



e-ISSN: 2630-631X

Article Type
Research ArticleSubject Area
Interior ArchitectureVol: 8 Issue: 59
Year: 2022 MAY
Pp: 833-840Arrival
25 February 2022
Published
30 May 2022
Article ID 62168Doi Number
<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.62168>

How to Cite This

Article

Andaç Güzel, T.
(2022). "Konutlarda Çocuk Odası Dekorasyonunun ve İç Mekan Tasarım Tercihlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 8(59): 833-840Social Mentality And
Researcher Thinkers is
licensed under a
Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

Konutlarda Çocuk Odası Dekorasyonunun ve İç Mekan Tasarım Tercihlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

A Study on the Decoration of Children's Room in Residences and the Interior Design Preferences in These Spaces

Tuğba ANDAÇ GÜZEL ¹ ¹ Doç.Dr.: Kayseri Üniversitesi, MYO, Tasarım Bölümü, İç Mekan Tasarımı Programı, tugbaandac@kayseri.edu.tr, Kayseri/Türkiye.

ÖZET

Çocuk odası dekorasyonunun iç mekan tasarımında yeri ve önemi büyüktür. Ebeveynler, mekan kullanıcısı olan çocuklarının gelişim, ihtiyaç ve isteklerini doğru analiz edip, onların gelişimlerine uygun çocuk odası dekorasyonu oluşturmalı ve onların birey olma yolundaki sürecini desteklemelidir. Bu noktada doğru mobilya, mefruşat ve aksesuar seçimi ile duvar, tavan ve zemin dekorasyonunun yeri ve önemli büyüktür. Bu çalışma Türkiye'nin Kayseri şehrinde yaşanan 5-12 yaş arası çocuklara sahip ebeveynlerin, çocukları için seçtikleri iç mekan tasarımını ve ideal çocuk odası dekorasyonuna karşı olan bakış açılarını, tercih ve tutumlarını analiz etmiştir. Çalışma yüz yüze anketler aracılığı ile yürütülmüştür. Elde edilen sonuçlar tanımlayıcı istatistik yöntemleri ile analiz edilerek, tablo ve grafikler aracılığıyla sunulmuştur. Sonuçlara göre Kayseri özelinde ebeveynler, yeni bir çocuk sahibi olmadıkça veya odadaki eşyalar eskimedikçe çocuk odası mobilyası satın almayan bireylerdir. Bu bireyler, satın alma kararı verirken internet ve sosyal medyayı kullanma ve tanınmış markaları tercih etme eğilimindedirler. Bu bireyler için bir ürünün kalitesi, kullanılabilirlik ile garanti ve servis koşulları, o ürünü tercih etmede en önemli unsurlardır. Aynı zamanda bu bireyler için doğru çocuk odası donatısı malzeme kalitesi, estetik görünüm, fiyat ve işlevsellik açısından kullanıcıyı memnun edebilen donatı olarak algılanmaktadır. Çalışmanın sonucuna göre ebeveynler açısından dekorasyonda, çocukların gelişimi için işlev ve kullanılabilirlik ön planda iken, donatılarda kalite ön plandadır. Göreceli bir olgu olan estetik özellikler konusunda ise ebeveynler, stil ve renk tercihlerini daha yalın olan modern stilden ve cinsiyetsiz renklerden yana kullanmaktadır ve çocuk ruhuna uygun olan canlı renklerden uzak bir duruş sergilemektedirler. Bu durum, genel çerçevede hızlı bir gelişim dönemi olan çocukluk dönemi için eşyaları maksimum 10 yıla kadar kullanma niyeti içerisinde olan %73.1'lik ebeveyn grubunun, aile bütçelerini göz önünde bulundurduğu, temkinli bir kullanıcı tavrı şeklinde yorumlanabilir

Anahtar Kelimeler: Çocuk Odası; Dekorasyon; İç Mekan Tasarımı; Kullanıcı Tercihleri

ABSTRACT

Children's room decoration has a great place and importance in interior design. Parents should analyze the development, needs and wishes of their children, who are a space user, correctly. Also, parents should create a children's room decoration suitable for their children's development and should support their process towards becoming an individual. At this point, choosing the right furniture, furnishings and accessories are of great importance. In addition, the correct wall, ceiling and floor decoration is also important. This study was carried out on parents with children between the ages of 5-12 living in Kayseri, Turkey. Analyzed parents' perspectives, preferences and attitudes towards children's room decoration. The study was carried out through face-to-face questionnaires. The results obtained are presented by means of tables and graphs by analyzing descriptive statistical methods. According to the results, parents in Kayseri do not buy children's furniture unless they have a new child or the furniture in the room is worn out. These individuals prefer the internet and social media and well-known brands when making a purchase decision. For these individuals, the quality, usefulness, warranty and service conditions of a product are the most important factors in choosing that product. At the same time, children's room furniture and furnishings should be sufficient for these parents in terms of material quality, aesthetic appearance, price and functionality. In the study, it was concluded that the decoration that supports the development of children should be functional and useful for parents, and in addition, quality should be at the forefront in the design of furniture and furnishings. Style and color preferences of the parents in decoration are in favor of a simpler modern style and genderless colors. They preferred to stay away from the vibrant colors that are suitable for the child's spirit. This situation can be interpreted as a cautious consumer attitude considering the family budgets of the 73.1% parent group who intend to use their furniture and furnishings for a maximum of 10 years.

