Kastamonu Univ., Orman Fakültesi Dergisi, 2017, 17 (4): 652-659 Araştırma Makalesi
Doi:10.17475/kastorman.292587

Kentsel silüet tasarımı: Kastamonu örneği

Çiğdem SAKICI

Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Kastamonu, 37100, Türkiye
csakici@kastamonu.edu.tr

Geliş Tarihi: 21.02.2017 Kabul Tarihi: 09.06.2017

Özet

Çalışmanın amacı: Kastamonu benzer yapıların yan yana gelerek oluşturacağı monotonluğun ötesinde yapı ve dokuları birbirine benzer ancak mimari ve estetik açıdan çeşitlilik gösteren bir kent siluetine sahiptir. Bu çalışma ile Kastamonu'ya uygun ve kenti en iyi şekilde anlatabilen kent siluetinin tasarlanması amaçlanmıştır.

Çalışma alanı: Kastamonu kenti

Materyal ve Yöntem: Siluetin oluşturulabilmesi için Kastamonu'da ikamet eden 105 kişiye anket uygulanmış anket sonuçlarında Kastamonu kentinde öne çıkan kentsel öğeler belirlenmiş ve belirlenen öğeler kullanılarak peyzaj mimarı olan araştırmacı tarafından kent siluetleri oluşturulmuştur. Nihai tasarımın amaca hizmet edip etmediğini anlayabilmek için tasarım konusunda bilgili ve deneyimli, daha önce temel tasarım dersi almış 52 kişiye ikinci bir anket uygulanmış ve sonuçları yardımıyla oluşturulan ürünün başarısı test edilmiştir.

Sonuçlar: Kastamonu için en uygun kent silueti oluşturulmuş ve oluşturulan siluetin kriterler yardımıyla Kastamonu'nun kent silueti olabileceğini ortaya koymuştur.

Araştırma vurguları: Kent silueti, kentsel estetiğin değerlendirilmesinde ve kentsel bütüne ulaşmada yol gösterici elemanlardan en önemlisidir. Kastamonu tarihi bir mirasa ve geçmişe sahip bir Anadolu kentidir. Kentin bu özelliklerini vurgulayan kente uygun bir kent silueti oluşturmak ve kullanıma geçirmek son derece önemlidir.

Anahtar kelimeler: Kent Silueti, Kent Kimliği, Kastamonu

Urban silhouette design: A case study of Kastamonu

Abstract

Aim of study: Kastamonu has a silhouette of the city that is similar to the structure and textures but varies from architectural and aesthetic perspective. In this study, it was aimed to design the city silhouette which is suitable to Kastamonu and the best describe the city.

Area of study: Kastamonu City

Material and Methods: Because the silhouette can be created, a questionnaire was applied to 105 people living in Kastamonu. The results of the questionnaire determined the urban items that stand out in the city of Kastamonu and Urban silhouettes were created by the landscape architecture researcher using the determined items. In order to understand whether the final design serves its purpose, a second questionnaire was applied to 52 people who were knowledgeable and experienced in design, and the product success was tested.

Main results: The most suitable urban silhouette was created for Kastamonu and The results show that the created silhouette with the help of some criteria can the urban silhouette of Kastamonu.

Research highlights: Urban silhouette is the most important element in the evaluation of urban aesthetics and the guiding elements in reaching the urban whole. Kastamonu is an Anatolian city which has historical heritage and history. It is extremely important to create and use urban silhouette suitable for the city that emphasizes these features of the city.

Keywords: Urban Silhouette, Urban Identity, Kastamonu

Giriş

Küreselleşme sürecinin etkisiyle yaşam mekanlarımız, mimarimiz ve dolayısıyla da kentlerimizin kimlikleri kaçınılmaz biçimde değişmektedir (Ulu ve Karakoç, 2004). İkinci dünya savaşından sonra ülkemizde kentler ve kente dair objeler yok edilmiş, ulusal kimlik anlayışı ve arayışı sekteye uğramıştır. Kırdan kente göçlerin doğurduğu aşırı nüfus artışı mevcut kentlerin oluşan talepleri karşılayamaz duruma düşmesine sebep olmuştur. Bu durum kentlerde, kentsel yenileme işleyişinin hızlanmasına, kültürel yapının değişimine neden olmuştur. Değişimin mekanlara yansıması sonucu kentler disiplinsiz gelişim göstermiş, kentsel değerlerin koruma gereksinimleri göz ardı edilmiştir. Günümüzde son teknolojilerle yapılmış lüks binalar ile gecekonduların yan yana yer alması yeni kent kimliklerinin ve imajlarının oluşmasına sebep olmuştur. Kentlerimizin kimliklerini geçmişten günümüze ulaşan tüm doğal ve kültürel değerlerini dikkate alarak geliştirmek önemlidir (Ulu ve Karakoç, 2004). Eğer, bir kentte kaotik bir yapı gözleniyorsa, hem doğa varlıklarını, hem de kültür varlıklarını hızla tüketiyorsa bu kentin bir kimliğinden söz etmek mümkün olmayıp, kimliğini yitiriyor demektir (Tekeli, 1991).

