

**Kurumsal Kimlik Bağlamında İç Mekan Tasarımı
Olgusunun İrdelenmesi: Doğu Akdeniz Üniversitesi
Alan Çalışması**

Nazan Yeğen

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsüne İç Mimarlık
Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi
Mayıs 2023
Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü onayı

Prof. Dr. Ali Hakan Ulusoy
L.E.Ö.A. Enstitüsü Müdürü

Bu tezin İç Mimarlık Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarım.

Doç. Dr. Afet Coşkun
İç Mimarlık Bölüm Başkanı

Bu tezi okuyup değerlendirdiğimizi, tezin nitelik bakımından İç Mimarlık Yüksek Lisans derecesinin gerekleri doğrultusunda hazırlandığını onaylarız.

Prof. Dr. Uğur Dağlı
Tez Danışmanı

Değerlendirme Komitesi

1. Prof. Dr. Uğur Dağlı

2. Yrd. Doç. Dr. Mümüne Selen Abbasoğlu Ermiyagil

3. Yrd. Doç. Dr. Kamil Güley

ÖZ

Günümüz kapitalist düzeninde kurum başarısı için kurumsal kimlik önemli bir katkı olarak kabul edilebilir. Kurumlar, kurumsal kimlikleri aracılığı ile hedef kitle tarafından daha görünür olmayı amaçlamaktadırlar. Bu amaçla kurumlar, çeşitli araçlar kullanarak kurumsal kimliklerini hedef kitleye yansıtmaya çalışırlar ve bu araçlar arasında iç mekân tasarımı da yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak kurumların iç mekân tasarımı her zaman kurumsal kimliklerini yansıtmaya bilir ve kurumun vermek istediği imaj ile mekan kullanıcı algısı farklılaşa bilir. Bu tez, çalışmasının amacı üniversitelerin kurum kimliğini iç mekânlara aktarılması kriterlerinin geliştirilmesine yön vermektedir. Ayrıca kurumsal kimliğin iç mekâna nasıl yansıtılacağı konularında yapılacak araştırmalara katkıda bulunmaktadır.

Bu tez için alan çalışması, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin birçok farklı fakültesinin ortak derslik binası olarak kullandığı, Merkezi Derlik Binası ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Kimlik, Eğitim Kurumları, İç Mekân Tasarımı.

ABSTRACT

In today's capitalist order, corporate identity can be considered an important factor contributing to corporate success. Institutions aim to enhance their visibility among the target audience through their corporate identities. To achieve this, institutions employ various tools, with interior architecture being widely utilized. However, the interior design of institutions may not always effectively reflect their corporate identities, leading to a disparity between the desired image of the institution and the perception of the space by its users. This thesis aim to develop criteria for transferring the institutional identity of universities to interior spaces, thereby contributing to research on effectively reflecting corporate identity in the interior environment.

The fieldwork for this thesis was conducted in the Central Classroom Building, a shared facility utilized by multiple faculties of Eastern Mediterranean University.

Keywords: Corporate Identity, Educational Institutions, Interior Architecture.

TEŞEKKÜR

Bu çalıőmamda yardımlarını esirgemeyen, bana yol gösteren değerli danıőman hocam, Prof. Dr. Uğur Ulaő Dağlı'ya; tez konusu seçimimde beni ve çalıőmam süresince de beni destekleyen kıymetli arkadaşım Doç. Dr. Ceren Boğaç'a; bu tez süresinde değerli bilgilerini benimle paylaşan Doğu Akdeniz Üniversitesi üst yönetiminde görev yapan Akademik İşler 'den Sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Hasan Demirel, Öğrenci İşler 'den Sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Hüseyin Aktuğlu ve İdari ve Teknik işler 'den Sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Serhan Şensoy'a; sevgi, ilgi ve desteğini sonsuz paylaşan aileme ve son olarak sevgili oğlum ağrı Sonoğlu'na bana olan inancı ve anlayışı için,

Teőekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
1 GİRİŞ	1
1.1 Araştırma Probleminin Tanımı.....	2
1.2 Araştırmanın Amacı/Önemi	2
1.3 Araştırmanın Yöntemi.....	3
1.4 Araştırmanın Kısıtları.....	4
2 KURUM KİMLİĞİNİN KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE ÖĞELERİ	6
2.1 Kurum Kimliğinin Tanımı	6
2.2 Kurum Kimliğinin Tarihsel Gelişimi	7
2.2.1 Kurumsal Kimliğin Gelişim Dönemleri	8
2.2.1.1 Geleneksel Dönem	8
2.2.1.2 Marka Tekniği Dönemi.....	9
2.2.1.3 İkinci Dünya Savaşı Sonrası Tasarım Dönemi	10
2.2.1.4 Stratejik Dönem	11
2.3 Kurum Kimliğini Oluşturan Bütünleşik İletişim Öğeleri.....	12
2.3.1 Kurum Felsefesi.....	13
2.3.2 Kurumsal Davranış	14
2.3.3 Kurumsal İletişim	15
2.3.4 Kurumsal Tasarım	16

2.4 Kurum Kimliği Sonucunda Oluşan Kurum Kùltùrù ve Kurum İmajı.....	19
2.4.1 Kurum Kùltùrù	19
2.4.2 Kurum İmajı	20
3 KURUM KİMLİĞİNİN İÇ MEKAN TASARIM BİLEŞENLERİ: EĞİTİM YAPILARI	22
3.1 Gùrsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri	23
3.1.1 Kurumun İsmi.....	24
3.1.2 Logo ve Semboller.....	24
3.1.3 Slogan	26
3.1.4 Logo Rengi	28
3.1.5 Harf / Yazı Karakterleri.....	29
3.2 İç Mekânda Gùrsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri.....	30
3.2.1 Renk.....	31
3.2.2 Malzeme	37
3.2.3 Doku	40
3.2.4 Işık	42
3.2.5 Mobilya.....	46
3.3 İç Mekânda Ana Fikir (Konsept) Tasarım Yaklaşımının Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri.....	48
4 ALAN ÇALIŞMASI.....	51
4.1 Çalışmanın Yùntemi	51
4.2 Çalışma için Doğu Akdeniz Ùniversitesinin Seçim Nedeni, Tarihçesi ve Kurum Kimliği	58

4.3 DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL Derslikleri).....	63
4.4 Mevcut Durum Tespiti	66
4.5 Bulgular ve Öneriler.....	67
4.5.1 Görsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler	67
4.5.1.1 Kurum İsmi ve Logo.....	67
4.5.1.2 Slogan.....	67
4.5.1.3 Logo Rengi ve Yazı Karakterleri	67
4.5.2 Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler	69
4.5.2.1 Renk Kompozisyonu.....	70
4.5.2.2 Malzeme.....	71
4.5.2.3 Zemin Kaplama Malzemeleri.....	71
4.5.2.4 Duvar Kaplama Malzemeleri	73
4.5.2.5 Tavan Malzemeleri Kullanımı	73
4.5.2.6 Doku Seçimi ve Kullanımı.....	74
4.5.2.7 Mobilya ve Donatılar	75
4.5.2.8 Işık.....	76
4.5.3 İç Mekânda Ana fikir (Konsept) Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler	81
5 SONUÇ	84
KAYNAKLAR	87
EKLER.....	96
Ek 1:Rektör Yardımcısı Sorular.....	97
Ek 2: 1. Anket Hüseyin Aktuğlu	98

Ek 3: 2. Anket Serhan Şensoy	107
Ek 4: 3. Anket Hasan Demirel	118
Ek 5: Daü Kurumsal İç Mekan Tasarımı Değerlendirme Formu.....	125

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1: Araştırma Yöntemi Akış Şeması	4
Şekil 2.1: Kurum Logosunun ve Yazısının Şirket Binası Üzerine İşlenmesi (a) (Kaynak: https://stringfixer.com/tr/AEG_turbine_factori , 2022) (b) (Kaynak: https://stringfixer.com/tr/AEG_turbine_factory , 2022)	9
Şekil 2.2: Kuruluşların İşaretle Sembolize Edilmesi (a) (Kaynak: https://www.mercedes-benz.com.tr/ , 2022) (b) (Kaynak: https://www.bmw.com.tr/ , 2022) (c) (Kaynak: https://www.opel.com.tr/ , 2022) (d) (Kaynak: https://www.ford.com.tr/ , 2022)	10
Şekil 2.3: Braun Şirketinin Kurumsal Kimliği (a) (Kaynak: https://www.elektrikci724.com/braun-markasinin-tarihcesi-max-braun-kimdir/ , 2022) (b) (Kaynak: https://www.elektrikci724.com/braun-markasinin-tarihcesi-max-braun-kimdir/ , 2022).....	11
Şekil 2.4: Stratejik Dönem Öncesi ve Sonrası Kurum Kimliği Oluşumu.....	12
Şekil 2.5: Kurumsal Kimlik Öğeleri (Margulies, 1977; Olins, 1989; Anson, 2000). 13	
Şekil 2.6: Kurum Felsefesi.....	13
Şekil 2.7: Kurumsal Davranış	14
Şekil 2.8: Kurumsal İletişim	15
Şekil 2.9: Kurumsal Tasarım.....	17
Şekil 2.10: Kurum Kimliği ve Kurum Kültürü Arasındaki İlişki	20
Şekil 2.11: Kurum Kültürü, Kurum Kimliği ve Kurum İmajı Arasındaki İlişki.....	21
Şekil 3.1: Kurum Kimliğinin Yansıtıldığı Kurumsal İç Mekanların Desteklediği	22

Şekil 3.2: Kurum İsminin Kullanımı, İstanbul Kültür Üniversitesi Ataköy 2 Yerleşkesi. (https://www.mimarizm.com/mimari-projeler/egitim/istanbul-kultur-universitesiatak-2-yerleskesi_128486 , 2022)	24
Şekil 3.3: Logo Kullanımı. Marmara Üniversitesi Göztepe Kampüsü Prof. Dr. Orhan Oğuz Kütüphanesi. (https://www.yapikatalogu.com/proje/egitim-yapilari-12 , 2022)	25
Şekil 3.4: Logo Kullanımı. TED Üniversitesi C-D-E-F-G-H Derslik Blokları. (http://www.arkiv.com.tr/proje/ted-universitesi-c-d-e-f-g-h-bloklari-ic-mekantasarimi/8894 , 2022)	26
Şekil 3.5: Görsel Kimliğin Bileşenlerinden Slogan. (https://www.ox.ac.uk/ , 2022). 27	
Şekil 3.6: Görsel kimliğin Bileşenlerinden Slogan. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. (http://www.arkiv.com.tr/proje/es-lab/7823 , 2022)	27
Şekil 3.7: Logo Rengi Kullanımı. İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Binası. (https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu , 2022)	28
Şekil 3.8: Logo Rengi Kullanımı. TED Üniversitesi C-D-E-F-G-H Derslik Blokları Binası. (http://www.arkiv.com.tr/proje/ted-universitesi-c-d-e-f-g-h-bloklari-ic-mekan-tasarimi/8894 , 2022)	29
Şekil 3.9: Harf/Yazı Karakterleri Kullanımı. İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Binası. (https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu , 2022)	30
Şekil 3.10: İç Mekânın Algısını Etkileyen Tasarım Öğeleri. (Cordan sf.7, 2011, Yapı Dergisi).....	31

Şekil 3.11: Sıcak Renk Kullanımı. ODTÜ KK Kampüsü Kal TEV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/ , 2022).....	33
Şekil 3.12: Soğuk Renk Kullanımı. MEF Üniversitesi Kütüphanesi. (https://www.nenerede.com.tr/ilan/mef-universitesi-kutuphanesi-2/ , 2022)	34
Şekil 3.13: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı (https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html , 2022).....	35
Şekil 3.14: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ), ArchLabs: PCLab. (https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html , 2022)	36
Şekil 3.15: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. ODTÜ ArchLabs: FabLab Mimarlık Fakültesi Üretim Laboratuvarı. (https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html , 2022).....	37
Şekil 3.16: Farklı Malzemelerin Birlikte Kullanımı. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. Projesi. Çekmeköy, İstanbul. (http://www.arkiv.com.tr/proje/es-lab/7823 , 2022)....	38
Şekil 3.17: Farklı Malzemelerin Birlikte Kullanımı. ODTÜ KalTeV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/ , 2022).....	39
Şekil 3.18: Doku Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı. (https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html , 2022).....	41
Şekil 3.19: Doğal Işık Kaynağının Kullanımı. ODTÜ ArchLabs: FabLab. Mimarlık Fakültesi üretim laboratuvarı.(https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html , 2022)	43

Şekil 3.20: Doğal Işık Kaynağının Kullanımı. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. (https://www.arkitera.com/proje/ozyegin-universitesi-es-lab/ , 2022)	44
Şekil 3.21: Yapay Aydınlatma Kaynağının Kullanımı. ODTÜ Teknokent BİLİM. Bilişim İnovasyon Merkezi. (https://www.arkitera.com/proje/odtu-teknokent-bilim/ , 2022)	45
Şekil 3.22: Bekleme Köşesi Mobilyası. İstanbul Kültür Üniversitesi (İKÜ) Basın Ekspres Yerleşkesi, Eğitim ve Kültür Yapıları (https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu , 2022)	47
Şekil 3.23: Bekleme Köşesi Mobilyası. ODTÜ Kal TEV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/ , 2022).....	48
Şekil 3.24: İç Mekânda Ana Fikir (konsept) Tasarımı. İKÜ Basın Ekspres yerleşkesi (ArchIST Awards For Interior Design). (https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu , 2022)	49
Şekil 4.1: Görüşme Analiz Tablosu	53
Şekil 4.2: DAÜ Kurumsal İç Mekan Tasarım Değerlendirme Formu	55
Şekil 4.3: Yöntem Tablosu.....	58
Şekil 4.4: Geçmişten Günümüze DAÜ Logo ve Sloganları (Doğu Akdeniz Üniversitesi Basın Yayın Müdürlüğü Arşivi)	62
Şekil 4.5: Doğu Akdeniz Üniversitesi Kampüsü	64
Şekil 4.6: Merkezi Derslik Kat Planı	65
Şekil 4.7: Yönlendirme Panoları. DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL Derslikleri)	68
Şekil 4.8: Görsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu.....	69
Şekil 4.9: Bina Geneli Renk Kompozisyonu	70

Şekil 4.10: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları PVC Kullanımı.	71
Şekil 4.11: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Lamine Parke Kullanımı	72
Şekil 4.12: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Mermer ve Granit Seramik Kullanımı	72
Şekil 4.13: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Duvar Yüzeyi Boya Kullanımı	73
Şekil 4.14: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Tavan Malzemesi (Taş Yünü) Kullanımı	73
Şekil 4.15: Merkezi Derslik Binası Derslik İç Mekân Mobilyası Kullanımı.....	75
Şekil 4.16: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Bekleme Alanları Mobilya Kullanımı	76
Şekil 4.17: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Kıbrıs Kültürünü Bekleme Alanı Mobilya Kullanımı.....	76
Şekil 4.18: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Dersliklerde ve Amfilerde Pencere Kullanımı	77
Şekil 4.19: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Tepe Penceresi Kullanımı	78
Şekil 4.20: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Aydınlatma Elemanları Kullanımı	79
Şekil 4.21: Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu.....	80
Şekil 4.22: Merkezi Derslik (CL) İç Mekân Odak Noktası ve Sergi Alanı	81
Şekil 4.23: Merkezi Derslik Binası Amfi Karşısı Koridor Bekleme Alanları	82
Şekil 4.24: İç Mekânda Ana Fikir (Konsept) Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu.....	83

Bölüm 1

GİRİŞ

Kapitalist ekonomik düzende kurumsal kimlik, kurum başarısı için önemli bir katkı olarak kabul edilebilmektedir. Bu anlamda kurumların, müşterilerine artı değer sunabilmeleri, onların gözünde daha görünür olabilmeleri ve pozitif bir imaj oluşturabilmeleri için kurum kimliğini iyi oluşturmaları gerekmektedir.

Kurumsal kimlik ile önemli bir ortak paydaşı bulunan bir yapı bütünü de üniversite yerleşkeleridir. Üniversitelerin temel amacı eğitim ve uygulamalı araştırma, akademik personelinin profesyonel gelişimine yardımcı olma ve öğrencilerin kişisel gelişimine odaklanmak olsa da bir diğer amacı hedef kitlelerine daha görünür ve daha akılda kalıcı etkiyi arttırabilmek adına kurumsal kimlik edinme anlayışını geliştirmektedir (Reed, 2004).

İçinde bulunduğumuz dönemde üniversitelerin genel olarak ortak hedefinin ihtiyaç duydukları kitleyi kendi bünyesine katabilmek olması, üniversiteler arasında bir rekabet ortamı yaratmıştır. Dolayısıyla, özellikle tercih edilirlilik ve devamlılık yarışı ile karşı karşıya kalan üniversiteler, rekabet içerisinde kurum kimliğinin güçlü bir kaynak olduğunun önemini kavramışlardır (Melewar ve Akel, 2005).

Bu amaçla kurumlar çeşitli araçlar kullanarak kurumsal kimliklerini müşterilerine yansıtmaya çalışmakta ve bu araçlar arasında iç mekân tasarımını da yaygın olarak kullanmaktadırlar.

Kurumsal kimliğin fiziksel olarak görünür olabilmesi için mekâna ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da kurumsal kimliğin biçimlenişinde kurumun iç mekân

tasarımının önemini ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmada “kurumsal kimlik ve iç mekân tasarımı arasında nasıl bir ilişki olduğu ve kurum kimliği iç mekâna nasıl yansıtılır?” sorusuna cevap aramaktadır.

1.1 Araştırma Probleminin Tanımı

Kurumsal kimlik, bir kurum veya markanın kim olduğunu hedef kitleye yansıtmayı amaç edinmektedir. Kurum kimliğinin önemi, uzun bir süredir tüm kurumlarda olduğu gibi yüksek öğretimde de ele alınmakta, mekânsal bağlamda ise bu olgunun, kuruma önemli ölçüde tanınırlık ve akılda kalıcılık sağlamakla da ilişkili olduğu vurgulanmaktadır. Son dönemlerde Türkiye’de ve dünyada birçok üniversite, iç mimarlığın kurumsal kimlik oluşumunun önemli bir bileşeni olduğu üzerine çeşitli akademik çalışmalar yapmıştır. Ancak Doğu Akdeniz Üniversitesi kurumsal kimliğinin iç mekânlarda, kurumun gelişimini olumlu yönde etkileyecek şekilde nasıl geliştirilebileceği konusunda henüz yapılmış bir çalışma bulunmamaktadır. 1979 yılında Yüksek Teknoloji Enstitüsü olarak birkaç bina ile kurulan Doğu Akdeniz Üniversitesi, kısa bir zaman içinde süratle gelişerek büyük bir kampüs yapısına ulaşmıştır. Bu tezin yazarı 2003 yılından beri üniversite de proje işleri müdürlüğün de görev yapmaktadır ve bu hızlı gelişim sürecini yakından takip etmiştir. Bu anlamda bu hızlı gelişim ile farklı dönemlerde inşa edilen fakülte, aktivite, derslik, kütüphane gibi binalarda gerçekleştirilen çeşitli tadilat ve çalışmalara rağmen, hala daha kurum kimliğini yansıtan ortak bir iç mekân kimliğinin oluşamadığının gözlemlendiği vurgulanabilir.

1.2 Araştırmanın Amacı/Önemi

Kurum kimliği hakkında bilimsel çalışmalar yapılmasına rağmen iç mekân tasarımı ile ilişkileri üzerine geliştirilen kriterlere; özellikle de üniversite yapıları üzerinde geniş kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda tez çalışmasının

amacı üniversitelerin kurum kimliğini iç mekânlara aktarılması kriterlerinin geliştirilmesine yön verici bir özelliğe sahip olmaktır. Ayrıca Doğu Akdeniz Üniversitesi'ndeki kurum kimliğinin öğrenci kullanımındaki iç mekânlara yansıtılma kriterlerini tartışmaya açmak ve kurum imajının gelişimine katkıda bulunacak öneriler geliştirmektir.

1.3 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada literatür taraması, mekân analizi ve yapılandırılmış görüşme gibi nitel veri toplama araçları kullanılmıştır. Bulgular için mekân analizi kullanılırken, öneriler kısmında ise literatür araştırmalar ve yapılandırılmış görüşme sonucu elde edilen verilere dayanılarak oluşturulmuştur. Bu araştırmanın mekân analizi için Doğu Akdeniz Üniversitesi Merkezi Derslik (CL derslikleri) seçilmiştir.

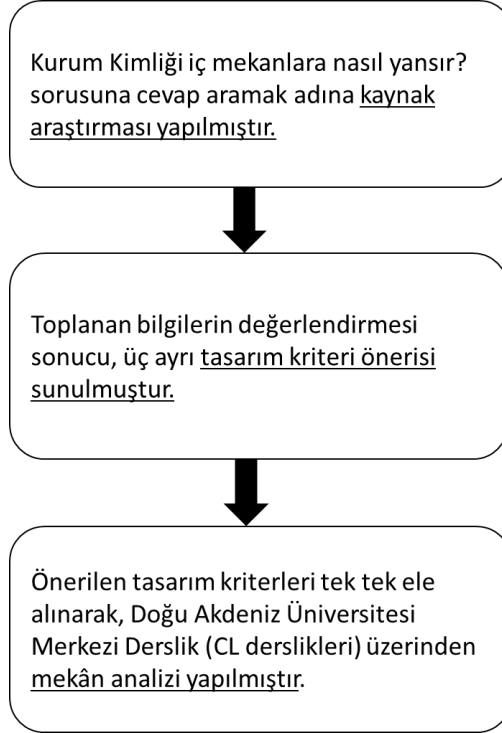
- Birinci adım; kurum kimliği iç mekanlara nasıl yansır? sorusuna cevap aramak adına kaynak araştırması yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde, kurum kimliğinin kavramı, tarihsel gelişimi ve öğeleri başlığı kapsamında literatür taraması yapılmıştır.

- İkinci adım; kurumun kimliğinin iç mekanlara yansıtılmasına yönelik toplanan bilgilerin değerlendirmesi sonucu üç ayrı tasarım kriteri önerisi sunulmuştur.

Kurumsal kimliğin iç mekanlara yansıtılması için önerilen ilk tasarım yöntemi olarak kurumun; kurumsal görsel kimliğini oluşturan bileşenlerin kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakterinin fiziksel olarak iç mekâna yansıtılması önerisidir. Önerilen ikinci tasarım yöntemi olarak kurumsal kimliği Mekân sallaştırmak için iç mekânda görsel algıyı kullanarak mekân içinde istenen etkiyi vurgulayabilir veya akılda kalacak bir tasarım yaklaşımı oluşturulabilir olabilmesidir. Bunun için iç mekânda görsel algıyı destekleyen (renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık) tasarım öğelerinin kullanılmasıdır. Üçüncü tasarım önerisi ise kurumun kurumsal

kimliğini tam olarak anlamak ve hedef kitleye vermek istediği imajı benimseyip ana fikir / konsept yansıtılmış iç mekân tasarımları oluşturma bilmektir.

• Üçüncü adım ise önerilen tasarım kriterleri tek tek ele alınarak Doğu Akdeniz Üniversitesi Merkezi Derslik (CL derslikleri) üzerinden mekân analizi yapılabilmesi için veri analiz tablosu oluşturularak mekân analizi yapılmıştır.



Şekil 1.1: Araştırma Yöntemi Akış Şeması

1.4 Araştırmanın Kısıtları

Üniversite yapılarında şüphesiz kampüs tasarımı da önem kazanmaktadır. Kampüs tasarımı üniversite kurumundaki personelin ve öğrencisinin verimlilik ve memnuniyetini sağlayacak şekilde; tüm mimari yapıların (fakülte, aktivite, derslik, kütüphane gibi önemli binaların) mimari tasarımını içine almaktadır. Bu sebeple kurumsal kimlik açısından üniversite kampüsündeki binaların, dış yapıları açısından bir dil bütünlüğü olması gerektiği bu çalışmada bahsedilse de çalışmanın kapsamı dışındadır.

Bu tezde, Türkiye'deki üniversiteler üzerinden kurumsal kimlik yansıtan iç mekân örnekleri kullanılmıştır. Bu örnekler Türk mimarların tasarladığı ve iç mekân tasarımında ödül almış eğitim yapıları seçilmiştir. Türkiye'de mimarlık alanında faaliyet gösteren önemli yayınlar arasında olan Arkitera ve Yapı dergisinde 2016 ve 2020 yılları arasında yayınlanmış eğitim yapıları başlıklı çalışmalar değerlendirilmiştir.

Çalışmada mekân analizi için üniversitenin tüm bina iç mekanlarının kurum kimliğini yansıtması beklentisi açısından gerekli görülse de üniversitenin Merkezi Derslikler Binası (CL derslikleri) dışındaki yapılar çalışma dışı bırakılmıştır. Analiz için seçilen Merkezi Derslikler Binası farklı bölümlerden öğrencinin bulunduğu bir merkez özelliği taşıması sebebi ile seçilmiştir.

Ayrıca yapılandırılmış görüşme çalışmasında üniversitenin tüm paydaşların (öğrenci, mezun, akademik ve idari personel) görüşleri oldukça önemlidir. Ancak çalışmada, üniversitenin üst yönetimi tüm üniversitenin görüşlerini temsil ettiği varsayımı ile diğer paydaşlar çalışma dışında bırakılmıştır.

Bölüm 2

KURUM KİMLİĞİNİN KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE ÖĞELERİ

Bu bölümde, çalışmanın ana konusu olan ‘Kurum Kimliği’, kavramsal çerçevesi, tarihsel gelişimi ve yapısal öğeleri ile ele alınarak incelenmiştir.

2.1 Kurum Kimliğinin Tanımı

Kimlik kavramı bir bireyi tanımlarken ne kadar önemliyse, kurumun tanınırlığını ortaya koyarken de o kadar önemlidir. Mussen’e göre (1996), “Kimlik, bireyin kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri olarak belirli ölçüde tutarlılık gösteren, kendine sadık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren, bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik zihinsel yapı” olarak tanımlanmaktadır.

Kurum kimliği ise bireysel kimlikten farklı olarak bir kurumun kimliğini ifade etmekte; kurum çalışanlarının davranışları, iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurlarından oluşmaktadır (Bilgin, 1995). Eichenauer’e göre (1994) kurum kimliği, bir kurumun ortak görünümünü tanımlamakta ve ortak görünümünü tanımlamak için ise iletişim stratejileri oluşturmaktadır. Kısacası kurumlar kendilerini ifade ederken kullandıkları iletişim stratejileri, kurumun belirgin şekilde kurum kimliğini ortaya koymaktadır. Olins’e göre (1990) bir kurumun ‘Kim olduğunun, Ne yaptığını, Nasıl yaptığını?’ kapsayan sorulara yanıt bulması, kurumun tanınırlığını ortaya koymaktadır.

Douglas ve Craig, (1995) kurumsal kimliğin, kurumun rakipleri arasından sıyrılmasını, başka bir deyişle fark edilmesini sağladığını vurgulamaktadır. Genel anlamıyla tanımlamak gerekirse kurumsal kimlik bir kurumun kendisini nasıl gördüğü ve diğerleri tarafından nasıl görünmek istendiği olarak ifade edilebilir (Aydın,1998). Bu anlamda kurum binası ve iç mekân tasarımı, kurumsal kimliğin görsel biçimlenişinde etkili rol oynamaktadır.

2.2 Kurum Kimliğinin Tarihsel Gelişimi

İnsanın toplum içinde diğer insanlarla birlikte yaşamaya başlamasıyla, kendisini bir kimlik ile ifade etme ihtiyacı doğmuştur. Bu bakımdan kurum kimliğinin izlerine ilk kez 1700'lü yıllarda, orta çağ döneminde; soyluların, kralların ve şehirlerin kullandıkları armalarda ve orduların üniformalarında rastlanmaktadır (Okay, 2013). Ancak 1950'lerde sanayileşme, üretim ve ticaretin gelişimi ile kurum kimliği ilerleme göstermiş ve sonrasında kurum kimliği, stratejik bir araç olarak tanımlanmıştır. Çağdaş işletmeler kendilerini diğerlerinden ayırmak ve akılda kalabilmek için; kendilerine özgü olarak kurumsal ifadeleri için logolar, renkler, davranış politikaları ve iletişim yöntemleri belirlemişlerdir. Kurum kimliği günümüzdeki durumuna gelene kadar ise birçok parametrenin etkisi altında kalmış ve dönemsel olarak farklılıklar göstermiştir. Kurumsal kimliğinin gelişim dönemlerini, farklılaşma nedenlerine bağlı kalarak dört dönem altında incelemek mümkündür. (Okay, 2013):

Geleneksel Dönem: Birinci Dünya Savaşı Sonları (1914-1918)

Marka Tekniği Dönemi: Dünya Savaşları arası Dönem (1918 – 1939)

İkinci Dünya Savaşı Sonrası Dönem-Tasarım Dönemi: İkinci Dünya Savaşı Sonrası (1945/1950-1970'li yıllar)

Stratejik Dönem: (1970'li yılları-günümüz)

2.2.1 Kurumsal Kimliğin Gelişim Dönemleri

2.2.1.1 Geleneksel Dönem

Geleneksel dönemde kurum kimliğini belirleyen ana unsur, kuruluşun sahibinin veya kurucusunun kim olduğuydu. Müşteri hizmeti ve personel politikaları, ile ilgili sahibinin kişisel kararıyla; kısacası kurumla ilgili tüm yönetim ve tasarım kararlarını kurucu almakta; hatta mimari, grafik ve ürün tasarımcılarını da kurucu (yönetici) seçmekteydi. Bu yaklaşıma bağlı olarak kurumsal kimliğin geleneksel dönemi Birinci Dünya Savaşı sonuna kadar devam etmişti. (Şahin, 2017).

Geleneksel döneme örnek olarak Alman AEG firması verilebilir. (Şekil 2.1). Firma çok yönlü bir tasarımcı olan mimar Peter Bahrens ile çalışmıştır. Peter Bahrens (14 Nisan 1868 – 27 Şubat 1940) dönemlerinde yaşamış; dünyanın ilk büyük endüstriyel tasarımcısı ve kurumsal kimliğin babası olarak bilinmektedir. Behrens 1907 yılında, AEG markasının binaları, ürünleri, logosu ve reklamlarında ortak bir kimlik profili oluşturması için görevlendirilmiştir. Bu bakımdan AEG kurumu bir tasarımcıya görsel kimlik oluşturması için görev veren ilk kuruluş ve dönemin önemli ilk örneğidir.

Peter Bahrens 1909'da mimari alanda, AEG kurumu için tasarladığı cam perde duvarlı türbin fabrikası kompleksi o dönemin mimarlık açısından önemli bir yaklaşımdır. Fabrika yapısında, türbin makinelerine benzeşim kurularak çelik, cam ve beton kullanılmıştır. Behrens'in grafik tasarım konusundaki kurumsal kimlik çalışmaları ise amblem, logo, broşür, kataloglar, basın ilanları, afişler, ambalajlar, kırtasiye malzemeleri ve 'Behrens kursiv yazısı' gibi tipografik konularında tasarım yaklaşım oluşturmuş ve görsel kimlikte bütünlük sağlamıştır. Kurum logosunu ve yazısını şirket binasının üzerine işletmesi de buna bir örnektir.



(a)1909-10'da inşa edilen Türbin Fabrikası



(b)Turbine Binası, Gable'da AEG Logosu ve Yazısı.



Şekil 2.1: Kurum Logosunun ve Yazısının Şirket Binası Üzerine İşlenmesi (a) (Kaynak: https://stringfixer.com/tr/AEG_turbine_fabriki, 2022) (b) (Kaynak: https://stringfixer.com/tr/AEG_turbine_factory, 2022)

2.2.1.2 Marka Tekniği Dönemi

Kurumsal kimliğin marka tekniği dönemi, birinci ve ikinci dünya savaşı arasındaki dönemi kapsamaktadır (Şahin, 2017). Bu dönemde dünya genelinde sömürgecilik hakimdi. Bazı uluslar, himayelerindeki ülkelerde bir bütünlük oluşturmak amacıyla semboller, değişik görsel ifadeler icat edilerek kimlikler yaratmışlardır. Tüm bu uluslararası tutum ve yaklaşımlar o dönemde ki kurumları da etkilemiştir.

Kuruluşun kimliği, ürünün markası aracılığı ile iletmeye çalışılmıştır. Belirli semboller aracılığı ile desteklenen marka isimleri ve ürünler, kurumdan bağımsız şekilde ortaya çıkmaktaydı (Okay, 2013). Bu dönemde, marka kimliğinin başarısı ile kurum kimliğinin başarısı aynı anlama gelmekteydi.

Dönemin öne çıkan özelliği kuruluşların işaretlerle sembolize edilmesidir. Bu döneme örnek otomobil kuruluşları verilebilir. Örnek olarak Mercedes Benz, BMW, Opel, Ford gibi büyük otomobil kuruluşlarının işaretleri sayılabilir.