Keywords: Children's Room; Decoration; Interior Design; User Preferences

GİRİŞ

Mekan, Donatı Ve Kullanıcı

İnsanlar için yaşam alanları çok önemlidir. Konutlar gerek iç mekanlara açılan gerekse dış çevreye açılan alanları ile insanlar için önemli yaşam alanları ve mekanlardır. Çünkü konutlar bireylerin kendileri için özel bir konfor alanı yarattıkları yerlerdir. Coles ve House (2012)'e göre yer kavramı, mekan algılayışımızı etkilen bir kavramdır. Yerler bir anlama sahip mekanlardır. Bireyler yaşadıkları yerleri ve dolayısıyla iç mekanları daha yaşanılabilir hale getirmek için çeşitli mal ve hizmetler satın almaya ve bunlar vasıtası ile mekanları dekore etmeye eğilimindedirler. Arıkan ve Odabaşı (1996)'a göre de insanoğlu yaşamları boyunca sürekli bir

gelişim ve değişim içerisinde oldukları ve bu değişim sürecinde doğan birçok ihtiyaçları karşılamak için çeşitli mal ve hizmetleri tüketirler. Kavacık ve diğerleri (2021)'ne göre mal ve hizmet kavramı tüketicilerin fizyolojik, sosyal ve sosyolojik olarak hissettikleri eksiklikler ya da ihtiyaçları karşılayan soyut ya da somut kavramları içermektedir (Kavacık ve diğerleri, 2021). Tüketim bu kavramlardan doğar. Mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullanılmasına tüketim denir. Tüketim amacıyla mal ve hizmet satın alan ve kullanan insanlara da tüketici denir (Arıkan ve Odabaşı, 1996). Bireylerin bu gibi hissettikleri eksiklik ve ihtiyaçlardan doğan mekanları dekore etme eğilimi, özünde değişmemekte fakat zaman, ekonomi, teknoloji veya moda gibi kavramlar çerçevesinde her dönem kullanıcı istek, ihtiyaç ve talepleri yönünde güncellenmektedir. Kullanıcı kavramı, tüketim ve tüketici kavramları içerisinde değerlendirilen bir kavramdır. Kullanıcı terimi bir ürünü, makineyi veya hizmeti kullanan kişilere verilen adıdır (Cambridge Dictionary, 2022).

Yukarıdaki tanımlar kapsamında, mekan kullanıcısı, bir mekanın içerisinde yaşamını sürdürürken mekan için mal ve hizmetler satın alan ya da kullanan bireyler olarak tanımlanabilir. Bu mal ve hizmetler kapsamına iç mekanda kullanılan donatılar duvar, tavan, zemin, kapı pencere vb. diğer iç mekan öğeleri girmektedir. Donatı kavramı iç mekan tasarımında, mobilyalar ve mefruşatlar ve aksesuarları ifade etmek için kullanılan genel bir kavramdır. İç mekan donatılarının en önemli parçaları mobilyalardır. Postell, (2012)'e göre mobilyalar bir oda veya binayı yaşamaya uygun hale getirmek için kullanılan masa, sıra, sandalye gibi eşyalardır (Postell, 2012). Mobilyalar mekan içerisinde kullanıcıların yeme, içme, dinlenme, oturma, çalışma vb. gibi çeşitli ihtiyaç ve taleplerine cevap verebilen, bir işlev, ergonomi ve estetik özellikleri üretim amacına göre çeşitlenen ürünler/eşyalardır. Mobilya seçimi, iç mekanda bireyselliğin ifade edilmesinin önemli yollarındandır (Nielson ve Taylor, 2011). İç mekanda diğer bir önemli donatı grubu ise mefruşatlardır. Mefruşatlar ev, iş yeri vb. yerleri döşemek için gerekli olan eşya ve döşemelerdir (TDK, 2021). Ülkemizde mefruşat denilince genel olarak yumuşak ürün grupları anlaşılmalıdır. Yumuşak mefruşatları oluşturan ürünler bir mekanı süsleyen perde, mobilya örtüleri ve kumaştan yapılmış diğer dekoratif eşyalar ve benzerinden oluşmaktadır (Cambridge Dictionary, 2021). Aksesuarlar, bir iç mekanın görsel alanını oluşturan ve mobilyalardan daha küçük olan parçalardır (Grimly ve Love, 2007). Aksesuarlar, dekoratif sanatsal izler taşıyan öğelerdir. Bu eşyalar aynalar, sofrta takımları, sepetler, saatler, lambalar, kitaplar, duvar halıları, kilimler, figürünler veya heykelcikler gibi parçalardan meydana gelmektedir (Nielson ve Taylor, 2011).

Çocuk Gelişimi Ve Çocuk Odası Dekorasyonu

Çocukluk dönemi üçe ayrılmaktadır. Bunlardan ilki hamilelikle başlayan, doğum ve hızlı bir gelişimle devam eden dönemdir. İkinci 1 ile 4 yaş arasını kapsayan okul öncesi dönemdir. Üçüncüsü 5 ile 12 yaş arasını kapsayan orta çocukluk dönemidir. Son dönem ise ergenlik dönemidir (Smith ve Elliott, 2011). Makaleye konu olan yaş aralığı orta çocukluk dönemi olan 5-12 yaş aralığıdır. Bu dönem, tempolu geçen ilk birkaç yıl ve ergenlik arasında kalan bir dönemdir. Bu dönemde göreceli olarak çocuklarda bir istikrar söz konusudur ve ailelerin çocuklar üzerindeki etkisi, akran grubunun baskısı ile azalmakla beraber hala devam etmektedir. Bu yıllarda çocuklar kendi kimlikleri ile boğuşurlar. Ayrıca çocukların öz değerlendirme ve öz eleştiri becerileri bu dönemde gelişmeye başlar (Smith ve Elliott, 2011)

Orta çocukluk döneminin en belirgin özelliği çocuğun birey olmaya başlaması yolunda ilerlemesidir (Gökdağ, 2002). Çocukların birey olma yolunda ilerlemesini ebeveynler, onlara özel alanlar yaratarak destekleyebilirler. Çocukta kendine özel zaman ayırma ihtiyacı, büyüdükçe ve daha bağımsız hale geldikçe artmaktadır. Çocuklar hayal kurabilecekleri, ödev yapabilecekleri, huzur içinde uyuyabilecekleri ve biraz özel zaman geçirebilecekleri kendilerine ait bir alana ihtiyaçları duyarlar. Bu amaç doğrultusunda çocuklar için en iyi mekan kendi yatak odalarıdır. Çocuk odası tasarımında ebeveynler, dekorasyon kararlarına çocuğu da dâhil etmeye çalışmalıdırlar ve böylece çocuğun kendi stilini geliştirmesine yardımcı olacaklardır. Çocuk odası tasarımında gelip geçici trend seçimlerden uzak durulmaya çalışılmalıdır. Çocuk odası dekorasyonunda, kişisel eğlence veya hobi hatırlatıcılarına yer verilmelidir. Ebeveynler, büyümekte olan çocuklar için sağlam mobilyalar tercih etmelidirler. Çünkü çocukların kullandığı mobilyalarda çok fazla aşınma ve yıpranma olmaktadır. Mekan tasarrufu için ranzalardan yararlanılabilirler. Oyuncaklar ve diğer nesnelere düzenlemek için ise kutulardan yararlanılabilirler (Santiesteban, 2003). Sonuç olarak, satın alma kararı ve harcama yetkisi, aktif bir tüketici olan ebeveynlerin kontrolindedir. Ebeveynler mekan kullanıcısı olan çocuklarının gelişim, ihtiyaç ve isteklerini doğru analiz edip, onların gelişimlerine uygun çocuk odası dekorasyonu oluşturarak, onların birey olma yolundaki sürecini destekleyebilirler. Bu noktada doğru mobilya, mefruşat ve aksesuar seçimi ile duvar, tavan ve zemin gibi iç mekan öğelerinin yeri ve önemi büyüktür.

