

## KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE UZAM (MEKAN) DİLİNDE “ÖTEKİ” KAVRAMI

Işıl ZEYBEK<sup>1</sup>

### Özet

Yaşamımızın her anını çevreleyen imge (imaj) olgusu kendini her alanda etkin bir biçimde göstermektedir. Bu bağlamda, olumlu imge yaratımı söz konusu olduğunda üzerinde çok da fazla durulmayan uzam dili önemli bir işlev üstlenmektedir. Kişilerin rol ve konumları hakkında bilgi veren uzam dili aynı zamanda “öteki” kavramıyla bağıntılı olarak bireylerin yaşam evreni çerçevesinde değer nesnelere, ekinsele anlayışlarını, ruhsal durumlarını da açıkça ortaya koymaktadır.

### Abstract

Image concept which can be seen in every moment of our lives shows its effect in every field effectively. In this context, when it comes to positive image creation, the language of the places which is not emphasized before, undertakes an important task. The language of the places that gives information about the roles and positions of people also states their moods and cultural understandings and values in their life environment in related with the ‘other’ concept.

*Anahtar Kelimeler:* İmge, Kişilerarası İletişim, Uzam Dili, Renkler, Kimlik.

### Giriş

**“Mekan dış duyarlılığın şeklidir. Mekan ve zaman aklın her türlü deneyden önce gelen sezileridir. Herkes mekan ve uzamı gördüğünü sanır. Ashında görülen şeyler mekan ve uzamın taşıdığı şeylerdir.”**

KANT

“İmaj yaratmak”, “imaj oluşturmak”, “imaj yenilemek”, “imaj değiştirmek” son dönemlerin en sık kullanılan, en sık dile getirilen, en sık okunan ve en sık işitilen söylemleri arasında yer almaktadır hiç kuşkusuz. Ancak ağızdan ağıza dolaşan bu kavramın içeriği tam olarak bilinmemekte ve birçok kişi tarafından değişik anlamlar yüklenilerek bu kavramın, bu olgunun çeşitli amaçlar doğrultusunda kullandıklarını gözlemlemekteyiz. Bu bağlamda, imaj olarak adlandırılan kavram nedir? Kişilerarası iletişimde bu kavramın yeri nedir? İmge yaratımında uzamsal boyut neden önemlidir? Sorularını öncelikli olarak yanıtlamak en doğru yaklaşım olacaktır.

Latince imago sözcüğünden gelen, batı dillerine de image sözcüğü olarak yerleşen kavram, Türk diline de yazımı değişik ancak sesletimi aynı olan imaj sözcüğü olarak yerleşmiş ve kullanıma sokulmuştur. Ancak bu sözcüğün türkçe karşılığı gerçekte *imge*’dir. İmge kavramının sözlüksel anlamına baktığımızda, “Bir kişi, bir kurum, bir kuruluş konusunda düşünülenlerin tümü. Fiziksel yapı, tutum, davranış, ilişki biçimleri bu düşüncelerin temelini oluşturan” [1] öğeler olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer imge tanımı ise “bireyin çeşitli kanallar vasıtasıyla elde ettiği bilgi ve verilere ilişkin değerlendirmesi, yorumudur. Bu kanallar arasında reklamlar, doğal (informal) ilişkiler, içinde yaşanılan kültürel ortam ve sahip olunan önyargılar” olarak karşımıza çıkmaktadır” [2]. Kişisel imge ve kurumsal imge olarak temelde iki guruba ayrılan imge olgusu diğer kişilerle ve diğer kurum ve kuruluşlarla kurulan iletişim kavramıyla birebir ilişki içindedir hatta bir bütünün ayrılmaz parçalarındandır.

<sup>1</sup> İletişim Sanatları Bölümü, İstanbul Kültür Üniversitesi, 34156 Ataköy/ İstanbul

