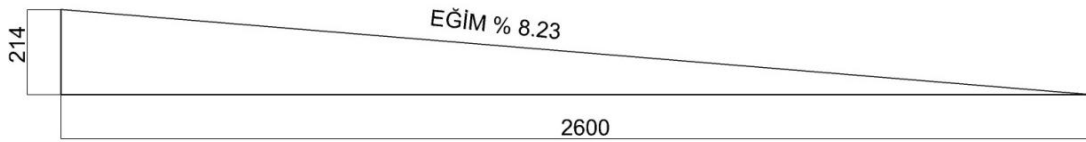
**Resim 5.6 :** A AVM cadde üzerindeki ana giriş-çıkışları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'ye herkes aynı kapıdan eşit şartlar altında giriş sağlamalıdır, fakat bu durum sağlanamıyorsa bu AVM'de olduğu gibi alternatif girişler düzenlenmelidir. Çünkü

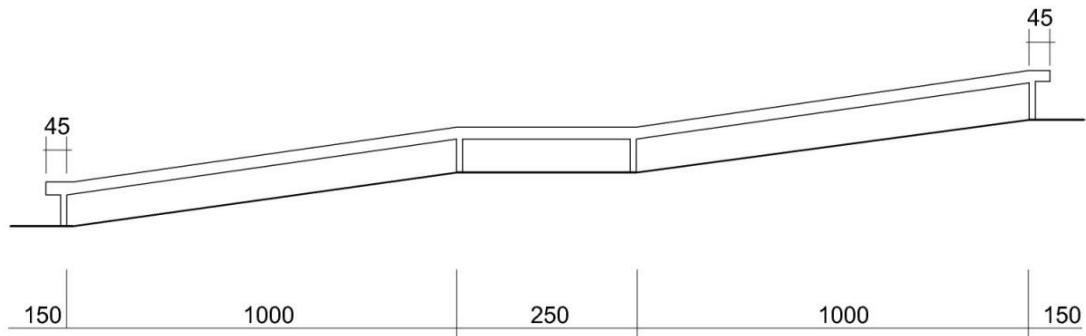
evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ilk rehberinde belirtildiği gibi: 'Bütün kullanıcılar için kullanımın aynı olması; mümkün olduğunca özdeş, mümkün olmadığı zaman eşdeğer kullanım sağlamalıdır'. AVM'nin alternatif girişinin olması bu rehberde uymaktadır. Ayrıca AVM'nin bu giriş-çıkışı evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) ilk rehberine de; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir.

### Rampa Deneyimlenmesi

TS 12576 standardına göre; ...Rampa uzunlukları 10 m.ye kadar olan rampaların en fazla eğimi %8 olmalıdır. 10 m.den daha uzun rampalarda en fazla eğim %6 olmalıdır (TS 12576). A AVM'nin giriş rampasının genişliği uygun boyutlarda (3 m.) olup uzunluğu 10 m.nin üzerindedir (26 m.). Bu durumda rampanın eğimi % 8.23 olmaktadır (Şekil 5.13). TS 12576'ya göre; 10 m'den uzun rampalarda veya bir rampadan ikinci bir rampaya geçiş varsa en az 2,5 m'lik düz dinlenme alanları yapılmalıdır (TS 12576). Dolayısıyla bu AVM'nin rampasının uzunluğu 10 m'den fazla olduğu için rampa eğiminin daha az olması ve rampada dinlenme amaçlı sahanlıkların bulunması gerekirdi. BM standartlarına göre olması gereken rampa eğim aralıkları da aşağıda yer almaktadır (Şekil 5.14, 5.15)

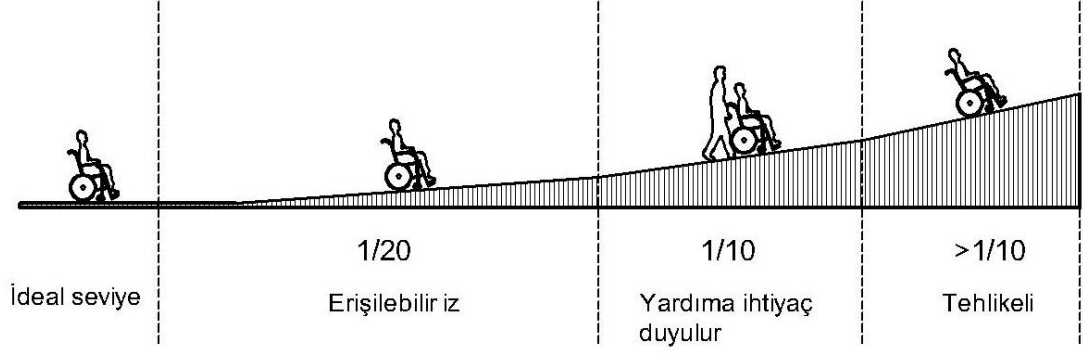


Şekil 5.13: AVM'nin rampa kesiti, ölçüler cm'dir.



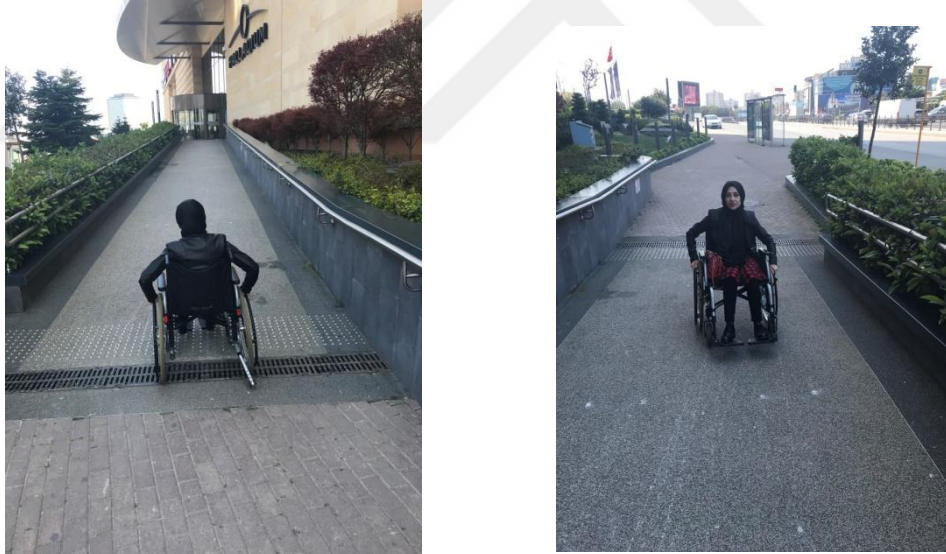
Şekil 5.14 : Rampada eğim ve dinlenme alanı (TS 12576).





**Şekil 5.15 :** Rampalarda güvenli eğim aralıkları (BM, 2004).

Alan çalışmasında; tekerlekli sandalye kullanıcısı, görme engelli ve yardımcı eleman (baston-yürümekte zorluk çeken) kullanan kullanıcıların yerine geçilip AVM'de empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirilmiştir. Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; rampanın bitimine doğru zorlanıldığı ve yardıma ihtiyaç duyulduğu görülmüştür (Resim 5.7)

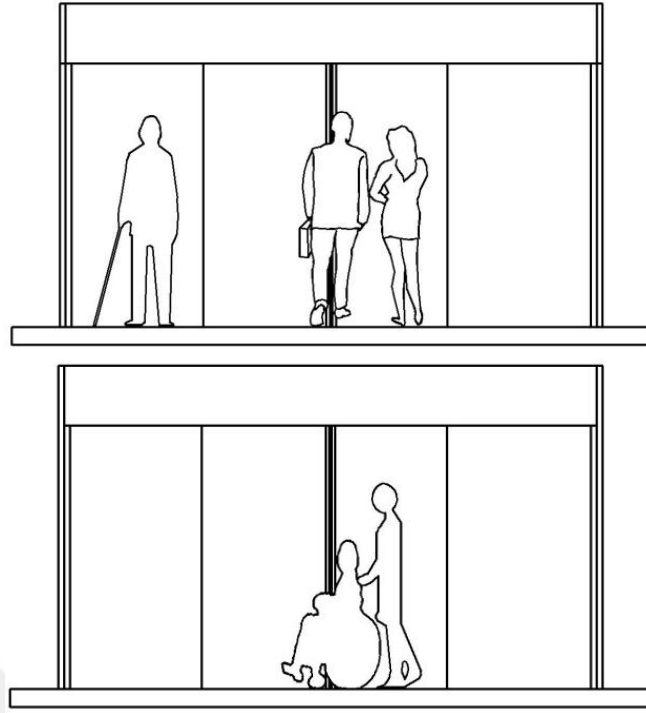


**Resim 5.7 :** Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak rampa kullanımı.

Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak, AVM girişine alternatif geçiş olan rampa ile ulaşılmıştır ve AVM'ye giriş, giriş kapısının (2 kanatlı döner kapı) sağ üst tarafında yer alan engelli yardım butonuna basılarak (butona kolay erişilmiştir) sağlanmıştır. Butona basıldığı zaman döner kapının hızı oldukça azaldığı ve yavaş dönmeye başladığı için AVM'ye rahat erişim sağlanmıştır. Döner kapı ölçülerinin standartlara uygun şekilde tekerlekli sandalye geçişine uygun olduğu gözlemlenmiştir (Şekil 5.16). Bu durum, evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) son rehberine;







**Şekil 5.18 :** Standart geçişleri sağlayan döner kapı açıklıkları.

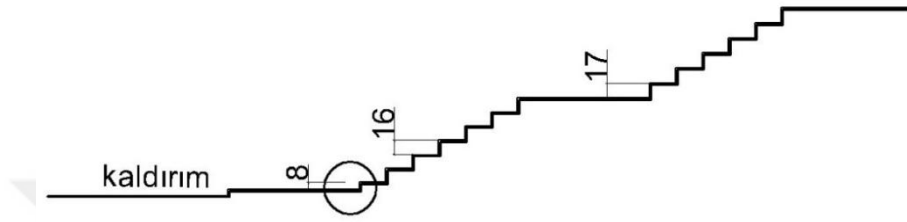


**Resim 5.8 :** AVM giriş-çıkış kapısında yer alan yardım butonu ve zemin döşemesi (Tuba Terece arşivinden, 2018).

### **Merdiven Deneyimlenmesi**

Görme engelli ve yardımcı eleman (baston-yürümekte zorluk çeken) kullanan kullanıcı olarak gerçekleştirilen uygulamalı deneyimlemede, merdivenin basamak sayısı fazla olması sebebiyle, merdiven kullanımı kısmen zorlayıcı olmuştur. Ayrıca merdivenin ilk basamağının rıht yüksekliği diğer basamakların rıht yüksekliğinden farklı olup, oldukça düşük olduğu görülmüştür (Şekil 5.19). Merdivenler sadece

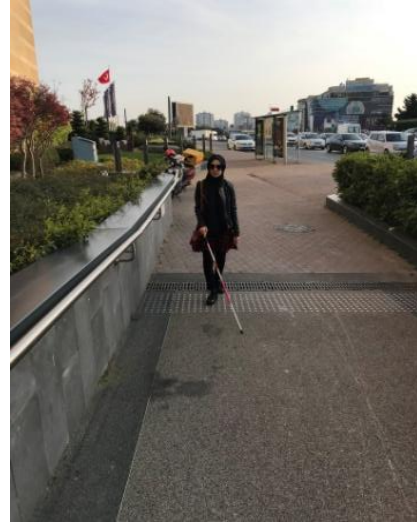
herhangi bir engeli olan kullanıcılar için değil; aynı zamanda çocuklar, yaşlılar, hamileler ve yükü olan kullanıcılar için de yorucu olmaktadır (Resim 5.9). Bu durum kullanıcıları fiziksel konfor bakımından olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla AVM'nin bu girişinin evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ikinci rehberine; 'Kabul edilebilir güç sarfiyatı sağlanmalıdır' uymadığı görülmektedir. Bu nedenle AVM girişine nefes kontrolü sağlanarak, basamaksız ve daha rahat bir şekilde ulaşmak amacıyla rampa tercih edilmiştir (Resim 5.10).



Şekil 5.19 : A AVM cadde girişi merdiveni, ölçüler cm'dir.

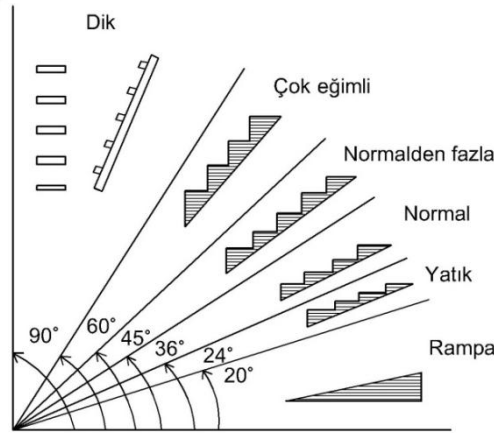


Resim 5.9 : A AVM cadde girişi merdiveni (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.10 :** Görme engelli ve yardımcı eleman (baston) kullanan kullanıcı olarak merdiven ve rampa kullanımı.

Eğimlerine göre merdiven çeşitleri, bunlara karşılık gelen eğim açıları, kullanım alanları ile ilgili grafik ve çizelge aşağıda gösterilmiştir (Şekil 5.20, Çizelge 5.5). AVM giriş merdiveninin eğimi hesaplandığında; cadde girişindeki merdivenin, normal eğimli merdivenler kategorisine denk geldiği görülmüştür.

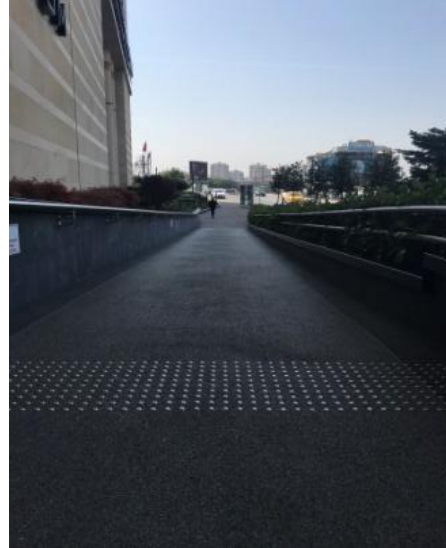


**Şekil 5.20 :** Eğimlerine göre merdiven çeşitleri (Gürer, 2008).

**Çizelge 5.5 :** Eğimlerine göre merdiven çeşitleri (Megep, 2006, s.5).

MERDİVENİN ADI	AÇISI	KULLANILDIĞI YERLER
1. Yatık eğimli merdivenler	20-24	Park, bahçe, geçit ve bina dış merdivenleri
2. Normal eğimli merdivenler	25-36	Bütün binaların iç ve dış merdivenleri
3. Fazla eğimli merdivenler	37-45	Çatı, bodrum kat vb. yerlerde
4. Çok eğimli merdivenler	46-60	Özel kullanımlı yangın ve servis merdivenleri
5. Dik eğimli merdivenler	61-90	Tesisat, asma ve dayama merdivenleri

Merdiven ve rampanın zemin malzemesi sert, az pürüzlü ve kaymayan malzemeden oluşmaktadır. Rampanın her iki tarafında, merdivenin ise genişliği fazla olduğu için merdivenin üç tarafında (sağ-sol ve arada olmak üzere) kolay kavranabilir daire kesitli küpeşter-tutunma barları bulunmaktadır. Tutunma barlarında merdiven başlangıç ve bitimini belirten farklı malzeme kullanımı görülmemiştir. Rampa çeşidi düz ve merdiven de sahanlıklı olup rampanın başlangıç ve bitiminde; merdivenin ise başlangıç, sahanlık ve bitiminde görme engelliler için uyarıcı hissedilebilir yüzeyler bulunmaktadır. Bu hissedilebilir yüzeyler yardımıyla AVM girişine ulaşılmıştır (Resim 5.11). AVM giriş-çıkışlarında alınan tedbirlerden dolayı, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci rehberine; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' uymaktadır. Girişe kadar bu şartlar olumlu iken; yapılan uygulamalı deneyimleme sonucunda; AVM girişinden güvenliğe kadar görme engelliler için hissedilebilir yüzeylerin bulunmadığı, bu hissedilebilir yüzeylerin güvenlikten sonra başlayıp danışmaya kadar olduğu görülmüştür. Dolayısıyla hissedilebilir yüzey uygulamasının eksik yapıldığı gözlemlenmiştir. Bu durumda AVM giriş-çıkışları, kısmi görme engeli olan kullanıcılar için yeterli iken; tam görme engeli olan kullanıcılar için girişten sonra bağımsız bir şekilde hareket etmeyip yardıma ihtiyaç duyduğu için yetersiz bulunmuştur.



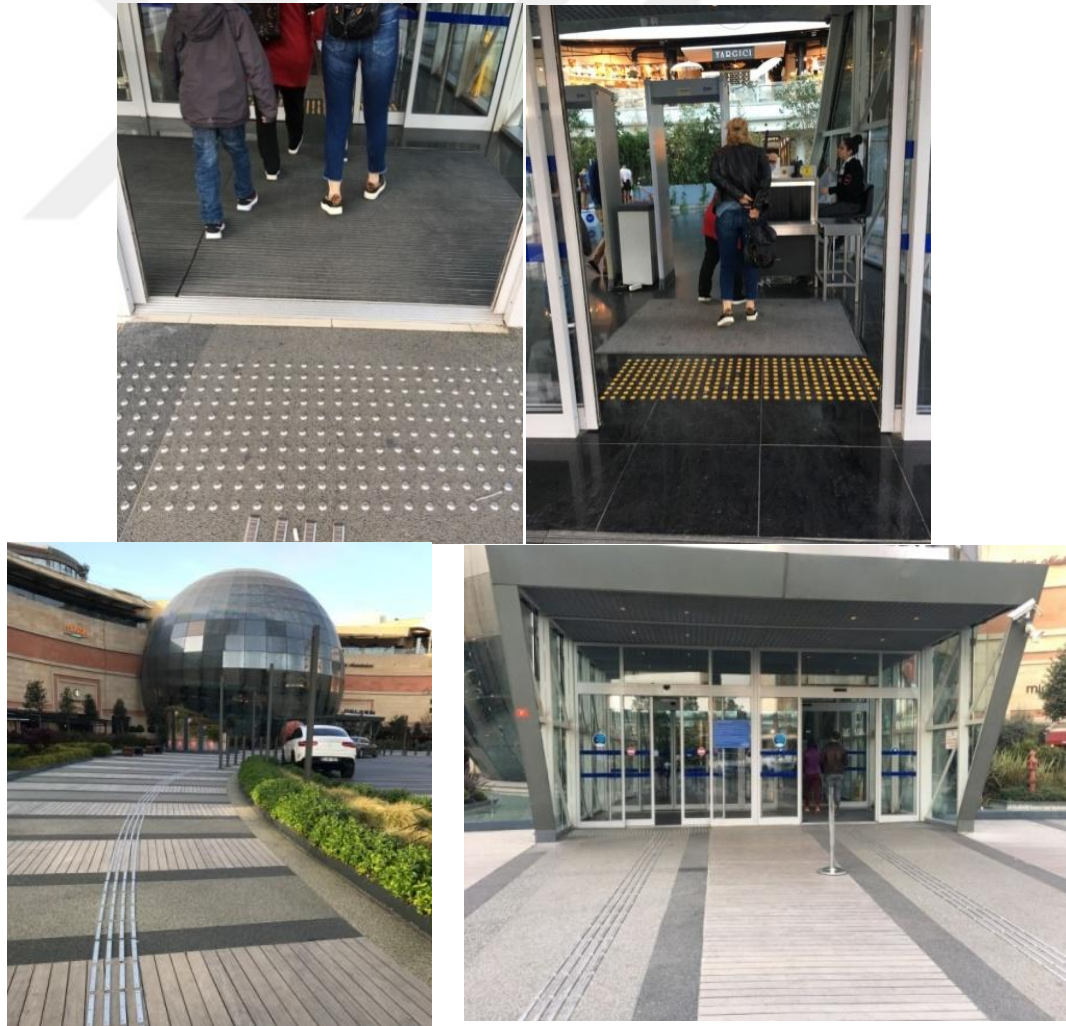
**Resim 5.11** : Merdiven ve rampanın malzeme, hissedilebilir yüzey, korkuluk-küpeşte detayları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

TS 12576'ya göre; Tüm ticarî idarî kamu binaları ile mesken binaları ana girişleri yaya kaldırımından itibaren engelsiz olmalıdır. Bina girişi önünde geniş giriş sahanlığı bulunmalıdır. Bina girişi kaygan olmayan sert malzemeden yapılmalı ve iyi



aydınlatılmalıdır (TS 12576). AVM'nin diğeri girişi olan cam küre girişi, tüm kullanıcı grupları yani herkes için engelsiz (basamaksız) erişim sağlamakta olup otomatik açılıp-kapanan giriş-çıkış kapısından oluşmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir kullanıcı ayırımı yapılmadan; herkes aynı girişten eşit şartlar altında, eşit kullanımla rahatlıkla giriş sağlamaktadır.

AVM'nin cam küre girişi, evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ikinci rehberine; 'Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır' uymaktadır. Görsel konforla alakalı olarak bu giriş aynı zamanda net, algılanabilir, ilgi çekici bir tasarıma sahiptir. Cam küre girişi bu özelliğiyle yine eşit kullanım ilkesinin son rehberine; 'Tüm kullanıcıların ilgisini çekecek tasarımlar yapılmalıdır' uymaktadır. Ayrıca görme engelli kullanıcıları cam küre girişine yönlendiren paslanmaz çelik malzemeden oluşan hissedilebilir yüzey uygulaması ve girişte kaymayı önleyen sabitlenmiş halı zemin döşemesi bulunmaktadır (Resim 5.12).



**Resim 5.12 :** A AVM cam küre giriş detayları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Cam küre girişindeki empati yoluyla uygulamalı deneyimleme her üç kullanıcı tipi (tekerlekli sandalye kullanıcısı, görme engelli ve yürümekte zorluk çekip yardımcı eleman olarak baston kullanan kullanıcı) için; diğer girişe kıyasla düz ayak olması ve otomatik açılıp kapanan giriş-çıkış kapısı sayesinde kullanıcılarını yormayan konforlu bir giriş-çıkışa sahiptir. Bu giriş-çıkıştaki deneyimlemelerde herhangi olumsuz bir durum yaşanmadan AVM'ye rahatlıkla giriş sağlanabilmektedir (Resim 5.13). Cam küre girişi bu olumlu özellikleriyle evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ikinci rehberine; 'Kabul edilebilir güç sarfiyatı sağlanmalıdır' uyarıken, cadde girişindeki diğer giriş basamak sayısının fazla olmasından dolayı bu rehber uymamaktadır. Aynı zamanda cam küre girişi evrensel tasarımın üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) ilk; 'Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır' rehberini destekleyen net ve engelsiz bir tasarıma sahiptir.

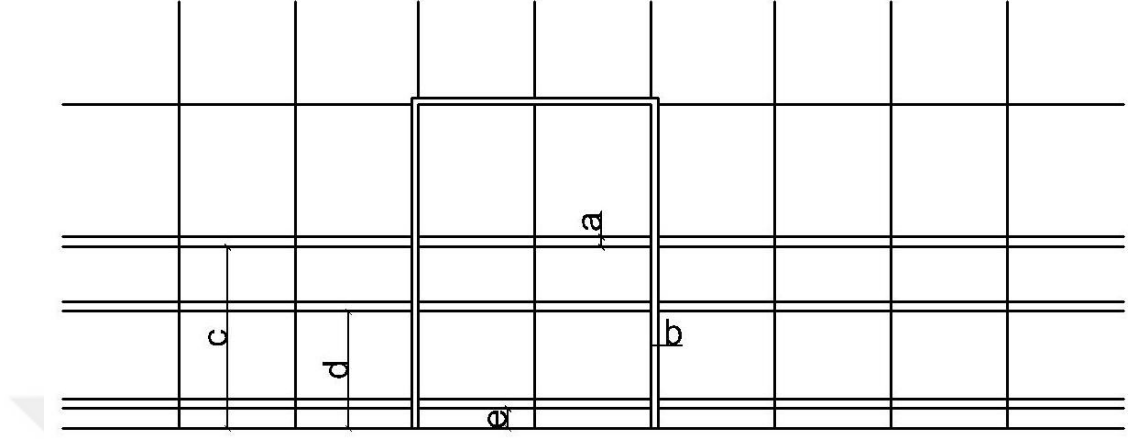


**Resim 5.13 :** Görme engeli olan kullanıcı olarak AVM girişine ulaşım.

A AVM bulunduğu konumda algılanabilen, görünür nitelikte, dikkat çeken ve kullanıcılarını dış hava koşullarından koruyan giriş-çıkışlara sahiptir. Giriş-çıkış kapıları yeterli açıklıklara sahip olup uygun boyutlardan oluşmaktadır. Cam malzemeden oluşan giriş-çıkış kapılarında, gerekli yerlerde ayırt edici ve uyarıcı nitelikte bant şeritler ve görsel işaretlendirmelerle bilgilendirmeler bulunmaktadır. Böylece fiziksel konfor çeşitlerinden görsel konforla ilgili olan ve malzemesi cam olan giriş-çıkış kapıları, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) ikinci; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli



bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' rehberine ve TS 9111 yönetmeliğine uygun niteliktedir (Şekil 5.21, Resim 5.14). Bu uygulama, özellikle kısmi gören kullanıcılar için ayırt edilebilir nitelikte olması bakımından önemlidir.



- a- 7,5 cm görsel işaretleme, iki farklı renk kullanılabilir
- b- Kapı çerçevesinde en az 5 cm genişliğinde görsel işaretleme
- c- İşaretleme yüksekliği 1. düzey 1,3 m-1,4 m
- d- İşaretleme yüksekliği 2. düzey 90 cm-1 m
- e- İşaretleme yüksekliği 3. düzey 10 cm-30 cm (tavsiye)

Şekil 5.21 : Camlı giriş kapısında gerekli işaretleme önlemleri (TS 9111).



Resim 5.14 : A AVM giriş kapısında görsel işaretleme (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM giriş-çıkışları; kapı önlerinde, rampalarda; tekerlekli sandalye, bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için yeterli manevra ve geçiş alanlarıyla evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır (Resim 5.15). Bu bölümde yapılan açıklamalar, değerlendirmeler, görsellerle desteklemelerin ışığında ve evrensel tasarımın ilke ve rehberleri doğrultusunda bakıldığı zaman; AVM giriş-çıkışları genel olarak (kullanım, boyut, tasarım, aydınlatma vs.) fiziksel konfor çeşitlerinden görsel konforla alakalı olduğunu söylemek mümkündür.



**Resim 5.15:** A AVM, iki ayrı giriş-çıkış kapıları geçiş alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM giriş-çıkışlarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM giriş-çıkışlarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.6).

**Çizelge 5.6 : A AVM giriş-çıkışlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM GİRİŞ-ÇIKIŞLARI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Herkes için engelsiz(basamaksız) erişim ya da alternatif giriş-çıkış kapıları, tüm kullanıcıların aynı giriş-çıkışı kullanmaları, ulaşılabilir olması, güvenli olması, görme engelliler için kılavuz izleri(hissedilebilir yüzeyler), toplu taşıma araçlara yakınlığı(konumu)			■ Cadde üzeri girişi, Basamak sayısı fazla	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Her türlü kullanıcıya uygun tasarım, girişlerin görünür olması, otomatik açılıp kapanan giriş-çıkış kapıları(yoksa alternatif girişlerin olması), standartlara uygun yeterli açıklığa sahip giriş-çıkış kapıları, dış hava koşullarından koruması, girişlerde yardım butonu	■			
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Kent içerisinde net bir şekilde algılanabilir-anlaşılabilir ve kullanışlı olması, vurgulayıcı aydınlatma kullanımı	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Resimli-yazılı, sözlü, dokunsal anlatım biçimleri ile yönlendirme-bilgilendirme tabelaları, kabartmalı harita(görme engelliler için), sesli düzenek sistemleri, doğru aydınlatma kullanımı, uluslararası erişilebilirlik sembolleri kullanımı	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Vurgulu net tasarıma sahip olması, olası tehlikelere karşı güvenli-emniyetli olması, kılavuz izleri, dayanıklı-kaymayan zemin malzemesi, halı kullanılmıyorsa yere sabitlenmiş olması(uygun boyutlarda olması), yansıma yapmayan, dikkat dağıtmayan malzeme kullanımı, kapı eşikleri; merdiven ve rampalarda küpeşte kullanımları	■			
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan etkin tasarıma sahip olması, otomatik açılır kapanır giriş-çıkış kapıları ve rampalar			■ Uygun olmayan rampa boyutları	
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Giriş-çıkışlarda kapı önlerinde ve rampalarda yeterli manevra ve geçiş alanının olması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, standartlara uygun rampa boyutları, yardımcı araç ve kişi kullananlar için), net görüşe sahip olması, rahat erişimi sağlaması	■			

### 5.4.2 A AVM Danışma-Yönlendirilme

AVM, cadde üzeri ve cam küre girişi olmak üzere iki girişe sahiptir. Cadde üzeri girişinde danışma birimi bulunurken, cam küre girişinde ise danışma birimi bulunmamaktadır. Buna paralel olarak cadde üzeri girişinde, görme engeli olan kullanıcıları danışmaya yönlendiren kabartmalı uyarıcı ve yönlendirici (kılavuz) hissedilebilir yüzey uygulaması bulunmaktadır. Fakat bu hissedilebilir yüzey uygulaması, AVM ana giriş kapısından güvenliğe kadar olan mesafede bulunmayıp, güvenlik geçişinden sonra başlayıp danışmaya kadar devam etmektedir (Resim 5.16). Yani, tam görme engeli olan kullanıcılar AVM girişindeki güvenliğe kadar bağımsız yönlenelemeyip başkasının yardımına ihtiyaç duymaktadırlar. Eksik bulunan hissedilebilir yüzey uygulaması, kullanıcıları ayırdığından dolayı evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uymamaktadır. Bu alanda olması gereken hissedilebilir yüzey uygulaması; görme engeli olan kullanıcıların AVM girişinden itibaren kesintisiz bir şekilde danışmaya kadar rahat bir şekilde yönlendirilmesidir.



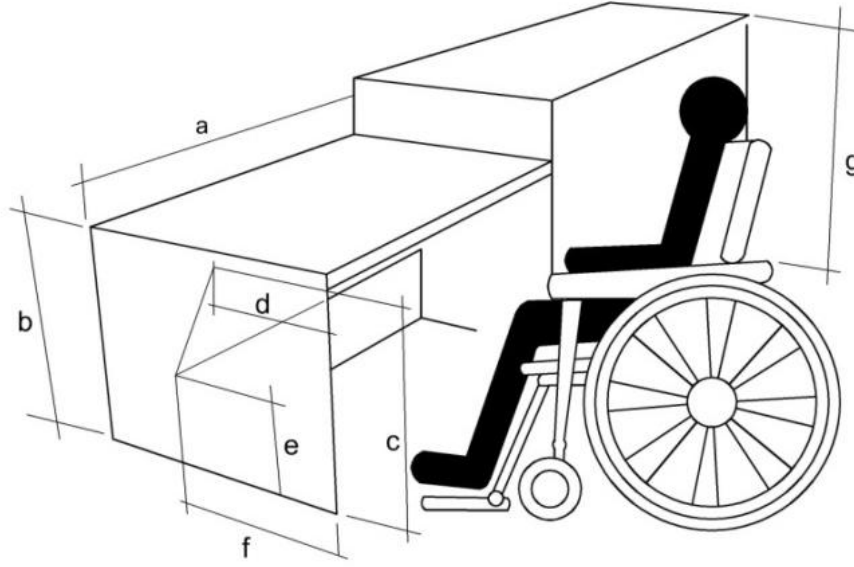
**Resim 5.16 :** A AVM hissedilebilir yüzey uygulaması (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'nin cadde üzeri girişinde bulunan danışma birimi, girişe yakın bir alanda ulaşılabilir bir konumda olup algılanabilir niteliktedir. İşitme cihazı kullanıcıları için indüksiyon döngü sistemi hizmeti verilerek, kullanıcıların işitsel konforu sağlanmaktadır. Bu durumda; işitme engeli olan kullanıcılar da AVM içerisinde yönlendirilme desteği alabilmektedirler.

Danışma bankosu bulunduğu alana uyum sağlayan, yalın, anlaşılabilir bir tasarımdan oluşmaktadır. Danışma bankosu bu net tasarımıyla, evrensel tasarımın üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) ilk rehberine; 'Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır' uymaktadır. Keskin, köşeli olmayan dairesel formdan oluşan danışma bankosu, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır (Bkz. Resim 5.16).

Tek yükseklikten (aynı boy) oluşan danışma bankosu, tekerlekli sandalye kullanıcılarına doğrudan erişim sağlayamamaktadır. Çünkü standartlarda belirtilen ulaşılabilir banko tasarımında, bankonun bir kısmının diz altı boşluğuna ve yeterli yüksekliğe sahip olması gerekmektedir (Şekil 5.22). Bu durumda danışma bankosu, herkesin rahat kullanımına imkan vermediği için evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) ve ikinci ilkesinin (esnek tasarım) ilk rehberine; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır' uymamaktadır. Aynı zamanda danışma bankosunun tekerlekli sandalye kullanıcısı için, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin ilk rehberine; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkan vermelidir' uymadığı görülmektedir. Önden ve yandan erişime olanak tanıyan danışma bankosu, evrensel tasarımın son ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) ilk rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymakta iken, aynı ilkenin birinci; 'Oturana veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır' ve ikinci rehberine; 'Oturana ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır' uymamaktadır (Resim 5.17).





**Açıklama**

- a- En az 90 cm
- b- En fazla 86 cm
- c- En az 70 cm
- d- En az 20 cm
- e- En az 30 cm
- f- En az 5 cm
- g- 95 cm-1,1 m

**Şekil 5.22 :** Ulaşılabilir banko örneği (TS 9111).



**Resim 5.17 :** A AVM danışma bankosu ve tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak banko kullanımı.

AVM'nin cam küre girişinde hissedilebilir yüzey uygulaması, AVM girişine kadar bulunmaktadır. AVM'nin bu girişinde danışma birimi bulunmadığı için hissedilebilir yüzey uygulaması da AVM girişine kadar olup, giriş kapısından itibaren devam etmemektedir. Dolayısıyla tam görme engeli olan kullanıcılar AVM'nin bu girişine kadar rahat yönlenebilmekte fakat giriş kapısından sonra aynı durum söz konusu olmamaktadır (Resim 5.18). Bu alanda görme engelli olarak empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; AVM'ye giriş yapıldıktan sonra yönlendirilme konusunda başkasından yardım alınmıştır.





**Resim 5.18 :** Görme engeli olarak A AVM cam küre girişi kullanımı.

AVM girişinden itibaren gerek danışma bankosuna gerek yatay-düşey sirkülasyon elemanlarına ve diğer ortak kullanım alanlarına yönlendiren; uluslararası görsel işaret ve sembollerle ifade edilen bilgilendirme, yönlendirme levhaları, görme engelliler için TS 9111 standardında belirtildiği gibi sol alt kısımda lejant bölümü olan Braille alfabeli hissedilebilir, kabartmalı kat planları (her katta) ve dokunmatik dijital ekran panoları (info) AVM nin birçok yerinde bulunmaktadır (Resim 5.19). Okuma kolaylığı sağlamak için 20-30 derece açıyla yerleştirilmesi gereken hissedilebilir kabartmalı kat planları, duvara dikey bir şekilde yerleştirilmiştir. Kullanıcıları yönlendiren tüm bu bilgilendirme-yönlendirme levhaları, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) ilk rehberine; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' uymaktadır. AVM'de; yön bulmayı kolaylaştırarak mekânların rahat algılanmasını sağlayan yönlendirme levhaları ve karmaşık olmayan plan tipi ile kullanıcıların konforu sağlanmaktadır.



inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM'de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM'nin danışma birimi ve AVM içerisinde yönlendirilme sistemlerinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.7)

**Çizelge 5.7 : A AVM danışma birimi ve yönlendirilme sistemlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

DANIŞMA- YÖNLENDİRİLME	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit kullanım imkanı, görme engelliler için danışmaya yönlendiren kılavuz izleri,			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, danışmaya doğrudan ve engelsiz erişim, hareket özgürlüğünü kısıtlamayan farklı yüksekliklere ya da uygun boyutlara sahip danışma bankoları, danışmada indüksiyon döngü sistemi			■ Tek yüksekliğe sahip banko	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Yalın tasarıma danışma bankoları, mekânların okunabilirliğini arttıran anlaşılabilir sinyalizasyon-uzaktan görülebilir yönlendirici levhalar-işaret panoları kullanımı	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> AVM girişinden algılanan danışma birimi, Resimli, sözlü, dokunsal gibi farklı anlatım biçimleri, işaret/sembol/yazı/numara-arka plan arasında zıt renk kullanımı ile okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), bilgilendirme-yönlendirme tabelalarında algılanabilir renk kullanımı, doğru aydınlatma kullanımı, bilgilendirme-yönlendirme tabelalarında parlak ve yansıtıcı yüzeylerin olmaması	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Her türlü olası kazayı en aza indirgeyen tasarıma sahip korunaklı danışma bankosu tasarımı, güvenli yönlendirilme	■			
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan ergonomik tasarlanmış danışma bankoları			■ Tek yüksekliğe sahip banko	
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Danışma bankoları önünde yeterli manevra ve geçiş alanının olması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için), rahat yaklaşımı sağlaması			■ Tek yüksekliğe sahip banko	

### 5.4.3 A AVM Dolaşım Alanları

AVM'nin zemin (giriş) katında doğrusal ve eğrisel biçimde olmak üzere iki ayrı alışveriş aksı oluşturulmuştur. Doğrusal dolaşım alanlarında, eğrisel aksa göre daha rahat kullanım sağlanmaktadır. Kullanılan yoğun peyzaj öğeleri (bitki-yeşil alan kullanımı) ve kent mobilyaları (oturma-bekleme alanları) ile sokak atmosferi yakalanmıştır. Bu alanlarda kullanılan kent mobilyaları, tekerlekli sandalye geçişine olanak tanımaktadır. Bu sokakların üst örtüsünü oluşturan cam tavanlardan iç mekâna doğal aydınlatma kullanımı, başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla dış mekânları içeriye taşıyan sokak konseptinde oluşturulan aydınlık, ferah, hareketli ve canlı alışveriş alanlarıyla; AVM, kullanıcılarına eylemlerini huzurlu, keyifli bir ortamda rahat bir şekilde gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır (Resim 5.20). Dolaşım alanlarının bu olumlu iç mekân atmosferi, kullanıcılara görsel konfor bakımından pozitif etki etmektedir.

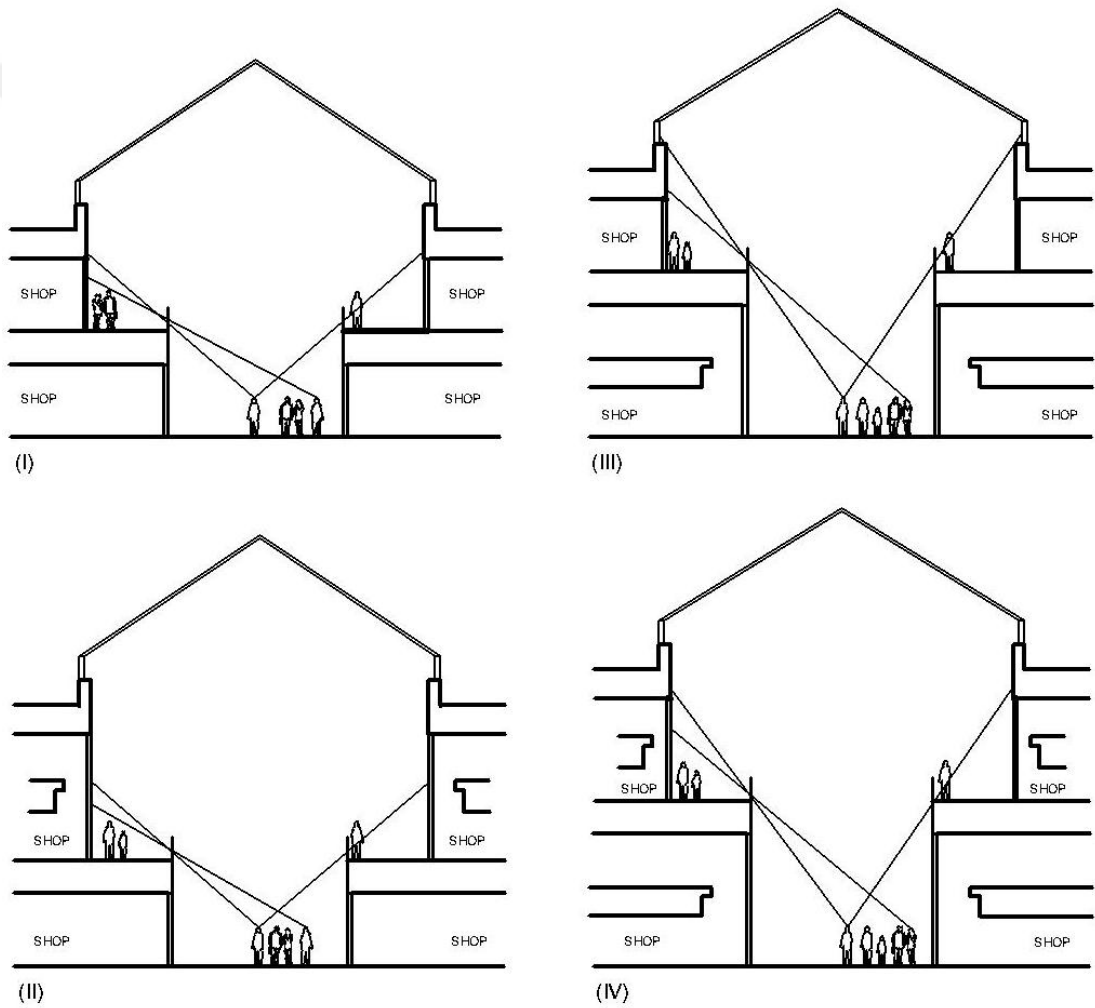


**Resim 5.20 :** Doğrusal forma sahip alışveriş aksı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'nin üst galeri katlarından doğrusal formda olan sokağa bakıldığında Coleman'ın (2006) çizim diyagramlarında belirttiği gibi; her katın doğrusal akstaki dolaşım alanlarının (koridorlarının) yukarıdan aşağıya basamak görünümü oluşturan dolaşım alanlarına (koridorlara) sahip olduğunu görmek mümkündür. Bu görünüm, kullanıcıların üst katlardan dolaşım sağlarken aynı zamanda alt kattaki mağazaları rahatlıkla görebilmesi yani; yatay ve düşey sirkülasyon alanların okunabilirliği, kolay algılaması ile ışığı en alt kata kadar aktararak mekânda ferahlık ve bütünlük oluşturmaktadır (Şekil 5.23, 5.24). Bu durumda kullanıcılarda net algı oluşturan

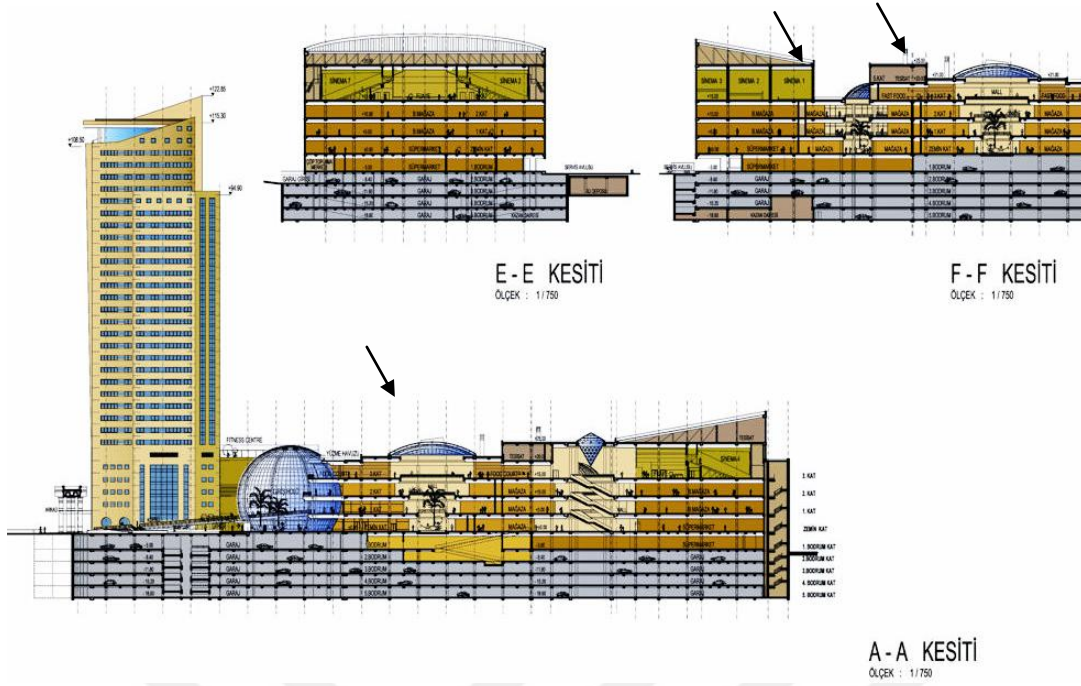
dolaşım alanları, evrensel tasarımın üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) ilk rehberine; 'Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır' uymaktadır.