YÖNTEM

Araştırmanın Sınırları

Araştırma, konutlarda çocuk odası dekorasyonunun incelenmesi ve konut kullanıcılarının iç mekan tasarım tercihlerinin belirlenmesi ile ilgili bir durum tespiti yapmayı amaçlayan bir çalışma olarak Türkiye genelinde yapılması planlanmıştır. Ancak araştırma kapsamına giren bireylerin tümüne ulaşmanın zor olması, ulaşılabilen bireylerin tümünün çalışmaya katılmaya istekli olmaması, çeşitli ulaşım engelleri, güvenlik ve sağlık kaygısı (COVID-19 pandemisi), zaman sınırı ve maddi kaygılar gibi durumlar sebebiyle çalışma için bir örnekleme yapılması zorunluluğu doğmuştur. Bu sebeple bu araştırma Kayseri’de ikamet eden ve 5-12 yaş arası çocukları bulunan bireylerle ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma Evreni Ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’nin Kayseri şehrinde yaşanan ve 5-12 yaş arası çocuklara sahip ebeveynler oluşturmaktadır. Örneklem evreni, tek çekirdek aileden oluşan hane halkı sayısı dikkate alınarak hesaplanmıştır. TÜİK, 2021 verilerine göre 2020 yılında Kayseri’de tek çekirdek aileden oluşan hane halkı sayısı 296811’dir. Bu büyüklükteki bir hane halkı sayısı için araştırmanın evreninin 380 konutlu örneklemden oluşması, araştırma anketinin yürütülmesi için yeterli olmaktadır (%95 güven aralığında ve %5 hata payı ile) (Cohen ve diğeri, 2002).

Veri Toplama Ve Analiz Yöntemi

Bu çalışma ilgili veri toplama yönetimi olarak anket metotlarından “Yüz yüze anket metodu” kullanılmıştır. Rasgele örneklem yöntemiyle araştırma anketi 2021 yılı içerisinde uygulanmış ve tamamlanmıştır. Anket katılımcılarla yüz yüze görüşülerek yürütülmüştür. Verilerin analizi için “Genel Kamu Lisansına” sahip olan WEKA 3.9 istatistik yazılımı kullanılmıştır (WEKA, 2021). Analiz sonucunda elde edilen veriler tablolarla ve grafiklerle sunulmuştur.

Bu araştırma için anket formu titizlikle hazırlanmıştır. Bu form dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve gelir düzeyi gibi demografik özellikleri analiz edilmiştir. İkinci bölümde konutlarındaki çocuk odalarının mevcut durum tespitleri yapılmıştır. Buna ilaveten çocuk odası dekorasyonunda etkin olan mobilya, mefruşat gibi ürünleri satın alma konusundaki birey tutumları ve satın alma süreci incelenmiştir. Üçüncü bölümde konutta çocuk odalarının iç mekan tasarımının incelenmesi ve bireylerin dekorasyon tercihlerinin neler olduğu konusu irdelenmiştir. Buna ek olarak ideal bir çocuk odası dekorasyonunun nasıl olması gerektiği konusunda ebeveynlerin tutumları incelenmiştir. Son bölümde ise çocuk odalarındaki duvar, zemin ve tavanlar ile ilgili tespitlere yer verilmiştir.

Çalışma için konu ile ilgili olan literatür gözden geçirilerek bir sıralama ölçeği geliştirilmiştir ve bu ölçek ebeveynlerin görüşlerini değerlendirmek için kullanılmıştır. İkinci bölümündeki sıralama ölçeği formu, “Çok Dikkat Edilen”, “Dikkat Edilen”, “Nötr”, “Dikkat Edilmeyen” ve “Hiç Dikkat Edilmeyen” seçeneklerini içeren 5’li Likert tipi ölçekleme modeli yapısına sahiptir. Üçüncü bölümünde uygulanan sıralama ölçeği formu ise “Çok Etkisi Var”, “Etkisi Var”, “Nötr”, “Etkisi Yok” ve “Hiç Etkisi Yok” seçeneklerini içeren 5’li Likert tipi ölçekleme modeli yapısına sahiptir.