Kişilerarası iletişimin etkin ve etkili gerçekleşmesinde gözardı edilmemesi gereken en önemli etmenlerden biri de hiç kuşkusuz ilk izlenimlerdir. Karşımızdaki kişilerin belleklerinde el-kol devinimleri, yüz devinimleri, kıyafetler, renkler, uzaklık-yakınlık alanları, davranış biçimleri, içinde bulunan uzamsal boyut ve konuşma biçimlerine göre çok kısa zamanda oluşan ilk izlenimlerin daha doğrusu olumlu izlenimlerin oluşması, yer etmesi son derece önemlidir. Yoksa, olumsuz izlenimleri değiştirmek son derece güçtür. “Her insanda kendini gösterme hırsı vardır. İnsan birşeyler olmak, bir şeyler ortaya koymak ister ve gönlünden de tüm dünyaca bilinmesi arzusu geçer. Bu da onu, her yerde, olanağını elde ettiği zaman gücünü göstermeye iter” [3]. Önemli olan kişilerin duruma, konuma, zamana ve uzama göre bu gücü etkin ve yetkin bir biçimde ortaya koyma becerilerini gösterebilmeleridir. Bunun tam karşıt durumu söz konusu olduğunda başka bir anlatımla zamana, uzama ve bağlama uygun tutum ve davranışlar sergilenmediğinde, sözcükler kullanılmadığında, renkler kullanılmadığında, uzamsal boyut oluşturulmadığında, kimi nesnelerin biçimleri seçilmediğinde aktarılmak istenen, algılanmak istenen imgenin tam tersine bir anlamlandırma biçimi ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda sergilenmek istenen imge yaratımının aktardığı içeriğin ve anlamın da kimi değişik izlenimler yaratması son derece doğaldır. Ancak bu değişiklikler uğraşsal imge açısından irdelendiğinde yanında olumsuz yaklaşımlar getirmektedir dersek yanlış olmaz sanırız.

Bizim bu çalışmada ele alacağımız konu, ilk izlenimin oluşmasında önemli işlev taşıyan konum göstergesi olarak nitelendirebileceğimiz uzam dilidir. Uzam dili, özellikle uğraşsal bir imge yaratımı söz konusu olduğunda üzerinde özenle durulması gereken bir yapı taşı niteliği taşımaktadır.

Uzam, fiziksel anlamda durağan bir yapıya sahiptir. Doğal olarak bir yapı ve ona özgü uzamlar hareket edemezler; ancak insanlar uzam içerisinde hareket ettikçe, onların uzamla olan konumsal ilişkileri ile uzamı oluşturan parçaların birbirleri ile olan boyutsal ilişkileri değişmektedir [4]. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi, bireyler kendi uzamlarını oluştururken aynı zamanda öbür bireylere göre gözlemlenen farklılıklarıyla, duygularıyla, ruhsal durumlarıyla, beklentileriyle de biçimlendirdikleri, yoğurdukları yaşam evrenini de sergilemektedirler. Belirli bir uğraşta bulunan kişilerin, gerek iş yaşamı çerçevesinde gerekse iş yaşamının dışında toplumsal yaşamın da dışında zamanlarını geçirdikleri kendilerine özgü yaşamsal uzamlarda kendilerini ne ölçüde yansıttıklarını ya da yansıtamadıklarını ekonomik durumlarına, ekinsel anlayışlarına ve değer nesnelere, toplumdan ne denli etkilendiklerine bağlamak olasıdır. Bu açımlamayla bağıntılı olarak Hegel’in hukuk felsefesinde dile getirdiği “birşeylere sahip olmanın” 3 biçimini gözden geçirmek yerinde olur:

- 1-) *Bir şeye doğrudan fiziksel olarak sahip olmak* bir başka deyişle bir nesneyi kimi zaman belli bir akça karşılığı satın almak ya da birisi tarafından hediye edilen, karşılıksız verilen bir nesnenin sahibi olmak,
- 2-) *O şeyi biçimlendirmek* bir başka deyişle kimileyin akçasal kimileyin de akçasız sahip olunan nesnelerin diğer canlı ve cansız nesnelere bir bütünlük oluşturmasını sağlayarak, değişik nesnelere değişik renklerle değişik ortamlarda değişik heyecanları, değişik duyguları, değişik tutkuları yaratmak,
- 3-) *O şeyi “benim” olarak nitelendirmek* bir başka deyişle bir nesneye, bir eşyaya, bir uzama sahip olarak aidiyet duygusunu yaşamak.

Bu bağlamda, bu üç tür gözönünde bulundurulduğunda toplum içinde yaşayan bireylerin, güvenlik gereksinimlerinden kaynaklanan bir uzama sahip olma, kendini güvende ve huzurlu hissetme içgüdüleri karşımıza çıkmaktadır [5]. Bu içgüdü doğrultusunda, bireyler kendi

erkeklerini, kendi varlıklarını, kendi özgürlüklerini kendi uzamları diğer bir deyişle kendi sığınakları üzerinde gösterme olanağı yakalamaktadırlar. Herhangi bir uzamın algılanmasını, değerlendirilmesini ve anlamlandırılmasını sağlayan en önemli etmenler de yüzey, ışık, renk, seçilen nesnelerin biçimleri, kullanılan donatılar kısacası bir bütünlük içinde ele alınması gereken fiziksel ortamdır. Bu açıklamaya bir örnek vermek gerekirse, oturlan koltukların boyu, yüksekliği, koltukların birbirine olan uzaklığının yanısıra sanat yapıtı görünümünde olan sigaralığın, duvara asılmış çok sayıda ödül, sertifika gibi belgelerin hepsinin özel bir anlamı vardır [6].