(a) Mercedes- Benz



(b) BMW



O P E L
(c) Opel



(d) Ford

Şekil 2.2: Kuruluşların İşaretle Sembolize Edilmesi (a) (Kaynak: <https://www.mercedes-benz.com.tr/>, 2022) (b) (Kaynak: <https://www.bmw.com.tr/>, 2022) (c) (Kaynak: <https://www.opel.com.tr/>, 2022) (d) (Kaynak: <https://www.ford.com.tr/>, 2022)

2.2.1.3 İkinci Dünya Savaşı Sonrası Tasarım Dönemi

İkinci dünya savaşı sonrası gelişen uluslararası pazarların hızla büyümesi ve birçok kuruluşun bu pazarda kendini kabul ettirme çabası ile, Amerika ve İngiltere’de kurulan ve uluslararası faaliyet gösteren kurum tarafından kurum kimliği geliştirilmiş ve korunmuştur. Kurumların tasarım danışmanlarının oluşturduğu programları uygulayarak, grafik tasarım alanında tipografiye ve endüstriyel tasarım alanında da ürün tasarımına önem vermişlerdir. Ayrıca tipografi ve ürün tasarımı ile kurumsal kimlik çalışmalarını başarı ile sürdürmüşlerdir (Okay, 2013).

Dönemin önemli örnekleri IBM, Westinghouse, Ford, General Motors, Xerox, Braun, Deutsche Lufthansa, Audi, Avis, Viessman gibi kurumlar, bu dönemde kimlik oluşturma çabasına girmiştir. Bunlar arasında kurumsal kimliği ile öne çıkan Braun şirketi Frankfurt Main’de 1921’de Max Braun tarafından kurulmuştur. Tüketici tarafından kabul gören şirket, 1934 yılında ortada yuvarlatılmış ve yükseltilmiş A harfi ile birlikte Braun logosunu oluşturmuştur. İkinci dünya savaşı sonrası şirket diğer şirketler gibi yeniden oluşuma gitmiştir. Ürünlerinde modern bir arayışa giden şirket, dönemin endüstriyel tasarımcısı Wilhelm Wagenfeld ile çalışmaya başladı; aynı zamanda antetli kağıtlardan reklama kadar tüm iletişim ortamları yeniden tasarlanmıştır. Böylece Braun şirketi için bir “kurumsal kimlik” yaratılmıştır.



(a) Braun logosu;

(b) 1921, Braun şirketi Frankfurt Main.

Şekil 2.3: Braun Şirketinin Kurumsal Kimliği (a) (Kaynak: <https://www.elektrikci724.com/braun-markasinin-tarihcesi-max-braun-kimdir/>, 2022) (b) (Kaynak: <https://www.elektrikci724.com/braun-markasinin-tarihcesi-max-braun-kimdir/>, 2022)

2.2.1.4 Stratejik Dönem

Stratejik dönem, 1970'li yılların sonundan günümüze kadar süren dönemdir. Bu dönemde kurum kimliği stratejik bir araç olarak tanımlanmaktadır. Stratejik yönelimle birlikte kurumlar kapsamlı bir kurum kimliği anlayışını benimsemişlerdir. Kurum kimliğini iletmek için sadece görsel tasarım değil onun dışında çok farklı yöntemlerle ilgilenilmeye başlanmıştır. Bu dönemde reklam ajansları faaliyet göstermeye başlamıştır. Sanatla ilgili ekonomi yazarları da bu konuda yaptıkları çalışmalarla farkındalık sağlamışlardır. Bu dönem genel olarak olumlu karşılansa da Glöckler'e göre (1995) ise, kurumsal kimlik adına yalnızca imaj oluşturarak başarısız kampanyalar yapılmıştır.

Aynı zamanda bu dönemde kurumsal kimlik, tasarımının temelini oluşturan görsel yapının oluşturulması yanında kurumun felsefesini yansıtması açısından da önem kazanmıştır. Yani kurum kimliği, ortak davranış ve buna uygun iletişim yöntemleri ile kurum imajının, kurumun görünümü ile uyumlu olmasını sağlama çabası içine girmiştir. Kısacası kurumsal kimlik ve kurumsal imajın birbirini desteklediği görülmektedir (Uzoğlu, 2001). Stratejik yönelimle birlikte kurumlar bütüncül bir kurum kimliği anlayışını benimsemişlerdir.

Bu dönemin en büyük özelliği Stratejik dönem öncesi kurumlar kimlik oluştururken sadece kurumsal tasarım öğelerinden yararlanırlardı. Fakat Stratejik dönem ve sonrasında kurumlar, kurum felsefesi etrafında şekil alan; Kurumsal Davranış, Kurumsal İletişim ve Kurumsal Tasarım öğelerinin tümünü ele alıp, hedef kitle üzerinde bütünsel algı diğer bir deyişle imaj oluşturmayı hedef edindiler. (Şekil 2.4)

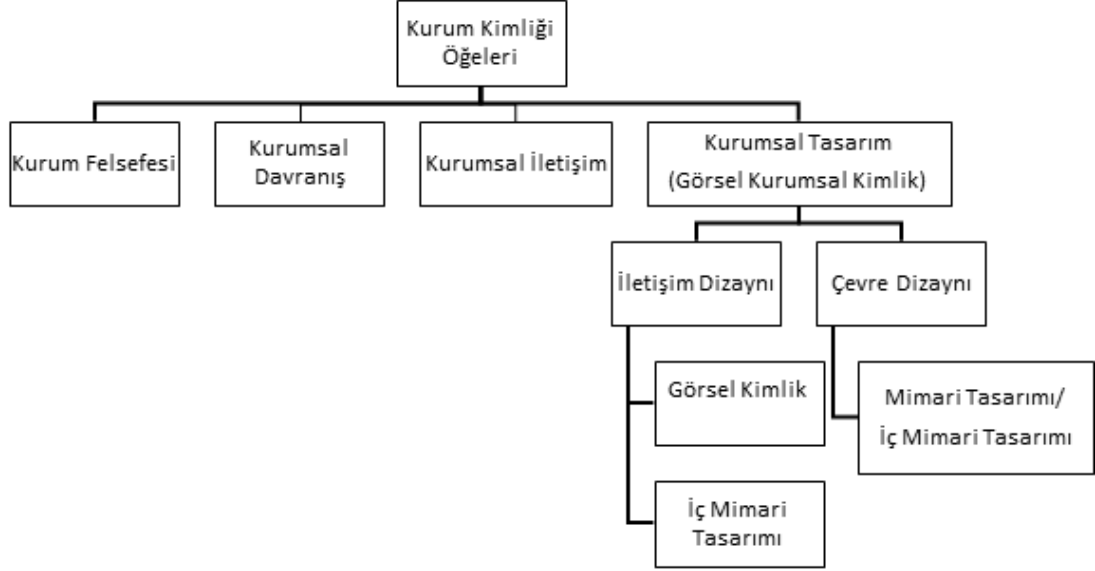
STRATEJİK DÖNEM ÖNCESİ: KURUMSAL TASARIM	STRATEJİK DÖNEMDE: KURUMSAL FELSEFE VE KURUMSAL TASARIM
<p>GRAFİK TASARIM YAKLAŞIMI: Kurumun amblemi, Logosu, Rengi ve Yazı karakterleri.</p> <p>MİMARİ VE MEKANSAL TASARIM YAKLAŞIMI: Mimari ve İç Mimari kimlik.</p> <p>DİĞER TASARIM YAKLAŞIMLARI: Üniformalar, Aksesuarlar, Işık, Ses ve Koku.</p>	<p>FELSEFE YAKLAŞIMI: Kurumun Değer, Tutum, Norm, Amaç ve Tarihi. Kurumun Vizyonunu, Hedefleri, Stratejileri Politikaları Faaliyet planları.</p> <p>TASARIM YAKLAŞIMI: Kurumsal Davranış, Kurumsal İletişim ve Kurumsal Tasarım.</p>

Şekil 2.4: Stratejik Dönem Öncesi ve Sonrası Kurum Kimliği Oluşumu

2.3 Kurum Kimliğini Oluşturan Bütünleşik İletişim Öğeleri

Uzoğlu (2001)'na göre kurum kimliği bütünleşik iletişim olarak ele alınmazsa yeterli etkiyi sağlayamaz. Genellikle kurum kimliği denince görsel tasarım ve görsel imaj akla gelir. Bunlar da firmanın logosunda kullandığı renkler ve amblemdir. Sadece görsel unsurlar kurum kimliği oluşturmada tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda kurum kimliğini oluşturan diğer öğeler de tek başına kurum kimliğini ifade etmede yeterli olmaz. Bu anlamda kurumsal kimlik; kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim ve kurumsal tasarım (Görsel Kurumsal Kimlik) unsurlarından meydana gelmektedir. (Şekil 2.5). Bu unsurların da bir işletme veya kuruma özgün bir

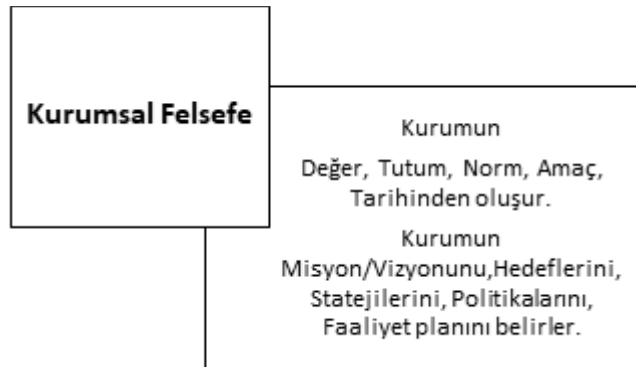
yaklaşım ile kullanılması, başarılı bir kurum kimliğini oluşturma potansiyelini taşımaktadır (Okay, 2013).



Şekil 2.5: Kurumsal Kimlik Öğeleri (Margulies, 1977; Olins, 1989; Anson, 2000)

2.3.1 Kurum Felsefesi

Kurum felsefesi, kurumun temel kurallarından ve yönetim temellerinden ortaya çıkmış, çalışma prensipleridir ve bunlar kurum kimliğinin özünü oluşturmaktadır. (Şekil 2.6).



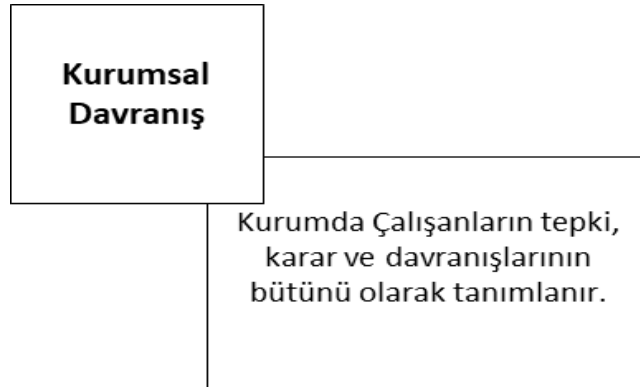
Şekil 2.6: Kurum Felsefesi

Kiessling ve Spannagl'a göre (1996), kurum felsefesi kurumun değerlerinden, tutum ve ilkeleri yanında, misyon ve vizyonundan bahsetmekte ayrıca kuruluş tarihi ile de ilişki kurmaktadır. Kurumun ahlaki değer ve etik tutumunu ortaya koymakta; dolayısıyla kurum kimliğinin diğer unsurlarının temelini oluşturmaktadır (Kaya, 2006).

Kurum felsefesi kurum içinde çalışanların motivasyonlarını artırıp, kuruma güven duymasını ve kurumla bütünleşmesini, ayrıca kuruma kendini hedef kitleye açıklama imkânı sağlamaktadır.

2.3.2 Kurumsal Davranış

Kurumsal davranış kurumda çalışanların tepki, karar ve davranışlarını belirlemekte, çalışanları kurum ile bütünleştirmektedir (Kaya, 2006) (Şekil 2.7).



Şekil 2.7: Kurumsal Davranış

Birkigt, Stadler ve Funck'a (1993) göre kurumsal davranış, kurumsal kimliğin en önemli ve etkili aracını oluşturmaktadır. Kurumsal davranış, çalışanların kurum içindeki pozisyonuna göre hedef kitleye ve çalışanlar arasında gösterilmesi gereken davranış biçimidir. Kurumlar, çalışma prensipleri, sorumluluk ve faaliyet alanlarına göre kararlar almakta; alınan kararlar doğrultusunda çalışanlara karşı belirli bir tutum sergilemektedirler. Kurumlarda yöneticinin aldığı kararlar ya da çalışanların

yöneticilerine karşı sergilediği tutum da kurumsal davranış içerisinde değerlendirilmektedir (Okay,2013).

Burada önemli olan, çalışanların kuruma karşı aidiyet duygusu geliştirmesi ve kurum kimliğine uygun davranmasıdır. Dolayısıyla kurumsal davranış, kurum imajının paydaşlara yansıtılmasını sağlayan bir araçtır (Highhouse 2007).

2.3.3 Kurumsal İletişim

İletişim, insanların ortak ve anlaşılır bir ifade yoluyla birbirlerini anlamak ve birbirleriyle duygularını, düşüncelerini paylaşma sürecidir. İnsanların semboller aracılığıyla etkileşimde bulunduğu anlamlar oluşturarak yorumladığı, sistematik ve sosyal bir süreçtir (Ölmez & Topçu, 2019).

Kurumlar için de bu durum çok farklı değildir. Kurumların faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve hedef kitleye ulaşabilmeleri için gereklidir. Kurum kimliği ve imajına katkı sağlamak için yapılan iletişim çalışmaları, koordinasyon, organizasyon, bilgi akışı, motivasyon, eğitim ve denetim çalışmalarını kapsamaktadır. Kurumsal iletişim, bir kurumun tüm ilgili çevreleriyle etkili ve tutarlı bir iletişim stratejisi yürütmesi gerektiğini önermektedir (Uzoğlu, 2001). Kurumlarda iletişim için gerçekleştirilen tüm aktiviteler kısaca; Halkla İlişkiler, Kurumsal Reklam, Kurum çalışanları arasındaki iletişimidir (Şekil 2.8).



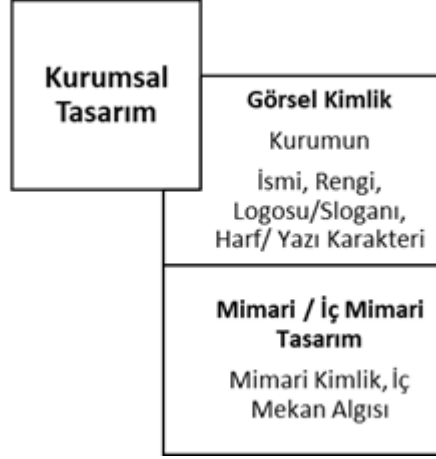
Şekil 2.8: Kurumsal İletişim

2.3.4 Kurumsal Tasarım

Kurumsal tasarım, kurum kimliğini oluşturmada önemli bir ögedir. Kurumsal kimlik, tasarımla bir biçim kazanır ve somut bir ifadeye dönüşmekte ve genellikle görsel kurumsal kimlik olarak anlaşılmaktadır. Kurumsal tasarım, bir kurumun kendisini görsel olarak ifade etmesi ve görsel kimliğini oluşturması anlamına gelmektedir (Kaya, 2006).

Kurumların diğer rakipleri arasından fark edilebilmesi ve başarılı bir biçimde öne çıkabilmesinin ön koşulu yeterli derecede tanınır olabilmesidir. Bu durumda kurumlar akılda kalıcılık ve hatırlanmalarını artırmak için, tasarlanan görsel kimliklerini kullanmaktadırlar. Bir kurumun; isminin, logosunun, antetli kağıdının, taşıt araçlarının tasarımından, elemanlarının kıyafetine; kurum binasının genel görünümüne ve iç mimarisine kadar, kurumu saran bir deri gibidir (Ak, 1998).

Kurumsal tasarım; görsel kimlik ve mimari/iç mekân tasarımı olmak üzere iki ana başlıkta incelenebilir. Görsel kimlik, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır (Becer, 1997). Görsel kimlik görsel olarak algılanır ve daima iletişimle ilgilidir. Bir kurumun hedef kitleyle arasında kurduğu iletişimde, tanınırlık ve akılda kalıcılığını sağlamaktadır. Kurumun rengi, logosu ve yazı tipi, o kurumun iletişimindeki tasarım unsurlarıdır (Şekil 2.9).



Şekil 2.9: Kurumsal Tasarım

Renkler, insan üzerinde bıraktığı etkilerden dolayı bir mesaj taşıyıcısıdır ve görsel algıyı etkileyen en büyük etkidir. Her renge biçilen değer ve insanda bıraktığı etki farklıdır. Bu nedenle kurumların kimliklerini yansıtırken görsel olarak istenilen etkiyi vermek için doğru rengi seçmeleri önem arz etmektedir. Örneğin spor kulüpleri, renkleriyle özdeşleşmektedir ve takımın adı, renkleri görüldüğü zaman anımsanmaktadır.

Kurum logosu, anlam yüklü tasarımlardır ve kurumları temsil etmekte, harf, kelime, rakam, şekil veya birtakım simgesel işaretlerle ifade edilmektedir. Logo bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesi yanında firmanın ismini de yansıtmaktadır (Bektaş, 1992).

Kurumun seçtiği yazı türü de kurumun seçtiği kimliğin iletilmesinde etkilidir. Genel olarak yazılı iletişimin bütün alanlarında kullanılan harf, sayı, sembol, çizgi ve noktalama işaretleri, tipografik karakterler olarak anılmaktadırlar (Ayberk, 2004). Kurumun sahip olduğu kimliğinin iletilmesinde yazı türü, kurumun diğer grafik tasarımları ile birlikte uyum içinde tasarlanmalıdır. Grafik iletişim tasarımında ayrıca antetli kâğıt, kartvizit, yaka kartları gibi kurum malzemeleri de yer almaktadır.

Mimari ve iç mekân tasarımı kurumun görsel kurumsal kimliğini ortaya koyan en etkili ögedir. Kurumun karakteristik özellikleri aktarılırken, Mimari ve İç mekân tasarımından yararlanılmaktadır. Umberto Eco'nun söylediği gibi "Mimariye sadece fonksiyonel nitelikler yükleniyor ancak iletişimsel anlamda mimari yapılar birer mesaj iletme aracıdır." İç mekân tasarımının temel kullanım amacı, fiziksel ihtiyaçların karşılanması, estetik algının oluşturulması yanında bir anlam aktarma, bilgi iletme ve iletişim kurmaktır.

Kurumlar, Mimari ve İç mekân tasarımlarını oluştururken, sahip oldukları kimliği iletme için görsel uyarılara ihtiyaç duymaktadırlar. Temel tasarım elemanlarından olan form/biçim, ölçek/oran ve konum, mekânın fiziksel özelliklerini tanımlamaya yarar; renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık seçimi gibi kararlar ise mekânın estetik özelliklerini oluşturmaktadır (Kaya, 2006). Buna ilaveten mekânın iklimlendirme/havalandırma ve akustik özellikleri, mekânın teknik/konfor özelliklerini tanımlamaktadır. Tasarımı oluşturan tüm elemanlar ise bir bütünlük oluşturacak ve kimliği en iyi şekilde iletme biçiminde kullanılması ve kurumların iç mekân kimlikleri, kurum kimliğini iletme mekânın fiziksel, estetik ve konfor özelliklerini yerine getirecek şekilde oluşturulması oldukça önemlidir.

Kurum kimliği, kurum felsefesine göre şekillenen, kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurumsal tasarım öğelerinden yola çıkarak oluşmaktadır (Melewar & Saunders, 1999). Ancak kurumsal tasarım, kurum kimliğini görsel bir dil aracılığı ile yansıttığı için çok daha etkileyici ve önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle kurumsal tasarım, kurumun sahip olduğu kimliği en anlaşılır şekilde iletme üzere oluşturulmalıdır. Kurumsal tasarım, kurum kimliğinin belirginliğini ve sürekliliğini sağlamaktadır (Okay, 2013). Kurumların farklılıklarını ortaya koyan kurumsal

tasarım, hem kurumda çalışanların motivasyonunu ve verimini artırmakta, hem de kurumun hedef kitlesinin akılda kalıcılığını sağlamaktadır.

2.4 Kurum Kimliği Sonucunda Oluşan Kurum Kültürü ve Kurum İmajı

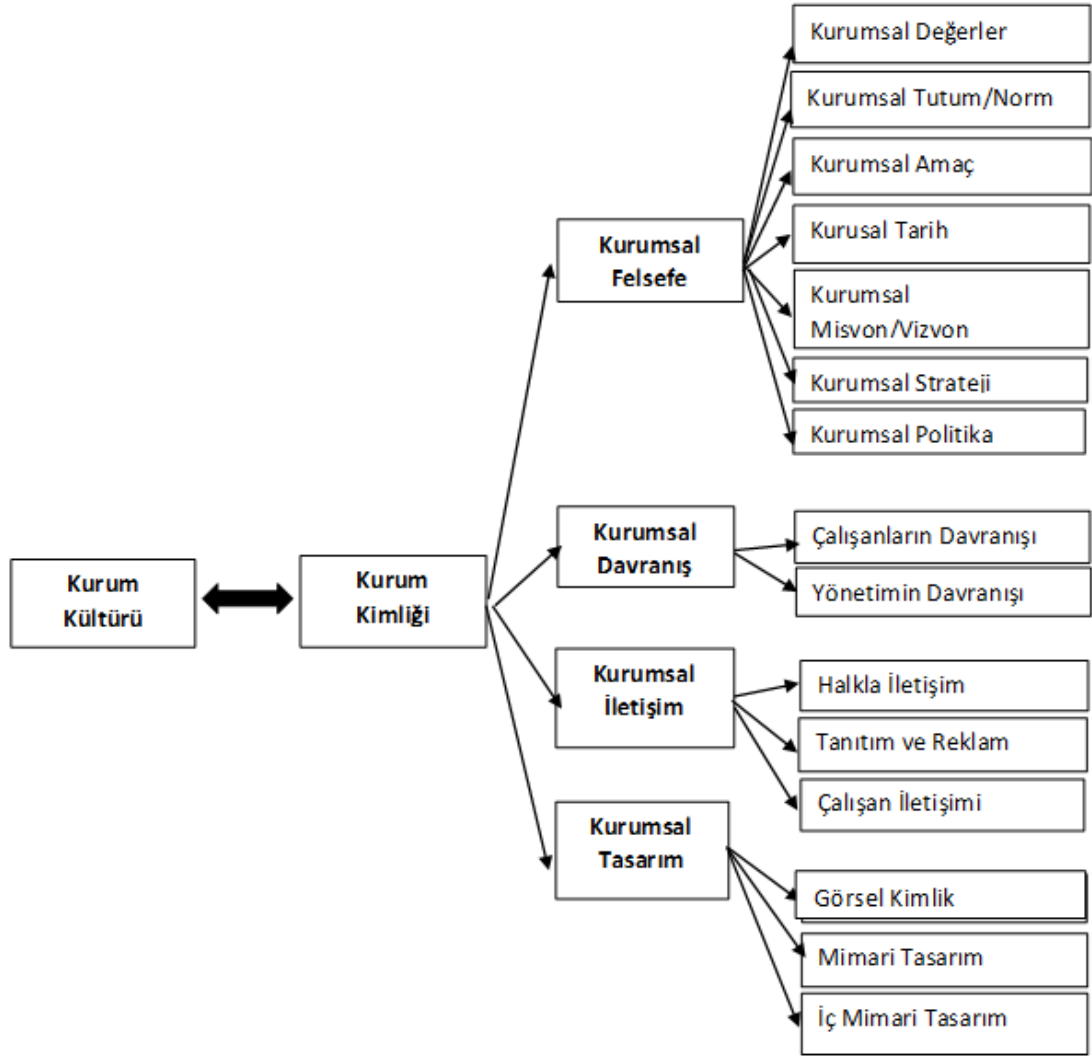
Günümüzde kurumlar toplumun karşısına çıktıkları görüntüleriyle algılanmaktadırlar. Kamuoyu karşısında doğrudan iletişimi gerçekleştiren de kurumun kimliği, kültürü ve imajıdır. Kurumun olumlu bir imaj yaratması ancak kimliğinin ve kültürünün oluşturulmasına bağlıdır (Uzoğlu,2001).

Kurum kimliği kurumsal kültürü ve kurum imajı arasındaki ilişkiyi irdeleyebilmek için ayrıca kurum kültürü ve kurum imajı kavramlarını da tek tek açıklamak gerekmektedir.

2.4.1 Kurum Kültürü

Kurum kültürü çalışanların davranışlarını ve kuruluşun görünüm şeklini etkileyen değer yargıları ve davranış tarzı sistemini ifade etmektedir (Şişman, 1994).

Kurumsal kimlik unsurlarının kurum dışına ve kurum içine yansımaları kurum açısından önemlidir. Bu yaklaşım kurum içerisinde ortak dili konuşmaya benzemekte ve paylaşılan ortak değer yargıları, inanç, davranış ve hedeflere yönelik bir model oluşturmaktadır. Kurumun bürokratik yapısı, çalışanların bir konu veya üretim için aynı yolu izlemesi, çalışanların kuruma bağlılığı veya isteksizliği, maddi ve manevi beklentilerinin karşılanması, kurum kültürünü doğrudan etkilemektedir (Akyürek, 2005). Kurum kültürü kısaca bir şirketin paylaştığı değerler, inançlar ve davranışlar olarak tanımlanabilir (Okay 2000).



Şekil 2.10: Kurum Kimliği ve Kurum Kültürü Arasındaki İlişki

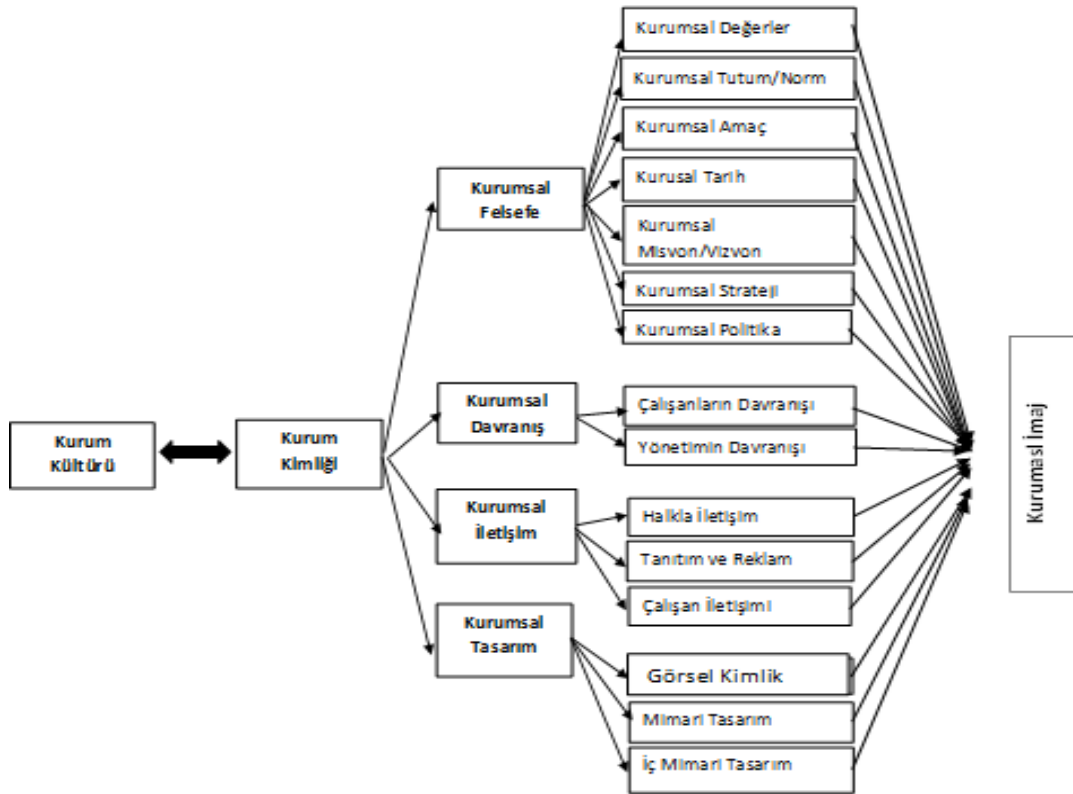
Kurum kimliğini oluşturmaya yönelik temel öğeler, kurum felsefesi, kurumsal davranış, kurumsal iletişim, kurumsal tasarım ile birlikte kurum kültürü de kurum kimliğini destekleyen bağımsız bir araç durumundadır. Kurum kimliği ve kurum kültürü arasındaki karşılıklı etkileşim kurumdaki çalışanları motive etmek ve çalışanların hem kurumlarını daha iyi tanımaları hem de daha iyi tanıtılmaları temeline dayanmaktadır (Şekil 2.10).

2.4.2 Kurum İmajı

Kurumun kendine özgü özelliklerinin paydaşlarının akıllarında kalması, kurumla ilgili bir imajın oluşmasını sağlamaktadır. Kurumun değerlerinden,

çalışanların davranış ve görünülerinden, kurumun iletişim biçimlerine kadar kurum kimliğini oluşturan her şey paydaşların zihinlerinde bir imaj oluşmasına neden olmaktadır (Küçük, 2003).

Özellikle “imaj” günümüz kurumlarının tercih edilmeleri için üzerinde çok durdukları, ancak kurum kimliği oluşturmadan elde edemeyecekleri bir değerdir. Kurumların başarısı uzun sürede yapılan imajına, kurumun hedeflerine, kurum kimliğine, tanınırlığına ve çalışanlarının katkılarına bağlıdır (Okay, 2013).



Şekil 2.11: Kurum Kültürü, Kurum Kimliği ve Kurum İmajı Arasındaki İlişki

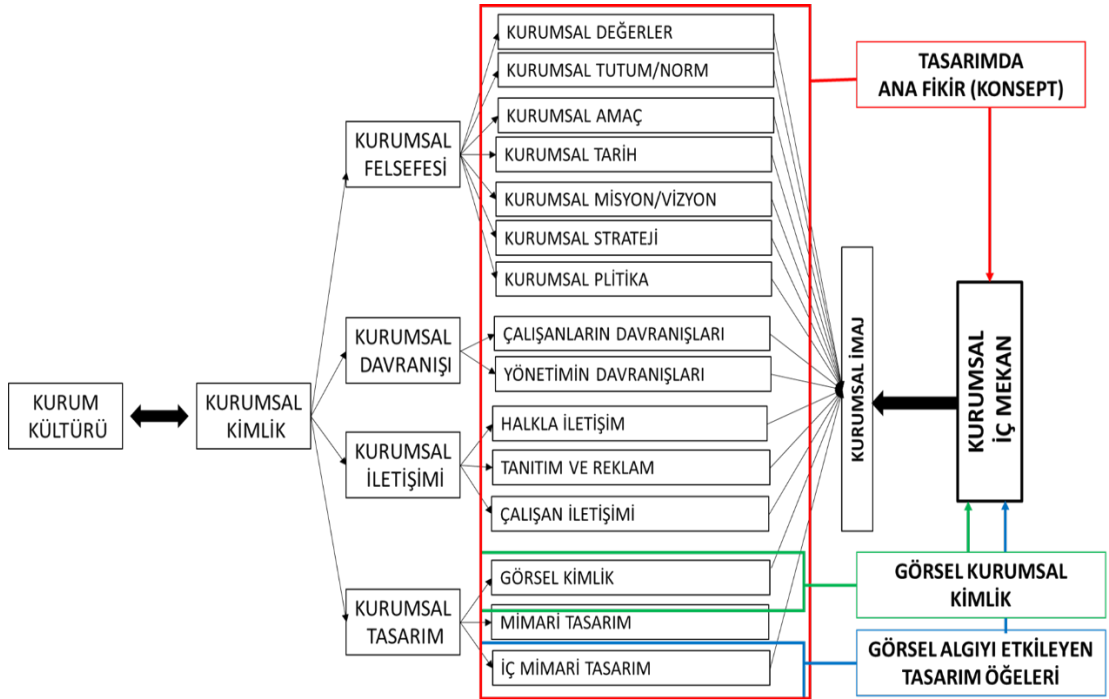
(Downey, 1986/87) kurum kültürünün kurum kimliğinin bir sonucu olduğunu ifade etmektedir. Kurum kültürü, kurum kimliğinin kurumsal imaja doğru olan süreçte destekleyici bir unsur olarak görülmekte ve kurumların iç ve dış paydaşlarına ulaşan başarılı imajları, uzun sürede yapılan kurum kimliğine ve kurum kültürünün katkılarıyla oluşan ortak dile bağlıdır (Şekil 2.11).