BULGULAR

Demografik Bulgular

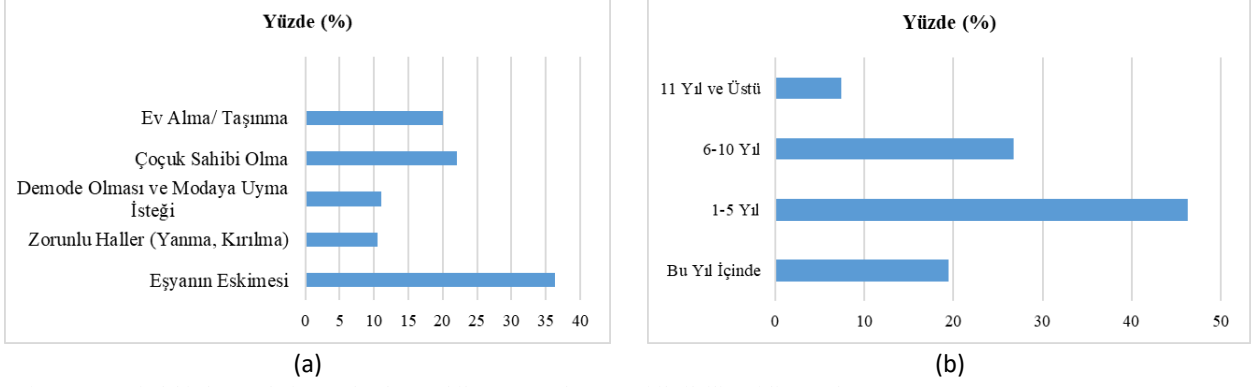
Bu çalışmada ilk olarak ankete katılan 05-12 yaş arası çocukları bulunan ebeveynlerin demografik özellikleri incelenmiştir (Tablo 1). Sonuçlara göre katılımcıların %42.1’ini erkekler, %57.9’unu kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %36.3’lük kısmı 26-35 ve 36-45 yaş aralığındadır. Katılımcıların %28.4’ü lise, %56.8’i üniversite mezunudur. Katılımcıların %43.7’si Asgari ücret üstü-10.000 TL arası gelir grubuna bağlı bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Bireylerin Kişisel Özellikleri			
Cinsiyet	(%)	Eğitim düzeyi	(%)
Erkek	42.1	İlköğretim	12.1
Kadın	57.9	Lise	28.4
Yaş aralığı	(%)	Üniversite	56.8
18-25	15.8	Yüksek Lisans /Doktora	2.7
26-35	36.3	Gelir grubu	(%)
36-45	36.3	Asgari ücret	30.5
46-55	10	Asgari ücret üstü-10.000 TL	43.7
56 ve üstü	1.6	10.001-20.000 TL	21.1
		20.001 TL ve üstü	4.7

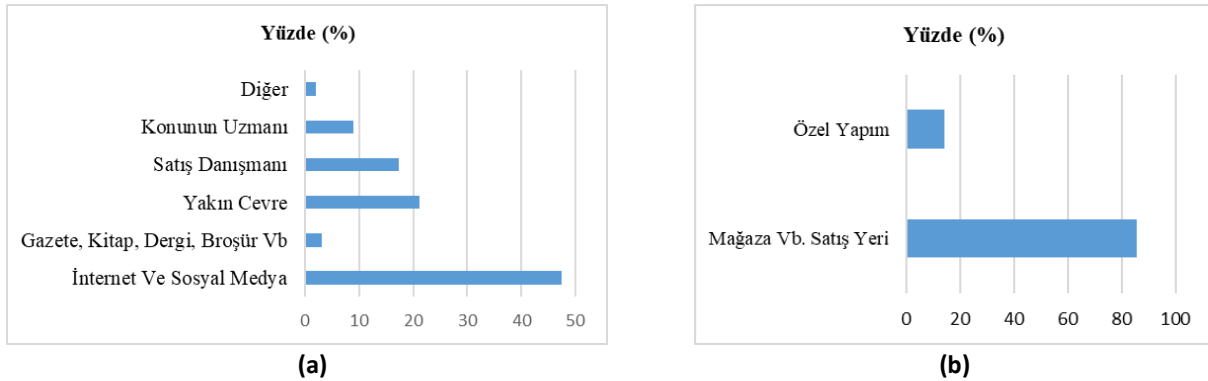
Donatı Satın Alma Sürecine Dair Bulgular

Bu bölümde 5-12 yaş arası çocukları bulunan ebeveynlerin, yaşadıkları konutların ve çocuklarına ait odaların mevcut durum tespitleri ile çocuk odası dekorasyonunda etkin olan mobilya, mefruşat gibi ürünleri satın alma konusundaki tutumları incelenmiştir. Araştırmaya, katılımcıların yaşadıkları konutların kaç metrekare olduğunun araştırılması ile başlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bu bireylerin %61.1'i 101 ile 200 metrekarelik konutlarda yaşamaktadır. Bireylerin %27.4'ü ise 201 ile 350 m², %10.5'i 100 m² ve altı konutlarda ve son olarak ise %1.1'i 350 ve üstü metrekareye sahip konutlarda yaşamaktadır. Bireylerin bu bahsi geçen metrekareleri algılama ve ifade etme şekilleri de incelenmiştir. Bireylerin %70'i konutlarının orta boyutta, %15.8'i küçük boyutta, %14.2'si ise büyük boyutta olduğunu ifade etmiştir. Bu konutlardaki çocuk odalarının %36.3'ünün 11 ile 16 m² arasında, %24.7'sinin ise 17 ile 22 m² arasında olduğu belirlenmiştir.



Resim 1. Kayserindeki ebeveynlerin çocuk odası mobilyası satın alma süreci ile ilgili çeşitli tutumları
a- Satın alma kararına neden olan etkenler, b- Mobilyalarının değiştirilme sıklığı

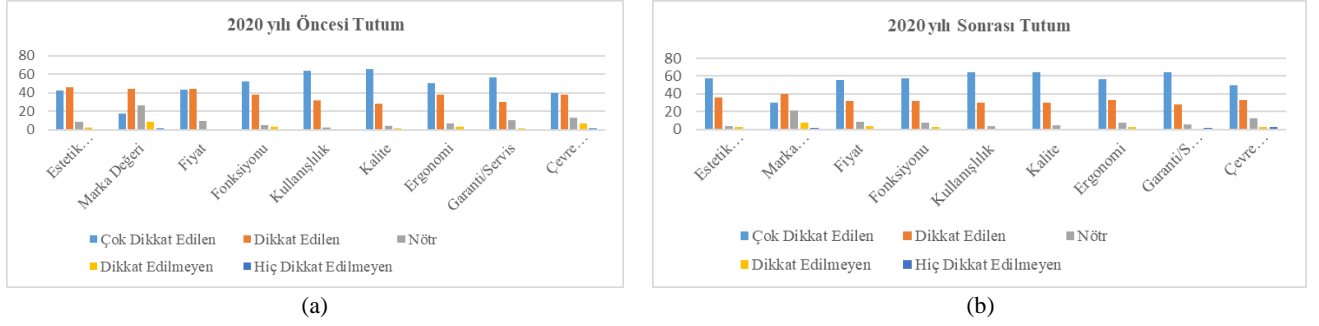
Katılımcıların çocuk odalarından memnun olup olmama durumları incelendiğinde, bireylerin %46.3'ü memnun olduğunu belirtmiştir. Geriye kalan %30'u kısmen memnun olduklarını, %23.7'si ise memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. Çocuk odalarındaki mobilyaları en son ne zaman değiştirildiği incelendiğinde ise, %46.3'ü 1 ile 5 yıl arası kapsayan bir süreçte değiştirdiklerini ifade etmiştir. Yeni bir mobilya satın alma kararına kullanıcıları yönlendiren baskın faktörlerden ikisi ise mevcut kullanılan mobilyanın eskimesi (%36.3) ve çocuk sahibi olma (%22.1) durumudur (Resim 1, a ve b). Yeni bir mobilya satın alma sürecinde, satın alma kararına yardımcı olan en önemli üç bilgi kaynağı sırasıyla internet ve sosyal medya (%47.4), bireyin yakın çevresinde edindiği bilgiler (%21,1) ve satış danışmanlarıdır (%17.4) (Resim 2, a). Kullanıcıların büyük bir çoğunluğu ise satın almalarını mağazalardan yapmaktadırlar (%75.8). Bu mağazaların %45.3'ü büyük çaplı ve ülke genelinde bilindik firmalarken, %30.5'i yerel olarak faaliyet gösteren bilindik firmalardır. Bazı kullanıcılar ise satın alma tercihlerini, marka değeri olmayan ürünlerden yana kullanmıştır (%24.2) (Resim 2, b).



