

To Cite This Article: Kılıçaslan, M. and Ayla, C. (2025). Colour Analysis of Restaurant Interiors Within Spatial Distance Perception: Japan and Turkey. *Journal of Interior Design and Academy*, 5(1), 69-88.

DOI: 10.53463/inda.20250316

Submitted: 25/11/2024

Revised: 28/05/2025

Accepted: 02/06/2025

COLOUR ANALYSIS OF RESTAURANT INTERIORS WITHIN SPATIAL DISTANCE PERCEPTION: JAPAN AND TURKEY

**Mekânsal Uzaklık Algısı Çerçevesinde Restoran Mekânlarının Renk Analizi: Japonya ve
Türkiye Örnekleme**
Mert KILIÇASLAN¹, Candan AYLA²

Öz

Renkler, iç mekân tasarımında yalnızca estetik değil, aynı zamanda psikolojik ve mekânsal algıyı şekillendiren güçlü bir tasarım aracıdır. Bu doğrultuda, mekânlarda kullanılan renklerin, kullanıcıda yarattığı uzaklık algısı; renklerin sıcaklık, ton ve kontrast özellikleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu çalışma, farklı kültürlere ve hizmet konseptlerine sahip restoran mekânlarında renklerin mekânsal uzaklık algısına etkisini karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Türkiye ve Japonya'dan seçilen “fastfood” ve “casual dining” tipi dört restoran örneği analiz edilmiştir. Nitel çözümleme ve karşılaştırmalı analiz yöntemiyle yürütülen çalışmada, renk kullanımının mekânın dar, geniş, yakın veya uzak algılanmasına nasıl etki ettiği yorumlanmıştır. Elde edilen bulgular, kültürel ve işlevsel farklılıkların restoran mekân tasarımlarında renk tercihlerini şekillendirdiğini göstermektedir. Araştırma, mekân tasarımında bilinçli renk kullanımının önemine dikkat çekerek tasarımcılar ve akademik alan için katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Renk, mekân, mekânsal algı, restoran

Abstract

Colours are not only aesthetic in interior design, but also a powerful design tool that shapes psychological and spatial perception. In this direction, the perception of distance created by the colours used in the spaces is directly related to the temperature, tone and contrast properties of the colours. This study comparatively examines the effect of colours on the perception of spatial distance in restaurant spaces with different cultures and service concepts. Four examples of “fastfood” and “casual dining” type restaurants selected from Turkey and Japan were analyzed. The study, which was conducted with qualitative analysis and comparative analysis method, interpreted how the use of colour affects the perception of space as narrow, wide, close or far. The findings show that cultural and functional differences shape colour preferences in restaurant space design. The research contributes to designers and the academic field by emphasizing the conscious use of colour in space design.

Keywords: Colour, space, spatial perception, restaurant

¹ **Correspondence to:** MSc. Interior Architect, İstanbul Gedik University, İstanbul, mertl-l@hotmail.com, ORCID No: 0009-0005-7911-5015

² Dr., İstanbul Gedik University, İstanbul, candan.ayla@gedik.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-6343-7336

1. GİRİŞ

Bu araştırmanın ana problemi, farklı kültür ve hizmet konseptlerine sahip restoran mekânlarında kullanılan renklerin, mekânsal uzaklık algısına etkisinin tespit edilmesidir. Yapılan literatür taramasında, analiz edilen ve incelenen mekânların mekânsal algıya etki eden kütsel, mekânsal, zamansal, işitsel ve ısısal etkiler arasından mekânsal etkinin bir alt dalı olan uzaklık algısı kapsamında yeterince çözümlenmediği tespit edilmiştir (Bozbek, 2023). Bu sebeple, mekânsal uzaklık algısı kavramı seçilerek probleme bu çerçeveden yaklaşılmıştır. Araştırmanın temel amacı, restoran mekânlarında kullanılan renklerin mekânsal uzaklık algısına olan etkilerini, Türkiye ve Japonya'dan seçilen örnek mekânlar üzerinden karşılaştırmalı analiz yaparak çözümleyip, bu bağlamda genel literatüre katkı sunmak ve gelecekte restoran alanında yapılacak mekân tasarımlarında tasarımcılara ışık tutmayı hedeflemektir. Bu bağlamda, belirlenen sorunun analiz edilmesiyle ortaya çıkan iki araştırma sorusunu (AS1 ve AS2) ele almak üzere yapılmıştır:

- AS1: Farklı kültürle ait tasarımlara sahip restoran mekânlarında kullanılan renklerin, mekânsal uzaklık algısı üzerinde yarattığı etkiler nasıl farklılık göstermektedir?
- AS2: "Fastfood" ve "casual dining" tipi restoranlarda yapılan renk seçimlerinin, mekânsal algıya olan katkısı birbirinden nasıl farklılaşmaktadır?