Bölüm 3

KURUM KİMLİĞİNİN İÇ MEKAN TASARIM

BİLEŞENLERİ: EĞİTİM YAPILARI

Kurumsal kimlik bina tiplerine göre farklı iç mekân tasarım yöntemleriyle biçimlenmektedir. Kurumsal kimlik mekânsallaşırken; Kurum Kültürü, Kurum Kimliği ve Kurum İmajı arasındaki ilişki Şekil 3.1'de gösterildiği gibi geliştirilebilmektedir:



Şekil 3.1: Kurum Kimliğinin Yansıtıldığı Kurumsal İç Mekanların Desteklediği

Ancak bina tiplerine bağlı olarak belirtilen unsurların tümü birlikte değerlendirilirken, bina tiplerinde farklılaşmaya bağlı olarak azalmaya gidilebilir.

Eğitim yapılarında da kurum kimliğinin yansıtıldığı iç mekanlar, kurum imajını desteklemektedir. Şekil 3.1’de görüldüğü gibi eğitim yapılarının iç mekanlarında kurumsal kimlik üç Şekilde mekânsallaŐmaktadır.

Birinci unsur, kurumun görsel kimliğini oluşturan bileşenleri (kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakteri) fiziksel olarak iç mekâna dahil edilmektedir.

İkinci unsur; kurumsal kimliği mekânsallaştırmak için iç mekânda görsel algıyı kullanarak mekân içinde istenen etkiyi vurgulayabilmektedir veya akılda kalacak bir tasarım yaklaşımı oluŐturabilmektedir. Ayrıca iç mekânda görsel algıyı desteklemek için tasarım öğeleri (renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık) kullanılmaktadır. Mekânın oluşumu ve katılmak istenen etki bu faktörlerin katkısıyla gerçekte, bu oluşum zamanla kalıcı hale gelmekte ve mekâna kimlik kazandırmaktadır.

Üçüncü unsur, kurumun kendini ifade ederken kullandığı, kurum kimliği bütüncül olarak ele alınmaktadır kurum felsefesi (kurum değerleri, kurumsal tutum/norm, kurumsal amaç, kurumsal tarih, kurumsal misyon/vizyon, kurumsal strateji ve kurumsal politika), kurumsal davranış (çalışanların davranıŐı, yönetimin davranıŐı), kurumsal iletişim (halkla iletişim, tanıtım ve reklam, çalışan iletişimi) ve kurumsal tasarım (görsel kimlik, mimari tasarım, iç mimari tasarım) biçimlenerek, iç mekân tasarımının ana fikri (konsept) olarak mekânsallaŐa bilmektedir. Bu üç ana unsur kurumsal iç mekânın oluşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda oluşan kurumsal iç mekân, kurumun yaratmak istediği kurumsal imajı desteklemektedir.

3.1 Görsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri

Eğitim yapılarında kullanıcı üzerinde ki etkiyi daha akılda kalıcı kılabilmek için, görsel kimlik bileşenleri halkla ilişkiler ya da tanıtım amaçlı kullanımı yanında, iç

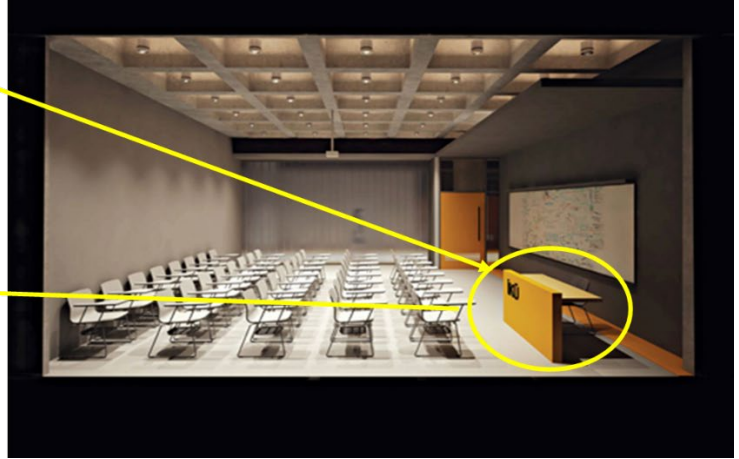
mekân tasarımına dahil edilebilmektedir. Bu bileşenler aşağıda detaylı bir şekilde açıklanacaktır.

3.1.1 Kurumun İsmi

Eğitim kurumunun en önemli görsel kimlik ifadesi, kurumun ismidir. Kurumu temsil eden isim, kurumların unvanını da oluşturduğundan iç değerlerine uygun, kültürünü yansıtan, iç ve dış hedeflerine paralel, rekabet şartları göz önüne alınarak diğer kurumlardan ayırt edici özelliği olmaktadır. Kurumun görsel kimlik tasarımı, resmi ismi olabildiği gibi kurumu ifade eden tanınma şekliyle de örtüşebilmektedir. (Jefkin,1989). Eğitim yapılarında kurumun ismi iç mekanlarda kullanıldığı gibi, öğrencilere yönelik dersliklerde kürsü üzerinde kısaltma şeklinde de yer aldığı görülmektedir. (Şekil 3.2)

KURUMUN İSMİ:

Kurumun ismi dersliklerde kürsü üzerinde kısaltma şeklinde yer almaktadır.



Şekil 3.2: Kurum İsminin Kullanımı, İstanbul Kültür Üniversitesi Ataköy 2 Yerleşkesi. (https://www.mimarizm.com/mimari-projeler/egitim/istanbul-kultur-universitesi-atakoy-2-yerleskesi_128486, 2022)

3.1.2 Logo ve Semboller

Logo ve semboller, tüm kurumlarda olduğu gibi eğitim kurumunu da temsil eden görsel ifadelerdir. Bu görsel ifadeler genellikle renk, biçim, çizgi, tipografi, amblemden oluşur. Logo ve semboller aynı zamanda kurumun imzası ve kimliğini de

oluşturmakta ve temsil ettiği kurum hakkında ipuçları vermektedir. Anlattığı dilsel ve görsel simgelerle bir iletişim şekli oluşturmaktadır. (Teker, 2002).

Logo, kurum hakkında pozitif veya negatif algı ve / veya imaj sağlamaktadır. Bir logonun gücü, kurumun kimliğini görsel olarak açıklama yeteneği ölçüsü ile belirlenmektedir. Yaratıcı bir logo, kurumun imaj iletiminde, dikkat toplamada ve onaylanmayı oluşturmada yarattığı etkidir. Rahat hatırlanabilir olması ve ait olduğu kurumu kişinin zihninde canlandırabilir nitelikte olması oldukça önemlidir. (Stafford, Tripp & Bienstock, 2004). Eğer logo açık bir anlama sahipse, kurumla daha kolay bağlantı kurulabilmektedir. “Pozitif imaj yaratan logolar kurumlar için önemlidir; çünkü o imaj, logodan kuruma transfer edilmektedir” (Hern&Ivarsen, 2004).

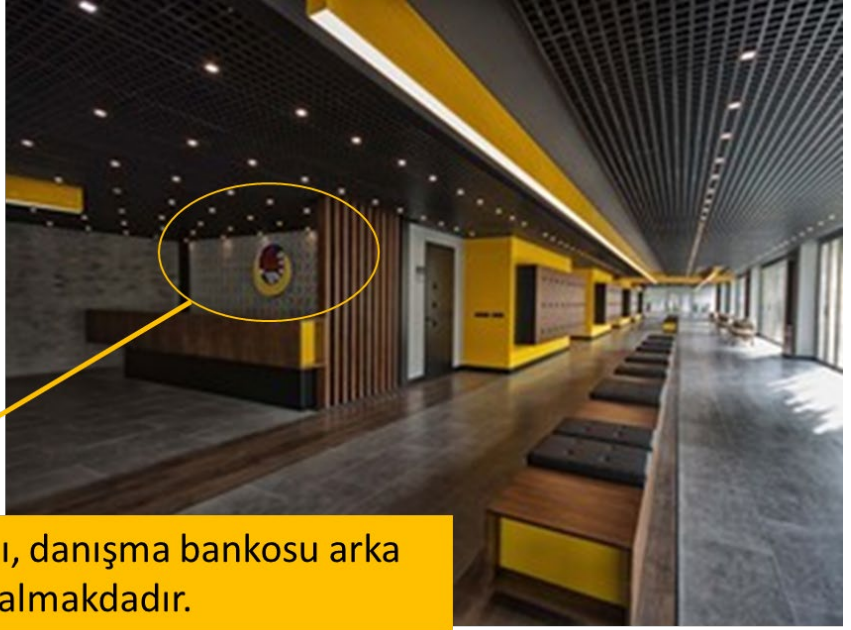
Eğitim yapılarında logo kullanımı, danışma bankosu arka duvarında yer alması rahatlıkla kurumun en önemli paydaşları olan öğrenciler ile kurumsal iletişim kurabilmektedir. (Şekil 3.3),(Şekil 3.4)

LOGO ve SEMBOLLER:



Logo kullanımı, danışma bankosu arka duvarında yer almaktadır.

Şekil 3.3: Logo Kullanımı. Marmara Üniversitesi Göztepe Kampüsü Prof. Dr. Orhan Oğuz Kütüphanesi. (<https://www.yapikatalogu.com/proje/egitim-yapilari-12>, 2022)



Logo kullanımı, danışma bankosu arka duvarında yer almaktadır.

Şekil 3.4: Logo Kullanımı. TED Üniversitesi C-D-E-F-G-H Derslik Blokları. (<http://www.arkiv.com.tr/proje/ted-universitesi-c-d-e-f-g-h-bloklari-ic-mekan-tasarimi/8894>, 2022)

3.1.3 Slogan

Eğitim kurumların zihinde oluşması istenen en önemli öğelerden biri de sloganlardır. Kurumun amaç ve araçlarını genel olarak tanımlayan slogan, bir düşünceyi yaymak, bir eylemi desteklemek veya kullanıcıyı motive etmek için ortaya atılan, kısa ve çarpıcı sözler olarak bilinir. Üniversite kurumları tarafından çok önemli sayılan sloganların kullanım alanları çok farklılık gösterebilmektedir. Örneğin Oxford Üniversitesi dünyanın en eski ve en köklü kurumlarından biridir. Üniversite'nin sloganı çok uzun yıllardır üniversitenin armasında da yer almaktadır. (Şekil 3.5)



Oxford Üniversitesi
Slogan: Dominus Illuminatio Mea
(Rab benim ışığımdır)

Şekil 3.5: Görsel Kimliğin Bileşenlerinden Slogan. (<https://www.ox.ac.uk/>, 2022)

Yapılan araştırmalarda sloganları kurum kimliğiyle bütünleştiğini vurgulamaktadır (Dolphin, 2001). Eğitim kurumlarında tüm paydaşları motive etmek için kuruma kimlik katan sloganlar farklı mekanlarda görülebilmektedir. Farklı bir örnek olarak Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. projesinde, bina kullanıcılarını motive etmek için kısa ve çarpıcı sözleri cam kapılar üzerinde kullandığını görmekteyiz. (Şekil 3.6)



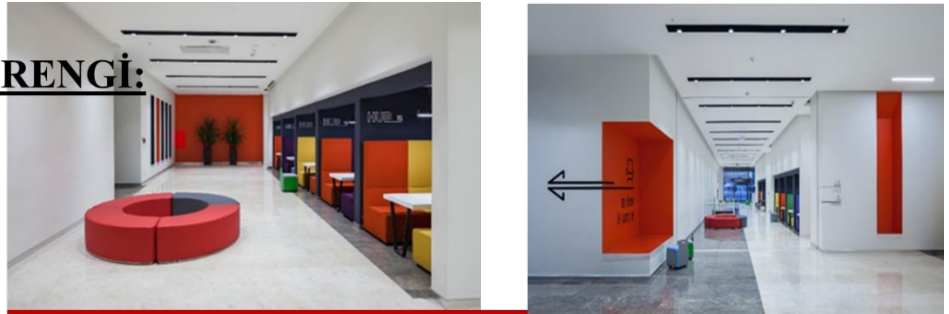
Şekil 3.6: Görsel kimliğin Bileşenlerinden Slogan. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. (<http://www.arkiv.com.tr/proje/es-lab/7823>, 2022)

3.1.4 Logo Rengi

Kurumu görünür kılan önemli görsel ifadelerden bir diğeri de renk unsurudur. Renklerin zekanın uyarılması ve ruhsal durumlar üzerindeki etkisi oldukça fazladır (Zillioğlu, 1996). Renkler ve algılanması ile ilgili ilişkiyi inceleyen Tornay'a göre herhangi bir şeyin rengi onun sadece üzerindeki cilası değil aynı zamanda doğasında bulunan özüne ait bir nitelik olarak kabul görmektedir (Zillioğlu,1996).

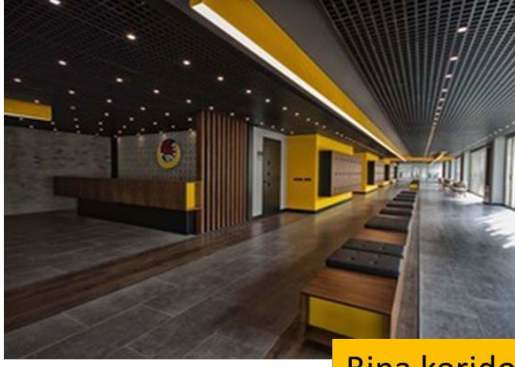
Ayrıca renklerin algılanmasında toplumsal ve kültürel etkilerin önemli olmasından dolayı kurumlar da kendileriyle özdeşleştirmeden önce üzerinde yoğun araştırma yapmaktadırlar. Mekanlar genelde logo renkleri ile anlam kazandırılmaktadır. Bu durum eğitim kurumlarında da farklı değildir. Eğitim kurumu logosunun rengini mekân üzerinde uygulamaktadır. Bu bağlamda çok net bir kullanım örneği de İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Bina koridorlarında üniversitenin logo renginin duvar yüzeylerinde kullanımınıdır. Ayrıca TED Üniversitesi C-D-E-F-G-H Derslik Blokları Binası koridoru duvar, kolon, giriş ve tavan yüzeylerinde üniversitenin logo rengi kullanılmış bir diğer örnektir (Şekil 3.7), (Şekil 3.8).

LOGO RENGİ:



Bina koridorlarında üniversitenin logo renginin duvar yüzeylerinde kullanılmıştır.

Şekil 3.7: Logo Rengi Kullanımı. İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Binası. (<https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu>, 2022)



LOGO RENGİ:

Bina koridoru duvarları, kolon, kiriş ve tavan yüzeylerinde üniversitenin logo rengi kullanılmış

Şekil 3.8: Logo Rengi Kullanımı. TED Üniversitesi C-D-E-F-G-H Derslik Blokları Binası. (<http://www.arkiv.com.tr/proje/ted-universitesi-c-d-e-f-g-h-bloklari-ic-mekan-tasarimi/8894>, 2022)

3.1.5 Harf / Yazı Karakterleri

Teknolojinin gelişimiyle hayatımıza giren bilgisayarlar ile birlikte kurumların birçok farklı harf karakteri kullanma şansı doğmuş ve kimliklerini çağrıştırmaları, farklı ve özgün tasarımları kullanarak gerçekleştirmesine katkıda bulunmuştur. Yazı karakterlerinin farklılığı, kurumun kim olduğuna ilişkin ileti göndermektedir. Yazı karakterinin tasarıma dahil edildiği bir örnek olan İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Binası koridorlarında kullanılan yönlendirme panosu ile duvar grafiği oluşturulmuş ve tasarıma bir dil bütünlüğü sağlanmış. (Şekil 3.9)

HARF/YAZI KARAKTERİ:

















Koridorlarda kullanılan yönlendirme panosu ile duvar grafiği oluşturulmuş.

Şekil 3.9: Harf/Yazı Karakterleri Kullanımı. İstanbul Kültür Üniversitesi Basın Ekspres Yerleşkesi Derslik Binası. (<https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu>, 2022)

3.2 İç Mekânda Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri.

Mekân, en geniş anlamıyla ‘kişiyi çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde çeşitli eylemlerini sürdürmesine elverişli olan bir boşluktur’ şeklinde tanımlanmaktadır (Hasol, 1990). İnsan mekân ile sürekli bir etkileşim halindedir ve içinde olduğu mekâna anlam vermek için duyularını kullanmaktadır. Duyular yoluyla çevreden bilgi edinme eylemi olan biliş, algılanan şeyin uyumlandırılıp kavranmasıdır (Göler, 2009).

Tasarımcının ise üzerinde durduğu ve mekânın kullanıcıyla iletişim kurmasını hedeflediği algı türü, en çok görme duyusu kaynaklı görsel algıdır. İç mekânın bileşenlerinden olan malzeme, mobilya, doku, renk ışık kavramları mekândaki görsel algıyı etkileyen tasarım öğeleridir. (Şekil 3.10)

	Fiziksel	Mekân	Malzeme	Mobilya	Renk	Işık	Doku
1							
		a	b	c	d	e	f
	Algısal	Görme	Dokunma	Koklama	Tatma	İşitme	İs, nem vb.
2							
		a	b	c	d	e	f

Şekil 3.10: İç Mekânın Algısını Etkileyen Tasarım Öğeleri. (Cordan sf.7, 2011, Yapı Dergisi)

İşte bu anlamda iç mimaride de mekânın oluşumu ve mekâna katılmak istenen etki, bu faktörlerin katkısıyla gerçekleşmekte, bu oluşum zamanla kalıcı hale gelmekte ve mekâna kimlik kazandırmaktadır (Okuyucu & Çoban, 2019).

3.2.1 Renk

Renk, ışığın göze farklı dalga boylarında ulaşarak oluşturduğu algılama olarak tanımlanmaktadır. Mekânsal algı sürecinde renk, fiziksel, estetik, psikolojik, boyutları olan önemli bir iletidir (Gezer, 2012). Renk, mekânın kimliğini ortaya çıkaran en etkili unsurlardan biridir. Mekân, rengin kullanım şekliyle ve biçimiyle anlam kazanmaktadır, mekâna sıcak-soğuk, resmi-samimi, geniş-dar gibi anlamlar katmaktadır, ayrıca renklerin psikolojik etkileri olduğu da bilinmektedir. Heuser (1976) yaptığı çalışmada, yapı elemanlarında kullanılan renklerin bireyde uyandırdığı psikolojik etkilere değinmektedir.

Rengin, insanlar üzerinde oluşturduğu en temel etki sıcaklık ve soğukluk etkisidir. 1666'da Isaac Newton tarafından icat edilen renk çarkı daha sonra birçok araştırmacı tarafından geliştirilmesine rağmen, sarıya yakın renkler sıcak, maviye yakın olan renkler ise soğuk olarak kabuledilmiştir (Aslan & Atik, 2015). Soğuk renkler, huzur veren, dinginlik hissi yaratan sakinleştirici ve rahatlatan renklerdir.

Soğuk Renkler, mor, mavi, yeşil gibi renklerdir. Genelde deniz gibi orman gibi doğa unsurlarıyla bağdaştırılırlar (Hashempour & Sapchi, 2015).

Sıcak Renkler, dikkat çekici ve uyarıcı etkisi olan renklerdir. Canlılık, neşe ve enerji veren bu renkler; sarı, turuncu, kırmızı gibi çiçek, güneş ve benzeri tropik yaşam unsurlarıyla bağdaştırılabilirler (Israel, 1994). Tasarımcı mekân tasarımında ilişkilendirdiği duygu yoğunluğuna göre renk tercih ettiğinde mekâna vermek istediği anlam ve imajı güçlendirmektedir. “Doğru kullanıldığında, renk, bir binanın karakterini ve gözlemcide uyandırması istenen duyguları ifade etmektedir” (Rasmussen, 2010).

Bu nedenle eğitim yapılarındaki dersliklerin işlevi ve öğrencilerin algısal-bilişsel özellikleri dikkate alınarak yaratılmak istenen etkiye göre renk seçimi yapılması önerilmektedir (Ertürk, 1984; Ching, 1996; Başoğlu, 2007; Manav, 2007; Çağatay vd., 2017). Eğitim yapılarında çalışma ortamının genel görünümündeki güzellik ve uyum öğrencinin moral ve enerjisini artırdığı ve öğrenciyi öğrenmeye istekli hale getirdiği söylenmektedir (Başar, 1999; Yücel, 2008). Trend (1995)’ise eğitim yapıları dersliklerinde kullanılacak renkleri belirlerken, mekânın fonksiyonu ve kullanım yoğunluğunun göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle koridor ve bekleme hollerinin çok hareketli olması sebebiyle, bu mekanların özelliklerine uygun şekilde düzenlenmesi gerektiğini, yüzeylerde, mobilyalarda sıcak renkler kullanılmasının pozitif etki yaratacağını ifade etmektedir. Aşağıdaki örnekte yer alan KalTeV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi, ODTÜ KK Kampüsü’nde yer alıyor. Eğitim Kompleksi projesinde, iç mekân organizasyonlarında yenilikçi araştırma alanlarının merkeze alınıp yaşantıyı zenginleştirmesi ana fikri öne çıkmaktadır. Ayrıca yoğun kullanım alanları olan koridor tasarımlarında tercih edilen sıcak renkler yapıların dinamik işlevine uygun bir algı yaratmaktadır. (Şekil 3.11).

Renk:



Şekil 3.11: Sıcak Renk Kullanımı. ODTÜ KK Kampüsü Kal TEV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (<https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/>, 2022)

Bunun yanı sıra dersliklerin ayrıca çalışma odalarının sakinleştirici ve dikkat arttırıcı olması beklenmektedir. Pedagog Rudolf Steiner'e göre küçük yaştaki öğrencilerin ilgilerinin çok çabuk ve kolayca dağıldığı için dersliklerinde sıcak ve canlı renklerin kullanımını önerirken, yaş ilerleyip sınıf büyüdükçe soğuk renklerin tercih edilmesi gerektiğini belirtmektedir (Faulkner, 1972; Berker, 1982). MEF Üniversitesi Kütüphanesi iç mekan atmosferini oluşturan soğuk renkler mekanda dikkat dağıtmayacak sakin bir çalışma ortamının oluşmasına katkı sağlamıştır (Şekil 3.12).

Renk:



Şekil 3.12: Soğuk Renk Kullanımı. MEF Üniversitesi Kütüphanesi.
(<https://www.nenerede.com.tr/ilan/mef-universitesi-kutuphanesi-2/>, 2022)

Renk kullanımı mekânın boyut algısını da etkilemektedir. Mekânda farklı renk kullanımları ile farklı alanları bir bütün gibi göstermek, ya da bir bütünü parçalı algılatmak, büyüklük-küçüklük, uzaklık-yakınlık, yükseklik algısını değiştirmek gibi farklı illüzyonlar yaratmak mümkündür. Mekândaki yüzeylerde farklı rengin farklı tonlarının kullanımıyla da mekânda hacim ve büyüklük algısında farklılıklar yaratmak mümkündür (Ramussen, 1994; Michel, 1996; Gezer, 2012). Örneğin açık renklerin kullanımı mekânı daha geniş algılatırken, koyu renkler daha küçük algılatır.

Bazen sadece tek renk kullanarak mekân içinde mekân algısı yaratmak mümkündür. Aynı mekân içinde farklı kullanım amaçlarına olanak sağlayan alanlar yaratmak ya da sınır algısı yaratmak için renk kullanılabilir. Renk faktörüyle mekâna anlam kazandırılması uygun görülmektedir (Camgöz vd., 2004; Duyan ve Ünver, 2013; Yağmur ve Sözen, 2016). Örneğin Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı projesinde genel çalışma alanı beyaz renk ağırlıkta kullanılırken, toplantı alanının etrafını mavi renkle boyanması aynı mekân içinde

ayır kullanım alanları olduğu algısını oluşturabilmiştir (Şekil 3.13). Başka bir örnek de Orta Doğu Teknik Üniversitesi ArchLabs Bilgisayar Laboratuvarı projesinde görülmektedir. Aynı mekan içinde ayır eylem alanlarını farklı bir renk kullanarak tanımlamayı başarmıştır (Şekil 3.14).



Şekil 3.13: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı (<https://arkitera3.rssing.com/channel/71350783/article384-live.html>, 2022)



Şekil 3.14: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ), ArchLabs: PCLab. (<https://arkitera3.rssing.com/chan-71350783/article384-live.html>, 2022)

Yapılan araştırmalarda dersliklerdeki yüzeyler de kullanılacak uygun renkler ile dikkat toplama, odaklanma, öğrenme verimliliğini artırma gibi olumlu sonuçlar elde edilmesi mümkündür. Bu nedenle dersliklerde büyük alan kaplayan ve öğrencilerin odağını oluşturan bir yüzeyin, doygunluğu fazla bir renk olması uygun görülmektedir (Camgöz vd., 2004; Duyan ve Ünver, 2013; Yağmur ve Sözen, 2016). ODTÜ Mimarlık Fakültesi üretim laboratuvarı iç mekânında yaratılan çalışma alanı örneğinde görülen yeşil renge boyanmış duvar yüzeyi, kullanıcının dikkatini toplamasına ve odaklanmasına yardımcı olmayı amaçlamıştır (Şekil 3.15).

Renk kullanımı ile oluşturulan mekan içinde odak noktası etkisi.



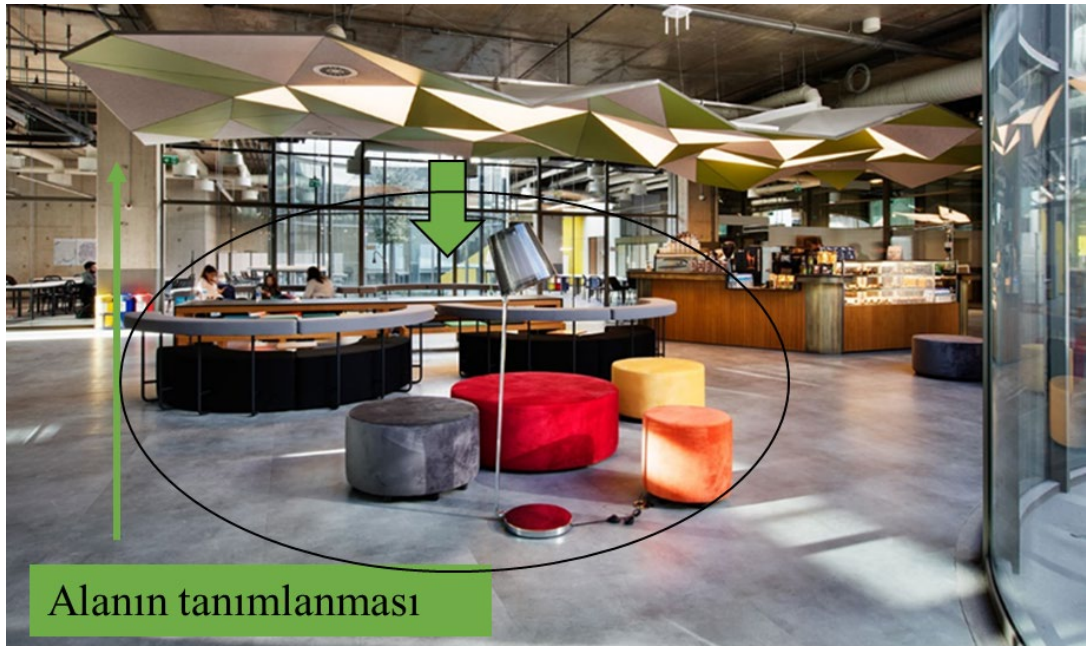
Şekil 3.15: Renk Kullanımının Yarattığı Etki. ODTÜ ArchLabs: FabLab Mimarlık Fakültesi Üretim Laboratuvarı. (<https://arkitera3.rssing.com/channel/71350783/article384-live.html>, 2022)

3.2.2 Malzeme

İç mimari tasarımın temel taşlarından olan malzeme, mekânın oluşumunda ve anlamlandırılmasında önemli rol oynayan, sağlamlığı, kullanım kolaylığı ve ulaşılabilirliği gibi özellikleriyle, kullanıcıların rahatını ve sağlığını doğrudan etkileyen, işlenmiş, ham veya yarı işlenmiş olabilen yapı elemanıdır (Eriç, 2016). Eğitim yapılarında öğrenci ve öğretmenin kendisini güvende hissetmediği bir ortamda ya da yönünü bulmakta zorlandığı bir karmaşada öğrenme büyük olasılıkla tam olarak gerçekleşemez. Eğitim mekanlarında kullanılan malzeme seçimleriyle de güven duygusu sağlanabilmektedir. Ayrıca ahşap, halı veya mermer, granit gibi farklı malzemeler, mekanları tanımlı hale getirerek yön bulma duygusunu desteklerken, bu malzeme farklılığı yönlendirici olabilir.

Malzeme, mekân tasarımı sürecinde görsel etkiyi meydana getiren en önemli unsurlardan biridir (Sümer, 2011). Malzeme kullanıldığı mekân içinde görsel,

dokunsal algıya hitap etmekte; psikolojik olarak bilinci etkilemektedir ve iç mekânın kurumsal kimliğinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Malzemenin karakteristik özellikleri, mekânı algılamamız noktasında bilincimize yön vermektedir (Gezer, 2012). Örneğin eğitim yapılarının zeminlerinde, duvarlarında, kapılarında, merdivenlerinde, donatılarında hatta merdiven küpeştelinde bir nevi malzeme zenginliği oluşturularak öğrencilerin dikkatini çekerek okulun hangi köşesinde bulduklarını tespit etmelerine, yönlendirmelerine veya mekânsal izleri takip etmelerine de yardımcı olmaktadır. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. projesinde bir çok malzemenin birlikte kullanıldığı örnekte; oturma alanı üzerinde kullanılan asma tavan malzemesinin farklılığı, oturma alanını tanımlamada etkili olmuştur (Şekil 3.16).



Şekil 3.16: Farklı Malzemelerin Birlikte Kullanımı. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. Projesi. Çekmeköy, İstanbul. (<http://www.arkiv.com.tr/proje/es-lab/7823>, 2022)

Malzeme, genellikle renk ve dokusu ile mekânın atmosferine katkı sağlamaktadır. Malzemenin işlevi mekâna farklı boyut ve anlam yüklemektedir. Mekânda bulunan zemin, tavan ve duvar gibi bileşenler malzemeyle somutluk

kazanmaktadır. Bu nedenle malzemenin niteliği, boyutları, renk ve dokusu, fiziksel ve kimyasal özellikleri dikkate alınmalıdır. Kısacası, hangi malzemelerin bir arada kullanıldığı, ne şekilde ilişkilendirildikleri, hedeflenen algının yaratılması sürecinde büyük önem taşır (Aslan & Atik, 2015). Aşağıdaki örnekte görülen ODTÜ Kal TEV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi projesinde farklı malzemelerin başarılı bir şekilde bir arda kullanılabilmesi, tasarımda bir dil bütünlüğü sağlamıştır (Şekil 3.17).

Malzeme:



Şekil 3.17: Farklı Malzemelerin Birlikte Kullanımı. ODTÜ KalTeV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (<https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/>, 2022)

Malzemenin yüzeyle ve mekânla uyumlu oluşu iç mimarın tasarımını desteklemekte özgün mekanlar yaratabilmesine büyük katkı sağlamaktadır. Tasarımcı, mekânın atmosferi için gerekli olan desen, renk, doku etkisine uygun malzeme

seçimini, sahip olduğu deneyim ve donanım sayesinde gerçekleştirebilmektedir (Sümer, 2011).

Bu anlamda eğitim yapıları içerisinde farklı malzeme türleri bir arada kullanılarak fonksiyonları birbirinden ayırma, istenilen yüzeyleri daha vurgulu hale getirme ve öne çıkarma gibi işlevsel etkiler sağlanabilir.