Kentler, demografik ve ekonomik açıdan farklılıklar gösteren, insanlar arasındaki ilişkileri, sosyal ve kültürel değişimleri içeren ve şekillendiren fiziksel yaşam mekânları olup, her geçen gün daha çok insanın kentlerde yaşadığı bir süreç yaşanmaktadır (Kaypak, 2010). Nüfus dengesiz ve kontrolsüz olarak kentsel yerleşim alanlarına akmaktadır. Dünya nüfusunun 1950'lerde %83'ü, 1975'lerde %75'i, 1990'ların sonunda ise yaklaşık yarısı kırsal alanlarda yaşamakta olup bu oransal değişime göre 2020'lerde dünya nüfusunun 2/3'ünün kentlerde yaşayacağı düşünülmektedir (Tatlıdil, 2009). Geçmişten günümüze kadar kent kimliği kavramı her dönemde ön plana çıkmakta ve yapılacak faaliyetlerde bu kavram etkili olmaktadır. Bugün kent kimliklerinin önemi fark edilmesine rağmen (Kaypak, 2010) maalesef hızla ilerleyen demografik, teknolojik ve ekonomik gelişmeler kent kimliklerinin yok olmasına ve kentlerin birbirlerine benzemesine yol açmıştır (Karagüler ve Korgavuş, 2014). Bir kenti, farklılaştıran, ayırıcı özelliklerini oluşturan her şey onun kimliğidir. Kentin büyümesi ve gelişmesi kent kimliği gözetilerek gerçekleştirilmelidir (Bumin, 1990). Günümüzde kentlerdeki kontrol edilemeyen gelişimlerden kaynaklı düzen ve denge bozuklukları çarpık görünümlere sebep olmakta ve kent kimliklerini de olumsuz yönde etkilemektedir (Karagüler ve Korgavuş, 2014). Sosyo-kültürel değerlere sahip kentlerde "yerellik, gelenekselcilik ve korumacılık" anlayışı ön planda olmalıdır. Doğası, yapıları ve insanlarıyla birlikte kentler kıyı, dağ, orman veya ova kentleri olarak farklılık gösterebilir (Tekeli, 1991). Ayrıca kentler, temel niteliğe vurgu yapan yönleri ile de sanayi kenti, kültür kenti, eğitim kenti, ticaret kenti, hizmet kenti gibi isimlendirilebilir (Kaypak, 2010; Oğurlu, 2014).

Kentler, kimlikleri ve ruhları olan mekânlardır (Tekeli, 1991). *Kent kimliği;* kent imajını etkileyen; her kentte farklı ölçek ve yorumlarla kendine özgü nitelikler taşıyan; fiziksel, kültürel, sosyo-ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen; kentliler ve onların yaşam biçiminin oluşturduğu; sürekli gelişen ve sürdürülebilir kent kavramını yaşatan, geçmişten geleceğe uzanan büyük bir sürecin ortaya çıkarttığı anlam yüklü bütünlüktür (Çöl, 1998). Bir kentin kimliğinin oluşmasında o kentin tarihi, coğrafyası, nüfusu, kültürü, değişimi, topografyası, bitki örtüsü, yaban hayatı, jeolojik oluşumları, iklimi, jeopolitik konumu, doğu ve batı kenti oluşu, deniz ve karayolu bağlantısı gibi birçok etken önemlidir (URL_1, 2009). Kentin kimliği aslında o kentin tanıtım kartıdır (Ulu ve Karakoç, 2004). Kentin genel görüntüsünde mekansal organizasyonları sağlayan kentsel imge öğeleri, bağlantılar, sınırlar, bölgeler, odaklar ve nirengi noktalarıdır (Lynch, 1960).