Bu çerçevede konuyu analiz ederek değerlendirmek ve net çıkarımlarda bulunabilmek için belirlenen araştırmanın sınırlılıkları, farklı kültür ve hizmet konseptlerine sahip restoran mekânlarının seçilmesi ve analiz edilerek karşılaştırması ile ilgilidir. Öncelikle, araştırma dahilinde seçilen restoran mekânları, Türkiye ve Japonya üzerinden "fastfood" ve "casual dining" tipi restoranlar üzerinden seçilmiştir. Çalışma, belirlenen ülke, kültür, hizmet konsepti ve mekânsal uzaklık algısı özelinde değerlendirilmesi ve çözümlenmesi ile sınırlıdır. Araştırmada Türkiye ve Japonya'nın seçilme nedeni, bu iki ülkenin mekânsal kültürlerinde belirgin farklılıkların olmasıdır (Tablo 1). Bu durum, mekânların kullanım biçimlerinden malzeme seçimine ve renk tercihine kadar birçok tasarım unsurunu doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, kültürel temelli bu iki farklı yaklaşım, mekânsal algı ve özellikle renk kullanımına dair karşılaştırmalı bir değerlendirme yapmak için uygun bir zemin sunmaktadır. Fastfood ve casual dining gibi iki farklı restoran konseptinin tercih edilme nedeni, yaygınlık ile birlikte bu iki hizmet modelinin kullanıcı davranışı ve mekân deneyimi üzerinde farklı yönlendirmelere sahip olmasıdır. Fastfood restoranlar, hızlı tüketim ve kısa süreli kullanım esasına dayanırken; casual dining restoranlar daha uzun oturma, sosyal etkileşim ve rahatlık odaklı tasarlanır. Bu işlevsel farklar, iç mekânda kullanılan renklerin kullanıcı üzerindeki mekânsal uzaklık algısını biçimlendirme biçimini doğrudan etkilemektedir (Mathur & Gupta, 2019).

Tablo 1

Japonya ve Türkiye'nin Kültürel Özellikleri (Şenkececi, 2019) (Yazar tarafından düzenlenmiştir)

Kültürel Özellik	Japonya	Türkiye
Mekân Kullanımı	Bireysel kullanım ve modülerlik	Sosyal ve toplu kullanım, açık mekânlar
Renk Tercihleri	Pastel tonlar, yumuşak renkler	Canlı ve sıcak ve dikkat çekici renkler
Oturma Biçimi	Küçük gruplar ya da tekli oturma	Kalabalıklar için geniş oturma alanları
İletişim Tarzı	Sakinlik, sessizlik ön planda	Sohbet ve paylaşım ön planda
Doğayla İlişki	Doğayla uyumlu malzemeler	Dekoratif öğeler ile mekân süslemeleri
Tasarım Tarzı	Sade, işlevsel ve minimal tasarım	Canlı, gösterişli ve davetkâr tasarım

Araştırma, belirlenen soruların cevaplandırılması ile farklı kültür ve hizmet konseptlerine sahip restoranlar özelinde kullanılan renklerin, mekânsal algı üzerinde yarattığı etkileri ortaya koyması bakımından iç mimari tasarım disiplinleri için bu alandaki literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Spesifik örneklerin çözümlenmesiyle, seçilen restoran tipleri özelinde bir genelleme yapmaya olanak sağlayan araştırma, restoranlar kapsamında yapılacak bilinçli renk seçiminin önemini, tasarımcılar açısından daha anlaşılır bir şekilde değerlendirme imkânı sağlayacaktır.