3.2.3 Doku

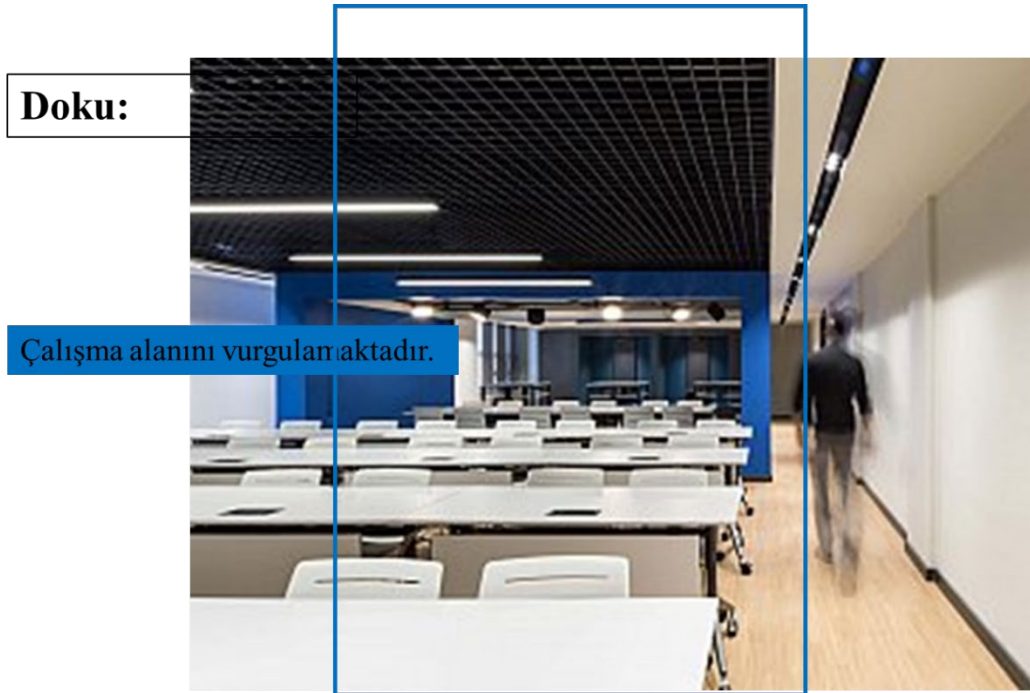
Doku, görme ve dokunma duyusu ile algılanmaktadır. Doğal ve yapay olmak üzere iki türde tanımlanır. Doğada var olan hem görsel hem de dokunsal olarak algılanan; ağaç kabuğu, bir kayanın ya da yaprağın yüzeyi, hayvan derisi vb. dokular doğal dokulara örnektir. Doğada var olmayan, insan etkisiyle biçimlenmiş, görsel düzeyde algılanan dokunsal olarak hissedemediğimiz, yapay malzeme ile oluşturulmuş dokulara yapay doku adı verilmektedir (Tüzcet,1967; Güngör, 2005).

Dokular özünde barındırdığı karakteristik nitelikleri (ince, tırtıklı, pütürlü, sert vb.) malzeme ve renk yardımıyla algılanması sağlanmaktadır. Dışa vurulan bu karakteristik özellikler (sert, yumuşak vb.) ışık ve gölge ile de etkilerini artırabilmektedir (Dinçer, 2011).

Birçok araştırma da dokunun psikolojik etkileri olduğu söylenmekte, mekânda sert, yumuşak, soğuk ya da sıcak etkiler yaratarak algıyı etkilediğini belirtmektedir. Örneğin düz dokulu bir yüzey soğuk bir etki yaratırken, pürüzlü bir yüzey sıcak bir etki yaratmaktadır. Bunun yanında yumuşak dokulu cisimler bireyde huzur ve rahatlık duyguları oluştururken, sert dokular insanı dinç tutmakta, azim ve iradesini desteklemekte, insana heyecan vermektedir. Bu nedenle mekân tasarımlarında yaratılmak istenen etkiyi destekleyecek özelliklerde dokuya sahip malzemeler kullanılması önerilmektedir (Aksugür & Ertürk, 1979; Porter, 1979; Güngör, 2005; Gezer, 2012).

Ayrıca doku ile mekânda istenilen alana vurgu yapmak mümkündür. Yani mekânda öne çıkması istenilen alanlara doku uygulayarak vurgu sağlanabilir (Dinçer, 2011).

Dokular, mekânın işlevine göre de anlamlandırmada yönlendirici etkiye sahiptir. Seçilen doku, mekânı dar veya geniş, uzak veya yakın hissettirebilir. Tavanda kullanılan doku nedeniyle tavan olduğundan daha alçak algılanırken, doku yan duvarlarda ise mekân daha dar, karşı yüzeyde ise mekân daha az derin algılanabildiği söylenmektedir (Güngör, 2005; Hall, 1966). Örneğin Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı için kullanılan asma tavanın geometrik dokusu, tavanın daha alçak algılanmasını sağlarken, çalışma alanını da vurgulamaktadır (Şekil 3.18).



Şekil 3.18: Doku Kullanımının Yarattığı Etki. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü Bilgisayar Laboratuvarı. (<https://arkitera3.rssing.com/channel/71350783/article384-live.html>, 2022)

Eğitim yapılarında sağlıklı bir eğitim yapılabilmesi için, dersliklerde gereken standart bir alan (minimum metrekaresi) belirlenmiş olsa da talebe göre bu standartlara uyulmaması durumunda derslikler öğrencilere küçük, dar ve yetersiz gelebilmektedir. En önemlisi dersliklerin yüzeylerinde kullanılacak doku türlerine dikkat edilip nemsendiğinde, öğrencilerin mevcut koşullardan olumlu şekilde etkilenmesi mümkün olabilmektedir.

3.2.4 Işık

Işık, görme duyusuyla algılanan, cisimlerin görülmesini ve renklerin ayırt edilmesini sağlayan fiziksel güce denir (Hasol, 2008). Mekânın görsel olarak rahatlıkla algılanmasında ve kullanıcının yeterli verim alabilmesinde ışığın önemli bir etkisi vardır. Işığın temel işlevi, i mekânda bulunan biçimleri ve mekânı aydınlatmak, görünür kılmak ve kullanıcılarının ihtiyaç duydukları hızda, rahatlıkta ve hatasız olarak mekân içindeki etkinliklerini yerine getirmelerini sağlamaktır (Ching, 1996). Mekân içerisinde ışık, iki şekilde ‘doğal ışık ve yapay ışık’ kullanımı olarak görülmektedir.

Eğitim yapılarında hem doğal hem yapay ışık mekâna kurumsal kimlik katmada katkı sağlamaktadır.

Doğal ışıkla anlatılmak istenen güneşin sağladığı aydınlatmadır. Doğal ışık kaynağını mekân içinde kullanıp yapıyı aydınlatabilmek adına yapı kabuğunda gerekli yerlerde boşluklar açılmaktadır. Bu boşluklar düşey ya da eğimli cam yüzeyler (pencereler) ile yatay veya eğimli tepe ışıklıkları olarak karşımıza çıkmaktadır (Yener, 1999).

Örneğin Fab Lab diğer adıyla retim Laboratuvarları, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi bünyesinde bulunan atölyelerin yeni baştan tasarlanmasına odaklanan bir projedir ve çok amaçlı bir etkinlik salonu özelliği

taşımaktadır. Bu anlamda, önerilen tasarımda, alanda hava kalitesini artırmak ve içeriye ışık alınmasını sağlamak için tavan döşemesinde açıklıklar oluşturulmuştur (Şekil 3.19).



Şekil 3.19: Doğal Işık Kaynağının Kullanımı. ODTÜ ArchLabs: FabLab. Mimarlık Fakültesi üretim laboratuvarı. ([https://arkitera3.rssing.com/channel-71350783/article384-live.html](https://arkitera3.rssing.com/channel/71350783/article384-live.html), 2022)

Tasarımcı doğal ışıkla mekânı aydınlatmayı amaçlarken tasarımında estetik etki yaratmayı da hedeflemektedir. Bu da tasarımın özgün olmasında büyük etken olmaktadır. Farklı boşluklarla mekâna alınan doğal ışık, mekânı aydınlatma işlevinin yanı sıra mekânın algısında psikolojik, estetik etkiler yaratmaktadır (İskender,1995; Doğusoy, 2001; Turgay & Altuncu; 2011).

Örneğin bir inovasyon merkezi olan ES-Lab, Özyeğin Üniversitesi'nin Çekmeköy yerleşkesinde yer alır. Zemin kotunun altında yer alan ES-Lab, üniversite tarafından yönetilen bir kuluçka merkezi etrafında çözülmüş olan, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi tarafından kullanılan laboratuvarlarla çevrili, bir alandır. Tavan döşemesinde açılan dairesel açıklıklar iç avlular oluşturup, teras ve iç mekân

arasındaki görsel ilişkinin kurulmasını ve içeriye ışık alınmasını sağlamaktadır (Şekil 3.20).



Şekil 3.20: Doğal Işık Kaynağının Kullanımı. Özyeğin Üniversitesi ES-LAB. (<https://www.arkitera.com/proje/ozyegin-universitesi-es-lab/>, 2022)

Aynı zamanda yapay ışığa ise, genelde doğal ışığın yetersiz kaldığı durumlarda gereksinim duyulmaktadır. İç mekândaki görsel konforu sağlamak, estetik bir boyut kazandırmak ve belirli nesnelere ön plana çıkarmak için başvurulan, yapay aydınlatma kaynaklarıdır. Bazı gerekli durumlarda mekânda tamamlayıcı ve yardımcı olarak sürekli kullanılan yapay ışık kaynakları, mekândaki kullanıcı ve fonksiyon özelliklerine göre ihtiyaç duyulan farklı aydınlatma düzeylerini sağlamaktadır (Sirel, 1973; Turgay & Altuncu, 2011).

Eğitim yapılarında öğrenme etkinliğinin rahat bir derslik ortamında gerçekleşebilmesi için, ışık yeterli olması önem arz etmektedir. Yapılan pek çok araştırma insan psikolojisi ile ışık şiddeti arasında doğrudan bir ilişki olduğunu ve ışık

düzeşinin kişinin motivasyonunu, enerjisini ve sağlığını etkilediğini göstermektedir (Al, 2014). Örnekte bahsedilen, Bilişim İnovasyon Merkezi (BİLİM) ODTÜ Teknokent'te bulunan merkezi için tavan döşemesinde oluşturulan açıklıklar, mekâna gereken ışık düzeyini sağlasa da yapay aydınlatmalar gün sonu için gerekli ışık düzeyini sağlaması açısından gereklidir. Ayrıca özgün bir tasarım anlayışı olan merkez, yapay aydınlatma seçiminde bu anlayışın devamlılığına büyük katkı sağlamıştır (Şekil 3.21).

• Yapay Işık:



Şekil 3.21: Yapay Aydınlatma Kaynağının Kullanımı. ODTÜ Teknokent BİLİM. Bilişim İnovasyon Merkezi. (<https://www.arkitera.com/proje/odtu-teknokent-bilim/>, 2022)

Mekânda doğal ışıktan yeterince fayda sağlanamadığında, yapay aydınlatma, mümkün olduğunca gizli ya da duvardan yansıtılarak elde edilmesi beklenirken, günümüzde endüstrileşmenin sağladığı çok çeşit ve modelde bulunan aydınlatma

elemanları tasarımı desteklerken mekâna da anlam katmaktadır. Kısacası ‐Işık bir şeyleri açığa çıkarttığı kadar kendini de açığa çıkartır ve gösterir‐ (Turrell, Aktaran Brooker & Stone, 2012).

3.2.5 Mobilya

Mobilyalar, temel fiziksel ihtiyaçlar olan, oturma, yatma, çalışma, depolama gibi yaşam gereksinimlerini karşılamak için gereken eşyalar olarak tanımlana bilir. Ayrıca mekân kalitelerine katkı koymak gibi bir misyon üstlenmektedirler. Mobilya, mekân için hazırlanan tasarımı desteklemekte ve o mekâna özgünlük katmaktadır. Mobilyalarda kullanılan malzeme, renk, doku gibi bileşenler mobilyanın yaratacağı algıyı doğrudan etkilemektedir. Örneğin kadife kumaşı ile kaplanmış bir mobilya deri malzemesi kaplandığında başka bir kimliğe bürünmekte veya biçimleri aynı olan mermer ve plastik malzemeli iki masanın oluşturacağı algı farklılık göstermektedir (Özdemir,2020). Mobilya, mekân ile kullanıcı arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir. Doğru mobilya seçimiyle mekânın daha kullanışlı ve konforlu olarak algılanması mümkün kılınmaktadır (Ching, 2007).

Eğitim kurumlarında öğrenciler zamanlarının çoğunu dersliklerde geçirmektedir. Bundan dolayı bazı kaynaklar, daha verimli çalışmalarını için öğrenciye uygun ergonomik mobilya sunulmasını, konforsuz mobilya kullanılmasından kaçınılmasını önermektedirler. Günün büyük bir kısmını oturarak geçiren öğrenciler için oturma elemanlarının öğrencinin antropometrisine ve ergonomisine uygun olmamasından dolayı motivasyon azalmasına neden olduğunu, sonuçta ise öğrencinin öğrenme performansını olumsuz yönde etkilediğini vurgulamaktadır (Bullock & Foster-Harrison, 1997).

Aynı zamanda mekân atmosferine uygun mobilya seçimi yapmak veya tasarlamak mekân bütünlüğü için önemlidir. Mobilya seçiminin renk, malzeme, biçim

ve benzeri özellikler yönünden kimliği yansıtacak yönde olması, mekânın gereği gibi algılanmasını sağlamaktadır (Petek, 2007).

Buna güzel bir örnek olan İstanbul Kültür Üniversitesi (İKÜ) Basın Ekspres Yerleşkesi eğitim ve kültür yapıları kategorisinde ödül almış bir projedir. Bu projede yer alan bekleme köşesi mobilyası tasarım bütünlüğüne katkı sağlamış, kullanıcı algısı üzerinde dikkat çekici bir etki oluşturmuş ayrıca kurum kimliğinin daha iyi algılanmasına katkı sağlamıştır (Şekil 3.22). Eğitim yapıları için de özgün mobilya kullanımının yaratacağı böyle bir etki çok önemli olmaktadır bu bağlamda bir diğer örnek KalTeV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi, ODTÜ KK Kampüsü'nün kuzeybatı ucunda yer almaktadır. Yapıların iç mekan organizasyonlarında yenilikçi araştırma alanlarının merkeze alınıp yaşantıyı zenginleştirmesi ana fikrine katkı sağlayan özel tasarım bekleme köşesi mobilyaları tasarımda istenen dil bütünlüğüne katkı sağlamıştır (Şekil 3.23).



Şekil 3.22: Bekleme Köşesi Mobilyası. İstanbul Kültür Üniversitesi (İKÜ) Basın Ekspres Yerleşkesi, Eğitim ve Kültür Yapıları (<https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu>, 2022)

Özel tasarım bekleme köşesi mobilyaları tasarımda istenen dil bütünlüğüne katkı sağlamıştır.



Şekil 3.23: Bekleme Köşesi Mobilyası. ODTÜ Kal TEV ARGE ve Uygulamalı Eğitim Kompleksi. (<https://www.arkitera.com/proje/odtu-kaltev-arge-ve-uygulamali-egitim-kompleksi/>, 2022)

3.3 İç Mekânda Ana Fikir (Konsept) Tasarım Yaklaşımının Eğitim Yapılarında Kullanımı ve Etkileri.

Konsept, tasarım sürecinin şekillenme aşamasında en önemli hususlarından biridir. Mekânın ruhu ve yansıtılmak istenen duygunun, kullanıcıya somutlaştırılarak aktarılabilirdiği bir tasarım yöntemidir. Bir mekânın özgün, nitelikli, kimlikli vb. niteliklere sahip olması konsept dahilinde gerçekleşir. (Gündüzlü,2020).

Eğitim yapılarında da mekânın özgün mekanlara dönüşmesini sağlayan ve kurumsal kimlik kazandıran tasarım yaklaşımlarıdır. Gündüzlü'ye göre iç mimar tarafından düzenlenmiş mekânlar “özgün mekân” olarak nitelendirilirken, iç mimar tarafından düzenlenmemiş mekânlar ise “özgün olmayan mekân” olarak kabul edilmektedir. Kısaca konsept dahilinde, tasarım öğelerinin anlamlı bir bütün oluşturulması özgün tasarım olarak tanımlanabileceği vurgulanabilir.

Ayrıca birçok araştırmada mekânın özgün tasarım kalitesi kullanıcı davranışlarını, memnuniyet ve sadakatin / bağlılığın oluşmasını etkileyen bir strateji

aracı olarak ele aldığıda vurgulamaktadır (Özdemir, 2020). Bu anlamda eğitim yapılarında memnuniyet ve sadakati / bağlılığı sağlama bilmek, dolayısıyla kurumsal kimliği mekânsallaştırmak için tasarım öğelerinin özgünlüğü ve kalitesi önem arz etmektedir. Bu öğeler kullanılarak mekân içinde bütüncül bir tasarım yaklaşımı kurumun istediği imajı hedef kitlesine yansıtmada başarılı olabilir. Buna en iyi örnek olarak 2019'da 'Eğitim ve Kültür Yapıları' kategorisinde , ArchIST Awards For Interior Design ödülünü kazanmış İKÜ Basın Ekspres yerleşkesi projesidir (Şekil 3.24).



Şekil 3.24: İç Mekânda Ana Fikir (konsept) Tasarımı. İKÜ Basın Ekspres yerleşkesi (ArchIST Awards For Interior Design). (<https://www.ekoyapidergisi.org/iku-basin-ekspres-yerleskesi-ne-ic-mekan-tasarimi-odulu>, 2022)

İstanbul Kültür Üniversitesi (İKÜ) Mimarlık Fakültesi, iç mekan tasarımlarının ödüllendirildiği ArchIST Awards For Interior Design 2019'da, 'Eğitim ve Kültür Yapıları' kategorisinde ödüllü projenin tasarımı yapan Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Ayhan Usta'a göre "10 katlı iki bloktan oluşan binayı, eğitim ve kültür yapısına dönüştürürken İKÜ'nün misyon ve vizyonuyla örtüşen iç mekan tasarımını oluştururken konsept olarak 'oradaki orası' diye belirlenmiştir.

Kurumlar kurumsal imajı doğru yansıtılmış, bütüncül bir tasarım yaklaşımı yansıtmayı başarmış iç mekanlarla da kurumun istediği imajı hedef kitlesine yansıtmada başarılı olabilir.

Bölüm 4

ALAN ÇALIŞMASI

Bu çalışmada literatür taraması, mekân analizi ve yapılandırılmış görüşme gibi nitel veri toplama araçları kullanılmıştır. Bulgular için mekân analizi kullanılırken, öneriler kısmında ise literatür araştırmalar ve yapılandırılmış görüşme sonucu elde edilen verilere dayanılarak oluşturulmuştur. Bu araştırmanın mekân analizi için Doğu Akdeniz Üniversitesi Merkezi Derslik (CL derslikleri) seçilmiştir.

4.1 Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışma dört adımda gerçekleştirilmiştir.

- Birinci adım; kurum kimliği iç mekanlara nasıl yansır? sorusuna cevap aramak adına kaynak araştırması yapıldı. Çalışmanın ilk bölümünde, kurum kimliğinin kavramı, tarihsel gelişimi ve öğeleri başlığı kapsamında literatür taraması yapıldı.
- İkinci adım; kurumun kimliğinin iç mekanlara yansıtılmasına yönelik toplanan bilgilerin değerlendirmesi sonucu üç ayrı tasarım kriteri önerisi sunuldu. Bu bağlamda önerilen tasarım kriterleri aşağıda sırasıyla anlatılmaktadır.

Kurumsal kimliğin iç mekanlara yansıtılması için önerilen ilk tasarım yöntemi olarak kurumun; kurumsal görsel kimliğini oluşturan bileşenlerin kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakterinin fiziksel olarak iç mekâna yansıtılması önerisidir. Bu tarz tasarımların kullanıldığı Türkiye'deki başarılı yüksek öğretim kurumlarının iç mekân görsellerinden yararlanılarak örneklerle aktarılmıştır. Bu

örnekler mimarlık ve yapı dergileri, arkitera, eko yapı dergisi ve yapı kataloğu sayfasında bulunan eğitim yapıları başlıklı araştırmam sonucu ortaya çıkan öncü mimari ve iç mimari tasarımlarıyla örnek oluşturan sekiz eğitim yapısı örneği incelenmiştir.

Önerilen ikinci tasarım yöntemi olarak kurumsal kimliği Mekân sallaştırmak için iç mekânda görsel algıyı kullanarak mekân içinde istenen etkiyi vurgulayabilir veya akılda kalacak bir tasarım yaklaşımı oluşturulabilir. İç mekânda görsel algıyı desteklemek için tasarım öğeleri renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık kullanılır. Mekânın oluşumu ve mekâna katılmak istenen etki; bu faktörlerin katkısıyla gerçekleşmekte, bu oluşum zamanla kalıcı hale gelmekte ve mekâna kimlik kazandırmaktadır. Türkiye’deki yüksek öğretim kurumlarından tasarımlarıyla örnek olmuş ve ödüllü iç mekân tasarım görselleri kullanılarak örneklerle aktarılmıştır.

Üçüncü tasarım önerisi, kurumun kurumsal kimliğini tam olarak anlamak ve hedef kitleye vermek istediği imajı benimseyip ana fikir / konsept yansıtılmış iç mekân tasarımları oluşturma bilmektir. Bu bağlamda Doğu Akdeniz Üniversitesi üst yönetimle karşılıklı yapılan yapılandırılmış görüşme yöntemi ile üniversitenin kurumsal kültürü, kurumsal kimlik ve imajı konusunda bilgi edinilmiştir. Yapılandırılmış görüşme yönteminin tercih edilmesinin sebebi önceden belirlenmiş sorulara bağlı kalınarak yapılan bir görüşme şekli olmasıdır.

Görüşme yapılmadan önce Doğu Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’nun istemiş olduğu Bilimsel Araştırma Etik Uygunluk Başvuru Formunu doldurup değerlendirmeye sunundum. Onay sonrası 14 ve 21 Aralık 2022 tarihli hafta içinde görüşmeleri yapmak için randevu aldım. Doğu Akdeniz Üniversitesi’nin dört kişilik rektör yardımcılılarıyla ayrı ayrı yapılması planlansa da gönüllülük ilkesi kapsamında görüşme sadece Akademik İşler ’den Sorumlu Rektör

Aktuğlu ve üçüncü görüşmeci Prof. Dr. Serhan Şensoy için de teker teker hazırlandı. Bu tek tek hazırlanan kelime havuzlarında üç görüşmecinin de ortak bahsettiği ve üzerinde önemle durdukları kelimeler de ayrı bir kelime havuzunda toplandı. Son olarak ortak havuzda üç görüşmecinin de tekrarladığı anahtar kelimeler sentezlendi.

Görüşme analizi sonrasında kurumun kültürü, kurumsal kimlik yapısı ve kurumun hedeflediği imaj belirlenmiştir. Belirlenen anahtar kelimeler; “ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK”, “ULUSLARARASILIK”, “KALİTELİ EĞİTİM” ve “TARİHİ ÖNEM” olarak belirlenmiştir. Tespit edilen kurum imajının mekân algısı üzerinden kurumun sahip olduğu imajın nasıl yansıdığı; mekân analizi sırasında değerlendirilmiştir.

Üçüncü adım ise önerilen tasarım kriterleri tek tek ele alınarak Doğu Akdeniz Üniversitesi Merkezi Derslik (CL derslikleri) üzerinden mekân analizi yapıla bilmesi için veri analiz tablosu oluşturuldu.

Bina analizi için hazırlanan, DAÜ kurumsal iç mekân tasarım değerlendirme tablosu, 3 ayrı kısımdan oluşmuştur (Şekil 4.2).

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
DERSLİK ADI VE RESİM BÖLÜMÜ		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:		
LOGO:		
SLOGAN:		
LOGO RENGİ:		
YAZI KARAKTERLERİ:		
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK KOMPOZİSYONU:	ZEMİN	
	TAVAN	
	DUVAR	
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
MALZEME:	ZEMİN	
	TAVAN	
	DUVAR	
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
DOKU:	ZEMİN	
	TAVAN	
	DUVAR	
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMIDI?	
IŞIK:	DOĞAL IŞIK	
	YAPAY IŞIK	
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN AÇIK UÇLU ANKET SONRASI DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGUYU YAPTIMI?	
MEKAN TİPİ		

Şekil 4.2: DAÜ Kurumsal İç Mekan Tasarım Değerlendirme Formu

Birinci kısım ilk önerilen tasarım kriteri olan, görsel kimliği oluşturan bileşenler, kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakteri olarak, literatür taraması yardımıyla ortaya konulmuştur. Bu bileşenlerin fiziksel olarak iç mekâna yansıyor yansımadağı DAÜ kurumsal iç mekân tasarım değerlendirme formunun ilk bölümünde ele alınmıştır.

Görsel kimliği oluşturan bileşenlerin mekân analizi için Doğu Akdeniz Üniversitesi Merkezi Derslik (CL derslikleri) binasında sekiz farklı mekân tespit edilmiştir. Mekân farklılıkları dersliklerin kullanım şekilleri ve farklı mobilya seçenekleri göz önünde bulundurularak sınıflandırılırken, koridorlar ve giriş holü de diğer mekanlar olarak değerlendirmeye dahil edilmiştir. Bu bağlamda sekiz adet mekân analiz tablosu hazırlanmıştır. DAÜ kurumsal iç mekân tasarım değerlendirme

formu hazırlandıktan sonra araştırmacı DAÜ Merkezi derslik binası (CL derslikleri) deneyimlenmiş ve mekân fotoğrafları çekilmiştir.

Değerlendirme sırasında Merkezi Derslik (CL derslikleri) tüm tablolarda yer alan mekanlarda görsel kimliği oluşturan bileşenler, kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakterinin herhangi bir biçimde kullanılıp kullanılmadığı şeklinde değerlendirilmiştir.

Bulgular analiz tabloları uygulaması sonucu elde edilen verilere dayandırılırken, öneriler literatür taramasında ortaya konulan bilgi ve eğitim yapılarından oluşturulan örnekler üzerinden oluşturuldu.

Formunun ikinci kısmında iç mekânda görsel algıyı etkileyen tasarım bileşenleri renk, malzeme, doku, mobilya ve ışık olarak literatür taraması yardımıyla tespit edilmiştir. Ayrıca iç mekânda kurum kimliğini yansıtacak mekâna kimlik katabilecek tasarım anlayışının olup olmadığının sorgulanması için, görsel algıyı etkileyen tasarım bileşenleri ve bunların iç mekânda öne çıkarılacak bir vurgu olup olmadığı, zaten önceden belirlenmiş sekiz farklı mekân üzerinden tek tek incelendi.

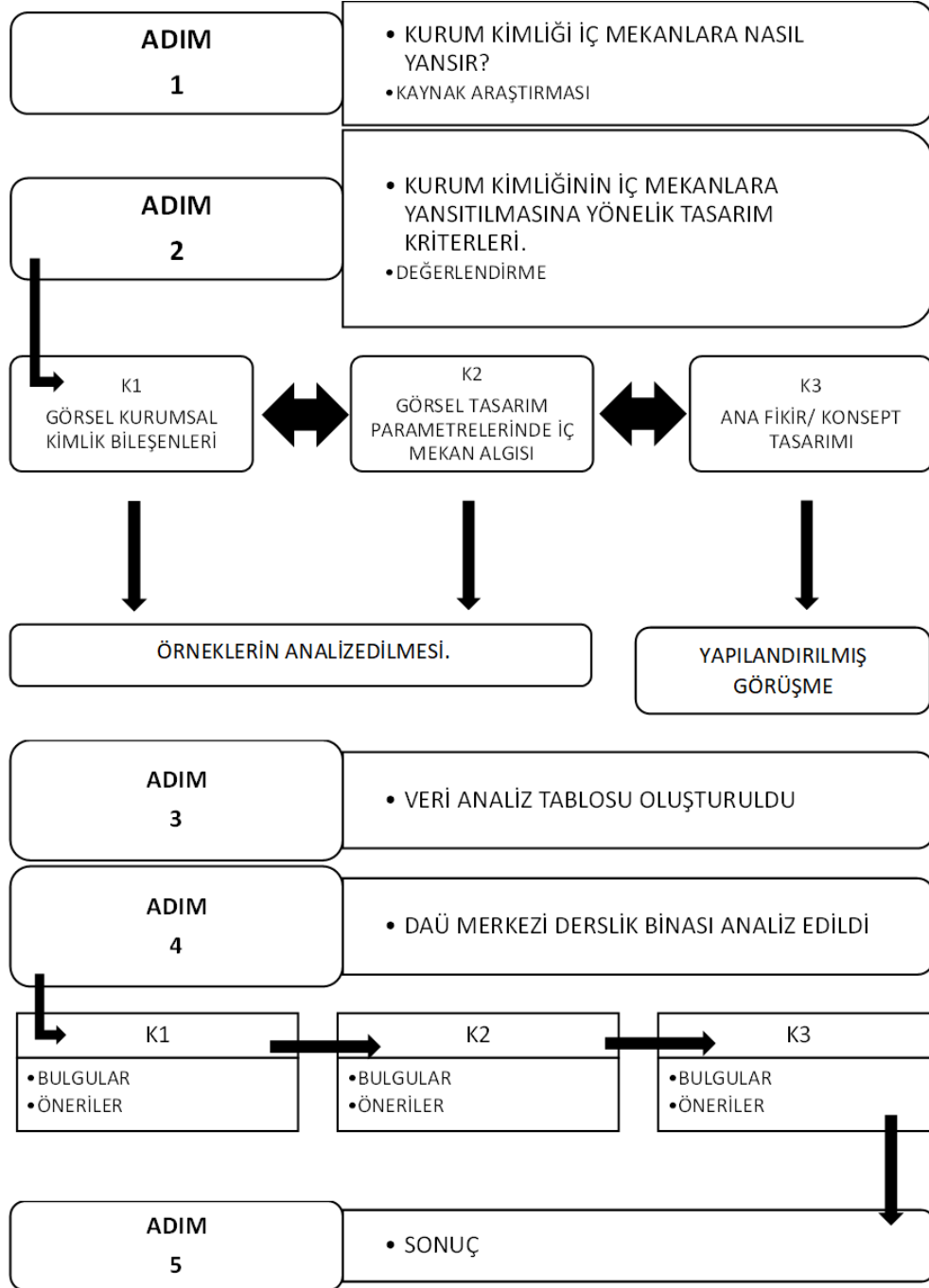
Değerlendirme sırasıyla renk, malzeme, doku faktörleri mekânda zemin, tavan ve duvar yüzey tespiti olarak yapıldı. Tüm bu bileşenler kullanılarak tasarımda mekânı öne çıkaracak bir vurgu yapılıp yapılmadığı arandı. Mobilya faktörü için özel tasarlanmış mobilya varmış diye bakıldı. Son olarak ışık bileşenini doğal ve yapay ışık olarak arandı. Burada da ışık bileşenini kullanılarak tasarımı destekleyecek ve/veya dikkat çekecek bir etki yapılıp yapılmadığı değerlendirildi.

Bulgular analiz tabloları uygulaması sonucu elde edilen verilere dayandırılırken, öneriler literatür taramasında ortaya konulan bilgi ve eğitim yapılarından oluşturulan örnekler üzerinden oluşturuldu.

Son olarak formun üçüncü kısmında üst yönetimle yapılan görüşme sonrasında kurumun kültürü, kurumun kimlik yapısı ve kurumun hedeflediği imaj belirlenmiştir. Ortaya konulan anahtar kelimeler; “Çok Kültürlülük”, “Uluslararasılık”, “Kaliteli Eğitim” ve “Tarihi Önem”dir. Tespit edilen anahtar kelimelerin mekân üzerinden kurum imajını nasıl yansıdığı değerlendirme formuna eklenmiştir.

Değerlendirme sırasında Merkezi Derslik (CL derslikleri) tüm tablolarında yer alan mekanlar üzerinden kurumun imajı olduğu düşünülen “Çok Kültürlülük”, “Uluslararasılık”, “Kaliteli Eğitim” ve “Tarihi Önem”i sembolik olarak ya da tasarım faktörü olarak mekânda kullanılıp kullanılmadığı değerlendirildi.

Bulgular analiz tabloları uygulaması sonucu elde edilen verilere dayandırılırken, öneriler literatür taramasında ortaya konulan bilgi ve eğitim yapılarından oluşturulan örnekler ve yapılandırılmış görüşme sonucu elde edilen verilere dayanılarak oluşturuldu. (Şekil 4.3)



Şekil 4.3: Yöntem Tablosu

4.2 Çalışma için Doğu Akdeniz Üniversitesinin Seçim Nedeni, Tarihçesi ve Kurum Kimliği

Kurumsal kimlik ile önemli ortak paydaşı bulunan yapılar üniversite yerleşkeleridir. Üniversitelerin temel amacı eğitim, araştırma, akademik personelinin profesyonel gelişimine yardımcı olma ve öğrencilerin kişisel gelişimine odaklanmak

olsa da hedef kitlelerine görünürlüklerini arttırabilmek adına, kurumsal kimlik edinme anlayışını ortaya koymaktadırlar (Reed, 2004).

İçinde bulunduğumuz dönemde üniversitelerin genel olarak ortak hedefinin ihtiyaç duydukları kitleyi kendi bünyesine katabilmek olması, bir rekabet ortamı yaratmıştır. Dolayısıyla, özellikle tercih edilirlilik ve devamlılık yarışı ile karşı karşıya kalan üniversiteler, rekabet içerisinde kurum kimliğinin güçlü bir kaynak olarak önemini kavramışlardır (Melewar ve Akel, 2005).

Kampüs tasarımı üniversite kurumundaki personelin ve öğrencisinin verimlilik ve memnuniyetini sağlayacak şekilde, tüm mimari yapıları (fakülte, aktivite binaları, derslik, kütüphane) kapsamaktadır. Bu sebeple kurumsal kimlik açısından üniversite kampüsündeki binalar arasında ve iç mekan tasarımında bir dil bütünlüğü olması önemlidir (Okay, 2013).