Toplumu, ülkeyi, şehri, düşünceyi ya da bir markayı simgeleştirmek; onu imza haline getirmek önemlidir. İmaj bir kişinin bir obje hakkındaki tecrübelerinin tümüdür (Williamson, 2001). İmaj, akla gelen ilk özet resim ya da sembolik anlamlar olup, zihnimizdeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimler ile bunların olumlu ve olumsuz

değerlendirilmelerinden oluşur. İmaj, o şey hakkında oluşturulmak istenen düşüncedir (Okay, 2002). Kentlerin ilk sunduğu görüntü, doğal ve yapısal elemanlarının bileşkesi olup akıllardan silinmez ve kentli üzerinde izdüşüm ve çağrışımlar oluşturur. Kent silueti, kentsel estetiğin değerlendirilmesinde ve kentsel bütüne ulaşmada yol gösterici elemanlardan en önemlisidir. Kentin siluetleri ve peyzajı, o kentin imajında etkin rol oynar (Karagüler ve Korgavuş, 2014). Bir şehri simgeleştirmek, tarihiyle, özel konumuyla, etkinlikleriyle kısacası tüm kapsamıyla çağrıştırmak, duyurmak, tanıtmak, benimsetmek anlamına gelir ve artık kent denilince simgesi, simgesi görülünce o şehir akla gelir. Dünya üzerinde birçok insan, kentsel imaja sahip yerleşmeleri daha çok ziyaret etmektedir. Her kentin kendisine özgü olan estetik, doğal ve kültürel özellikleri tespit edilip bu özellikleri ön plana çıkarmak, bozulmaması için özen göstermek, o kentin kültürel sürekliliği açısından da önem taşımaktadır.

Bu çalışma yardımıyla Kastamonu'ya uygun ve kenti en iyi şekilde anlatabilen kent siluetinin tasarlanması amaçlanmıştır. Kentin kendi karakterini, kimliğini dışarıya doğru bir şekilde yansıtabilmesi gerçekten karmaşık, zor, yaratıcılık ve uzmanlık isteyen bir konudur (Okay, 2000). Öncelikle hedef kitlenin tanımlanması, bu kitleye iletilmek istenen mesajın belirlenmesi (Becer, 1999) ve mesajı destekleyen öğelerin saptanmasının gerçekleştirilmesi ve sonrasında görselleştirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Ancak bu şekilde özgün bir çözüme ulaşabilir. Bu yolla oluşturulan kent silueti Kastamonu şehri ile özdeşleşecek, silueti gören kişiler şehri, şehri gören kişilerde silueti hatırlayacaklardır. Böylesine kapsamlı özellikleri, bir iki harf, bir iki çizgi, bir iki görsel öğe ile ortaya koymak tasarımcı için önemli bir problemdir (Özer, 2002).

Materyal ve Yöntem

Kastamonu ili Batı Karadeniz bölgesinde 41 derece 21' kuzey enlemi ile 33 derece 46' doğu boylamları arasında yer alır. Deniz seviyesinden yüksekliği 775m. olup yüzölçümü 13.108,1 km²dir. Kastamonu İli engebeli arazilerden oluşmakta olup, ilin kuzeyinde Batı Karadeniz Dağları, Karadeniz sahili boyunca İsfendiyar (Küre) Dağları, güneyinde ise yine doğu batı uzantılı Ilgaz dağları yer alır (URL_2, 2017). 19 ilçesi bulunan Kastamonu'nun %57'si ormanlarla kaplıdır. Şehrin %76.4'ü dağlardan, %21.6'sı platolardan ve %3.8'i ovalardan oluşmaktadır. 135 km kıyı şeridine sahip Kastamonu, Ilgaz Dağları'nın eteklerinde Karaçomak vadisi üzerinde kurulmuştur (Kastamonu Rehberi, 2006). Kenti ikiye bölen bu derenin önceleri batı yamaçlarında sonrasında her iki yakasındaki düz alanlardan dik eğimli yamaçlara kadar uzanan kısımlarında kent yerleşimi söz konusudur. Ekonomisi tarıma dayanan kentin topoğrafik şekli çanak biçimindedir. 14 yüzyıllık kent kültürüne sahip olan Kastamonu'da Roma Döneminden Bizans Dönemine, Selçuklu Döneminden Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemine ait dokular ve yapılar bol miktarda yer almaktadır (Erkan ve Yenen, 2010).