2. KAPSAM VE YÖNTEM

Araştırma kapsamında yöntem olarak, farklı kültürlere ve hizmet konseptlerine sahip olarak tasarlanmış restoran mekânlarının belirlenerek karşılaştırmalı mekânsal çözümlerinin yapılması esas alınmaktadır. Bu analiz sürecinde renklerin restoranlarda kullanımıyla mekânsal uzaklık algısına etkileri tablolar halinde karşılaştırma yapılarak analiz edilmiştir. Araştırma, karşılaştırmalı analiz yöntemiyle restoranların atmosferlerinde oluşan uzaklık algısına dair somut veriler sunmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın örnekleme, çalışma kapsamında seçilen restoranların tablolastırılarak sunulması ile mekânsal renk analizlerinin yapılması üzerine kurgulanmıştır. Farklı kültürel konseptlere sahip olan restoran mekânlarının karşılaştırmalı analizini yapan araştırmada, "fastfood" türünü kapsayan restoran örneklemeleri için Türkiye-İstanbul konumundan, Tuzla'da bulunan Burger Yiyelim, Japonya-Hon Kong konumundan, Whampoa Garden'de bulunan Sukiya restoranları seçilmiştir. "Casual dining" türünü kapsayan restoran örneklemeleri için ise Türkiye-İstanbul konumundan, Maltepe'de bulunan Midpoint, Japonya-Tokyo konumundan, Shibuya'da yer alan Kimukatsu restoranları seçilmiştir. Seçilen restoranlar üzerinde rengin mekânsal uzaklık algısına etkisini çözümleyebilmek amacıyla kapsamlı bir şekilde taraması yapılan literatürde bulunan tezler, makaleler, raporlar ve kitaplar detaylı bir şekilde analiz edilerek birbirleri ile karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Basılı kaynakların dışında, ulusal ve uluslararası detaylı bir literatür araştırması yapılmıştır. Ayrıca, Türkiye'den seçilen "casual dining" restoran mekânının yerinde fotoğraf çekimi

yapılarak görsel verileri toplanmıştır. Araştırmanın temel problemine açıklık getirebilmek için, toplanan verilerin, belirlenen yöntem ile çözümlenerek analiz edilebilmesi ve seçilen restoran mekânlarının karşılaştırmalı analizlerinin yapılması gereklidir. Analiz sürecinde verilerin temel anlanmalarının belirlenmesi ile mekânsal renk çözümlerinin yapılması esas alınmıştır. Yapılan çözümlerlerde, renklerin mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkisini belirleyebilmek için iç mimarlık mesleğine uygun bir yaklaşım ortaya koyulmuştur. Çalışmada, bu yaklaşım ile çözümleri yapılan restoran mekanları, kullanılan renklerin mekânsal uzaklık algısına etkilerini değerlendirirken restoranların konseptleri ve bulundukları coğrafi konumun yansıttığı kültürel etkileri de birlikte ele almıştır. Ortaya çıkan bulgular belirli bir çerçeve içerisinde tablolastırılarak sunulmuştur. Araştırmada belirlenen analiz yöntemiyle birlikte, tabloların karşılaştırmalı çözümlerinin yapılması sonucunda renklerin mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkileri daha geniş bir perspektifte incelenmiştir. Böylece araştırma, restoran iç mekân tasarımına dair renklerin doğru kullanılmasına yönelik yeni stratejiler geliştirilmesine de olanak sağlamıştır.