AVM dolaşım alanları; alışılmış tek hizadaki katların görünümünden farklı olarak etkileyici ve işlevsel bir özelliğe sahiptir. AVM'nin, kullanıcıların fiziksel konfor çeşitlerinden görsel konforunu olumlu bir şekilde sağladığı görülmektedir. Yine AVM'deki dolaşım alanlarının ortalama iç ortam sıcaklığı, hava kalitesi termal/ısısal konfor ile sağlanmıştır. Ortamdaki gürültü-ses etkisi; tavan, duvar, zemin ve kolonlarda kullanılan sesi yalıtan malzemelerle aza indirgenerek kullanıcıların işitsel konforunun sağlandığı görülmektedir.



Şekil 5.23 : AVM'lerde katlar arasındaki görüş açısı (Coleman, 2006).





**Şekil 5.24 :** Coleman'ın çizim diyagramlarını destekleyen A AVM kesitleri (Url-28).

AVM'nin üst galeri katlarından eğrisel formda olan sokağa baktığımız zaman ise; karmaşıya yol açmayan, sokağın eğriselliğini koruyacak şekilde her katın dolaşım alanı olan koridorların, aynı genişlikte tutularak eğrisel formda olan cephe formuyla desteklenerek sokak ölçeği dengesi korunmuştur. Bu sayede mağazalar, kullanıcılar tarafından kesintiye uğramadan rahatlıkla algılanabilmektedir (Bkz. Şekil 5.23, Resim 5.21). Bu durumda dolaşım alanları; kullanıcılarının az yorulması ile etkin kullanım sağlayarak, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) son rehberine; 'Uzun süren fiziksel çaba kullanımını en aza indirmelidir' uymaktadır.



**Resim 5.21 :** Eğrisel forma sahip alışveriş aksı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



AVM'nin doğrusal ve eğrisel formlardaki alışveriş sokaklarıyla mimarının belirttiği gibi; sürekli yatay dolaşımın hakim olduğu bu iki alışveriş aksının aksine, kullanıcının alışveriş aktivitesine kısa süreli bir ara vereceği, aksların kesişme noktalarında meydana gelen ve yatay dolaşımın yerini dikey dolaşıma bıraktığı alanlarda iç mimarının ve aydınlatmanın da katkısıyla dikeylik vurgulanmıştır. AVM'nin mekân bileşenleri, mekân elemanları tasarımında kullanılan biçim-renk-doku-malzeme ve aydınlatmanın etkisiyle işlevsel, olumlu, çekici iç mekân atmosferinin oluşturulduğu görülmektedir. Dolayısıyla kullanıcılarda estetik görünüm aracılığıyla görsel algılama oluşturulmaktadır.

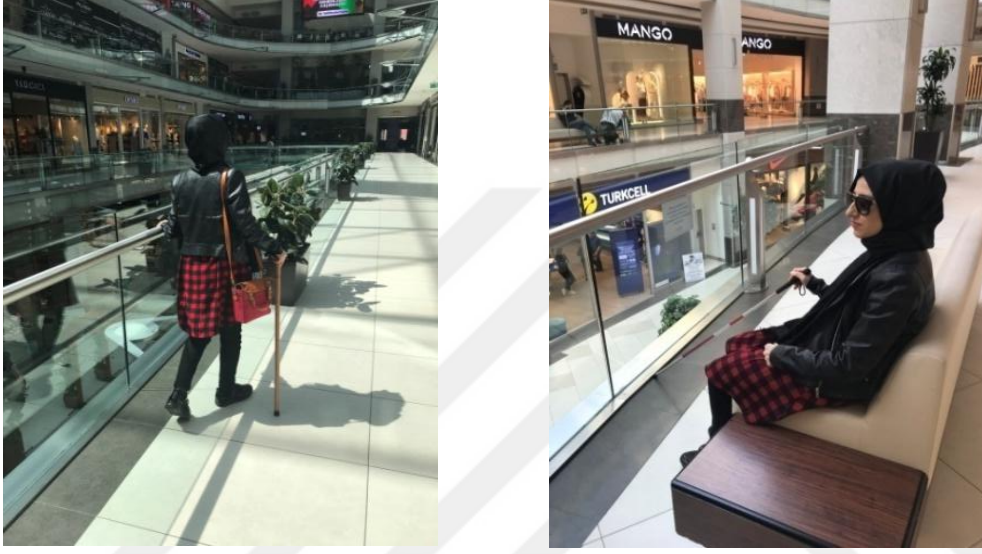
Standartların üzerinde geniş (en az 3 m.) ve ferah dolaşım alanlarına sahip koridorlar, kullanıcıların esnek davranmalarına olanak sağlamaktadır. Bu durumda özellikle sirkülasyonun yoğun olduğu saatlerde kullanıcıların rahat hareket etmesine yardımcı olmaktadır. AVM'nin dolaşım alanlarında görme engelli olarak uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde bağımsız olarak zorluk yaşanmış olup yönlendirilme konusunda başkasından yardım alınmıştır. Bu durumda dolaşım alanlarının tam görme engelli kullanıcılar için evrensel tasarımın eşit kullanım ve esnek kullanım ilkesine uymadığı yani evrenselliğin sağlanmadığı söylenebilir (Resim 5.22).



**Resim 5.22 :** A AVM dolaşım alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Uygun yükseklikteki korkuluklara, kolay kavranabilir küpeştelere-tutunma barlarına ve kaymayan zemin döşemelerine sahip olan dolaşım alanlarının; darbelere, herhangi bir tehlikeye karşı korunaklı olup evrensel tasarımın beşinci (hata toleransı) ilkesine

bu özellikleriyle uyarken; korkuluk tarafındaki yürüme doğrultusunda bulunan peyzaj öğeleri (saksı gibi) tam görme engelliler için engel teşkil ettiğinden dolayı bu yürüme alanı, evrensel tasarımın beşinci (hata toleransı) ilkesine uymamaktadır. Yeterli genişliğe sahip olan dolaşım alanları (yeterli manevra alanları) sağladığı rahat erişim ve yaklaşım ile, evrensel tasarımın son ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir (Resim 5.23).



**Resim 5.23 :** A AVM dolaşım alanlarında yardımcı araç kullanımı.

Dolaşım alanlarında tekerlekli sandalye kullanıcısı ve yardımcı eleman (baston) kullanan kullanıcı olarak uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak ankesörlü telefona erişimde, ulaşılabilir standart yüksekliğin (önden yaklaşımda en az 38, en fazla 122 cm) üzerinde olduğu için kısmen zorluk yaşanmış olup diğer ortak dolaşım ve kullanım alanlarında herhangi olumsuz bir durum yaşanmadan bu alanlara rahat ulaşılarak erişim sağlanmıştır (Resim 5.24).



**Resim 5.24 :** A AVM kullanım alanlarına tekerlekli sandalye ile yandan ve önden yaklaşım.

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmeliğin 8. maddesinin beşinci fıkrasına göre; Alışveriş merkezlerindeki ortak kullanım alanlarının ve dört yüz metrekareden büyük perakende işletmelerin görünür kısımlarına acil tıbbi müdahale ünitesiyle iletişimi sağlamak amacıyla yeterli sayıda acil tıbbi durum butonu yerleştirilir (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). Bu AVM'de dolaşım alanlarında ihtiyaç dahilinde kullanılacak görme engelli kullanıcılar için kabartmalı ve aynı zamanda görsel zıtlıklar (farklı renk-malzeme) kullanılarak ifade edilen ilk yardım çağrı butonu bulunmaktadır (Resim 5.25). Görme engelli kullanıcılar için uyarıcı kılavuz izlerle belirtilen ve yönlendirici görsel işaretlemelerle

de ulaşılabilen acil çıkış kapıları, erişilebilir bir alanda yer almaktadır. İlk yardım ağrı butonu ile acil çıkış kapıları evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) birinci; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' ve ikinci rehberine; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' uymaktadır.



**Resim 5.25 :** A AVM ilk yardım ağrı butonu (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM dolaşım alanlarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi izelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM de empati yoluyla geçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM dolaşım alanlarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (izelge 5.8).

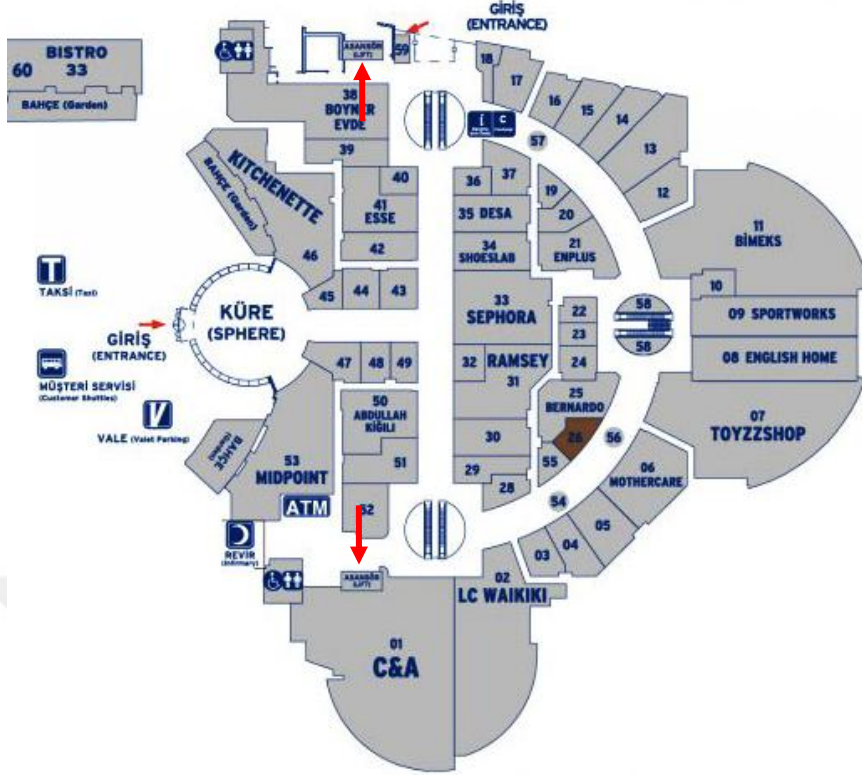
**Çizelge 5.8 : A AVM dolaşım alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM DOLAŞIM ALANLARI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Tüm kullanıcılara aynı anlamı ifade eden tasarım, AVM içerisinde rahat ulaşımı sağlaması,			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Kullanıcıların istek-ihtiyaçlarını karşılayacak dolaşım alanlarına sahip olması, uzun koridorlarda dinlenme alanlarının oluşturulması	■			
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Rahatlıkla kullanılabilen, karmaşaya yol açmayan tanımlanmış dolaşım alanlarına sahip olması,	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Resimli, yazılı, sözlü, dokunsal gibi farklı anlatım biçimleri, okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Kullanıcılarını güvenli, bağımsız bir şekilde yönlendiren dolaşım alanlarına sahip olması, görme engelliler için kılavuz izleri, kaymayan zemin malzemesi			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
				Dolaşıma engel olan peyzaj öğeleri	
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan etkin tasarıma sahip olması			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Dolaşım alanlarının standartlara uygun genişlikte olması, manevra ve geçiş alanlarının olması (tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için)	■				

#### 5.4.4 A AVM Asansörleri

AVM'lerde katlar arasındaki ulaşımı sağlayan önemli düşey sirkülasyon elemanlarından olan asansörlerin her türlü kullanıcı grubu tarafından algılanabilir, ulaşılabilir konumlarda yer alması gerekmektedir. A AVM'de asansörler; cadde üzeri girişin hemen sağında ve simetrisi olacak şekilde koridorun sonunda geniş dolaşım alanlarının olduğu, erişilebilir uygun alanlarda konumlandırılmıştır (Şekil 5.25).





Şekil 5.25 : A AVM şematik zemin kat planı (Url-29).

Evrensel tasarımda kullanıcıların ürün, donatı, mekân ve çevreye rahatlıkla ulaşarak kullanılabilirliği büyük önem arz etmektedir. A AVM asansörlerinin yapılan gözlem, deneyim ve incelemeler sonucunda kullanıcılarına rahat erişim sağladığı görülmüştür. AVM asansörleri, herhangi kullanıcı ayrımı yapılmadan farklı fiziksel özelliklere, becerilere ve yaş gruplarına sahip kullanıcılara hitap ederek, yardımcı kişi ve eleman kullanan tüm kullanıcılara da eşit şartlar altında kullanım sağladığı için evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uymaktadır.

AVM içerisinde uygun ve gerekli noktalarda bulunan yönlendirme levhaları sayesinde asansörlere rahatlıkla ulaşmak mümkündür. Dolayısıyla kullanıcılar doğru bir yönlendirilmeyle yardım almadan asansörlere ulaşabilmektedirler. Farklı kullanıcı profiline bağlı olarak kullanıcıların farklı dil becerisi, algılama düzeyi, tecrübesi ve beklentileri olmaktadır. A AVM'de bu doğrultuda asansörlerin içinde ve dışında düzenlenmiş işitsel, görsel ve dokunsal uyarı sistemleri (ulaşılabilir butonyerler, braille alfabeli kabartmalı butonlar gibi) bulunmaktadır. Bu sistemler sayesinde gerekli bilgiler etkin bir şekilde kullanıcıya iletilmektedir. A AVM asansörleri bu özellikleriyle evrensel tasarımın üçüncü (basit ve sezgisel kullanım) ve dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır.



Görme engeli olan kullanıcı olarak empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; asansör kabini dışında bulunan hissedilebilir yüzey sayesinde asansörün konumu algılanmıştır. Asansörlerin arasında kalan geniş duvara yerleştirilmiş Braille alfabeli hissedilebilir kabartmalı kat planları (her katta aynı yerde bulunmaktadır) sayesinde her katta bulunan satış birimleri ve konumları hakkında bilgi alınabilmektedir. Kabin içerisinde bulunan Braille alfabeli kabartmalı butonlar ve katları belirten sesli uyarı sistemi sayesinde rahat kullanım gerçekleştirilmiştir. Ayrıca her katta asansörlerin bulunduğu alanda uzaktan rahatlıkla okunabilecek büyüklüğe sahip kat numaraları yer almaktadır. Asansör kabini dışında bulunan görme engelliler için hissedilebilir yüzey uygulamasıyla, kabin içerisindeki kaymayan zemin malzemesiyle, acil yardım butonuyla (tehlike alarmı) ve tutunma barlarıyla evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır (Resim 5.26-5.28).



**Resim 5.26 :** Görme engeli olan kullanıcı olarak asansör kullanımı.

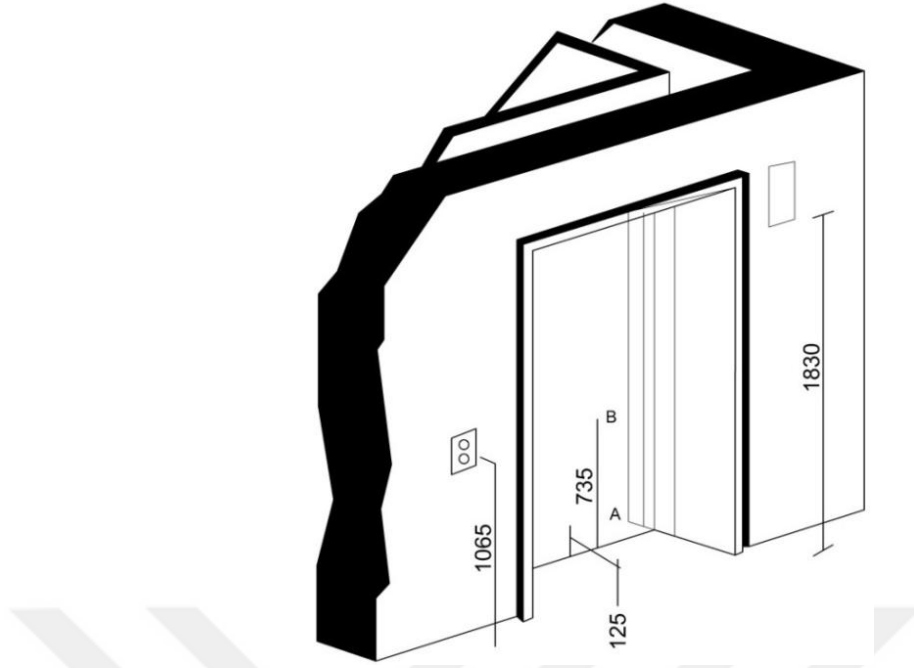


**Resim 5.27 :** Görme engeli olan kullanıcı olarak asansör kullanımı.

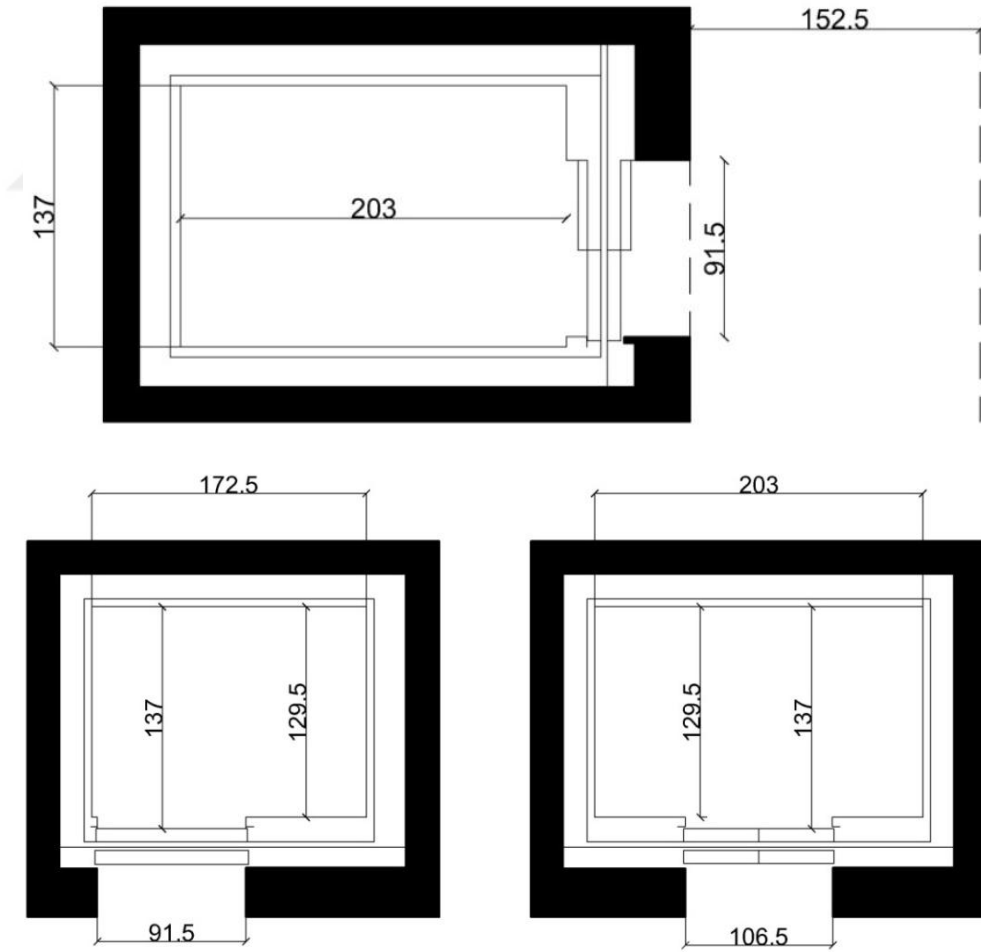


**Resim 5.28 :** Kabin içi tutunma barları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

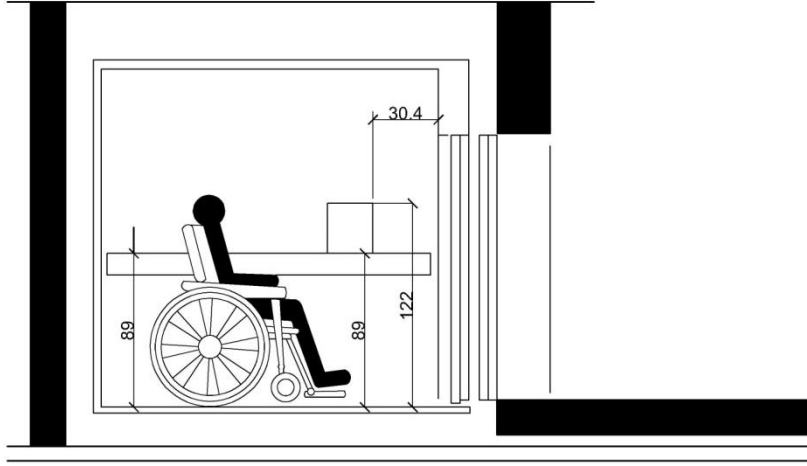
Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; asansör önlerinde standartlara uygun nitelikte yeterli manevra ve bekleme alanına ve kabin içerisinin yeterli genişliğe sahip olduğu görülmüştür. Otomatik açılıp kapanan asansör kapısı sayesinde asansöre kolay geçiş yapılmıştır. Aynı zamanda kabin içerisinde yer alan kontrol paneli de standartlara uygun yükseklikte olduğu için kabin içerisindeki butonlara rahat erişim sağlanabilmiştir (Şekil 5.26-5.29, Resim 5.29, 5.30).



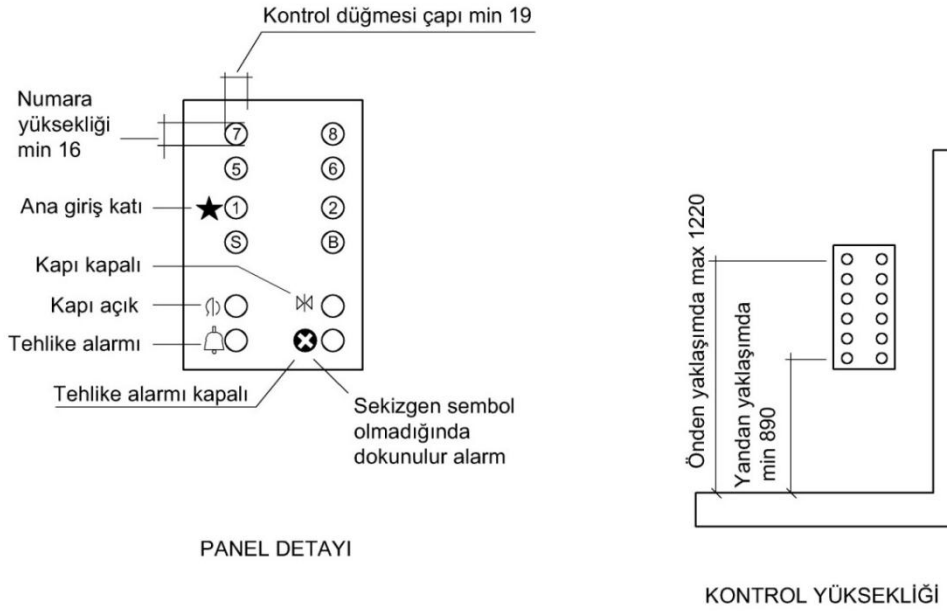
Şekil 2.26 : Asansörler ile ilgili özellikler. Ölçüler mm'dir (TS 9111).



Şekil 5.27 : Asansör kabin içi boyutları örneği. Ölçüler cm'dir (sonuncusu ADA önerisi, El kitabı).



Şekil 5.28 : Kabin içi ölçüler. Ölçüler cm'dir (El Kitabı).



Şekil 5.29 : Asansör panelleriyle ilgili özellikler. Ölçüler mm'dir (TS 9111).

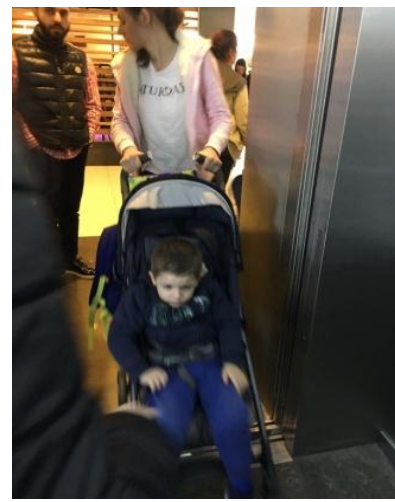
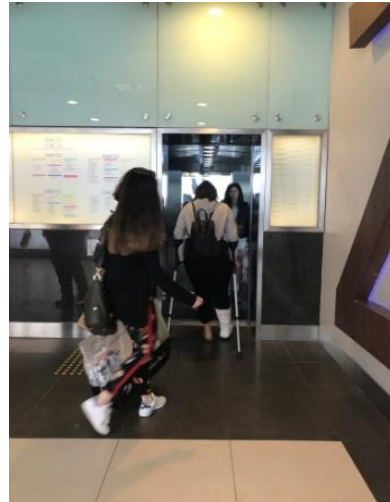


Resim 5.29 : Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak asansör kullanımı.



**Resim 5.30 :** Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak asansör kullanımı.

A AVM asansörleri; otomatik açılıp kapanan kapı sistemleri ve tekerlekli sandalye kullanıcılarına sağladığı rahat erişim ile, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ilk rehberine; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkan vermelidir' uymaktadır. Ayrıca asansörler; asansör kabin önlerinde ve içerisindeki alanları ile, evrensel tasarımın son ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) ikinci; 'Oturan ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır' ve sonuncu rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır. Asansörler, farklı kullanıcıların kişisel tercih ve yeteneklerine yönelik kullanım sağladığı için evrensel tasarımın ikinci ilkesine (esnek kullanım) uymaktadır. (Resim 5.31).



**Resim 5.31 :** Farklı kullanıcı profiline yönelik asansör kullanımı.

A AVM asansörleri konfor koşulları açısından değerlendirildiğinde; aydınlatma kullanımı, farklı anlatım biçimlerine sahip uyarı sistemleri, kullanımları ve

yönlendirme levhalarıyla kullanıcılarının görsel konforuna, işitsel uyarı sistemleriyle işitsel konforuna ve kabin içerisindeki havalandırma sistemiyle de (iç hava kalitesi, ısı düzeyiyle) ısısal/termal konforuna etki ettiği söylenebilir. Evrensel tasarıma uygun bir şekilde düzenlenmiş asansörlerin, uygun konfor koşullarıyla da desteklendiği takdirde kullanıcılar açısından beklenen düzeyde sağlayabileceği görülmüştür.

A AVM asansörlerine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM'de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM asansörlerinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır (Çizelge 5.9).

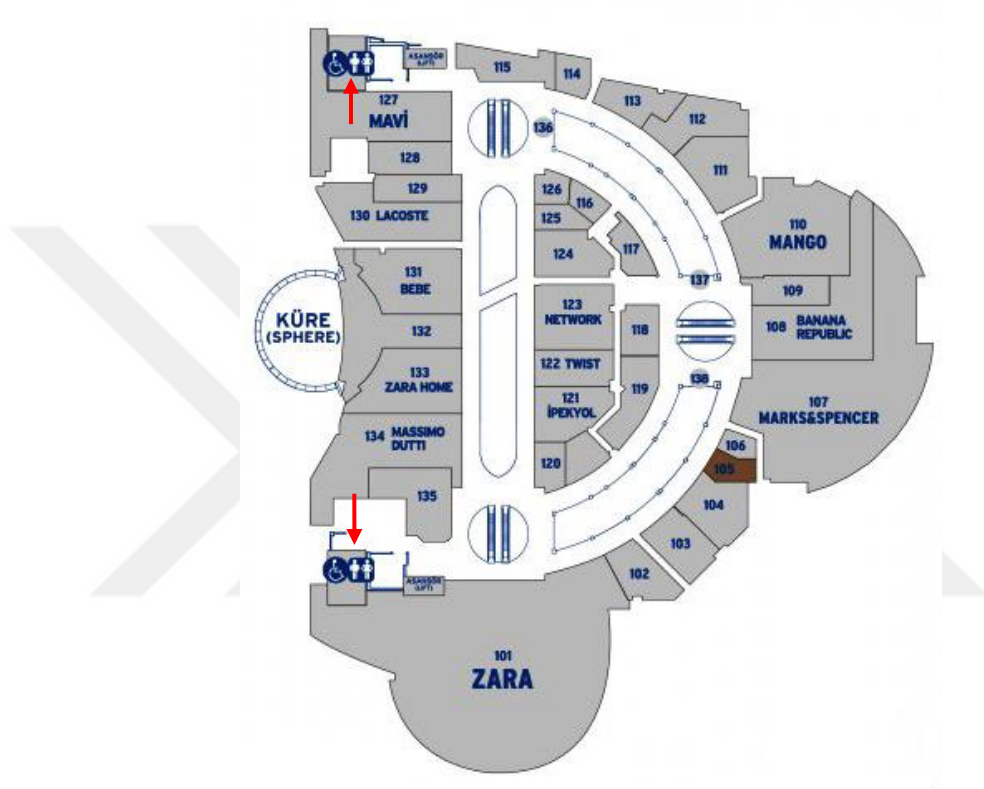
**Çizelge 5.9 : A AVM asansörlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM ASANSÖRLERİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit kullanım imkanı, tüm kullanıcıların aynı asansörü kullanabilmeleri, güvenli olması	■		
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı	■		
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Bilgi ve deneyim gerektirmeyen algılanabilir tasarım	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Asansörlerin içinde ve dışında işitsel, görsel, dokunsal(kabartmalı) olan uyarı sistemleri, asansör butonyer ve butonlarının görünebilir ve ulaşılabilir yükseklikte olması	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Olası tehlikelere karşı güvenli-emniyetli olması(tutunma barları gibi), kabin içinde kaymayan zemin malzemesi, acil yardım sinyali, asansör kapılarının açık kalma süresi	■		
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Otomatik açılıp kapanan asansör kapıları, kullanıcıların asansörlere ve asansör butonlarına zorluk çekmeden konforlu bir şekilde erişimi	■		
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Asansör önleri ve asansörlerde, kullanıcılarına rahat bir yaklaşım ve kullanım için uygun alanların sağlanması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için)	■		



#### 5.4.5 A AVM Tuvaletleri

Algılanabilir, karmaşık olmayan bir plan tipine sahip A AVM tuvaletlerine, yardım almadan yönlendirme levhalarıyla ulaşmak mümkündür. Tuvaletler, koridorların başında ve sonunda olmak üzere; satış birimlerinden ayrılan fakat rahat geçişin sağlanabildiği iki ayrı ulaşılabilir alanda konumlandırılmıştır (Şekil 5.30, Resim 5.32).



Şekil 5.30 : A AVM 1. kat şematik planı (Url-29).



Resim 5.32 : A AVM farklı katlara ait tuvalet girişleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Girişte lavaboların ön planda, tuvalet kabinlerinin arka tarafta yani geri planda tutulması, tuvalet çözümlerinde istenen bir durumdur (kabinlerin ve lavaboların karşı karşıya olup birbirine bakması istenmeyen bir durumdur). Görüldüğü gibi; aynı alan içerisinde işleve göre yapılan ayırım ile doğru bir mekân planlanması getirilmiştir. Aynı zamanda alanın girişinden itibaren doğrusal aksla ile kullanım alanlarına doğrudan rahat geçiş sağlanmaktadır.

Kullanıcıların görsel konforunu etkileyen mekân tasarımına bakıldığı zaman; aynaların olduğu duvarda üç boyutlu görünüme sahip canlı, dinamik etki yaratan kırmızı renkli seramik duvar kaplama malzemesi kullanılmıştır. Geri kalan duvarlarda krem tonlarında seramik duvar kaplama malzemesi kullanılırken; zeminlerde de kaymayan, mat siyah renge sahip granit zemin döşemesi tercih edilmiştir. Daire şeklinde aynalarla aynı forma sahip lavabolar ise beyaz renkten oluşmaktadır. Her alanın işlevine yönelik ayrı yapay aydınlatma sistemleri tercih edilmiştir (ayna-lavabo kullanımı için gergi tavan sistemi, koridor ve kabinlere yönelik spot aydınlatma kullanımı gibi). Bu alanın mekân bileşenlerinde ve kullanım alanlarında tercih edilen siyah-beyaz-kırmızı renk kullanımıyla, zıtlıktan oluşan uyumla net mekân algısının oluşturulduğu ve görsel konforun sağlandığı söylenebilir (Resim 5.33, 5.34 ). Mekân bileşenleri ile ayna ve lavabolardaki bu zıt kullanımla A AVM tuvaletleri, evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır. Sinema alanındaki tuvaletlerin duvarlarında ise; siyah parlak seramik duvar kaplama malzemesi, zeminde siyah mat granit zemin döşemesi ile lavabo ve makyaj tezgahlarında siyah granit malzeme seçimiyle tek renk kullanımının hakim olduğu görülmektedir (Resim 5.35).



**Resim 5.33 :** A AVM farklı katlara ait tuvaletler (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.34 :** A AVM farklı katlara ait tuvaletler (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.35 :** A AVM sinemaya ait tuvaletler (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Koridorların geçiş alanları ve tuvalet kabinleri, yeterli genişliğe sahip olup kullanım alanlarına rahat erişim sağlamaktadır. Bütün katların tuvaletlerindeki ilk kabin, çocuklara ayrılmıştır. Çocuk tuvalet kabini, çocuklara uygun boyutlarda düzenlenmiş olup; kapı üstünde de çocuk kabini olduğunu belirten görsel bilgilendirme yer almaktadır. Kabinlerin giriş-çıkışında lavaboların bulunduğu bölümdeki ilk lavabo,

ekipmanlarıyla (lavabo, batarya, sabunluk) birlikte çocukların kullanımına uygun şekilde düzenlenmiştir. Fakat yeterli ekipmanlara sahip olan bu çocuk lavabosunun yeterli genişliğe sahip olmadığı görülmüştür. Yine bu alanda çocuk lavabosu olduğunu belirten görsel bilgilendirme yer almaktadır (Resim 5.36). Kullanıcıların boy farklılıkları, fiziksel özellikleri, farklı yaş grupları dikkate alınarak tasarım yapıldığı görülmüştür. A AVM tuvaletleri kullanım çeşitliliğiyle, evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) ilk rehberine; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır' uymaktadır. Kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan bu alanlar, AVM'lerin kullanılabilirliğini arttırmaktadır.



**Resim 5.36 :** A AVM çocuk tuvaleti ve lavabosu (Tuba Terece arşivinden, 2018).



A AVM lavabolarında harekete duyarlı sensörlü bataryalar, sabunluk, havluluk gibi rahat kullanıma olanak sağlayan ekipmanlar yer almaktadır (Resim 5.37). Bu ekipmanların evrensel tasarımın ikinci (esnek kullanım) ve altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) uyduğu görülmektedir. Ayrıca A AVM tuvaletleri, kullanım alanlarına yeterli yaklaşım ve geçiş alanlarıyla evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır.



**Resim 5.37 :** A AVM tuvaleti, harekete duyarlı ekipmanlar (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM'de tuvaletlerin olduğu alanlarda ayrı bir birim olarak konumlandırılan aile tuvaletleri bulunmaktadır. Dışa açılan aile tuvalet kapısının üzerinde görsel yönlendirme levhaları ve kapının yanında da kabartmalı görsel yönlendirme levhası yer almaktadır. Aile tuvaletinde tekerlekli sandalye kullanıcılarının da kullanımına olanak sağlayan diz altı boşluğuna sahip oyuntulu lavabo, eğimli ayna, tutunma barları, sabunluk, havluluk gibi ekipmanlar, klozet yanında ve duvarda olmak üzere iki ayrı acil durum butonu, askı ile bebekler için alt değiştirme ünitesi bulunmaktadır (Resim 5.38, 5.39). Bu durumda A AVM tuvaletlerinin (bay-bayan, çocuk, engelli ve aile tuvaletleriyle) farklı kullanıcı grubuna hitap ettiği dolayısıyla, evrensel tasarımın ilk ilkesine de (eşit kullanım) uyduğu görülmüştür.



**Resim 5.38 :** A AVM aile tuvaleti, görsel bilgilendirme (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.39 :** A AVM aile tuvaleti (Tuba Terece arşivinden, 2018).



Empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; kısmi görme engellilerin bu alanları kullanabileceği görülmüştür. Yardımcı eleman (baston) kullanan kullanıcı olarak; rahat kullanım sağlanarak, harekete duyarlı sensörlü ekipmanlar sayesinde kolay erişim ve kullanım gerçekleştirilmiştir.

Tuvaletler gibi alanlarda sağlanması gereken en önemli konfor koşulu temizliktir. Özellikle bu alanların hijyenik, temiz ve bakımlı olması oldukça büyük bir öneme sahiptir. Burada havalandırma sisteminin rolü büyüktür. Çünkü iç ortamın hava kalitesi; alandaki havanın temizliğine, kokusuna, sıcaklığına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. İç ortamın sabit ortalama sıcaklık düzeyi korunarak temiz hava sirkülasyonunun oluşturulması, kısacası kullanıcıların termal/ısısal konforunun sağlanması gerekmektedir. A AVM'nin bu alanlarında termal/ısısal konforun sağlandığı görülmüştür. Duvarda son yapılan temizliğin ve bir sonraki yapılacak olan temizlik saatinin belirtildiği dijital temizlik kontrol ekranı bulunmaktadır. Ekranda kullanıcıların dokunmatik olarak değerlendirebileceği memnuniyet anket uygulaması yer almaktadır. Bu durum, tuvaletlerin sık temizlendiğinin ve kullanıcıların değerlendirmelerinin dikkate alındığının göstergesidir (Resim 5.40).



**Resim 5.40 :** A AVM tuvaletleri temizlik kontrol ekranı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM tuvaletlerine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM tuvaletlerinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.10).

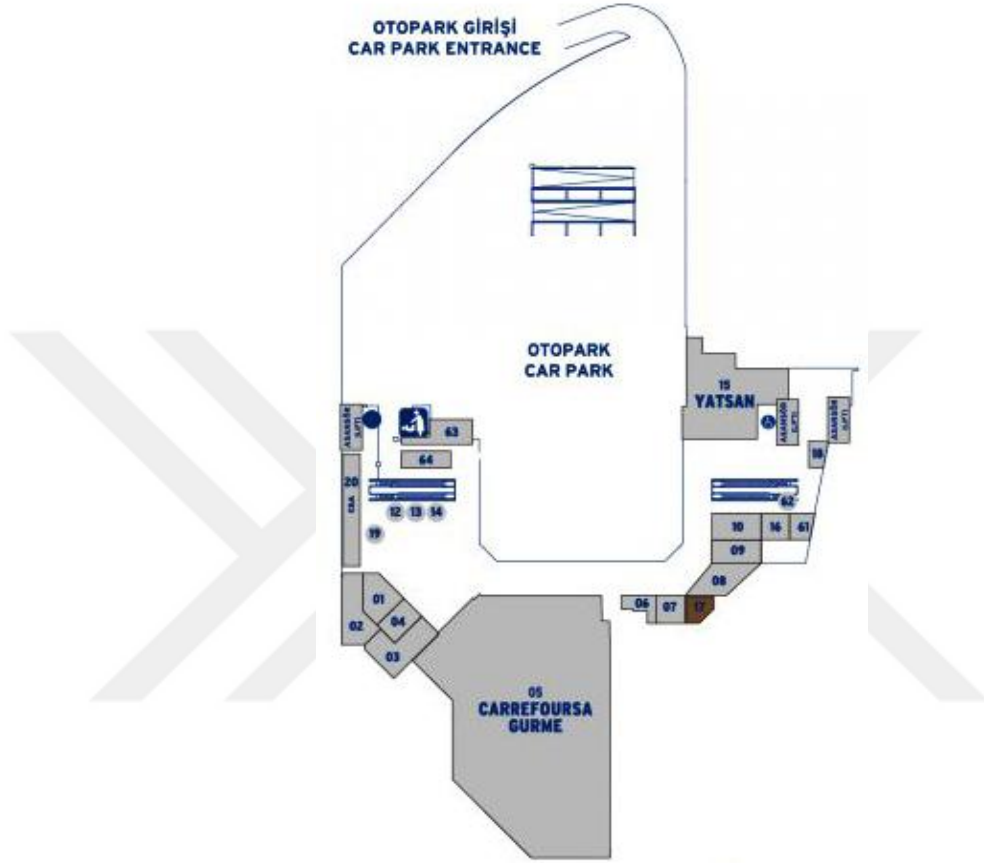
**Çizelge 5.10 : A AVM tuvaletlerine ait evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM TUVALETLERİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Herhangi bir beceri, yaş, fiziksel özellik ayrımı olmadan herkese eşit kullanım imkanı, ulaşılabilir olması, güvenli olması			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Hareket özgürlüğünü kısıtlamayan farklı yüksekliklere sahip lavabolar(yetişkinler, çocuklar için),			■ Çocuk lavabosu genişliği az	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Sade, anlaşılabilir tasarıma sahip olması	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Kaymayan zemin malzemesi, keskin hatlara sahip olmayan lavabolar(çarpmaya karşı), otomatik aydınlatmalarda zamanlamanın ayarlanması			■ İçe açılan tuvalet kapıları	
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Rahat kullanıma olanak sağlayan kapı kolları, harekete duyarlı ya da bastırılmalı bataryalar gibi ekipmanlar, oyuntulu lavabolar	■			
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Kabin içerisinde, lavabo önlerinde rahat erişim, kullanım ve geçiş için yeterli alanın olması			■ Çocuk lavabosu genişliği az	

#### 5.4.6 A AVM Otoparkları

A AVM otoparklarına giriş; cadde üzerindeki giriş tarafından olup kent içerisinde algılanabilir, ulaşılabilir bir alandan sağlanmaktadır (Bkz. Şekil 5.4, Şekil 5.31, Resim 5.41). Dolayısıyla bu kullanımın evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uyduğu görülmektedir. AVM'nin 1. bodrum katından 5. bodrum katına kadar olan beş otopark katı toplamda 2500 araçlık kapasiteye sahiptir. AVM'nin 1. bodrum katından itibaren otoparklara ulaşımı sağlayan ayrı asansörler ve yürüyen bant merdivenler bulunmaktadır. Her katın otoparkı, farklı bir renkle adlandırılıp her otoparkın kolonları kendi rengine boyanmıştır. Farklı renk kullanımıyla görsel algı oluşturulup hafızada kalıcılık sağlanmaktadır. Otopark içerisinde; yön bulmayı kolaylaştıran AVM giriş çıkışına, engelli park alanlarına ve

acil çıkışlara yönlendiren uyarıcı ve bilgilendirici yönlendirme levhaları bulunmaktadır. Kapalı otoparka sahip A AVM otoparkında kullanılan yapay aydınlatma; gerekli, önemli alanları vurgulayıcı ve yönlendirici niteliktedir (Resim 5.42, 5.43).



Şekil 5.31 : A AVM 1. bodrum katı şematik planı (Url-29).