Yaylaları, mağaraları, kanyonları, şelaleleri, su kaynakları, yöreye özgü mimarideki ahşap evleri, farklı dönemlere ait mimari yapıları, konakları, hanları, hamamları, camileri, türbeleri, külliyeleri, kaya mezarları, sahil ilçelerindeki güzellikleri, kalesi, saat kulesi, Küre ve Ilgaz Dağları Milli Parkları ile Batı Karadeniz Bölümü'nün en önemli turizm potansiyeline sahiptir (Türker ve Çetinkaya, 2009; TR8, 2007). Bu çalışma ile Kastamonu kentine uygun ve kenti en iyi şekilde anlatabilen kent siluetinin tasarlanması amaçlanmıştır. Bunun için öncelikle İngiliz kurum kimliği uzmanı Wally Olins'in bir kurum kimliği gelişimini aşamalarla ortaya koyduğu şablonlar incelenmiş (Sakıcı ve Ayan, 2012) ve bu şablonlarda belirlenen aşamalardan da yararlanarak kent kimliği belirlenmeye ve neticesinde Kastamonu kent silueti oluşturulmaya çalışılmıştır. Olins'in aşamaları Şekil 1'de gösterilmiştir.

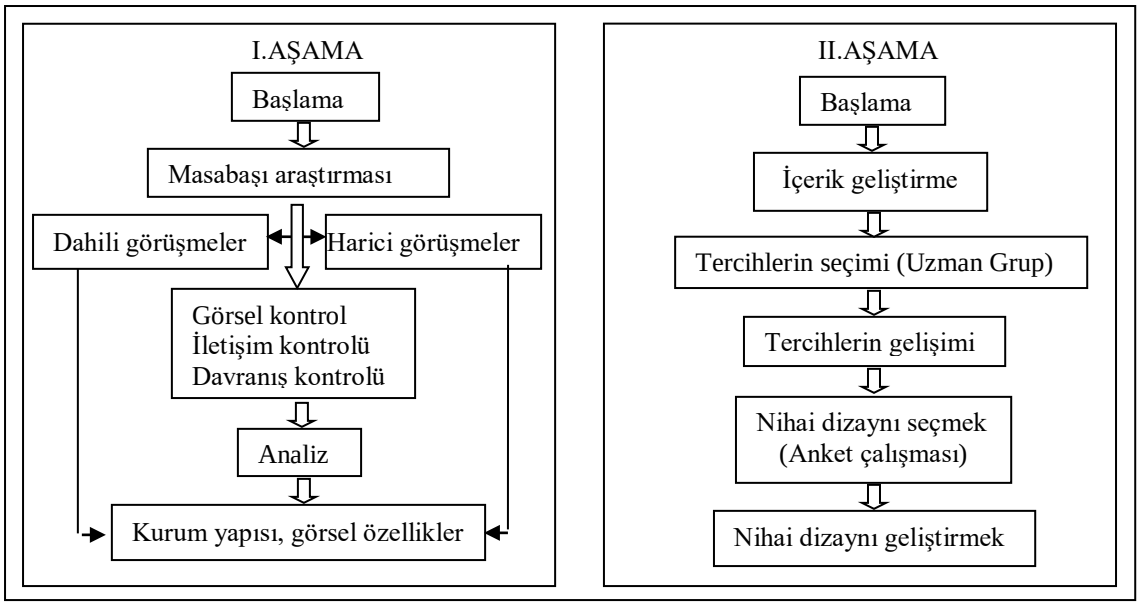
Öncelikle Olins'in (1990) ortaya koyduğu ilk aşamanın gerçekleştirilmesinde masabaşı araştırması yapılmıştır. hedef kitlenin tanımlanması, bu kitleye iletilmek istenen mesajın belirlenmesi ve mesajı destekleyen öğelerin saptanmasının gerçekleştirilmesi ve sonrasında görselleştirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Bu açıdan öncelikle Kastamonu'nun tarihi, kentleşme süreçleri, kentin önemli öğeleri, kent ve