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Farklı kültürlere ait restoran mekânlarının mekânsal uzaklık algısını, renk kavramı çerçevesinden verilen örneklemeler ile değerlendiren araştırmalar sınırlıdır. Ancak konuyu kendi sınırları dahilinde ve yakın ilişkili disiplinlerde benzer sınırlar çerçevesinde inceleyen kıymetli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar doğrudan araştırma kapsamında analiz edilen mekânlara odaklanmasa da renk kullanımının mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkilerini anlamak açısından önemlidir. Acking ve Küller (1972), rengin insan algısının temel bir yönü olduğu ve mekânı algılarken çok önemli bir faktör olduğunu belirterek, mekânın çizimleri üzerinden duvarların renk kompozisyonları ve iç detayları üzerinden incelemelerde bulunmuştur. Bunun yanında, Manav (2010) araştırmasında iç mimaride renk kullanımını, ilk iç mimarların uygulamaları ile günümüzdeki yaklaşımları karşılaştırarak tartışmıştır. İç mimarlığın ilk ortaya çıktığı dönemlerde mekânlarda kullanılan renklerin belirli şemalardan seçilerek müşterilerin istekleri doğrultusunda kullanıldığından bahsetmiştir. Zaman içerisinde yapılan çalışmalarla birlikte renklerin mekânsal etkilerinin keşfedilmesi sonucunda yapılan renk seçimlerinin, kişilerin yaş, cinsiyet, kültür ve coğrafi bölgeleri gibi birçok parametreyi dikkate alınarak seçildiğine dikkat çekmiştir. Bir diğer yandan, Yahya ve Kusumawardhana (2011), renklerin restoranlar üzerindeki kullanımında monotonluktan kaçınılması gerektiği ve iştah açıcı renk tonları olarak kanıtlanmış olan kırmızı, turuncu veya sarı rengin kullanılması gerektiğini desteklemiştir. Dahası, açık tonlu renklerin kullanılması, restoran mekânlarının daha geniş algılanabilir olmasını sağlaması ile birlikte baskın renkler olan mor ve siyah gibi tonların mekânsal algıyı basık ve sıkıcı

yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, Manav (2011), mekânların renk düzeni ve mekân algılama analizlerini yaparak tablolar halinde sunmuştur. Görseli algılarken kullanılan malzemelerinde kendilerine özgü bir rengi, formu ve dokusu bulunduğundan bahsederken bu renklerin insanlar üzerinde uyandırdığı sıcak-soğuk, dinlendirici- yorucu ve benzer özelliklerinin olduğu sonucuna varmıştır. Sıcak renklerden yansıyan ışık dalga boyları daha kısa olduğundan gözün ağ tabakasına daha erken düştükleri için sıcak renklerin uygulandığı objeler olduğundan daha yakın görünmektedir. Benzer şekilde soğuk renklerle boyanmış objeler ise olduklarından daha uzakta algılanmaktadırlar. Örneğin kırmızı renge boyanmış bir vazodan daha yakında algılanabilmektedir fakat sarı, mor, gri gibi renklerin yakınlık algısı üzerinde minimum farklılık yaratan renklerdir (Yamaner, 2001). Özsavaş (2016), mekân algısının, renk- mekân ilişkisi, malzemenin, rengin ve ışığın iç mekâna etkisi üzerinde durarak bu parametrelerin renk ve kullanıcı ilişkisi ile doğrudan ilgili olduğundan bahsetmiştir. İç mekân tasarımında rengin bir değerlendirme ölçütü olduğunu söylemesinin yanında, mekânın işlevi, fiziksel özellikleri, kullanılma şekli gibi bütün özelliklerinin renk algısına etki ettiği sonucuna ulaşmıştır. Savavibool ve Moorapun (2017), çalışma ortamlarında farklı renklerin kullanımının mekânsal algıyı doğrudan etkileyebileceğine dair önemli kanıtlar ortaya sunmuştur. Ulaştıkları sonuca göre nötr renklerin çalışma alanları için uygun olduğu ancak ihtiyaç ve estetiğe göre farklı tonlar ile birlikte kullanılması gerektiğini söylemişlerdir. Özellikle soğuk renk ve sıcak zıt renk kombinasyonunun küçük alanlarda bir arada kullanılmasının mekânsal algıyı olumsuz yönde etkileyebileceğinden bahsetmişlerdir. Benzer şekilde, Paktaş (2018) iç mimarlıkta doğru renk kullanımının hacimlerde yapılan renk uygulamaları ile hacimlerin karakterini ortaya koyduğu çıkarımında bulunmuştur. Tasarımcıların mekân tasarımında aldığı kararlar ve yaptığı renk seçimleri ile mekânları; aydınlık-karanlık, soğuk-sıcak, büyük-küçük, hafif-sağır mekanlar olarak algılayabileceklerine değinmiştir. Bununla birlikte, Alici ve Paktaş (2020) iç mekânda doğru renklerin kullanımının, iletilmek istenilen mesajları aktarmada oldukça önemli olduğunu söylemektedir. Renklerin, mekânlarda form ve boyut algısına doğrudan etki ettiğini söyleyen çalışmada mekânın sıcak-soğuk, büyük-küçük ve karanlık- aydınlık ilişkisinin de renklerin insanlarda uyandırdığı etkiler sonucunda anlaşılmasına yardımcı olduğundan bahsetmiştir. Renklerin insanlarda uyandırdığı mekânsal etkinin, iç mekânda doğru renk kullanımı için seçilen renklerin mekânın işlevine uygun ton, tür ve değerle ilişkili olması gerektiğini söyleyerek tartışmıştır. Ayrıca, Ahmadi ve Akbay (2022) hızlı-gündelik restoranlarda kullanıcı memnuniyetini etkileyen mekânsal faktörleri inceledikleri araştırmalarında restoran mekânlarında kullanılan rengin doygunluk, saflık ve yansıma gibi özelliklerinin mekânsal algıya doğrudan etki ettiği ve bu bağlamda kullanıcı deneyimini de olumlu-olumsuz olarak etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Enwin, Ikiriko ve Jonathan-Ihua (2023),