## RENKLER

Yaşamımızda önemli bir işlevi olan ancak üzerinde hiç durup düşünmediğimiz temel bir olgudur renk. Üzerimizde taşıdığımız giysilerden, satın aldığımız ürünlere, izlediğimiz reklamlardan, yediğimiz yiyeceklere, içtiğimiz içeceklerle giderek içinde yaşadığımız uzamlara kadar çok geniş bir yelpazede yer alan ve insanlar üzerinde önemli derecede etkilere sahip olan renkler çeşitli duyguların, tepkilerin de bilinçli ya da bilinçsiz oluşmasını sağlayan öğelerden biridir. Renk, fiziksel bir oluşumdur ve ışıkla birlikte var olur. Bu varoluş aynı zamanda simgesel bir değeri de yansıtmaktadır. Tek başına bir ileti aktarabildiği gibi davranışları yönlendirebilir, insan fizyolojisi üzerinde etkili olabilir [7]. Ancak renkleri anlamlandırırken her rengin tek bir anlamı vardır demek son derece yanlış bir yaklaşımdır. Çünkü renkler kullanılan zamana ve konuma göre değişkenlik göstermektedir. Örneğin birçok ton içeren olan kırmızı hareketliliği, yıkıcılığı, tutkuyu, gücü, enerjiyi, zaferi, atılganlığı, ağırbaşlılığı, güveni, lider ruhluluğu simgelerken, turuncu konukseverliliği, eğlenceyi, dışadönüklüğü, toplumsal ilişkilerdeki başarıyı, umudu ve sıcaklığı simgelemektedir. Sarı renk ise, akli, mantığı, uyumu, yaratıcı kişiliği, başarıyı çağrıştırırken yeşil renk sakinliği, uyumu, dengeyi, tazeliği, doğayı ve eşitliği simgelemektedir. Üç ana renk gurubunu oluşturan kırmızı ve sarının yanısıra yer alan mavi renk ise, barışçıl, saygın, soğukkanlı, sakin, soylu ve dostseverliği simgelemektedir. Güvenirliliğin, sürekliliğin, saflığın, düzenin renginin bu bağlamda beyaz renk olduğunu gözlemlemekteyiz. Mor ise, bilgeliğin, ağırbaşlılığın, çözümleyiciliğin ve asilliğin göstergesidir.

Renk uzmanı ve renk psikolojisi uzmanı olarak görev yapan Metin Yahya Üster, Zehra Akdoğan ve Rana Nuhoğlu verdikleri bir seminerde iç dekorasyonda kullanılan renklerin anlamlarıyla ilgili bilgi aktarımında bulunmuşlardır. Özellikle çalışma odalarında, girişimlere ve yeniliklere açık bir ruhu temsil eden sarı rengin kullanılmasının uygun olacağını bununla birlikte her renk ve donatılarla tamamlanabilen bej ve krem renklerinin de rahatlıkla yeğ tutulabileceğini vurgulamaktadırlar [8]. Ancak renkler söz konusuysa eğer içmimarların yeşil ve mavi renkler gibi soğuk renklerin uzamı daha büyük gösterdiği, kırmızı, sarı gibi sıcak renklerin ise uzamı olduğundan daha küçük gösterdiği gerçeğini gözönünde bulundurduklarını da dile getirilmektedirler [9].

Az önce yukarıda belirttiğimiz renklerdeki değişkenlik olgusu aynı zamanda değişik toplumlar için de geçerlidir. Renkler ekinlere göre de birbirinden değişik anlamlar çağrıştırmaktadır kimi zaman kişilere. Örneğin siyah batı ülkelerinde ölümün rengiyken, Japonya’da ölümün rengi beyazdır. Kimi toplumlarda, kimi inançlara göre, siyah gizemin, otoritenin, gücün, yetkinin rengiyken kimi toplumlarda siyah karamsarlığın, kederin rengidir Bu bağlamda renk ekinsel bir üründür; tümüyle bireyin algılamasıyla ortaya çıkar. Bir başka deyişle, yalnızca gözle görülmesi yetmez, ayrıca bireyin beyniyle, zihniyle, bilgileriyle, düşgücüyüyle algılaması gerekmektedir [10].