kentli hakkında bilgiler toplanmıştır. Sonrasında dahili ve harici görüşmeler kısmında, kentte doğup büyüyenlere ve sonradan kente yerleşenlere uygulanan anket yardımıyla Kastamonu'nun baskın özellikleri, kent yapısı ve görsel özellikleri belirlenmiştir. Tekeli'nin (1991) ortaya koyduğu 'kentte yasayan toplumsal grupların, kenti farklı biçimde algılayabileceği ve kentte sürekli yasayanlar ile kenti bir günlüğüne görenlerin farklı görüşe sahip olabileceği' yargısından hareketle anket çalışması kentte yaşayanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırma aşaması (I. Aşama) tamamlandıktan sonra görselleştirme aşamasında (II. Aşama) tasarımcılar bu alandaki bilgi birikimi ve deneyimlerini ve yaratıcı sezgilerini kullanarak özgün bir çözüme ulaşmaya çalışmıştır. Öncelikle kent parça parça algılanmaya çalışılmış, öne çıkan özellikler belirlenmiş ve bu özelliklerin bir araya gelmesiyle bir imge oluşturulmaya çalışılmıştır (Tekeli, 1991). Anket sonucunda elde edilen veriler (Kastamonu'nun öne çıkan özellikleri) doğrultusunda içerik geliştirmek için eskiz çalışmaları gerçekleştirilmiş, farklı seçenekler arasından 5 peyzaj mimarı ve 1 Şehir Bölge Planlamacısından oluşan 6 kişilik uzman grup yardımıyla en iyi seçenek tercih edilmiştir. Belirlenen seçenek tasarım ilke ve elemanları yardımıyla, anlatım teknikleri kullanılarak geliştirilmiştir. Nihai tasarımın amaca hizmet edip etmediğini anlayabilmek için tasarım konusunda bilgili ve deneyimli kişilere ikinci bir anket uygulanmıştır. Bu anket sonuçları yardımıyla oluşturulan ürünün başarısı test edilmiştir.

Çalışmanın birinci aşamasında Kastamonu'da öne çıkan özellikli öğeleri belirleyebilmek için yapılan anket çalışması Kastamonu halkına açık olan internet ortamında gerçekleştirilmiştir. Ankete Kastamonu'da ikamet eden 105 kişi katılmış olup, ankette deneklerin yaşı, cinsiyeti, Kastamonu'da ikamet etme süreleri ve Kastamonu denince akıllarına gelen ilk beş öğe sorgulanmıştır. Böylece Kastamonu denince kentlinin aklına gelen ilk 5 öğe belirlenmiştir.

Çalışmanın ikinci aşamasında Kastamonu denilince kentlinin aklına gelen ilk 5 öğe bütünleşik olarak ifade edilebilmesi ve bu öğelerle kent silueti oluşturulabilmesi için tasarımcı tarafından eskiz çalışmaları gerçekleştirilmiş tasarım elemanlarını (ölçü, biçim, renk, doku, çizgi) ve ilkelerini (birlik, egemenlik, denge, koram, armoni, kontrast, tekrar) kullanarak Kastamonu kent silueti önerileri geliştirilmiştir. 6 kişilik uzman grup yardımıyla en iyi seçenek belirlenmiştir. Belirlenen kent siluetinde kullanılan görsel öğeler bilgiyi istenilen şekilde iletebiliyor mu? Kullanılan simge ve işaretler açık ve anlaşılabilir mi? Renkler olumlu ya da olumsuz çağrışımlar yaratıyor mu? Kullanılan öğeler bir bütünlük taşıyor mu? Tasarımda doğru ve kolayca ayırt edilebilen bir görsel hiyerarşi sağlanmış mı? Görsel öğelerin boşluk içindeki düzenlenişi uygun mu? Tasarımda etkileyici bir görsel yapı kullanılabilmiş mi? Ve son olarak ta oluşturulan siluet Kastamonu kent silueti olabilecek özellikleri taşıyor mu? sorularının cevaplarını bulabilmek için ikinci bir anket temel tasar dersi almış, tasarım elamanlarını ve ilkelerini bilen 52 kişiden oluşan uzman gruba uygulanmıştır. Bu anket çalışmasında 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Böylece oluşturulan siluetin tasarım bilgisine sahip kişiler tarafından değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.



Şekil 1. Kurum Kimliği oluşturma aşamaları (Olins, 1990)

Sonuçlar

Ankete katılan kişilerin demografik yapıları

Çalışma kapsamında Kastamonu'da öne çıkan özellikli öğeleri belirleyebilmek için ve oluşturulan siluetin başarısını test edebilmek için iki farklı anket çalışması uygulanmıştır. İlk anket Kastamonu'da ikamet eden 105 kişi üzerinde ikinci anket tasarım konusunda bilgili 52 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. İlk ankete katılan deneklerin demografik yapıları Tablo 1'de görülmektedir. Tablodan da anlaşılacağı gibi deneklerin kentliyi temsil edebilmesi için farklı yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek disiplinine sahip aynı zamanda kenti iyi tanıyan ve kent dokusu hakkında bilgi sahibi olan Kastamonu'da ikamet eden kişilerden oluşmasına dikkat edilmiştir.