Resim 5.41 : A AVM otopark giriş çıkışı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.42 :** A AVM otoparklarına ulaşım elemanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

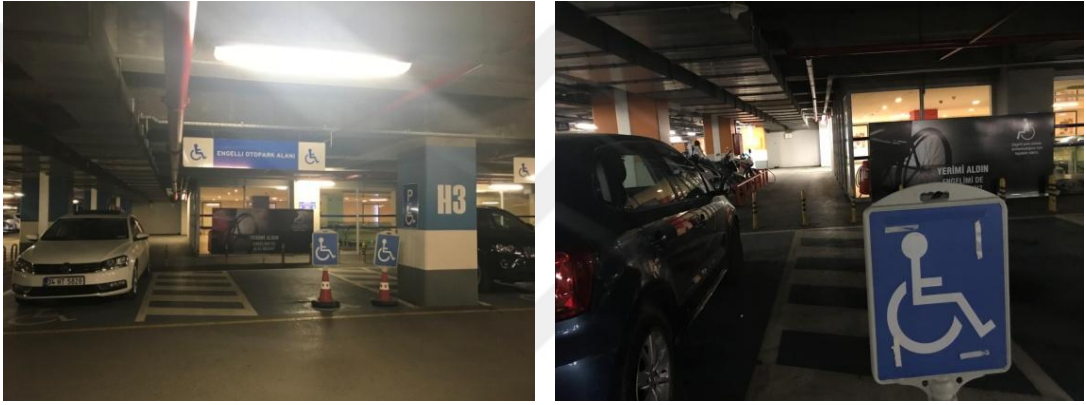


**Resim 5.43 :** A AVM otoparkları yönlendirme levhaları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

TS 12576 standardına göre; kamu veya özel yerin (hastane, alışveriş merkezi, tren istasyonları vb. yerlerde) engelliler için ayrılan park yeri, bunların girişleri; otopark giriş ve çıkışına yakın olmalıdır. Bu yerlerde engellilerin inme/binmede herhangi bir engelle karşılaşmaması için kaldırımlar taşıt yolu kotuna göre kaldırım kotu "0" veya "+3" olacak şekilde alçaltılmalıdır (TS 12576). A AVM engelli park alanları, her otopark katının AVM giriş çıkışlarına yakın bir konumda yer almaktadır. AVM girişlerinde herhangi bir kot farkı bulunmadığı için, AVM'ye rampasız doğrudan erişim mümkün olmaktadır (Resim 5.44, 5.45). Bu durumda; standarda uygunluk gösteren engelli park alanları ve kullanıcıları yormayan AVM girişleri, evrensel tasarımın ikinci (esnek tasarım) ve altıncı ilkesine de (düşük fiziksel güç) uymaktadır.



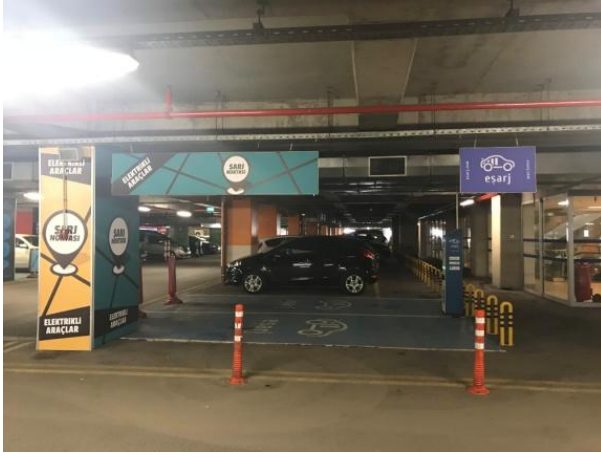
**Resim 5.44 :** A AVM otopark giriş çıkışlarından (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.45 :** A AVM otopark giriş çıkışlarından (Tuba Terece arşivinden, 2018).

30340 sayılı Otopark Yönetmeliği'nin 5. maddesine göre; Otopark iç yüksekliği giriş altı dahil olmak üzere hiçbir yerde net 2,10 metreden az olamaz. A AVM otoparkının iç kat yüksekliği 2,10 metre olup otopark yönetmeliğine uygun olduğu görülmüştür. Otopark yönetmeliğinin 6. maddesine göre; bölge ve genel otoparklar ile AVM'lere ait otoparklarda, her 50 park yerinden en az biri elektrikli araçlara uygun olarak (şarj ünitesi dahil) düzenlenir.. (Otopark yönetmeliği, 2018). A AVM otoparkları, bünyesindeki elektrikli araçlara uygun park alanlarıyla otopark yönetmeliğine uygunluk sağlamaktadır (Resim 5.46).





**Resim 5.46 :** A AVM otoparkı elektrikli araç park alanı ve şarj ünitesi (Tuba Terece arşivinden, 2018).

30340 Otopark Yönetmeliği'nin 4. maddesine göre; Umumi bina ve bölge otoparkları ile genel otoparkların giriş-çıkış ve asansörlerine en yakın yerlerinde birden az olmamak şartıyla, her 20 park yerinden birinin engelli işareti konularak engelliler için ayrılması zorunludur (Otopark yönetmeliği, 2018). Yani, engelli otopark sayısının, toplam araç kapasitesinin % 5'i olması gerekmektedir. 2500 araçlık park yerine sahip olan A AVM'nin her otopark katında toplam 15 araçlık engelli park alanı bulunmakla beraber, bu engelli park alanlarının yönetmeliğe uygun olacak şekilde yeterli sayıda olmadığı görülmüştür. AVM otoparkının engelli park alanında farkındalık oluşturmak ve bu park alanlarının diğer kullanıcılar tarafından işgal edilmesini önlemek amaçlı; "Yerimi aldın engelimi de alır mısınız?" mesajını içeren duyarlı bir pano yer almaktadır. AVM'ye bisikletle ulaşan kullanıcılar için bisiklet park alanları da bulunmaktadır. Bisiklet park alanları, evrensel tasarıma verilebilecek en başarılı örneklerdendir (Resim 5.47, 5.48).



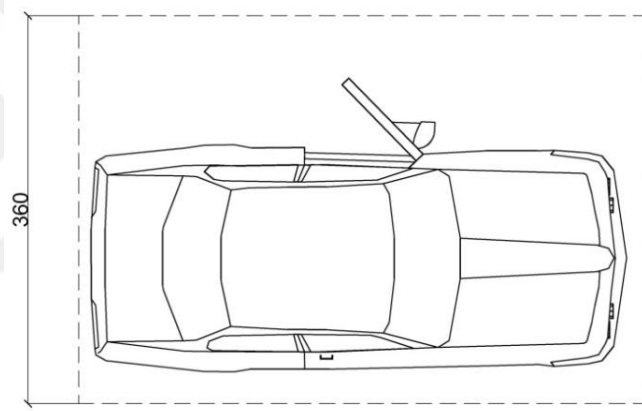
**Resim 5.47 :** A AVM otoparkı engelli park alanı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



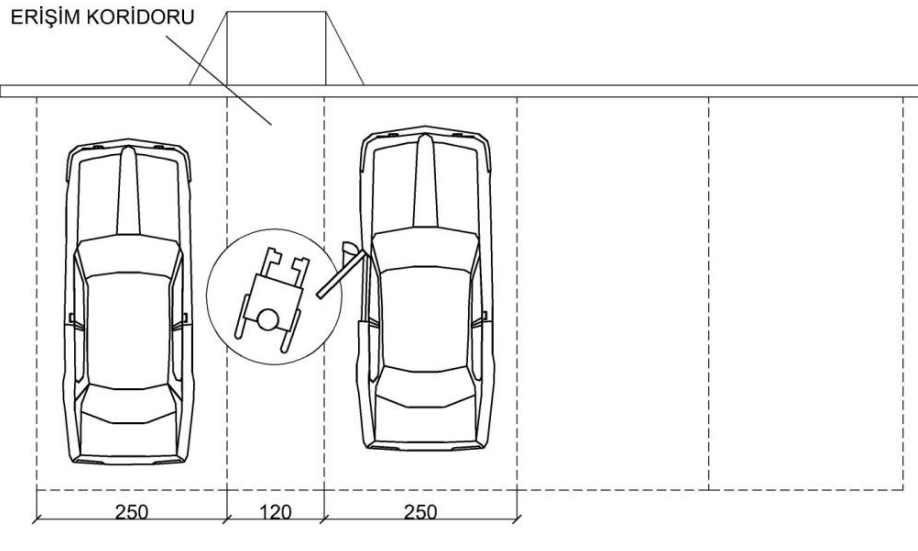


**Resim 5.48 :** A AVM otoparkı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Engelliler için düzenlenmiş bir park yerinin en az genişliği 3,6 m, tavsiye edilen 3,9 m'dir ve tekerlekli sandalye geçişleri için iki park yeri arasında 1,2 m genişliğinde bir erişim koridoru önerilmektedir (BM, 2004, Şekil 5.32).



**Şekil 5.32 :** Engelli park yeri genişliği. Ölçüler cm'dir (BM, 2004).



**Şekil 5.33 :** Erişim koridoru ile düzenlenmiş park yeri. Ölçüler cm'dir (BM, 2004).

TS 12576 standardına göre; kapalı otoparklarda engelliler için ayrılan park yerine kadar kolon, duvar ve tavana asılı engelli yönlendirme okları ile uygun genişlik ve yükseklikte yürüme yolları bulunmalı ve kapalı otoparklarda kolonlar yuvarlatılmalıdır (TS 12576). A AVM otoparklarındaki görsel bilgilendirme levhaları, evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uygun iken; otoparkta bulunan kare formundaki kolonlar hem TS 12576 standardına hem de darbelere karşı korunaklı olmadığı için evrensel tasarımın beşinci ilkesine (hata toleransı) uymamaktadır (Resim 5.49).



**Resim 5.49 :** A AVM otoparkı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Düz park alanına sahip A AVM otoparkının park alanları, araçların giriş çıkışları ve manevrası için yeterli boyutlara sahiptir. Aynı zamanda AVM otoparkı; otomatik açılıp kapanan giriş çıkış kapıları ve kullanıcılarının bedensel boyutu, duruşu ve hareket yeteneğine bakılmaksızın rahat erişim, yaklaşım ve kullanım için standartlara uygun boyutlarda olması ile evrensel tasarımın altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) ve son ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) ilk rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır. A AVM'nin otopark katlarındaki giriş çıkış kapıları, otomatik açılıp kapanan sisteme sahip olup yeterli açıklıktan oluşmaktadır. Kaymayan zemin malzemesinden oluşan park alanlarının AVM giriş kapısı önünde halı döşemesi kullanılmıştır. Tüm bu giriş çıkış kapıları önünde görme engeli olan kullanıcılar için hissedilebilir yüzeyler bulunmaktadır (Resim 5.50).



**Resim 5.50 :** A AVM otopark giriş-çıkışı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM otopark giriş çıkış kapıları; tüm kullanıcı gruplarına aynı kapıdan giriş çıkış imkanı sağladığı için, evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ikinci rehberine; 'Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır' uyduğu görülmektedir. Aynı zamanda malzemesi cam olan otopark giriş çıkış kapılarında ayırt edici görsel işaretlemeler bulunduğu için, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) ikinci; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' rehberine ve TS 9111 yönetmeliğine uygun niteliktedir.

Otopark gibi alanlarda kullanıcıların kafası karışmadan, kaybolmadan yön bulabilmesi, görsel konforu etkileyen önemli bir parametredir. Otoparktaki kullanıcının eylemini rahat bir şekilde gerçekleştirebilmesi için kullanıcıların fiziksel konforunun (görsel, işitsel ve termal/ısısal olmak üzere) sağlanması gerekmektedir. A AVM otoparklarında; yönlendirme levhaları, alan kullanımı, aydınlatma gibi koşullarla da kullanıcıların görsel konforunun, gürültü-ses etkisinin rahatsız edici düzeyde olmaması ile işitsel konforun ve kapalı alandaki hava kalitesi ile termal/ısısal konforun sağlandığı söylenebilir. Çünkü bu fiziki konfor koşulları sağlandığı takdirde, kullanım alanlarından istenilen düzeyde verim alınabilecektir.

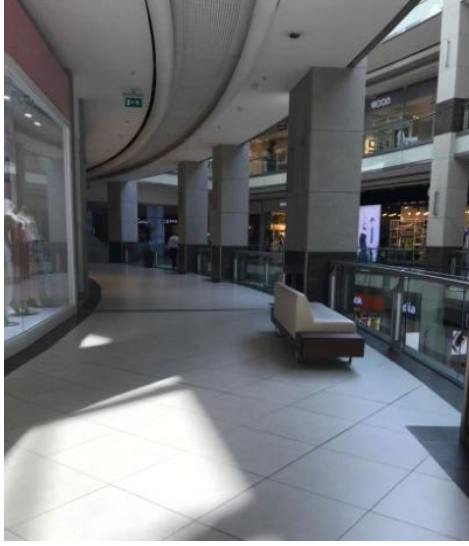
A AVM otoparklarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda doldurulmuştur. A AVM otoparklarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.11).

**Çizelge 5.11 : A AVM otoparklarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM OTO PARKLARI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit erişim ve kullanım imkanı, ulaşılabilir olması, engelli otoparklarının bulunması	■		
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, yol kotuyla aynı giriş veya uygun rampa kullanımı		■ Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Rahatlıkla kullanılabilen, karmaşaya yol açmayan alanlara ve giriş-çıkışlara sahip olması	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme)-engelli otoparkı tabela+yerde işaretleme, doğru aydınlatma kullanımı, AVM giriş-çıkışlarına ve asansörlere yakın engelli otoparklarının bulunması, giriş-çıkışların ayrı malzemelerle ayrıt edilebilir olması	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Olası tehlikelere karşı güvenli-emniyetli olması, hissedilebilir yüzeyler, kaymayan zemin malzemesi, dairesel formulu kolonlar		■ Kare formunda kolonlar	
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Engelli kullanıcıları dolandırmayan, rahat erişim ve kullanım imkanı	■		
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Otopark alanlarının standartlara uygun boyutlarda olması, yeterli manevra ve geçiş koridorunun sağlanması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için)	■		

#### 5.4.7 A AVM Oturma-Bekleme Alanları ile Kent Mobilyaları ve Peyzaj Öğeleri

AVM'lerde çekim potansiyeli olan elemanlar arasında; oturma-bekleme alanları, kent mobilyaları ve peyzaj öğeleri önemli bir yer tutmaktadır. A AVM'nin her katında oturma-bekleme alanları bulunmakla beraber, kullanıcılar diledikleri zaman bu alanlara rahatlıkla ulaşabilmektedirler. Oturma-bekleme birimleri, dolaşımı aksatmayacak düzende gün ışığı ile doğal aydınlatmanın hakim olduğu ferah alanlarda; giriş katta dolaşım aksının orta hattında, üst katlarda ise dolaşım aksının kenarında galeriye bakan alanlarda sıkça konumlandırılmıştır (Resim 5.51). Her katta ve sık konumlandırılan bu oturma-dinlenme birimleri ile evrensel tasarımın en önemli parametresi olan erişilebilirliğin artırıldığı söylenebilir.



**Resim 5.51 :** A AVM, farklı alanlara ait oturma-bekleme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM oturma-dinlenme alanları, peyzaj öğeleri ve kent mobilyaları ile iç mekânda oluşturduğu sokak atmosferinin yanı sıra, görsel algı ve bütünlük de oluşturmaktadır. Kullanıcılar, hem AVM içerisinde bulunan oturma-bekleme alanlarında kullanılan bu peyzaj öğeleri hem de iç-dış mekânda kullanılan su sesinin yarattığı etki ile huzurlu bir ortamda dinlenebilme şansına sahip olmaktadır. Kullanıcılarda oluşturulan görsel algı, onları cezbederek AVM'ye tekrar gitme isteği uyandırmaktadır. Dolayısıyla; A AVM peyzaj öğelerinin başarılı kullanımı, işlevsel kent mobilyaları ve ergonomik oturma-bekleme alanları ile oluşturduğu nitelikli iç-dış mekân kullanımları sayesinde; kullanıcılarının görsel konforunun ve rahatlatıcı su sesi ile de işitsel konforunun sağlandığı görülmektedir (Resim 5.52, 5.53). Mekân bileşenlerinde kullanılan malzemelerle ses etkisi aza indirgenerek, kullanıcıların bekleme-dinlenme ihtiyacını karşılayacak düzeyde işitsel konforun sağlandığı söylenebilir.





**Resim 5.52 :** A AVM oturma-bekleme alanları ve peyzaj öğeleri kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.53 :** A AVM peyzaj öğeleri kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Açık alanlarda bulunan kent mobilyaları ile dış mekân kullanımına da olanak sağlayan A AVM, iç-dış mekân ilişkisini kurarak çevresi ile uyumlu bir şekilde bütünlük arz etmektedir (Resim 5. 54).





**Resim 5.54 :** A AVM açık alanı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

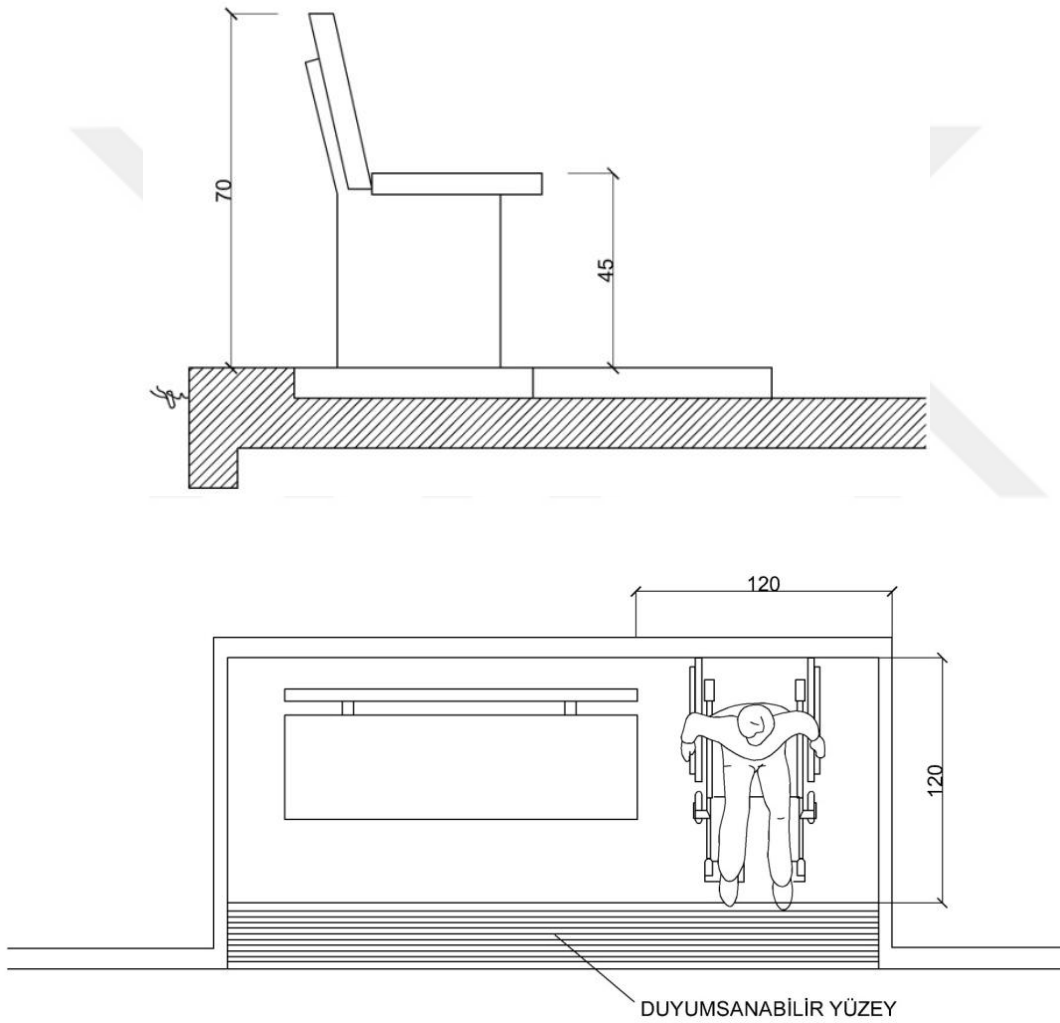
Oturma-bekleme alanlarında; bank ile oturma birimlerinin yanında ve önünde tekerlekli sandalye, bebek arabası gibi yardımcı eleman kullanan kullanıcılar için yeterli alan bırakılmıştır (Resim 5.55).



**Resim 5.55 :** A AVM oturma-dinlenme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Oturma-bekleme alanları sağladığı yeterli geçiş ve kullanım alanlarıyla BM'nin; dinlenme alanlarında oturma bankının yanında tekerlekli sandalyeler için mutlaka 1,2 m'lik alan bırakılmalıdır kriterine uygun olup bank boyutları da (sırtlık yüksekliği 70 cm, oturma yüksekliği 45 cm) standartlara uygun niteliktedir (BM, 2004), (Şekil 5.34, Resim 5.56). Aynı zamanda bu alanlar, evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberi ile; 'Yardımcı araçların kullanımı

veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır, tüm kullanıcı gruplarına hitap ettiği için, evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ikinci rehberine; 'Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır' ve evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) ilk rehberine de; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkanı sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir Oturma-bekleme alanları, gerek ayakta gerek oturan kullanıcılara (tekerlekli sandalye kullanan) etkin kullanım sağlaması ile, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ilk rehberine; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkan vermelidir' uymaktadır.



**Şekil 5.34** : Dinlenme bankının yüksekliği ve oturma ceplerinin tasarımı. Ölçüler cm'dir (BM, 2004).



**Resim 5.56 :** A AVM, tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak dinlenme alanı kullanımı.

Oturma-bekleme birimleri ve kent mobilyalarında kullanılan renkler, çevresiyle zıtlık oluşturarak ayırt edilebilir niteliktedir. Aynı zamanda bu kent mobilyaları ve oturma-bekleme alanlarının zemin döşemesinde uygulanan farklı malzeme kullanımı ile oturma ve dolaşım alanı olmak üzere işlevine göre alan ayrımı yapıldığı görülmektedir (Resim 5.57). Dolayısıyla bu alanlar, kullanıcıların mekân algısını kolaylaştırdığı için evrensel tasarımın üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) ilk rehberine; 'Gereksiz karmaşa ortadan kaldırılmalıdır' uymaktadır.



**Resim 5.57 :** A AVM, oturma ve dolaşım alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'nin bazı oturma birimleri, rahat kullanıma uygun yumuşak yüzey malzemelerden ve keskin olmayan dairesel formlardan oluşmaktadır. Oturma birimlerinde hem terletmeyen hem soğuk tutmayan yüzey malzemeleriyle de kullanıcıların ısisal/termal konforu sağlanmıştır. Ayrıca her dairesel formdan oluşan oturma-bekleme alanlarında kent mobilyalarından olan çöp kovalarının bulunması da; kullanımı arttırarak bu alanlara erişilebilirliği arttırmaktadır (Resim 5.58). Darbe önleyici dairesel formdan oluşan oturma birimleri; evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır.

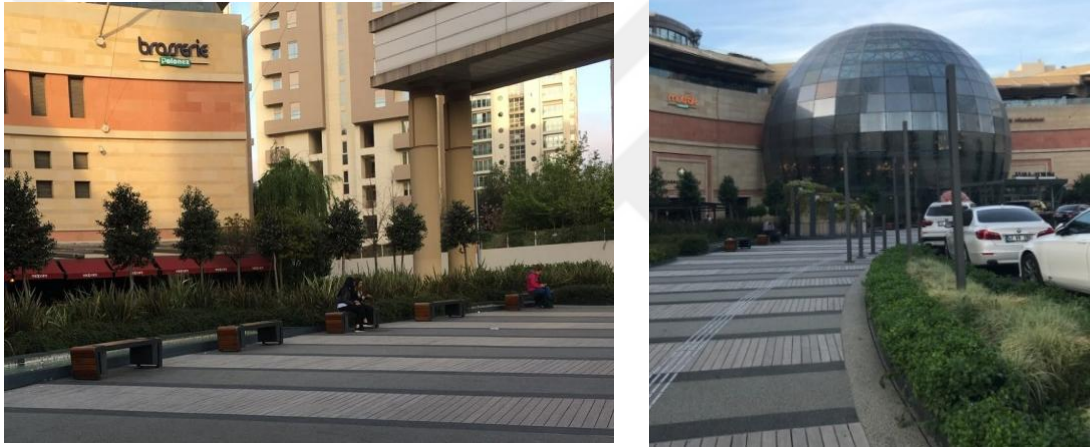


**Resim 5.58 :** A AVM, farklı alanlara ait oturma birimleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).



Oturma-bekleme alanlarında empati yoluyla uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; herhangi olumsuz bir durum yaşanmamakla beraber bu alanlarda, görsel konfor koşullarının sağlandığı görülmüştür. Bu alanları kısmi görme engeli olan kullanıcıların kullanabileceği fakat tam görme engeli olan kullanıcıların yardıma ihtiyaç duyabileceği söylenebilir.

Dış mekânda kullanılan kent mobilyalarının (bankların) sırtlık kısmı bulunmadığı için oturduktan bir süre sonra rahatsız ettiği, yeterli konforu sağlamadığı görülmüştür. Dış mekânda bulunan farklı yüksekliklere sahip aydınlatma elemanları; sınırlayıcı aynı zamanda yönlendirici ve AVM'yi algılatan işleviyle görsel algı oluşturmaktadır (Resim 5.59). Dolayısıyla dış mekândaki bu aydınlatma elemanları, evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır.



**Resim 5.59 :** A AVM, açık alan oturma birimleri ve aydınlatma elemanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Bazı AVM'lerde de olduğu gibi bu AVM'de bulunan oturma-bekleme alanları, aydınlatma elemanları, su öğeleri, iç-dış mekân peyzaj öğeleri gibi kent mobilyaları; görsel bütünlük oluşturarak kullanıcı konforunu etkileyip, AVM'yi çekici kılan elemanlar olarak değerlendirilmiştir.

A AVM oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerinin evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır (Çizelge 5.12).

**Çizelge 5.12 : A AVM oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM OTURMA-BEKLEME ALANLARI İLE KENT MOBİLYALARI VE PEYZAJ ÖGELERİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya hitap eden ve kullanıcılarının her türlü eylemini eşit şartlar altında sağlaması,	■			
	<b>2. Esnek kullanım</b> Kullanıcıların istek-ihtiyaçlarını karşılayacak oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine sahip olması, farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı olan, hareket özgürlüğünü kısıtlamayan erişebilir oturma birimleri ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine sahip olması	■			
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Rahatlıkla kullanılabilen, karmaşıya yol açmayan oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine sahip olması	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı, algılanabilen oturma-bekleme alanları ile kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine sahip olması, zıt renk kullanımının olması	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Kullanıcıların darbe almasını önleyici donatılara sahip olması, olası tehlike ve kazaları en aza indireyecek etkin tasarıma sahip kent mobilyaları ve peyzaj öğelerine sahip olması, güvenli ve korunaklı olması, dairesel köşelerden oluşan konforlu oturma birimlerinin olması	■			
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan ergonomik tasarlanmış oturma birimleri, kullanıcıları rahatsız etmeyen, kullanıcı eylemini engellemeyen tasarım	■			
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Yeterli manevra ve geçiş alanların sağlanması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar ile yükü olanlar için), kullanıcı geçişlerini engellememesi	■			

#### 5.4.8 A AVM Aydınlatma Kullanımı

Aydınlatma, fiziksel konfor çeşitlerinden görsel konforun en önemli parametresidir. Günümüzde AVM'lerde aydınlatma kullanımının amacı ise; kullanıcıları eyleme, aktiviteye başarılı bir şekilde yönlendirmektir. Dolayısıyla AVM'lerde aydınlatma kullanımının ne denli önemli olduğu ve ne denli üzerinde durulması gereken bir tasarım ve konfor ölçütü olduğu net bir şekilde anlaşılmaktadır.

A AVM, kapalı AVM tiplerinden olmasına rağmen; bu AVM'de zaman kavramı unutulmamaktadır. Yani; doğal gün ışığının iç mekâna hakim olmasıyla zaman boyutu, kullanıcıların günün farklı saatlerine bağlı olarak gündüz-akşam ayrımını



yaparak saatin farkında olmalarını sağlamaktadır. AVM'de dolaşım alanlarının yanı sıra, yürüyen merdivenler de tavan/tepe camlardan gelen gün ışığı ile aydınlanmaktadır (Resim 5.60). Görüldüğü gibi; AVM'nin bu anlamdaki (aydınlatma açısından) tasarımı, doğal gün ışığından mümkün olduğunca faydalanacak özelliklere sahiptir.



**Resim 5.60 :** A AVM, aydınlatma kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM, doğal gün ışığından üst düzeyde verimli bir şekilde faydalanmakla beraber; kullanıcı eylemini engellemeyen, gözü yormayan ve rahatsız etmeyen uygun yapay aydınlatma kullanımına da sahiptir.

A AVM, tarihimizdeki en eski alışveriş alanlarından olan Kapalıçarşı (kubbe ve tonozlardaki açıklıktan) ve ülkemizdeki ilk modern alışveriş merkezi olan Galleria AVM (tepe camlardan) ile tavan/tepe camlarından gelen doğal gün ışığı kullanımı açısından benzerlik göstermektedir (Resim 5.61-5.63). Dolayısıyla A AVM'de; Kapalıçarşı ve Galleria AVM'deki gibi doğal aydınlatma sayesinde oluşan farklı ışık oyunları; ferah, aydınlık, çekici iç mekân atmosferleri meydana gelmektedir.



**Resim 5.61** : Kapalıçarşı iç mekân görünümü (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.62** : Galleria AVM iç mekân görünümü (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.63 :** A AVM iç mekân görünümüleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM'de aydınlatmanın (doğal ve yapay); dolaşım alanları, satış birimleri, yönlendirme-bilgilendirme levhaları, yeme-içme alanları, sinema, tuvalet ve otoparklar gibi AVM'nin tüm kullanım alanlarında işlevsel olarak kullanıldığı görülmüştür. Aydınlatma kullanımı sayesinde; AVM'nin giriş-çıkışları, dolaşım alanları, oturma-bekleme alanları, kent mobilyaları, çekirdek alanları (yatay-düşey sirkülasyon elemanları) okunabilmekte ve donatıların yüzey dokuları-renkleri gibi görsel ve dokunsal etkileri algılanabilmektedir.

A AVM tuvalet-lavabolarında, otoparklarında kullanılan harekete duyarlı yapay aydınlatma elemanlarının, evrensel tasarımın altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) uyduğu görülmektedir. Asansör kabinlerinin içinde ve dışında yer alan butonyerlerde işitme engelliler için uyarı niteliğinde olan aydınlatma sensörleriyle desteklenmiş butonlar bulunmaktadır. Asansörlerdeki bu uygulama, kullanıcı ayrımı yapılmadığı için evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) ve evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) ilk rehberine; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' uymaktadır. AVM giriş-çıkışlarındaki vurgulayıcı aydınlatma ve yönlendirme levhalarındaki ayırt edici bilgiyi öne çıkaran aydınlatma kullanımı da, evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır.

A AVM'de doğal aydınlatmanın üst düzeyde kullanımı sayesinde enerji tasarrufunun sağlandığı söylenebilir. Ayrıca doğal aydınlatma kullanımı ile AVM içerisinde kullanıcıları alışverişe teşvik eden canlı, hareketli iç ortamların oluşturulduğu görülmüştür (Resim 5.64). Kullanıcı performansını etkileyen aydınlatma;

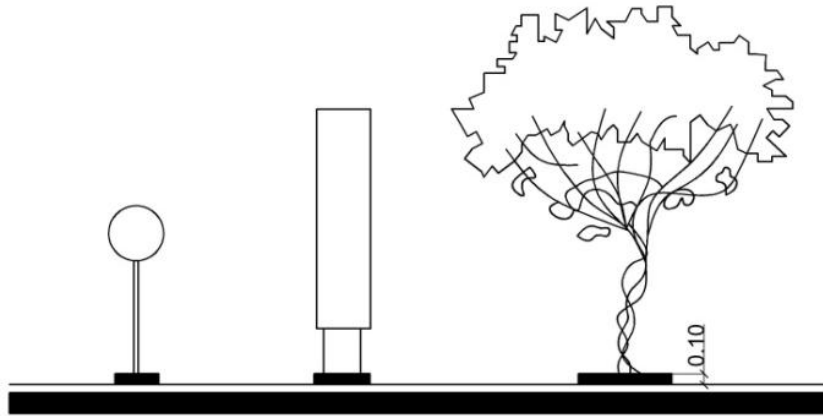


kullanıcıların ilgisini çeken ve yönlendiren niteliktedir. Bu doğrultuda aydınlatmanın AVM'lerde amaca ulaştıran bir araç olduğunu söylemek mümkündür.



**Resim 5.64 :** A AVM iç mekân görünümleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

BM 'ye göre; yaya kaldırımlarındaki ilân panosu, aydınlatma gibi kent mobilyaları ve ağaçlar, özellikle görme engelli kişiler tarafından fark edilebilmeleri açısından, kaldırım kotundan 0.10 m yüksekteki bir platform üzerinde konumlanmalıdır (BM, 2004), (Şekil 5.35). A AVM'nin açık alanında bulunan kent mobilyaları bu standarda uygun niteliktedir (Resim 5.65).



**Şekil 5.35 :** Kaldırımdaki ağaç ve donatıların etrafındaki yükseltilmiş platformlar (BM, 2004).



**Resim 5.65 :** A AVM kent mobilyaları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

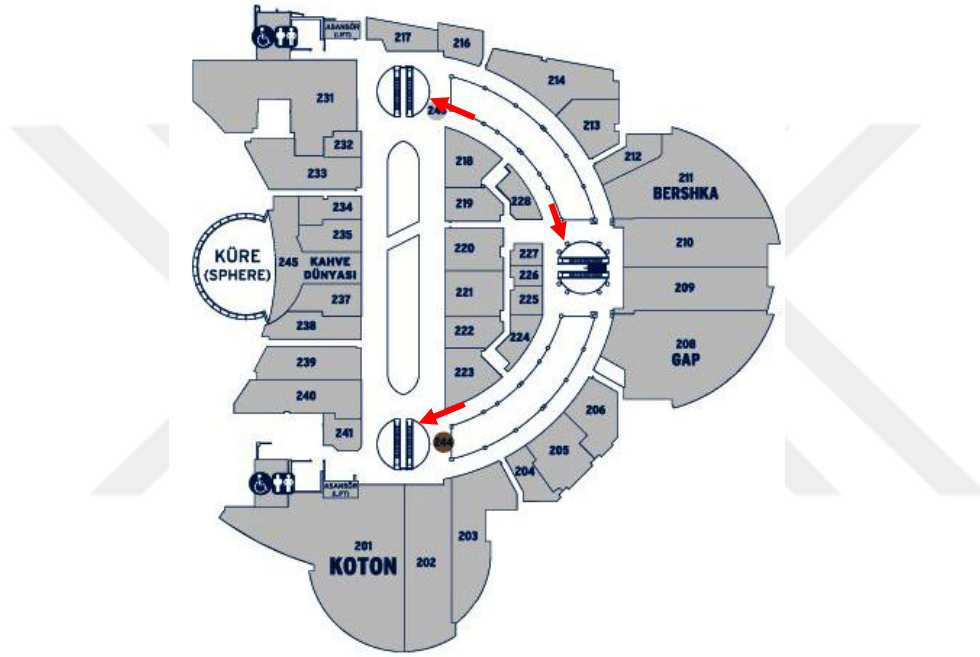
A AVM aydınlatma kullanımına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM'de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM aydınlatma kullanımının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır (Çizelge 5.13).

**Çizelge 5.13 :** A AVM aydınlatma kullanımına ait evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.

A AVM AYDINLATMA KULLANIMI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen uygun	Uygun değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit şartlar altında eşit kullanım imkanı	■		
	<b>2. Esnek kullanım</b> Gözde parlamaya ve kamaşmaya yapmayan uygun aydınlatma	■		
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Yanıltıcı olmayan, kullanıcı eylemini engellemeyen net aydınlatma kullanımı	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Başarılı bir aydınlatma aracılığıyla kullanıcıları yönlendiren algılanabilir sinyalizasyon, bilgilendirme tabelalarının bulunması	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Doğru aydınlatma kullanımı ile olası tehlike ve kazaların en aza indirilmesi	■		
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Gözü yormayan, rahatsız etmeyen; kullanıcıları yönlendiren işlevsel aydınlatma kullanımı	■		
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Kullanıcıları yönlendiren, eylemlerini gerçekleştirmelerini sağlayan işlevsel aydınlatma kullanımı	■		

### 5.4.9 A AVM Yürüyen Merdivenleri

Katlar arası ulaşımı sağlayan düşey sirkülasyon elemanlarından olan yürüyen merdivenler; yön bulmayı kolaylaştırarak AVM girişinde ve AVM içerisinde rahatlıkla algılanabilen, okunaklı alanlarda konumlandırılmıştır (Şekil 5.36). A AVM yürüyen merdivenleri, bu özelliğiyle evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır. Düşey sirkülasyonda rahat akışı sağlayan yürüyen merdivenlerin, evrensel tasarımın en önemli kriterlerinden olan erişilebilirliği sağladığını söylemek mümkündür.



Şekil 5.36 : AVM şematik ikinci kat planı (Url-29).

Yürüyen merdivenler; iniş ve çıkış yönünün aynı tarafta olması ve kullanıcıları dolandırmadan ulaşımı sağladığı için kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Bu durumda AVM yürüyen merdivenleri, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) son rehberine; 'Uzun süren fiziksel çaba kullanımını en aza indirmelidir' uymaktadır. Yürüyen merdivenler, yardımcı kişi veya araç kullanan kullanıcılar için (baston, değnek vs.) yeterli kullanım alanına sahip olması ile evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır. Yürüyen merdivenlerin başlangıç ve bitiş noktalarında görme engeli olan kullanıcılar için uyarı niteliğindeki noktalı hissedilebilir yüzey uygulaması bulunmaktadır (Resim 5.66).





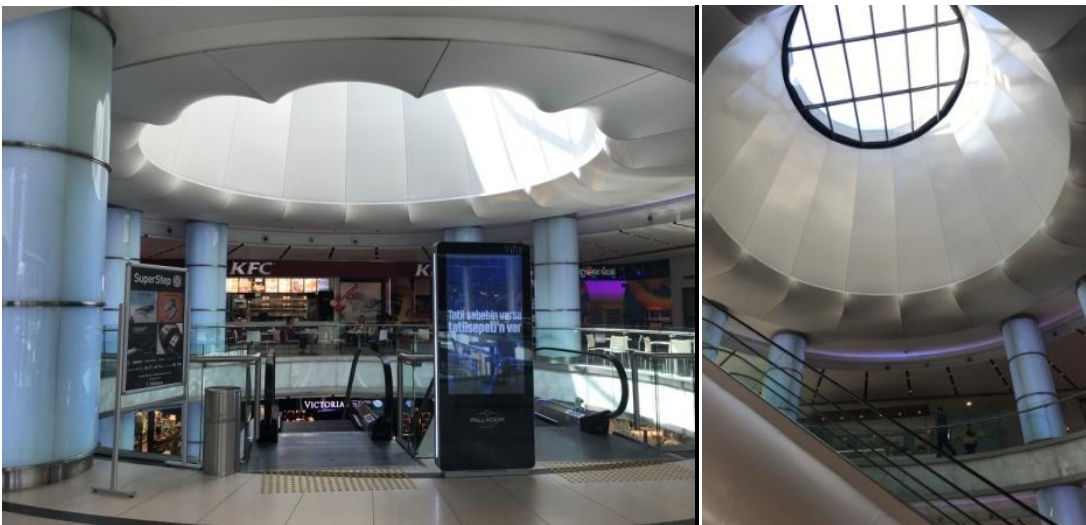
**Resim 5.66 :** A AVM, yürüyen merdivenleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Kavranabilir, kaymayan küpeştelere sahip olan A AVM yürüyen merdivenlerinin, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uyuğu görölmektedir. Yürüyen merdivenlerin başlangıcının sol tarafında, merdivenin hangi tarihte muayene edildiğini belirten periyodik muayene etiketi; sağ tarafında ise merdiven kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır (Resim 5.67). Buradan hareketle; A AVM yürüyen merdivenlerinin periyodik olarak bakım ve kontrollerinin yapıldığı, dolayısıyla emniyet bakımından kullanıcı konforunun dikkate alındığı görölmektedir.



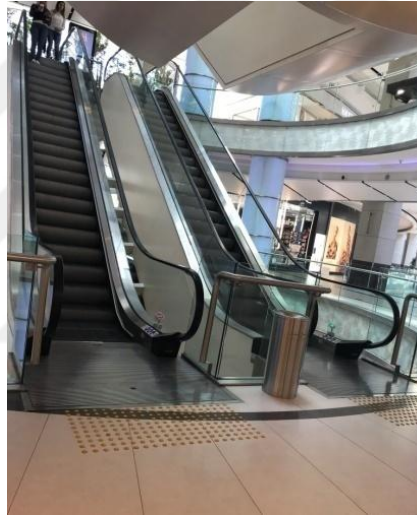
**Resim 5.67 :** A AVM, yürüyen merdivenleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Yürüyen merdivenlerin çatı ışıklıkları denilen tepe camlardan gelen gün ışığı sayesinde, doğal aydınlatmadan faydalandığı görülmektedir. Dolayısıyla katlar arasındaki ulaşım; ferah, aydınlık alanlarda gerçekleştirilmektedir. Yürüyen merdivenler, yardımcı kişi veya araç kullanan kullanıcılar için (baston, değnek vs.) yeterli kullanım alanına sahip olması ile evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır (Resim 5.68). Yürüyen merdivenlerdeki bütün bu rahat kullanım, yaklaşım, algılanabilirlik ve ferah alanların oluşturulması ile kullanıcıların görsel konforunun sağlandığı söylenebilir.

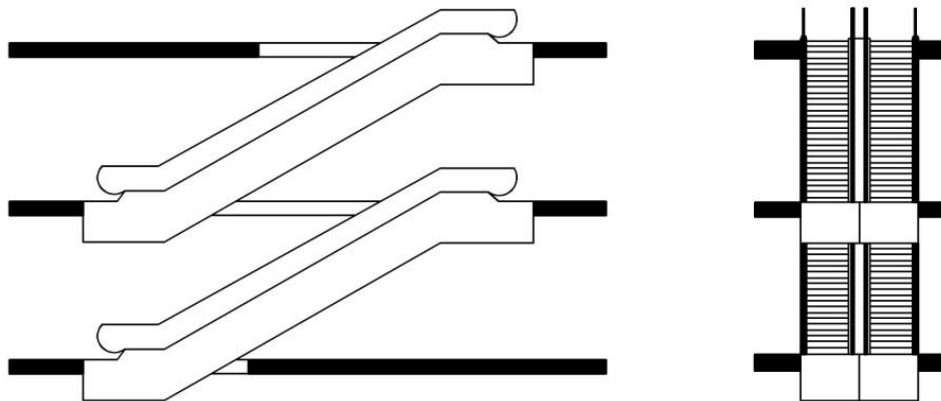


**Resim 5.68 :** A AVM, yürüyen merdivenleri doğal aydınlatma kullanımı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

"Yürüyen merdivenler ve bantlar yerleşim sahasının durumuna göre paralel veya çapraz olarak kurulabilir. Paralel yerleştirme, iyi bir trafik kabiliyetine sahiptir. Yürüyen merdivenler üst üste kurulunca yerden kazanç sağlanır, taban alanından en etkin şekilde faydalanılır, yapıda mimari değişikliğe gerek kalmaz." (İslam, 2008, s.32-33). Emniyet açısından bakıldığında; ticari tip yürüyen merdivenler, EN115 (yürüyen merdiven ve yürüyen bantlar) koşullarını sağlamaktadır. Esnek tasarımı kolaylaştırmak için, çeşitli basamak genişliklerine (600 mm, 800 mm ve 1000 mm) göre çeşitli farklı eğim açıları (30°/35°) seçenek olarak sunulmaktadır (Url-30). Buradan hareketle; 1000 mm basamak genişliğine sahip olan A AVM yürüyen merdivenlerinin, merdiven yerleştirme düzenlerinden de paralel ayırık düzene sahip olduğu görülmektedir (Resim 5.69, Şekil 5.37).



**Resim 5.69 :** A AVM yürüyen merdivenleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Şekil 5.37 :** Paralel ayırık düzen (İslam, 2008, s.43).