Resim 2. Kayserindeki ebeveynlerin çocuk odası mobilyası satın alma süreci ile ilgili çeşitli tutumları
a- Satın alma sürecinde kullanıcıyı etkileyen bilgi kaynakları, b- Satın almanın gerçekleştirildiği yer

Çalışma pandemi sürecinde yürütüldüğü için, konut kullanıcılarına 2020 yılı ve şartları öncesi ve sonrasında çocuk odası için mobilya satın alırken, mobilyanın hangi özelliklerine ne derece dikkat ettikleri sorulmuştur (Resim 3, a ve b). Cevapları değerlendirmek için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır (1 = Hiç Dikkat Edilmeyen'den 5 = Çok Dikkat Edilen'e kadar derecelendirilmiştir, orta noktası ise "Nötr" olacak şekilde tasarlanmıştır). 2020 yılı öncesi için ebeveynlerin çocuk odası mobilyası alırken en çok dikkat etikleri ilk üç unsur kalite (%65.8), kullanışlılık (%64.2) ve garanti/servis (%56.3) olurken 2020 yılı sonrası için ise yine kalite (%64.7), kullanışlılık (%64.7), ve garanti/servis (%64.2) olmuştur. Çocuk odası mobilyasının çok dikkat

edilen diğer özelliklerden estetik özelliklerde %15.8'lik, marka değerinde %12.6'lık, fiyatta % 11.6'lık ve çevre dostu olma durumunda %10.5'lik dikkat çekici bir puan artışı olmuştur.

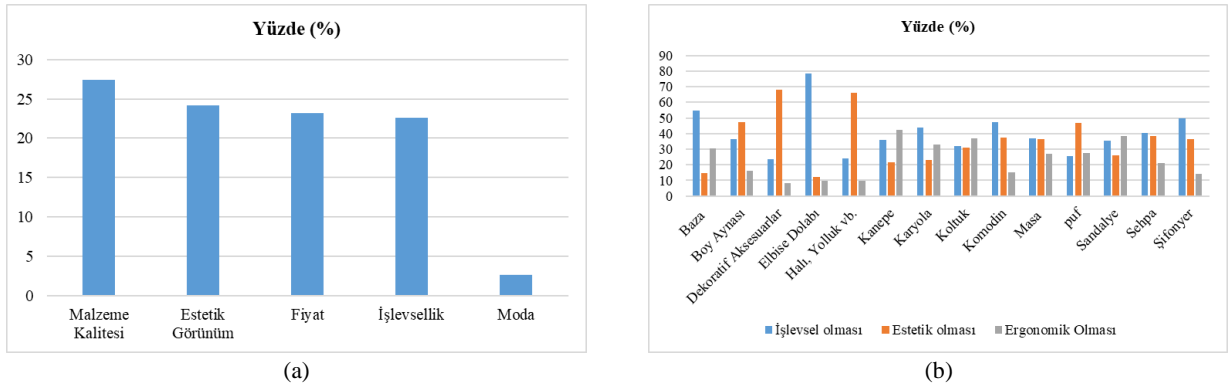


Resim 3. 2020 yılı öncesi ve sonrasında çocuk odası için mobilya satın alırken dikkat edilen özellikler
a- 2020 yılı öncesi satın almada dikkat edilen özellikler, b- 2020 yılı sonrası satın almada dikkat edilen özellikler

Çocuk Odası Mobilyası Ve Donatıları Üzerine Bulgular

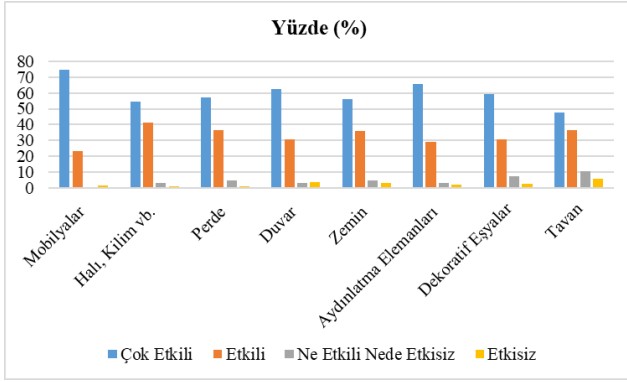
Bu bölümde konutta çocuk odalarının dekorasyonun incelenmesi ve konut kullanıcılarının iç mekan tasarım tercihlerinin neler olduğu konusu üzerinde durulmuştur. Bu bölümde ayrıca araştırmaya katılan ebeveynlerin konutlarındaki çocuk odalarının mevcut estetik özelliklerini nasıl değerlendirdikleri ve onlar açısından ideal bir çocuk odası dekorasyonunun hangi özellikleri taşıması gerektiği konuları üzerine incelemeler yapılmıştır.