Üniversiteler tasarladıkları görsel kimlikleri ile özgün bir duruma dönüşerek hedef kitleleri tarafında akılda kalmaları ve hatırlanmaları, verimlilik ve memnuniyet sağlamaktadırlar. Bu bağlantıda üniversitelerin kurumsal kimlikle olan güçlü bağlantısı ve içinde bulunduğumuz rekabetçi ortamda gerekliliği, kurumsal kimlik ile mimari ve iç mekân tasarımı açısından önemi, çalışma alanı olarak üniversite yapılarına odaklanmaya etken olmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesinin (DAÜ), dünyanın 110 ülkesinden gelen 17,500 öğrencisi, 35 ülkeden 1,100'ün üzerinde öğretim elemanı, 12 Fakülte ve 4 Yüksekokul toplam, 108 ön lisans ve lisans, 96 yüksek lisans ve doktora programı bulunmaktadır. DAÜ, 3000 dönüm arazinin üzerine yayılmış eğitim binaları ve laboratuvarlarıyla, kapalı ve açık spor salonları ve kültür faaliyetleriyle, bir kampüs üniversitesidir (Kaynak: <https://www.emu.edu.tr/tr/dau-hakkinda/kibris-universiteleri-icinde-en-iyisi/699> kaynak, 2022).

DAÜ'nün farklı zaman dilimlerinde gelişen büyük bir kampüsten oluşmasının yanı sıra, araştırmacının 2003 yılından beri DAÜ'de Proje İşleri Müdürlüğü'nde çalışması ve kampüsün gelişimini gözlemlemesi, çalışma için motivasyon oluşturmuştur.

Doğu Akdeniz Üniversitesi eğitim hayatına 1979 yılında Yüksek Teknoloji Enstitüsü olarak başladı. Kuruluşundaki hedef, mühendis ile teknisyen arasında mesleki niteliğe sahip ara elemanları eğitmek ve başarılı olan öğrencilere “teknisyen-mühendis” diploması vermektir. 1986 yılında KKTC Meclisinin kabul ettiği ve 18/86 sayılı “Kuzey Kıbrıs Eğitim Vakfı ve DAÜ Kuruluş Yasası” ile Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Doğu Akdeniz Üniversitesi adını alarak bir devlet üniversitesine dönüştürüldü. DAÜ kurulum yılına göre genç bir üniversite sayılabilir fakat günümüze kadar çok hızlı bir biçimde birçok fakülteyi bünyesine katarak büyümüş ve büyümeye devam etmektedir. Üniversitenin web sayfasında belirtildiği üzere:

“DAÜ üç kıtayı birleştiren coğrafyada bilimsel üretime dayalı eğitim yapan, her zaman bölgede lider ve öğrenci ve akademisyenler tarafından en çok tercih edilen üniversite olarak bilinmektedir; bu bağlamda evrensel değerlere bağlı, uluslararası kabul görmüş akademik eğitim ölçütlerini kendine kılavuz edinmiş, toplumsal sorumluluk bilinciyle bölgesel ve uluslararası sorunlara çözüm üreten, çok kültürlülüğü, özgür düşüncüyü, hoşgörüyü ve katılımcılığı içselleştirmiş mezunlar yetiştiren, uluslararası çerçevede üretim, bilim, sanat ve sporun gelişmesine yönelik çalışmalar yürüten bir üniversite olmayı kendisine misyon ve vizyon edinmiştir.” (Kaynak: <https://www.emu.edu.tr/tr/dauhakkında/kibris-universiteleri-icinde-en-iyisi/699kaynak>, 2022).

Üniversite coğrafi konumuyla elde ettiği değer yanında, kaliteli eğitime verdiği önemi akademik ve yönetsel birimlerin onay aldığı uluslararası akreditasyon, denklik ve üyeliklerle devamlılığını sağlamaya çalışmaktadır.

Üniversite 1980'li yıllarda kurum olarak kendini ifade ederken, resmi yazışmalarını antetli kâğıt üzerine üniversitenin ismini kullanarak gerçekleştiriyordu. Logo kullanımına 1988 yılında düzenlenen logo yarışmadan sonra başlandı. Kurumun logosu ve tarihsel değişimi günümüze gelene kadar oluşan değişiklikler Şekil 4.4'le aktarılmıştır.

İSİM: Geçmişten Günümüze DAÜ Görsel Kurumsal Kimliği					
LOGO					
	DAÜ logosunun ilk renkli çizimi (1988)	DAÜ logosu (1989)	DAÜ logosu (1998)	DAÜ logosu (2002)	Günümüz
SLOGAN	“Yaşam Boyu Kaliteli Eğitim” (1992-2003)	“kalitede zirveye tırmanış” (2004-2007)	“Uluslararası Kariyer İçin” (2009-2014)	“Erdem, Bilgi, Gelişim” (2015-2020)	Slogan yok (Günümüz)
RENK			PANTONE: 1235 CPHTML: FFB81C	R: 234 G: 184 B: 28 C: 0 M: 31 Y: 98 K: 0	
			PANTONE: 287 CPHTML: 00B3087	R: 0 G: 48 B: 135 C: 100 M: 75 Y: 2 K: 18	
			BLACK %40		
HARF VE YAZI					
	Helvetica Neu EMU Bold	Helvetica Neu EMU Bold			

Şekil 4.4: Geçmişten Günümüze DAÜ Logo ve Sloganları (Doğu Akdeniz Üniversitesi Basın Yayın Müdürlüğü Arşivi)

DAÜ logosu bir meşaleyi simgelemektedir. Kaidesi altın rengindedir. Altın rengi, üniversitenin değerini anlatır. Üstte alevleri simgeleyen çizgiler ise koyu mavi renktedir. Mavi renk Akdeniz’i anlatır. Meşaleden yayılan bilim ateşi dalga, dalga

Akdeniz’de yol almaktadır. Kaide ile ateş/dalgaların bir bütünü oluşturması, üniversitenin gücünü ve sağlam bir temele oturuşunu temsil eder. Logo, üniversitenin adının baş harflerini, simgesel olarak içermektedir. Pantone dünya çapında bir renk spesifikasyonu ve tanıma sistemidir. DAÜ logosunun renkli baskı durumunda değişmemesi için alınan karar doğrultusunda belirlenen “Pantone kodları” belirtilmiştir. DAÜ görsel iletişim sisteminin oluşturulmasında “Helvetica Neu EMU Bold” yazı tipi kullanılmıştır. DAÜ için ek belgeler, tabelalar veya diğer görsel iletişim bileşenleri oluştururken, bu yazı tipleri kullanılır. Genel bir kural olarak, evrensel bir kampüs tanımlayıcısı olarak birincil kimlik tüm üniversite materyallerine uygulanması ve hiçbir koşulda, kimliğin bileşenleri birbirinden ayrılmaması, bozulmaması veya değiştirilmemesi gerekir (Kaynak: DAÜ Logo kullanım kılavuzu/Logo Usage Manuel, 2022).

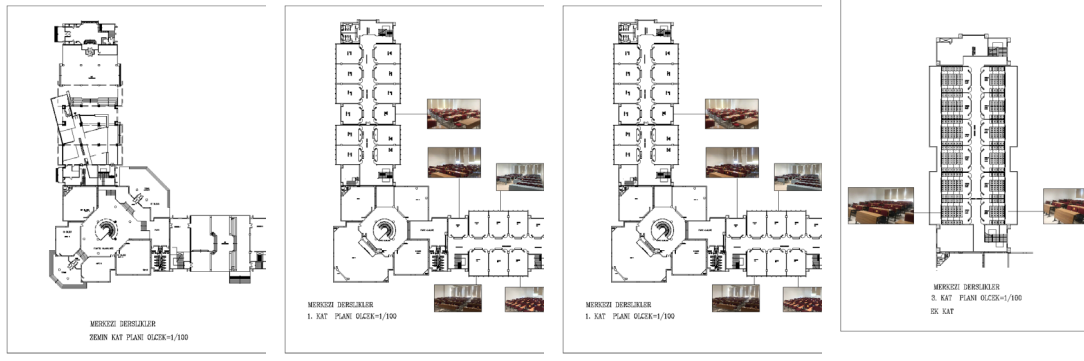
4.3 DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL Derslikleri)

Merkezi derslik, adından da anlaşılacağı gibi tüm öğrencilerin kullandığı, kuzey kampüsün tam merkezinde yer alan bir binadır. Merkezi derslikler, tüm fakültelerdeki öğrencilerin zaman kaybetmeden erişebilecekleri bir konumdadır. Sınıfların kapasitesinin yeterli oluşu, geniş koridorlarda öğrenci bekleme köşelerinin yaratılması ve geniş iç bahçesiyle yoğun öğrenci nüfusunu rahatlıkla barındıra bilmektedir. Bu nedenlerden dolayı DAÜ kampüsü içinde bu bina ana çalışma alanı olarak seçilmiştir (Şekil 4.5).



Şekil 4.5: Doğu Akdeniz Üniversitesi Kampüsü

Doğu Akdeniz Üniversitesinde bulunan her fakülte binasının mevcut derslik, laboratuvar ve amfi alanları bulunmaktadır. Fakat fakülte binasının yetersiz kaldığı durumlarda bölümler merkezi derslik ve amfilerinden yararlanmaktadır. Merkezi derslik kompleksi, üniversitenin tüm bölümlerinden öğrenciyi buluşturduğu bir merkez gibidir. Merkezi derslik binası yapımı 1995-1997 yılları arasında 3 etapta tamamlanmıştır. Bina toplam alanı 13.377 m² alana sahiptir. Merkezi derslik kompleksi; 54 adet sınıf, 7 adet amfi ve 1 adet konferans salonundan oluşmaktadır.



Zemin Kat Planı

I. Kat Planı

II. Kat Planı

III. Kat Planı

Şekil 4.6: Merkezi Derslik Kat Planı

Merkezi derslik binası öğrenci kullanımına başladığı yıldan, 2014 yılına kadar olan sürede yenilenmeye gidilmemişti. Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin o yıllarda görev yapan üst yönetimi, Doğu Akdeniz Üniversitesi Proje İşleri Müdürlüğü'ne yapmış olduğu talep doğrultusunda artan öğrenci sayısını karşılaya bilmesi açısından Merkezi Derslik Binası iç mekanları yenilenmeye gidildi. Derslik mobilyalarının öğrenci konforunu artıracak şekilde değiştirilmesi ve ortak kullanım alanlarının yoğun öğrenci kullanımına hizmet verebilecek şekilde dayanıklı zemin malzemesi ile değiştirilmesi istendi. Ayrıca öğrenci konforunu artırmak adına derslik içi mekanik havalandırma ve aydınlatma kalitesinin artırılması için yenilenmesi istendi. Bu çalışma sonrasında üniversitenin diğer fakültelerin dersliklerinde kullanılması koşuluyla Merkezi Derslik Binası iç mekanları için seçilen malzeme standartlaştırıldı.

Merkezi derslik binası, birçok farklı fakültelerden öğrenciyi bünyesinde barındırdığından dolayı, doğru bir yaklaşımla kurum kimliği tasarımına yansıtıldığı takdirde yoğun bir öğrenci nüfusunu etkileyeceğinden alan çalışması için önemlidir.

4.4 Mevcut Durum Tespiti

Çalışmanın bu bölümünde, DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL derslikleri)'nin kurum kimliği öğelerinin, iç mekân tasarımına yansımaları üç aşamalı olarak irdelenmiştir:

1) DAÜ içerisinde yer alan “Merkezi Derslikleri”nde kurumun görsel kimliğini oluşturan bileşenlerinin (kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakteri) mekânda kullanımı,

2) İç mekânda görsel algıyı desteklemek için tasarım öğelerinin (renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık) kullanımı,

3) Doğu Akdeniz Üniversitesi üst yönetimle karşılıklı yapılan yapılandırılmış görüşmeyle üniversitenin kurumsal kültürü, kurumsal kimlik ve imajı konusunda, üst yönetimin vurgulamak istediği değerlerin (çok kültürlülük, uluslararasılık, kaliteli eğitim ve tarihi önemi) iç mekân tasarımına yansımaları.

Merkezi derslik kompleksinde 28 derslik 85 m² alan sahiptir. Tamamı aynı olan 28 adet derslik tümü tablo 1 de; Ayrıca 80 m² alan sahip ve tamamı 10 adet derslik tablo 2’de; 3 adet benzer derslik tablo 3’de ve 3 adet de çok amaçlı derslik olarak kullanıldığından bu derslikler ise tablo 4’de değerlendirilmiştir. Bunlara ilave binada bulunan bilgisayar dersliği tek olduğundan tablo 5’de; 7 adet amfi derslik tablo 6’da; kısacası çalışma kapsamında toplam 54 adet derslik ve 7 adet amfi derslik değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Merkezi derslik kompleksinde derslik koridorlarının tümü tablo 6’da değerlendirilirken amfi derslik koridoru tablo 7’de; amfi girişi olarak tanımlanan alan ise tablo 8’de değerlendirilmiştir. (EK2: Tablolar)

4.5 Bulgular ve Öneriler

Bulgular sonucunda geliştirilen öneriler için bölüm 3’de değerlendirilen üniversite binalarındaki kullanım örnekleri baz alınmıştır.

4.5.1 Görsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler

DAÜ Merkezi Derslik Binasında (CL derslikleri) iç mekânda kurumun görsel kimliğini oluşturan bileşenleri (kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakteri) incelenmiştir. (Şekil 4.7)

4.5.1.1 Kurum İsmi ve Logo

Merkezi Derslik binası girişinde bina ismi mevcut olmasına rağmen, iç mekânda Doğu Akdeniz Üniversitesi’nin ismi veya logosu herhangi bir yerde bulunmamaktadır.

Bu bağlamda bina girişinde oluşturulacak danışma bankosu arka duvarında kurumun logosu olacak şekilde düzenleme yapılmalıdır. Bunun yanında dersliklerdeki kürsü üzerinde kurumun ismi veya kısaltması kullanılması önerilmektedir.

4.5.1.2 Slogan

Merkezi Derslik binası iç mekânın da yapılan bina analizinde (yenilenmese de bir önceki sloganın geçerliliği varsayılarak) görsel kurumsal kimlik ifadesi olarak yer alan kurum sloganının kullanılmamış olduğu görülmektedir.

Kurum sloganının reklamların dışında, iç mekânda da grafik öğelerle aktarılması, imaj farkındalığına katkı sağlayacağından ortak kullanım alanlarında duvar yüzeyine kurumsal yazı karakterleri ile aktarılması önerilmektedir.

4.5.1.3 Logo Rengi ve Yazı Karakterleri

Merkezi Derslik Binası koridor alanlarında kat tanımları yapılırken, kurumun yazı karakteri ve logo renkleri kullanılarak hazırlanan kat bilgilendirme tabelalarında ve derslik numaraları bilgilendirme tabelalarında kullanılmıştır.



Şekil 4.7: Yönlendirme Panoları. DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL Derslikleri)

Kurum renklerinin ve yazı karakterlerinin, yönlendirme panolarında ve derslik isimliklerinde kullanılmış olması, mekân kullanıcısının belleğinde kurumun oluşması için gereken görsel uyaran etkisi yaratmamaktadır. Mekân kullanıcısının dikkatini çekmek için kurum renklerinin bina koridor duvar, kolon, giriş veya tavan yüzeylerinde kullanılması önerilirken, yazı karakterinin mekân içinde kullanılması, sloganı vurgularken ya da mekân içinde yön bulmada sağlayacağı etkiden dolayı tasarım elemanı olarak değerlendirilebileceği önerilmektedir.

	DAÜ Merkezi Derslik İç Mekân Analizleri.	Türkiye’ den Seçilmiş Üniversite İç Mekân Örnekleri.	Kullanım Önerileri.
Kurum İsmi	Gözlemlenmemiştir.	Kürsü üzerinde üniversitenin adının kısaltması. (Şekil 3.2)	Derslik içindeki kürsü üzerinde kurumun ismi/kısaltması .
Logo	Gözlemlenmemiştir.	Danışma bankosu arka duvarı logo kullanımı. (Şekil 3.3) ve (Şekil 3.4)	Danışma bankosu arkası duvar yüzeyinde kurumun logosu.
Slogan	Gözlemlenmemiştir.	Cam kapı üzerinde kullanılan kısa ve çarpıcı sözler. (Şekil 3.6)	Ortak kullanım alanları (Koridor) duvar yüzeylerinde grafik öğeler.
Logo Rengi	Bina koridorlarında ve derslik isimliklerinde kullanılan yönlendirme panolarında.	Bina koridor duvar ve tavan yüzeylerinde logo renk kullanımı. (Şekil 3.7) ve (Şekil 3.8)	Bina koridor duvar, kolon, giriş ve/veya tavan yüzeylerinde ve/veya Yönlendirme panolarında logo rengi.
Yazı Karakterleri	Bina koridorlarında ve derslik isimliklerinde kullanılan yönlendirme panolarında.	Bina koridorlarında kullanılan yönlendirme panoları. (Şekil 3.9)	Bina koridor duvar yüzeylerinde ve/veya yönlendirme panolarında yazı karakterleri.

Şekil 4.8: Görsel Kurumsal Kimlik Bileşenlerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu

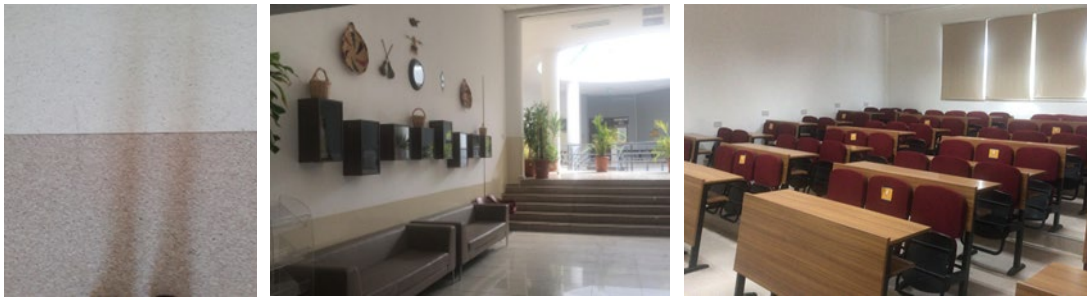
4.5.2 Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler

DAÜ Merkezi Derslik Binasında (CL derslikleri) iç mekânda görsel algıyı desteklemek için tasarım öğelerinin (renk, doku, malzeme, mobilya ve ışık) iç mekâna yansımaları değerlendirilmiştir. (Şekil 4.8)

Bu değerlendirmeler bina üzerinde yapılan gözlemlere ilave olarak tezin sahibinin Eylül 2003 yılından itibaren binanın tüm aşamalarında yer alması sürecinde üniversitenin yapım politikasına yönelik bilgi birikimi ile de gerçekleştirilmiştir.

4.5.2.1 Renk Kompozisyonu

Ele alınan derslikler, bilgisayar laboratuvarı ve koridorlar renk kompozisyonu açısından incelendiğinde bina genelinde sıcak renkler kullanıldığı tespit edilmiştir. Dersliklerde duvar yüzeyi tavan ve zeminde kullanılan malzemenin renkleri sarı rengin pastel tonu (krem) olurken, bu tercihin koridorlarda da devam ettiği gözlenmiştir. Dikkat çekici tek renk unsuru dersliklerde kullanılan kırmızının koyu tonlarından (bordo) oturma guruplarının döşeme renkleridir. Krem, bordo ve ceviz ağacı rengi binanın genel atmosferini oluşturmaktadır Şekil 4.9'da görüldüğü gibi. Sadece amfi giriş holünde renklerin değiştiği ve mavi rengin az da olsa kullanıldığı görülmektedir. Giriş holünde bulunan döner merdivenin üzerinde bulunan tepe penceresinin alüminyum malzemenin yapılmış çerçevesi üniversitenin logo renklerine bir gönderme amacıyla mavi renge sahiptir. Bina gözlemi yapılırken merdiven korkuluk demirleri üzerindeki boyanın önceden kurumun logo renklerinden olan mavi rengi olduğu, fakat sonrasında yapılan değişikliklerde gri renge dönüştürüldüğü saptanmıştır. Bu detaydan, giriş holündeki kolonlar üzerinde de aynı dönüşümün gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.



Şekil 4.9: Bina Geneli Renk Kompozisyonu

Merkezi Derslik binası iç mekânında sıcak renklerin yaratacağı canlılık, neşe ve dinamik etkisi nedeniyle koridor ve bekleme hollerinin çok hareketli olması sebebiyle buralarda kullanılması daha uygun olacağı iddia edilmektedir. Bu bağlamda soğuk

renkler, huzur veren, dinginlik hissi yaratan sakinleştirici ve rahatlatan etkisi nedeniyle dersliklerin ayrıca çalışma odalarının öğrenme verimliliğini artıracığından bu renklerin kullanılması önerilmektedir. Bu bağlamda görsel algıyı etkileyen renk ögesi mekâna doğru yansıtıldığı da kullanıcı algısı üzerinde olumlu sonuçlar elde edilmesi mümkündür. Bu nedenle bina içi renk kullanımı, kurum imajını destekleyecek şekilde geliştirilmeli ve tasarım elemanı olarak kullanılmalıdır.

4.5.2.2 Malzeme

Merkezi Derslik binasındaki dersliklerde, bilgisayar laboratuvarı ve koridorlarda görsel algıyı etkileyen malzeme incelenirken iç mekân elemanları olan tavan, zemin ve duvarlar ayrı ayrı ele alınmış ve malzemeleri incelenmiştir.

4.5.2.3 Zemin Kaplama Malzemeleri

Bina genelinde zeminde doğal, yapay ve kompozit malzemeler kullanılmaktadır. Yapay malzemelerden en çok tercih edilen malzemenin *PVC* zemin malzemesi olduğu ve tüm derslik zeminlerinde ayrıca koridorlarda da kullanıldığı tespit edilmiştir. (Şekil 4.10).

Bunun yanında sadece çok amaçlı 3 adet derslikte (CL120/CL314/CL315) zemin kaplaması olarak *lamine parke* kullanılmıştır (Şekil 4.10).

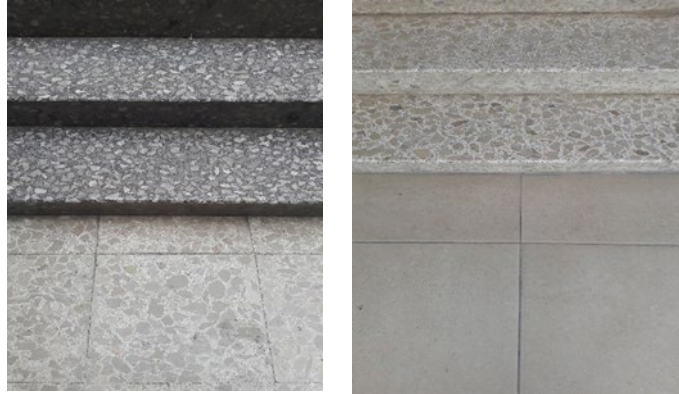


Şekil 4.10: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları PVC Kullanımı



Şekil 4.11: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Lamine Parke Kullanımı

Merkezi Derslik binası zemin malzemesi farklılığı amfi giriş holünde ve üst kata çıkan yuvarlak formulu merdiven yüzeylerinde de gözlemlenmiştir. Amfi giriş alanında kullanılan doğal mermerin, yuvarlak formulu merdiven sınırında ve çevresi boyunca da devam ettiği gözlemlenmiştir. Merdiven basamaklarında farklı bir renk tercih edilse de malzeme olarak doğal mermer üst kata kadar aynı olarak devam etmiştir. Amfi giriş kısmında kullanılan doğal mermer malzemesi, binanın ıslak hacimlerine ve kafeteryalarına geçilen bölümde granit seramik olarak değişmektedir. Granit seramik malzemesi, yoğun kullanımlı alanlarda tercih edilmiştir (Şekil 4.12).



Şekil 4.12: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Mermer ve Granit Seramik Kullanımı

4.5.2.4 Duvar Kaplama Malzemeleri

Merkezi Derslik binasında tüm iç mekân duvar yüzeylerinde iç cephe boyası kullanıldığı farklı bir malzeme tercih edilmediği gözlenmiştir (Şekil 4.13).



Şekil 4.13: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Duvar Yüzeyi Boya Kullanımı

4.5.2.5 Tavan Malzemeleri Kullanımı

Ele alınan derslikler, bilgisayar laboratuvarı, amfiler ve koridorlar da tavan kaplama malzemesi olarak taş yünü asma tavan kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bina genelinde görülen taş yünü asma tavan 60x60 kare formlu paneller kullanılarak oluşturulmuştur (Şekil 4.14).



Şekil 4.14: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Tavan Malzemesi (Taş Yünü) Kullanımı

Merkezi derslik binası iç mekânında amfi giriş alanında kullanılan zemin malzeme farklılıkları üs kata çıkan merdiveni tanımlarken, giriş alanında kafeterya ve ıslak hacimlere geçişlerde değişen zemin malzemesi, mekanları tanımlı hale getirmeyi başarmıştır. Bu bağlamda derslik ve koridorlarda aynı zemin malzemesinin devam etmesi, yön bulma karmaşası yaratacağından ve ayrıca mekanları tanımlı hale getirebilmek açısından mekân geçişlerinde farklı zemin malzemesinin tercih edilmesi önerilmektedir.

Merkezi derslik binası duvar yüzeylerinde de farklı malzemelere yer verilmemiş olması; çok çeşitli malzemenin duvar yüzeyinde birlikte kullanımının mekân içinde yaratacağı yön bulma algısını destekleyebileceği göz önünde bulundurularak farklı malzemeler bir arada kullanılması önerilir. Bu durumda hedef kitleye verilmek istenen mesajlar var ise duvar yüzeyleri kullanılarak aktarılabilir. Örneğin kurumun sloganı veya çarpıcı sözler duvar graviteleriyle mekâna aktarıla bilir.

Merkezi derslik binası iç mekânlarında tavan malzemesi olarak çok çeşitli malzemenin bir arada kullanımı da mekanları tanımlı hale getirirken yön bulma duygusunu da destekletebilir. Ayrıca bu malzeme farklılığı yönlendirici de olabilirdi. Burada da farklı malzemelerin bir arada kullanılması ile bu etkiler sağlana bilir.

4.5.2.6 Doku Seçimi ve Kullanımı

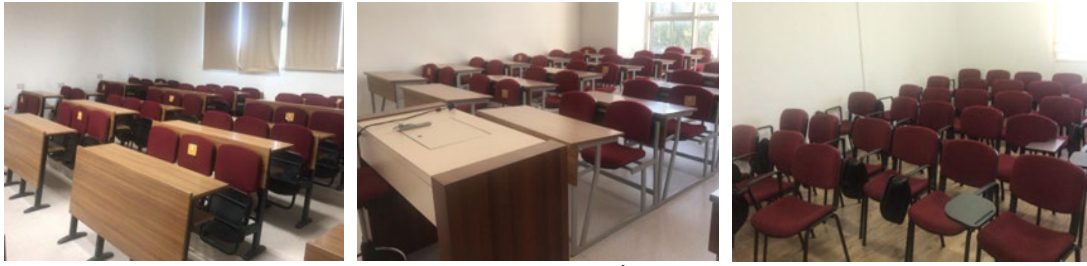
Merkezi Derslik binası zemin, tavan ve duvar yüzeylerinde dikkat çekici bir doku yoğunluğunun olmadığı, mekân genelinde düz yüzeyler olduğu gözlenmiştir.

Merkezi Derslik binası derslik iç alanlarında düz dokulu yüzeyler dikkati dağıtmaması açısından uygun bulunurken, iç mekanlarında koridor genişlikleri ve tavan yükseklikleri göz önünde bulundurulduğunda, pürüzlü bir yüzey doku elemanı kullanılarak tavan yükseklikleri ve koridor genişlik algısı daha ergonomik hissedilirken daha sıcak bir mekân algısı yaratabileceğinden kullanımı önerilir.

4.5.2.7 Mobilya ve Donatılar

Merkezi derslik iç mekânlarındaki mobilya ve donatı olarak, sadece derslik masa ve sandalyeleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca koridor alanlarında oluşturulan bekleme köşelerinde kullanılan oturma gruplarında ise farklı mobilya gözlemlenmiştir.

Tüm derslik ve amfilerde masa ve sandalyelerin özel yapılmış olduğu tespit edilmiştir. Kalabalık öğrenci sayısına en iyi eğitim olanağı sağlayabilmek açısından derslik içinde oluşturulan basamaklı (amfi) zemine uyan masa ve sandalyeler tercih edilmiştir. Ayrıca uygulamalı aktivitelere imkân veren dersliklere uyabilen, kolçaklı ve hareketli sandalye kullanıldığı görülmüştür (Şekil 4.15).

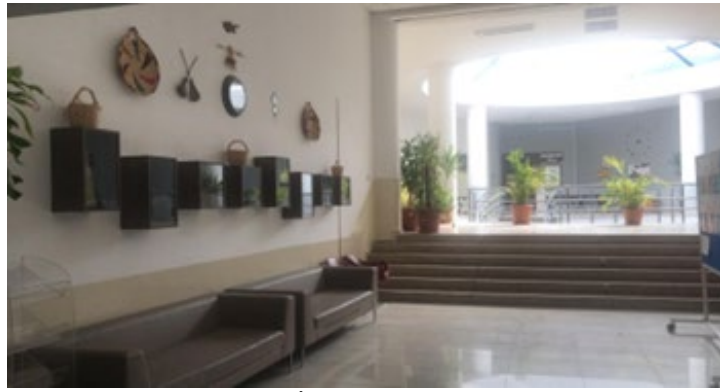


Şekil 4.15: Merkezi Derslik Binası Derslik İç Mekân Mobilyası Kullanımı

Merkezi derslik binasında derslik koridorlarında oluşturulan bekleme alanları için tercih edilen mobilyaların renk ve model bakımından birbirlerinden farklılık gösterdikleri gözlenmiştir. Derslik koridorlarında oluşturulan bekleme koltukları seçilirken veya yerleştirilirken özel bir tasarıma gidilmediği de tespit edilmiştir (Şekil 4.16). Bir başka bekleme köşesi olan amfi karşısı koridorda, Kıbrıs Kültürünü tanıtmaya yönelik yaratılan alan için özel olarak sonradan koltuk gurubu alınmıştır. Fakat bekleme koltuk modelleri Kıbrıs Kültürünü yansıtmadığı görülmektedir (Şekil 4.17).



Şekil 4.16: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Bekleme Alanları Mobilya Kullanımı



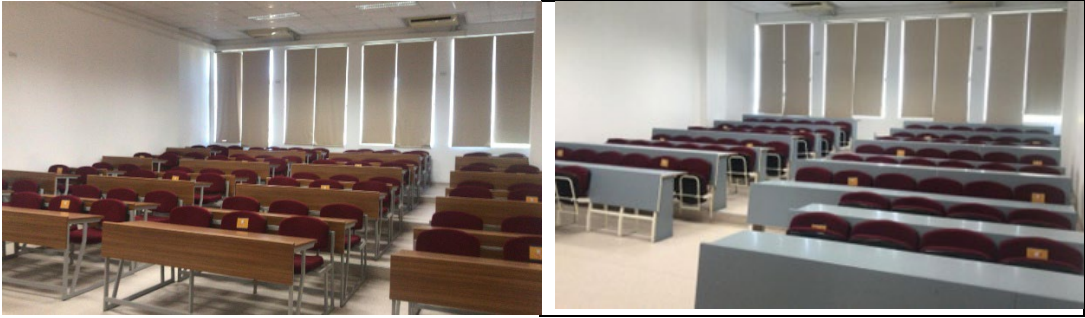
Şekil 4.17: Merkezi Derslik Binası İç Mekanları Kıbrıs Kültürünü Bekleme Alanı Mobilya Kullanımı

Merkezi derslik binasının iç mekanlarında derslik içi masa ve sandalyelerin öğrencinin antropometrisine ve ergonomisine uygun olarak özel tasarlandığı bilinmektedir. Bu bağlamda bina iç mekanlarında model ve renk açısından ortak bir tasarım dil bütünlüğü sağlayabilmek adına özel tasarlanmış bekleme köşeleri tasarlanması önerilmektedir. Bekleme köşeleri için geniş bina koridorlarının yoğun kullanımı göz önünde bulundurularak oluşturulacak oturma alanları tasarım bütünlüğünü destekleyecek ayrıca kullanıcı yaş aralığı göz önünde bulundurularak çağdaş mobilyalarla kullanıcının dikkatini çekebilecektir.

4.5.2.8 Işık

Merkezi derslik iç mekânların da ışık için doğal ışık ve yapay ışık olarak iki şekilde değerlendirilmiştir.