A AVM yürüyen merdivenlerine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-

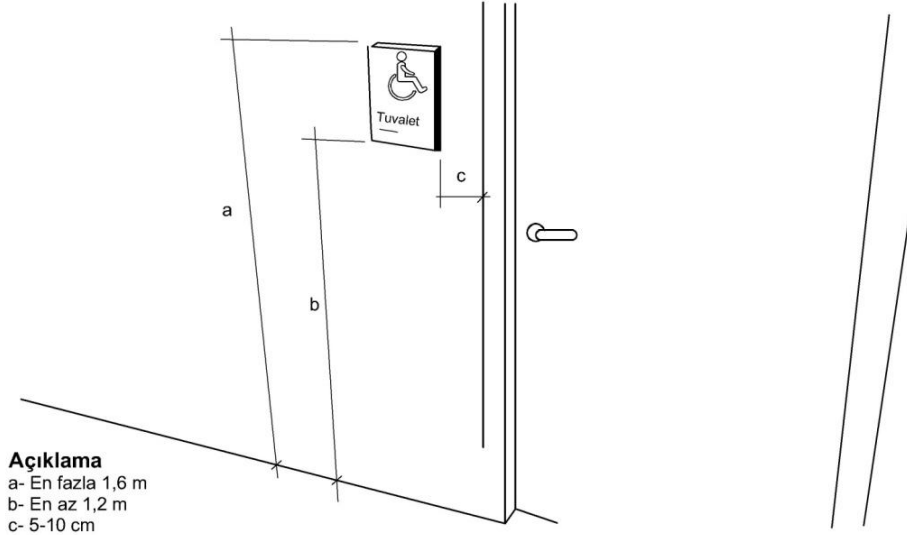
video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM'de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM yürüyen merdivenlerinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır (Çizelge 5.14).

**Çizelge 5.14 : A AVM yürüyen merdivenlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM YÜRÜYEN MERDİVENLERİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit şartlar altında eşit kullanım imkânı	■		
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, kavranabilir güvenli küpeştelere ve korkuluklara sahip olması	■		
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Merdivenlerin uygun alanlarda konumlandırılmış olması, ulaşılabilir olması	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Düşey sirkülasyonu sağlayan merdivenlerin okunaklı-ayırt edilebilir(yönlendirilme) ve yeterli sayıda olması	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Olası merdiven kazalarına karşı güvenli ve korunaklı olması, kaymayan küpeştelere sahip olması, merdivenlerin başlangıç ve bitimlerinde hissedilebilir yüzeylerin olması	■		
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Yürüyen merdiven hızının optimum olması, kullanıcıları zorlamaması	■		
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Standartlara uygun genişlikte olması, başlangıç ve bitim noktalarında yeterli geçiş ve kullanım alanının olması, yardımcı araç ve kişi kullananlar için yeterli alana sahip olması	■		

#### 5.4.10 A AVM Engelli Tuvaletleri

AVM'nin engelli tuvaletleri, AVM tuvaletlerinin yanında ayrı bir birim olmak üzere; katlarda ve sinema alanlarında rahatlıkla ulaşılabilen alanlarda konumlandırılmıştır (Bkz. Şekil 5.30). Tuvalet kapısının üstünde görsel ve yanında hem görsel hem kabartmalı yazı ile engelli tuvaletine ait bilgilendirme levhaları bulunmaktadır (Şekil 5.38, Resim 5.70, 5.71). Kullanıcıları yönlendiren bu bilgilendirme levhaları ile A AVM engelli tuvaletleri, evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) ilkesine ve üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) üçüncü rehberine; 'Geniş okuryazarlık ve dil becerileri dikkate alınmalıdır' uymaktadır.



**Şekil 5.38** : Kapı işaretlerinin yükseklikleri (TS 9111).



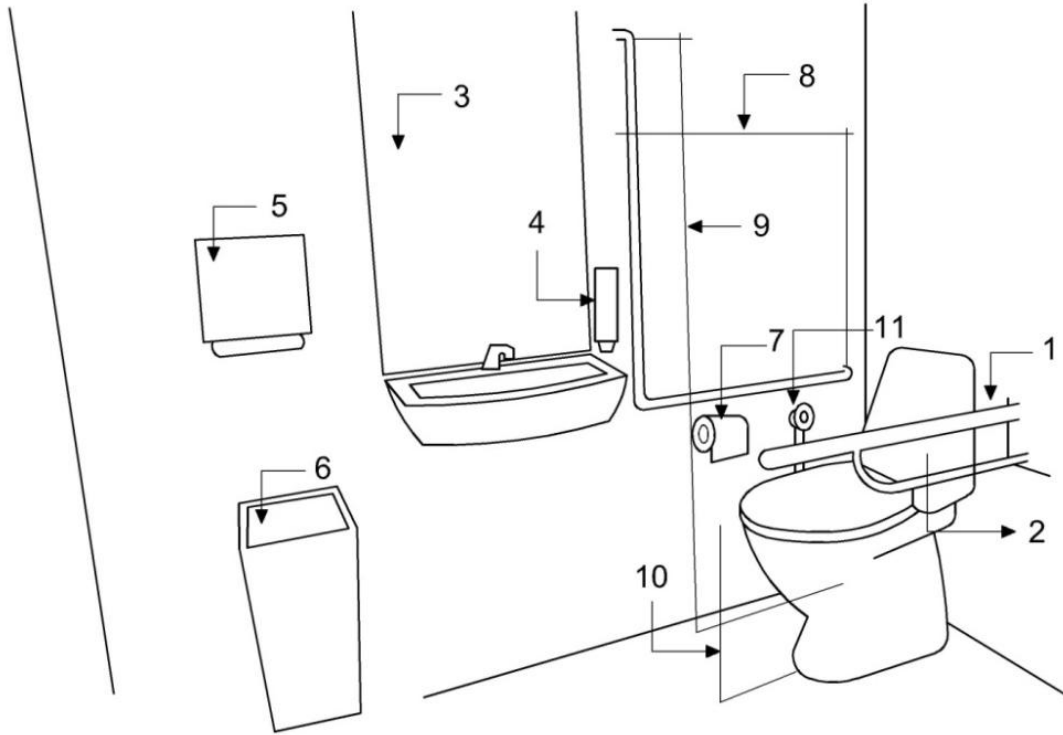
**Resim 5.70** : A AVM engelli tuvaleti konumu ve görsel bilgilendirme (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.71** : A AVM sinema alanındaki engelli tuvaleti konumu ve görsel bilgilendirme (Tuba Terece arşivinden, 2018).



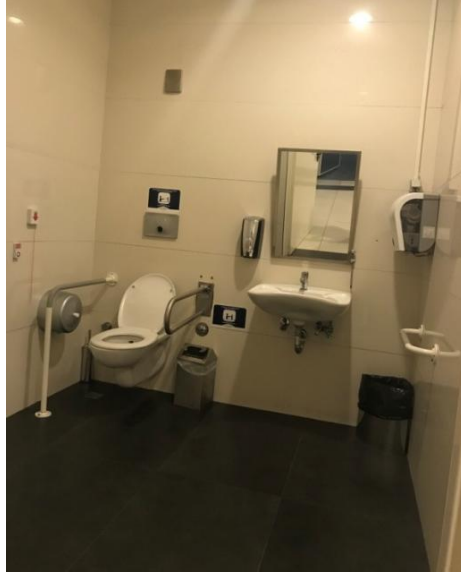
Dışarıya açılan tuvalet kapısı, rahat kullanıma olanak sağlayan basmalı kapı kolundan oluşmaktadır. Standartlara uygun şekilde erişilebilir yükseklikte olan klozet, lavabo ve rahat kullanıma uygun sıvı sabunluk, havluluk bulunmaktadır (Şekil 5.39, Resim 5.72). Bu kullanım alanları ve bulundurduğu ekipmanlar ile A AVM engelli tuvaletleri, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) birinci; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkân vermelidir' ve 'Kabul edilebilir güç sarfiyatı sağlanmalıdır' rehberine uymaktadır.



#### Açıklama

- 1- Katlanabilir tutunma çubuğu
- 2- Tutunma çubukları klozet yüksekliğinden 25-35 cm daha yukarıda olmalıdır
- 3- Aynanın yerden yüksekliği en fazla 90 cm-aynanın en üst noktası en fazla 1,9 m'de olmalıdır
- 4- Sıvı sabunluğun yerden yüksekliği 80 cm-1,1 m
- 5- Kağıt havluluk veya el kurutma makinesi yerden yüksekliği 80 cm-1,1 m
- 6- Çöp kutusu
- 7- Tuvalet kağıdı (En az 43 cm-en fazla 48 cm yüksekliğe yerleştirilmiş)
- 8- En az 60 cm
- 9- En az 1,7 m
- 10- En az 43-en fazla 48
- 11- Taharet musluğu (En az 43 cm-en fazla 48 cm yüksekliğe yerleştirilmiş)

**Şekil 5.39** : Tuvalet örneği (TS 9111).



**Resim 5.72 :** A AVM engelli tuvaleti (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Empati yoluyla tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak; standartlara uygun diz boşluğuna ve dairesel hata sahip köşelerden oluşan oyuntulu lavabo ve yeterli manevra alanları sayesinde kullanım alanlarına rahat yaklaşım ve erişim sağlanmıştır (Şekil 5.40, 5.41, Resim 5.73). Dolayısıyla engelli tuvaletleri, bu özellikleriyle evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) ilk; 'Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net görüş hattı sağlanmalıdır' ve son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır.



**Açıklama**

1- Kağıt havluluk veya el kurutma makinesi yerden yüksekliği 80 cm-1,1 m.

2- Sıvı sabunluk

3- Aynanın en üst noktası en fazla 1,9 m

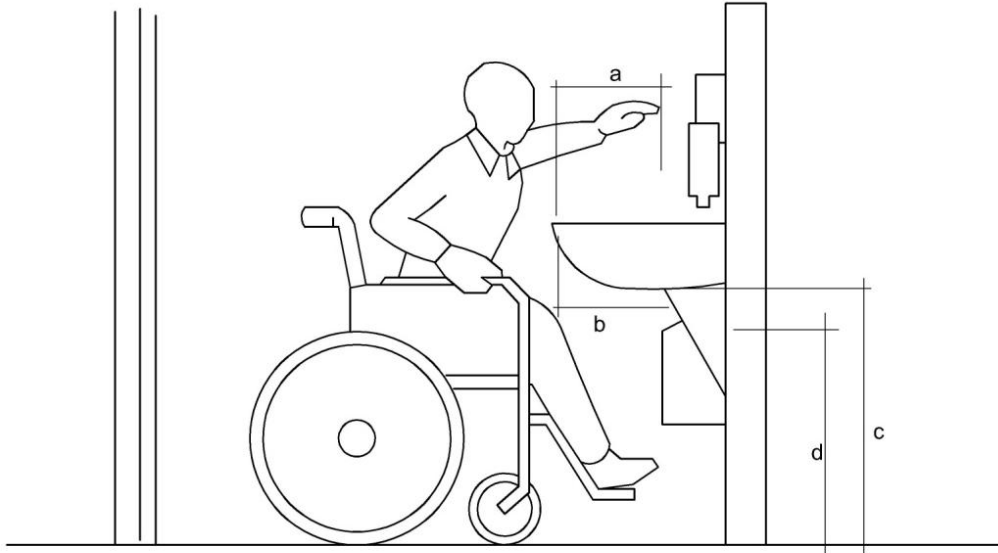
4- Sıvı sabunluğun yerden yüksekliği 80 cm-1,1 m.

5- Aynanın yerden yüksekliği en fazla 90 cm.

6- Döşeme üzerinden boru kısmına kadar en az 68,5 cm.

7- Döşeme üzerinden lavabonun alt yüzüne kadar en az 75 cm.

**Şekil 5.40 :** Lavabo ölçüleri (TS 9111) .



**Açıklama**

- a- Bataryaya erişim için en az fazla 30 cm
- b- En az 20 cm
- c- En az 75 cm
- d- En az 68,5 cm

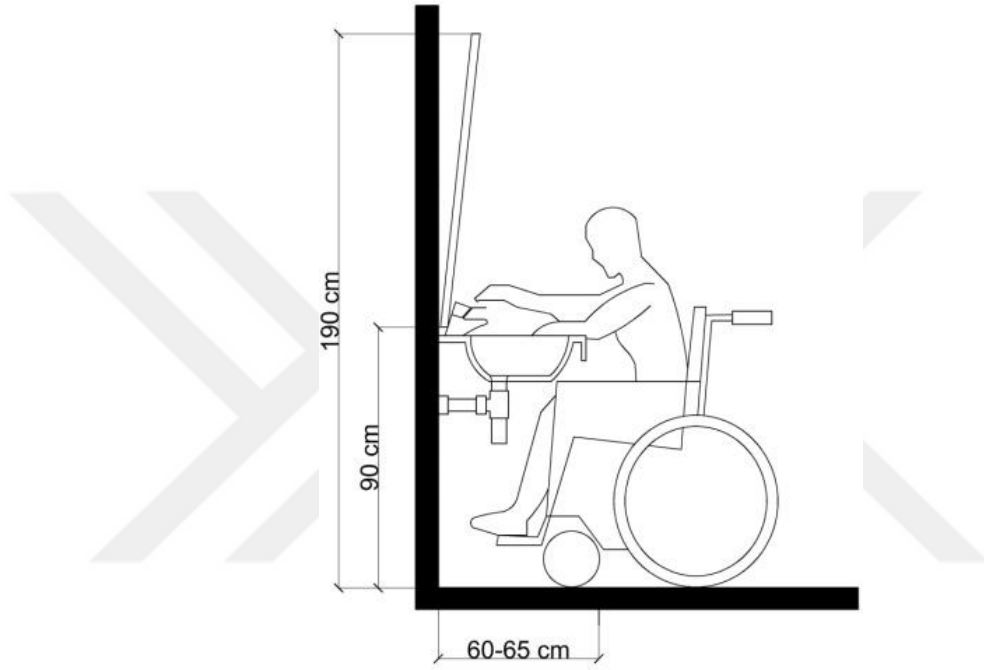
**Şekil 5.41** : Lavabo ölçüleri (TS 9111).



**Resim 5.73** : Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak lavabo kullanımı.

Katlarda bulunan engelli tuvaletlerinde, lavabo-klozet kenarlarında kullanıcıların destek alabilecekleri tutunma barları yer almaktadır. Bu durumda tutunma barlarının, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir. AVM yönetiminden ayrı bir işletmeye sahip olan sinemaya ait engelli tuvaletlerinde ise; bu tutunma barları, klozet kenarında bulunurken lavabo kenarında bulunmamaktadır. Aynı zamanda TS

9111 standardına göre; tekerlekli sandalye kullananlar için alçalıp yükselebilen ayarlı aynalar, aynanın sabit olması durumunda ise öne doğru 10-15 derece eğim verilmiş aynalar tercih edilmelidir (TS 9111). Katlarda yer alan engelli tuvaletlerindeki aynalar eğimli iken; sinemaya ait engelli tuvaletinde eğimli olması gereken ayna, duvara düz bir şekilde monte edilmiştir (Şekil 5.42, Resim 5.74, 5.75). Dolayısıyla sinemaya ait engelli tuvaletinde; tutunma barlarının olmaması ile eksik, aynanın eğimli olmamasıyla da yanlış uygulama yapıldığı görülmüştür.



**Şekil 5.42 :** Lavabo önü ölçüleri, eğimli ayna gösterimi (DEV kılavuzu).



**Resim 5.74 :** A AVM engelli tuvaleti (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.75 :** A AVM sinema alanındaki engelli tuvaleti (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Katlarda yer alan engelli tuvaletlerinde, olası tehlike ve ihtiyaç durumunda kullanılacak acil durum butonu ve acil durum ipi bulunmakta iken; sinemaya ait engelli tuvaletinde acil çağrı sistemleri bulunmamaktadır (Bkz. Resim 5.75, Resim 5.76). Katlardaki engelli tuvaletinde bulunan bu acil çağrı sistemleri, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci rehberine 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' uymaktadır. Ayrıca görsel bilgilendirme ile öne çıkarılan acil çağrı sistemleri (uyarı/ikaz belirten kırmızı renk kullanımı), evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) birinci; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' ve ikinci; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' rehberine uymaktadır.





**Resim 5.76 :** A AVM engelli tuvaleti acil çağrı sistemleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM engelli tuvaletlerinin; algılanabilir alanlarda yer alması, yeterli geçiş-kullanım alanlarına sahip olması, kullanıcılara yönelik her türlü ölçü-boyut, tasarım ve alınan önlemleri ile kullanıcıların görsel konforunu sağladığı görülmektedir. AVM'nin diğer tuvaletlerinde olduğu gibi engelli tuvaletlerinin de temiz ve bakımlı olduğu görülmüştür. Aynı zamanda havalandırma sistemi sayesinde engelli tuvaletlerinde herhangi rahatsız edici koku duyulmamıştır. Genel olarak temiz bir iç hava kalitesi ve ortalama sıcaklık düzeyi ile kullanıcıların bu alandaki ısısal/termal konforu sağlanmıştır. Sade, anlaşılır ve işlevsel bir tasarıma sahip olan engelli tuvaletlerinde empati yoluyla uygulamalı deneyimleme genel olarak rahat bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

A AVM engelli tuvaletlerine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM'de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimleme sonrasında doldurulmuştur. A AVM engelli tuvaletlerinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.15).

**Çizelge 5.15 : A AVM engelli tuvaletlerinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM ENGELLİ TUVALETLERİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Tekerlekli sandalye kullanıcılarına kullanım kolaylığı	■		
	<b>2. Esnek kullanım</b> Engelli kullanıcılara kolaylık sağlayacak otomatik açılıp kapanan ya da rahat kullanıma uygun(dışa açılan) giriş-çıkış kapıları, tutunma barları, eğimli ayna, yuvarlak kenarlı lavabolar(köşeli hatlardan kaçınılması), tuvalet ve lavabo bölümlerinin aynı hacimde olması		■ sinemaya ait tuvaletler,	■ eksik ve yanlış uygulama
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Rahat kullanıma sahip olması	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Doğru aydınlatma ile bilgilendirici, yönlendirici tabela kullanımı, yazılı-görsel ve sesli gibi farklı anlatım biçimleri	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Tehlike anında kullanılan acil yardım çağrı sistemi, kaymayan zemin malzemesi, kapıların dışa doğru açılması, tehlike anında kapı kilidinin dışarıdan açılması, otomatik aydınlatmalarda zamanlamanın ayarlanması, tutunma barlarının sağlam olması		■ sinemaya ait tuvaletler,	■ eksik ve yanlış uygulama
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Engelli kullanıcılara kolaylık sağlayacak otomatik açılıp kapanan ya da rahat kullanıma uygun giriş-çıkış kapıları, kullanıcıları yormayan standartlara uygun tasarlanmış tuvalet-lavabo ekipmanları, rahat erişim ve kullanım imkânı, harekete duyarlı bataryalar(veya kolay kullanılabilen) gibi ekipmanlar, otomatik aydınlatma kullanımı		■ sinemaya ait tuvaletler,	■ eksik ve yanlış uygulama
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Kullanım alanlarının standartlara uygun boyutlarda olması, yeterli manevra ve geçiş alanlarının olması, lavabo altlarında diz boşluğunun olması, kullanım alanlarına rahat erişimin sağlanması	■		

#### 5.4.11 A AVM Bebek Bakım Odası-Çocuk Oyun Alanı

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmeliğin üçüncü bölüm 9. maddesinin (1.) fıkrasına göre; Alışveriş merkezinde kolay ulaşılabilir yerlerde, her katta on metrekareden az olmamak üzere yeterli büyüklükte ve sayıda, içinde lavabosu, alt değiştirme ünitesi, emzirme koltuğu ve sehpa bulunan, yeterli iklimlendirme ve hijyen şartlarına sahip yeterli sayıda bebek bakım odası oluşturulur (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). Bebek bakım odaları, tuvaletlerin

bulunduğu alanlarda yönlendirme levhalarıyla da yönlendirilen, kolay ulaşılabilir alanlarda konumlandırılmıştır. Bebek bakım odaları kapılarının üstünde görsel, yanında da görsel ve kabartmalı bilgilendirme panoları yer almaktadır (Resim 5.77). Bebek bakım odaları bu görsel bilgilendirme panolarıyla, evrensel tasarımın üçüncü ilkesinin (basit ve sezgisel kullanım) üçüncü rehberine; 'Geniş okuryazarlık ve dil becerileri dikkate alınmalıdır' ve evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uymaktadır.



**Resim 5.77 :** A AVM bebek bakım odası, görsel bilgilendirme (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM'nin bebek bakım odalarında; lavabo, lavabo altında açık-kapalı dolap sistemi, alt değiştirme ünitesi, emzirme koltuğu, sabunluk, el kurutma cihazı, çöp birimi, su sebili ve acil yardım çağrı butonu bulunmaktadır. Zemin döşemesi parke olan bebek bakım odaları, pastel renklere boyanmış duvarlardan oluşmaktadır. Aydınlatmayla vurgulanmış, işlevsel geniş bant ayna kullanılmıştır. Acil durumlarda, ihtiyaç dahilinde kullanılacak kabartmalı ve görsel olarak da ifade edilen ilk yardım çağrı butonu bulunmaktadır (Resim 5.78). İhtiyacı karşılayacak her türlü ekipmanların bulunması, bebek ve ebeveynlere yönelik uygulama yapıldığını göstermektedir. Dolayısıyla, kullanıcıların görsel konforunun sağlandığı söylenebilir. Ortamdaki temiz ve ortalama düzeydeki sıcaklık ile kullanıcıların ısısal/termal konforu da sağlanmaktadır.



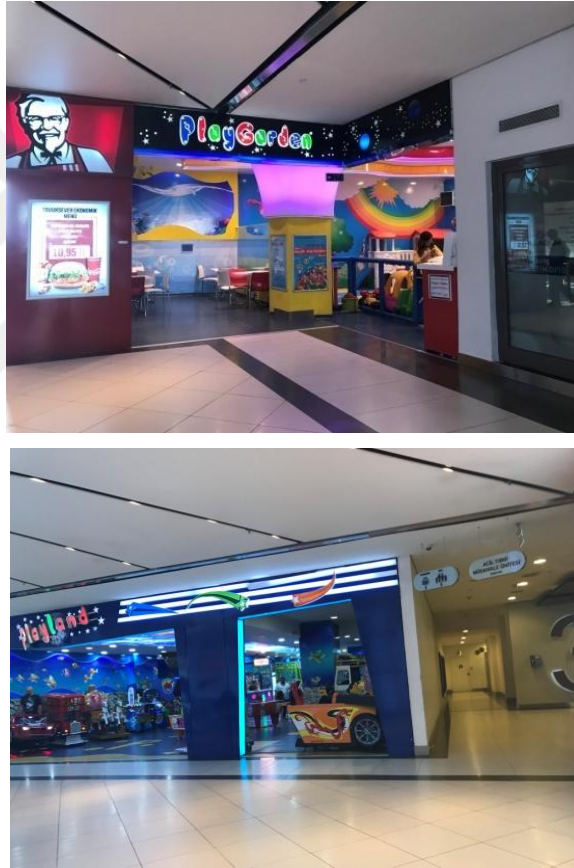
**Resim 5.78 :** A AVM bebek bakım odası (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Kullanıcı güvenliğini sağlayan ilk yardım çağrı butonu ve korunaklı alt değiştirme ünitesi ile bebek bakım odaları, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci rehberine; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' uymaktadır. Aynı zamanda ilk yardım çağrı butonu, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) birinci; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' ve ikinci rehberine; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' uymaktadır.

Bebek bakım odalarında, bebek arabası gibi yardımcı araç veya kişilerin kullanımı için yeterli alan bulunmaktadır. Bu durumda bebek bakım odaları, evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır.

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmeliğin üçüncü bölüm 9. maddesinin (2.) fıkrasına göre; Alışveriş merkezinde 0-10 yaş grubu çocukların oyun oynaması için yaş gruplarına göre ayrıştırılmış biçimde, ebeveynlerin çocuklarının gözetimini sağlayabileceği oturma yerleri bulunan, yaralanma ve kazalara karşı

güvenlik tedbirleri alınmış, yeterli sayıda çocuk oyun alanı oluşturulur (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). A AVM'nin çocuk oyun alanı, AVM'nin yeme-içme katı olan 3. katında yer almaktadır. Kat içerisinde algılanabilir, okunaklı bir alanda konumlandırılan çocuk oyun alanı; bu özelliğiyle evrensel tasarımın üçüncü ilkesine (basit ve sezgisel kullanım) uymaktadır. Aynı zamanda çocuklar için olan eğlence alanları da bu katta yer almaktadır (Resim 5.79). Çocuklara yönelik eğlence ve oyun alanlarının aynı katta olması hem ebeveynler hem çocuklar için ulaşılabilir olmakla beraber, kullanıcılara rahat kullanım imkânı sunmaktadır. Dolayısıyla bu alanların evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uyduğu görülmektedir.



**Resim 5.79:** A AVM çocuk eğlence alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Zaman zaman çocuklara yönelik düzenlenen aktiviteler için, AVM iç-dış mekânlarında da çocuk oyun alanları, sanat atölyeleri kurulmaktadır (Resim 5.80). Bu tür etkinlikler göz önünde bulundurulduğunda; farklı yaş gruplarının dikkate alındığı söylenebilir. Böylece A AVM'nin evrensel tasarım kapsamına uygun bir şekilde yani, kullanıcı kitlesini arttırmaya yönelik çalışmalar düzenlediği görülmektedir.





**Resim 5.80 :** A AVM iç-dış mekân çocuk oyun alanları (Url-25).

Çocuk oyun alanının zemin döşemesi yapay çimden oluşmaktadır. Çocukların düşme tehlikesine karşın, darbe önleyici olan bu yumuşak yüzeye sahip zemin kaplama malzemesi ve dairesel formlu köşelerden oluşan ekipmanları ile çocuk oyun alanı, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır (Resim 5.81).



**Resim 5.81 :** A AVM, çocuk oyun alanı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Ebeveynlerin çocuklarını gözetebilmeleri için oturma birimleri bulunmaktadır. Bebek arabaları, herhangi bir yardımcı eleman veya kişileri için geçiş ve kullanım alanlarına sahiptir (Resim 5.82). Çocuk oyun alanlarına rahat yaklaşım ve erişim sayesinde A AVM çocuk oyun alanları, evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır.



**Resim 5.82 :** A AVM, çocuk oyun alanı oturma birimleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Farklı renklere sahip alan ve donanımlardan oluşan çocuk oyun ve eğlence alanları, bu özellikleriyle çocukların ilgisini çekecek niteliktedir. Bu tür dikkat çekici tasarımlar; kullanıcıların algılaması bakımından, mekân atmosferini olumlu etkilemektedir. Çocuk oyun alanlarının bulunduğu konumu, algılanabilir olması, rahat kullanımı ve emniyetli-korunaklı zemin döşeme ve ekipmanlara sahip olması gibi özellikleriyle; bu alanlarda çocukların ve ebeveynlerinin görsel konfor koşullarının sağlandığı görülmektedir. Aynı zamanda temiz hava kalitesi ve ortalama sıcaklık düzeyiyle, kullanıcıların ısısal/termal konforu sağlanmıştır.

Çocuk oyun alanının yeme-içme katında; yemek masalarının da bulunduğu alanda yer alması sebebiyle, diğer kullanıcılar çocuk gürültüsünden rahatsız olabilmektedirler. Bu durumda, çocuk oyun alanını kullanmayan diğer kullanıcıların işitsel konforunun sağlanamadığı söylenebilir. Çocuk oyun alanının, yine ulaşılabilir fakat daha sakin bir alanda konumlandırılması ve bu alanlarda ses yutucu

malzemelerin kullanılması gerekmektedir. Böylece çocukların oluşturduğu gürültü- ses etkisi aza indirgenerek kullanıcıların işitsel konforu sağlanacaktır.

A AVM bebek bakım odaları-çocuk oyun alanlarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda doldurulmuştur. A AVM bebek bakım odaları-çocuk oyun alanlarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.16).

**Çizelge 5.16 : A AVM bebek bakım odaları-çocuk oyun alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM BEBEK BAKIM ODALARI-ÇOCUK OYUN ALANI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Bebekli ailelere, farklı yaş grubundaki çocuklara ve ebeveynlerine ihtiyaç durumunda kullanım rahatlığı	■			
	<b>2. Esnek kullanım</b> Bebek bakım odalarında kullanıcılara kolaylık sağlayacak otomatik açılıp kapanan giriş-çıkış kapıları veya rahat kullanıma uygun kapı kolları ve gerekli ekipmanların bulunması, farklı yaş grubundaki çocukların istek-ihtiyaçlarını karşılayacak oyun alanlarına sahip olması, hareket özgürlüğünü kısıtlamayan oturma birimleri, oyun ekipmanları	■			
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Rahat kullanıma uygun bebek bakım odaları, çocukların kullanımına uygun bilgi ve deneyim gerektirmeyen algılanabilir tasarıma sahip çocuk oyun alanları	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı, uygun alanlarda konumlandırılması, ulaşılabilir olmaları			■ Çocuk oyun alanının konumu	
	<b>5. Hata toleransı</b> Korunaklı bebek bakım odaları, çocukların darbe almasını önleyen, yaralanma ve kazalara karşı emniyetli zemin döşemesine, donatılara ve oyun ekipmanlara sahip olmaları	■			
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Çocukları ve ebeveynleri yormayan rahat kullanıma uygun tasarıma ve alanlara sahip olmaları	■			
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Bebek bakım odalarında, çocuk oyun alanlarında yeterli büyüklükte kullanım alanına sahip olması, yeterli manevra ve geçiş alanlarının olması (tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için)	■			

#### 5.4.12 A AVM İbadet Odaları

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkındaki yönetmeliğin 10. maddesinin (1.) fıkrasına göre; Alışveriş merkezinde, içinde lavabosu bulunan, yeterli iklimlendirmeye ve ihtiyacı karşılayacak diğer niteliklere sahip, kadın ve erkekler için ayrı ayrı olacak şekilde, otopark haricinde olmak üzere ve alışveriş merkezinin kolay ulaşılabilir bir yerinde ibadet yeri oluşturulur (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). A AVM'nin ibadet odaları yönetmelikte belirtilenin aksine; AVM'den kopuk olmak üzere ve otopark katında ulaşılabilir olmayan alanlarda bulunmaktadır. Bu durumda A AVM ibadet odalarının, rahat erişimi sağlamayıp aynı zamanda kullanıcılarını dolandırdığı için; evrensel tasarımın altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) ve alışveriş merkezleri hakkındaki yönetmeliğe uygun olmadığı görülmektedir. İbadet odalarının kullanıcıları yormayan, herkesin rahatlıkla ulaşabileceği alışveriş katlarında yer alması gerekirdi.

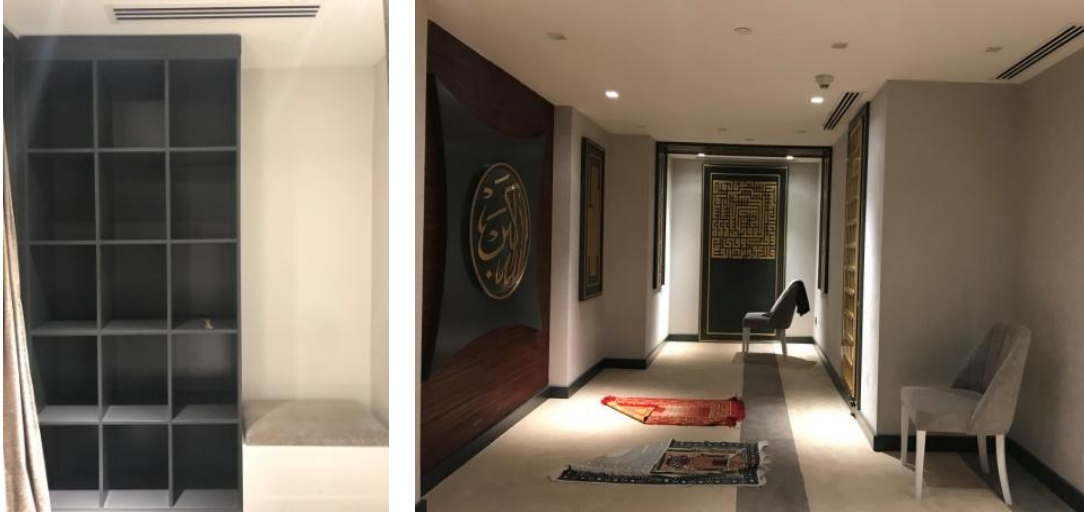
İbadet odalarının tuvaletlere yakın olması, kendi içinde birimler arası rahat kullanıma olanak tanımaktadır. Topuzlu kapı koluna sahip olan kapı, çevirmeli olduğu için evrensel tasarımın altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) uymamaktadır (Resim 5.83).



**Resim 5.83** : A AVM ibadet odaları girişleri (Tuba Terece arşivinden, 2018).

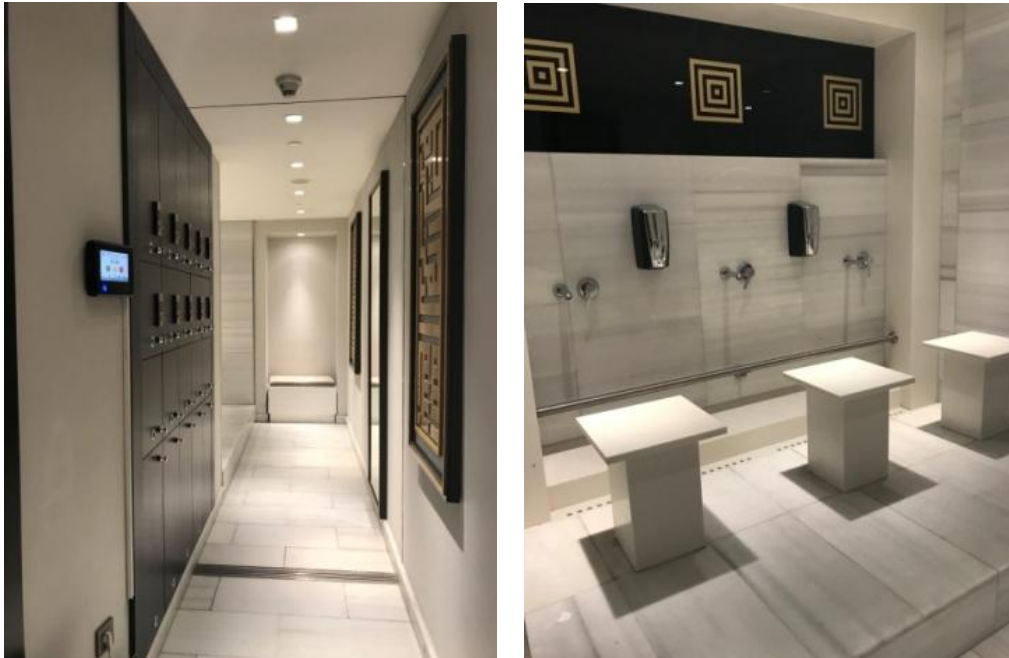
İbadet odalarının girişinde oturma birimi (ayakkabı giymek için), odanın içerisinde de oturarak namaz kılanlar için koltuk bulunmaktadır (Resim 5.84). Dolayısıyla ibadet odalarının oturma alanları, evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) ilk rehberine; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkânı sağlanmalıdır' uymaktadır.





**Resim 5.84** : A AVM bayan ibadet odası (Tuba Terece arşivinden, 2018).

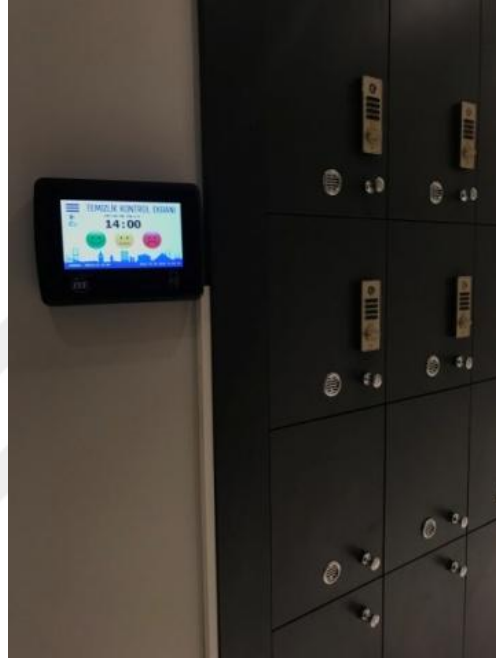
İbadet odalarının; tekerlekli sandalye geçişine ve kullanımına olanak sağlayan girişi, koridoru ve ibadet alanı mevcuttur fakat koridor ve abdest alanı arasında kot farkı bulunmaktadır. Abdest alanının tekerlekli sandalye kullanımına uygun olmadığı görülmüştür (Resim 5.85). Bu durumda abdest alanın, herkese eşit kullanım sağlamadığı için evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uymadığı görülmektedir.



**Resim 5.85** : A AVM bayan ibadet odası, koridor ve abdest alanı (Tuba Terece arşivinden, 2018).



Katlardaki tuvaletlerde bulunan temizlik kontrol paneli, bu alanlarda da bulunmaktadır. Son yapılan temizlik saati ve bir sonraki temizlik saatini belirten, aynı zamanda dijital anket uygulaması bulunan temizlik kontrol paneli ile kullanıcıların değerlendirmelerinin dikkate alındığı ve temizlik saatlerinden bu alanların sık temizlendiği görülmektedir. Böylece bu temizlik kontrol paneliyle ibadet alanlarında temizlik ve bakımın; kişiye özel kilitli dolaplarla da güvenliğin sağlandığı görülmektedir (Resim 5.86).



**Resim 5.86 :** A AVM bayan ibadet odası, dolap ve temizlik kontrol paneli (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Görme engeli olan kullanıcılar için, ibadet odalarına yönlendiren ve/ya kapı önlerinde herhangi bir uyarıcı-yönlendirici hissedilebilir yüzeylere rastlanmamıştır (Bkz. Resim 5.83). Bu alanların tam görme engeli olan kullanıcılara yönelik olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla bu alanlar, evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ikinci rehberine; 'Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır' uymamaktadır.

İbadet odalarının giriş, koridor ve abdest alanları kaymayan zemin malzemesi ile ibadet alanları ise halıfleks döşeme ile kaplanmıştır. İbadet alanının kible ve diğer bölümlerinde, zıt renk ve malzeme kullanımları ile kufi yazılardan oluşan tavan ve duvar tasarımları yer almaktadır (Bkz. Resim 5.84). İbadet odaları; ibadet alanlarındaki bu zıt renk-malzeme kullanımı ve dikkat çekici tasarımı ile evrensel

tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) son rehberine; 'Tüm kullanıcıların ilgisini çekecek tasarımlar yapılmalıdır' uymaktadır.

İbadet odaları, ibadet alanında yumuşak dokulu halıfleks kaplaması ve diğer alanlardaki kaymayan zemin malzemesiyle evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır.

Yapay aydınlatma kullanılan ibadet odaları; girişinde kişiye özel kilitli dolap sistemleri, ibadet alanında bulundurduğu ekipmanları (dolap, askı, koltuk, gerekli diğer malzemeler vs.), temiz, bakımlı abdest ve ibadet alanları ile kullanıcıların görsel konfor koşullarını sağlamaktadır. İbadet odalarının iç ortam sıcaklığı, iç hava kalitesi gibi kullanıcıların ısısal/termal konforunu sağlayan koşullar, havalandırma sistemiyle sağlanmaktadır.

İbadet odalarına evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda bakıldığında; konfor koşullarının eksik ve yanlış uygulamalarla yapıldığı görülmektedir. Yani aynı alan içerisinde bir birim konfor koşulları evrensel tasarım ilkelerine uyum sağlarken; başka bir birim sağlayamamakta ya da aynı birimin bir özelliği evrensel tasarıma uygun iken; başka bir özelliğinin uymaması söz konusu olabilmektedir. Örneğin; ibadet alanları, tekerlekli sandalye geçişine ve kullanımına olanak tanıyarak evrensel tasarımın son ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uyarken; abdest alanları, tekerlekli sandalye kullanıcıları için aynı ilkenin aynı rehberine uymamaktadır.

A AVM ibadet odalarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda doldurulmuştur. A AVM ibadet odalarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.17).

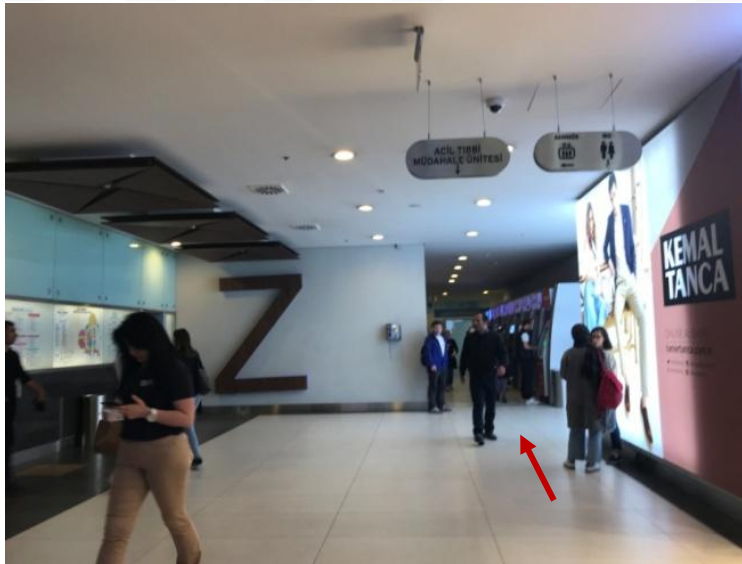
**Çizelge 5.17 : A AVM ibadet odalarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM İBADET ODALARI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit şartlar altında eşit kullanım imkânı		■	Kullanıcı ayrımı	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, otomatik açılıp kapanan giriş-çıkış kapıları ve/ya rahat kullanıma uygun kapı kolları, abdest alma ve ibadet alanının aynı yerde bulunması		■	Topuzlu kapı kolları Esnek olmayan abdest alanı	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Her türlü kullanıcıya uygun rahat kullanıma uygun ibadet ve abdest alanları, anlaşılabilir ibadet odaları		■	Abdest alanında bulunan kot farkı	
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı, uygun alanlarda konumlandırılması		■	AVM'den kopuk alanda olması	
	<b>5. Hata toleransı</b> İbadet ve abdest alanında uygun zemin malzeme kullanımı, korunaklı donatılara sahip olması	■			
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Rahat kullanıma uygun kapı kolları, net kullanım alanı		■	Topuzlu kapı kolları	
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Abdest alanı ve ibadet odalarında erişim ve kullanım için yeterli alana sahip olması		■	Abdest alanında yetersiz alan	

#### 5.4.13 A AVM Acil Tıbbi Müdahale Ünitesi

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında yönetmeliğin 8. maddesinin (1.) fıkrasına göre; Acil tıbbi durumlarda ilk müdahalenin yapılabilmesi ve ihtiyaç halinde en yakın hastaneye sevkin sağlanabilmesi amacıyla, alışveriş merkezinin kolay anlaşılabilir bir yerinde en az yirmi metrekare büyüklüğünde acil tıbbi müdahale ünitesi oluşturulur (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016).

A AVM’de acil tıbbi müdahale nitesi, AVM giriş katında asansör ve tuvaletlere yakın olmak üzere; yönetmelikte de belirtildiği gibi kolay anlaşılabilir yerde konumlandırılmıştır. Lineer aksa sahip bir koridor ve doğrusal kullanımla ulaşılabilen acil tıbbi müdahale nitesi, uzaktan algılanabilir niteliktedir (Resim 5.87).



**Resim 5.87 :** A AVM acil tıbbi müdahale nitesi konumu ve girişi (Tuba Terece arşivinden, 2018).

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında yönetmeliğin 8. maddesinin (2.) fıkrasına göre; Acil tıbbi müdahale ünitesinin girişinde ‘Acil Tıbbi Müdahale nitesi’ yazısı ve işareti yer alır. Acil tıbbi müdahale ünitesinin yeri yönlendirilme

levhalarıyla gösterilir (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). AVM içerisinde yönetmeliği destekler nitelikte; AVM girişinden itibaren her katın birçok alanında acil tıbbi müdahale ünitesinin konumunu gösteren yazılı, görsel yönlendirilme levhaları bulunmaktadır (Resim 5.88). Bu durumda acil tıbbi müdahale ünitesine dair yönlendirilme sistemlerinin, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) birinci; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır' ve ikinci rehberine; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' uyduğu görülmektedir.



**Resim 5.88 :** A AVM yönlendirilme levhaları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

29636 sayılı Alışveriş Merkezleri Hakkında yönetmeliğin 8. maddesinin (6.) fıkrasına göre; bu maddede öngörülen hizmetler, özel sağlık hizmeti veren kuruluşlardan hizmet satın almak suretiyle de verilebilir (Alışveriş merkezleri hakkında yönetmelik, 2016). A AVM'nin acil tıbbi müdahale ünitesi de yönetmelikte belirtildiği gibi bir üniversite hastanesine bağlı olarak hizmeti vermektedir.