İlk olarak ebeveynlerin, çocukları için ideal bir çocuk odası tasarlamak istediklerinde, donatı seçme ve satın alma aşamasında donatılar için en belirleyici kriter olarak neyi dikkate aldıkları araştırılmıştır (Resim 4, a). Araştırmanın sonuçlarına göre en çok dikkat edilen kriter malzeme kalitesidir (%27.4). Malzeme kalitesini estetik görünüm (%24.2), fiyat (%23.2), işlevsellik (%22.6) ve moda (%2.6) gibi kriterlerin takip ettiği belirlenmiştir. Kalite önceki bölümde yer alan 2020 yılı öncesi ve sonrası kapsayan süreçte de bireylerin tercihlerinde ilk sıradadır. Bu çalışmada ek olarak donatı seçim ve satın alma aşamasında, donatıların türlerine göre bu süreçte belirleyici olan kriterlerin ne olduğu da araştırılmıştır. Donatılar arasında, işlevselliğin ön plana çıktığı eşyalar elbise dolabı (%78,4) baza (%54.8) ve şifonyer (%49.6) gibi mobilyalardır. Donatılar arasında, estetik özelliklerin en çok arandığı ve ön planda olduğu eşyalar ise dekoratif aksesuarlar (%67.9), halı, yolluk vb. gibi zemin örtüleri (%66.3) ve boy aynalarıdır (%47.4). Ergonomik kriterlerin en arandığı donatılar ise kanepe (%42.6), sandalye (%38.4) ve koltuk (%36.8) gibi oturma gruplarından oluşan mobilyalardır (Resim 4, b).



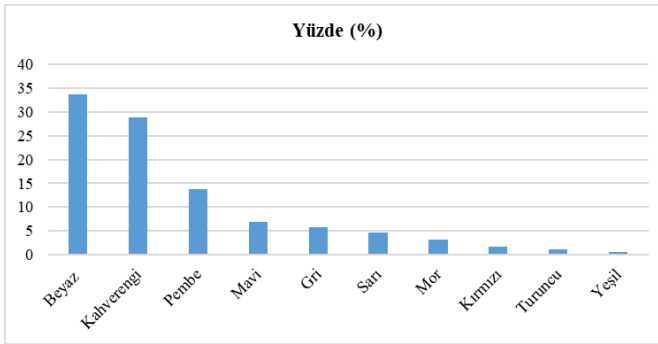
Resim 4. İdeal bir çocuk odası tasarımında, seçim ve satın alma aşamasında donatılar için en belirleyici kriterler
a- Donatılar için genel belirleyici kriterler b- Donatıların türlerine göre belirleyici kriterler

Çalışmada donatı ve iç mekan öğeleri hakkında dekorasyon tercihleri de incelenmiştir (Resim 5). İlk olarak estetik tasarım açısından, çocuk odası iç mekan öğelerinin (duvar, tavan, zemin vb.) ve donatılarının rengi, şekli ve tasarımının ideal bir çocuk odası dekorasyonu oluşturmadaki etki derecesi araştırılmıştır. Cevapları değerlendirmek için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır (1 = Hiç etkisi yok'dan 5 = Çok etkisi var'a kadar derecelendirilmiştir, orta noktası ise nötr/ne etkili ne de etkisiz olacak şekilde tasarlanmıştır). Ebeveynlerin verdikleri cevaplardan çocuk odası dekorasyonunda en önemli olan eşyanın, mobilya (%74.7) olduğu anlaşılmıştır. Aydınlatma elemanları (%65.8) ve duvarın (%62.6) biçimsel ve estetik özellikleri de bu bireyler için oldukça önemlidir.

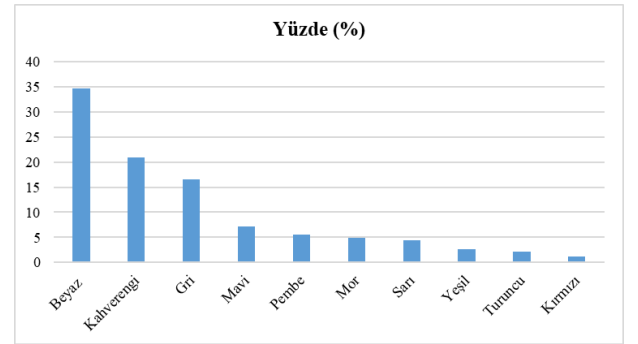


Resim 5. Donatıların ve iç mekan öğelerinin rengi, şekli ve tasarımının ideal bir çocuk odası dekorasyonu yaratmadaki etkisi

Araştırmada sorgulanan estetik özellikler arasında özelliklerin stil ve renk ile ilgili kullanıcı tercihleri de vardır. Bu bağlamda katılımcıların çocuk odalarında en çok modern stil (%31.7) ve klasik-modern karşımı bir stili (%22.6) tercih ettikleri belirtmişlerdir. Buna karşın ise klasik stilin % 18.9'luk oranda kullanıcılar tarafından tercih edildiği belirlenmiştir. Katılımcıların %26.8'i ise çocuk odalarında herhangi belirgin bir stilin olmadığını ifade etmişlerdir. Sorgulanan estetik özelliklerden bir diğeri de renk unsuru olmuştur (Resim 6, a ve b). Çocuk odalarında mevcut dekorasyona en çok kullanılmış ilk üç renk sırasıyla beyaz (%33.7), kahverengi (%28.4), pembe (%13.7) ve bu renklerin tonlarıdır. Araştırmada ebeveynlerden ideal çocuk odası renginin ne olması gerektiği hakkındaki fikirleri de alınmıştır. Alınan yanıtlara göre ideal çocuk odası için arzulanan ilk üç renk beyaz (%34.7), kahverengi (%20.9) ve gri (%16.5) ile bu renklerin tonlarıdır. Bireylerin çocukları için beyaz, kahverengi ve gri gibi cinsiyet unsuru barındırmayan renklere yöneldikleri belirlenmiştir. Gerek mevcut, gerekse ideal oda tasarımlarının renk tercihlerinde yeşil (%2.7), turuncu (%2.2) ve kırmızı (%1.1) renkler ebeveynler açısından en az tercih edilen renkler olmuştur.