Tablo 1'e göre birinci ankete 44'ü (%41.9) kadın, 61'i (%58.1) erkek olmak üzere 105 kişi katılmıştır. Ankete katılanların %53.3'ü 20-30 yaş arası olup, %56.1'i lisansüstü eğitim almakta olan ve %33.3'ü en az 20 yıldır Kastamonu da ikamet etmekte olan kişilerden oluşmaktadır. Ankete katılanların %47.6'sı akademisyen, %33.3'ü sağlık personeli, öğretmen, şehir plancısı ve kütüphanede çalışan kamu personelinden oluşmaktadır. İkinci ankete katılan peyzaj mimarlığı bölümü lisans öğrencisi ya da mezunu olan 52 kişinin %51.9'u erkek, %48,1'i kadın olup yalnızca %11.5'i 25 yaş üstü %88.5'i ise 18-25 yaşları arasındadır. Bu ankete katılan deneklerin %90.4'ü lisans öğrencisi olup, %9.6'sı lisansüstü eğitim almaktadır.

Tablo 1. Birinci ankete katılan katılımcıların demografik yapıları

		n	%
Cinsiyet	Kadın	44	41.9
	Erkek	61	58.1
Yaş	20-30	56	53.3
	31-40	32	30.4
	41-50	13	12.3
	50 ve üstü	4	3.8
Meslek	Akademisyen	50	47.6
	Esnaf	6	5.7
	Öğrenci	9	8.5
	Kamu personeli	35	33.3
	Özel sektör	5	4.7
Eğitim durumu	İlköğretim	1	0.9
	Lise	7	6.6
	Lisans	38	36.1
	Lisansüstü	59	56.1
İkamet	1-5	47	44.7
	6-10	9	8.5
	10-20	14	13.3
	20 ve üstü	35	33.3

Kastamonu kent silueti tasarım önerisi

Kastamonu kent silueti öğelerini belirleyebilmek için gerçekleştirilen ilk ankette deneklerden Kastamonu denilince akıllarına gelen ilk beş öğeyi yazmaları istenmiştir. Sonuçlara göre denekler cevaplarında 18 farklı özellikten

bahsetmişlerdir. Anket sonuçlarında Kastamonu tarihi evleri, Hükümet Konağı, Rektörlük Binası, Anadolu Lisesi, Cem Sultan Bedesteni, hanlar, hamamlar ve medreseler 'Tarihi Yapılar' başlığı altında, Nasrullah Camii, Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi, Yakupağa Külliyesi, İsmailbey Camii ve İsfendiyarbey Camii 'Dini Yapılar' başlığı altında, Ilgaz Dağı ve Küre Dağları Milli Parkı, Kadıdağı, kentin florası, ormanları ve su varlığı 'Doğal Güzellikler' başlığı altında, yöresel yemekleri, çekme helvası, tandırı, kel simiti ve etli ekmeği 'Yöresel Lezzetler' başlığı altında ve karşılıklı yamaçları ve kent dokusu ise 'Kent Yerleşimi' başlığı altında incelenmiştir. Kastamonu denince akla gelen kentsel öğelerin tercih dağılımları ve yüzdeleri Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Kastamonu denince akla gelen öğelerin tercih dağılımları

Sıralama	Öne Çıkan Öğeler	n	%	Sıralama	Öne Çıkan Öğeler	n	%
1.	Tarihi Yapılar	91	86.7	10.	Şerife Bacı Anıtı	14	13.3
2.	Dini Yapılar	84	80	11.	Evliyalar	9	8.6
3.	Saat Kulesi	83	79.1	12.	Sarımsak	8	7.6
4.	Kastamonu Kalesi	81	77.1	13.	Yaban Hayatı (Boz Ayı)	7	6.7
5.	Karaçomak Deresi	48	45.7	14.	Kent Yerleşimi	5	4.8
6.	Kambur Köprü	28	26.7	15.	Sakinlik	3	2.9
7.	Doğal Güzellikler	25	23.8	15.	Kastamonu Üniversitesi	3	2.9
8.	Yöresel Lezzetler	16	15.2	16.	İnsanı	2	1.9
9.	Cumhuriyet Meydanı	15	14.3	16.	Şapka İnkılabı	2	1.9

Verilerden elde edilen sonuçlara göre, öne çıkan ilk beş öğeden hareketle Kastamonu için önerilecek siluetin kapsamını, karşılıklı iki yamacın zirve noktalarında yer alan Tarihi saat kulesi ve Kastamonu kalesi, şehrin tarihi yapılarını sembolize eden Kastamonu evleri, şehri ikiye bölen Karaçomak deresi ve şehrin dini yapılarını sembolize eden Nasrullah Camii oluşturmasına karar verilmiştir (Şekil 2). Oluşturulan kent silueti Şekil 3'te görülmektedir.