Ele alınan derslikler, bilgisayar laboratuvarı ve amfi tipi derslik arka duvar yüzeyi tamamen pencere olarak tasarlanmıştır. Dersliğin kullanım saatine göre ihtiyaç duyulduğun da doğal ışıktan faydalanıla bilindiği gözlenmiştir (Şekil 4.18). Koridorlar bina yapısı gereği doğal ışığı göremedikleri için, buralarda yapay aydınlatmaya ihtiyaç duyulduğu görülmüştür.



Şekil 4.18: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Dersliklerde ve Amfilerde Pencere Kullanımı

Amfi giriş holünde ve üs kata çıkan yuvarlak formlu merdiven üzerinde yer alan tepe penceresi sayesinde ise merdivenin doğal ışığı en iyi şekilde aldığı gözlemlenmiştir (Şekil 4.19). Ancak mekanlarda doğal ışık mekâna kimlik katacak herhangi bir tasarım öğesi olarak kullanılmamış, doğal ışık sadece merdiveni öne çıkaracak şekilde tasarlanmıştır.



Şekil 4.19: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Tepe Penceresi Kullanımı

Ele alınan derslikler, bilgisayar laboratuvarı, amfiler ve koridorlar da tavan kaplama malzemesi, taş yünü asma tavan arasına en uygun görülen yerlere yerleştirilmiş florasan yapay aydınlatma türlerinin tüm bina geneline dağıldığı ve her yerde aynı tip aydınlatma tercih edildiği gözlemlenmiştir (Şekil 4.20). Elektrik mühendisleri, mekânın uygun aydınlanma ihtiyacını karşılamak için kodlama ve standardizasyon çalışmaları yaparak binada aydınlatılacak alan ve mesafeye göre uygun aydınlatma araçları kullanmışlardır. Aydınlatma elemanları ve doğal ışık türü ile mekâna kimlik katacak herhangi bir yaklaşıma gidilmediği görülmektedir.



Şekil 4.20: Merkezi Derslik Binası İç Mekân Aydınlatma Elemanları Kullanımı

Merkezi derslik binası mimari yapısı ile doğal ışığı güneye bakan cephesinde yaratılan geniş pencerelerle almaktadır. Pencerelerin güney cepheye bakıyor olmasının ısı ve ışık konforunu artırdığı görülmektedir. Ayrıca derslik içi pencere ebatları gerekli görme kalitesini yeterli şekilde sağlamaktadır.

Bina genelinde derslik yüzeylerindeki pencereler, koridorların doğal ışıktan yararlanmasını engellemektedir. Bu sebeple giriş holünde yaratılan tepe penceresi binanın karanlık yüzeylerine doğal ışık sağlarken, bina girişine de dikkat çekici tanım kazandırmıştır. Ayrıca tepe penceresi üst kata çıkan döner formlu merdiveni de tanımlar niteliktedir. Merkezi derslik binası amfi girişinde bulunan hol, bu sebeple binanın kimliği gibidir.

Doğal ışığın yetersiz kaldığı alanlarda, yapay ışık elemanlarıyla gerekli aydınlatma sağlanmaktadır. Bina genelinde seçilen aydınlatma elemanları, malzeme olarak kare tipi florasan olarak tercih edilmiştir. Derslik dışı bina genel alanlarında, örneğin koridor ve giriş holü için, özel seçilecek aydınlatma elemanları bina genelindeki tasarım dil bütünlüğüne katkı sağlayacak, ayrıca çağdaş ve modern algı yaratılabileceğinden dolayı önerilmektedir.

	DAÜ Merkezi Derslik İç Mekân Analizleri		Türkiye' den Seçilmiş Üniversite İç Mekân Örnekleri.	Kullanım Önerileri
Renk:	Sıcak renklerin binanın genel atmosferini oluşturmaktadır.		Koridor ve bekleme hollerinde sıcak renk kullanımı. (Şekil 3.11) Dersliklerde ve çalışma odalarında soğuk renklerin kullanımı. (Şekil 3.12)	Koridor alanı sıcak renkler. Derslik içi soğuk renkler.
Malzeme:	TAVAN	Taş yünü Asma tavan	İç mekanlarında Tavan, duvar ve zemin yüzeyinde farklı malzemelerin birlikte kullanılması. (Şekil 3.16) ve / veya (Şekil 3.17)	tavan malzemesi olarak farklı malzemeler birlikte kullanılması. Koridor duvar yüzeylerinde farklı malzemelerin bir arada kullanılması. Derslik ve koridor zemin malzemesi olarak farklı malzemenin birlikte kullanılması.
	DUVAR	İç cephe boyası		
	ZEMİN	Polyvinyl chloride (PVC) Lamine parke Doğal Mermer.		
Doku:	TAVAN	Taş yünü Asma tavan dokusu	Doku kullanımının mekan içinde yarattığı ergonomik etki. (Şekil 3.18)	Koridorların tavan yükseklikleri göz önünde bulundurulduğunda, pürüzlü bir yüzey doku elemanı kullanılması.
	DUVAR	-		
	ZEMİN	Polyvinyl chloride (PVC) zemin malzemesi dokusu		
Işık:	DOĞAL IŞIK	Tepe penceresi	Mekan tasarımını destekleyen yapay aydınlatma elemanları. (Şekil 3.21)	Merkezi derslik iç mekanlarında özel seçilecek aydınlatma elemanları kullanılması.
	YAPAY IŞIK	Florasana aydınlatma		
Mobilya:	Derslik masa ve sandalyeler. Bekleme Köşesi Mobilyaları.		Mekan tasarımını destekleyen özel tasarlanmış bekleme mobilyaları. (Şekil 3.22) ve/veya (Şekil 3.23)	Mekân atmosferine uygun özel tasarlanmış bekleme mobilyaları.

Şekil 4.21: Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu

4.5.3 İç Mekânda Ana fikir (Konsept) Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler

DAÜ Merkezi Derslik Binası (CL derslikleri) iç mekânlarında, DAÜ'nün imajını belirleyen ana fikir (konsept) olarak rektör yardımcıları ile yapılan yapılandırılmış görüşme sonrasında ortaya çıkan “çok kültürlülük”, “uluslararasılık”, “kaliteli eğitim” ve “tarihi önem” kavramları değerlendirilmiştir. (Şekil 4.24)

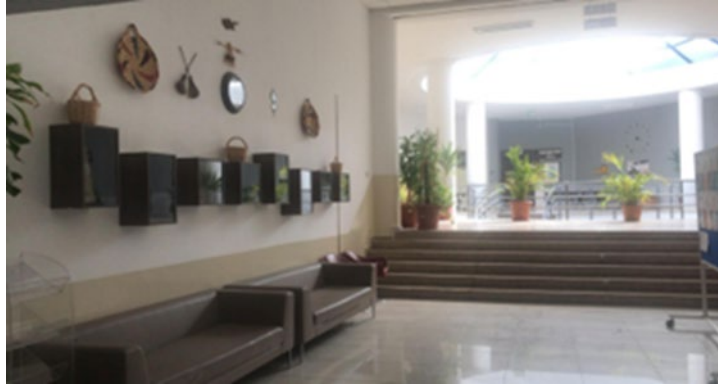
DAÜ Merkezi derslik binası (CL derslikleri) derslik, bilgisayar laboratuvarı, amfi tipi derslikler, çok amaçlı derslik ve koridorlarda, DAÜ'nün imajını belirleyen ana fikre referans verecek herhangi bir iç mekân tasarım elemanına rastlanmamıştır. Sadece amfi girişi katında döner merdiven etrafında kalan sirkülasyon alanı duvar yüzeylerinde “çok kültürlülük” ve “uluslararasılık” bir atıf olarak, kurumu tercih eden uluslararası öğrenci ülke bayraklarının sergilendiği gözlenmiştir. Ayrıca “kaliteli eğitim” ve “uluslararasılık” vurgulama adına yine bu alanda sergileme ve tanıtım amaçlı, üniversitenin farklı fakültelerinde yapılan ve uluslararası başarı ödülü almış çalışmalar sergilenmektedir. Bunun yanında çalışmalarda emeği geçen öğrenci ve öğretim görevlilerinin isimleri de yer almaktadır (Şekil 4.22).



Şekil 4.22: Merkezi Derslik (CL) İç Mekân Odak Noktası ve Sergi Alanı

Bu alanda anlatılmak istenen, kurumun kaliteli eğitim verdiği ve uluslararası arenada başarılı olduğudur. Kurumun imaj kavramı başarılı bir şekilde bina girişinden başlamakta fakat genelinde devam etmemekte, bu da kurum imaj algısını zayıflatmaktadır.

Ayrıca Doğu Akdeniz Üniversitesi üst yönetimle yapılan görüşmeler de ortak fikir olarak üniversitenin 3 kıtanın kesiştiği bir ada olmasının verdiği ve “tarihi önem” de vurgu yapılmaktadır. Bu yaklaşıma dikkat çekmek için, bina üst kat koridorunda bekleme köşesi olarak tasarlanan alanda, Kıbrıs kültürünü tanıtan eşyalar duvar yüzeyinde kullanılarak sergilenmiştir (Şekil 4.23). Bu alan için seçilen özel tasarımlı bekleme koltuklarının Kıbrıs kültürünü yansıtan bir modele sahip olmaması beklenen etkiyi vermekte, ayrıca bina geneline yansımadağı için de bu fikrin güçlü bir ifadeye dönüşmediği gözlemlenmektedir.



Şekil 4.23: Merkezi Derslik Binası Amfi Karşısı Koridor Bekleme Alanları

	DAÜ Merkezi Derslik İç Mekân Analizleri	Türkiye' den Seçilmiş Üniversite İç Mekân Örnekleri.	Kullanım Önerileri
Çok Kültürlülük	Kurumu tercih eden uluslararası öğrenci ülke bayrakları sergilenmektedir.	Kurumun imajını yansıtan bütüncül tasarım yaklaşımı (Şekil 3.24)	Bütüncül bir tasarım yaklaşımı ile bina geneline yansıtılması önerilmektedir.
Uluslararasılık	Kurumu tercih eden uluslararası öğrenci ülke bayrakları sergilenmektedir.	Kurumun imajını yansıtan bütüncül tasarım yaklaşımı (Şekil 3.24)	Bütüncül bir tasarım yaklaşımı ile bina geneline yansıtılması önerilmektedir.
Kaliteli Eğitim	Uluslararası başarı ödülü almış çalışmalar sergilenmektedir.	Kurumun imajını yansıtan bütüncül tasarım yaklaşımı (Şekil 3.24)	Bütüncül bir tasarım yaklaşımı ile bina geneline yansıtılması önerilmektedir.
Tarihi Önemi	Kıbrıs kültürünü tanıtan eşyalar duvar yüzeyinde sergilenmektedir.	Kurumun imajını yansıtan bütüncül tasarım yaklaşımı (Şekil 3.24)	Bütüncül bir tasarım yaklaşımı ile bina geneline yansıtılması önerilmektedir.

Şekil 4.24: İç Mekânda Ana Fikir (Konsept) Tasarım Öğelerinin Merkezi Dersliklerde Kullanımına Yönelik Bulgular ve Öneriler Tablosu

Konsept, tasarım sürecinin şekillenme aşamasında en önemli hususlarından biridir. Mekânın ruhu ve yansıtılmak istenen duygunun, kullanıcıya somutlaştırılarak aktarılabildiği bir tasarım yöntemidir. Bir mekânın özgün, nitelikli, kimlikli vb. niteliklere sahip olması konsept dahilinde gerçekleşir. (Gündüzlü,2020). Merkezi Derslik binası geneline yansımış bütüncül bir tasarım yaklaşımı kurumun istediği imajı hedef kitesine yansıtmada başarılı olacaktır. DAÜ'nün üst yönetimi ile yapılan yapılandırılmış görüşme sonrasında ortaya konulan kurum imajı yaklaşımları gerek tek tek gerek tümü birlikte harmanlanarak mekâna aktarılması önerilmektedir.

Bölüm 5

SONUÇ

Bu tez çalışması ile üniversitelerin kurum kimliğini iç mekânlara aktarılma yöntemlerinin ne oldukları ortaya konulmuştur. Çalışma sonucunda Doğu Akdeniz Üniversitesi'ndeki kurum kimliğinin öğrenci kullanımındaki iç mekânlara yansıtılma kriterlerini tartışmaya açmak ve kurum imajının gelişimine katkıda bulunmak hedeflenmiştir.

Kurumun ismi, logo, sembol, slogan, renk ve yazı karakterinin mekân içinde kullanılması, kullanıcısının belleğinde kurumu çağrıştırmayı sağlayan en basit ve etkili yöntem olarak kullanılır. Sonuç olarak kurum, insanların kafasında bir yer edinir, tanınır, kolayca hatırlanır, yani daha görünür bir hal alır. Bazen kurum kimliğinin iç mekânlara aktarılması bu yöntemle tek başına yeterli olurken, bazen de destek için kurumun iyi tanımlanmış ifadesi hedef kitlenin gözünde kurumun değerinin artmasına destek olur. Bunun oluşması için de kurumun felsefesi, yani kurumun misyonu, vizyonu, hedefleri, stratejileri, politikalarını ve faaliyet planları kavranmış olmalıdır. Ayrıca kurumun amaçları, değerleri, insanların gözünde nasıl bir yer bulacağı gibi konular, tüm yönleriyle ve detaylı bir şekilde analiz edilip, değerlendirilmelidir. Daha sonra da kurumsal kimliğin iç mekânlara tasarım yoluyla aktarılması çalışmasına başlanmalıdır. Kısacası rastgele ve öylesine yapılmış bir kurumsal kimlik çalışmasının kurum imajına hiçbir artısı olmaz. Kurum kimliğini daha görünür bir ifadeye dönüştürmek için kullanılan bir başka yöntem de mevcut mekânın fiziksel özelliklerini ön plana taşıyarak mekâna kimlik kazandırmaktır. İç mekânda görsel

algıyı etkileyen tasarım öğeleri (renk, malzeme, doku, mobilya ve ışık) üzerinden kullanıcıda yaratılması hedeflenen kimlik algısının daha görünür olması amaçlanır.

Bu bağlamda, Doğu Akdeniz Üniversitesi'ndeki kurum kimliğinin, Merkezi Derslik Binası iç mekânlarına yansıtılma kriterleri değerlendirilirken, bina genelinde görsel kurumsal kimlik bileşenlerinin yer almaması kurum kimliğini aktarma yöntemi olarak tercih edilmediği görülmektedir. Bir başka önerilen yöntemse, kurum kültürü, kimliği ve imajının iyice anlaşılması ve kurumun anlatmak istediği imaj üzerinden oluşturacağı tasarım anlayışının iç mekana yansıtılmasıdır. Bu bağlamda Doğu Akdeniz Üst yönetimiyle yapılan yapılandırılmış görüşme yöntemiyle belirlenen imaj anlayışı sadece bina amfi giriş holünde yansıtılmıştır. Merkezi Derslik Binası amfi girişin merdivenin formu, malzeme seçimi ve üzerindeki tepe penceresi sayesinde dikkatlerin bu alana çekilmesi başarılmıştır. Bu da binaya bir kimlik kazandırmıştır. Bina girişinin bu özelliğinden faydalanarak alana yerleştirilen dünya bayrakları ve başarılı öğrenci projeleri sergi alanı, öğrencilere kurumun uluslararası bir platformda kaliteli eğitim sunduğunu aktarabilen başarılı bir giriş etkisi sağlamıştır. Bina genelinde ise böyle bir algının başka bir alanda yansıtılmamış olduğu görülür. Buradan da ana fikir (konsep) yöntemiyle kurum imajınının mekana yansıtılmadığı anlaşılmaktadır.

Merkezi Derslik Binası genelinde görsel algıyı etkileyen tasarım bileşenleri aracılığı ile mekanda oluşacak etki, öğrencinin algısı üzerinde olumlu sonuçlar yaratması beklenmektedir. Bina genelinde kullanılan renkler, malzemeler, doku yoğunluğu, yapay ışık ve bekleme mobilyası mekana olumlu bir kimlik algısı yaratamamıştır. Bu bağlamda bina genelinde oluşması beklenen tasarım dil bütünlüğü çağdaş ve modern algı yaratılabileceğinden üzerinde durulması gerekmektedir.

Bu tezde, sadece Merkezi Derslik binasının iç mekanları incelenmiştir. Ancak, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin tüm fakülteleri ayrı ayrı incelenmesi çalışmayı ileriye

taşıyacaktır. Ayrıca, önerilen tasarım yöntemleri tek tek ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, tüm bu yöntemlerin bir araya getirilerek bütüncül bir tasarım yaklaşımıyla kurumsal iç mekanlar oluşturulması mümkündür.

Bu çalışma, Doğu Akdeniz Üniversitesi gibi uzun yıllardır hizmet veren, ancak henüz kurum kimliğine sahip ortak bir iç mekân kimliği oluşturamamış ve aynı zamanda yeni kurulmakta olan eğitim kurumlarına yön verici özelliğe sahiptir.

KAYNAKLAR

Ak, M. (1998). *Firma/markalarda kurumsal kimlik ve imaj*.

Aksugür, E. (1979). Mekan Bileşenlerinin Tasarımında Doku Boyutu, Ertürk, Z.(der.),
KT Ü. *İnşaat ve Mimarlık Fakültesi Yayınları, Trabzon*.

Akyürek, R. (2005). *Kurumsal iletişim yönetimi* (Vol. 859). Anadolu Üniversitesi.

Al, S. (2014). *Eğitim yapılarının fiziksel konfor koşullarının öğrenci başarısına etkisi*.

Altaylı Özdemir, Z. (2020). *Ticari Amaçlı Yeme-İçme Mekânlarında Kullanılan Kurumsal Kimlik Öğelerinin İç Mekân Tasarımına Etkisi*.

Anson, W. (2000). Corporate identity—value and valuation. *Corporate Reputation Review*, 3, 164-168.

Aslan, F., Aslan, E., & Atik, A. (2015). *İç mekanda algı*.

Ayberk, B. (2004). *Kurum kimliğinin gelişimi ve iç mimarlık uygulamalarına yansımaları* (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Aydın, S. (1998). *Kimlik sorunu, ulusallık ve Türk kimliği*. (No Title).

Barker, L. 1982. *Communication in the classroom*, Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall
Inc.

- Başar, H. (1999). Sınıf Yönetimi, MEB Yayınları. *Ankara*, 29, 30-37.
- Başoğlu, Z. (2007). İlköğretim çağındaki çocukların yön bulma davranışlarının biçimlenmesinde iç mekan renk uygulamalarının etkileri. *Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Becer, E. (1997). *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitabevi Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). Çağdaş grafik tasarımın gelişimi. *Istanbul: Yapı Kredi Yayıncılık*.
- Bilgin, N., & Kimlik, K. (1995). *Sistem Yayıncılık*.
- Birkigt, K., Stadler, M. H., & Funck, H. J. (1993). Corporate Identity: Grundagen, Funktionen, Fallbeispiele (Cilt 6). *Landsberg/Lech: Verlag Modeme Industrie*.
- Brooker, G., & Stone, S. (2012). İç Mimarlık Temelleri. *İç Mimarlıkta Bağlam+ Çevre, Literatür Yayınları*.
- Bullock, A. A., & Foster-Harrison, E. S. (1997). Making the Best Decisions: Designing for Excellence!. *Schools in the Middle*, 7(2).
- Camgöz, N., Yener, C., & Güvenç, D. (2004). Effects of hue, saturation, and brightness: Part 2: Attention. *Color Research & Application: Endorsed by Inter-Society Color Council, The Colour Group (Great Britain), Canadian Society for Color, Color Science Association of Japan, Dutch Society for the Study of Color*,

The Swedish Colour Centre Foundation, Colour Society of Australia, *Centre Français de la Couleur*, 29(1), 20-28.

Ching, F. D., & Adjie, P. H. (1996). *Ilustrasi desain interior*. Erlangga.

ağatay, K., Hidayetoğlu, M. L., & Yıldırım, K. (2017). Lise koridor duvarlarında kullanılan renklerin rencilerin algısal değerlendirmeleri üzerindeki etkileri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(2), 466-479.

Dinçer, A. (2011). Konutlarda mekan tasarımı kriterlerinin görsel algılama açısından incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.

Doğrusoy, İ. (2002). Mimari Bir Eleman Olan Pencerele rin/Açıklıkların, İnsan Mekan İlişkileri Bağlamında İrdelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir*.

Dolphin, R. (2001). The Fundamentals of Corporate Communications, *The Chartered Institute of Marketing*.

Douglas, S. P., & Craig, C. S. (1995). *Global marketing strategy*. McGraw-Hill College.

Downey, S. M. (1986). The relationship between corporate culture and corporate identity. *Public Relations Quarterly*, 31(4), 7-12.

Duyan, F., & Ünver, R. (2013). 8-18 Yaş Arası Çocukların Genel Renk ve Sınıf Renk Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma, 9. *Ulusal Aydınlatma Kongresi*.

Eichenauer, D. (1994). *Verpackungsdesign: des 20. Jahrhunderts: Hülle in Fülle. (No Title)*.

Eric, M. (1994). *Yapı Fizigi ve Malzemesi*.

Ertürk, S. (1984). *Mimari mekânın algılanması üzerine deneysel bir çalışma* (Doctoral dissertation, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Trabzon).

Faulkner, W., 1972. *Architecture and Color*.

Gezer, H. (2012). *Mekân kavrama sürecinde algılama bileşenleri*.

Glockler, T. (1995). *Strategische Erfolgspotentiale durch Corporate Identity. Aufbau und Nutzung, Wiesbaden*.

Göler, S. (2009). *Biçim, renk, malzeme, doku ve ışığın mekân algısına etkisi*.

Gündüzlü, E., & Sönmez, B. (2021). İç Mekân Tasarımında Özgünlük ve Konsept: Özgün ve Özgün Olmayan Mekânların Karşılaştırılması. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (27), 243-267.

- Güngör, A. (2005). Altıncı yedinci ve sekizinci sınıf öğrencilerinin okuduğunu anlama stratejilerini kullanma düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28), 101-108.
- Hall, E. (1966). *The Hidden Dimension*. Garden City, New York, Doubleday and Company.
- Hashempour, L., & Taghizadeh Sapchi, A. (2015). Kütüphanelerin iç mekân tasarımına yönelik renk etkileri. *Elektronik çağda içerikten mimariye kütüphaneler*, 1(3).
- Hasol, D. (2008). Mimarlığı tanımlamak. *Yapı dergisi*, 316, 46-47.
- Hasol, D. (1979). *Ansiklopedik mimarlık sözlüğü* (Vol. 2). Yapı-Endüstri Merkezi.
- Hern, L. E., & Iversen, N. M. (2004). How to Develop a Destination Brand Logo: A Qualitative and Quantative Approach. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(2).
- Heuser, K. C. (1976). *Innenarchitektur und Raumgestaltung*. Bauverlag.
- Highhouse, S., Thornbury, E. E., & Little, I. S. (2007). Social-identity functions of attraction to organizations. *Organizational behavior and human decision processes*, 103(1), 134-146.
- Israel, L. J. (1994). Store Planning/Design. *History, Theory, Process*.

İskender, B. (1995). *Geleneksel Türk evinde ışık üzerine bir deneme* (Doctoral dissertation).

Jefkins, F. (1989) *Public Relation*, 3. Ed., London. Pitman Publishing.

Kaya, F. B. Ü. (2006). Kurum kimliği ve kurumsal tasarım. *Tasarım ve Kuram*, 3(4), 27-37.

Kiessling, W. F., & Spannagl, P. (1996). *Corporate Identity: Unternehmensleitbild-Organisationskultur; Basistexte, Computergrafiken, Checklisten für Studium & Beruf*. Sandmann.

Küçük, F. (2003). *İnsan kaynakları açısından kurum imajının performansa etkileri*.

Manav, B. (2007). Color-emotion associations and color preferences: A case study for residences. *Color Research & Application: Endorsed by Inter-Society Color Council, The Colour Group (Great Britain), Canadian Society for Color, Color Science Association of Japan, Dutch Society for the Study of Color, The Swedish Colour Centre Foundation, Colour Society of Australia, Centre Français de la Couleur*, 32(2), 144-150.

Margulies, W.P. (1977) "Make the Most of Your Corporate Identity", *Harvard Business Review*, July-August, 66-72

- Melewar, T. C., & Saunders, J. (1999). International corporate visual identity: standardization or localization?. *Journal of International Business Studies*, 30, 583-598.
- Melewar, T. C., & Akel, S. (2005). The role of corporate identity in the higher education sector: A case study. *Corporate communications: An international journal*, 10(1), 41-57.
- Michel, L. (1995). *Light: The shape of space: Designing with space and light*. John Wiley & Sons.
- Okay, A. (2000). Kurum kimligi. *Istanbul: MediaCat Yayinlari*.
- Okay, A. (2013). Kurum Kimliği (7. Baskı). *İstanbul: Derin Yayinlari*.
- Okuyucu, E. Ő., & Çoban, G. (2019). İç Mimarlık Atölyelerinin Deneyimlenmesi. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 2(2), 103-117.
- Olins, W. (1989). *Corporate Identity Thames & Hudson*.
- Olins, W. (1990). *The Wolff Olins Guide to Corporate Identity*, Revised Edition.
- Ölmez Topçu, Ç. (2019). Kurum Kimliği ve İç Mekan Tasarımının Etkileşimleri: Bir Mağaza İncelemesi.
- Özdemir, A. G. T. (2005). Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 391-401.

- Petek, S. (2007). *Şehir içi restoranlarda işletme, marka kavramı ve iç mekan kurgusunun alakart ve fastfood restoranlarda irdelenmesi* (Master's thesis).
- Porter, T. (1979). *How architects visualize*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Ramussen, S. E. (1994). Yaşanan Mimari,(Çev.) Ömer Erduran. *Remzi Kitabevi AŞ., İstanbul.*
- Rasmussen, S. E. (2010). Yaşanan Mimari. *İstanbul: Remzi Kitabevi.*
- Reed, D. (2004). Universities and the Promotion of Corporate Responsibility: Reinterpreting the Liberal Arts Tradition, *Journal of Academic Ethics*, 2, 3-41.
- Stafford, M. R., Tripp, C., & Bienstock, C. C. (2004). The influence of advertising logo characteristics on audience perceptions of a nonprofit theatrical organization. *Journal of Current issues & research in advertising*, 26(1), 37-45.
- Sümer, H. (2011). İç Mekân Tasarımında İşlev-Eylem İlişkisi Kapsamında Zemin Döşeme Malzemeleri Ve Seçim Ölçütleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.*
- Şahin, G. (2017). *Kurumsal Kimlik Bağlamında İç Mekân Tasarımı: Hard Rock Cafe Analizi.*
- Şişman, M. (1994). *Örgüt kültürü:(Eskişehir il merkezindeki ilkokullarda bir araştırma)*. Anadolu Üniversitesi.

Trent, L. (1995). The ABC's of Color." *American School and University*, 67(11), 34-37.

Turgay, O., & Altuncu, D. (2011). İç mekânda kullanılan yapay aydınlatmanın kullanıcı açısından etkileri. *Çankaya University Journal of Science and Engineering*, 8(1).

Tüzcet, Ö. (1967). Form ve Doku, Formun Dokusu Üzerine Bir Deneme. *İstanbul: İTÜ yayınları*.

Ulufar, T. E. K. E. R. (2003). *Grafik tasarım ve reklam*. Dokuz Eylül Yayıncılık

Uzoğlu, S. (2001). Kurumsal kimlik, kurumsal kültür ve kurumsal imaj. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 18(18), 337-353.

Yağmur, Ş. A., & Sözen, M. Ş. (2016). Dersliklerde görsel konfor ve iç yüzeylerin etkisi. *Megaron*, 11(1), 49-62.

Yener, N., & Ülker, B. (1999). Mekânda yüzeylerin algılanması ve malzeme. *Kuram ve Uygulama. Mimari Biçimlendirmede Yüzey Ulusal Sempozyumu, Ankara*.

Zillioğlu, M. (1996). İletişim Nedir? *İstanbul: Cem Yayınevi*.

EKLER

Ek 1:Rektör Yardımcısı Sorular

1. DAÜ Kültürünü nasıl tanımlıyorsunuz?
2. Kurum kimliğinden ne anlıyorsunuz?
3. DAÜ'ye kimlik kazandıran öğeleri tanımlayın?
4. DAÜ'yü öne çıkaran değerler nelerdir?
5. Kurumsal tutum ve normu nasıl tanımlarsınız?
6. DAÜ'nün sloganı varmı? Ne olmalıdır?
7. Tüm personel kurum kültürümüzün oluşumuna katkıda bulunan değerlerimizi yeteri kadar benimsiyor mu/biliyor mu?
8. DAÜ kurumsal kimliğinin daha görünür olabilmesi için sizce neler yapılmalıdır?
9. DAÜ' nün hedef kitle (öğrenci) üzerinde nasıl bir imajı vardır? Ya da nasıl bir imaj bırakma hedefindediniz?
10. DAÜ' nün çağdaş eğitim ve öğretim de hedefledikleri nelerdir?
11. DAÜ' de eğitim ve öğretim kalitesini artırmak için nasıl bir strateji izlenmektedir?
12. DAÜ' de eğitim yapılarının iyileştirilmesi için izlenen strateji nedir?
13. Kurumsal kimliğin gelişimi ve sürdürülebilir olabilmesi için hedefleriniz nelerdir?
14. DAÜ' nün eğitim mekanları kurumsal kimliğini yansıtıyor mu?

Ek 2: 1. Anket Hüseyin Aktuğlu

Adım Prof. Dr. Hüseyin Aktuğlu. Doğu Akdeniz Üniversitesi Öğrenci İşlerinden Sorumlu Rektör Yardımcısıyım. Nazan hanımın Master çalışmasında bulunan ankete katılarak katkıda bulunmayı umuyorum.

1. DAÜ Kültürünü nasıl tanımlıyorsunuz?

Öncelikle kurum kültürünün ne olduğundan bahsetmek isterim. Kurum kültürü, kurumun belli olaylara ve belli oluşumlara karşı gösterdiği tutarlı tepkidir. Bu tepkiler kurumun normalleridir. Bu normaller bir kurumun sosyal, akademik içerikleri olabilir veya herhangi bir olay karşısında kurumun çoğunluğu tarafından takınılacak tavrın kestirilebilmesi, o kurumun kurumsal kültürel yapısının oluştuğunu gösterir. Bu durumun tam tersi olarak, benzer olaylar karşısında çok farklı duruşlar, yönelimler, uygulamalar yapılıyorsa orada bir zafiyet olduğunun göstergesidir. Üniversitemizden bahsetmek gerekirse, DAÜ' nün kurumsal kültürü oluşmuştur ve belli ilkeleri vardır. Bu ilkeler; kaliteli eğitim ve topluma hizmettir. DAÜ için kurumsal bir tepkiden söz edersek, olası durumda herhangi bir görüş sorulduğunda birbirine benzer geri dönütler alınması muhtemeldir. DAÜ Kıbrıs, Türkiye ve Dünya genelinde yaptığı çalışmalarda bu tutarlı tepki ve refleksi göstererek kurum kültürüne sahip olduğunu göstermiştir. Her ne kadar DAÜ' nün kurumsal kültürünün oluştuğunu düşünsem de gelişimimiz açısından şimdiki yönetim ve sonrasındaki yönetimler için bunu daimî tutmak oldukça önemlidir.

2. Kurum kimliğinden ne anlıyorsunuz?

Kurumsal kimliğin biraz daha farklı olduğunu düşünüyorum. Kurumsal kimlik, kurumu nasıl göstermek ve nasıl ifade etmek istediğiniz ile alakalıdır. Bir takım hafızada kalıcı görseller ile kurum imgelenebilir. Logolar, kartvizitler yada resmi yazışmalarda kullanılan standart başlıklar buna örnek olarak verilebilir. Dünyanın

neresinde olursanız olun önce isim okunmadan önce semboller çağrışım yapar. Örneğin, önce Doğu Akdeniz Üniversitesi yazısını görüp sonra Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin Ofisi olduğunu anlamazsınız. Önce logoyu ve görseli görürsünüz sonra o size çağrışım yapar. Görsel imgelemelerin dışında sosyal medya çalışmaları da oldukça önemlidir. Ciddi çalışmalarınız olabilir ancak bunlar insanlarla paylaşılmadığı ve yakın, orta, uzak çevrede yaygınlaşmasına katkı koymadığımız sürece bu anlamdaki görev ve sorumluluklar yerine getirilmiş sayılmaz. Bu aşamada Doğu Akdeniz Üniversitesinin belirli bir yol kat ettiğini düşünüyorum ama daha da ileriye gitmek gerekir. Örneğin; 110 farklı ülkeden öğrencimiz ve 35-40 farklı ülkeden akademik personelimiz bulunmaktadır. Ancak bu farklılık aynı oranda mıdır? Yada etkileşimde bulunduğumuz her ülke ile aynı oranda DAÜ ruhunun görünürlüğünü sağlayabildik mi? Bu konuda yapılması gerekenler vardır. Bunlar sosyal medyaya ilave olarak mezunlarımızın organizasyonudur. Tıpkı görsel sembollerimiz gibi mezunlarımızda bizi temsil eden değerli yapı taşlarımızdır. Mezunlarımızı sosyal medya ile organize edebilmek bu açıdan oldukça önemlidir. DAÜ bu alanda çalışmalar yapmaktadır. Kıbrıs'ta organizasyonlarımızın kuvvetli olduğunu düşünüyorum. Türkiye ile de bazı çalışmalarımız bulunmakta ancak 3. Dünya ülkeleri ile bağlantılarımızı geliştirmeliyiz. Mezunlarımız o bölgede bulunan merkez temsilcilikler ile yakın çevrelerde organize olabilirler. Tabii ki ülke geneline yaymak bu yolla mümkün olmasa bile en azından yolu kesişen insanlara üniversitemizin adını gördüklerinde nasıl bir üniversite olduğu, nasıl bir eğitim verdiği, nasıl bir kampüse sahip olduğunu ve ne gibi olanaklar sunduğu konusunda bir fikir verebilir. Bahsettiğim gibi Doğu Akdeniz Üniversitesinin bu konuyla alakalı çalışmaları bulunmaktadır ve bu çalışmaların daha ileriye götürülmesi gerektiğini düşünmekteyim.