(a)

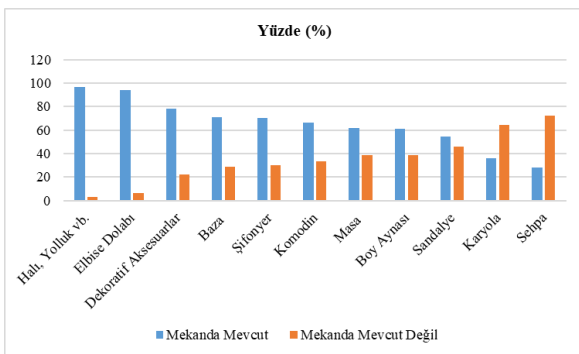


(b)

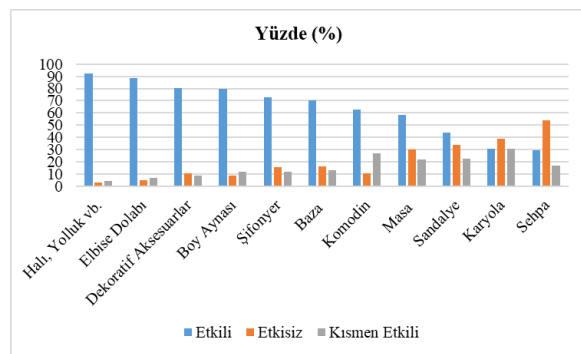
Resim 6. Çocuk odalarında donatı ve iç mekan öğeleri hakkında renk tercihleri

a- Mevcut çocuk odalarında en çok tercih edilen renkler, b- İdeal çocuk odası için en çok tercih edilen renkler

Çalışmada çocuk odalarının iç mekanlarında en çok yer alan mevcut donatılar araştırılmıştır (Resim 7, a). Bu donatılar arasında ilk üç sırayı halı, yolluk vb. zemin örtüleri (%96.8), elbise dolapları (%93.7) ve dekoratif aksesuarlar (%77.9) almaktadır. Çalışmada ayrıca, ebeveynler gözünden çocuk odasını oluşturan donatıların dekorasyona olan etkisi ve katkısı araştırılmıştır. Katılımcılara göre halı, yolluk vb. gibi zemin örtüleri (%92.6), elbise dolabı (%88.4) ve dekoratif aksesuarların (%80.5) çocuk odalarının dekorasyonuna katkısı ve etkisi büyüktür. En etkisiz donatılar ise sehpalardır (%53.7) (Resim 7, b).



(a)



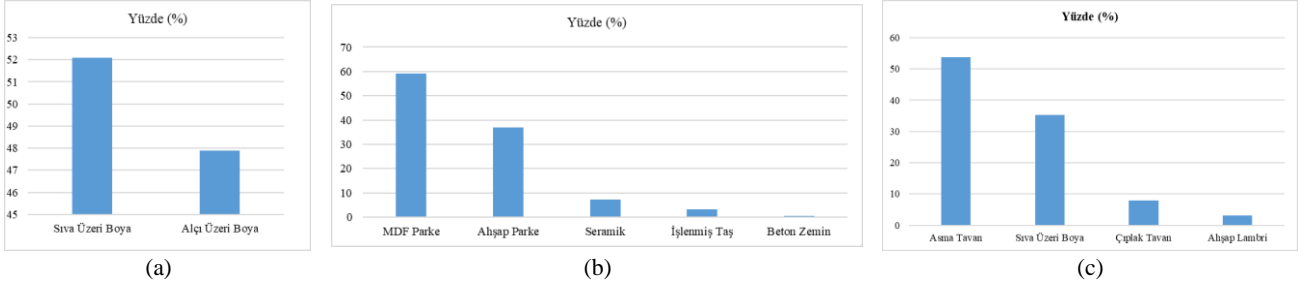
(b)

Resim 7. Çocuk odası dekorasyonunun değerlendirilmesi

a- Çocuk odasında var olan mevcut donatılar, b- Çocuk odasında donatıların iç mekan tasarımına etkisi

Çocuk Odalarının Zemin Duvar Ve Tavanlara Dair Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde çocuk odalarında duvar, zemin ve tavanlarla ilgili tespitlere yer verilmiştir (Resim 8 a, b, c). Çocuk odaları duvarlarında en belirgin kullanılan yapım tekniği türü, sıva üzeri direkt duvar boyası (%52.1) uygulamasıdır. Diğeri ise duvara uygulanan alçı katman üzerine duvar boyası (%47.9) uygulamasıdır. Araştırılan konutlardaki mevcut çocuk odası duvar boyası renkleri arasında en fazla uygulanmış renkler sırasıyla beyaz (%21.9), kahverengi (%19.5) ve gri renk (%9.5) ve tonlarıdır. Duvarlarda aplik tarzı aydınlatma elemanlarının olup olmadığı da bu bölümde araştırılmıştır. Sonuçlara göre çocuk odalarının %52.6'lık kısmında aydınlatma elemanının var olduğu belirlenmiştir. Araştırmada çocuk odalarının zemin döşemelerine de yer verilmiştir. Sonuçlara göre çocuk odalarında en çok zemin döşemesi olarak MDF laminat parkeye (%59.2), zemin örtüsü olarak da en çok halıya (%82.5) yer verilmiştir. Zemin döşeme malzemesinde kullanılan en belirgin iki renk ise kahverengi (%20) beyaz renk (%19.8) ve tonlarıdır.



Resim 8. Çocuk odası duvar, zemin ve tavanında kullanılan malzemeler ve yapım teknikleri
a- Çocuk odası duvar yapım tekniği, b- Zemin döşeme türleri c- Tavan yapım tekniği