Şekil 2. Kastamonu'da öne çıkan özellikli öğeler



Şekil 3. Kastamonu için önerilen kent silueti

Erkan ve Yenen'in 2010 yılında Kastamonu kentinde gerçekleştirdikleri anket ve zihinsel harita oluşturma çalışmasında Kastamonu kenti için öne çıkan işaret öğeleri bizim çalışmamızla oldukça benzerlik göstermiş ve sadece Karaçomak deresi işaret öğesi olarak ön plana çıkmamış ancak zihinsel haritalarda %76 oranında çizilmiştir. Cumhuriyet Meydanı ise Erkan ve Yener'in (2010) çalışmasında ön plana çıkarken bizim çalışmamızda daha az hatırlanan işaret öğesi olmuştur. Yine karşılıklı tepeler önemli bir işaret öğesi olmasına karşın Erkan ve Yenen'lerin çalışmasında da bizim çalışmada da yer almamıştır. Bu durum heybetli görüntüsü ile yerleşkeye hakim olan tepelerin kale ve saat kulesi ile bütünleşik olarak algılandığı için olduğu düşünülmektedir.

Oluşturulan bu siluetin başarısını test etmek için gerçekleştirilen ikinci anket çalışmasında uzman grubun değerlendirmesi için 8 değerlendirme kriteri belirlenmiştir. Bu kriterler Ankara kenti için düşünülen amblem için Özer'in önerdiği (2002) değerlendirme kriterlerine benzerlik göstermektedir. Deneklerin bu kriterlere katılma yüzdeleri ve aritmetik ortalamaları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Kastamonu için önerilen kent siluetinin uzman grup tarafından değerlendirmesi

Değerlendirme kriterleri	Kesinlikle katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kararsızım (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle katılıyorum (5)	Aritmetik ortalama
	%	%	%	%	%	
Siluette kullanılan görsel öğeler bilgiyi istenilen şekilde iletiyor	-	-	15.4	32.7	51.9	4.31
Kullanılan simge ve işaretler açık ve anlaşılır	-	-	11.5	63.5	25.0	4.13
Renkler olumlu ya da olumsuz çağrışımlar yaratmıyor	3.8	9.6	36.5	32.7	17.3	3.50
Kullanılan öğeler bir bütünlük taşıyor	-	-	17.3	34.6	48.1	4.31
Tasarımda doğru ve kolayca ayırt edilebilen bir görsel hiyerarşi sağlanmış	-	1.9	17.3	53.9	26.9	4.06
Görsel öğelerin boşluk içerisindeki düzenlenişi uygun	-	-	21.2	38.5	40.4	4.19
Tasarımda etkileyici bir görsel yapı kullanılmış	-	1.9	17.3	50.0	30.8	4.10
Tasarım ya da ürün Kastamonu siluetini ifade ettiğini düşünüyorum	-	-	7.7	51.9	40.4	4.33

Kastamonu için önerilen kent siluetinin başarısını test etmek için uzman grup tarafından değerlendirme sonuçları irdelendiğinde, 'Siluette kullanılan görsel öğeler bilgiyi istenilen şekilde iletiyor' ve 'Kullanılan öğeler bir bütünlük taşıyor' önermelerine ait aritmetik ortalama 4.31 olarak hesaplanmıştır. 'Görsel öğelerin boşluk içerisindeki düzenlenişi uygun' önermesi 4.19, 'Kullanılan simge ve işaretler açık ve anlaşılır' önermesi 4.13, 'Tasarımda doğru ve kolayca ayırt edilebilen bir görsel hiyerarşi sağlanmış' önermesi ise 4.06 aritmetik ortalamaya sahip olup, bu altı değerlendirme kriterindeki önermelere uzman grubun likert ölçeği kullanılarak yaptıkları değerlendirme sonuçlarının aritmetik ortalamaları 4'ün üzerinde olup, bu önermelere katıldıkları anlaşılmaktadır. Bir tek 'Renkler olumlu ya da olumsuz çağrışımlar yaratmıyor' önermesine ait aritmetik ortalama 3.5 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre ve katılımcılara anket sonunda sorulan siluetle ilgili önerileriniz nelerdir sorusuna verdikleri cevaplar da değerlendirildiğinde tasarım öğelerinden rengin biraz daha yoğun kullanılabilirliği ile ilgili eleştiriler söz konusudur. Son olarak uzman grup, 'Önerilen tasarımın ya da ürünün Kastamonu siluetini ifade ettiğini düşünüyorum' önermesine 4.33 aritmetik ortalama ile katıldıklarını belirtmişlerdir.