3. DAÜ'ye kimlik kazandıran öğeleri tanımlarmısınız?

Daü' ye kimlik kazandıran öğeler bahsettiğim gibi öncelikli logosu ve amblemidir. Bu öğeleri geliştirmek adına standart kartvizitler ve resmi yazışmalarda kullanılan mail formatı da imgeleme açısından destekleyici unsurlardan olabilir. Standart kartvizitler ya da bir resmi yazışmalarda kullanılan mail formatı konusunda daha çok adım atmalıyız. Kurumsal kimliğimizde olmasına rağmen akademik personelimizin ve yöneticilerimizin kullandığı standart mail formatı bulunmamaktadır. Bütün üniversitenin standart bir mail formatı kullanması gerekir. Bu tip öğelerin tanımlama konusunda etkili olduğunu düşünmekteyim.

4. DAÜ'yü öne çıkaran değerler nelerdir?

İşte bu çok önemli bir konu. DAÜ' yü öne çıkaran değerler öncelikle devlet üniversitesi olmasının verdiği avantajlardır. Ülkemizde DAÜ' nün bir model olma rölü vardır. İncelenirse yıllar içinde DAÜ kuruluşu, sistemi ve öğretim üyelerinin mevzuatı dahi olmak üzere diğer üniversitelere örnek olmuştur. Üniversitemizin yönetmeliği gibi yapı taşlarını başka yerlerde benzer model olarak görmek mümkündür. Doğu Akdeniz Üniversitesi yüksek öğretimde öncü olmak, model olmak, örnek olmak gibi hedefleri başardı. DAÜ'nün kaliteli eğitim vermeyi odaklayan ve kar amacı gütmeyi geri plana atan bir kurum olarak öne çıktığını düşünmekteyim. Hem ülkemizde hem Türkiye'de hem de dünya skalasında kaliteli eğitimin gereği neyse yatırımını o noktaya yapan bir kurumdur. Örneğin eğitim programlarını standart dünya programlarına bazı entegrasyonlara eşdeğer yapmaya çalışmaktayız. Büyük ölçüde bunu başardık. Günümüzde Doğu Akdeniz Üniversitesinde akreditasyonu olmayan fakülte yoktur hatta akreditasyonsuz programımız kalmadı. Akreditasyonlar üniversitemiz için oldukça önemlidir çünkü kurumsal eğitim konusunda bir dünya standardı sağlamaktadır. Sıkça karşılaştığımız bir durumdan örnek vermek isterim; dünyanın bir

ucundan bir diploma gelir size. Diplomaya baktığımızda nasıl bir kurum olduğu konusunda bir fikriniz olmaz ama arkasını çevirip akreditasyonları ile karşılaştığımız zaman o eğitimin hangi kalitede olduğunun göstergesidir. Dolayısıyla Doğu Akdeniz Üniversitesi böyle bir izlenimi bunu misyon edinmiştir. Misyonumuzda bulunan kaliteli eğitim vermenin bir parçası da kurumsal yapısıdır. Doğu Akdeniz Üniversitesi yasa, tüzük ve mevzuatla yönetilir. Kurumsal olarak durumlara farklı refleksler verecek bir üniversite değildir çünkü nedir her şeyin yasa tüzük yönetmeliklere bağlıdır. Dolayısıyla bu anlamda da elde ettiği bir başarı vardır diye düşünüyorum. Buna ilaveten öne çıkan bir başka değer ise çok uluslu Kampüstür. Bir Kampüs düşünün 110 farklı ülkeden öğrenciye kültür çatışması olmadan ev sahipliği yapsın. Bu bir kültür alışveriştir. Bu sıradan bir eğitim değildir. Doğu Akdeniz Üniversitesi eğitimini kaliteli bir şekilde vermek için elinden geleni yapıyor bu konuda ortaya bir vizyon koymuştur. Bununla ilgili ciddi adımlar atılmıştır. Bunun göstergesi olarak dünya sıralamasında (Times Higher Educations) dünyanın en iyi 400 üniversitesi arasındadır. Kıbrıs'ta birinci, Türkiye'de ise ikinci banttadır birinci bantta ise iki üniversite bulunmaktadır. Son olarak ok kültürlü yapısı kültürler arası etkileşim ve adaptasyon konusunda katkıda bulunur. Tüm bu bahsettiklerim Doğu Akdeniz Üniversitesinin öne çıkan değerleridir.

5. Kurumsal tutum ve normu nasıl tanımlarsınız?

6. DAÜ'nün sloganı var mı? Ne olmalıdır?

Geçmişte kullanılan erdem, bilgi, gelişim sloganımız ve şu anda uluslararası kariyer için diye bir sloganımız var. Slogan üniversite ile özdeşleştirildiğinde katkısının olduğunu ve bu yüzden slogan ve amblemin çok sık değişmemesi gerektiğini düşünmekteyim. Bundan bir süre önce logo ve slogan değişimi gündeme gelmişti ama bu değerler üniversitemiz ile özdeşleştiği için değişim gerçekleşmedi.

Doğu Akdeniz Üniversitesi ismi duyulduğunda akla ilk olarak logomuz ve sloganımız gelmektedir.

7. Tüm personel kurum kültürümüzün oluşumuna katkıda bulunan değerlerimizi yeteri kadar benimsiyor mu/biliyor mu?

Bu konuyla ilgili gerçekçi olunması gerektiğini düşünüyorum. Bu durum Doğu Akdeniz Üniversitesinde pandemi öncesi ve pandemi sonrası olarak farklı yorumlanabilir. Pandeminin öncesinde kurum kültürümüzün daha üst seviyedeydi sonrasında pandeminin etkisinden tam olarak çıkmadık. Kurum kültürünü yansıtmada konusunda bir eğilim var elbette ama konsantrasyonumuzun bozulduğunu düşünüyorum. Kurum kültürü sadece belli noktalarda gösterilecek bir şey değildir. Her noktada hem kurumu hem kurumsal kültürü nasıl gösteririm, nasıl öne çıkarırım diye düşünerek çaba içinde olmalıyız. Pandemiden sonra biraz bocalama sürecimiz oldu ama bu da gayet doğaldır. Eski formatımıza döneceğimizi ve durumun daha iyiye gideceğini düşünmekteyim.

8. DAÜ kurumsal kimliğinin daha görünür olabilmesi için sizce neler yapılmalıdır?

Bu konuya öncesinde biraz değinmiştim. Eskiye göre şimdiki şartlar ve imkanlar farklı. Eskiden sosyal medya yoktu ve sadece gelip görenler bahsedebilirdi ama şimdi öyle değil sosyal medya inanılmaz olanaklar sağlıyor. Ama bu durum sadece sosyal medya ile sınırlı değil. 60.000 mezunumuz, mezunlarımızın ailesi, arkadaş çevresi , akademik ve personelimizi de hesaba katarsak DAÜ büyük çaplı bir ailedir. Dolayısıyla bu topluluğumuza hitap etmenin önemli olduğunu düşünmekteyim. DAÜ ailesinde herkesin organize olarak maksimum düzeyde bu konuya katkı sağlaması gerekir. Bu organizasyonu sağlayacak olanlar da yine bizleriz. Üniversitemiz bünyesinde Mezunlarla iletişim ve kariyer ofisimiz var. Bu ofislerin ülkelere yada

coğrafi bölgelere göre çoğalabilir. Çünkü herkesin bakış açısı bir değildir ve her kesim bir üniversiteden başka taleplerde bulunabilir. Mezunlarımız için iş anlamında daha çok olanak yaratılması konusunu ele alalım. Bir kesim iş imkanı isterken bir kesim işsizlik oranı daha az olduğu için sosyal ve kültürel açıdan beklentilerde bulunabilir. DAÜ kimliğini sadece sosyal medyada değil her coğrafyada birebir kitlelere ulaştırarak motivasyonu sağlayabiliriz. Bizde ortak motivasyonumuzu DAÜ' nün görünürlüğünü artırma çabasıyla farklı yaklaşım tarzları ile çeşitlendirebilir ve planlayabiliriz. Günün sonunda asıl olan kurumun görünürlüğünü artırmak için üniversitenin tüm olanaklarını ve bu üniversite içerisinde yer alan ve yer almış büyük aileyi motive etmektir. O motiveyi ne kadar başarılı yaparsan görünürlük o kadar üst seviyede olur diye düşünüyorum.

9. DAÜ' nün hedef kitle (öğrenci) üzerinde nasıl bir imajı vardır? Ya da nasıl bir imaj bırakma hedefindediniz?

KKTC, Türkiye ve Yabancı Medya odaklı tanıtım faaliyetlerinde ilk olarak devlet üniversitesi olduğumuz imajı ile kurumsal yapı olduğu öne çıkarılıyor. İkinci olarak kaliteli eğitimi çeşitli akreditasyonlarımızı ve programlarımızın dünya standartlarında olduğunun garantisini aldığımızı yayınlıyoruz. Bu konuda iyi bir kaliteli eğitim imajı bıraktığımızı biliyorum. Dünya sıralamalarında üniversitemizin sıralaması bellidir ve bunu söyleme gereğinde bulunmuyoruz kaliteli eğitim verdiğimizimizin imajını vermeye odaklanıyoruz. Aynı zamanda sorumluluk bilinciyle hareket eden bir üniversite çalışanları imajını veriyoruz. Devlet üniversitesi olduğumuzu imajını veriyoruz ki bunlar eğitimde verilmesi gereken en önemli noktalardır. Bunun dışında mümkün mertebe öğrenciye burs sağlayarak yani öğrencinin yanında olmaya çalışıyoruz. Yabancı öğrencilerin tamamı bursludur, Türkiye'den gelen öğrencilerin büyük çoğunluğu yüzde elli burs yani tercih bursu alır.

Kıbrıslı öğrencilere de maksimum düzeyde burs veriyoruz. Bu açıdan da öğrencinin yanında olduğumuzu hissettiriyoruz. Bu imajı oluşturduk diye düşünüyorum ve bu noktada bir sıkıntı olduğunu da düşünmüyorum. Bu sene 2200 civarında Türkiye Cumhuriyetinden gelen öğrencimiz vardır. Aslında beklenen refleks şudur; Kıbrıs'ta yaşam maliyetleri üst düzeyde zordur ama biz buna rağmen Türkiye'den rekor seviyede öğrenci aldık demek ki gerekli desteği sağlamış ve bu konuları iyi anlatabilmiş, öğrencilerimize bu şekilde ulaşabilmişiz demektir.

10. DAÜ' nün çağdaş eğitim ve öğretimde hedefledikleri nelerdir?

Eğitim bir döngüdür. Aynı fakülte için bile baz alınsa 30 sene öncesindeki ihtiyaçlar farklıdır ve 30 sene sonra da ihtiyaçlar farklı olacaktır. Örneğin; siz önce toplumun ihtiyaçlarını alırsınız. Nasıl bir mühendis ister? O mühendisi yetiştirmek için nasıl bir eğitim programı olmalıdır? O kişi eğitimi aldıktan sonra toplumun ihtiyaçlarına cevap verecek yeterlilikte bir mühendis oldu mu? O toplumun ihtiyaçları değiştiyse o alandaki eğitim programınızı tekrar ölçmeniz ve değiştirmeniz gerekir. Dünya standartlarında eğitim programları bunu akreditasyonla yapar. Akreditasyonlar kurumları bu öncülerini takip ederek değerlendirir ve gelişimi için yönlendirir. Toplumun ihtiyacına bakarak eğitimin mevzuatından tutun mezun olan öğrencinin kalitesine ve iş bulma oranına/potansiyeline bakar. Özetle üniversiteleri güncel döngüde tutmak için yardım eden bir itici güçtür. Üniversitemiz sahip olduğu her program için en az bir akreditasyon şartı koşar. Biz kaliteli eğitimi çağın gereklerine motive olarak yeniden düzenleme ve ilerleme çabasındayız. Doğu Akdeniz Üniversitesi her zaman bu yönelimlere öncelik verdi. Bu durum sadece mevzuatla ilgili de değildir. Uygulamalı bilimler ve laboratuvarları da çağın şartlarına göre değişen ekipmanlar ile canlı tutmaktayız. 30 sene öncesinde bir laboratuvar denetlemeye tabii tutulduğunda bir eksik bulunmazken 30 sene sonra aynı laboratuvar değişip kendini

geliştirmediği takdirde sayfalar dolusu eksikle karşı karşıya kalabilir. DAÜ gelişim ve değişim konusunda çok iyi yol kat etmiştir. Bu döngüler bir kere akreditasyon almakla yetmez her 3 yılda bir yeniden denetlemeye tabii tutulmaktayız. Bu önemli noktada Doğu Akdeniz Üniversitesi; Dünya Standartlarında tanınmış ve bu alanda en iyi kurumlarla akreditasyon çalışmaları yürütmektedir. Üniversitemiz dünyanın dört bir yanına mezunlarını ulaştırmaktadır ve bu konuda mezunlarımızın bu eğitim kalitesinin de desteğiyle bizi en iyi şekilde tanıttığını düşünmekteyim.

11. DAÜ' de eğitim ve öğretim kalitesini artırmak için nasıl bir strateji izlenmektedir?

12. DAÜ' de eğitim yapılarının iyileştirilmesi için izlenen strateji nedir?

Doğu Akdeniz Üniversitesi aslında daha genç bir üniversite sayılır. 1979 senesinde kurulmuş, 1986 yılında üniversite olmuş dolayısıyla 40 seneyi doldurmamıştır. Aslında yeni bir üniversite olması binalarımız açısından bir avantaj olmalıydı ancak o günün şartlarında kampüs ve binalar hızla inşa edilmişti. Şimdi yapıların iyileştirmesi için izlenen stratejide mevcut binalar için yönetimin fazla bir katkısı olamaz ama bundan sonraki süreçte yapılacak binaların maksimum düzeyde hizmet edecek binalar olması gerekir. Bu yaklaşımı gerçekleştirmeye başladık mesela; İletişim fakültesinin şu anki binası fakültenin mekanları ihtiyaçlara göre düzenlenmedi. Şu anda inşaatı yapılan iletişim fakültesinde ise bir fakülte binası nasıl olması gerekiyorsa o şekilde tasarlanıyor. Seminer salonları gibi sosyal ve kültürel alanlar fakülte gereği nasıl olması gerekiyorsa o şekilde düzenleniyor. Bu anlamda her fakültenin binasını planlarken eğitim de ihtiyaç duyduğunuz yapıları da ona göre planlamak gerekirdi ve geçmişte buna çok dikkat edilmedi. Daha sonrasında ihtiyaçlara göre mekanlar değiştirildi ve şekillendirildi. Aslında bu durum başında böyle olmamalıydı ve gereken stüdyo, laboratuvar, seminer alanları vb. mekanlar

tasarım aşamasında düşünölmeliydi. Her zaman maksimum verim almak için maksimum planlama yapıp o şekilde hayata geçirmek gerekir. İletişim Faköltesi ve İşletme Faköltesine yeni binalar kazandırmaya çalışarak yeni adımlar atıyoruz.

13. Kurumsal kimliğin gelişimi ve sürdürülebilir olabilmesi için hedefleriniz nelerdir?

14. DAÜ'nün eğitim mekanları kurumsal kimliğini yansıtıyor mu?

Genel olarak bakılacak olursa; yapıların iyileştirmesindeki stratejilerin üst düzeyde olmadığını düşünmekteyim. Binalarımızın DAÜ'nün kimliğini yansıtması konusunda çok yol kat ettiğimizi düşünmüyorum. Bu konuda gelişim gösterme sürecindeyiz ve daha iyi olacağına inancım vardır. Kimlik açısından her şey bir bütöünün parçası gibidir yani siz mekanlarınızı tabi ki bu kurumsal kimliğe uygun olarak tasarlayacaksınız ama kurumsal kimliğinizi de iyi tanıtacaksınız. O mekâna gelen biri bunu hissedecek yani gelmeden de veya başka bir yerde gördüğünde de onu hissedecek. Şu ana kadar olan binalara baktığım zaman rektörlük binasında bu kültür aktarımının olduğunu düşünüyorum. Ancak onun dışındaki binalarda yapılacak çok iş var diye düşünüyorum. Örneğin; teknoloji çok gelişti bina camlarına logo veya amblem eklenebilir. O logo geçerken görünse bile akılda yer edebilir. İç mekâna girildiğinde kullanılan malzeme ya da aksesuar üniversitenin görsel reklamını yapabilir ve daha kaliteli bir ortam sunabilir. İç mekanlarda DAÜ kimliğini yansıtabak şekilde tasarlanması gerekir. Bu konuda ilerlememiz gereken yolumuz var. İlerleme kaydedildiği doğrudur daha geliştirmek için çalışmamız gerektiğini düşünüyorum.

Ek 3: 2. Anket Serhan Şensoy

Ben Doğu Akdeniz Üniversitesi mezunu Prof. Dr. Serhan Şensoy. Şu anda Doğu Akdeniz Üniversitesinde İdari ve Teknik İşler Rektör Yardımcısı olarak görev yapmaktayım. Üniversiteye 1999 yılında öğretim üyesi olarak atandım ve neredeyse o tarihten bugüne kadar bulunduğum sürenin yarısından fazlası idarecilikle geçti. Bölüm Başkan Yardımcılığı, Enstitü Müdür Yardımcılığı, Bölüm Başkanlığı ve bazı Komisyon Başkanlıkları geçmişte yapmış olduğum bazı idare görevleridir.

1. DAÜ Kültürünü nasıl tanımlıyorsunuz?

DAÜ kültürünü tanımlayabilmemiz için ilk etapta DAÜ'nün tarihsel gelişimine bir bakmamız gerekir. 1979 yılında Yüksek Teknoloji Enstitüsü olarak kurulan Doğu Akdeniz daha doğrusu Yüksek Teknoloji Enstitüsü olarak faaliyete başlayan kurum, 1986 yılına kadar esasen ara eleman yetiştirme hedefiyle yola çıkmıştı. Bu süreçte 3 yıllık programlara da geçmiş oldu. O süreçte benim buradan eski hocalardan da öğrendiğim kadarıyla Kıbrıs Cumhuriyeti de bulunan Yüksek Teknoloji enstitüsünün bir benzeri inşa edilmişti tabi kurum o dönemde daha ziyade biraz İngiliz sistemine daha adapte olmuş durumdaydı. 1986 yılında üniversiteye döndükten sonra Amerikan sistemi daha hâkim oldu ve Türkiye'deki üniversitelerin bir benzeri şekline dönüştü. Bunları söylememin nedeni bu aradaki dönüşümler üniversitenin kimliğini şekillenmesini sağlamış olmasıdır. Kadro zamanla büyüdü ve 90'lı yılların başında o dönemki hocalar akademiyi Orta Doğu Teknik Üniversitesi kapsamında ele alıyordu. O zamanlarda yönetimde bulunan idarecilerinde hedefleri bu yöndeydi. Buna örnek olarak bugün kampüsümüzde cadde üzerinde gördüğümüz ağaçlar o dönemde ekilmiştir ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi'ndeki ağaçlara özenilerek peyzaj tasarlanmıştır. Üniversite o tarihte aslında yöneticinin daha çok hâkim olduğu ve yöneticinin dediğinin olduğu bir yönetim tarzında gelişmekte olan bir kurumdu.

Kampüsümüzün gelişmesi de tam o yıllara yansdı yani rahatlıkla söyleyebilirim ki; 1992- 2000 yılları arasında kampüsün neredeyse büyük bir bölümü oluşturulmuş oldu. 2000'li yılların ilk yarısının sonuna doğru Üniversite aslında hızlı bir yükselişe geçti ve uluslararasılaşma ön plana çıktı. O dönemlerde personel talepleri, şartlar ve diğer unsurlar doğrultusunda katılımcı yönetim tarzı oluştu. Dolayısıyla üniversitenin kimliği ve yönetim şekli bakımından incelediğimizde o yıllardan başlayarak katılımcı bir yönetim yani kurulların ve kararlarının esas alındığı görülmektedir. Buna örnek olarak; yine o yıllardan sonra rektörlük seçimlerinin olması, Bölüm Başkanlığı ve Dekanlık seçimlerinin olması bir yerde üniversitenin yönetim tarzındaki kimliği oluşturmasına vesile oldu. Tabi burada en önemli unsurlardan biri Doğu Akdeniz Üniversitesinin 1986 yılında yasayla kurulmuş tek Devlet Üniversitesi olmasıdır. Üniversitenin yasası halen 1986 yasasıdır dolayısı ile zamanla gelişmekte olan yapı ve üniversite kültürü imajına baktığımızda yasayla pek uyumuyor. Ancak çalışanlar bir şekilde bu kültürü uyguluyorlar. Bunun yanında üniversite 1986 yılından 1990'lı yılların ilk yarısına kadar daha çok Türkiye'den öğrenci alır pozisyonundayken, sonrasında uluslararası öğrenci sayısının artması ile çok kültürlü bir yapı oluşmuş oldu. Üniversitede yeni oluşan tüm paydaşları değerlendirdiğimizde, uluslararası kapsamda akademik personel de DAÜ ailesine katıldı. DAÜ kültürünü katılımcı yönetim şekli ve çok kültürlü yapının kampüs içerisinde harmanlanarak ilerlemesi olarak görüyorum. Tüm akreditasyonlarımız, üniversitede çok sayıda farklı ülkeden öğrencinin olması, çok kültürlü bir yapının olması ve bu öğrencilerin ve akademik personel ile birlikte bir takım çalışması içerisinde hareket etmesi her zaman üniversitenin güçlü bir yanı olarak gösterilmiştir. Dolayısıyla üniversiteyi aslında ön plana çıkaran bu değerlerdir diye düşünüyorum. Üniversitemizde sağlam temelli bir kültür oluşmuş durumdadır. Elbette eksiklikler vardır ama bir iyileştirme ve iyileşme

söz konusu olacaktır. Ve üniversitemiz gelişerek ilerlemeye devam edecektir. Şu anda bu konuları tartıştığımız noktada bir konuya daha kısaca değinmek isterim. Pandemi süreci tam olarak bitti diyemiyoruz. Tam anlamıyla bir sönümlenme aşamasında olan pandemi bitişi ve sonrasında bir şekillenme daha olacaktır. Ve bu duruma da üniversite bir şekilde adapte olacaktır.

2. Kurum kimliğinden ne anlıyorsunuz?

Kurum kimliği üniversitenin imajını yansıtan kimliğini ortaya koyar. Dolayısıyla benim DAÜ kimliğinden anladığım çok kültürlü bir ortamda birlikte çalışma yapılan, uluslararası alanda kendini gösteren bir kurum olmasıdır. Özellikle üniversitenin uluslararası sıralamalarda iyi bir yerde olması veya halen gelişmekte olması kurum kimliğinin varlığını ortaya koymaktadır. DAÜ kimliğinde çok kültürlü ortamda uluslararası bir yapının olması ve göstermiş olması bir nevi kimliğimiz olarak da lanse edilse de 1979'dan neredeyse 90'lı yılların başına kadar Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde bir araştırma kültürü de yoktu. Tamamen eğitim odaklıydı. Bu öncesinde bahsetmiş olduğum 79-86 yılında ara eleman yetiştirme yani daha ziyade eğitim-öğretim ağırlıklı bir yapı varken, 90'lı yılların ortasından sonra bir araştırma kültürü gelişti. 2000'li yıllardan sonra bu dahada bir ivme kazandı. Günümüzde uluslararası ortaklarla iş birliklerini gerekli birim ve merkezlerimiz ilgileniyor ve güzel başarılarla imza atılıyor. Üniversitemizin uluslararası iş birlikleri kurumumuzun kimliği için önemli bir etkidir. Şu anda iyi bir noktadayız ve daha iyi olmak için bu yönde ilerlediğimizi görebiliyorum.

3. DAÜ'ye kimlik kazandıran öğeleri tanımlar mısınız?

Uluslararası arenada yer alması ve kendini bu alanda göstermesi DAÜ'ye kimlik kazandıran öğedir. DAÜ çok sayıda uluslararası öğrenci ve personel ile beraber çalışan bir kurumdur.

4. DAÜ'yü öne çıkaran değerler nelerdir?

Önceki soruların yanıtlarında da bahsettiğim öğeler DAÜ'yü ön plana çıkarıyor. Şu anda Türkiye sıralamalarından bahsediyoruz. Türkiye'de çok iyi bir yer edinme noktasında 1986 ve 2000'li yıllara kadar bu hedefte çalışan üniversite, 2000 yılından sonrasında uluslararası alanda kendini göstermeye çalışmıştır ve bunun da bir nevi başarılı sonuçlarını almıştır. Dolayısıyla üniversitenin şu anda bu değerler ışığında yürüdüğünü söyleyebiliriz. Ancak bunların iyileştirilmesi ve şekillenmesi gerekiyor ama bir şeyin daha altını çizmem gerekiyor. Daha önce bahsettiğim pandemi sonrası yapılanmaya da hazır hale gelmemiz gerekiyor. Çünkü ben bunun bir dönüm noktası olacağını görüyorum yani eskiye dönme diyoruz ama aslında eskiye tam anlamıyla dönmeyeceğiz ve yeni bir yola gireceğiz bu da görülüyor zaten. Üniversite pandemi döneminde hızla adapte olarak birtakım uygulamalar ile başarı sağladı. Şimdi de bu yolda da kolaylıkla ilerleyebileceğiz.

5. Kurumsal tutum ve normu nasıl tanımlarsınız?

Üniversitemiz kurumsal olarak net bir tavır sergilemektedir ve katılımcı bir yapısı vardır. Fakülte ve bölümlerden gelen geri bildirimlere göre bazı şekillendirmeler gerektiğine inanıyorum. Baktığımızda farklı ülkelerden öğrencilerimiz ve çalışanlarımızla çok kültürlü bir oluşum vardır ve bu sayede norm kendiliğinde şekil almıştır. Bu alanda tek bir hassasiyet söz konusu olamaz, birden fazla hassasiyet söz konusudur. Dolayısıyla kendi çizgisinde belirlenen norm yönetim ve tüm kurullarda hassasiyetle gözetilmektedir.

6. DAÜ'nün sloganı varmı? Ne olmalıdır?

Uzun süredir farklı sloganlar üniversitemizde kullanılmıştır. Şu anda bir slogan kullanmıyoruz ama daha önce kullanmış olduğumuz 'Uluslararası Kariyer İçin' örneği

bence güzel bir slogandı. Ve bu slogan hedefimizi belirtmekteydi bence devam ettirilebilir bir slogan olduğunu düşünüyorum.

7. Tüm personel kurum kültürümüzün oluşumuna katkıda bulunan değerlerimizi yeteri kadar benimsiyormu/biliyormu?

Bu anlamda tüm personelimizin değerlerimizi yeteri kadar benimsediğini düşünmüyorum. İlaveten bunun geliştirilmesi gerektiğine de inanıyorum. Üniversitemizin akademik kısmını değerlendirirken; akademisyenlerin doğası gereği farklı görüşlerde olması ve bunları ispat etme çabası çok doğaldır. Bu noktada zaman zaman sorunlar yaşayabildiğimizi görüyorum. Bir diğer gördüğüm nokta ise; tüm personelimiz yapı gereği kurum kültürümüzün oluşumu bilincinde ve entegre hareket etme konusunda güzel birlik beraber kurabiliyor ve ortaya güzel çalışmalar çıkıyor. Ancak o konuda biraz gelişmeye ve kendimizi geliştirmeye ihtiyacımız olduğunu düşünüyordum. Üniversitemizin yönetsel kısmına baktığımız zaman ise olayın biraz daha farklı seyrettiğini söyleyebilirim. Yönetsel kısımda birtakım hizmetler veriliyor ve acil durumlarda çok özveriyle çalışıldığını gördüm. Buna örnek verecek olursam; Akdeniz Yurdu renovasyonu ve tadilatı aşamasında neredeyse tüm birimler birlikte entegre olmuştu ve çok iyi bir çalışma örneği gösterip özverili çalışıldı. Acil durumlarda güzel entegre olsak da rutin işlerde zaman zaman kişisel hareketlerden oluşan sıkıntılar olduğunu görebiliyorum. Bu benim şahsi görüşümdür. Kişilerin talepleri veya durumları bazen biraz daha fazla ön plana çıkabiliyor ve zaman alabiliyor. Tam tersi olarak, kurumun menfaatlerinin çok daha fazla ön planda olması gerektiğini düşünüyorum. Dolayısıyla kurumun menfaatlerini ön plana çıkarttığımız, kuruma katkı koyacak şekilde hareket ettiğimiz takdirde direkt olarak kurumun kültürünün ve kimliğinin oluşmasına da katkı sağlamış oluruz.

8. DAÜ kurumsal kimliğinin daha görünür olabilmesi için sizce neler yapılmalıdır?

Doğu Akdeniz Üniversitesi yaşadığı tarihsel değişimde kimliği oluştururken ve şimdiki dönemimizde birçok uluslararası alanda ciddi çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmaların daha etkin bir şekilde duyurulması, ön plana çıkarılması araştırmalarda farklı üniversitelerden uluslararası arenada ortaklıklarla proje kapsamında iş yapılması görünürlüğü arttıran unsurlardandır. Bu çalışmaların proje kapsamında yapılması 1993-1994 yıllarından 2000 yılına kadar yavaş yavaş olmaya başlamıştır. Zamanla gelişen çalışmalarımız şu anda uluslararası alanlarda başarıyla boy göstermektedir. Büyük küçük proje ayırt etmeksizin projelere daha da odaklanılmasının ve ön planda tutulmasının üniversitemizin görünürlüğü ve kimliği açısından iyi olacağını kanıslındayım.

9. DAÜ' nün hedef kitle (öğrenci) üzerinde nasıl bir imajı vardır? Ya da nasıl bir imaj bırakma hedefindediniz?

Doğu Akdeniz Üniversitesinde 1988'de ilk etapta ABET akreditasyonu ile başladı. Bende şahsen orda araştırma görevlisi olarak birtakım işler yaptığım hatırlıyorum daha sonrasında 2001 yılından itibaren de ABET komisyonlarında bölümde ve fakültede oldukça aktif görev aldım. Bu akreditasyonlar uluslararası düzeydedir ve öğrenciye iyi bir imaj bırakmaktadır. Çünkü akreditasyonun sürecinde üniversite ben iyiyim demiyor bir denetleme sürecinden geçiyor ve siz iyiyse güçlü ve zayıf yanlarınızı söylüyor. Yani ispatlanmış bir eğitim kalitesinden söz ediyoruz. Yakın zamanda mühendislik fakültesinde ABET akreditasyonu gerçekleşti. Bu göreve gelmeden önce de bölüm başkanlığını yaptığım bölümde yakinen ilgilendiğim bir süreçti. Örneğin güçlü yan olarak hocaların devamlı öğrenciler tarafından ulaşılabilir olduğu belirtildi, yazıldı ve raporlandı. Bu güçlü yan son derece önemlidir. Çünkü DAÜ kültüründe öğrenci odaklı olmak vardır. Geçmişten bu yana hep şöyle bir izlenim vardır; DAÜ'ye giriş kolay ama DAÜ'den çıkmak ve DAÜ diplomasını almak öyle çok da kolay değil. Gerçekten çok iyi bir seviyeye gelmemiz gerekiyordu. Bunun

sağlanması da ancak daha fazla efor sarfederek ve ders dışında da akademik personelin öğrencilere katkı koyması ile olur. Dolayısıyla öğrenci odaklı imaj DAÜ kültüründe bulunmaktadır. Ancak pandemi koşullarının bunu biraz geriletmiş olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda bir toparlanma aşamasındayız çünkü kolay değil. Tamamen online eğitim modeli 3 dönem sürdürüldü ve tekrar yüz yüze eğitime geçildiğinde burada tekrar buna adapte olmak için gerek öğrencilerin gerek öğretim üyelerinin biraz zamana ihtiyacı olduğunu düşünüyorum ama bu bir yerde oturacak ve gelişip toparlanacağına inanıyorum. Ayrıca DAÜ'nün yapısında bulunan uluslararası bir kimlikten bahsettik. Dolayısıyla üniversite genelinde baktığımızda müfredat dışı aktiviteler ile de bunu görebiliyoruz. Örneğin; önümüzdeki cuma gecesi Afrikan Gecesi var bu aktiviteler düzenli olarak sürdürülmektedir. Öğrencilerin bu aktivitelerde kendi kültürlerini yansıtmaya şansı buluyorlar ki bunun da çok faydalı olduğunu düşünüyorum. Farklı bölgelerden gelen kişiler arasında olan kültür alışverişinin iyi bir imaj bıraktığını düşünüyorum. Doğu Akdeniz Üniversitesi'nden mezun olup diplomayı alan kişilerin dünyanın çeşitli yerlerinde rahatlıkla iş bulabildiğini çeşitli araştırmalarda ve çeşitli anketlerde bu görülmektedir. Bu da önemli bir imajın dokümantasyonunun çok iyi tutulması gerekiyor. Bu noktada biraz daha çalışma yapmamız gerektiğini düşünüyorum.