## **IŞIK**

İç uzamlarda önemli bir işlev gören temel etmenlerden biri de ışıktır. Işık olmaksızın bir uzamı, o uzamda varolan nesnelere, renkleri, biçimleri algılamamız, görmemiz olası değildir. Bir uzamı aydınlatmak için üç temel yöntem vardır: Genel aydınlatma, özel aydınlatma ve vurgulu aydınlatma. Genel veya çevresel aydınlatma, bir hacmi oldukça tekdüze ve genellikle dağınık olarak aydınlatır. Aydınlatmanın dağınık özelliği, aydınlatma ile uzamı çevreleyen duvarlar arasındaki karşıtlığı büyük ölçüde azaltır. Özel aydınlatma, uzam içinde görsel etkinliklerin ya da görevlerin yapılabilmesi için belirli yerleri aydınlatmaya yarar sağlamaktadır. Vurgulu aydınlatma ise, uzam içinde ışık ve gölgeyle ilgili odak noktaları ya da ritmik modeller yaratan bir özel aydınlatma çeşitidir [11].

## **DÖŞEME**

Döşeme kullanımı söz konusu olduğunda gerçekte çok fazla önemsenmeyen, dikkat edilmeyen bir etmen olmasına karşın renk, gerek deseni gerekse biçimi açısından iç uzamın kimliğini ortaya koyan, belirleyen önemli bir öğedir. İç uzamda kullanılan döşemelerin kimi zaman boydan boya gösterişsiz bir halıyla kaplı olması, kimi zaman cilalı parkeyle kaplı olması, kimi zaman belli bir alanı kapsayan, belli bir alanda harekete olanak sağlayan bir kilimin, halının serili olması kimi zaman da taşla, seramikle kaplanması gerçekte kullanıcıların kimliğini, karakterini ortaya koymakla birlikte yaşam biçimini de ortaya koymaktadır.

## **MOBİLYA**

İç uzamın düzenlenmesinde önemli bir yeri bulunan mobilyaların seçimi, bireylerin kişilik özelliklerini ortaya koyarak öncelikli olarak göze çarpan ve imge yaratımının oluşmasında da birincil derecede önem kazanan bir öğedir. Bu doğrultuda iç uzamlarda ‘tek tek her parçanın biçimi, çizgisi, rengi, dokusu ve ölçeği ve hatta mekansal düzenlenişi, bir hacmin dışavurumsal kimliğini oluşturmada çok önemli bir rol’ [11] oynamaktadır.

Yukarıda aktardığımız kuramsal bilgilerin ışığında, çalışmamızın bütününde Cibali Balıkçısının sahibi Behzat Şahin’in Cihangir’deki evinin bir kesitiyle *Desperate Housewives*’ın oyuncularından Eva Longoria’nın Los Angeles’taki evinin bir kesitini görselbilimsel bir çözümlemeyle karşılaştırarak uzam alanında “öteki” kavramını bulgulamaya çalışacağız.

## Bir Çözümleme Örneği

Cibali Balıkçısının sahibi Behzat Şahin'in Cihangir'deki evi



Şekil 1

### Salon

**Renk:** Salonun genel görüntüsüne bakıldığında özellikle koltukların, duvarların, mobilyaların ve halı renklerinin iki renk altında, özellikle 80'li yıllarda yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanan krem ve beyaz renkleriyle bütünleştirildiği görülmektedir. Bununla birlikte salonda yer alan sehpanın, rafların ve dolabın da bej tonlarında seçilmiş olması bu rengin daha da baskın kullanıldığını açık bir biçimde göstermektedir. Bu baskın kullanım aynı zamanda uzamın küçüklüğünü olabildiğince yok ederek büyük bir alan görünümü sergilemektedir. Bunun yanı sıra krem rengi yansız, sade ve açık bir renk olması nedeniyle ruhsal açıdan huzur, ferahlık, aydınlık, özgürlük, temizlik, mutluluk ve dürüstlük duygusu yaratmakla birlikte işlevsellik açısından da diğer renklerle de rahatlıkla kullanılabilir.

Koltukların üzerinde yer alan yastıkların rengi temelde kullanılan renkten değişik olarak sıcak renk olarak tanımlanan ve temelde kullanılan ana renkle bir karşıtlık yaratan sarı renktir. Sarı renk, uyumu, yaratıcı kişiliği, enerjiyi, neşeyi, içtenliği simgelerken aynı zamanda insanlar da olumlu düşünceyi yaratan, güdüleyici ve eyleme geçirici özelliği olan bir renktir. Rafların üzerinde yer alan fotoğraf çerçevelerinin siyah ve kahverengi olması bir karşıtlık yaratarak alana bir devinimlik katmaktadır.