Sağlık personelinin görev aldığı çift yataklı acil tıbbi müdahale ünitesinde; dolap sistemleri-depolama alanları, lavabo, eğimli ayna, rahat kullanıma uygun batarya, harekete duyarlı havluluk, sabunluk ve tıbbi atık birimleri gibi gerekli sağlık ekipmanları bulunmaktadır (Resim 5.89). A AVM tıbbi müdahale ünitesi, hem sağlık personelinin hem de hastaları yormayacak etkin ürün-donatı kullanımları ile evrensel tasarımın altıncı ilkesine (düşük fiziksel güç) uymaktadır.





**Resim 5.89 :** A AVM acil tıbbi müdahale ünitesi (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Acil tıbbi müdahale ünitesinin zemin döşemesi olarak; sağlık alanlarında sık kullanılan hijyenik, sürtünmeye ve aşınmaya karşı dayanıklı olan epoksi yüzey kaplama malzemesi tercih edilmiştir. Dolayısıyla acil tıbbi müdahale ünitesinin zemin döşemesi, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir.

Acil tıbbi müdahale nitesi; geniş kullanım ve rahat dolaşım imkânı sunan yeterli alanları sayesinde; tekerlekli sandalye, bebek arabası kullanan kullanıcılar için de konforlu olmaktadır. Bu durumda A AVM acil tıbbi müdahale ünitesinin, evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uyduğu görülmektedir.

Tam görme engeli olan kullanıcılara yönelik; acil tıbbi müdahale nitesi kapı önünde ve içerisinde yönlendirici ve uyarıcı nitelikte herhangi bir hissedilebilir yüzey uygulamasına rastlanmamıştır (Bkz. Resim 5.87). Dolayısıyla kullanıcı ayrımı olduğu için bu alan, evrensel tasarımın ilk (eşit kullanım) ve beşinci ilkesine (hata toleransı) uymamaktadır.

Yapay aydınlatmanın kullanıldığı acil tıbbi müdahale ünitesinde, havalandırma sistemiyle (ortalama sıcaklık düzeyi ile) kullanıcıların ısısız/termal konforu sağlanmaktadır. Bu alanın özellikle temiz, bakımlı ve hijyenik olması insan sağlığı açısından son derece önemlidir. Aynı zamanda AVM içerisinde belirli noktalarda acil tıbbi müdahale ünitesiyle bağlantılı olmak üzere; acil yardım ağrı butonu da yer almaktadır. Grldğu gibi, en önemli konfor koşulu insan sağlığıyla alakalıdır. Dolayısıyla A AVM'de; ihtiyaç durumunda hastalara ilk müdahalenin yapıldığı tam teçhizatlı acil tıbbi müdahale ünitesiyle, hastaların sağlığı kontrol altına alınarak onların görsel konforu sağlanmaktadır. A AVM acil tıbbi müdahale ünitesinde; bünyesinde bulundurduğu ekipmanları, yönetmeliğe uygun özellikleri ve standartlara uygun ürün-donatı ve kullanım alanları ile kullanıcılar için gerekli koşulların sağlandığı söylenebilir.

A AVM acil tıbbi müdahale ünitesine ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi izelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, ölçü alma, gözlem, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda doldurulmuştur. A AVM acil tıbbi

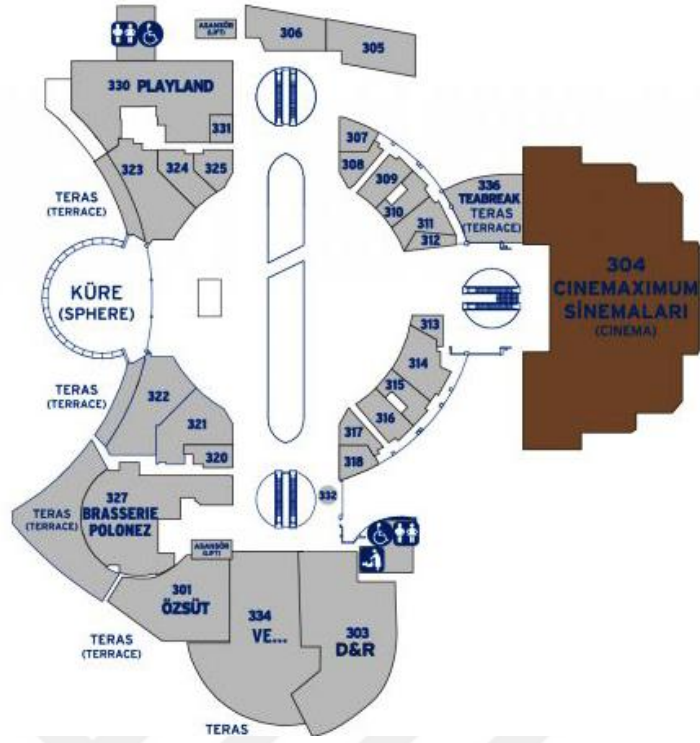
müdahale ünitesinin, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.18).

**Çizelge 5.18 : A AVM acil tıbbi müdahale ünitesinin evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM ACİL TIBBİ MÜDAHALE ÜNİTESİ	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit şartlar altında eşit kullanım imkânı		■	Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı		■	Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> İhtiyacı karşılayacak düzeyde sade, anlaşılır olması	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı, uygun alanlarda konumlandırılması, ulaşılabilir olması	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Özellikle bu alanda olası tehlike ve kazaları engelleyici önlemlerin alınması		■	Görme engelliler için eksik uygulama	
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan etkin ürün, donatı, alana sahip olması	■			
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Her türlü kullanıcının erişim ve kullanımını sağlayan yeterli yaklaşım ve kullanım alanına sahip olması, (tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için)	■			

#### 5.4.14 A AVM Sineması

A AVM sineması yeme-içme alanlarıyla aynı katta yani AVM'nin 3. katında yer almaktadır. AVM sineması; yeme-içme alanlarından da geçişin sağlandığı ayrı, rahat ulaşılabilir bir alanda konumlandırılmıştır (Şekil 5.43). Yeme-içme alanlarıyla aynı katta bulunması; kullanıcılar için iki alan arasında kullanım rahatlığı sağlayarak, sinemaya erişimi de arttırmaktadır. Çünkü kullanıcılar sinema saatini beklerken bu alanlarda vakit geçirebilmektedirler.



Şekil 5.43: A AVM 3. kat şematik planı (Url-29).

Düşey sirkülasyon elemanlarından yürüyen merdivenlerle AVM sinemasına doğrudan ulaşım sağlanmaktadır. AVM'nin diğer yürüyen merdivenlerinde olduğu gibi bu alandaki yürüyen merdivenler de; tepe camlardan gelen doğal gün ışığıyla aydınlanmaktadır. Bu doğal aydınlatma kullanımı; sirkülasyon alanını ferah ve aydınlık kılmaktadır (Resim 5.90, 5.91).

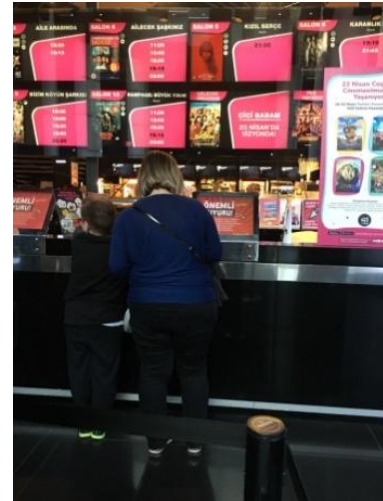


Resim 5.90 : A AVM sinema alanı girişi (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.91 :** A AVM sinema alanı giriş ve yürüyen merdiveni (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Tek yükseklikten oluşan sinema bilet satış bankosu, tekerlekli sandalye kullanıcılarının bankoya erişimini kısmen zorlaştırmaktadır. Banko arkasındaki kişiyle iletişim kurarken net görüş sağlanamazken; bankoda bulunan eğimli dijital ekran sayesinde koltuk seçimi rahat bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Resim 5.92). Bu durumda sinema bilet satış bankosunun herkese eşit kullanım imkânı sunmadığı için, evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uymadığı görülmektedir.



**Resim 5.92 :** A AVM sinema, bilet satış bankosu (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Sinema salonları bekleme alanlarında bazı işletmelere ait servis-satış bankoları, tekerlekli sandalye kullanımına da olanak sağlayan iki farklı yüksekliğe (seçme hakkı tanıyan) sahipken; bazıları da tek yüksekliğe sahiptir. Sinema salonları bekleme alanlarında; tavan-duvar-zemin gibi temel mekân bileşenleri ve bilet satış



bankosunda siyah renk hâkimdir. Sadece film tanıtımları ile seans bilgilerinin olduğu dijital ekranlar ön plana çıkarılarak kullanıcıların dikkatini buraya dikkat çekmek amaçlanmıştır. Yani sinema salonlarına uygun bir iç mekân atmosferi oluşturulduğu söylenebilir (Bkz. 5.92 Resim, Resim 5.93).

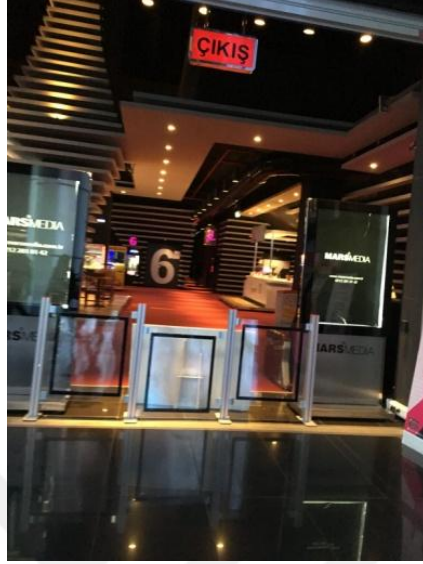


**Resim 5.93 :** A AVM sineması bekleme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Hem banko önlerinde hem bekleme alanındaki dolaşım ile kullanım alanlarında hem de sinema salonlarında, tekerlekli sandalye gibi yardımcı eleman ve/ya kişi kullananlar için yeterli geçiş alanları bulunmaktadır. Bu durumda, bu alanlar evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) son rehberine; 'Yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli alan sağlanmalıdır' uymaktadır. Fakat tek yükseklikten oluşan bankolar, aynı ilkenin birinci; 'Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net bir görüş sağlamalıdır' ve ikinci rehberine; 'Oturan ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır' uymamaktadır. Aynı zamanda tek yüksekliğe sahip olan bankolar, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ilk rehberine; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkân vermelidir' uymamaktadır. Evrensel tasarım ilkelerine uymayan bu tür durumların, kullanıcıların görsel konforunu da olumsuz yönde etkilediğini söylemek mümkündür.

A AVM sinemasının tüm kullanım alanlarında uzaktan da algılanabilen resimli, yazılı, ışıklı olmak üzere görsel yönlendirilme levhaları bulunmaktadır (Resim 5.94). Bu yönlendirilme levhaları, evrensel tasarımın dördüncü ilkesinin (algılanabilir bilgi) birinci; 'Gerekli bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resimli, sözlü, dokunsal)

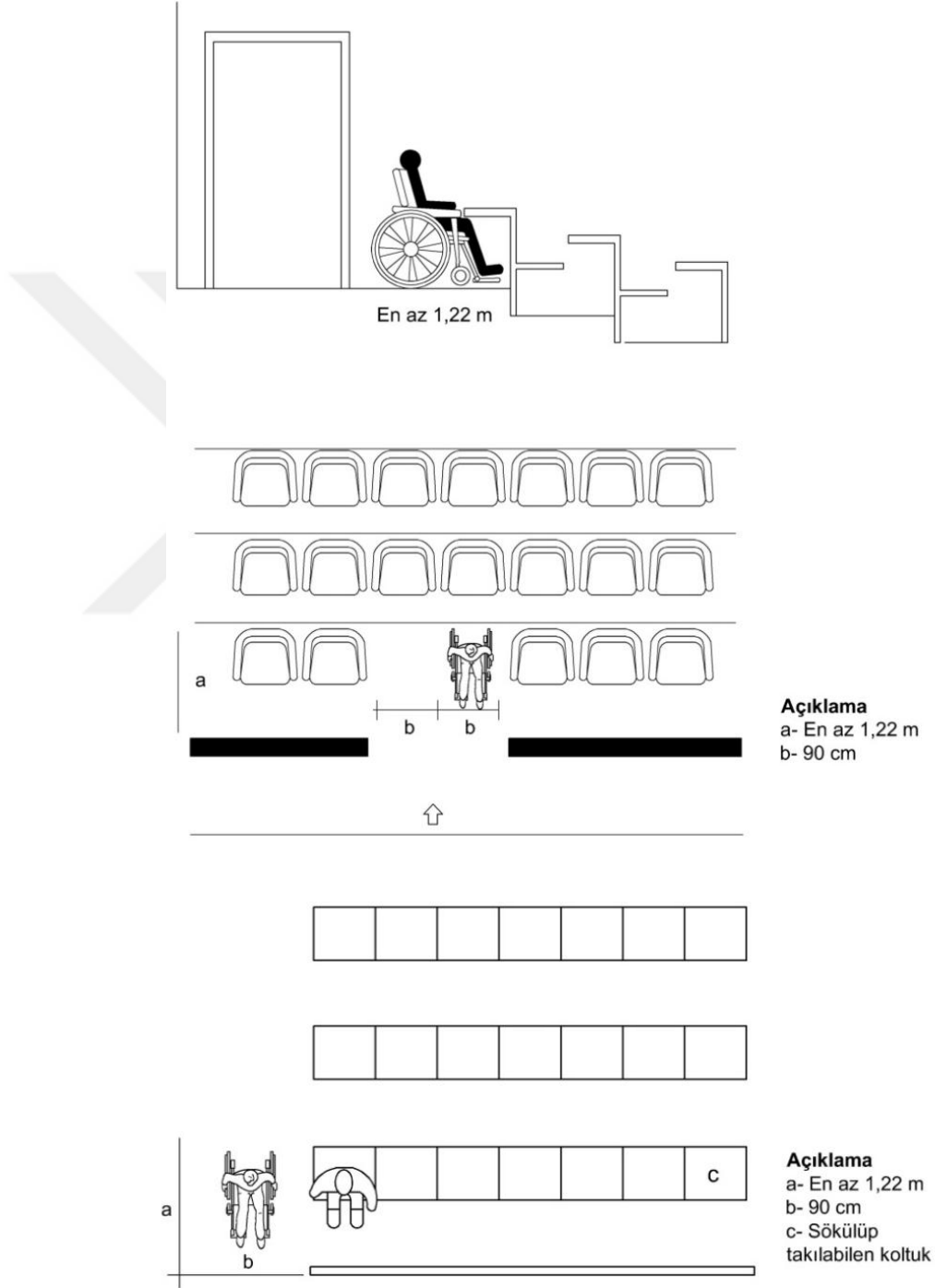
kullanılmalıdır' ve ikinci rehberine; 'Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli zıtlıklardan faydalanılarak gerekli bilgi ayırt edilebilir düzeyde farklılaştırılmalıdır' uymaktadır.



**Resim 5.94 :** A AVM sineması yönlendirilme levhaları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM sineması; giriş alanlarında kaymayan zemin malzemeleri, bekleme ve sinema salonlarındaki halıflex zemin kaplama malzemeleri ve salonlardaki keskin hatlara sahip olmayıp dairesel formlardan oluşan koltuklarıyla, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) ikinci; 'Tehlike ve hatalara karşı uyarılar sağlanmalıdır' ve üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır. Dolayısıyla alınan bu tür önlemlerle, kullanıcıların konfor koşullarından güvenliğinin sağlandığı söylenebilir.

Tekerlekli sandalye için ayrılan alan 90 cmx122 cm, sökülüp takılabilen koltuk kullanılması durumunda ise sandalyenin sırt kısmından ön koltuğa kadar 90 cmx140 cm alan ayrılmalıdır. TS 9111 standardının bazı özellikli yapı bölümleri ile ilgili örnek düzenlemelere göre; amfi düzenindeki salonlar için tekerlekli sandalye kullanıcılarına yönelik olması gereken alanlar aşağıdaki gibidir (Şekil 5.44).



Şekil 5.44 : Amfi düzeninde tekerlekli sandalye için gerekli alan (TS 9111).

A AVM sinema salonlarının yönetmelik ve standartlara uygun biçimde; giriş-çıkışa yakın konumlarda tekerlekli sandalye kullanıcılarına yönelik eşiksiz, doğrudan geçişin sağlandığı alanlara sahip olduğu görülmüştür (Resim 5.95). Bu durumda A AVM sinema salonlarının, evrensel tasarımın ilk ilkesine (eşit kullanım) uyduğu görülmektedir.



**Resim 5.95 :** A AVM sineması, farklı salonlara ait tekerlekli sandalye alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Sinemaya ait her türlü ürün, donatı, mekân, alan ve aydınlatma kullanımı; kullanıcıların görsel konforunu etkilemektedir. Yine bu alanlarda kullanıcıların ısısal/termal konforu da havalandırma sistemiyle sağlanmaktadır. Özellikle sinema salonlarının, ortalama sıcaklık değeri ve iç ortam hava kalitesi (temiz, bakımlı) ayarlanmaktadır. Sinema salonlarında işitsel konfor koşulları sağlanarak hacim akustiği oluşturulmalıdır. A AVM'ye ait sinema salonlarında, ses sistemi dengeli ve net bir şekilde seyirciye aktarılmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların bu alanlardaki işitsel konfor koşullarının sağlandığını söylemek mümkündür. Aynı zamanda uygun aydınlatma kullanımı ile net görüş sağlanabildiği ve yumuşak yüzeyli, rahat oturma birimleri ve tekerlekli sandalye gibi yardımcı eleman kullanımına olanak tanıyan alanlarıyla, kullanıcıların görsel konforunun da sağlandığı görülmektedir.

A AVM sinemasına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda doldurulmuştur. A AVM sinemasının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.19).

**Çizelge 5.19 : A AVM sinemasının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM SİNEMASI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit kullanım imkânı		■ Tek yüksekliğe sahip banko	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, tekerlekli sandalye kullanıcıları için doğrudan erişim, hareket özgürlüğünü kısıtlamayan farklı boyutlarda ya da uygun yüksekliklere sahip bilet satış bankoları, gerekli alanlarda rampa veya engelli merdiven asansörünün olması, engelli lavabolarının bulunması, salonlarda uygun yerlerde tekerlekli sandalye alanının ayrılması, sökülebilir koltuk olması		■ Tek yüksekliğe sahip banko	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Karmaşaya yol açmayan dolaşım alanlarına sahip olması, yalın tasarıma sahip bilet satış bankoları, mekânların okunabilirliğini arttıran anlaşılabilir sinyalizasyon-yönlendirici levhalar-işaret panoları kullanımı	■		
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), zıt renk kullanımı, doğru aydınlatma kullanımı	■		
	<b>5. Hata toleransı</b> Olası tehlike ve kazaları en aza indirgeyecek etkin tasarıma sahip mekân ve alanlara sahip olması, güvenli ve korunaklı olması, kaymayan zemin malzemesi, bilet sırasındaki bariyerlerin sağlam ve güvenli olması	■		
	<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan rahat kullanım alanlarına sahip olması		■ Tek yüksekliğe sahip banko	
	<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Kullanım alanlarının standartlara uygun boyutlarda olması, banko önlerinde yeterli manevra ve geçiş alanlarının olması(tekerlekli sandalye gibi yardımcı araç ve kişi kullananlar için), kullanım alanlarına rahat erişimin sağlanması		■ Tek yüksekliğe sahip banko	



#### 5.4.15 A AVM Yeme-İçme Alanları

A AVM yeme-içme alanları; standartlarda belirtildiği gibi ulaşılabilir niteliktedir. A AVM yeme-içme alanları, AVM'nin 3. katında yer almaktadır (Bkz. Şekil 5.42). Yeme-içme alanları, AVM'nin doğrusal aksa olan alışveriş alanlarının olduğu kısma denk gelmektedir. Bu katın galerisinden bakıldığı zaman; basamak şeklinde olan kat görünümü ile dolaşım alanları, mağazalar ve doğrusal aksa sahip alışveriş alanları rahatlıkla algılanabilmektedir (Resim 5.96). Bu alanlarda, olumlu mekân algısı ve atmosferi oluşturularak görsel bütünlüğün sağlandığı görülmektedir. Aynı zamanda, kullanıcıların dolaşım sağladığı veya oturduğu alanlarda da alt katlara hâkim olduğu söylenebilir. Buna paralel olarak; mekân ve alanların okunabilirliği artarken, kullanım alanlarının da erişilebilirliği artmaktadır.

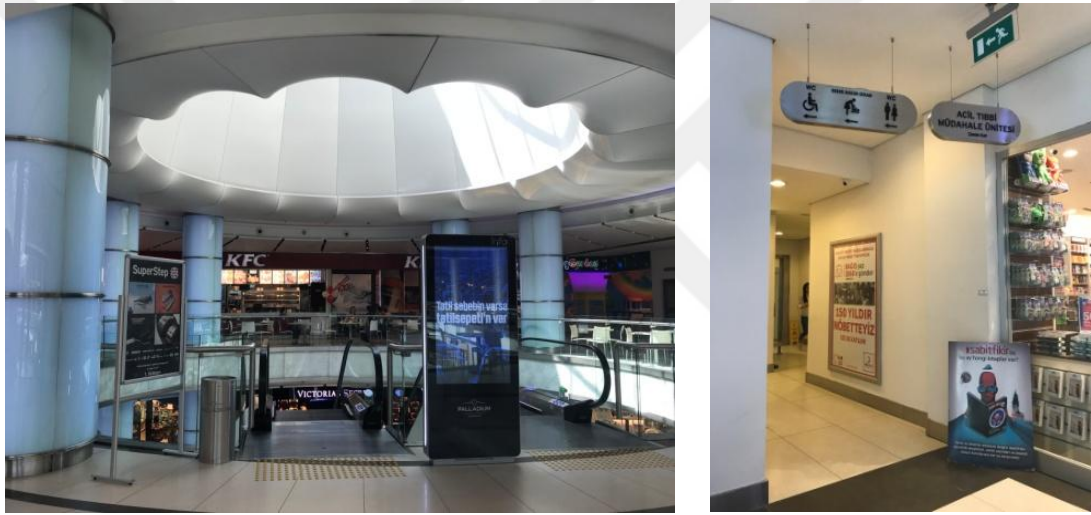


**Resim 5.96 :** A AVM iç mekân görünümü (Tuba Terece arşivinden, 2018).

A AVM yeme-içme alanlarına, düşey sirkülasyon elemanlarından olan asansörler dışında; üç ayrı alanda konumlandırılmış yürüyen merdivenler aracılığıyla da doğrudan, konforlu bir ulaşım sağlanmaktadır. AVM'nin yeme-içme alanlarında, kullanım alanlarına dair yön bulmayı kolaylaştıran yönlendirilme levhaları bulunmaktadır (Resim 5.97, 5.98).



**Resim 5.97:** A AVM yeme-içme alanları sirkülasyon elemanları ve yönlendirilme (Tuba Terece arşivinden, 2018).



**Resim 5.98:** A AVM yeme-içme alanları sirkülasyon elemanları ve yönlendirilme (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Yemek masalarının bulunduğu alanın zemin döşemesi ile geçiş alanlarını oluşturan zemin döşemeleri farklı renk ve malzeme (kaymayan) kullanımı ile işlevine göre ayrılmıştır. Bu alan ayrımı ile sınırlar çizilerek mekânlar okunaklı hale getirilmiştir. Aynı zamanda rahat geçişin sağlandığı, sık konumlandırılmamış masa düzeniyle de kullanım alanları algılanabilir niteliktedir (Resim 5.99). Kullanıcı psikolojisini etkileyen yön bulma; başarılı bir yönlendirilme ile mekân algısında ve ulaşımında kullanıcılara büyük kolaylık sağlamaktadır. Doğru yönlendirilme ve rahat erişim; mekân algısını ve kalitesini de arttırmaktadır. A AVM'de bu doğrultuda olup; kullanıcıların yön bulduğu yönlendirilme levhaları, farklı zemin döşemeleri ve mekânların rahat algılanması ile bu alanlarda görsel konfor koşullarının sağlandığı

söylemek mümkündür. Bu durumda bütün bu kullanımların evrensel tasarımın dördüncü ilkesine (algılanabilir bilgi) uyduğu görülmektedir.



**Resim 5.99 :** A AVM yeme-içme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM sınırlarını oluşturan temel mekân bileşenleri, mekân algısında etkin rol oynamaktadır. Özellikle iç-dış mekân sınırını çizen, ilişkisini sağlayan dikey mekân bileşenleri; cephe tasarımlarıyla alanı tanımlayan, algılatan temel bileşenlerdir. A AVM yeme-içme alanlarının bir bölümü, dev cam küre girişine bakan ve şeffaf malzemenin sayesinde gün ışığından faydalanan geniş bir alana sahiptir (Resim 5.100). Dolayısıyla kullanıcılarda; iç mekânda oturduğu yerden açık alanı algılama yani; iç mekânda iken dış mekândaymış duygusu oluşmaktadır. AVM cephesindeki cam küre tasarımıyla meydana gelen bu olumlu iç mekân atmosferleri sayesinde kullanıcıların görsel konforu sağlanmaktadır.

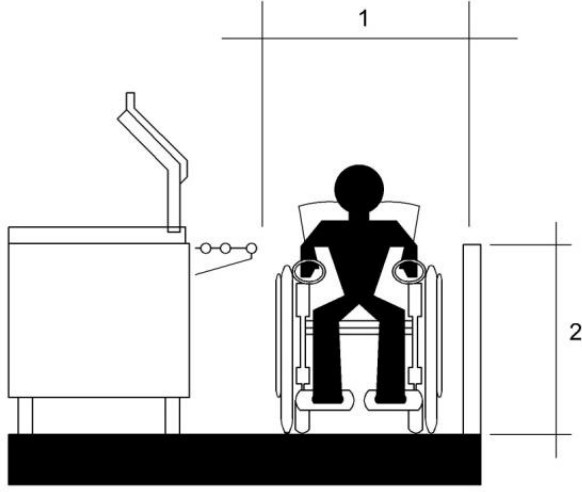




**Resim 5.100 :** A AVM yeme-içme alanları, cam küre (Tuba Terece arşivinden, 2018).

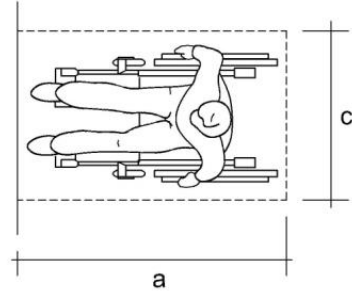
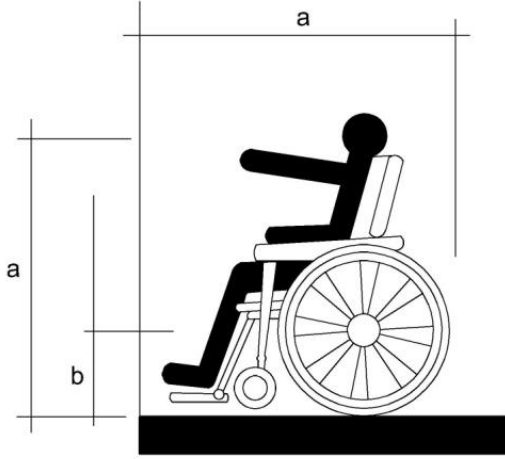
AVM yeme-içme alanlarının galeriye bakan kısmı da AVM genelinde olduğu gibi; oldukça geniş bir alana yayılmış tepe camlardan gelen gün ışığıyla aydınlanmaktadır (Bkz. Resim 5.96). Bu doğal aydınlatma kullanımı sayesinde kullanıcılar; ferah, aydınlık ve açık alandaymış hissi uyandıran ortamlarda, yeme-içme eylemlerini gerçekleştirmektedirler. Yeme-içme alanlarının kapalı alanlarında ise yapay aydınlatma kullanımı mevcuttur (Resim 5.101).

Self-servis yemek alım alanlarının net genişliği en az 90 cm, tekerlekli sandalye kullanan kişinin yanından geçişi sağlayabilmek için ise tercihen 1,2 m olmalıdır. Tepsi kaydırma tezgahları yer döşemesi seviyesinden en fazla 86 cm yukarıda sabitlenmelidir (TS 9111). Yemek için gerekli servis malzemelerin bulunduğu kullanım alanları; yerden en az 38 cm, en fazla da 1,37 m yüksekliğinde olmalıdır. Bu tip alanlarda olması gereken ölçü ve düzenlemeler aşağıdaki gibidir (Şekil 5.45, 5.46).



**Açıklama**  
 1- En az 90 cm  
 2- En fazla 86 cm

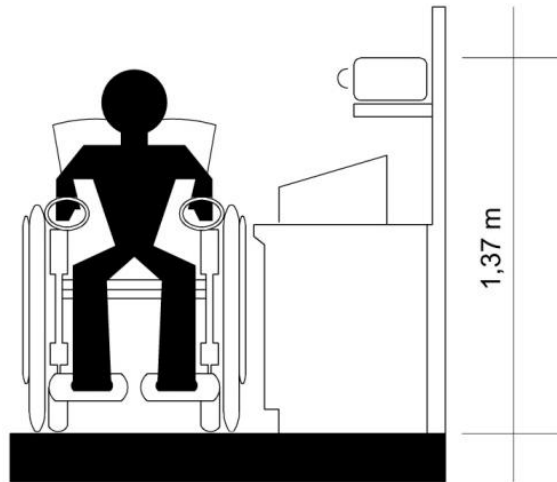
(A)



**Açıklama**  
 a- 1,22 m  
 b- 38 cm  
 c- 76 cm

(B)

Şekil 5.45 : Self-servis yemek alım alanlarında ölçülendirme (TS 9111).



Şekil 5.46 : Servis malzeme alanı ölçülendirme (TS 9111).



A AVM’de farklı işletmelere ait yeme-içme alanları bulunduğu için; bazı işletmelerin standartlara uygunluk sağlayan self-servis, satış ve yemek alım tezgâhları bulunurken, diğer işletmelerin ise standartlara uygunluk sağlayan birimleri bulunmadığı görülmüştür. Tekerlekli sandalye kullanıcısı olarak uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde; servis bankolarının önünde-yanında yeterli geçiş ve kullanım alanının olduğu görülmüştür. Standartlara uygunluk sağlayan servis-yemek alım tezgâhlarına rahat erişim sağlanarak rahat kullanım gerçekleştirilmiştir. Bazı bankoların standartlara uygun ölçülere ve diz altı boşluğuna sahip bazı bankolar sayesinde, yemek alımı rahat bir şekilde gerçekleştirilerek; banko arkasındaki personelle de net görüş sağlanarak iletişime geçilmiştir. Görüldüğü gibi bu tür kullanımlar, kullanıcı konforunu sağlayan olumlu durumlardır. Fakat standartlara uygunluk sağlamayıp ulaşılabilir banko özelliklerini taşımayan yemek alım, servis bankolarına kolay erişim gerçekleştirilemediği gibi, banko arkasına da net görüş sağlanamamıştır (Resim 5.104).



**Resim 5.101 :** A AVM yeme-içme alanlarında tekerlekli sandalye kullanımı.

Her türlü kullanıcıya eşit kullanım imkânı sunmayan bu tür bankolar, evrensel tasarımın ilk ilkesinin (eşit kullanım) ikinci rehberine; 'Herhangi bir kullanıcıyı ayırmaktan veya damgalamaktan kaçınılmalıdır' uymamaktadır. Tek yükseklikten oluşan bankolar, evrensel tasarımın ikinci ilkesinin (esnek kullanım) ilk rehberine de; 'Kullanım yöntemlerinde seçme imkânı sağlanmalıdır' uymamaktadır. Çünkü ulaşılabilir bankolarda; bankonun bir bölümünün en az 90 cm uzunluğunda ve en fazla 86 cm yüksekliğinde olmalıdır (Bkz. Şekil 5.22). Aynı zamanda bu bankoların,

evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ilk rehberine; 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkân vermelidir' uymadığı görülmektedir. Ayrıca bankolara rahat erişim ve net görüş sağlanamadığı için bankoların, evrensel tasarımın yedinci ilkesinin (yaklaşım ve kullanım için yeterli alan) ilk; 'Oturan veya ayakta olan her kullanıcının önemli elemanları görebilmesi için net bir görüş alanı sağlamalıdır' ve ikinci rehberine; 'Oturan ya da ayakta olan her kullanıcının tasarımın tüm öğelerine rahatlıkla erişebilmesi sağlanmalıdır' uymadığı görülmektedir.

Yeme-içme alanlarında bulunan sabit masalar, diz altı boşluğuna ve yeterli yüksekliğe sahip olduğu için masalara rahat erişim ve kullanım gerçekleştirilmiştir. Yeme-içme alanlarında yardımcı eleman kullanan kullanıcı olarak (yürümekte zorluk çeken-baston kullanan kullanıcı) gerçekleştirilen deneyimlemede; herhangi bir zorluk yaşanmadan rahat kullanım gerçekleştirilmiştir (Resim 5.102, 5.103). Yeme-içme alanlarının düşey sirkülasyon elemanları (asansör ve yürüyen merdivenler) ve acil çıkışlarının önünde, görme engeli olan kullanıcılar için hissedilebilir yüzeyler bulunmaktadır. Bu durumda, bu alanların kısmi görme engeli olan kullanıcılara uygun olduğu görülmüştür. Fakat tam görme engelli olarak uygulamalı deneyimleme gerçekleştirildiğinde ise yönlendirilme konusunda başkasından yardım alınmıştır.



**Resim 5.102 :** A AVM yeme-içme alanlarında uygulamalı deneyimleme.

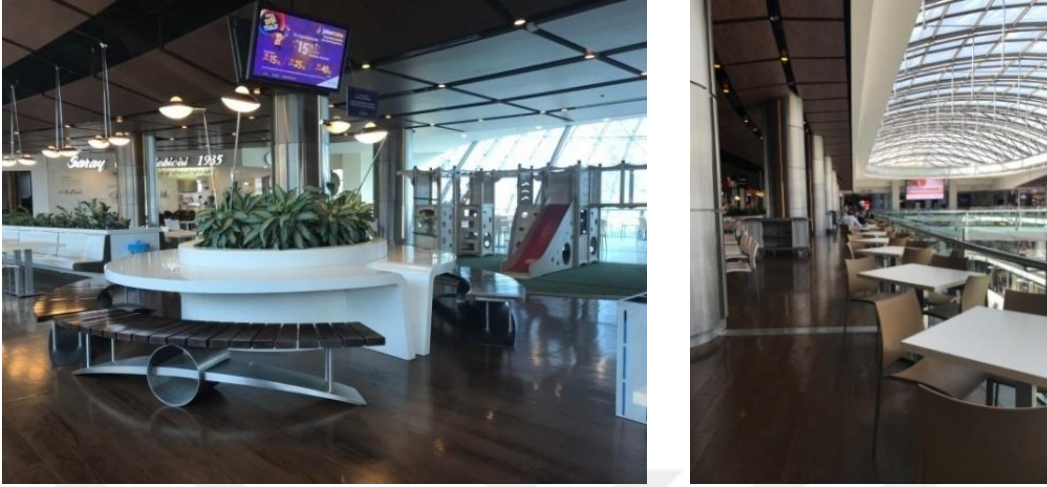


**Resim 5.103 :** A AVM'de tekerlekli sandalye kullanıcısı (Tuba Terece arşivinden, 2018).

Kullanım kolaylığı sağlayan hafif sandalyeler ve rahat geçiş alanları kullanıcıları yormamaktadır. Dolayısıyla bu alan ve donatıların, evrensel tasarımın altıncı ilkesinin (düşük fiziksel güç) ilk rehberine 'Kullanıcının doğal vücut pozisyonunun korunmasına imkân vermelidir' uyduğu görülmektedir.

Yeme-içme alanlarında bulunan kolonlar, diğer katlarda olduğu gibi köşeli ve keskin hatlara sahip olmayan yuvarlatılmış dairesel formlardan oluşmaktadır. Darbeye karşı koruyucu olan bu kolonlar ve kaymayan zemin döşemeleri, evrensel tasarımın beşinci ilkesinin (hata toleransı) üçüncü rehberine; 'Hata yapmayı engelleyen emniyetli özellikler sağlanmalıdır' uymaktadır. Hem daire şeklinde hem de köşeli hatlardan oluşan kare şeklinde yemek masaları bulunmaktadır (Resim 5.104). Daire

formunda olan masalar, darbe önleyici özelliğe sahip iken; kare formundaki masalar çarpma gibi tehlike arz eden durumlara karşı korunaklı olmamaktadır.



**Resim 5.104 :** A AVM yeme-içme alanları (Tuba Terece arşivinden, 2018).

AVM'lerin özellikle yeme-içme alanlarında, iç ortam hava kalitesi yani ortamdaki koku oldukça önemlidir. Bu alanlarda rahatsız edici yemek kokuları olmamalıdır. Bu durum, kullanıcı konforunu etkileyen önemli bir parametredir. Yine bu alanların temiz ve bakımlı olması hijyen ve insan sağlığı açısından önemlidir. Yemek yenilen (masaların olduğu) alanlarda rahatsız edici koku duyulmamıştır. Self-servis ve yemek alım tezgâhlarında koku olmakla beraber; bu koku rahatsız edici düzeyde değildir. AVM'de yapılan gözlemlerde; yeme-içme alanlarında hem masaların hem de zeminlerin AVM personeli tarafından sık sık temizlendiği görülmüştür. Bu alanlardaki iç ortam hava sıcaklığı ile kullanıcıları ısısal/termal konforu sağlanmıştır. Kolonlarda ve tavanlarda kullanılan kaplama malzemeleriyle ortamdaki gürültü-ses etkisi azaltılarak kullanıcıların işitsel konforu sağlanmaya çalışılmıştır.

A AVM yeme-içme alanlarına ait oluşturulan aşağıdaki kontrol listesi çizelgesi; alan çalışmasında yapılan tüm çalışmalar, inceleme, gözlem, ölçü alma, fotoğraf-video çekimleri, analizler doğrultusunda ve AVM de empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimler sonrasında doldurulmuştur. A AVM yeme-içme alanlarının, evrensel tasarım ilkelerine göre evrensel tasarıma uygunluğu belirlenmeye çalışılmıştır. Evrensel tasarıma kısmen uygun olan alanların da tamamen uymama sebepleri belirtilmiştir (Çizelge 5.20).



**Çizelge 5.20 : A AVM yeme-içme alanlarının evrensel tasarıma uygunluk kontrol listesi çizelgesi.**

A AVM YEME-İÇME ALANLARI	Evrensel Tasarım İlkeleri	Uygun	Kısmen Uygun	Uygun Değil	
	<b>1. Eşit kullanım</b> Her türlü kullanıcıya eşit şartlar altında eşit kullanım imkânı			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
				Tek yüksekliğe sahip tezgahlar	
	<b>2. Esnek kullanım</b> Farklı kullanıcı profiline yönelik kullanım kolaylığı, hareket özgürlüğünü kısıtlamayan farklı boyutlarda ya da uygun yüksekliklere yemek satış tezgâhları-bankoları			■ Tek yüksekliğe sahip tezgahlar	
	<b>3. Basit ve sezgisel kullanım</b> Karmaşaya yol açmayan dolaşım alanlarına sahip olması, mekânların okunabilirliğini arttıran anlaşılabilir sinyalizasyon-yönlendirici levhalar-işaret panoları kullanımı	■			
	<b>4. Algılanabilir bilgi</b> Okunaklı-ayrıt edilebilir(yönlendirilme), doğru aydınlatma kullanımı	■			
	<b>5. Hata toleransı</b> Olası tehlike ve kazaları en aza indirgeyecek etkin tasarıma sahip donatı, mekân ve alanlara sahip olması, güvenli ve korunaklı olması, kılavuz izleri, kaymayan zemin malzemesi			■ Görme engelliler için eksik uygulama	
				Kare (köşeli) masalar	
<b>6. Düşük fiziksel güç</b> Kullanıcıları yormayan rahat donatı ve kullanım alanlarına sahip olması			■ Tek yüksekliğe sahip tezgahlar		
<b>7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan</b> Kullanım alanlarının standartlara uygun boyutlarda olması, banko-tezgah-kasa önlerinde, yemek masalarına ulaşımında yeterli manevra ve geçiş alanlarının olması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için), tekerlekli sandalye kullanıcıları için yemek masalarının altında diz altı boşluğunun olması			■ Tek yüksekliğe sahip tezgahlar		



## 5.5 Anketlerin SPSS Programında Değerlendirilmesi

Araştırma sürecinde elde edilen verilerin çözümlenmesi için, toplanan veriler öncelikle bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Daha sonra istatistiksel çözümlerinin yapılabilmesi için SPSS (Statistical Package For Social Sciences) paket yazılımlarından faydalanılmıştır. Bu çalışmada, anketlere ait önce betimsel analizler yapılmış sonra Fiziksel Konfor Bilincinin oluşumuna nelerin katkı sağladığının tespiti için ileri istatistik tekniklerinden Faktör Analizi ve son olarak demografik özellikler ve Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkilerin incelenmesi için ANOVA testi (Kruskal Wallis) yapılmıştır.

### 5.5.1 Betimsel İstatistikler

#### 5.5.1.1 Demografik özellikler

Katılımcıların yaşlarına ait bilgiler Çizelge 5.21'de verilmiştir.

**Çizelge 5.21 : Katılımcıların yaş betimsel istatistikleri.**

Yaş	N	%
18 Yaş Altı	12	12,0
18-25 Yaş Arası	32	32,0
26-35 Yaş Arası	22	22,0
36-45 Yaş Arası	21	21,0
46-55 Yaş Arası	9	9,0
55 Yaş Üzeri	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.21'de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %12,0'si 18 yaş altı, %32,0'si 18-25 yaş, %22,0'i 26-35 yaş, %21,0'i 36-45 yaş, %9'u 46-55 yaş ve %4,0'ü 55 yaş üzeridir. Yani; katılımcıların 18-25 yaş arası %32,0'lik bir oranla en yüksek orana sahip olup, ardından oranı birbirine yakın olan 26-35 ve 36-45 yaş aralığı gelmektedir. En düşük yaş oranına sahip olan grup ise 55 yaş üzeridir.

Katılımcıların medeni durumlarına ait bilgiler Çizelge 5.22'de verilmiştir.

**Çizelge 5.22 : Katılımcıların medeni durum betimsel istatistikleri.**

Medeni Durum	N	%
Bekar	59	59,0
Evli	41	41,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.22’de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %59,0’u bekar, %41,0’i evlidir.

Katılımcıların cinsiyetlerine ait bilgiler Çizelge 5.23’de verilmiştir.

**Çizelge 5.23 : Katılımcıların cinsiyet betimsel istatistikleri.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kadın	58	58,0
Erkek	42	42,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.23’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %58,0’i kadın, %42,0’si erkektir.

Katılımcıların eğitim durumlarına ait bilgiler Çizelge 5.24’de verilmiştir.

**Çizelge 5.24 : Katılımcıların eğitim durumu betimsel istatistikleri.**

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
İlköğretim	6	6,0
Lise	27	27,0
Üniversite	54	54,0
Yüksek Lisans	10	10,0
Doktora	3	3,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.24’de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %6,0’sı ilköğretim, %27,0’si lise, %54,0’ü üniversite, %10,0’u yüksek lisans ve %3,0’ü doktora öğrencisi ve/ya mezunudur. Katılımcıların çoğunluğunu büyük bir oranla üniversite öğrencisi ve/ya mezunları oluşturmaktadır. Eğitim durumuna göre en düşük katılımcı grubu ise doktora öğrencisi ve/ya mezunlarıdır. Anketin bu sorusunda yer alan 'diğer' seçeneğinin işaretlenmediği yani; bütün katılımcıların herhangi bir eğitim seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu AVM'yi tercih eden kullanıcıların genel olarak belirli bir eğitim seviyesine sahip olduğu söylenebilir.

Katılımcıların AVM'ye yakınında oturmalarına ait bilgiler Çizelge 5.25’de verilmiştir.

**Çizelge 5.25 :** Katılımcıların AVM yakınında oturmaları betimsel istatistikleri.

<b>Konum</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	58	58,0
Hayır	42	42,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.25’de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %58,0’i AVM’ye yakın, %42,0’si AVM’ye uzak oturuyordur. Katılımcıların çoğunun AVM’ye yakın oturduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların mesleklerine ait bilgiler Çizelge 5.26’da verilmiştir.