10. DAÜ'nün çağdaş eğitim ve öğretimde hedefledikleri nelerdir?

Evet aslında bu çok aslında enteresan bir sorudur. Çağdaş eğitim ve öğretim dediğimiz zaman biraz önce bahsetmiş pandemi sondası durum söz konusudur. Üniversite genelinde bu anlamda belki de fakültelerde ve programlarında bir revizyon gerektiğini düşünüyorum. Çünkü artık bazı değerler pandemi öncesi gibi değildir. Öğrencileri talep ettikleri program çıktılarını bence değişmiştir çok daha farklı çıktılar talep edilmektedir. Bu nedenle çağdaş eğitim ve öğretimde hedeflediklerinden

bahsettiğimizde; müfredat çalışmaları ön plana çıkması gerekiyor. Bu çalışmalar ön plana çıktığında fütürist yaklaşmamız ve önde olmamız gerekiyor. İleriyi düşünmek kaçınılmazdır. Örneğin bir öğrenci üniversitemizde eğitime başlayıp 4-5 yıl sonra mezun oluyor. Biz ileriye düşünürsek mezun ettiğimiz öğrenciler 4-5 yıl sonraki o değişime ayak uydurabilirler. Fütürist düşünmek çok aşıkardır bunu hepimiz görüyoruz. Değişim çok hızlı gerçekleşiyor dolayısıyla buna adapte olabilecek şekilde müfredatlarımız şekillenmesi gerektiğini düşünüyorum.

11. DAÜ' de eğitim ve öğretim kalitesini artırmak için nasıl bir strateji izlenmektedir?

Daha öncesinde de bahsettiğim gibi uluslararası akreditasyonlar eğitim ve öğretim kalitesini arttırmaktadır. Çünkü akreditasyon için başvuru yapıldığında dış denetim için kurumun güçlü ve zayıf yönlerinin değerlendirildiği bir rapor hazırlanıyor. İç denetim için öğrencilerden belirli aralıklarla anket doldurulması isteniyor. Tüm bunlar harmanlandığında elde edilen verilerden yeni stratejiler oluşturularak iyileştirilme ve gelişim sağlanıyor. Bu iyileştirilme noktasında biraz daha fütürist yaklaşarak daha esnek programlar oluşturmamız gerektiğini düşünüyorum çünkü o yönde olacak paydaş talepleri göz önünde bulundurmanız gerekiyor.

12. DAÜ' de eğitim yapılarının iyileştirilmesi için izlenen strateji nedir?

Altyapı son derece önemli olduğu için biraz da o konudan bahsetmem gerekiyor sanırım. Üniversitenin oluşumunda bahsettiğim gibi 90'lı yılların başından 2000'li yıllara kadar Kampüs neredeyse oluşmuştur. 80'li yılların sonunda üniversitede yol yok denilebilecek kadar azdı ve yeni yapılmaya başlanmıştı. Benzer olarak, çok az sayıda bina vardı. 1986 yılında işletme binası yeni yapılmıştı. Dolayısıyla kampüs 80lerin sonu 90lı yıllar dahil olmak üzere 2000'li yıllara kadar şekillendi. Şimdi dönüp baktığım zaman bu altyapı artık eskimiş durumda yeniden şekillenmesi gerekiyor.

Kimliğin ön plana çıkması konusuna da değinilirse bu yapılaşmada da kimliği ön plana çıkaracak bir husustur ve şu anda bu altyapı sorunları dezavantaj gibi görünüyor ama aynı zamanda fırsata çevrilmesi gerekiyor. Geçmişte o günkü şartlarda doğru olan yapılmış olsa da bugünün şartlarında kampüsteki karışıklık fark edilmektedir. Bu karışıklığa örnek verecek olursam; Sabancı girişinde bulunan iki yurttan birini değiştirip fakülte binası haline getiriyoruz. Bu fakülte binasının yanındaki yurt binası hakkında da bazı projelerimiz mevcuttur. Ancak dikkat etmemiz gereken üniversite girişlerinin etrafındaki. Her giriş kapısı etrafında farklı fonksiyonlar yer almıştır bu durum da bize plansız bir yapılaşma olduğunu göstermektedir. Şimdi biz bir adım atıyoruz ve diyoruz ki 1990'lı yılların başında yapılmış iki binanın yapısal değerlendirmesini yaptıktan sonra farklı kullanım alanlarına çevireceğiz. Yurtlar bölgesi olduğu gibi kalacak ama halen girişlerde yer alan yurtlar bulunmaktadır. Üniversite girişlerinde yurt binaları olmasından ziyade, üniversite girişlerinde daha farklı kimliğimizi yansıtacak bir havanın olması gerektiğini düşünüyorum. Kampüs içerisinde eskimiş yapılara değişim yaparken mali kaynakları da gözeterek bütün hususlar göz önünde bulundurarak yapılırsa daha doğru bir noktaya gelebileceğimizi düşünmekteyim.

13. Kurumsal kimliğin gelişimi ve sürdürülebilir olması için hedefleriniz nelerdir?

Kurumsal kimlik için daha önceki sorularda bahsettiğim konular ile ilgili çalışmalar yapmamız gerekiyor. Daha fazla uluslararası ortaklıklarla iş yapmak, araştırma gruplarında yer almak bu işin akademik olarak sürdürülebilir olmasını sağlar. Buna ek olarak kampüsün ana hatları ile şekillendirmesi gerekir ki. Bu tez çalışmasının iç mekânın kurumsal kimliği yansıtması konusuna atıfta bulunacak olursam; bina cephelerimizin ve çevre alanlarımızın da bunu yansıtması gerektiğini

düşünmekteyim. Şu kimliğimizi bu alanlarda yansıtabildiğimizi düşünmüyorum ancak gelişme kaydetmekteyiz. Buna örnek olarak Sabancı girişindeki yapılarımıza daha modern bir dış cephe görünümü sağlayacağız ve iç mekân tasarımları da ona göre şekillenecek. Bir de tabii en önemli noktalardan biri kampüs içi ulaşım ve yayalaştırma çalışmalarına hız kazandırmamız gerektiğidir. Bununla ilgili yasal düzenlemeleri şekillendirmemiz gerekiyor. Örneğin kampüs içerisinde kamu yolu diye tabir edilen yollar var. Bu yolların ilgili kamu yolundan çıkarılması ve DAÜ iç yolu haline getirilmesi ring haline getirilmesiyle iç kısımlardaki yollar trafiğe kapanarak sürdürülebilir kampüs için bazı adımlar atılabilir. Adım diyorum çünkü bunun yanında başka projeleri de hayata geçirmemiz gerekiyor. Başka projelerin de ana odağı sürdürülebilir çevredir. Bu konuda çeşitli çalışmalar escd kapsamında vardır. Bazı girişimlerimiz ve bununla ilgili bazı görüşmelerimiz de var. Bunları şekillendirdiğimiz takdirde kampüsü bir yerde sürdürülebilir bir yapıya kazandıracacağız.

14. DAÜ' nün eğitim mekanları kurumsal kimliğini yansıtıyor mu ?

Önceki sorularda da cevapladığım gibi maalesef DAÜ' nün eğitim mekanları şu anda kurumsal kimliği yansıtmıyor. Yansıtması için çaba sarf etmemiz gerekir ama zamanla ve belirli bir hızla olmalıdır. Çünkü mekanlar söz konusu olduğunda mekanları değiştirmek bilgisayar başında elektronik çalışmalarda olduğu gibi kolay olmuyor. Projelendirme aşamasına çok zaman harcamamız gerektiğine inanıyorum. Üniversitemizde zaman içerisinde yapılan bazı işlerin acele yapılması söz konusu olmuştur. Durum böyle olunca o dönemin şartlarında bazı işlerin projesiz başlamıştır. Bu soruya cevap verirken tarihsel mihenk taşlarını oturtmaya çalıştım sanıyorum. Proje çözümlerinin oluşması hızlı dönüşümlerdense bütçe konuları paralelinde planlı programlı ilerlemesinin daha mantıklı olduğuna inanmaktayım. Biraz önce bahsettiğim Sabancı girişi kısmını yavaş yavaş çözmeye çalışıyoruz. Yolları iyi

tasarlamamız gerekiyor. Bununla ilgili bazı adımlar attık ancak ihale aşamasında maalesef sonuçlanmadı çünkü keşif bedellerinin üzerinde rakamlar geldi. Şu anda zaten fiyat artışlarında sıkıntılı bir süreç var ama planlar projeler bu anlamda oluşmuş durumdadır. İşte tüm bunları yaparken bahsetmiş olduğumuz DAÜ kimliğini de kampüste iç mekân ve bina cephesi tasarımı ve çevreye entegre edebileceğiz.

Ek 4: 3. Anket Hasan Demirel

Ben Akademik işlerden sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Hasan Demirel. Öncelikle kendi algımı iç mimarlık ve Doğu Akdeniz Üniversitesi'ndeki kurumsal kimlik olgusuna evrilecek şekilde cevaplayacağım.

1. DAÜ Kültürünü nasıl tanımlıyorsunuz?

Doğu Akdeniz kültürü Doğu Akdeniz'i olmayı benimseyen insanların ortaya koyduğu değerler bütünüdür. Bir Doğu Akdenizli olma olgusudur Doğu Akdeniz kültürü. Aslında bireylerin kendi zihinlerinde oluşan bir durumdur. Bunu Mimarlık açısından değerlendirilecek olursak; Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin geçmişini ve şu andaki durumunu binaların iç mekanlarına nasıl yansıtılır diye bakmak lazım. Burada DAÜ logosu oldukça önemlidir. Benim öğrencilik yıllarımdan kalma DAÜ'nün kuruluşunda kullanılan o eski ahşap İsveç tahtadan yapılmış mobilyalar ve Kıbrıs'a özgü eskiden kalma binaların renove olmasından kaynaklı bazı özelliklerin taşınması olarak değerlendiriyorum. Bunlar gibi zihinlerde iz bırakan iç mimarlık olgularının bir nevi DAÜ kültürü olarak değerlendirilip, ileriye taşınması diye düşünüyorum. Burada DAÜ logosu da çok önemlidir ve DAÜ kültürüne çok şey katar diye düşünüyorum.

2. Kurum kimliğinden ne anlıyorsunuz?

Kurum kimliği, kurumun geliştirdiği paydaşlarıyla oluşturduğu ve kendisini tanımladığı değerlerdir. Bu bağlamda kurum kimliğini oluşturan unsurlar mevzuattan uygulamalara kadar bir sürü farklı boyutlara sahiptir. İç mimarlık gözüyle bakılacak olursa kurumun bir bina kimliği olması lazım. Dışarıdan bakıldığında binaların bir karakteri ortaya çıkarması için benzer görünmesi lazım. Bina içerisini ele alacağımızda özellikle mekânda kullanılan mobilyaların benzer ve uyum içinde olması çok önemli olabilir. Bir iç mimar olarak nasıl değerlendirilir bilmiyorum ama bir mühendis olarak değerlendiriyorum. İlâveten renkler, ışıklar ve mobilyalar bağlamında kurumun

ciddiyetini, modernliğini ve gelenekselliğini yansıtacak değerlendirmeler, projeler veya tasarımlar yapılması gerekiyor diye düşünüyorum.

3. DAÜ'ye kimlik kazandıran öğeleri tanımlayın?

Kıbrıs ve DAÜ'ye kimlik kazandıran boyutlardan biri Mağusa, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nin kuruluşunda kullanılan binalar ve buradaki çevre ve doğal ortam DAÜ'ye kimlik kazandırıyor. DAÜ'nün ilk kuruluşundan bu yana akademik personelimiz ve öğrencilerimiz DAÜ'ye kimlik kazandıran değerlerimizdir. İç mimarlık açısından bakacak olursak; üniversiteye değer katan kişilerin kimler olduklarının hatırlatılması oldukça önemli. Avrupa'da ben görüyorum kurucuların ve emek verip iz bırakanların resimlerinin, izlerinin veya büstlerinin yer aldığı ve isimlerinin anıldığı ve bu anıları iç mekanlara aktarılması DAÜ'ye kimlik kazandıran öğeler olabilir. Bu aşamada tek bir kişiye odaklanıp ilahlaştırmaktan uzak, nötr ve kapsayıcı bir yaklaşım sergilemek önemlidir. Böylece bir hocamızın, ünlümüzün ya da mezunumuzun köşesi diye adlandıracağımız iç mekâna anlam katan uygulamalar yapılabilir.

4. DAÜ'yü öne çıkaran değerler nelerdir?

5. Kurumsal tutum ve normu nasıl tanımlarsınız?

Kurumsal tutum ve norm kurumsallıktan gelir. Kurumsallık kişilerle değişmeyen, mevzuatın ve adaletin hâkim olduğu bir tutum ve norm diye düşünüyorum. Ancak böyle olduğu takdirde kurumsal sıfatı uygun olur. Kişiler değiştikçe değişen kurumlar veya yönetimler kurumsal değildirler. İç mimarlık açısından ise kişiye göre değişmeyen mekanlar olabilir tanımlanabilir. Geçmişten günümüze aynı karakteristiğin aktarıldığı fakat sabit kalmayıp gelişen tutum ve norm olarak tanımlanabilir.

6. DAÜ'nün sloganı var mı? Ne olmalıdır?

DAÜ'nün şu an itibariyle uluslararası kariyer güden bir sloganı vardır. Slogan ne anlatmalıdır diye düşünecek olursak; uluslararası kültür ile harmanlanan kaliteli eğitimin öne çıktığı, dünya geneline hitap eden, bilimsel araştırmaların yapıldığı, bölgesinde lider ve küresel ölçekte var olan bir kurum olarak kendini gösteren bir slogan olmalıdır. İçindeki görüşler bu değerlerden bahsedebilir. İç mimarlık anlamında bu slogan nasıl yansıtılabilir? Uluslararası, eğitim, bilimsel çalışma ve hizmet ifade edebilen iç mekân tasarımları kullanılabilir.

7. Tüm personel kurum kültürümüzün oluşumuna katkıda bulunan değerlerimizi yeteri kadar benimsiyor mu/biliyor mu?

Pek emin değilim. Ben yeterince bildiklerini zannetmiyorum ama kurum ve kültürün oluşumu biraz içselleştirme ile oluşur. Aslında bilinçli olmadan belirli bir kurum kültürümüzün olduğunu düşünüyorum. Üniversitemiz mevzuatı çok ileri boyutta kullanarak kurumsallaşmada çok öne çıkmıştır. Ben değerlendiriyorum bizden önce görev yapanlar da biz de aynı mevzuatı kullanıyoruz. Kurum kültürünün gelişimi için her bireye daha bilinçli bir şekilde ulaşması için aslında belli bir eğitim gerekiyor. Yeterli olmasa da belirli bir kültür algımızın üniversite çapında olduğunu ben görüyorum.

8. DAÜ kurumsal kimliğinin daha görünür olabilmesi için sizce neler yapılmalıdır?

Kurumsal kimliğin daha görünür olabilmesi için tanıtımlarda bizim vizyonumuzu öne çıkaracak farklı tasarımlar kullanılabilir. Biz şu anda nerede hangi alanda iyiyiz diye baktığımızda, biz dünyada yaptığımız araştırmanın (research) aldığımız atıflardan kaynaklı iyi olduğumuzu öğreniyoruz. Yani bizim yaptığımız bilimsel çalışmalar dünyada normalin çok ötesinde atıf alıyor. Bu çok ilginç bir

yönümüz bunu da son 5 yılda fark ettik. Bir de uluslararası yönümüz çok farklı bu da bizim görünürlüğümüzü öne çıkarıyor. Dolayısı ile bunları detaylı şekilde inceleyerek neden yaptığımız çalışmalar normalden fazla atıf alıyor ?, uluslararası kimliğimiz ne kadar bize katkı da bulunuyor? ve bunları öne çıkararak kurumsal Kimliğimizi daha görünür hale getirebiliriz? Gibi soruları kendimize yöneltmek gelişimimiz için faydalı olacaktır. Biraz önce bahsettiğim özellikler uluslararası sıralama kuruluşlarının bize aksettirdikleridir. Bu kuruluşlar uluslararası görünürlüğümüzün bilimsel çalışmalara yapılan atıflar noktasının çok ileride olduğunu her daim söylerler. Bir de bizim uluslararası boyutumuzun normalden çok ötesinde olduğunu ve bunun bizim için bir değer olduğunu tekrar ederler.

9. DAÜ' nün hedef kitle (öğrenci) üzerinde nasıl bir imajı vardır? Ya da nasıl bir imaj bırakma hedefindediniz?

Öğrenciler üzerindeki imajımız mezunlarımız yordamı ile şekillenmektedir. Mezunlarda bıraktığımız izler ve izlenimler bu imajı şekillendirmektedir. Ben imajların sabit olmadığını canlı gibi geliştiğini daha iyiye ya da daha kötüye gidebileceğini düşünürüm. Son dönemde imajımızın olumlu yönde geliştiğini düşünüyorum. DAÜ daha da uluslararası etkileşimler kurarak küresel ölçekte daha iyi bir imaj bırakıyor. İlaveten kaliteli eğitim ve bilimsel çalışmalar ile son dönemde toplum hizmetlerimizde de büyük artışlar vardır. Bizden önceki yönetimler de bu alanda epey çaba harcadılar. Üniversitemiz zamanla küresel ölçekte Kıbrıs'ta lider, Türkiye'de ve Dünyada daha görünür olmaya başlamıştır. Öğrencilerimizin memnuniyeti ve izlenimleri bu alanda çok önemlidir. Bu izlenimlerin daha da gelişmesi için çabalıyoruz. İç mimarlık alanında dış ve iç mekanlarda mezunlarımızın isimlerinin yazıldığı duvarlar olabilir ya da mobilyalar, üzerinde yazılan parkeler olabilir üzerine düşünülüp geliştirilebilecek farklı fikirler üretilebilir. İç mimari

tasarımlarla burada iz bırakan öğrencilerin iz bıraktığı hissi yaratılabilir öğrencilerin iz bıraktığını düşünürlerse üniversitemiz ile daha kuvvetli bir bağ oluşturabiliriz.

10. DAÜ' nün çağdaş eğitim ve öğretimde hedefledikleri nelerdir?

DAÜ'nün çağdaş eğitim ve öğretimde hedefi bölgesinde lider olmaktır. Bölgesinde lider derken sadece Kıbrıs'tan bahsetmiyoruz. Biz Türkiye'yi ve Ortadoğu'yu da katıp Güneydoğu, Avrupa ve Ortadoğu'da lider üniversite olmak istiyoruz. Liderlikten kastımız eğitim kalitesi açısından önde gelmek. Kaliteli eğitimde ilk akla gelen üniversiteler arasında sayılabilecek kadar öne çıkan ve bilimsel çalışmalarda küresel ölçekte dünyaya katkı koyan bir üniversite olmak istiyoruz. Bu yaklaşımın mimarlığa ve iç mimarlığa yansımaları sadece yerel değil. Güneydoğu, Avrupa ve Ortadoğu'nun yerelliğini de katan bir değerlendirme olabilir.

11. DAÜ' de eğitim ve öğretim kalitesini artırmak için nasıl bir strateji izlenmektedir?

Eğitim için özellikle uluslararası akreditasyonlar son dönemde bize çok yardım etmektedir. Biz uluslararası akreditasyonları yönelme stratejisi ile ve bu vizyonla hareket ettikçe daha çok programımız uluslararası akreditasyon süreçlerine geçmektedir. Uluslararası akreditasyon yaklaşımıyla veya kalite kontrol mekanizmasının yardımıyla müfredatlarımız dünya standartlarında yeniden şekillendirmektedir. Dünya normlarına göre şekillenen müfredatlarımız daha başarılı kişiler yetiştirmemize sebebiyet vermektedir. Burada eğitim kalitesinin ilerletilmesi için kullandığımız strateji kalite kontrol mekanizmaları olan akreditasyonlardır.

12. DAÜ' de eğitim yapılarının iyileştirilmesi için izlenen strateji nedir?

13. Kurumsal kimliğin gelişimi ve sürdürülebilir olabilmesi için hedefleriniz nelerdir?

Son dönemde sürdürülebilirlik çok önemli bir gündem olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada özellikle son dönemde sürdürülebilir gelişme hedefleri (sustainable development goals) öne çıkmaktadır. Biz bunun farkına son 5 yıl içerisinde vardık diyebilirim belki mimarlar daha önce bunu biliyorlardı. Ancak kurumsal olarak sürdürülebilirlik noktasında bilinçlenme son 5 yılda olmuştur. Dünya sürdürülebilirlik gelişim hedefleri noktasında Times Yüksek Öğrenim Sıralaması (“times higher education ranking”) üzerinde bir sıralama sürecine girdik. Burada Dünya Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş 17 tane sürdürülebilirlik gelişme hedefi vardır. Bu hedefler arasında yoksulluktan eğitim kalitesine, cinsiyet ayrımının azaltılmasından araştırma kalitesine kadar birçok nokta vardır. Biz bu noktalarda neler yapıyoruz diye kendimize ayna tuttuk. Hem bir bilinçlenme sağladık hem de bu alanda bir yer edindik. Son çalışmalarımız en azından bir bilinçlendirme yaratmıştır. Bu 17 sürdürülebilir gelişme hedeflerinin üçünün sıralamaya katıldığı değerlendirmede dünyada ilk 200-300 bandında sıralamada yer bulduk. Bu da bizi çok öne çıkardı. Türkiye’de bu alanda birinci durumda olduğumuzu belirtebilirim. Kıbrıs’ta da bu alanda ilk ikideyiz. Tabii bu sadece bilinçlenme yönü itibariyledir. Sürdürülebilirlik çok geniş bir kavramdır. Sürdürülebilir yapının oluşması için üretim ve eğitim süreçlerinde de ilgili olguları kullanmak ve süreçleri şekillendirmek gerekir.

14. DAÜ’ nün eğitim mekanları kurumsal kimliğini yansıtıyor mu?

DAÜ’ nün eğitim mekanları kurumsal kimliğini bence yansıtmıyor. Farklı binalara girdiğinizde farklı karakteristikler görmekteyiz. Mesela şu anda İçinde bulunduğumuz rektörlük binası belli bir karakteristiği yansıtıyor. Bunu bir mühendis olarak görebiliyorum. Başka bir binaya girersiniz 1970-1980’lerden kalma bir hava ile karşılaşabilirsiniz. Mimarlık fakültesine girersiniz dış cephede bir renk cümbüşü ve iç mekânda farklı yapılarla karşılaşabilirsiniz. Mühendislik fakültesine girdiğinizde daha

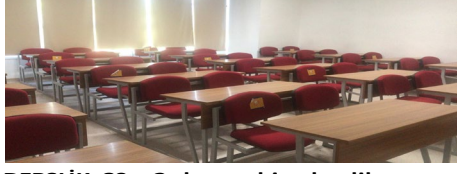
kutu kutu, kaba yapılarla karşılaşabilirsiniz. Bu durumu DAÜ’de mimari açıdan büyük bir eksiklik olarak görüyorum. Belki mimar gözüyle farklı bir şekilde yorumlanabilir, bilmiyorum. Ama bir mühendis gözüyle gözlemlediğimde kurumsal kimliğin yansıtılmadığını düşünüyorum. Bunu yansıtabilmesi için iç mimarların bütünsel bir noktada bir araya gelip daha bizim şekillendirdiğimiz vizyonların gerektirdiği değerleri bir araya getirerek belli tasarımlar yapmaları gerekir. Hatta bu gibi tasarımları paydaşlara sormaları gerekir. Paydaşlar olarak; öğrenciler ve öğretim üyeleri ve mezunlar tanımlanabilir. Siz hangisini seçerdiniz gibi sorularla fikir birliğine varılabilir. Biz de kendimize uygun, bizim özelliklerimizi yansıtan, otantik, kurumsal kimliği yansıtan mimari tasarımlara oy verebiliriz. Bu şekilde bir süreç ilerlerse mekanlarda kimlik edinme süreci de meşrulaşmış olur. Sadece bir iç mimarın görüşüne ve birkaç mimarın görüşüne kalmaz, paydaşların da katkısıyla daha meşru bir süreç olur diye düşünüyorum.

Ek 5: Daü Kurumsal İç Mekan Tasarımı Değerlendirme Formu

MEKAN 1

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: 85 m2 alana sahip derslik. CL101/CL102/CL103/CL104/CL105/CL106/CL109/CL110/CL111/CL112/ CL201/CL202/CL203/CL204/CL205/CL206/CL209/CL210/CL211/CL212		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu sınıf içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri sınıf içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere,stor perde, krem boyalı ahşap kapı.
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI?	standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 1		

MEKAN 2

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: 80 m2 alana sahip derslik. CL114/CL115/CL118/CL119/CL214/CL215/CL216/CL217/CL218/CL219		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu sınıf içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri sınıf içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
MALZEME:	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere, stor perde,
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
DOKU:	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
	ZEMİN	
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 2		


MEKAN 3

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: AMFİ TİPİ SIRA CL116/CL117		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu sınıf içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri sınıf içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere,stor perde,
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
	DOĞAL IŞIK	Mevcut pencereler
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 3		

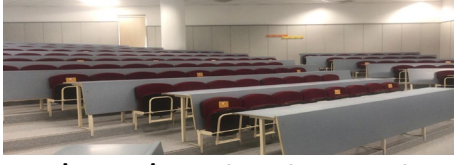
MEKAN 4

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: KOLÇAKLI SANDALYE. CL120/CL314/CL315		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu sınıf içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri sınıf içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere,stor perde,
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 4		


MEKAN 5

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: BİLGİSAYAR LAB. CL313		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu sınıf içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı sınıf içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri sınıf içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere,stor perde,
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
IŞIK:	DOĞAL IŞIK	Mevcut pencereler
	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
	DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU	
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 5		

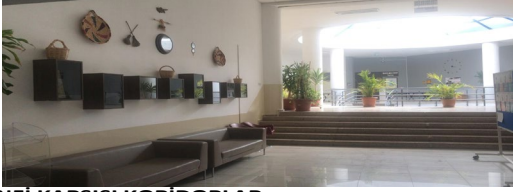
MEKAN 6

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK: AMFİ CL11/CL12/CL13CL14/CL22/CL23/CL24		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi amfi içinde kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu anfi içinde kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı anfi içinde kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri amfi içinde kullanılmamıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri sınıf dışı kapı numaralarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖGELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	sandalyelerin tümü kırmızının koyu tonlarından (bordo) kullanılması
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası, PVC pencere,stor perde,
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	gri ahşap melamin duvar yüzeyine kaplanmıştır
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Duvar yüzeyi kaplamaları dikat çekmektedir.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Standart derslik mobilyası verzalit masa sandalye kullanılmıştır.
IŞIK:	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler
	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
DAÜ ÜST YÖNETİMİLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU		
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 6		

MEKAN 7

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
DERSLİK KORİDORLARI:		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi koridorlarda kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu koridorlarda kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı koridorlarda kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri yönlendirme panolarında kullanılmıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri yönlendirme panolarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	YOK
MALZEME:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Standart malzeme kullanılmıştır.
DOKU:	ZEMİN	pvc zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Bekleme köşesi; DAÜ için 1997 yılında üniversitenin bakım onarım atölyesinde özel tasarlanmış misafir koltukları mobilyası döşemesi yenilenerek kullanılmaya devam ediliyor.
	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir şey kullanılmamıştır.
	DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU	
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 7		

MEKAN 8

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
ANFI KARŞISI KORİDORLAR:		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi koridorlarda kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu koridorlarda kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı koridorlarda kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri yönlendirme panolarında kullanılmıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri yönlendirme panolarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖGELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	YOK
MALZEME:	ZEMİN	seramik kaplama, merdivenler doğal mermer.
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Merdivenlerde kullanılan doğal mermer zemin döşemesi dikkat çekmektedir.
DOKU:	ZEMİN	seramik ve doğal mermer zemin kaplaması malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	iki farklı renk iç cepe boyası
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI	Bekleme köşesi için özel oturma gurubu alınmış. Duvar yüzeyinde kıbrıs kültürüne ait aksesuarlar kullanılarak kıbrıs köşesi yaratılmış.
	DOĞAL IŞIK	tepe penceresi
IŞIK:	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
	DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU	
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Duvar yüzeyinde kıbrıs kültürüne ait aksesuarlar kullanılarak kıbrıs köşesi yaratılmış.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Kıbrıs Kültürü Köşesi
MEKAN TİPİ 8		

MEKAN 9

DAÜ KURUMSAL İÇ MEKAN TASARIMI DEĞERLENDİRME FORMU		
		
ANFI BLOĞUNDAN GİRİŞ KATI :		
GÖRSEL KURUMSAL KİMLİK BİLEŞENLERİNİN İÇ MEKANDA KULLANIMI.		
ADI:	Kurum ismi anfi giriş koridorunda kullanılmamıştır.	
LOGO:	Kurumun logosu anfi giriş koridorunda kullanılmamıştır.	
SLOGAN:	Kurumun sloganı anfi giriş koridorunda kullanılmamıştır.	
LOGO RENGİ:	Kurumun logo renkleri yönlendirme panolarında, merdiven tepe penceresi alüminyum kasalarında kullanılmıştır.	
YAZI KARAKTERLERİ:	Kurumun yazı karakterleri yönlendirme panolarında kullanılmıştır.	
İÇ MEKANDA GÖRSEL ALGIYI ETKİLEYEN TASARIM ÖĞELERİNİN KULLANIMI.		
RENK:	ZEMİN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	TAVAN	sarı rengin pastel tonu (krem)
	DUVAR	sarı rengin pastel tonu (krem)
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Kurumun logo rengi olan mavi rek önceleri bina girişi kolon sırtlarında ve merdiven korkuluk demirinde kullanılmışken sonraları bu yüzeylerde gri renk tercih edilmiştir. Fakat tepe penceresi alüminyum kasalarında mavi renk kullanılmıştır.
MALZEME:	ZEMİN	seramik kaplama, merdivenler doğal mermer.
	TAVAN	taşyünü asmatavan
	DUVAR	iç cepe boyası
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Girişte kullanılan doğal mermer zemin malzemesi dikkat çekmektedir.
DOKU:	ZEMİN	doğal mermer malzeme dokusu
	TAVAN	taşyünü asmatavan malzeme dokusu
	DUVAR	YOK
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Dikkat çekecek herhangi bir doku kullanılmamıştır.
MOBİLYA:	ÖZEL TASARLANMIŞ MOBİLYA VARMI?	YOK
IŞIK:	DOĞAL IŞIK	mevcut pencereler ve tepe penceresi
	YAPAY IŞIK	florasan beyaz ışık
	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Tepe penceresi mekana aldığı doğal ışıkla dikkat çekici bir etki yaratmıştır.
	DAÜ ÜST YÖNETİMLE YAPILAN YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRME FORMU	
ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Kurumu tercih eden tüm uluslar arası öğrencilerin ülke bayrakları anfi giriş koridorunda kullanılmamıştır.
ULUSLARARASILIK	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Farklı bölümlerden uluslararası yarışmalarda elde edilen başarılı projeler sergileniyor
KALİTELİ EĞİTİM	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Farklı bölümlerden uluslararası yarışmalarda başarı elde etmiş bilimsel çalışmalar, sergilenip sorumlu öğretim görevlisi ve katkı koyan öğrencilerin başarılarının tanıtılması kaliteli eğitimi öğrenciye hatırlatılıyor
TARİHİ ÖNEMİ	ÖNE ÇIKARACAK BİR VURGU YAPTIMI?	Öne çıkan bir vurgu yapılmamıştır.
MEKAN TİPİ 9		