**Işık:** Salonun ışıklandırılmasının ne türde yapıldığı açık bir biçimde görülmemektedir. Ancak duvara yansıyan gölgelerden, özel aydınlatma seçimi yapıldığını anlamaktayız. Bu tür bir aydınlatma güzelduyusal bir işlev üstlenmektedir. Oturma uzamında, koltukların üzerine konan büyük yastıklarda, fiziksel olarak güneşin, ruhsal olarak da güneşin sıcaklığı duygusunu yaratan sarı renk kullanımı, uzam alanının içinin doğal ışık gibi bir başka deyişle gün ışığı gibi aydınlık olmasına olanak sağlamaktadır.

**Döşeme:** Salonda yer döşemesi olarak ahşap laminant parkenin kullanıldığı görülmektedir. Bu tür bir malzemenin kullanımı oturma uzamına bir sıcaklık duygusu katmaktadır. Özellikle koyu renk seçimi açık renk mobilyalarla bilinçli kullanımı, bireyi yormayan bir karşıtlık yaratmaktadır. Ayrıca salonda dolaşım yönünü belirleyen ve kendine özgü bir dokusu olan bir halının kullanımı söz konusudur. Koltukların döşemesi ise deridir. Deri koltuk, uzama kullanışlılık, rahatlık duygusu yaratmakla birlikte çağcıl bir görünüm de katmaktadır.

**Mobilya:** Yaşam alanının küçük bir bölümden oluştuğu açıkça görülmektedir. Bu alanda, öncelikli olarak geniş minderli deri bir koltuk, kare bir sehpa, üst duvarın biçimine göre hazırlanmış iki sıra açık raf sistemi, duvarın alt kısmına konulmuş bir tarafı kapalı diğer tarafı açık dolap sistemi yer almaktadır. Salonda yer alan mobilyaların sabit bir biçimde yerleştirilmiş olması dikkati çekmektedir. Sabit kullanımlı mobilyalar aynı zamanda birbiriyle bütünleştirilmiş duygusu yaratmaktadır. Dolayısıyla küçük bir alan içinde yer alan birçok donatı sayıca çoğunlukta olsa da sabit mobilyalar kullanımıyla karmaşıklığın, dağınıklığın tam tersine düzenli bir görünüm oluşturulmuştur. Ayrıca uzamda yer alan mobilyalar biçimleri açısından değerlendirildiğinde hem işlevsel, hem yararlı hem de göstergesel işlevlerinin olduğu açıkça söyleyenebilir. Mobilyaları değerlendirirken dolap donatısının, lamba ayağının ve koltuk ayaklarının metal olması sanırsız bilinçli bir seçimin yapılmasının göstergesidir. Çünkü uzamda kullanılan malzeme ve yaşam alanına egemen olan krem ve beyaz renklerle bir uyum ve denge kurulmaktadır. Doğada da varolan bu uyum ve denge aynı zaman da mobilya seçimi çerçevesinde metal, ahşap ve doğal dokunun birlikte kullanımıyla görselleşmektedir.

**Donatı:** Salonda donatıların çokça kullanıldığı görülmektedir. Özellikle, CD'ler, plaklar ve fotoğraf çerçeveleri raflardaki yerlerini alırken, sehpa üstündeki renkli mumlar, mavi renkli bardak altlıkları ve dergiler bu küçük alana tamamiyle egemen olmaktadır. Ayrıca CD'lerin ve plakların çok olması ev sahibinin bir koleksiyoncu olduğunun da bir göstergesidir.



Şekil 2

**Renk:** Salonda kullanılan iki renk özelliği bu bölümde kendini göstererek karşımıza çıkmaktadır. Duvar ve masa rengi krem rengi olup, koltukların, ahşap jaluzinin ve duvara asılmış tablonun rengi açık kahverengidir. Açık kahverenginin kullanımı sıcaklık duygusu vererek rahatlık, hareketlilik ve seçkinlik duygusu da uyandırmaktadır.

**Işık:** Yemek masasının üst tarafında sıradan bir pencere görüntüsünün dışında evin çatı eğiminden dolayı üçgen biçiminde tasarlanmış bir pencere yer almaktadır. Pencerenin bittiği diğer bir anlatımla doğal ışığın bittiği yerden yapay ışıklandırmayı sağlayan genel bir aydınlatmayla odak noktası, merkez konumundaki masa üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunun yanında duvarda yer alan resmin de ışıklandırılması alana bir devinim, bir canlılık kazandırmaktadır.