**Çizelge 5.26 :** Katılımcıların meslekleri betimsel istatistikleri.

<b>Meslek</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ev Hanımı	9	9,0
Öğrenci	32	32,0
Çalışıyor	49	49,0
Emekli	5	5,0
Diğer	5	5,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Diğer meslekler; Kuafor, Kimya Mühendisi, Mimar, İşletme Yetkilisi, İç Mimar*

Çizelge 5.26’da görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %9,0’u ev hanımı, %32,0’si öğrenci, %49,0’u çalışıyor, %5,0’i emekli ve %5,0’i diğer mesleklere sahiptir.

#### **5.5.1.2 AVM hakkında betimsel istatistikler**

Katılımcıların “AVM’yi ortalama ne kadar sıklıkla tercih edersiniz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.27’de verilmiştir.

**Çizelge 5.27 :** “AVM'yi ortalama ne kadar sıklıkla tercih edersiniz?” Betimsel istatistikler.

<b>AVM Tercih Sıklığı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Her Gün	3	3,0
Haftada Bir	35	35,0
Haftada Birkaç Kez	20	20,0
Ayda Bir	11	11,0
Ayda Birkaç Kez	17	17,0
Birkaç Ayda Bir	6	6,0
Pek Tercih Etmiyorum	4	4,0
Diğer	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Diğer; 3x1l Defa Geldim, Gerektiğinde*

Çizelge 5.27’de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %3,0’ü her gün, %35,0’i haftada bir, %20,0’si haftada birkaç kez, %11,0’i ayda bir, %17,0’si ayda birkaç kez, %6,0’sı birkaç ayda bir tercih ederken %4,0’ü AVM’yi pek tercih etmemektedir. Çizelgeye göre; haftada bir ve ardından haftada birkaç kez seçeneği yüksek orana sahiptir.

Katılımcıların “AVM’ye ulaşımınızı nasıl sağlarsınız?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.28’de verilmiştir.

**Çizelge 5.28 :** “AVM’ ye ulaşımınızı nasıl sağlarsınız?” Betimsel istatistikler.

<b>AVM'ye Ulaşım</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Özel Aracımla	54	54,0
Yaya Yoluyla	21	21,0
Taksiyle	6	6,0
Toplu Taşıma Araçlarıyla	19	19,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.28’de görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %54,0’ü özel araçla, %21,0’i yaya yoluyla, %6,0’sı taksiyle ve %19,0’u toplu taşıma araçlarıyla AVM’ye ulaşım sağlamaktadır.

Katılımcıların “AVM’de ortalama ne kadar vakit geçirdiniz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.29’da verilmiştir.

**Çizelge 5.29 :** “AVM’de ortalama ne kadar vakit geçirdiniz?” Betimsel istatistikler.

<b>Vakit Geçirme</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1 Saat	8	8,0
1-3 Saat	73	73,0
4-6 Saat	16	16,0
Gün Boyu	3	3,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.29’da görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %8,0’i 1saat, %73,0’ü 1-3 saat, %16,0’sı 4-6 saat ve %3,0’ü gün boyu AVM’de vakit geçirmektedir. Katılımcıların yüksek bir oranla AVM’de ortalama 1-3 saat, kalan katılımcıların yarısından fazlasının ise 4-6 saat vakit geçirdiği görülmektedir.

Katılımcıların “AVM’yi tercih etme sebepleriniz nelerdir?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.30’da verilmiştir.

**Çizelge 5.30 :** “AVM’yi tercih etme sebepleriniz nelerdir?” Betimsel istatistikler.

<b>Tercih Sebepleri</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ulaşılabilir olması	41	41,0
Gezinmek, dolanmak, eğlenmek, vakit geçirmek	54	54,0
Her türlü ihtiyacımı karşılaması	43	43,0
Temiz ve bakımlı olması	16	16,0
Geniş, ferah dolaşım alanlarının olması	17	17,0
Olumlu iç mekân atmosferi	16	16,0
Güvenli ve konforlu alışveriş ortamının sunulması	24	24,0
Engelli kullanıcılara uygun olması	2	2,0
Bünyesinde yer alan birden fazla mağaza dışında eğlence, kültürel ve sanatsal alanları ile sosyal faaliyetlere de olanak sağlaması	23	23,0
Tüm aile bireyelerine hitap etmesi	13	13,0
Çocuk oyun alanları+çocuktuvaletleri+bebek bakım odalarının bulunması	9	9,0
Açık-kapalı alanlarının, peyzaj öğelerinin ve dinlenme alanlarının olması	7	7,0
Araç park yeri bulma sorununun olmaması	28	28,0
Olumsuz hava koşullarından etkilenmemesi	25	25,0
Diğer	3	3,0
<b>Toplam</b>	<b>321</b>	<b>321,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 5.30’da görüldüğü gibi; araştırmaya katılanların %41,0’i ulaşılabilir olması, %54,0’ü gezinmek, dolanmak, eğlenmek, vakit geçirmek, %43,0’ü her türlü ihtiyacın karşılanması, %16,0’sı temiz ve bakımlı olması, %17,0’si geniş, ferah dolaşım



alanlarının olması, %16,0'sı olumlu iç mekân atmosferi, %24,0'ü güvenli ve konforlu alışveriş ortamının sunulması, %2,0'si engelli kullanıcılara uygun olması, %23,0'ü bünyesinde yer alan birden fazla mağaza dışında eğlence, kültürel ve sanatsal alanları ile sosyal faaliyetlere de olanak sağlaması, %13,0'ü tüm aile bireylerine hitap etmesi, %9,0'u çocuk oyun alanları, çocuk tuvaletleri ve bebek bakım odalarının bulunması, %7,0'si açık ve kapalı alanlarının, peyzaj öğelerinin ve dinlenme alanlarının olması, %28,0'i araç park yeri sorununun olmaması, %25,0'i olumsuz hava koşullarından etkilenmemesi ve %3,0'ü diğer (iş amaçlı, yemek vs.) sebeplerle AVM'yi tercih etmektedirler.

Çizelgeye göre; sırasıyla en yüksek orana sahip üç tercih sebebi şu şekildedir:

- Gezinmek, dolanmak, eğlenmek, vakit geçirmek
- Her türlü ihtiyacımı karşılaması
- Ulaşılabilir olması

Görüldüğü gibi; katılımcıların AVM'yi ilk tercih etme sebepleri arasında sadece alışveriş eylemi bulunmamaktadır. Sonuçlardan da anlaşılacağı üzere; kullanıcılar genel olarak, alışveriş eyleminin yanı sıra her türlü ihtiyacının karşılandığı sosyalleşebilecekleri ulaşılabilir (evrensel tasarımın en önemli ölçütü) AVM'lerde vakit geçirmeyi tercih etmektedirler.

Katılımcıların “A AVM denilince aklınıza gelenleri sıralayınız?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.31’de verilmiştir.

**Çizelge 5.31 :** “A AVM denilince aklınıza gelenleri sıralayınız?” Betimsel istatistikler.

<b>A AVM Denilince</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Yemek	15	15,0
Alışveriş	13	13,0
Kaliteli Mağazalar	13	13,0
Sakin/Geniş/Ferah Bir AVM	15	15,0
Otopark Rahatlığı	3	3,0
İlk Defa Geliyorum	3	3,0
Diğerlerinden Farkı Yok	4	4,0
Yakın Olması	2	2,0
Diğer	2	2,0
Fikrim Yok	30	30,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Diğer; Pahalı Olması, Konser ve Etkinlikler*

Çizelge 5.31’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **A AVM denilince aklınıza gelenleri sıralayınız** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %15,0 yemek, %13,0 alışveriş, %13,0 kaliteli mağazalar, %15,0 sakin, geniş ve ferah bir AVM %3,0 otopark rahatlığı, %3,0 ilk defa geliyorum, %4,0 diğerlerinde farkı yok, %2,0 yakın olması, %2,0 diğer ve %30,0 fikrim yok şeklindedir. Çizelgeye göre; sırasıyla AVM'nin en yüksek orana sahip akla gelen ilk özellikleri şunlardır:

- Yemek ve Sakin/Geniş/Ferah bir AVM (%15,0-%15,0)
- Alışveriş ve Kaliteli Mağazalar (%13,0-%13,0)

A AVM genel olarak; sakin/geniş/ferah alanlara (bu özellikler mekân kullanımını, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir) kaliteli mağazalara ve yemek alanlarına sahip bir alışveriş alanı olarak hatırlanmaktadır. Bu olumlu özelliklerin yanı sıra %30,0'luk orana sahip katılımcıların da fikir belirtmediği görülmektedir.

Katılımcıların “AVM aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.32’de verilmiştir.

**Çizelge 5.32 : “AVM aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir?” Betimsel istatistikler.**

Özellik	N	%	Özellik	N	%
Ferah	65	65,0	Boğucu	13	34,2
Aydınlık	62	62,0	Karanlık	2	5,3
Sakin	41	41,0	Kalabalık/Gürültülü	22	57,9
Rahatlatıcı	17	17,0	Rahatsız Edici	2	5,3
Erişilebilir	48	48,0	Erişilemeyen	4	10,5
Temiz	65	65,0	Bakımsız/Havasız	2	5,3
Donanımlı/Çeşitlilik	40	40,0	Donanımlı Değil	2	5,3
Konforlu	31	31,0	Konforlu Değil	3	7,9
Kullanışlı/İşlevsel	35	35,0	Kullanışsız	1	2,6
Etkileyici İç Mekân	21	21,0	Sıradan Tasarım	9	23,7
Düzenli	44	44,0	Düzensiz	4	10,5
Güvenli	43	43,0	Güvenli Değil	1	2,6
Özgün	20	20,0	Özgün Değil	13	34,2
<b>Toplam</b>	<b>532</b>	<b>532,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>78</b>	<b>205,3</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 5.32’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir** sorusuna olumlu yanıtlar şu şekildedir; %65,0 ferah, %62,0 aydınlık, %41,0 sakin, %17,0 rahatlatıcı, %48,0 erişilebilir, %65,0 temiz, %40,0

donanımlı/çeşitlilik, %31,0 konforlu, %35,0 kullanışlı/işlevsel, %21 etkileyici iç mekân, %44,0 düzenli, %43,0 güvenli ve %20,0 özgün şeklindedir.

Buna karşılık olumsuz yanıtlar ise şu şekildedir; %34,2 boğucu, %5,3 karanlık, %57,9 kalabalık/gürültülü, %5,3 rahatsız edici, %10,5 erişilemeyen, %5,3 bakımsız/havasız, %5,3 donanımlı değil, %7,9 konforlu değil, %2,6 kullanışsız, %23,7 sıradan tasarım, %10,5 düzensiz, %2,6 güvenli değil ve %34,2 özgün değil şeklindedir. Çizelgeye göre; A AVM hakkında sırasıyla en yüksek orana sahip olumlu ve olumsuz üçer özellik şu şekildedir:

Olumlu;

- Ferah ve temiz
- Aydınlık
- Erişilebilir (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir.)

Olumsuz;

- Kalabalık/Gürültülü
- Boğucu ve özgün değil
- Sıradan tasarım (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumsuz etkilemektedir.)

Genel olarak, olumlu özellikler daha yüksek orana sahip olmakla beraber; A AVM'nin ferah ve temiz, aydınlık, erişilebilir ve kalabalık olduğunu söylemek mümkündür.

### **5.5.1.3 Fiziksel konfor bilinci ölçeğinin betimsel istatistikleri**

Bu bölümde Fiziksel Konfor Bilinci ölçeği değişkenlerinin ortalamalarına, standart sapmalarına ve betimsel istatistiklerine ilişkin Çizelge 5.33'de yer verilmiştir.

**Çizelge 5.33 : Fiziksel konfor bilinci ile ilgili tanımlayıcı istatistikler.**

<b>Fiziksel Konfor Bilinci</b>	$\bar{X}$	SS	<b>1</b> f %	<b>2</b> f %	<b>3</b> f %	<b>4</b> f %	<b>5</b> f %
13.1. Doğal Aydınlatma	4,08	0,961	6 6,0	0 0,0	6 6,0	56 56,0	32 32,0
13.2. Yapay Aydınlatma	3,55	1,019	3 3,0	16 16,0	18 18,0	49 49,0	14 14,0
13.3. Doğal+Yapay Aydınlatma	3,95	0,821	1 1,0	4 4,0	18 18,0	53 53,0	24 24,0
13.4. Algılanabilir Plan Tipi	4,30	0,732	0 0,0	2 2,0	10 10,0	44 44,0	44 44,0
13.5. Yön Bulma	4,37	0,774	1 1,0	2 2,0	6 6,0	41 41,0	50 50,0
13.6. İç Mekân Tasarımı	4,20	0,816	2 2,0	2 2,0	7 7,0	52 52,0	37 37,0
13.7. Peyzaj Ögeleri-Kent Mobilyaları	3,75	0,957	2 2,0	8 8,0	25 25,0	43 43,0	22 22,0
13.8. AVM'de Kullanılan Müzik Türleri	3,85	1,038	4 4,0	5 5,0	23 23,0	38 38,0	30 30,0
13.9. Gürültü-Ses Etkisi	4,38	0,850	2 2,0	2 2,0	6 6,0	36 36,0	54 54,0
13.10. İklimlendirme Havalandırma	4,50	0,759	1 1,0	2 2,0	4 4,0	32 32,0	61 61,0
13.11. Ortamdaki Koku	4,67	0,587	0 0,0	0 0,0	6 6,0	21 21,0	73 73,0
13.12. Sirkülasyon (Yatay-Düşey Dolaşım)	4,22	0,811	1 1,0	0 0,0	18 18,0	38 38,0	43 43,0

*1.Hiç Önemli Değil, 2.Önemsiz, 3.Ne Önemli Ne Önemsiz, 4.Önemli, 5.Çok Önemli*

Çizelge 5.33'de sunulan betimsel istatistiklerden aritmetik ortalama değeri incelendiğinde; Fiziksel Konfor ölçeğine ilişkin genel ortalama  $\bar{X} = 4,15$  olarak hesaplanmıştır.

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda en düşük ve en yüksek ortalamaya sahip sorular aşağıda verilmiştir.

En düşük ortalamaya sahip soru 3,55 ortalama değeri ile 13.2'nci sorudur. (**Yapay aydınlatma mekân atmosferini olumlu etkiler.**)

En yüksek ortalamaya sahip soru 4,67 ortalama değeri ile 13.11'inci sorudur. (**Ortamdaki koku mekân atmosferini olumlu etkiler.**)

Çizelgeden anlaşılacağı üzere; Fiziksel Konfor Bilinci ölçeği değişkenleri ortalamaları birbirine yakındır; evrensel tasarımla ilişkili olan bu değişkenler genel olarak AVM'nin fiziksel konforunu da yakın oranlarda etkilemektedir.

Katılımcıların “AVM’nin görsel konforunu (aydınlatma, renk, malzeme, mekân tasarımı vs.) nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.34’de verilmiştir.

**Çizelge 5.34 :** “AVM’nin görsel konforunu (aydınlatma, renk, malzeme, mekân tasarımı vs.) nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Görsel Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Görsel Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Çekici	32	33,7	Sıradan	18	48,6
Yönlendirici	25	26,3	Yanılıcı	4	10,8
Algılanabilir	33	34,7	Algılanamayan/Karışık	4	10,8
Gösterişli	28	29,5	Sade	12	32,4
Renkli	29	30,5	Renksiz	8	21,6
Canlı/Hareketli	32	33,7	Cansız/Hareketsiz	6	16,2
Zevkli	34	35,8	Zevksiz	4	10,8
Ferah	52	54,7	Boğucu	6	16,2
Aydınlık	54	56,8	Karanlık	1	2,7
Sakin	33	34,7	Kalabalık/Gürültülü	12	32,4
Rahat	33	34,7	Sıkıcı	6	16,2
Temiz	52	54,7	Bakımsız/Havasız	3	8,1
Konforlu	26	27,4	Rahatsız Edici	0	0,0
Kullanışlı/İşlevsel	34	35,8	Kullanışsız	1	2,7
Düzenli	43	45,3	Düzensiz	0	0,0
Dengeli	16	16,8	Dengesiz	1	2,7
<b>Toplam</b>	<b>556</b>	<b>585,3</b>	<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>232,4</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 5.34’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin görsel konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna olumlu yanıtlar şu şekildedir; %33,7 çekici, %26,3 yönlendirici, %34,7 algılanabilir, %29,5 gösterişli, %30,5 renkli, %33,7 canlı/hareketli, %35,8 zevkli, %54,7 ferah, %56,8 aydınlık, %34,7 sakin, %34,7 rahat, %54,7 temiz, %27,4 konforlu, %35,8 kullanışlı/işlevsel, %45,3 düzenli ve %16,8 dengeli şeklindedir.

Buna karşılık olumsuz yanıtlar ise şu şekildedir; %48,6 sıradan, %10,8 yanılıcı, %10,8 algılanamayan/karışık, %32,4 sade, %21,6 renksiz, %16,2 cansız/hareketsiz, %10,8 zevksiz, %16,2 boğucu, %2,7 karanlık, %32,4 kalabalık/gürültülü, %16,2 sıkıcı, %8,1 bakımsız/havasız, %2,7 kullanışsız ve %2,7 dengesiz şeklindedir.

Evrensel tasarımla ilişkili olan; iç mekânda yönlendirilme, aydınlatma, mekânda kullanılan renk-malzeme-biçim-renk-doku etkisi ile donatı düzeni, aydınlatma kullanımı gibi etkenler; kullanıcıların görsel konforunu doğrudan etkilemektedir.



Çizelgeye göre; A AVM'nin görsel konforu hakkında sırasıyla en yüksek orana sahip olumlu ve olumsuz üçer özellik şu şekildedir:

Olumlu;

- Ferah ve temiz
- Düzenli
- Zevkli ve kullanışlı/işlevsel (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir.)

Olumsuz;

- Sıradan
- Sade ve kalabalık/gürültülü
- Renksiz (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumsuz etkilemektedir.)

Genel olarak, olumlu özellikler daha yüksek orana sahip olmakla beraber, A AVM'nin görsel konfor bakımından; ferah ve temiz, düzenli, zevkli, kullanışlı ve sıradan olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların "AVM'nin işitsel (gürültü-ses) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.35'de verilmiştir.

**Çizelge 5.35 :** "AVM'nin işitsel (gürültü-ses) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?" Betimsel istatistikler.

<b>İşitsel Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sakin	12	12,0
Normal	59	59,0
Dinlendirici	2	2,0
Rahatsız Edici	21	21,0
Huzurlu	1	1,0
Fikrim Yok	5	5,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.35'de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM'nin işitsel konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %12,0 sakın, %59,0 normal, %2,0 dinlendirici, %21,0 rahatsız edici, %1,0 huzurlu ve %5,0 fikrim yok

şeklinde. A AVM'nin işitsel konforu hakkında sırasıyla en yüksek orana sahip üç özellik şu şekildedir:

- Normal
- Rahatsız edici (bu özellik mekân kullanımını evrensel tasarım ve işitsel konfora bağlı olarak, özellikle işitme engelliler açısından olumsuz etkilemektedir.)
- Sakin

Görüldüğü gibi AVM'de işitsel konfor genel olarak; 'normal' olarak değerlendirilmiştir. Ardından 'rahatsız edici' olmak üzere olumsuz bir değerlendirme yapılmıştır. 'Normal' olarak değerlendiren katılımcıların oranı daha fazla olmakla beraber, 'rahatsız edici' olarak değerlendiren katılımcıların oranı (%21,0) da az değildir.

Katılımcıların “AVM'nin işitsel (gürültü-ses-müzik) konforundan memnun musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.36'da verilmiştir.

**Çizelge 5.36 :** “AVM'nin işitsel (gürültü-ses-müzik) konforundan memnun musunuz?” Betimsel İstatistikler.

<b>İşitsel Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	10	10,0
Memnun Değilim	10	10,0
Kısmen Memnunum	39	39,0
Memnunum	39	39,0
Çok Memnunum	2	2,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.36'da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM'nin işitsel konforundan memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %10,0 hiç memnun değilim, %10,0 memnun değilim, %39,0 kısmen memnunum, %39,0 memnunum ve % 2,0 çok memnunum şeklindedir. Bu durumda, AVM'de işitsel konfor bakımından katılımcılar genel olarak; 'memnun' olduğunu (mekân kullanımını evrensel tasarıma bağlı olarak olumlu etkilemektedir) ve toplamda %20,0'lik bir oranla da 'memnun olmadığını' (mekân kullanımını evrensel tasarıma bağlı olarak olumsuz etkilemektedir) belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’de arka fonda müzik varsa, müziği nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.37’de verilmiştir.

**Çizelge 5.37 :** “Eğer AVM’de arka fonda müzik varsa, müziği nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Fon Müzik</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sakin	17	17,0
Normal	37	37,0
Dinlendirici	11	11,0
Mutluluk	5	5,0
Sevinçli	3	3,0
Hüzünlü	1	1,0
Huzurlu	4	4,0
Melankoli	1	1,0
Rahatsız Edici	5	5,0
Fikrim Yok	30	30,0
<b>Toplam</b>	<b>114</b>	<b>114,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 5.37’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **Eğer AVM’de arka fonda müzik varsa, müziği nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %17,0 sakın, %37,0 normal, %11,0 dinlendirici, %5,0 mutluluk, %3,0 sevinçli, %1,0 hüzünlü, %4,0 huzurlu, %1,0 melankoli, %5,0 rahatsız edici ve %30,0 fikrim yok şeklindedir. AVM’de kullanılan müzikle alakalı olan bu soruda, 'normal' seçeneği en yüksek orana sahip iken; %30,0'luk orana sahip katılımcıların da fikir belirmediği görülmektedir.

Katılımcıların “AVM sinemasını hiç kullandınız mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.38’de verilmiştir.

**Çizelge 5.38 :** “AVM sinemasını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.

<b>Sinema</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	75	75,0
Hayır	25	25,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.38’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM sinemasını hiç kullandınız mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %75,0 evet, %25,0 hayır şeklindedir. Katılımcıların genel olarak AVM sinemasını kullandığı görülmektedir.

Katılımcıların “AVM sinemasının işitsel (hacim akustiği-ses kalitesi) konforundan memnun musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.39’da verilmiştir.

**Çizelge 5.39 :** “AVM sinemasının işitsel (hacim akustiği-ses kalitesi) konforundan memnun musunuz?” Betimsel İstatistikler.

<b>İşitsel Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	1	1,3
Memnun Değilim	1	1,3
Kısmen Memnunum	17	22,7
Memnunum	47	62,7
Çok Memnunum	9	12,0
<b>Toplam</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.39’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve AVM sinemasını kullananların **AVM sinemasının işitsel konforundan memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %1,3 hiç memnun değilim, %1,3 memnun değilim, %22,7 kısmen memnunum, %62,7 memnunum ve %12,0 çok memnunum şeklindedir. Son iki tabloya göre; katılımcıların yüksek oranla AVM sinemasını kullandığı ve genel olarak, sinemanın işitsel (hacim akustiği-ses kalitesi) konforundan memnun olduğu görülmektedir (bu durum, mekân kullanımını evrensel tasarıma bağlı olarak olumlu etkilemektedir).

Katılımcıların “AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.40’da verilmiştir.

**Çizelge 5.40 :** “AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel İstatistikler.

<b>Isısal Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Sıcak	10	10,0
Normal	85	85,0
Serin	4	4,0
Soğuk	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.40’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanları **AVM’nin ısısal konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %10,0 sıcak, %85,0 normal, %4,0 serin ve %1,0 soğuk şeklindedir. Katılımcılar AVM’nin ısısal (iç ortam

sıcaklığı) konforunu genel olarak 'normal' olarak değerlendirmiştir. Bu oranla, iç ortamdaki sıcaklık düzeyinin genel olarak evrensel tasarım kapsamında da her türlü kullanıcı tipine uygun olduğu söylenebilir.

Katılımcıların “AVM’nin ısısal (hava kalitesi) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.41’de verilmiştir.

**Çizelge 5.41 :** “AVM’nin ısısal (hava kalitesi) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Isısal Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Temiz	25	25,0
Normal	65	65,0
Havasız	8	8,0
Fikrim Yok	2	2,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.41’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin ısısal konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %25,0 temiz, %65,0 normal, %8,0 havasız ve %2,0 fikrim yok şeklindedir. Katılımcılar AVM'nin ısısal (hava kalitesi) konforunu genel olarak 'normal' ve 'temiz' olarak değerlendirmiştir. Bu durumda, iç ortamdaki hava kalitesinin kullanıcıları rahatsız etmediği söylenebilir.

Katılımcıların “AVM’de kullanılan havalandırmanın (ısıtma-soğutma sistemi) üfleme hızından memnun musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.42’de verilmiştir.

**Çizelge 5.42 :** “AVM’de kullanılan havalandırmanın (ısıtma-soğutma sistemi) üfleme hızından memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Havalandırma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	4	4,0
Memnun Değilim	8	8,0
Kısmen Memnunum	24	24,0
Memnunum	61	61,0
Çok Memnunum	3	3,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.42’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de kullanılan havalandırmanın üfleme hızından memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu

şekildedir; %4,0 hiç memnun değilim, %8,0 memnun değilim, %24,0 kısmen memnunum, %61,0 memnunum ve %3,0 çok memnunum şeklindedir. Çizelgeye göre; katılımcıların genel olarak AVM’de kullanılan havalandırmanın (ısıtma-soğutma sistemi) üfleme hızından 'memnun' olduğu görülmektedir (bu durum insan sağlığı açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı, hava kalitesi) konforundan memnun musunuz?” sorusu görüş be beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.43’de verilmiştir.

**Çizelge 5.43 :** “AVM’nin ısısal (iç ortam sıcaklığı, hava kalitesi) konforundan memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Isısal Konfor</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	1	1,0
Memnun Değilim	6	6,0
Kısmen Memnunum	20	20,0
Memnunum	70	70,0
Çok Memnunum	3	3,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.43’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin ısısal konforundan memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %1,0 hiç memnun değilim, %6,0 memnun değilim, %20,0 kısmen memnunum, %70,0 memnunum ve %3,0 çok memnunum şeklindedir. Çizelgeye göre; katılımcıların genel olarak AVM'nin ısısal konforundan 'memnun' olduğu görülmektedir.

Katılımcıların “AVM’de şu an hangi duyguları hissediyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.44’de verilmiştir.

**Çizelge 5.44 :** “AVM’de şu an hangi duyguları hissediyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Duygular</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Duygular</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Mutlu	34	44,7	Mutsuz	4	9,8
Neşeli	17	22,4	Neşesiz	4	9,8
Hareketli	15	19,7	Sakin	22	53,7
Canlı	21	27,6	Yorgun	23	56,1
Keyifli	54	71,1	Keyifsiz	3	7,3
<b>Toplam</b>	<b>141</b>	<b>185,5</b>	<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>136,6</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.



Çizelge 5.44’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de şu anda hangi duyguları hissediyorsunuz** sorusuna olumlu yanıtları şu şekildedir; %44,7 mutlu, %22,4 neşeli, %19,7 hareketli, %27,6 canlı ve %71,1 keyifli şeklindedir. Buna karşılık olumsuz yanıtlar ise şu şekildedir; %9,8 mutsuz, %9,8 neşesiz, %53,7 sakin, %56,1 yorgun ve %7,3 keyifsiz şeklindedir. Katılımcılar daha çok olumlu görüş bildirerek; keyifli ve yorgun olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların “AVM iç mekânın tasarımında (tavan-duvar-zemin) ve mobilyalarda kullanılan renklerden memnun musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.45’de verilmiştir.

**Çizelge 5.45 :** “AVM iç mekânın tasarımında (tavan-duvar-zemin) ve mobilyalarda kullanılan renklerden memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>İç Mekân</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	1	1,0
Memnun Değilim	1	1,0
Kısmen Memnunum	29	29,0
Memnunum	62	62,0
Çok Memnunum	7	7,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.45’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM iç mekânın tasarımında ve mobilyalarda kullanılan renklerden memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %1,0 hiç memnun değilim, %1,0 memnun değilim, %29,0 kısmen memnunum, %62,0 memnunum ve %7,0 çok memnunum şeklindedir. Katılımcıların AVM'nin iç mekân tasarımında kullanılan renklerden, genel olarak 'memnun' (kısmen memnunum+memnunum+çok memnunum) olduğu görülmektedir (bu durum mekân ve mobilya kullanımlarını hem işlev hem algı açısından, evrensel tasarım ve görsel konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir).

Katılımcıların “AVM mekân (iç-dış) tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.46’da verilmiştir.

**Çizelge 5.46 :** “AVM mekân (iç-dış) tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz?”  
Betimsel istatistikler.

<b>Mekân Tasarımı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Çekici	28	28,0
Zevkli	25	25,0
Etkileyici	14	14,0
Algılanabilir	35	35,0
Canlı/Dinamik	21	21,0
Başarılı	27	27,0
Kullanışlı/İşlevsel	45	45,0
Net/Belirgin	23	23,0
Aitlik Hissetme	11	11,0
Benimseme	15	15,0
Tekrar Gelme İsteği Uyandırması	21	21,0
Özel Hissettirmesi	5	5,0
Diğer	8	8,0
<b>Toplam</b>	<b>278</b>	<b>278,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; 2xSıradan, Yakın, Dinlenme, Çekici Değil, Nötr, Hiçbiri, Karmaşık ve Kasvetli*

Çizelge 5.46’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM mekân tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %28,0 çekici, %25,0 zevkli, %14,0 etkileyici, %35,0 algılanabilir, %21,0 canlı/dinamik, %27,0 başarılı, %45,0 kullanışlı/işlevsel, %23,0 net/belirgin, %11,0 aitlik hissetme, %15,0 benimseme, %21,0 tekrar gelme isteği uyandırması, %5,0 özel hissettirmesi ve %8,0 diğer şeklindedir. Çizelgeye göre; A AVM'nin mekân tasarımı hakkında sırasıyla en yüksek orana sahip üç özelliği şu şekildedir:

- Kullanışlı/İşlevsel
- Algılanabilir
- Çekici (bu özellikler, evrensel tasarıma ve mekân tasarımına bağlı olarak kullanıcıların görsel konforunu etkileyerek olumlu iç-dış mekân algısı oluşturmaktadır).

Katılımcıların “AVM içerisinde yönünüzü rahatlıkla bulabiliyor musunuz?” sorusu görüş beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.47’de verilmiştir.

**Çizelge 5.47** : “AVM içerisinde yönünüzü rahatlıkla bulabiliyor musunuz?”  
Betimsel istatistikler.

<b>Yön Bulma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	65	65,0
Kısmen	26	26,0
Hayır	9	9,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.47’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM içerisinde yönünüzü rahatlıkla bulabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %65,0 evet, %9,0 kısmen ve %9,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar genel olarak 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; AVM içerisinde yönünü bulabildiğini belirtmiştir (bu durum evrensel tasarım ve fiziksel konfor kapsamında, ulaşılabilirlik açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM yönlendirme tabelalarını (resimli, yazılı, sözlü, dokunsal anlatım biçimleri) yeterli buluyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.48’de verilmiştir.

**Çizelge 5.48** : “AVM yönlendirme tabelalarını (resimli, yazılı, sözlü, dokunsal anlatım biçimleri) yeterli buluyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Yönlendirme</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	47	47,0
Kısmen	29	29,0
Hayır	20	20,0
Fikrim Yok	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.48’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM yönlendirme tabelalarını yeterli buluyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %47,0 evet, %29,0 kısmen, %20,0 hayır ve %4,0 fikrim yok şeklindedir. Fikir belirten katılımcıların AVM yönlendirme tabelalarını genel olarak; 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere yeterli bulduğu ve %20,0'lik bir orana sahip katılımcıların ise yeterli bulmadığı görülmektedir (bu durum evrensel tasarım ve fiziksel konfor kapsamında, bütün kullanıcılar için sirkülasyonun rahat akışı ve alanların algılanabilirliği açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM’nin çekici alanları hangileridir?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.49’da verilmiştir.

**Çizelge 5.49 :** “AVM’nin çekici alanları hangileridir?” Betimsel istatistikler.

<b>Çekici Alanlar</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Dinlenme Alanları	38	38,0
Vitrinler	43	43,0
Atriyumları	10	10,0
Meydanları	32	32,0
Görsel Elemanlar	30	30,0
Peyzaj Ögeleri-Kent Mobilyaları	18	18,0
Sirkülasyon Alanları	25	25,0
Diğer	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>200,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; İsmi Yeter, Açık Alanlardaki Mekânları, Yemek*

Çizelge 5.49’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin çekici alanları hangileridir** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %38,0 dinlenme alanları, %43,0 vitrinler, %10,0 atriyumları, %32,0 meydanları, %30,0 görsel elemanlar, %18,0 peyzaj öğeleri ve kent mobilyaları, %25,0 sirkülasyon alanları ve %4,0 diğer şeklindedir. Çizelgeye göre; A AVM'nin çekici alanları hakkında sırasıyla en yüksek orana sahip üç özellik şu şekildedir:

- Vitrinler
- Dinlenme Alanları
- Meydanları

Katılımcıların “AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.50’de verilmiştir.

**Çizelge 5.50 :** “AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Aydınlatma Düzeyi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Yeterli	80	80,0
Yetersiz	5	5,0
Rahatsız Edici	2	2,0
Fikrim Yok	13	13,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.50’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir;

%80,0 yeterli, %5,0 yetersiz, %2,0 rahatsız edici ve %13,0 fikrim yok şeklindedir. Çizelgeye göre; fikir belirten katılımcılar genel olarak, AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini 'yeterli' bulmuştur.

Katılımcıların “AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.51’de verilmiştir.

**Çizelge 5.51’de :** “AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Genel Aydınlatma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Yüksek	8	8,0
Uygun	59	59,0
Düşük	3	3,0
Fikrim Yok	30	30,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.51’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %8,0 yüksek, %59,0 uygun, %3,0 düşük ve %30,0 fikrim yok şeklindedir. AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyiyle alakalı olan bu soruda, 'uygun' seçeneği en yüksek orana sahip iken; %30,0'luk orana sahip katılımcıların da fikir belirmediği görülmektedir.

Katılımcıların “AVM ortamındaki ışığın rengini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.52’de verilmiştir.

**Çizelge 5.52 :** “AVM ortamındaki ışığın rengini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Işık Rengi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Uygun	30	30,0
Normal	61	61,0
Rahatsız Edici	5	5,0
Fikrim Yok	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.52’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM ortamındaki ışığın rengini nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %30,0 uygun, %61,0 normal, %5,0 rahatsız edici ve %4,0 fikrim yok şeklindedir. Fikir belirten

katılımcılar, AVM ortamındaki ışığın rengini genel olarak; 'normal' ve 'uygun' olarak değerlendirmiştir.

Katılımcıların “AVM’de hangi aydınlatma türünü tercih edersiniz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.53’de verilmiştir.

**Çizelge 5.53 :** “AVM’de hangi aydınlatma türünü tercih edersiniz?” Betimsel istatistikler.

<b>Aydınlatma Türü</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Doğal	41	41,0
Yapay	5	5,0
Doğal+Yapay	53	53,0
Fikrim Yok	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.53’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de hangi aydınlatma türünü tercih edersiniz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %41,0 doğal, %5,0 yapay, %53,0 Doğal+yapay ve %1,0 fikrim yok şeklindedir. Katılımcıların genel olarak AVM’de; 'doğal+yapay' ve 'yapay' aydınlatma türünü tercih ettiği görülmektedir.

Katılımcıların “AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde parlamaya neden oluyor mu?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.54’de verilmiştir.

**Çizelge 5.54 :** “AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde parlamaya neden oluyor mu?” Betimsel istatistikler.

<b>Aydınlatma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	12	12,0
Kısmen	18	18,0
Hayır	64	64,0
Fikrim Yok	6	6,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.54’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde parlamaya neden oluyor mu** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %12,0 evet, %18,0 kısmen %64,0 hayır ve %6,0 fikrim yok şeklindedir. Fikir belirten katılımcılar, %64,0’lık oranla AVM’deki aydınlatmanın gözde parlamaya neden olmadığını belirtirken; toplamda %30,0’luk (kısmen ve evet olmak



üzere) orana sahip katılımcılar, aydınlatmanın gözde parlamaya neden olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde kamaşmaya neden oluyor mu?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.55’de verilmiştir.

**Çizelge 5.55 :** “AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde kamaşmaya neden oluyor mu?” Betimsel istatistikler.

<b>Aydınlatma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	10	10,0
Kısmen	20	20,0
Hayır	66	66,0
Fikrim Yok	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.55’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de kullanılan aydınlatma gözünüzde kamaşmaya neden oluyor mu** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %10,0 evet, %20,0 kısmen, %66,0 hayır ve %4,0 fikrim yok şeklindedir. Fikir belirten katılımcılar, %66,0’lık oranla AVM’deki aydınlatmanın gözde kamaşmaya neden olmadığını belirtirken; toplamda %30,0’luk (kısmen ve evet olmak üzere) orana sahip katılımcılar, aydınlatmanın gözde kamaşmaya neden olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM ortamında genel aydınlatma (düzeyi, rengi, türü) kullanımından memnun musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.56’da verilmiştir.

**Çizelge 5.56 :** “AVM ortamında genel aydınlatma (düzeyi, rengi, türü) kullanımından memnun musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Genel Aydınlatma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hiç Memnun Değilim	3	3,0
Memnun Değilim	3	3,0
Kısmen Memnunum	31	31,0
Memnunum	62	62,0
Çok Memnunum	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.56'da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM ortamında genel aydınlatma kullanımından memnun musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %3,0 hiç memnun değilim, %3,0 memnun değilim, %31,0 kısmen memnunum, %62,0 memnunum ve %1,0 çok memnunum şeklindedir. Katılımcıların AVM ortamında genel aydınlatma kullanımından genel olarak 'memnun' ve 'kısmen memnun' olduğu görülmektedir (bu durum evrensel tasarım ve görsel konfor kapsamında, özellikle kısmi görme engelliler açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM’de kullanılan aydınlatma sizde ne tür duygular uyandırmaktadır?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.57’de verilmiştir.

**Çizelge 5.57 : “AVM’de kullanılan aydınlatma sizde ne tür duygular uyandırmaktadır?” Betimsel istatistikler.**

<b>Duygular</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Duygular</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Mutluluk	18	24,0	Mutsuzluk	3	8,3
Neşeli	13	17,3	Neşesiz	7	19,4
Hareketlilik	23	30,7	Sakinlik	22	61,1
Canlılık	38	50,7	Durgunluk	10	27,8
Keyifli	40	53,3	Keyifsizlik	9	25,0
<b>Toplam</b>	<b>132</b>	<b>176,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>51</b>	<b>141,7</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 5.57’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de kullanılan aydınlatma sizde ne tür duygular uyandırmaktadır** sorusuna olumlu yanıtları şu şekildedir; %24,0 mutluluk, %17,3 neşeli, %30,7 hareketlilik, %50,7 canlılık ve %53,3 keyifli şeklindedir.

Buna karşılık olumsuz yanıtlar ise şu şekildedir; %8,3 mutsuzluk, %19,4 neşesiz, %61,1 sakinlik, %27,8 durgunluk ve %25,0 keyifsizlik şeklindedir. Çizelgeye göre; AVM’de kullanılan aydınlatmanın katılımcılarda uyandırdığı en yüksek orana sahip olumlu ve olumsuz üçer özellik sırasıyla şu şekildedir:

Olumlu;

- Keyifli
- Canlılık
- Hareketlilik (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir.)

Olumsuz;

- Sakinlik
- Durgunluk
- Keyifsizlik (bu özellikler mekân kalitesini, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumsuz etkilemektedir.)

Genel olarak, olumlu özellikler daha yüksek orana sahip olmakla beraber, AVM'deki aydınlatmanın katılımcılarda; keyifli, canlı ve sıradan duygular uyandırdığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların “AVM’de kullanılan aydınlatmayı nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.58’de verilmiştir.

**Çizelge 5.58 :** “AVM’de kullanılan aydınlatmayı nasıl değerlendiriyorsunuz?”  
Betimsel istatistikler.

<b>Aydınlatma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Algılayıcı	25	25,0
İşlevsel	42	42,0
Sınırlayıcı	12	12,0
Belirleyici	21	21,0
Yönlendirici	16	16,0
Vurgulayıcı	16	16,0
Tanımlayıcı	10	10,0
Verimli	39	39,0
Diğer	5	5,0
<b>Toplam</b>	<b>186</b>	<b>186,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; Abartılı, 2xCevap Yok, Parlatici, Dikkat Etmiyorum*

Çizelge 5.58’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de kullanılan aydınlatmayı nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %25,0 algılayıcı, %42,0 işlevsel, %12,0 sınırlayıcı, %21,0 belirleyici, %16,0 yönlendirici, %16,0 vurgulayıcı, %10,0 tanımlayıcı, %39,0 verimli ve %5,0 diğer şeklindedir. Genel olarak; AVM'deki aydınlatma işlevsel, verimli ve belirleyici (bu özellikler mekân kullanımını, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir) olarak değerlendirilmiştir.

#### 5.5.1.4 Evrensel tasarım bilinci ölçeğinin betimsel istatistikleri

Katılımcıların “Herhangi bir bedensel engeliniz var mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.59’da verilmiştir.

**Çizelge 5.59 :** “Herhangi bir bedensel engeliniz var mı?” Betimsel istatistikler.

<b>Bedensel Engel</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	1	1,0
Hayır	99	99,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.59’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **Herhangi bir bedensel engeliniz var mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %1,0 evet, %99,0 hayır şeklindedir.

Tesadüfi/rastgele seçilen katılımcılardan herhangi bir bedensel engele sahip sadece bir kullanıcı olduğu ve bunun üzerinden genel bir sonuca varılamadığı için, anketin evrensel tasarım bilinci ile ilgili veri analizlerinin eklenmemesi uygun görülmüştür. Bu durum; herhangi bir bedensel engele sahip kullanıcıların AVM'deki sosyal hayata katılım oranının oldukça az olduğunun göstergesidir.

Katılımcıların “AVM’de istediğiniz mağazaya rahat ulaşabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.60’da verilmiştir.

**Çizelge 5.60 :** “AVM’de istediğiniz mağazaya rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Mağaza Ulaşımı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	79	79,0
Kısmen	16	16,0
Hayır	5	5,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.60’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de istediğiniz mağazaya rahat ulaşabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %79,0 evet, %16,0 kısmen ve %5,0 hayır şeklindedir. Fikir belirten katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM’de istedikleri mağazaya rahat ulaşabildiğini belirtmiştir (mekânların kullanımını en etkileyen en önemli ölçüt ulaşılabilir olmalarıdır).

Katılımcıların “AVM’de danışmaya kolay ulaşabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.61’de verilmiştir.

**Çizelge 5.61 :** “AVM’de danışmaya kolay ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Danışma</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	67	67,0
Kısmen	19	19,0
Hayır	6	6,0
Fikrim Yok	8	8,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.61’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de danışmaya kolay ulaşabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %67,0 evet, %19,0 kısmen ve %8,0 hayır şeklindedir. Fikir belirten katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM’de danışmaya kolay ulaşabildiğini belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.62’de verilmiştir.

**Çizelge 5.62 :** “AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Asansörler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	57	57,0
Kısmen	38	38,0
Hayır	5	5,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.62’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %57,0 evet, %38,0 kısmen ve %5,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabildiğini belirtmiştir (bu durum katlar arası ulaşımı, evrensel tasarım ve konfora bağlı olarak olumlu etkilemektedir).

Katılımcıların “AVM’nin herkesin (genç, yaşlı, çocuk, engelli, hamile gibi) kullanımına uygun olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.63’de verilmiştir.

**Çizelge 5.63** : “AVM’nin herkesin (genç, yaşlı, çocuk, engelli, hamile gibi) kullanımına uygun olduğunu düşünüyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Kullanım</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	60	60,0
Kısmen	39	39,0
Hayır	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.63’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin herkesin kullanımına uygun olduğunu düşünüyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %60,0 evet, %39,0 kısmen ve %1,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; AVM'nin genel olarak herkesin (evrensel tasarım) kullanımına uygun olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’nin plan tipini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.64’de verilmiştir.

**Çizelge 5.64** : “AVM’nin plan tipini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel İstatistikler

<b>Plan Tipi</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Rahat Kullanıma Sahip	84	84,0
Karmaşık, Yanıltıcı	16	16,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.64’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin plan tipini nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %84,0 rahat kullanıma sahip, %16,0 karmaşık, yanıltıcı şeklindedir. Çizelgede görüldüğü gibi; katılımcılar genel olarak AVM'nin rahat kullanıma sahip plan tipine sahip olduğunu belirtmiştir (plan tipi evrensel tasarıma bağlı olarak, erişilebilirlik açısından fiziksel konforu etkilemektedir).