Kentin algılanabilirliği mekanlarının niteliğine bağlı olduğu kadar o kentte yaşayan bireylerin özelliklerine de bağlıdır (Erkan ve Yenen, 2010). Bu açıdan Kastamonu için oluşturulan kent silueti kent sakinlerinin bakış açısı dikkate alınarak

çoğunluk tarafından algılanan işaret öğelerinin bir araya gelmesi ile oluşturulmuş olup, uzman grup tarafından oluşturulan siluetin tasarım elemanları ve ilkeleri açısından değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Teşekkür

Kastamonu kent siluetinin görselleştirmesi aşamasında katkılarından dolayı Arş. Gör. Elif AYAN ve Arş. Gör. Türkan Sultan Yaşar İSMAİL'e teşekkür ederim. Ayrıca anket çalışmalarına katılan Kastamonu halkına ve uzman gruba teşekkürü bir borç bilirim.

Kaynaklar

URL$_1$, (2009). Kentlerin kimliği. http://www.haber7.com/haber/20090512/Kent-kimligi.php

URL$_2$, (2017). Kastamonu valiliği. http://www.kastamonu.gov.tr/cografi-yapi.asp

Becer, E. (1999). İletişim ve grafik tasarım, Dost kitabevi yayınları, Ankara.

Bumin, K. (1990). Demokrasi arayışında kent, Ayrıntı inceleme dizisi, Büyük Larousse, 13. Cilt, İstanbul

Çöl, Ş.D. (1998). Kentlerimizde kimlik sorunu ve günümüz kentlerinin kimlik derecesini ölçmek için bir yöntem denemesi, Doktora tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul. http://www.solencol.com/b17.htm. (Erişim Tarihi 02.02.2017).

Erkan, N.Ç., Yenen, Z. (2010). Yerleşmelerde imaj analizi konusunda bir yöntem: Kastamonu örneği, *MEGARON*, 5(2), 67-81.

Karagüler, S., Korgavuş, B., 2014. Kent kimliğinin kent peyzajı üzerinde oluşturduğu etkiler, silüetler, görünümler ve dengeleri, *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part:C, Tasarım ve Teknoloji*, 2(2), 203-212.

Kastamonu Rehberi, (2006). Kastamonu Valiliği İl Özel İdaresi, Kastamonu.

Kaypak, Ş. (2010). Antakya'nın kent kimliği açısından irdelenmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 373-392.

Lynch, K. (1960). The ımage of the city, MIT Press, United States of America, 194p.

Oğurlu, İ. (2014). Çevre- kent imajı – kent kimliği- kent kültürü etkileşimlerine bir bakış, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Güz*, 13(26), 275-293.

Okay A. (2000). Kurum kimligi, Mediacat yayınları, İstanbul.

Okay, A. (2002). Kurum kimliği, Mediacat yayınları, İstanbul.

Olins W. (1990). Corporate identity, London , Black Bear Press

Özer, A. (2002). Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti Ankara için düşünülen amblem ve tartışmalar, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 95-108.

Sakıcı, C., Ayan, E. (2012). The steps of logo design at Kastamonu University, Forestry Faculty, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 51, 641-644.

Tatlıdil, E. (2009). Kent ve kentli kimliği; İzmir örneği, *Ege Akademik Bakış*, 9(1), 319-336.

Tekeli, İ. (1991). "Bir kentin kimliği üzerine düşünceler", *Kent Planlaması Konuşmaları,* Ankara: *TMMOB Mimarlar Odası Yayını*, 79-89.

TR8 Batı Karadeniz Bölgesi Tarım Mastır Planı, (2007). Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı Kastamonu, Lazer Ofset, Ankara, 430s.

Türker, N., Çetinkaya, A. (2009). Batı Karadeniz bölümü ekoturizm potansiyeli, Detay Yayıncılık, Ankara, 630s.

Ulu, A., Karakoç, İ. (2004). Kentsel değişimin kent kimliğine etkisi, Planlama, *TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayını* 3(29), 59-66.

Williamson, J. (2001). Reklamların dili, Ütopya Yayınevi, Ankara.