**Döşeme:** Yaşam alanında yer alan oturma bölümündeki deri seçimi yemek bölümünde de yinelenmektedir ve iki alanın birbirleriyle bağlantısı yapılmaktadır. Biçimsel yalınlık beraberinde rahatlığı da getirmektedir.

**Mobilya:** Yemek masasının biçimi karedir. Dört kenarı eşit, bir kenarı duvara dayalı 3 yüzeyi açıkta olan bu masa görsel algılamayı belirginleştirmektedir. Ayrıca masadaki oturma

düzeni, yemek yiyen kişilerin aralarında samimi bir ortam yaratılmasını sağlayacak nitelikte uzama yerleştirilmiştir.

### **Bir Çözümleme Örneği**

*Desperate Housewives*'ın oyuncularından Eva Longoria'nın Los Angeles'taki evi.



Şekil 3

### **Salon**

**Renk:** Salon görüntüsünün bütününe bakıldığında bol yastıklı kanepelerin, sıradan görmeye alıştığımız sehpa dışında, kumaş kaplı ve sehpa işlevini üstlenen orta masası konumundaki mobilyanın ve duvar renklerinin açık çikolata renginde olduğu görülmektedir. Kanepelerin üzerinde yer alan küçük yastıklarla ise değişik ve bordo, kahverengi, mavi, patlıcan moru, gül kurusu gibi birçok renkle bütünleştirilerek hem görsel açıdan bir zenginlik hem de ruhsal açıdan bir seçkinlik, yaratıcılık duygusu uyandırılmaktadır. Çünkü kahve toprağın simgesi olan bir renk olarak karşımıza çıkmakta ve bereketi, rahatlığı, huzuru ve güveni çağrıştırmaktadır. İnsanların yaşamlarının iş dışında kalan zamanlarının büyük bir bölümünde kimi zaman kendiyile başbaşa kimi zaman da başka bireylerle birlikte kaldığı bu alanda, açık çikolata rengi, genellikle sıcaklık duygusu yaratarak kurulan iletişimin de etkili, güven ortamı içerisinde kurulmasına olanak sağlamaktadır. Mor renge gelince, mor renk mükemmeliyetçi kişiliğin, duygusallığın, hüznün ve bir anlamda geçmişe yönelmenin

göstergesidir. Ayrıca, "toplumsal açıdan daha önceden bilinen içinde güvenle yaşanan bir dünyadan, bilinmeyen fakat merak ve heyecan uyandıran bir dünyaya geçişi" [12] aktarmaktadır bu gizemli renk. Eva Longoria'nın Radikal gazetesinde yer alan söyleşisinde belirttiği "Sekiz yıl önce Hollywood'a ilk taşındığımda kaldığım küçük apartman dairesini bu evde görüyor olmam...." tümcesi az önce verdiğimiz tanımlı doğrular niteliktedir. Bununla beraber yaşamsal alanların bezemelerini bütünleyen bir başka deyişle görselliği tamamlayan öğelerden halının ve perdenin de bir diğer sıcak renk sayılan sarı renk yönünde kullanıldığı gözlemlenmektedir. Sarı renk, doğayı oluşturan etmenlerden güneşin, ışığın, aydınlığın simgesi olarak toprağın rengi kahverengiyle birarada kullanılarak bu ayrılmaz bütünlük burada da sergilenmektedir.

**Işık:** Oturma odası, genel ışıklandırma gözetilerek salonun ortasında sehpanın üzerine gelecek biçimde yerleştirilmiş gösterişli ve büyük bir avizeyle sağlanmaktadır. Avizenin görünümü, biçimi etnik bir görünüm sergileyerek bizleri Eva Longoria'nın anavatanına Meksika'ya götürmektedir. Bunun dışında salonda büyük pencerelerin yer alması gün ışığının yeterince evin içerisine girdiğini göstermektedir.

**Döşeme:** Salonda yer alan geniş oturma minderli ve büyük kanepelerin kumaşlarıyla yer döşemesi olarak kullanılan boydan boya halının aynı olması dikkat çekmektedir. Dolayısıyla yer ve oturma döşemeleri aynı dokuda değil ancak aynı görsel biçimde ve aynı renkte kullanılarak bir bütünlük sağlanmaktadır. Orta sehpa olarak kullanılan mobilyanın kumaşı kadife olmakla birlikte kullanılan kimi yastıkların kumaşı da kadifedir ve görsel görünümüne renk katmaktadır. Kadife kullanımı genelde lüksü, seçkinliği aktaran bir kumaş niteliği taşımaktadır. Yalın, gösterişsiz perdenin dokusu ise saten görünümlüdür. Bu bağlamda, bir uzam içerisinde üç değişik dokuma türünün uyumlu bir biçimde kullanıldığı görülmektedir.