Katılımcıların “Otoparktan AVM’ye rahat ulaşabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.65’de verilmiştir.



**Çizelge 5.65 :** “Otoparktan AVM’ye rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Ulaşım</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	79	79,0
Kısmen	21	21,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.65’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **otoparktan AVM’ye rahat ulaşabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %79,0 evet, %21,0 kısmen şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak otoparktan AVM' ye rahat ulaşabildiğini belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’nin oturma ve bekleme birimleri konforlu mu?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.66’da verilmiştir.

**Çizelge 5.66 :** “AVM’nin oturma ve bekleme birimleri konforlu mu?” Betimsel istatistikler.

<b>Bekleme Birimleri</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	57	57,0
Kısmen	39	39,0
Hayır	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Çünkü; AVM içinde bekleme ve dinlenme birimleri sayı olarak yetersiz, giriş katta yer alanların dışında konforlu, çok sert, daha güzel yerler var.*

Çizelge 5.66’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin oturma ve bekleme birimleri konforlu mu** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %57,0 evet, %39,0 kısmen ve %4,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM’nin oturma ve bekleme birimlerinin konforlu olduğunu belirtmiştir. (oturma ve bekleme birimlerinin evrensel tasarım açısından dayanıklı olması önemlidir).

Katılımcıların “AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.67’de verilmiştir.

**Çizelge 5.67 :** “AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?”  
Betimsel istatistikler.

<b>Yürüyen Merdivenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	96	96,0
Kısmen	4	4,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.67’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %96,0 evet, %4,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar genel olarak, AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabildiğini belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağı aynı hızda gidiyor mu?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.68’de verilmiştir.

**Çizelge 5.68 :** “AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağı aynı hızda gidiyor mu?” Betimsel istatistikler.

<b>Yürüyen Merdivenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	79	79,0
Kısmen	20	20,0
Hayır	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.68’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağı aynı hızda gidiyor mu** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %79,0 evet, %20,0 kısmen ve %1,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağının aynı hızda ilerlediğini belirtmiştir (bu durum evrensel tasarım kapsamında, güvenlik açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM’de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.69’da verilmiştir.

**Çizelge 5.69 :** “AVM’de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Yürüyen Merdivenler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	90	90,0
Kısmen	9	9,0
Hayır	1	1,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.69’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %90,0 evet, %9,0 kısmen ve %1,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak AVM’de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabildiğini belirtmiştir (bu durum evrensel tasarım ve konfor kapsamında, algılanabilirlik ve okunabilirlik açısından önemlidir).

Katılımcıların “AVM’nin ibadet alanlarını hiç kullandınız mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.70’de verilmiştir.

**Çizelge 5.70 :** “AVM’nin ibadet alanlarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.

<b>İbadet Alanları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	40	40,0
Hayır	60	60,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.70’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin ibadet alanlarını hiç kullandınız mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %40,0 evet, %60,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar, genel olarak AVM'nin ibadet alanlarını hiç kullanmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’nin ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.71’de verilmiştir.

**Çizelge 5.71 :** “AVM’nin ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?”  
Betimsel istatistikler.

<b>İbadet Alanları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	25	62,5
Kısmen	11	27,5
Hayır	4	10,0
<b>Toplam</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>

*Çünkü; Çok uzak, yerin yedi kat altında, AVM'nin dışında kalıyorx2*

Çizelge 5.71’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve ibadet alanlarını kullananların **AVM’nin ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %62,5 evet, %27,5 kısmen ve %10,0 hayır şeklindedir. AVM’nin ibadet alanlarını kullanan katılımcılar, 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabildiğini belirtmiştir. Rahat kullanamayan katılımcılar ise sebep olarak; ibadet alanlarının AVM dışında kaldığını ve çok uzak olduğunu belirtmiştir (bu durum evrensel tasarım ve konfor kapsamında, ulaşılabilirliği olumsuz etkilemektedir).

Katılımcıların “AVM’nin sinema katını hiç kullandınız mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.72’de verilmiştir.

**Çizelge 5.72 :** “AVM’nin sinema katını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.

<b>Sinema Katı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	72	72,0
Hayır	28	28,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.72’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM’nin sinema katını hiç kullandınız mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %72,0 evet, %28,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar, genel olarak AVM'nin sinema katını kullandığını belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM sinema katını (sinema salonlarını, dolaşım alanlarını, bilet satış noktalarını vb.) rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.73’de verilmiştir.

**Çizelge 5.73 :** “AVM sinema katını (sinema salonlarını, dolaşım alanlarını, bilet satış noktalarını vb.) rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Sinema Katı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	63	87,5
Kısmen	9	12,5
<b>Toplam</b>	<b>72</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.73’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve AVM’nin sinema katını kullananların **AVM sinema katını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %87,5 evet, %12,5 kısmen şeklindedir. AVM’nin sinema katını kullanan katılımcılar, 'evet' ve 'kısmen' olmak üzere; genel olarak sinema katını rahatlıkla kullanabildiğini belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM’nin yeme-içme alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.74’de verilmiştir.

**Çizelge 5.74 :** “AVM’nin yeme-içme alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Yeme-İçme Alanları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Masa düzenleri hatalı	18	18,0
Masa sayıları yetersiz	29	29,0
Masa boyutları uygun değil	12	12,0
Masa-sandalyeler korunaklı değil	9	9,0
Kalabalık aileler için uygun değil	24	24,0
Zemin döşemesi hijyenik malzeme değil	5	5,0
Zemin döşemesi uygun değil	3	3,0
Satış-servis tezgahlarına erişim zor	7	7,0
Diğer	40	40,0
<b>Toplam</b>	<b>147</b>	<b>147,0</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; Konforsuz, olumsuz bir görüşüm yok, her şey gayet iyi, 13xyeterli, 13xgüzel, masa kalitesi düşük, masa sandalyeler kalitesiz plastik, az çeşit yemek var, uygun, gayet rahat, tatlı, güzel, düzenli, uygun, bazı bölümlere güneş ışığı çok vuruyor, gayet güzel.*

Çizelge 5.74’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM'nin yeme-içme alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %18,0 masa düzenleri hatalı, %29,0 masa sayıları yetersiz, %12,0 masa boyutları uygun değil, %9,0 masa-sandalyeler korunaklı değil, %24,0 kalabalık aileler için uygun değil,

%5,0 zemin döşemesi hijyenik malzeme değil, %3,0 zemin döşemesi uygun değil, %7,0 satış-servis tezgahlarına erişim zor ve %40,0 diğer şeklindedir.

Katılımcıların çoğu %40,0'lık bir oranla 'diğer' seçeneğini işaretleyerek yeme-içme alanlarıyla ilgili genel olarak olumlu düşünceler belirtmiştir (çizelge altında yer almaktadır). Ardından katılımcılar, bu alanlarda genel olarak 'masa sayılarının yetersiz olduğu' ve 'kalabalık aileler için uygun olmadığını' belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM'nin bebek bakım odalarını hiç kullandınız mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.75'de verilmiştir.

**Çizelge 5.75 :** “AVM'nin bebek bakım odalarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.

<b>Bebek Bakım Odaları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	12	12,0
Hayır	88	88,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.75'de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM'nin bebek bakım odalarını hiç kullandınız mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %12,0 evet, %88,0 hayır şeklindedir. Katılımcılar, genel olarak AVM'nin bebek bakım odalarını hiç kullanmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM'nin bebek bakım odalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.76'da verilmiştir.

**Çizelge 5.76 :** “AVM'nin bebek bakım odalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Bebek Bakım Odaları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kapılar rahat kullanıma uygun değil	7	58,3
Oda rahat kullanıma uygun değil	5	41,7
Yeterli ekipmanlara sahip değil	9	75,0
Hijyenik değil	5	41,7
Zemin döşemesi uygun değil	2	16,7
Diğer	1	8,3
<b>Toplam</b>	<b>29</b>	<b>241,7</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; Küçük*

Çizelge 5.76'da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve bebek bakım odalarını kullananların **AVM'nin bebek bakım odalarını nasıl değerlendiriyorsunuz**



sorusuna yanıtları şu şekildedir; %58,3 kapılar rahat kullanıma uygun değil, %41,7 oda rahat kullanıma uygun değil, %75,0 yeterli ekipmanlara sahip değil, %41,7 hijyenik değil, %16,7 zemin döşemesi uygun değil ve %8,3 diğer şeklidir. AVM'nin bebek bakım odalarını kullanan katılımcıların oranı düşük olup; katılımcılar, bu alanların genel olarak 'yeterli ekipmanlara sahip olmadığını' ve 'kapıların rahat kullanıma uygun olmadığını' belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullandınız mı?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.77’de verilmiştir.

**Çizelge 5.77 :** “AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullandınız mı?” Betimsel istatistikler.

<b>Çocuk Oyun Alanları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	13	13,0
Hayır	87	87,0
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 5.77’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların **AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullandınız mı** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %13,0 evet, %87,0 hayır şeklidir. Katılımcılar, genel olarak AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullanmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların “AVM'nin çocuk oyun alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu görüş ve beklentilerine ilişkin betimsel istatistikler Çizelge 5.78’de verilmiştir.

**Çizelge 5.78 :** “AVM'nin çocuk oyun alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?” Betimsel istatistikler.

<b>Çocuk Oyun Alanları</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Rahat kullanıma uygun değil	5	38,5
Yeterli ekipmanlara sahip değil	8	61,5
Oyun-oturma alanları emniyetli değil	3	23,1
Zemin döşemesi darbeye dayanıklı değil	1	7,7
Diğer	1	7,7
<b>Toplam</b>	<b>18</b>	<b>138,5</b>

\*Birden fazla seçenek işaretlenmesi istenmiştir.

*Diğer; Memnunum*

Çizelge 5.78’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve AVM çocuk oyun alanlarını kullananların **AVM'nin çocuk oyun alanlarını nasıl**

**değerlendiriyorsunuz** sorusuna yanıtları şu şekildedir; %38,5 rahat kullanıma uygun değil, %61,5 yeterli ekipmanlara sahip değil, %23,1 oyun-oturma alanları emniyetli değil, %7,7 zemin döşemesi darbeye dayanıklı değil ve %7,7 diğer şekildedir.

AVM'nin çocuk oyun alanlarını kullanan katılımcıların oranı düşük olup; katılımcılar, bu alanların genel olarak 'yeterli ekipmanlara sahip olmadığını' ve 'rahat kullanıma uygun olmadığını' belirtmiştir.

## **5.5.2 Geçerlik ve güvenilirlik analizleri**

### **5.5.2.1 Faktör analizi**

Fiziksel Konfor Bilinci (FKB) ölçeğinin geçerliliğini sınamak ve faktör yapısını belirlemek üzere faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizinde, faktörler ilk kez çıkarıldığı zaman, çoğu değişken en fazla yüke sahip en önemli faktörlerde toplandığı için, belirgin olmazlar ve bu nedenle de anlamlandırıp yorumlamaları güçtür. Bu durumda, faktörlerin daha belirgin durumda ortaya çıkabilmeleri, faktörlerin yorumlanmasına açıklık sağlamak için döndürme işlemi uygulanmıştır. Döndürme işlemi sonunda faktörler, kendileri ile yüksek ilişki veren maddeleri bulurlar ve bunun bir sonucu olarak da faktörlerin yorumlanması daha kolaylaşır. Araştırmada amacımız değişken sayısını azaltarak en az değişken ile en fazla bilgiyi toplayacak bir ölçme aracı geliştirmek olduğu için, dik döndürme yaklaşımlarından biri olan ve aynı zamanda faktörleri daha belirgin biçimde ayıran “Varimax” yöntemi tercih edilmiştir.

Faktör analizi yapabilmek için, değişkenler arası ilişkinin olması gereken derecelerine ilişkin bir ölçüt veren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi ile Korelasyon Matrisindeki ilişkilerin anlamlı bir düzeyde olup olmadığını gösteren Bartlett Küresellik testi kullanılmıştır. Bartlett Testi, değişkenler arası ilişkilerin olduğu gerçek korelasyon matrisi ile birim matris arasında anlamlı fark olup olmadığını sınar. Bu testin p değerinin 0,05'in altında olması değişkenler arası ilişkilerin olduğu matrisin, ilişkilerin olmadığı birim matristen farklı olduğunu gösterir. KMO Bartlett Testi aralıkları Çizelge 5.79'da verilmiştir.

**Çizelge 5.79 : KMO ve Bartlett Testi aralıkları.**

<b>Ölçüt</b>	<b>Açıklama</b>
$1 \leq KMO \leq 0,70$	İyi
$0,70 < KMO \leq 0,50$	Yeterli
$0,50 < KMO$	Kötü

KMO Testi, örneklem yeterliliğini gösterir (Buradaki yeterlilik sayısı değil ilişkiler anlamındadır).

Örneklem yeterliliğini değerlendirmek üzere yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sonuçları Çizelge 5.80’de verilmiştir.

**Çizelge 5.80 : KMO Bartlett Testi istatistikleri.**

<b>KMO Bartlett Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling		,612
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	340,904
	df	66
	Sig.	,000

KMO istatistiğinin 0,612 olduğu ve bu istatistiğin 0,50’den büyük çıkması ise veriler için örneklem sayısının yeterli olduğunun bir göstergesidir. Dolayısıyla verilerin faktör analizine uygun olduğu gözlemlenmiştir (Sig<0,05).

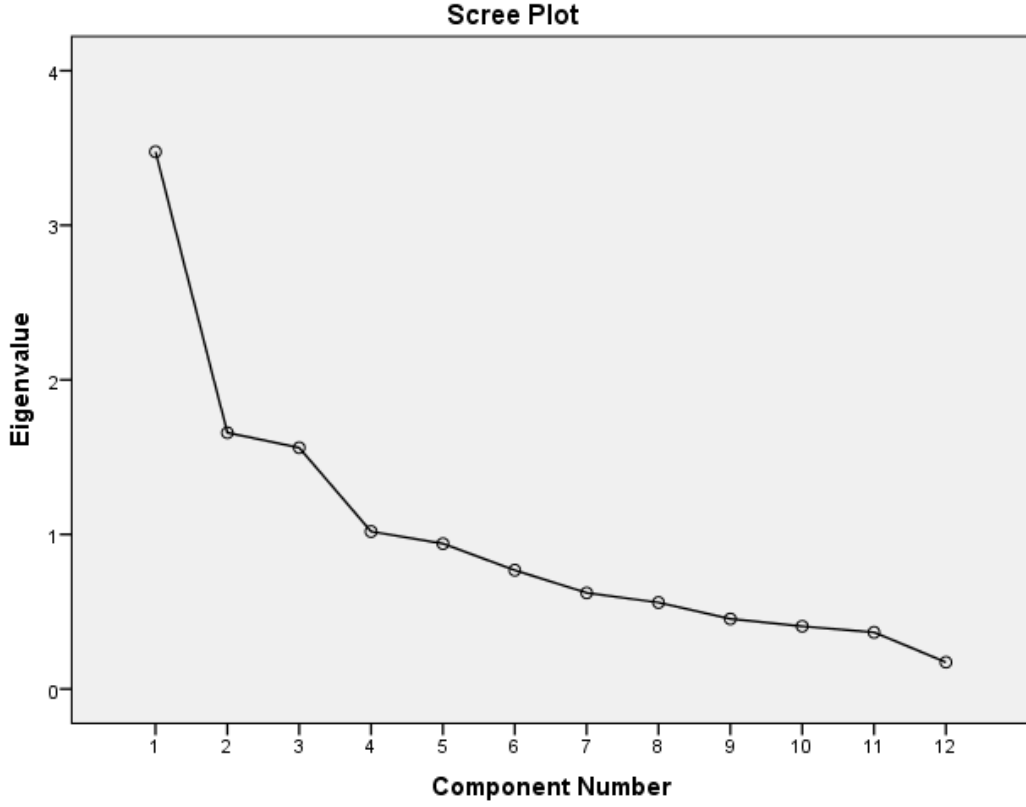
Bu çalışmada faktör analizine 100 katılımcıdan elde edilen veriler dahil edilmiştir. Bu verilerin faktör analizi yapmaya yeterli olup olmadığı KMO Bartlett testi ile sınanmıştır. Buna göre; KMO sayısı 0,612 olarak bulunmuştur. Bilindiği üzere; (Özdamar, 1999) KMO Bartlett sayısının 0,612 olması örneklem sayısının yeterli olduğunu göstermektedir.

Bir faktörle ilişkili değişkenlerin faktör yüklerinin karelerinin toplamı o faktöre ilişkin özdeğer (eigenvalue) olarak adlandırılır. Aşağıdaki Çizelge 5.81’de başlangıçtaki ve döndürme sonrasındaki özdeğerleri bunların varyans oranlarını göstermektedir.

**Çizelge 5.81 : Fiziksel Konfor Bilinci Varyans Açıklama Oranları.**

<b>Total Variance Explained (Toplam Açıklanan Varyans)</b>						
Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,475	28,962	28,962	2,418	20,153	20,153
2	1,658	13,813	42,775	1,898	15,814	35,968
3	1,561	13,008	55,784	1,777	14,808	50,775
4	1,018	8,487	64,271	1,619	13,496	64,271
5	,940	7,834	72,105			
6	,768	6,402	78,507			
7	,622	5,180	83,687			
8	,559	4,660	88,687			
9	,453	3,778	92,125			
10	,406	3,380	95,505			
11	,367	3,055	98,561			
12	,173	1,439	100,000			

Her değişkenin özdeğerleri ve açıkladıkları varyans oranları, açıklanan birikimli (kümülatif) varyans listeleri yukarıdaki çizelgede (Initial Eigenvalues altındaki Cumulative % sütununda) yer almaktadır. Başlangıçta değişken sayısı kadar faktör vardır. Faktör analizi sonrası faktör sayısı 4 olmuş ve yine faktör analizi sonrası 1'inci faktörün ölçtüğümüz fiziksel konfor bilincine katkısı %20,153; 2'nci faktörün %15,814; 3'üncü faktörün 14,808; 4'üncü faktörün %13,496 oranında ölçtüğü görülmektedir. Ayrıca 4 faktör ve 12 sorudan oluşan bu ölçek tüketicilerin Fiziksel Konfor Bilincini %64,271 oranında ölçmektedir. %64,271 oranında bilgi bizim için yeterli olup ankete yeni sorular ve faktörler eklenmesine ihtiyaç duyulmamıştır.



**Şekil 5.47 : ScreePlot Grafiği.**

Analizde önemli faktör sayısı, öz değer ölçütüne göre 4 olarak tanımlanmıştır. Bu durum, özdeğerlere göre çizilen çizgi grafiğinde de açıkça görülmektedir. Grafikte, birinci faktörden sonra yüksek ivmeli bir düşüş gözlemlenmektedir. Bu durum, ölçeğin genel bir faktöre sahip olabileceğini göstermektedir. Öte yandan, grafikte ikinci faktörden dördüncü faktöre kadar daha az olmakla birlikte ivmeli bir düşüş gözlenmekte olup, buna göre ölçeğin 4 faktörlü olabileceği düşünülebilir. Beşinci ve sonraki faktörlerde grafiğin genel gidişi yatay olup, önemli bir düşüş eğilimi gözlenmemektedir. Yani beşinci ve sonraki faktörlerin varyansa olan katkıları birbirine yakındır.

**Çizelge 5.82 : Döndürülmüş Bileşenler Matrisi.**

	Rotated Component Matrix			
	Component			
	1	2	3	4
13.5. Yön Bulma	,759			
13.6. İç Mekân Tasarımı	,752			
13.7. Peyzaj Öğeleri-Kent Mobilyaları	,698			
13.4. Algılanabilir Plan Tipi	,649			
13.3. Doğal+Yapay Aydınlatma		,826		
13.2. Yapay Aydınlatma		,817		
13.1. Doğal Aydınlatma		,569		
13.9. Gürültü-Ses Etkisi			,818	
13.8. AVM'de Kullanılan Müzik Türleri			,705	
13.10. İklimlendirme-Havalandırma			,646	
13.11. Ortamdaki Koku				,787
13.12. Sirkülasyon (Yatay-Düşey Dolaşım)				,653

Çizelge 5.82’de görülen Döndürülmüş Bileşenler Matrisi ile her bir değişkenin hangi faktör altında en yüksek değere sahip olduğu görülmektedir. Daha sonra bu değişkenler gruplandırılarak grup yapısı oluşturulur. Çizelgedeki her bir değişkenin bileşenler altındaki değerleri incelendiğinde; hangi değişkenin hangi faktör altında en yüksek yükleme değerine sahip olduğu değişken sayıları ve değişken numaraları Çizelge 5.83’de verilmiştir.

**Çizelge 5.83 : Fiziksel Konfor Bilinci değişken sayıları ve değişken numaraları.**

Boyutlar	Değişken Sayısı	Değişken Numarası
1. İç Mekân Algısı	4	4, 5, 6, 7
2. Aydınlatma Çeşitleri	3	1, 2, 3
3. Gürültü-Ses ve Havalandırma	3	8, 9, 10
4. Koku ve Sirkülasyon	2	11, 12
<b>Toplam</b>	<b>12</b>	

Buna göre; Fiziksel Konfor Bilinci oluşumunda 4 boyuttan bahsedilebilir. Bunlar;

1. İç Mekân Algısı (algılanabilir plan tipi, yön bulma, iç mekân tasarımı, peyzaj öğeleri-kent mobilyaları),

2. Aydınlatma Çeşitleri (doğal aydınlatma, yapay aydınlatma, doğal+yapay aydınlatma),



3. Gürültü-Ses ve Havalandırma (AVM'de kullanılan müzik türleri, gürültü-ses etkisi, iklimlendirme-havalandırma),

4. Koku ve Sirkülasyondur (Ortamdaki koku, sirkülasyon).

### 5.5.2.2 Güvenilirlik analizi

Ölçeklerin güvenilirliğine Cronbach Alpha katsayısı ile bakılmıştır. Güvenilirlik katsayısı 0 ile +1 arasında değişiklik gösterir. Güvenilirlik katsayısının +1'e yakın değer alması güvenilirliğin yüksek olduğu, maddeler arası tutarlılığın yüksek olduğu anlamına gelir. Güvenilirlik katsayılarına karşılık gelen açıklamalar Çizelge 5.84'de verilmiştir.

**Çizelge 5.84 :** Güvenilirlik katsayısı aralıkları.

Ölçüt	Açıklama
$1 < \alpha \leq 0,90$	Yüksek Derece Güvenilir
$0,90 < \alpha \leq 0,60$	Oldukça Güvenilir
$0,60 < \alpha \leq 0,40$	Düşük Derecede Güvenilir
$0,40 < \alpha \leq 0,00$	Güvenilir Değil

Fiziksel Konfor Bilinci ölçeği için güvenilirlik analizi hesaplanmıştır. Analiz araştırmaya katılan 100 kişi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çizelge 5.85'de Fiziksel Konfor Bilinci ölçeğinin Cronbach Alpha değeri verilmiştir.

**Çizelge 5.85 :** Fiziksel Konfor Bilinci güvenilirlik analizi sonuçları.

ReliabilityStatistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,758	12

Çizelge 5.85'de görüldüğü gibi ReliabilityStatistics tablosundan faktörün güvenilirliğinin  $\alpha = 0,758$  oldukça güvenilir bir değer olduğu görülmektedir.

### 5.5.3 Demografik özellikler ve fiziksel konfor bilinci arasındaki ilişkiler

Bu bölümde, katılımcı grupların demografik özellikleri ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkilerin analizlerinden elde edilen bulgular ele alınmıştır. Katılımcı grup gözlem sayılarının az olması nedeniyle demografik özellikler ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkiler hesaplanırken parametrik olmayan testler kullanılmıştır.

### 5.5.3.1 Yaş ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler

Katılımcı grubun yaşlarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında bir ilişki olup olmadığı Kruskal-Wallis Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5.86'da verilmiştir.

Kruskal Wallis Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

$H_0$ (nül hipotez): Katılımcıların yaşları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Katılımcıların yaşları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Çizelge 5.86** : Yaş ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkilerin Kruskal Wallis Testi sonuçları.

	Yaş	N	Sıra Ortalaması	Serbestlik Derecesi	X <sup>2</sup>	p	Anlamlılık
Fiziksel Konfor	18 Yaş Altı	12	50,21	5	1,740	,884	<b>Anlamlı Değil</b>
	18-25 Yaş	32	52,66				
	26-35 Yaş	22	55,05				
	36-45 Yaş	21	44,74				
	46-55 Yaş	9	47,33				
	55 Yaş Üzeri	4	46,50				
	<b>Toplam</b>	<b>100</b>					

\*Kruskal Wallis Testi

Katılımcıların yaşlarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Kruskal Wallis Testi'nin sonucuna göre; Fiziksel Konfor Bilinci ile katılımcıların yaşları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların FKB, yaşlarına bağlı olarak farklılaşmamaktadır.

### 5.5.3.2 Medeni durum ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler

Katılımcı grubun medeni durumlarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında bir ilişki olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5.87'de verilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir;

H<sub>0</sub>: Katılımcıların medeni durumları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların medeni durumları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Çizelge 5.87** : Medeni Durum ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Mann-Whitney U Testi sonuçları.

	<b>Medeni Durum</b>	<b>N</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>Sıra Toplamı</b>	<b>U</b>	<b>p</b>	<b>Anlamlılık</b>
Fiziksel Konfor	Bekar	59	51,21	3021,50	1167,500	,768	<b>Anlamlı Değil</b>
	Evli	41	49,48	2028,50			
	<b>Toplam</b>	<b>100</b>					

\*Mann Whitney U Testi

59 bekar ve 41 evli katılımcıdan oluşan 100 kişilik bir grupta, bekar katılımcılar ile evli katılımcıların Fiziksel Konfor Bilinci arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Mann Whitney U Testi'nin sonucuna göre; Fiziksel Konfor Bilinci ile bekar ve evli gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların FKB, medeni durumlarına bağlı olarak farklılaşmamaktadır.

### 5.5.3.3 Cinsiyet ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler

Katılımcı grubun cinsiyetlerine göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında bir ilişki olup olmadığı Mann-Whitney U Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5.88'de verilmiştir.

Mann Whitney U Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir;

H<sub>0</sub>: Katılımcıların cinsiyetleri ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>: Katılımcıların cinsiyetleri ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Çizelge 5.88 :** Cinsiyet ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Mann-Whitney U Testi sonuçları.

	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p	Anlamlılık
Fiziksel Konfor	Kadın	58	51,87	3008,50	1138,500	,578	<b>Anlamlı Değil</b>
	Erkek	42	48,61	2041,50			
	<b>Toplam</b>	<b>100</b>					

\*Mann Whitney U Testi

58 kadın ve 42 erkek katılımcıdan oluşan 100 kişilik bir grupta, kadın katılımcılar ile erkek katılımcıların Fiziksel Konfor Bilinci arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Mann Whitney U Testi'nin sonucuna göre; Fiziksel Konfor Bilinci ile kadın ve erkek gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların FKB, cinsiyetlerine bağlı olarak farklılaşmamaktadır.

#### 5.5.3.4 Eğitim durumu ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler

Katılımcı grubun eğitim durumlarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında bir ilişki olup olmadığı Kruskal-Wallis Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5.89'da verilmiştir.

Kruskal Wallis Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir;

$H_0$ : Katılımcıların eğitim durumları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Katılımcıların eğitim durumları ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Çizelge 5.89 :** Eğitim Durumu ile Fiziksel Konfor Bilinci Arasındaki İlişkinin Kruskal-Wallis Testi sonuçları.

	Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	Serbestlik Derecesi	$X^2$	P	Anlamlılık
Fiziksel Konfor	İlköğretim	6	47,00	4	2,386	,665	<b>Anlamlı Değil</b>
	Lise	27	46,28				
	Üniversite	54	50,55				
	Yüksek Lisans	10	59,25				
	Doktora	3	65,50				
	<b>Toplam</b>	<b>100</b>					

\*Kruskal Wallis Testi

Katılımcıların eğitim durumlarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Kruskal Wallis Testi'nin sonucuna göre; Fiziksel Konfor Bilinci ile katılımcıların eğitim durumları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların FKB, eğitim durumlarına bağlı olarak farklılaşmamaktadır.

#### 5.5.3.5 Meslek ile fiziksel konfor arasındaki ilişkiler

Katılımcı grubun meslek gruplarına göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında bir ilişki olup olmadığı Kruskal-Wallis Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5.90'da verilmiştir.

Kruskal Wallis Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir;

$H_0$ : Katılımcıların meslekleri ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

$H_1$ : Katılımcıların meslekleri ile Fiziksel Konfor Bilinci görüşleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Çizelge 5.90** : Meslek Grupları ile Fiziksel Konfor Bilinci arasındaki ilişkinin Kruskal-Wallis Testi sonuçları.

Meslek	N	Sıra Ortalaması	Serbestlik Derecesi	$X^2$	P	Anlamlılık
Ev Hanımı	9	31,78				
Fiziksel Öğrenci	32	52,83	4	8,508	,075	<b>Anlamlı Değil</b>
Konfor Çalışıyor	49	49,66				
Emekli	5	50,10				
Diğer	5	77,90				
<b>Toplam</b>	<b>100</b>					

\*Kruskal Wallis Testi

Katılımcıların mesleklerine göre Fiziksel Konfor Bilinci arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Kruskal Wallis Testi'nin sonucuna göre; Fiziksel Konfor Bilinci ile katılımcıların meslekleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Katılımcıların FKB mesleğe göre; katılımcılar hep aynı bilinçteler ya da hep aynı bilinçsizlikteler.

Katılımcıların demografik özellikleri yani; yaşları, medeni durumları, cinsiyetleri, eğitim durumları ve meslekleri FKB üzerinde farklılık oluşturmamaktadır.

Anket verilerinden elde edilen bütün bu bulguların yanı sıra, evrensel tasarım ilkelerine (Bkz. Çizelge 5.3 ) bakıldığı zaman; ilkelerin kendi içerisinde her türlü ürün, donatı, mekân, çevre ve alanla ilgili bilgileri ve rehberleri (iç-dış mekânı kapsayan) içerdiği görülmektedir; fakat iç mekânla ilgili özellikle vurgulanan bir rehberle rastlanmamıştır. İç mekân atmosferi ve kullanımını insanlar açısından bu denli önemli iken, evrensel tasarımın yedi ilkesine; iç mekân ve konforla alakalı olmak üzere, iki ilke ve rehberleri eklenmiştir (Çizelge 5.91). Ayrıca evrensel tasarımın yedi ilkesi; AVM'ler kapsamında ve AVM'lerde konfor doğrultusunda incelendiğinde de, aşağıda yer alan çizelge ortaya çıkmıştır (Çizelge 5.92).

**Çizelge 5.91 : Evrensel tasarım ilkelerine eklenen ilke ve rehberler.**

<b>EVRENSEL TASARIM İLKELERİNE EKLENEN İLKE VE REHBERLERİ</b>	
<b>Eklene İlkeler</b>	<b>Rehberleri</b>
<b>1. İÇ MEKÂN KULLANIMI (USING OF INTERIOR)</b>	<p><b>a.</b> Aydınlatma kullanıcıların gözünde kamaşmaya, parlamaya neden olmamalıdır (Özellikle kısmi görme engeli olanlar için).</p> <p><b>b.</b> Mümkün olduğunca doğal aydınlatma, gerektiğinde yapay aydınlatma kullanılmalıdır.</p> <p><b>c.</b> Karmaşaya yol açmayan algılanabilir plan tipine ve rahat sirkülasyon elemanlarına-alanlarına sahip olmalıdır.</p> <p><b>d.</b> Mekân bileşen ve donatılarında mekânın işlevine uygun malzeme seçimleri yapıp renk-biçim-doku birlikteliğine dikkat edilmelidir.</p> <p><b>e.</b> İnsan ölçeğinde ergonomik tasarımlara sahip olmalıdır. İlgi çekecek farklı iç mekân tasarımları ile görsel bütünlük sağlanmalıdır.</p> <p><b>f.</b> Tüm kullanıcı gruplarının katılımı ile sosyal uyum sağlanmalıdır.</p>
<b>2. KULLANICI KONFORU (USER COMFORT)</b>	<p><b>a.</b> Kullanıcı-çevre-mekân ilişkisini sağlayan yeterli görsel konfor koşulları (aydınlatma, yönlendirilme gibi) sağlanmalıdır.</p> <p><b>b.</b> Yeterli işitsel konfor koşulları sağlanmalıdır (gürültü-ses etkisi en aza indirgenmelidir).</p> <p><b>c.</b> Yeterli ısısal/termal konfor koşulları (iç ortam hava kalitesi, sıcaklık, düzeyi, nem oranı gibi) sağlanmalıdır.</p>



**Çizelge 5.92:** Evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda AVM'lerde bulunması gereken özellikler ve A AVM'de bunlara karşılık gelen konfor çeşitleri.

<b>EVRENSEL TASARIM İLKELERİ VE KONFOR KRİTERLERİ</b>		
<b>EVRENSEL TASARIM İLKELERİ</b>	<b>AVM'LERDE OLMASI GEREKEN UYGULAMALAR</b>	<b>KONFOR ÇEŞİTLERİ</b>
1. Eşit kullanım	AVM giriş-çıkışları ve otoparkları dahil her türlü kullanıcıya rahat ulaşım ve eşit kullanım imkanı sunan; güvenli alan, donatı ve uygulamalar (aydınlatma, servis tezgahları vs.)  Ortak kullanım ve dolaşım alanları	Görsel Konfor  Görsel +Isısal+ İşitsel Konfor
2. Esnek kullanım	AVM'lere alternatif giriş-çıkışlar, AVM'lerde farklı yüksekliklerde veya uygun boyutlarda danışma bankoları, servis tezgahları ve lavabolar,  Oturma-bekleme alanları, kent mobilyaları	Görsel Konfor  Görsel +Isısal Konfor
3. Basit ve sezgisel kullanım	AVM'lerde yön bulma, sinyalizasyon, aydınlatma  Yalın, net anlaşılabilir ürün-mekân-çevre tasarımı	Görsel +İşitsel Konfor  Görsel Konfor
4. Algılanabilir bilgi	AVM'lerin gerekli alanlarında işitsel, görsel, dokunsal anlatım biçimleri(bilgilendirme-yönlendirme),  Aydınlatma kullanımı, renk-malzeme kullanımı	Görsel +İşitsel Konfor  Görsel Konfor
5. Hata toleransı	AVM giriş-çıkışlarında ortak kullanım ve dolaşım alanlarında görme engellilere yönelik hissedilebilir yüzeyler (duyumsanabilir yüzey), emniyetli-dayanıklı ürün-donatı tasarımı, sağlam zemin malzemeleri, uyarı sistemleri, asansör kapıları zamanlama ayarı, aydınlatma	Görsel Konfor İşitsel Konfor
6. Düşük fiziksel güç	AVM giriş-çıkışlarında otomatik açılıp kapanan ya da rahat kullanıma uygun kapılar, kullanıcıları yormayan etkin tasarımlar, rahat kullanıma uygun kapı kolları, harekete duyarlı bataryalar, optimum hıza sahip yürüyen merdivenler	Görsel Konfor
7. Yaklaşım ve kullanım için yeterli alan	Giriş-çıkışlarda kapı önlerinde, danışma bankoları, servis tezgahları, bilet satış noktaları, otoparklarda, lavabo önlerinde ve kullanım alanlarında yeterli manevra ve geçiş alanının olması(tekerlekli sandalye-bebek arabası, yardımcı araç ve kişi kullananlar için), rahat erişimi sağlaması, net görüş alanı	Görsel Konfor

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

A AVM'nin, alışveriş merkezleri hakkındaki yönetmeliğin 4. maddesinde belirtilen; beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçları karşılayan temel kullanım alanları ile acil tıbbi müdahale ünitesi, otopark, bebek bakım odası, çocuk oyun alanı, ibadet odaları gibi kullanım alanları ile bay-bayan, engelli ve ebeveyn tuvaletleri gibi farklı kullanımlara hizmet eden ortak kullanım alanlarını bünyesinde barındırdığı görülmüştür.

A AVM'nin fiziki konfor kriterleri evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda incelendiğinde; AVM'ye ait ortak kullanım alanlarının ve ürün-donatı-mekânlarının kendi içerisinde evrensel tasarım ilkelerine uygunluk sağlayan ve sağlamayan durumları söz konusu olmuştur (bu bulgular alan çalışması bölümünde detaylı bir şekilde açıklanmıştır). AVM, genel olarak standartlar ve yönetmelikler kapsamında evrensel tasarıma uygunluk gösteren olumlu bir AVM olmakla beraber; bazı donatı ve alanlarında da eksik uygulamaların yapıldığı tespit edilmiştir.

Empati yoluyla gerçekleştirilen uygulamalı deneyimlemede; AVM kullanımlarında engelli kullanıcılar açısından, birkaç farklı perspektiften pencereler açıp karşılaştıkları sorunlara onların gözünden bakılmıştır. Dolayısıyla bu deneyimleme ile; herhangi bir bedensel engeli olan kullanıcıların A AVM'de ne tür zorluklarla karşılaştıkları ve hangi durumlara maruz kaldıkları görülmüştür. AVM'de yapılan gözlem, inceleme ve empati yoluyla uygulamalı deneyimlemede; AVM'de alınan önlemlerle herhangi bedensel bir engele sahip kullanıcıların karşılaştığı sorunları azaltmaya yönelik uygulamaların olduğu görülmüştür. Aynı zamanda, deneyimlemenin kalıcı ve öğretici etkisiyle; farkındalık yaratıp tasarımcı gözünden çözüm üretebilmek konusunda önemli katkı sağladığı ve sağlayacağı düşünülmektedir.

A AVM çevresinde ve içerisinde girişinden itibaren tüm katlar dahil olmak üzere; genel olarak yatay düşey sirkülasyon elemanlarında ve ortak kullanım alanlarında,

evrensel tasarım kapsamında alınan birtakım çeşitli ve gerekli ulaşılabilirlik uygulamaları şunlardır:

- Hissedilebilir yüzey uygulamaları (görme engelliler için)
- Yönlendirme-bilgilendirme tabelaları
- İşitsel, görsel, dokunsal bilgilendirme
- Engelli otopark alanları
- Engelli tuvaletleri
- Sinyalizasyon sistemleri
- Yangın çıkış-acil çıkış önlemleri gibi uygulamalardır.

A AVM; bulundurduğu kabartmalı ve braille alfabeli haritaları, yönlendirilme levhaları, bilgilendirme panoları, asansör butonları, sesli ikaz sistemleri, görme engeli olan kullanıcılar için hissedilebilir yüzeyleri, indüksiyon sistemleri (işitme engelli kullanıcılar için) gibi uygulamalarla farklı kullanıcı grubuna hitap etmektedir. Görme engeli olan kullanıcılar için uyarıcı ve yönlendirici nitelikte olan hissedilebilir yüzey uygulamaları AVM'nin; giriş-çıkış ile acil çıkış (otopark dahil) kapı önlerinde, yatay-düşey sirkülasyon elemanlarının gerekli alanlarında bulunmaktadır.

AVM'nin bazı alanlarında tespit edilen eksik hissedilebilir yüzey uygulamaları, yeterli olmaması sebebiyle tam görme engeli olan kullanıcılar açısından tehlike arz etmektedir. Aynı zamanda bu eksik uygulamanın, evrensel tasarımın eşit kullanım ve esnek kullanım ilkesine uymadığı görülmektedir. Bu durumda; tam görme engeli olan kullanıcıların AVM içerisinde yardım alarak yönlendirilmeleri gerekmektedir. A AVM'de tam görme engeli olan kullanıcılar dışındaki diğer kullanıcıların ise hareket alanı kısıtlanmamakla beraber, kullanıcılar açısından bakıldığında; AVM'nin iç mekânlarında algılanabilirliğin, işlevselliğin ve güvenliğin korunduğu söylenebilir.

A AVM, kent içinde gerek toplu taşıma araçları gerek kullanıcıların özel araçları gerekse de yayaların ulaşabileceği bir noktada yer almaktadır. Özellikle yayalar için AVM girişinin trafik ışıklarının olduğu yerde bulunması, fiziksel konfor (özellikle evrensel tasarımda erişilebilirlik) açısından kullanıcılarına büyük rahatlık sunmaktadır. Yolun karşısında olan yaya kullanıcılar AVM'ye doğrusal kullanımla direkt geçiş sağlayabilmektedirler. AVM'nin aynı zamanda kendi içerisinde de algılanabilir sirkülasyon alanlarına sahip olduğu görülmüştür.

AVM'lerin kent içerisinde ve kendi içerisinde okunabilir olması; hem mekân hem de kullanıcı konforu açısından son derece önemlidir. Aynı zamanda AVM'nin okunaklı olması evrensel tasarımda erişilebilirliği arttıran önemli bir etkidir. Dolayısıyla AVM giriş-çıkışlarının, yatay-düşey sirkülasyon elemanları, satış alanlarının, ortak kullanım ve dolaşım alanlarının konumu; bu alanların birbirleriyle ilişkisi yalın, algılanabilir plan tipiyle sağlanmalıdır. Deneyimleme, gözlem, anket uygulaması gibi yöntemlerle yapılan alan çalışmasında; A AVM'nin bu olumlu özellikleri sağlayan geniş programlı bir alışveriş merkezi olduğu görülmüştür.

Algılanabilir plan tipine sahip olan AVM'de yön bulmayı, dolayısıyla mekânların okunabilirliğini ve kullanımlarını arttıran yönlendirilme levhalarıyla; AVM kullanıcıları için uygun konfor koşullarının sağlandığı söylenebilir. Bu durumda AVM; her türlü ortak kullanım ve dolaşım alanlarının net bir şekilde algılanmasına aynı zamanda, kullanıcıların yardım almadan bağımsız yönlennemelerine de olanak tanımaktadır. AVM'de doğru bir yönlendirilme ile kullanıcıların kaybolma hissi yaşamadan zaman ve enerji kaybını aza indirgeyerek, alan kullanımlarından verim aldığı görülmüştür.

AVM'lerde peyzaj tasarımı, kullanıcı konforunu ve mekân atmosferini etkileyen önemli bir kriter olmakla beraber; AVM'lerin çekim potansiyeline sahip alanlarındandır. A AVM'nin hem iç hem de dış mekânında kullanılan bitki-peyzaj öğeleri ile kent mobilyaları ve doğal gün ışığının başarılı kullanımı ile, iç mekânda da yeşil alan algısının ve sokak atmosferinin sağlandığı görülmüştür. Yani AVM'de doğadan kesitler bulunmaktadır. Bu çekim alanlarının, kullanıcılar açısından; hem AVM kullanımını hem de kullanıcı psikolojisini olumlu etkileyen tasarım özelliklerine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, kullanıcıların bu alanlardaki görsel konforunun da sağlandığı söylenebilir.

Su ögesi kullanımı, iç mekân atmosferini olumlu etkileyen çekici özelliklerdendir. A AVM, iç mekânında kullanılan su ögesi ile kullanıcılarını rahatlatırken; huzurlu hissetmelerini de sağlamaktadır. Bu kullanımla AVM kullanıcılarında görsel konforun yanı sıra; su sesinin rahatlatıcı etkisiyle işitsel konforun da sağlandığı söylenebilir. Yani tek öge kullanımıyla, birbirini olumlu etkileyen birden fazla fiziki koşullarının sağlandığı görülmüştür.

A AVM'nin girişinden tüm katlarına kadar bütün ortak kullanım alanları ve yatay-düşey sirkülasyon elemanlarının standartlara uygun boyutlarda olduğu (giriş rampası hariç) ve rahat kullanıma olanak tanıyan (tekerlekli sandalye, bebek arabası gibi yardımcı eleman veya kişi kullananlar için) alanlara sahip olduğu görülmüştür. Farklı fiziksel özelliklere ve becerilere sahip kullanıcılara da kolay kullanım imkanı sağlayan bu alanların, evrensel tasarım açısından kapsayıcı nitelikte olduğu söylenebilir. AVM'nin ibadet odaları dışında genel olarak; temel, ortak ve diğer kullanım alanlarının ulaşılabilir olduğu görülmüştür.