Son olarak araştırmada çocuk odalarının tavanı incelenmiştir (Resim 8, c). Çocuk odasının tavanı ile ilgili ilgili, mevcut tavadaki en baskın yapım tekniği araştırılmıştır. Sonuçlara göre asma tavan (%53.7) en çok kullanılan tavan şekli ve yapım tekniğidir. Çalışma sırasında çocuk odalarının tavanında süsleme teknikleri de araştırılmıştır. Tavanlarda en sık alçı kartonpiyer uygulamasının (%37.8), en az ise ahşap lambri (%4.3) uygulamasının yer aldığı belirlenmiştir. Tavanlarda tercih edilen aydınlatma türü incelendiğinde ise en çok sarkıt/avize (%59.5) ve sabit LED aydınlatmaların (%16.8 spot ve %7.4 çizgisel) kullanıldığı belirlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Kayseri'de 5-12 yaş arası çocuklara sahip ebeveynler ve yaşadıkları konutta yer alan çocuk odalarının iç mekan tasarımı ve dekorasyonu üzerine bir araştırma çalışması olarak yürürmüştür. Çalışma sonuçlarına göre Kayseri özelinde ebeveynler yeni bir çocuk sahibi olmadıkça veya odadaki eşyalar eskimedikçe çocuk odası mobilyasını satın almamakta ya da değiştirmemektedir. Satın alım kararını en erken 1-5 yıl içinde vermekte ve en çok internet daha sonra ise yakın çevresi ve satış danışmanından aldıkları bilgiler ile bilindik markalardan satın alımlarını gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda firmalara, internet ve sosyal medyada aktif olmaları tavsiye edilmektedir. Resmi internet siteleri tüketicilerin rahat anlayabilecekleri ve kullanabilecekleri içerikte tasarlamalıdır. Site içeriklerinde firmanın sunduğu ürün ve hizmetlere detaylı yer verilmelidir.

Ebeveynler için çocuk odası mobilyası alırken en çok dikkat edilen ilk üç unsur olan kalite, kullanılabilirlik ve garanti-servis hizmetleridir. Bu koşullar 2020 öncesinde de sonrasında da önemini korumuştur. Firmalar satış ve servisle ilgili departmanlarındaki çalışanlarını bu konularda eğitmelidir. Satış sunumlarında, ilgili satış danışmanı müşteriye firmalarının avantajlarını dürüstlük ilkesi çerçevesinde aktarmalıdır.

Ebeveynler açısından ideallerindeki çocuk odası dekorasyonunu yaratmak, bu konuda doğru donatıyı seçmekle mümkündür. Bu bireyler için doğru donatı, malzeme kalitesi, estetik görünüm, fiyat, işlevsellik açısından kullanıcıyı memnun edebilen donatıdır. Çalışmaya katılan bireylerin elbise dolabı, baza ve şifonyer gibi donatıları işlevselliği için tercih edildiği belirlenmiştir. Yine bu bireylerin halı, yolluk vb. zemin örtülerinde ve dekoratif aksesuarlarda estetik güzelliğe çok dikkat ettikleri belirlenmiştir. Buna karşın bireylerin kanepeler, koltuk, sandalye ve gibi oturma elemanlarını seçerken öncelikle ergonomiyi göz önünde bulundurdıkları saptanmıştır. Firmaların AR-GE departmanlarının ve mobilya, iç mimari ve endüstriyel tasarım alanında çalışan tasarımcıların, donatı ve tercih edilme sebepleri arasındaki bu bağı tasarımlarında iyi yansıtılmalarının, ürünlerini geliştirme ve geniş kitlelere ulaştırma açısından faydalı olacağı düşünülmekte ve önerilmektedir. Firmalar aradaki bu bağı doğru kurguladıkları PR çalışmaları ile ebeveynlere, özellikle sosyal medya ve internet üzerinden ulaştırabilir ve satışlarını arttırabilirler.

Son olarak çalışmaya konu olan ebeveynlerin çocuk odalarını modern bir stilde dekore etmek eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Yine aynı bireylerin mekanda beyaz, kahverengi ve gri gibi cinsiyet unsuru

barındırmayan renklere yöneldikleri belirlenmiştir. Bu durum, çocuk ruhuna uygun olan canlı renklere uzak duruş sergilemek şeklinde yorumlanabileceği gibi aynı zamanda ebeveynlerin çocukluk döneminin hızlı bir gelişim dönemi olduğunun farkında oldukları şeklinde de yorumlanabilir. Sonuç olarak bu farkındalık, mobilyalarını maksimum 10 yıla kadar kullanma niyeti içerisinde olan %73.1'lik ebeveyn grubunu, aile bütçelerini göz önünde bulundurarak dekorasyon tercihinde bulunan temkinli bir tüketici sınıfına sokmaktadır.

KAYNAKÇA

Arıkan, R. & Odabaşı, Y. (1996). Consumer Behavior and Consumer Awareness, Anadolu University Press, Eskişehir, Turkey.

Cambridge Dictionary (2022). “Soft Furnishings”,

<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6z%C3%BCk/ingilizce/soft-furnishings>, (Erişim 19.01.2022)

Cambridge Dictionary (2022). “User”,

<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6z%C3%BCk/ingilizce/user>, (Erişim 19.01.2022)

Coles, J. & House, N. (2012). İç Mimarlığın Temelleri. Literatür.

Grimley, C. & Love, M. (2007). Color, Space, and Style: All The Details Interior Designers Need to Know But Can Never Find. Rockport Publishers.

Gökdağ, D. (2002). Aile Psikolojisi ve Eğitimi, Anadolu Üniversitesi.

Kavacık, M., Yemez, İ., Kara, M., Bulut Solak, B., Kayaoğlu, A., Canik S., Bulut Y., Altın Ş., Akgün, A. A., Özkan, T., Eroğlu, F., & Öztay, H. (2021). Tüketici Davranışları -II- Güncel Akademik Çalışmalar. Eğitim Yayınevi. Konya.

Smith, L. L. & Elliott, C. H. (2011). Child Psychology and Development for Dummies, John Wiley & Sons.

Nielson, K. J. & Taylor, D. A. (2011). Interiors: an Introduction: 5th Edition, New York, NY: McGraw-Hill.

Postell, J. (2012). Furniture Design, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.

Santiesteban, E. (2003). Living with Kids Solutions for Family Friendly Interiors, Rockport Publishers.

TDK, Türk Dil Kurumu. (2021). Mefruşat, Güncel Türkçe Sözlük,

<https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim 20.12.2021).

TÜİK, (2021) “İllere ve hane halkı tiplerine göre hane halkı sayısı, 2020”,

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2021-45500>, (Erişim 10.02.2021)

Waikato Environment for Knowledge Analysis (2021). Yazılım ve indirme.

https://waikato.github.io/weka-wiki/downloading_weka/, Waikato Üniversitesi, Yeni Zelanda, (Erişim 02.12.2021)