**Mobilya:** Büyük bir alanı kaplayan oturma odasında geniş ve büyük kanepelerin kullanıldığı açıkça görülmektedir. Genel olarak görmeye alışkın olduğumuz tek koltuk kullanımı söz konusu değildir bu uzamda bunun tersine üç adet ahşap temel üzerine kumaşla kaplanmış çağcıl görünümlü ancak aynı zamanda etnik kökenleri çağrıştıran mobilyalar hoş bir görünüm sergilemektedir. Söz konusu mobilyaların uzam içerisine konuluş biçimi sabit görünümlü olmasına karşın sabit değildir. Çünkü alan büyük olduğu için mobilya düzeni kare biçiminde kendi sınırlarını yaratarak salonda ayrı bir uzam gözlemlenmekte ve geçiş alanı o doğrultuda oluşturulmaktadır.

**Donatılar:** Oturma odasında öncelikli biçimde sehpa işlevini üstlenen mobilyanın üzerine konan ahşap bir tepsi kendi işlevinin ötesinde bezeme olarak kullanılmakta ve bu tepsinin içinde bordo renkli gerçek kır çiçeklerinin yer aldığı cam bir vazo ve üst üste konmuş dergiler yer almaktadır. Özellikle çiçeklerin renginin yaşam alanına egemen olan renklerden biri olan bordo renkte olması renk uyumuna verilen önemi daha da vurgulamaktadır. Yine aynı renk yelpazesinde yer alan şifon bir örtü bu sehpanın kenarına konarak bir taraftan çağcıl diğer taraftan ise etnik bir görsel sunum ortaya koymaktadır. Dikkatleri üzerine çeken bir diğer donatı ise, alt kısmı dergilerle dolu ahşap küçük bir sehpanın üzerinde yer alan kahve ve sarı renkli resim çerçeveleridir. Ayrıca duvarda yer alan sarı kenarlı dikdörtgen ayna, salonun görkemine ve gelenekselliğine de katkıda bulunmaktadır.