Genel olarak AVM'nin zemin-duvar-kolonlarında ve dinlenme-oturma birimlerinde kullanılan malzeme ve bunların formu sayesinde olası tehlike ve kazaları aza indireyecek tasarımlara (başta yaşlılar, engelliler ve çocuklar olmak üzere) sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca; AVM içerisinde dolaşım alanları, bebek bakım odaları, ibadet odaları, tuvaletler gibi gerekli alanlarda bulunan acil ilk yardım çağrı butonları bütün kullanıcıların sağlığının ve güvenliğinin dikkate alındığının önemli bir göstergesidir.

Aydınlatma; kullanıcıların fiziksel konforunu etkileyen en önemli parametredir. Bu doğrultuda A AVM'ye bakıldığı zaman; kullanıcılarını rahatsız etmeyen, aksine olumlu etkileyen uygun doğal ve yapay aydınlatma kullanımına sahip olduğu görülmektedir. A AVM'de kullanılan geniş cam tavanlar aracılığıyla, AVM içerisinde gün ışığından üst düzeyde faydalanıldığı görülmüştür. A AVM'de; iç mekânda doğal aydınlatmanın hâkim olduğu aydınlık, ferah iç ortamları sayesinde kullanıcıların görsel konforu sağlanmıştır. Bu durum, özellikle kısmi görme engeli olan kullanıcılara; mekânları algılamaları, ayırt etmeleri ve kullanabilmeleri bakımından kolaylık sağlamaktadır.

A AVM; bulundurduğu açık, kapalı ve yarı açık mekânlarıyla kullanıcılarına çeşitlilik sağlayıp, alternatif kullanım alanları sunmaktadır. İç mekân bileşenleri ve ürün-donatı-mekân tasarımlarında tercih edilen biçim-renk-malzeme kullanımı ile ayırt edilebilir (özellikle kısmi görme engeli olanlar için), net alanlar oluşturularak mekân algısının sağlandığı söylenebilir. İç mekânlardaki uygun sıcaklık düzeyiyle de konforlu ortamlar oluşturulmuştur. AVM'nin tüm ortak kullanım ve dolaşım alanlarının temiz ve bakımlı olması da özellikle dikkat çeken olumlu bir durumdur.

Görsel, işitsel, boyutsal ve ısısal algı çeşitleri, fiziksel konforun alt parametreleri olmakla beraber; yapılan alan çalışmasında, bu parametrelerin mekân algısında önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür.

AVM genelinde mekân organizasyonuna konfor açısından bakıldığı zaman;

- Mekânların- tasarımların insan ölçeğinde ve algılanabilir olması,
- Göz sağlığına zarar vermeyen işleve yönelik aydınlatma kullanımı,
- Optimum sıcaklık-nem düzeyi,
- Temiz iç hava kalitesi,
- Birbiriyle dengeli-uyumlu mekân kompozisyonları,
- Rahatsız etmeyen koku ve ses,
- Kullanıcıları yormayan kullanışlı, güvenli, net algılanabilen ürün, donatı, mekân ve alan tasarımı,
- Başarılı görsel algı öğeleri gibi önemli parametreler sağlanmışsa, mekânlar konforlu olarak nitelendirilmektedir. AVM, bu parametreler doğrultusunda değerlendirildiğinde; AVM'nin genel olarak fiziki konfor koşullarını sağladığını söylemek mümkündür.

AVM'ler yoğun kullanıcı kitlesine sahip alanlardandır. AVM projeleri; mimarlar, iç mimarlar, peyzaj mimarları, inşaat-makina-elektrik mühendisleri, teknik elemanlar gibi farklı meslek gruplarının biraraya gelmesiyle oluşan uzmanlık gerektiren kompleks projelerdir. AVM'lerin temellinde ticaret amacı olsa da; hitap ettiği hedef kitle, bütün kullanıcı gruplarıdır. Bu durumda; AVM'leri tercih eden farklı kullanıcı profili göz önünde bulundurularak projenin planlama ve tasarım aşamasında iken, evrensel tasarım ilkeleri kapsamında ve konfor koşulları doğrultusunda ele alınması gerekmektedir. Bu durumda; ileride yaşanabilecek sorunlar, daha planlama-tasarım aşamasındayken engellenmiş olacaktır. Aynı şekilde; mekanik (havalandırma-iklimlendirme) ve mimari proje birbiriyle uyum içerisinde (ileride ortaya çıkacak olumsuz durumları önlemek adına) olmalıdır.

Kullanıcıların yaşam kalitesini tehdit etmeyen, aksine arttıran evrensel tasarım anlayışı kapsamında uygun yaşam alanlarının tasarlanması gerekmektedir. Herhangi bir engeli olan insanların da toplumun birer parçası haline getirilerek, günlük yaşantıya ve sosyal hayata özgürce katılımları (görme engelliler için hissedilebilir yüzey uygulamaları-işitsel uyarı sistemleri, bedensel engelliler için uygun kullanım



alanları-ergonomik donatılar, engelliler ve yaşlılar için dinlenme alanları gibi çözümlerle) sağlanmalıdır.

Ülkemizde Dünya Engelliler Birliği tarafından uygulanmak istenen ancak yabancı ülkelerde uygulanan kamu alanlarının sertifikalandırılması ile yapılar farklı grup standartları içinde değerlendirilmektedir. Ancak bu konuda şahsi görüşüm; tüm yapıların altın ve pilatin kapsamında değerlendirilmesi ve insana yönelik standartların en üst seviyede tutulması gerektiğidir.

Evrensel tasarım gün geçtikçe daha da anlaşılabilir bir kavram olmaya başlamıştır. Sözlü ve yazılı olarak dile getirilen ulaşılabilirlik kavramı, uygulamaya gelince eksik kalmaktadır. Özel ve/ya kamusal alanlarda evrensel tasarıma uyma, aynı zamanda da denetlenme zorunluluğunun getirilmesi; önemli bir adım olacaktır. Örneğin belediyelerde projelerin evrensel tasarıma uygunluğunu kontrol edip, uygulama aşamasında da denetleyen, alanında uzman kişilerden oluşan evrensel tasarım kurulu oluşturulabilir. Çünkü bu konuda standart ve gerekliliklerin hem proje üzerinde hem de uygulamalarda yerini bulması gerekmektedir.

Gerek sokaklarda gerek sirkülasyonun yoğun olduğu toplu kullanım alanlarında, belediyelerin olumlu yaklaşımları, insanlarımızın bilinçli olmaması nedeniyle yeterince değerlendirilememekte ve kullanılamamaktadır. Örneğin; sokaklar, AVM'ler, marketler gibi alanlardaki engellilere ait park alanlarının işgal edilmesi gibi. Bu konuda, insanların bu tür alanları işgal etmemesi ve daha duyarlı davranmaları adına toplumun bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Yani; engellilerin kullanım alanları, engeli olmayan diğer insanlar tarafından özgür bırakılmalıdır.

Evrensel tasarımla ilgili kurum, kuruluşlar, vakıflar, odalar bu konuyla ilgili çalışmalarını aktif olarak yürütmeli, mümkün olduğu kadar insanlara ulaşabilmelidirler. Üniversitelerin ilgili bölümlerinin müfredatlarında evrensel tasarımla ilgili ders yer almalı ve ders kapsamında empati yoluyla uygulamalı deneyimleme (geleceği inşa edecek olan tasarımcılara yön vermesi açısından) yaygınlaştırılmalıdır. Çünkü sağlıklı kullanıcılar engeli olan bir kullanıcının yerine geçmedikçe onların neler hissettiğini, ne tür sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını ve bu sorunlara nasıl çözüm üreteceklerini, belki de üretmediklerini görmeleri mümkün olmayacaktır. Bu noktada empati yoluyla uygulamalı deneyimleme, farkındalık yaratarak benimsenmesi açısından önemli rol oynamaktadır.

Erişilebilirlik konusunda (iç-dış mekânda) mimari önlemlerin alındığı fiziksel konfor koşullarının sağlandığı alanlar, mekânlar; herkese eşit ve rahat kullanım imkanı sunmaktadır. Çünkü konforlu mekânlar özgürdür, rahattır, ulaşılabilir. Engelliler için erişilebilirlik-ulaşılabilirlik ile ilgili düzenlenmiş birçok kılavuz, standart ve yönetmelik mevcuttur. Fakat genelinin başlığında "engelli...özürlü..." kavramı geçmektedir (yerel yönetimler için ulaşılabilirlik temel bilgiler teknik el kitabı hariç). Bu konuyla ilgili kılavuz, standart ve yönetmelikler ana başlıkta engelli-engelsiz gibi kullanıcı ayrımı yapılmadan bir araya toplanıp başlığı; 'Evrensel Tasarım-Kılavuzu' olarak düzenlenerek set haline getirilebilir. Evrensel tasarım ana başlığı altında; herhangi bir engeli olan kullanıcılara yönelik olması gereken standartlar gibi bilgiler de alt başlıklar halinde detaylı bir şekilde yer alabilir.

Konfor; insan yaşamının, eyleminin gerçekleştiği her türlü açık-kapalı mekânda büyük bir öneme sahiptir. Mimarlık, iç mimarlık, peyzaj mimarlığı gibi tasarım disiplinlerinde konfor önemli bir ölçüt olmakla beraber konu kapsamında; kullanıcıların AVM'de kalma sürelerini de etkilediği söylenebilir. Yani; konforlu olan ve olmayan alanların insanlara olumlu ve olumsuz bir şekilde, fizyolojik ve psikolojik anlamda etki ettiği bir gerçektir.

AVM'lerin mekân tasarımı ve kullanımı gibi çoğu özelliğinin konfor koşullarıyla, bu koşulların çoğunun da evrensel tasarımla ilişkili olduğu görülmüştür. Nitelikli mekân kalitesi, mekân atmosferi ve mekânların verimli kullanımının temelinde evrensel tasarım ve konfor kavramlarının yattığı söylenebilir.

AVM'lerde fiziki konfor çeşitlerinin kendi içerisinde birbirleriyle ilişkili olduğu gözlenmiştir. Örneğin; görsel konfor olarak bahsedebileceğimiz etkileyici, farklı iç mekân tasarımına sahip olan AVM'de temiz bir iç hava kalitesi, uygun sıcaklık düzeyi yani; ısısal/termal koşullar sağlanmamışsa çekici olarak algılanan iç mekân tasarımı etkisini yitirecektir. Aynı alanda ses-gürültü düzeyiyle alakalı olarak da; yeterli işitsel konfor koşulları sağlanmamışsa kullanıcı yine hem psikolojik yönden hem de kullanım yönünden olumsuz bir şekilde etkilenecektir. Dolayısıyla iç mekân tasarımı geri planda kalacaktır. Yani; bir zincirin halkası gibi, konfor çeşitlerinden birinin olumsuz olması olumlu olanların da değerini düşürmektedir. Bu durumda; AVM ve kullanıcıları bakımından; bütün fiziksel konfor koşullarının bir arada ve uygun şartlarda oluşturulması, en sağlıklı çözüm yolu olacaktır.

Gerek literatür taramaları gerek alan çalışmasında elde edilen bulgular ışığında bakıldığında; zamanla değişen yaşam şekillerine bağlı olarak insanların alışveriş algısının, ihtiyaç-taleplerinin de değiştiği söylenebilir. Tam da bu noktada ve çalışma kapsamında evrensel tasarımın ve konforun önemi vurgulanmıştır.

Bu çalışma literatürdeki konuyla ilgili önemli açıklama, kavram, analiz gibi bilgilerden yola çıkarak; çalışılan AVM'nin mevcut durumunu yapılan tespit, saptama ve bulgularla ortaya koymaktadır. Çalışmada geniş programlı bir AVM'de geniş çaplı bir deneyim üzerinden farkındalık yaratarak bu konuda bir adım atmak, literatürde konunun önemini vurgulamak, kavratmak ve yapılan anket uygulaması verileriyle de bilimsel anlamda konuyla ilgili ölçütler belirlenmek istenmiştir. Ele alınan AVM'de yapılan empati yoluyla uygulamalı deneyimlemede engeli olan kullanıcıların karşılaştıkları sorunlar, eksik ve/ya hatalı uygulamalar ortaya konmuştur. AVM'de ele alınan ortak kullanım ve dolaşım alanlarının evrensel tasarıma uygunluk dereceleri (kısmen uyan ya da uymayan alanlar sebepleri ile birlikte) tablolar halinde belirtilmiştir.

SPSS programında yapılan anket analizlerinde, Fiziksel Konfor Bilincini etkileyen faktörler ve Fiziksel Konfor Bilincini oluşturan boyutlar belirtilmiştir. Yapılan faktör analiziyle; Fiziksel Konfor Bilincinin oluşumunu sağlayan 4 boyut (iç mekân algısı, aydınlatma çeşitleri, gürültü-ses ve havalandırma ile koku ve sirkülasyon) ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda; ankette yer alan dört ayrı başlık altında (1. Kullanıcı hakkında, 2. AVM hakkında, 3. Fiziksel konfor, 4. Evrensel tasarım hakkında) olmak üzere, her birine ait elde edilen detaylı istatistiki verilerle; kullanıcıların AVM'de ele alınan kullanım alanlarındaki değerlendirmeleri, memnuniyet düzeyleri ve beklentileri belirlenmiştir. Ancak anketin 'evrensel tasarım hakkında' başlıklı bölümünde; tesadüfi/rastgele seçilen katılımcılardan herhangi bir bedensel engele sahip sadece bir kullanıcı olduğu ve bunun üzerinden genel bir sonuca varılamadığı için, anketin evrensel tasarım bilinci (8 soru) ile ilgili veri analizlerinin eklenmemesi uygun görülmüştür. Bu durum; herhangi bir bedensel engele sahip kullanıcıların AVM'deki sosyal hayata katılım oranının oldukça az olduğunun göstergesidir.

Bu çalışma; ele alınan konu, içerik ve yöntem itibariyle alanındaki çalışmalara yardımcı olacak yol gösterici özgün bir kaynak niteliğindedir. Literatür araştırmasında hem AVM'ler hem evrensel tasarım hakkında birçok alanda çalışma yapıldığı görülmüştür. Bu çalışma ise; gerek evrensel tasarım kavramı ve ilkeleri,

gerek konfor kavramı ve koşulları, gerekse de AVM'lerde iç mekân tasarımı ve analizi gibi konular hakkında genel ve ayrıntılı önemli bilgiler içermektedir. Ayrıca diğer çalışmalardan farklı olarak; mimaride önemli bu üç kavramın öncelikle ayrı ayrı ve sonrasında AVM'ler gibi yoğun kullanıcı kitlesine sahip olan alanda, karşılaştırılarak tek çalışmada bir arada ele alınıp değerlendirilmesi ile literatüre katkı sağlayacak derinlemesine spesifik bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Bundan sonraki çalışmalarda; tez kapsamında yapılan alan çalışmasının aynı yöntemi, farklı AVM'lerde gerçekleştirilip; AVM'ler arası benzerlik ve değişkenlik gösteren durumlar belirlenebilir. Tamamen AVM kullanıcılarına yapılan anket uygulaması aynı veya başka AVM'de AVM çalışanlarına da uygulanıp kullanıcı-çalışan ayrımına göre konfor ve evrensel tasarım kavramı ele alınabilir. AVM'yi dışardan ziyaretçi ve içerde çalışan olarak kullanan kullanıcılar arasındaki ilişki tespit edilebilir. Farklı AVM'lerin sadece çalışanlarına anket uygulaması yapılarak, bu AVM'lerin çalışan kullanıcıları arasında kıyas yapılabilir. AVM yönetimi bakımından ise; yönetim tarafından, rutin olarak AVM erişilebilirliğine, konforuna yönelik anket uygulaması düzenlenerek memnuniyet düzeyine göre; iyileştirmeler ve yeni düzenlemeler getirilebilir.

## KAYNAKLAR

- Acar, G.** (2006). *Alışveriş merkezlerinde peyzaj tasarımı* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M. İ.** (2009). *Günümüz alışveriş kavramında değişme olgusu ve bu olgunun alışveriş merkezi tasarım ilkeleri üzerindeki belirleyici etkilerinin irdelenmesi: İstanbul kenti modeli* (Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik**, (2016). Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Resmi Gazete, 29636, 26 Şubat 2016.
- Alkibay, Tuncer, D., ve Hoşgör, Ş.** (2007). *Alışveriş Merkezleri ve Yönetimi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Anonim**, (1986). Büyük Larousse,Sözlük ve Ansiklopedisi , Cilt.1.
- Batı, U.** (2007). Tüketim katedralleri olarak alışveriş merkezlerinin toplumsal göstergebilimi: Forum Bornova alışveriş merkezi örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, ISSN: 1303-5134, Cilt: 4 Sayı:1. www.insanbilimleri.com'den 06.11.2018 tarihinde alındı.
- Berkin, G., Usal, S. S. Y.,** (2012). Mağaza tasarımında çekim oluşturma ilkeleri. *Yapı Mimarlık Tasarım Kültür Sanat Dergisi*, 364.
- BM**, (2004). Accessibility for the Disabled A Design Manual for a Barrier Free Environment, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Division for Social Policy and Development.
- Coleman, P.** (2006). *Shopping Environments: Evolution, Planning And Design*, Architectural Press.
- Çağal, D.** (2011). *Alışveriş olgusunun giyim mağazalarının iç mimari tasarımına etkileri* (Yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çakar, C.** (2010). *Alışveriş merkezlerinde tasarım ilkeleri ve bu ilkelerin tüketici beklentilerine göre değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dökmen, Ü.** (2018). *Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim Çalışmaları ve Empati*, İstanbul: Remzi Kitabevi,
- Engelliler için Evrensel Standartlar Kılavuzu**, (2013). Dünya Engelliler Vakfı DEV öncülüğünde.
- Ersoy, M.** (2006). *Alışveriş merkezleri yer seçimi ve Forum İstanbul alışveriş ve eğlence merkezi örneği* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Evcil, A. N.** (2013). Herkes İçin Tasarım, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Göçer, Ö.** (2006). *Atrium tipi binalarda enerji tüketiminin azaltılması ve kullanıcı konforunun sağlanması için uygun camlama ve denetim sistemi modeli* (Doktora tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Göler, S.** (2009). *Biçim, renk, malzeme, doku ve ışığın mekân algısına etkisi* (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gür, Ş. Ö.** (1995). Fiziksel çevre tasarımında kalite ile ilgili paradigmlar ve ölçütlerle ilgili sorunlar. *Mimari ve Kentsel Çevrede Kalite Arayışları Sempozyumu*, İ.T.Ü Çevre ve Şehircilik Uyg-Ar Merkezi, İstanbul: Cenkler Matbaası.
- Gür, Ş. Ö.** (1996). Mekân Örgütlenmesi, s.34, Trabzon: Gür Yayıncılık.
- Gürer, C.** (2008). Merdiven ve Dengelendirilmeleri, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Yapı Eğitimi Bölümü, Yapı Teknolojileri-II Ders Notları, [www.cahitgurur.com/.../yapi\\_teknolojileri\\_ii\\_ders\\_4\\_merdiven\\_dengelendirmeleri.pdf](http://www.cahitgurur.com/.../yapi_teknolojileri_ii_ders_4_merdiven_dengelendirmeleri.pdf)'den 17.05.2018 tarihinde alındı.
- Hatipoğlu, K.** (2017). *Ankara-Çayyolu-Ahmet Taner Kışlalı mahallesi'nin evrensel tasarım ilkeleri bağlamında incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hoogstad, J.** (1990). Space-Time-Motion, Nitgevenj's, Gravenhage.
- İslam, M.** (2008). *Yürüyen merdivenlerde yeni düşünceler* (Bitirme tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Trabzon. [https://www.slideshare.net/MuratIslam/muratislambitirmeteziyryenne\\_rdivenler-48409982](https://www.slideshare.net/MuratIslam/muratislambitirmeteziyryenne_rdivenler-48409982)'den 25.05.2018 tarihinde alındı.
- İstanbul İmar Yönetmeliği, (2018).** İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Resmi Gazete, 30426, 20 Mayıs 2018.
- Kanca, H. G.** (2013). *Alışveriş merkezlerindeki yapay aydınlatmanın niceliksel ve niteliksel özelliklerinin değerlendirilmesi: Trabzon örneği* (Yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Kavak, M.** (2010). *Evrensel tasarım yaklaşımı bağlamında kamusal mekânlar: Harbiye Kongre Vadisi örneği* (Yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kiriş, K.** (2010). *Alışveriş merkezlerinin mekânsal kurgularının örnekler bağlamında sınıflandırılması* (Yüksek lisans tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Köseoğlu, E.** (2018). Mekânsal Okunabilirlik: Biçimsel, Dizimsel ve Öznel Boyutları, İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Yayınları.
- Küçükkömürcü, B.** (2005). *Geleneksel Türk Osmanlı çarşı yapıları ve günümüzdeki alışveriş merkezleri üzerine bir inceleme* (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.



- Lynch, K. (2011).** Kent İmgesi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Muğan, G. (2015).** Alışveriş merkezleri (AVM) tasarımlarında erişilebilir, kullanılabilir ve yaşanabilir tasarım yaklaşımları. Dosya 36: Mekânlarda Erişilebilirlik, Kullanılabilirlik ve Yaşanılabilirlik, *Dosya Dergisi*, TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi.
- Odabaşı, Y. (2017).** Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma, İstanbul: Aura Yayınevi.
- Orçan, M. (2008).** Modern Türk Tüketim Kültürü, Ankara: Harf Eğitim Yayıncılığı.
- Otopark Yönetmeliği, (2018).** Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Resmi Gazete, 30340, 22 Şubat 2018.
- Özdamar, K. (1999).** Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler), Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, İ. (1994).** *Mimari mekânın değerlendirilmesinde mekân örgütlenmesi kavramı: konutta yaşama mekânları* (Doktora tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Saltan, Ö. (2007).** *Alışveriş merkezleri tasarım kriterleri açısından değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Silver, P., McLean, W. (2014).** Mimarlık Teknolojisine Giriş, İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Şerefhanoglu Sözen, M. (2001).** Yapı kabuğunda ısı ve ses yönünden denetim-konfor ilişkisi. *Makine Mühendisleri Odası Tesisat Mühendisliği Dergisi*, 61(2).
- T.C Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, (2011).** Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı, Ankara: Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, (2006).** Megep (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), merdiven planı ve donatı çizimi, İnşaat Teknolojisi, Ankara, [insaatmuh.cbu.edu.tr/db\\_images/site\\_115/file/merdivenplanivedonaticizimi.pdf](http://insaatmuh.cbu.edu.tr/db_images/site_115/file/merdivenplanivedonaticizimi.pdf)den 17.05.2018 tarihinde alındı.
- Tokol, T. (1996).** *Alış-veriş merkezleri, çevre ve mekân ilişkisi* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TS 9111,** Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler için Binalarda Ulaşılabilirlik Gereklere.
- TS 12576,** Şehir içi yollar - Kaldırım ve Yaya Geçitlerinde Ulaşılabilirlik için Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları.
- Turhan, E. (2007).** *Mimari tasarımda cam kullanımı ve alışveriş merkezlerinde değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tümer, G. (1984).** İnsan-Mekân İlişkisi ve Kafka, İstanbul: Sanat-Koop. Yayınları.
- Uluengin, K. (2008).** *Tarihsel süreç içerisinde ticaret - alışveriş fonksiyonlarının irdelenmesi ve açık alan kurgulu alışveriş ve yaşam merkezleri*

(Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Ulukavak Harputlugil G., Çetintürk N.** (2005). Geleneksel Türk evinde ısı koşullarının analizi: Safranbolu Hacı Hüseyinler Evi , Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der. Cilt: 20, No: 1, 77-84.
- Üçkaya, N. B.** (2014). *Eğitim mekânlarının akustik konfor koşulları Bakımından irdelenmesi: DEÜ Mimarlık Fakültesi örneği* (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Verdil, A.** (2007). *Mekân-davranış ilişkisinin dönüşümü: alışveriş merkezlerinin mekansal dizim yöntemiyle incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, M.** (2017). Kültürel turizm ve kültürel mirası koruma: Diyarbakır Hasan Paşa Hanı örneği, *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2.

### Çevrimiçi Kaynaklar

- Url-1**<<http://www.wowturkey.com>> erişim tarihi: 17.02.2017.
- Url-2**<[www.kapalicarsi.com](http://www.kapalicarsi.com)> erişim tarihi: 17.02.2017.
- Url-3**<<http://blog.jollytur.com/kendi-basina-bir-dunya-kapalicarsi/>>, erişim tarihi: 18.02.2017.
- Url-4**<<http://www.galleria.com.tr/galeri/5#>>, erişim tarihi: 18.02.2017.
- Url-5**<<https://www.pinterest.co.uk/argentiericakes/istanbul-not-constantinople/>>, erişim tarihi: 14.10.2017.
- Url-6**<<http://citysnisantasi.com/tr/kurumsal/galeri?ref=h>>, erişim tarihi: 14.10.2017.
- Url-7**<<http://www.theguideistanbul.com/location/city's-nisantaşı>>, erişim tarihi:14.10.2017
- Url-8** The Center for Universal Design, <[https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about\\_ud/udprinciplestext.htm](https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm)>, erişim tarihi: 18.07.2017
- Url-9** <<https://global.rakuten.com/en/store/atn/item/940-022bk/>>, erişim tarihi: 16.12.2018.
- Url-10**<<http://engelsizkent.org/tasarim-rehberi/yaya-gecitleri/>>, erişim tarihi: 30.07.2017.
- Url-11** <<http://www.arkeasansor.com/Montaj/3>>, erişim tarihi: 30.07.2017.
- Url-12**<<http://articles.extension.org/pages/24188/6:-principle-six:-low-physical-effort>>, erişim tarihi: 30.07.2017.
- Url-13** <<http://slideplayer.com/slide/10612781/>>, erişim tarihi: 30.07.2017.
- Url-14** <[https://www.researchgate.net/publication/8547610\\_Universal\\_product\\_design\\_involving\\_elderly\\_users\\_A\\_participatory\\_design\\_model](https://www.researchgate.net/publication/8547610_Universal_product_design_involving_elderly_users_A_participatory_design_model)>, erişim tarihi: 31.07.2017.

- Url-15**<<http://www.egitimajansi.com/haber/engelliler-icin-sosyallesme-adresi-bulundu-haberi-29463h.html>>, erişim tarihi: 31.07.2017.
- Url-16**<<http://www.avmgezgini.com/restaurant-cafeleler/burger-king-152.html>>, erişim tarihi: 31.07.2017.
- Url-17** <<https://ac-nielsen.com/the-royal-exchange-city-of-london/>>, erişim tarihi: 13.12.2018.
- Url-18** <<https://www.robertharding.com/preview/733-3682/pavilion-shopping-mall-bukit-bintang-kuala-lumpur-malaysia>>, erişim tarihi: 13.12.2018.
- Url-19**<<https://www.robertharding.com/preview/821-163/toronto-eaton-centre-shopping-mall-toronto-ontario-canada/>>, erişim tarihi: 13.12.2018.
- Url-20 LAMP 83 Kataloğu, (2016)** <<http://www.lamp83.com.tr/kataloglar/>>, erişim tarihi: 14.11.2017, s.428.
- Url-21**<<http://www.aydinlatma.gen.tr/alisveris-merkezlerinde-renk-aydinlatma.html>>, erişim tarihi: 28.09.2017.
- Url-22**<<http://www.tahincioglu.com/projeler/palladium-atasehir-avm/#galeri>>, Erişim tarihi: 19.05.2018.
- Url-23**<<http://www.yoyo.gen.tr/palladium-alisveris-merkezi-istanbul-atasehir-2016.html>>, erişim tarihi 19.05.2018.
- Url-24**<<https://www.haritamap.com/yer/palladium-alisveris-merkezi-atasehir>>, erişim tarihi: 19.05.2018.
- Url-25**<<http://www.tahinciogluholding.com/english/holding-iletisim.php>>, erişim tarihi: 19.05.2018.
- Url-26**<<http://v3.arkitera.com/p252-palladium-avm.html?year=&aID=1910>>, erişim tarihi: 19.05.2018.
- Url-27**<<http://edora.com.tr/ed600-multi-doner-kapi/ed600-multi-doner-kapi-teknik-cizimler/>>, erişim tarihi 25.05.2018.
- Url-28**<<http://v2.arkiv.com.tr/p9409-palladium-alisveris-merkezi-ve-residence.html>>, erişim tarihi 12.05.2018.
- Url-29**<<http://www.palladiumatasehir.com.tr/>>, erişim tarihi: 19.05.2018.
- Url-30**<<http://www.otisworldwide.com/site/tr/Pages/EscalatorProduct1.aspx>>, erişim tarihi 25.05.2018.
- Url-31**<<http://www.sultanahmetcamii.org/tr/yapi-ve-formu/>>, erişim tarihi: 13.02.2019.
- Url-32**<<http://www.arkiv.com.tr/galeri/detay/96374/5/proje/2609>>, erişim tarihi: 13.02.2019.
- Url-33**<<http://www.tepenautilus.com/>>, erişim tarihi: 12.03.2019.
- Url-34**<<http://www.arkitera.com/haber/14552/fatboy-slim-devam>>, erişim tarihi: 12.03.2019.
- Url-35**<<https://www.neoldu.com/vialand-tema-park-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti-33192h.htm>>, erişim tarihi: 12.03.2019.
- Url-36**<<http://viaport.com.tr/tr/galeri>>, erişim tarihi: 12.03.2019.

**Url-37**<<https://www.avm.gen.tr/akmerkez-avm-sinema/>>, erişim tarihi: 10.03.2019.

**Url-38**<<http://ak-asya.com.tr/2-kat/>>, erişim tarihi: 10.03.2019.

**Url-39**<<https://www.yenicagri.com/pendik-egitim-ve-arastirma-hastanesinde-cocuk-sinifi-acildi.html>>, erişim tarihi: 05.02.2019.

**Url-40**<<https://www.youtube.com/watch?v=ltQAN1LaAD4>>, erişim tarihi: 05.02.2019.



## **EKLER**

**EK A:** Anket Formu



## EK A

### ANKET

#### Kullanıcı Hakkında (Kişisel Bilgiler)

1. Yaş grubunuz aşağıdakilerden hangisidir?

- 18 yaş altı  
 18 – 25  
 26 – 35  
 36 – 45  
 46 – 55  
 55+

2. Medeni durumunuz nedir?

- Bekar  Evli

3. Cinsiyetiniz nedir?

- Kadın  Erkek

4. Eğitim durumunuz nedir?

- İlköğretim  Lise  Üniversite  Yüksek Lisans  Doktora

5. AVM yakınında mı oturuyorsunuz?

- Evet  Hayır

6. Mesleğiniz nedir?

- Ev hanımı  Öğrenci  Çalışıyor  Emekli  Diğer (Belirtiniz)

#### AVM Hakkında

7. AVM'yi ortalama ne kadar sıklıkla tercih edersiniz?

- Her gün  
 Haftada bir  
 Haftada birkaç kez  
 Ayda bir  
 Ayda birkaç kez  
 Birkaç ayda bir  
 Pek tercih etmiyorum  
 Diğer (Belirtiniz)

8. AVM'ye ulaşımınızı nasıl sağlarsınız?

- Özel aracım  
 Yaya yoluyla  
 Taksiyle  
 Toplu taşıma araçlarıyla



9. AVM'de ortalama ne kadar vakit geçirirsiniz?

- 1 saat
- 1 - 3 saat
- 4 - 6 saat
- 6'dan fazla
- Gün boyu
- Farkında değilim

10. AVM'yi tercih etme sebepleriniz nelerdir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

- Ulaşılabilir olması (konumu)
- Gezinmek, dolanmak, eğlenmek, vakit geçirmek
- Her türlü ihtiyaımı karşılaması (aradığım her şeyi bulabilmem)
- Temiz ve bakımlı olması
- Geniş, ferah dolaşım alanlarının olması
- Olumlu i mekân atmosferi
- Güvenli ve konforlu alışveriş ortamının sunulması
- Engelli kullanıcılara uygun olması
- Bünyesinde yer alan birden fazla mağaza dışında eğlence, kültürel ve sanatsal alanları ile sosyal faaliyetlere de olanak sağlaması
- Tüm aile bireyelerine hitap etmesi (her yaş grubuna hizmet vermesi)
- ocuk oyun alanları+ocuk tuvaletleri+bebek bakım odalarının bulunması
- Açık- kapalı alanlarının, peyzaj ögelerinin ve dinlenme alanlarının olması
- Araç park yeri bulma sorununun olmaması
- Olumsuz hava koşullarından etkilenmemesi
- Diğer (Belirtiniz)

11. A AVM denilince aklınıza gelenleri sıralayınız?

.....  
.....

12. AVM aşağıdaki hangi özelliklere sahiptir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Ferah	
Aydınlık	
Sakin	
Rahatlatıcı	
Erişilebilir	
Temiz	
Donanımlı/Çeşitlilik	
Konforlu	
Kullanışlı/İşlevsel	
Etkileyici iç mekân	
Düzenli	
Güvenli	
Özgün	

Boğucu	
Karanlık	
Kalabalık/Gürültülü	
Rahatsız edici	
Erişilemeyen	
Bakımsız/Havasız	
Donanımlı değil	
Konforlu değil	
Kullanışsız	
Sıradan tasarım	
Düzensiz	
Güvenli değil	
Özgün değil	

### Fiziksel Konfor Hakkında/Fiziksel Konfor Bilinci Anketi

13. Aşağıda verilen fiziksel konfor özelliklerinden hangileri mekân atmosferini olumlu etkiler? Önem sırasına göre değerlendiriniz.

	Hiç önemli değil	Önemsiz	Ne Önemli - Ne Önemsiz	Önemli	Çok önemli
Doğal aydınlatma					
Yapay aydınlatma					
Doğal+Yapay aydınlatma					
Algılanabilir plan tipi					
Yön bulma					
İç mekân tasarımı					
Peyzaj öğeleri-kent mobilyaları					
AVM'de kullanılan müzik türleri					
Gürültü-ses etkisi					
İklimlendirme havalandırma					
Ortamdaki koku					
Sirkülasyon (yatay-düşey dolaşım)					
Diğer (Belirtiniz)					

14. AVM'nin görsel konforunu (aydınlatma, renk, malzeme, mekân tasarımı vs.) nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Çekici (cazip)	
Yönlendirici	
Algılanabilir	
Gösterişli	
Renkli	
Canlı/Hareketli	
Zevkli	
Ferah	
Aydınlık	
Sakin	
Rahat	
Temiz	
Konforlu	
Kullanışlı/İşlevsel	
Düzenli	
Dengeli	

Sıradan tasarım	
Yanıltıcı	
Algılanmayan/Karışık	
Sade	
Renksiz	
Cansız/Hareketsiz	
Zevksiz	
Boğucu	
Karanlık	
Kalabalık/Gürültülü	
Sıkıcı	
Bakımsız/Havasız	
Rahatsız edici	
Kullanışsız	
Düzensiz	
Dengesiz	

15. AVM'nin işitsel (gürültü-ses) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sakin	
Normal	
Dinlendirici	
Rahatsız edici	
Huzurlu	
Fikrim yok	

16. AVM'nin işitsel (gürültü-ses-müzik) konforundan memnun musunuz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

17. Eğer AVM'de arka fonda müzik varsa, müziği nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sakin	
Normal	
Dinlendirici	
Mutluluk	
Sevinçli	
Hüzünlü	
Huzurlu	
Melankoli	
Rahatsız edici	
Fikrim yok	

18. AVM sinemasını hiç kullandınız mı?

Evet	Hayır

AVM sinemasının işitsel (hacim akustiği-ses kalitesi) konforundan memnun musunuz? (AVM sinemasını kullanmadıysanız bu soruyu geçiniz).

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

19. AVM'nin ısısal (iç ortam sıcaklığı) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sıcak	
Normal(uygun)	
Serin	
Soğuk	
Fikrim yok	

20. AVM'nin ısısal (hava kalitesi) konforunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Temiz	Normal	Havasız	Kirli	Fikrim yok

21. AVM'de kullanılan havalandırmanın (ısıtma-soğutma sistemi) üfleme hızından memnun musunuz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

22. AVM'nin ısısal (iç ortam sıcaklığı, hava kalitesi) konforundan memnun musunuz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

23. AVM'de şu an hangi duyguları hissediyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

mutlu	
neşeli	
hareketli	
canlı	
keyifli	

mutsuz	
neşesiz	
sakin	
yorgun	
keyifsiz	

24. AVM iç mekânın tasarımında (tavan-duvar-zemin) ve mobilyalarda kullanılan renklerden memnun musunuz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

25. AVM mekân (iç-dış) tasarımını nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Çekici	
Zevkli	
Etkileyici	
Algılanabilir	
Canlı/dinamik	
Başarılı	
Kullanışlı/İşlevsel	
Net/belirgin	
Aitlik hissetme	
Benimseme	
Tekrar gelme isteği uyandırması	
Özel hissettirmesi	
Diğer (Belirtiniz)	

26. AVM içerisinde yönünüzü rahatlıkla bulabiliyor musunuz?

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

27. AVM Yönlendirme tabelalarını (Resimli, yazılı, sözlü, dokunsal anlatım biçimleri) yeterli buluyor musunuz?

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

28. AVM'nin çekici alanları hangileridir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Dinlenme alanları	
Vitrinler	
Atriumları	
Meydanları	
Görsel elemanlar (aydınlatma, renk, malzeme)	
Peyzaj öğeleri-kent mobilyaları	
Sirkülasyon(dolaşım) alanları	
Diğer (Belirtiniz)	

29. AVM ortamındaki genel aydınlatma düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz (dolaşım, kullanım alanları vs.)?

Yeterli	Yetersiz	Rahatsız edici	Fikrim yok

Yüksek	Uygun	Düşük	Fikrim yok

30. AVM ortamındaki ışığın rengini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Uygun	Normal	Rahatsız edici	Fikrim yok

31. AVM'de hangi aydınlatma türünü tercih edersiniz?

Doğal	Yapay	Doğal+Yapay	Fikrim yok

32. AVM'de kullanılan aydınlatma gözünüzde parlama neden oluyor mu?

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

33. AVM'de kullanılan aydınlatma gözünüzde kamaşmaya neden oluyor mu?

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

34. AVM ortamında genel aydınlatma (düzeyi, rengi, türü) kullanımından memnun musunuz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Kısmen memnunum	Memnunum	Çok memnunum

35. AVM'de kullanılan aydınlatma sizde ne tür duygular uyandırmaktadır? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Mutluluk	
Neşeli	
Hareketlilik	
Canlılık	
Keyifli	

Mutsuzluk	
Neşesiz	
Sakinlik	
Durgunluk	
Keyifsizlik	



36. AVM'de kullanılan aydınlatmayı nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Algılayıcı	
İşlevsel	
Sınırlayıcı	
Belirleyici	
Yönlendirici	
Vurgulayıcı	
Tanımlayıcı	
Verimli	
Diğer (Belirtiniz)	

### Evrensel Tasarım Hakkında/Evrensel Tasarım Bilinci Anketi

37. Herhangi bir bedensel engeliniz var mı?

Evet  Hayır (Lütfen 46. soruya geçiniz)

38. Ne tür bir engele sahipsiniz?

Kısmi görme engeli	
Görme engeli	
Kısmi işitme engeli	
İşitme engeli	
Kısmi konuşma engeli	
Konuşma engeli	
Hareket Kısıtlılığı (tekerlekli sandalye, değnek, boyunluk vs. yardımcı eleman kullanımı)	
Diğer (Belirtiniz)	

39. Kılavuz izlerini (hissedilebilir yüzey) yeterli buluyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

40. AVM içerisinde eylemlerinizi rahat gerçekleştirebiliyor musunuz? (dolaşım-her türlü kullanım alanları vb.)

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

41. AVM'yi yalnız başınıza kullanabiliyor musunuz?

Evet  Hayır (Yardım alıyorum)

42. Engelli tuvaletlerinin ayrı olmasını mı tercih edersiniz, neden?

Evet. Çünkü,	
Hayır. Çünkü,	
Fikrim yok	

43. Engelli tuvaletlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?/memnun musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

44. Engelli otoparklarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?/memnun musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

45. AVM içerisinde yön bulmanızı sağlayan sesli telefon uygulaması (veya sesli indüksiyon sistemi) ile yönlendirilmek ister misiniz?

Evet  Hayır

46. AVM'de istediğiniz mağazaya rahat ulaşabiliyor musunuz? (erişim)

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

47. AVM'de danışmaya kolay ulaşabiliyor musunuz? (erişim)

Evet	Kısmen	Hayır	Fikrim yok

48. AVM asansörlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

49. AVM'nin herkesin (genç, yaşlı, çocuk, engelli, hamile gibi) kullanımına uygun olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

50. AVM'nin plan tipini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Rahat kullanıma sahip (yön bulmayı kolaylaştıran)	
Karmaşık, yanıltıcı (yön bulmayı zorlaştıran)	

51. Otoparktan AVM'ye rahat ulaşabiliyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

52. AVM'nin oturma ve bekleme birimleri konforlu mu? (varsa)

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

53. AVM yürüyen merdivenlerini rahatlıkla kullanabiliyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

54. AVM yürüyen merdivenlerinin tutunma bandıyla merdiven basamağı aynı hızda gidiyor mu?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

55. AVM'de asansör ve yürüyen merdivenlere rahat ulaşabiliyor musunuz?

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

56. AVM'nin ibadet alanlarını hiç kullandınız mı?

Evet	Hayır

AVM'nin ibadet alanlarını rahatlıkla kullanabiliyor musunuz? **(İbadet alanını kullanmadıysanız bu soruyu geçiniz).**

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

57. AVM'nin sinema katını hiç kullandınız mı?

Evet	Hayır

AVM sinema katını (sinema salonlarını, dolaşım alanlarını, bilet satış noktalarını vb.) rahatlıkla kullanabiliyor musunuz? **(Sinema katını kullanmadıysanız bu soruyu geçiniz).**

Evet	
Kısmen	
Hayır (Lütfen yaşadığınız sorunları, sizi zorlayan durumları belirtiniz)	

58. AVM'nin yeme-içme alanlarını nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Masa düzenleri hatalı	
Masa sayıları yetersiz	
Masa boyutları uygun değil	
Masa-sandalyeler korunaklı değil	
Kalabalık aileler için uygun değil	
Zemin döşemesi hijyenik malzeme değil	
Zemin döşemesi uygun değil	
Satış-servis tezgahlarına erişim zor	
Diğer (Belirtiniz)	

59. AVM'nin bebek bakım odalarını hiç kullandınız mı?

Evet	Hayır

AVM'nin bebek bakım odalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Kapılar rahat kullanıma uygun değil	
Oda rahat kullanıma uygun değil	
Yeterli ekipmanlara sahip değil	
Hijyenik değil	
Zemin döşemesi uygun değil	
Diğer (Belirtiniz)	

60. AVM'nin çocuk oyun alanlarını hiç kullandınız mı?

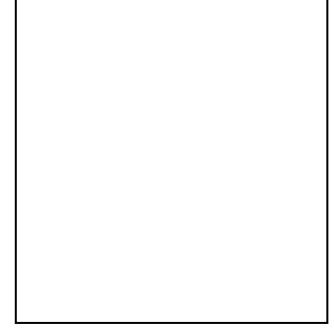
Evet	Hayır

AVM'nin çocuk oyun alanları nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz).

Rahat kullanıma uygun değil	
Yeterli ekipmanlara sahip değil	
Oyun-oturma alanı emniyetli değil	
Zemin döşemesi darbeye dayanıklı değil	
Diğer (Belirtiniz)	

## ÖZGEÇMİŞ

**Ad-Soyad** :Tuba TERECE  
**Doğum Tarihi ve Yeri** : Batman/1984  
**E-posta** :tuba\_trc@hotmail.com



### ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 2010, Selçuk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü
- **Yüksek lisans** : 2013, Beykent Üniversitesi, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimarlık Programı

### MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 2010-2011 Malva Home İç Dekorasyon Proje ve Uygulama/Batman İç Mimar ve Çevre Tasarımcısı
- 2013-2017 Dafa Mimarlık Mühendislik ve İç Mimarlık/Batman İç Mimar ve Çevre Tasarımcısı

### DOKTORA TEZİNDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

### DİĞER YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

**Aykal F. D., Baran M., Terece T.** (2017). "The Biomimetic in the Architecture", Ecology, Planning and Design, Koleva, I., Yüksel, U. D., Benaabidate, L., St. Kliment Ohridski University Press, Sofia, s.11-22.

**Köseoğlu, E., Terece, T.** (2016). "Dogville Filminde Mekân ve Algı", Koridor Kültür Sanat Edebiyat Dergisi, Ocak-Şubat: 2016, Yıl:10, Sayı:22.