## Sonuç

Çözümlemesi yapılan iki uzam karşılaştırıldığında temelde kimi değişikliklerin olduğu gözlemlenmektedir. Renk açısından birinci çözümlemede ağırlıklı biçimde yansız, açık renk olan beyaz ve bej renklerinin uzama egemen olduğu ve bu renklerin siyah, sarı ve mavi renklerle bütünleştirilerek bilinçli bir zıtlık yaratıldığı görülmektedir. Alanın küçük bir uzamdan oluşması nedeniyle kullanılan renkler alana ferahlık, aydınlık katmakla birlikte bireylerde huzur, mutluluk ve temizlik duyguları da uyandırmaktadır. İkinci çözümleme de ise, oturma alanında ağırlıklı biçimde sıcak kahverenginin tercih edilmesi ve bu rengin de morun çeşitli tonlarıyla ve sarı renkle bütünleştirilmesi söz konusudur. Açık kahverengiyle sıcak, güvenli bir ortam yaratılırken mor rengin tonlarıyla da görkem, incelik ve geleneksellik duygusu aktarılmak istenmektedir. Birinci uzamda özellikle beyaz ve sarı renkle gün ışığı bir başka deyişle doğal ışık görünümü verilerek uzamın aydınlık bir ortama dönüştürülmesi söz konusudur. Ancak ışıklandırmanın ne türde yapıldığı gözlenememektedir. İkinci uzamın ise, görkemli ve etnik kökeni çağrıştıran klasik türde bir avizeyle aydınlatıldığı açıkça görülmektedir. Döşeme söz konusu olduğunda ise, koltukların ilk uzamda deri olmasının yanı sıra yer döşemesinde parke laminant ve halı kullanımı dikkati çekmektedir. İkinci uzamda ise, döşemelerin kadife ve saten olmasının yanısıra yer döşemesinde boydan boya halı kullanımının seçimi söz konusudur. İlk uzamda koltuklarda döşeme olarak deri kullanımı sertlik duygusu çağrıştıırken, ikinci uzamda döşeme olarak kadife seçiminin yapılması yumuşaklık duygusu uyandırmaktadır. Mobilyalara gelince, ilk uzamda özellikle tercih edilen renk, döşeme türü ve biçim açısından çağcıl bir görünüm sergilerken ikinci uzamda kullanılan renk, biçim ve ahşap kullanımı klasik bir görünüm sergilemektedir. Her iki uzamda kullanılan yastık ölçüleri ve sayıları açısından da bir farklılaşma söz konusudur. Birinde büyük ve tek koltuk üzerinde iki yastık kullanılırken diğerinde küçük ve birçok ve de çok renkli yastıkların baskın bir biçimde tercih edilmesi söz konusudur. Donatılar açısından irdelendiğinde ise ilk uzamda günlük gereksinimlere yanıt veren, işlevsellik açısından kullanışlı donatıların yer aldığı ikinci uzamda ise donatılarla işlevselliğin ötesinde görsel açıdan uzamla bir bütünlük sağlandığı görülmektedir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi renkler, biçimler, kumaşlar kişilere, toplumlara ve ekinlere göre değişkenlik göstermektedir. Dolayısıyla kişilerin kendi kimliklerini, kendi kişiliklerini, kendi yaşamlarını, kendi toplumsal konumlarını ortaya koydukları uzamsal alanlar da birbirleriyle değişkenlik göstermekte ve “öteki” kavramı ortaya çıkmaktadır. Çözümlemesi yapılan iki uzamda bu değişkenlik açıkça görülmektedir. Ancak bu değişim, ev sahiplerinde değil evleri yenileyen, evlere değişik görünüm kazandıran ve olduğundan daha değişik bir sığınak yaratan iç mimarlar da daha çok görülmektedir. Kimi zaman işlerinin yoğunluğu nedeniyle kimi zaman da bir mimara duyulan güven gereksinimi sonucunda bireyler düşüncelerini, beklentilerini dile getirerek ev düzenlemesinin tüm sorumluluğunu bir başka kişiye yüklemektedirler. Her ne kadar isteklerini, nasıl bir ortamda yaşamlarını sürdürme arzusunda olduklarını, evlerini nasıl yeniden yapılandırma eğiliminde olduklarını dile getirirler de belleklerinde yarattıkları imgeyle oluşturulan imgenin birebir örtüşmesi olası değildir. Kimileyin bireyler kendi yerlerine karar veren diğer insanların seçimlerini kabullenmekte ve onlara biçilen, onlar için dikilen giysileri memnuniyetle üzerlerine giymektedirler. Bununla birlikte insanların iç dünyalarında, iç benliklerinde yaşayan kimlikleriyle sergiledikleri kimlikleri de birbirinden değişiktir bir başka anlatımla herkesin içinde bir “öteki” kavramı vardır. Toplumsal yaşamın ve toplumsal konumun beraberinde getirdiği uyulması ya da sergilenmesi gereken davranışlar, kurallar, dış görünüm kişilerin içlerindeki öteki kavramını olabildiğince bastırmaktadır. Dolayısıyla bireyler gerçek kimliklerini çeşitli nedenlerden dolayı gün ışığına çıkaramamaktadırlar. Ancak kimi zaman

bu durumun tam tersine bir durumla da karşılaşmaktadır. İnsanlar kendi içlerindeki “öteki kişiliğin” ya da “öteki benin” farkında bile değildir.

#### Kaynaklar

- [1] Güz, N., Küçükdoğan, R., Sarı, N., Küçükdoğan, B., Zeybek, I., (2002), “*Etkili İletişim Terimleri*”, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- [2] Bakan, Ö., (2005), “*Kurumsal İmaj*”, Konya, Tablet Kitabevi.
- [3] Zielke, W., (1993), “*Sözsüz Konuşma*”, İstanbul, Say Yayınları.
- [4] Demirel, E., (2006), “Mekan Kurgusu, Boşluğun Mimarisi” <http://old.org.tr/mimarlikdergisi/index.cfm?sayfa=nmimarlik&Dergisi>.
- [5] Öymeç Gür, Ş., (1996), “*Mekan Örgütlenmesi*”, Trabzon, Gür Yayıncılık.
- [6] Baltaş, Z., A., (1997), “*Bedenin Dili*”, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- [7] Uçar, T.F., (2004), “*Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*”, İstanbul, İnkılap Yayınları.
- [8] (2006), “Renkler Ne Anlatıyor”, <http://www.maksimum.com/cagdasayasam/haber/150/42531.php>.
- [9] Becer, E., (1999), “*İletişim ve Grafik Tasarımı*”, Ankara, Dost Kitabevi.
- [10] Küçükdoğan, R., (2005), “*Reklam Söylemi*”, İstanbul, Es Yayınları.
- [11] D.K. Ching, F., (2004), “*İç Mekan Tasarımı*”, İstanbul, Yapı Yayınları.
- [12] Teker, U., (2002), “*Grafik Tasarım ve Reklam*”, İzmir, Dokuz Eylül Yayınları.