yaşanabilir mekânların iç tasarımında renklerin rolünü incelediği çalışmalarında özellikle mavi, yeşil, mor, kırmızı, turuncu, sarı, siyah, gri ve beyaz renk tonlarının mekânsal algıya olan etkilerine değinerek, renklerin tasarımda temel bir yönlendirici etken olmakla beraber tasarımcılar tarafından yapılan bilinçli renk seçimlerinin mekânları algılatırken istenilen stili ve kişiliği sunabileceklerini söylemektedir. Araştırmalar, renklerin tasarım sürecinde bilinçli bir şekilde seçilmesiyle mekân algısı üzerindeki etkileri arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, iç mekânda renk kullanımının doğru yapılmasının insanlardaki mekânsal uzaklık algısına doğrudan pozitif ya da negatif yönde etki ettiği görülmektedir. Farklı kültürlerle ait "fastfood" ve "casual dining" tipi restoranlardan örnekler veren bu araştırma, renklerin mekânsal uzaklık algısına etkilerini inceleyerek, konunun uluslararası literatürdeki yerine dikkat çekmektedir.

4. RENK VE MEKÂN ALGISI

Renk, mekân algısı üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Mekânda ilk izlenime etki ederek insanların o mekânda hissedeceği duyguları da doğrudan etkilemektedir. Renklerin farklı ton ve değerlere sahip olması ile mekân farklı şekillerde algılanmaktadır. Böylece, renkler aracılığıyla mekânların fiziksel boyutları ve atmosferi, kullanılan renklerin ortaya çıkartacağı etkiler doğrultusunda yeniden şekillenerek kullanıcıların mekâna dair algısını doğrudan olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Renk; ışık kaynağından çıkan ışınların nesneler üzerine çarparak yansması ve bu yansıyan ışıkların farklı dalga boyuna göre gözde oluşturduğu etkinin beyin tarafından kavranması ile oluşur (Alici ve Paktaş, 2020, s.92). “Belirli bir enerji kaynağından insan gözüne gelen ışınların elektromanyetik dalgalara dönüşmüş haline ışık denir” (Özsırkıntı Kasap, 2015, s.58). Buna göre ışıkta renk kavramı bu şekilde açıklanabilir; insan gözünün görebildiği ışık tayfının dalga boyudur (Keser, 2009, s.276). Göz, dalga boyu 380-780 nanometre arası olan ışınımına duyarlıdır (Rugton, t.y.) ve bu aralıktaki ışınımına ışık denir. Beyaz ışık, gözün görme boyutları bölümünü oluşturur. Beyaz ışığın renkli ışıklardan oluştuğunu Isaac Newton kanıtlamıştır (Göler, 2009, s.112). Mekân algısı, bu skala aralığında insan gözünün algılayabildiği renklerin beyin vasıtası ile analiz edilmesi sonucunda ortaya çıkan bir süreçtir. Bu süreç, beş duyu organı ile algılanan mekânın, zihinde işlenmesiyle tanımlanır. Beş duyu organı ile algılanabilen mekânın en önemli ve ilk algı parametresi ise kesinlikle görme eylemidir. Görme eylemi için kesinlikle ışığın varlığı gerekmektedir. Kaufmann (1981), ışığın bir nesne yüzeyinden yansıma ya da emişmesi ile rengin görülebildiğini belirtmiştir. İç mekân ise belirli sınırlardan meydana gelmektedir. Bu sınırlar, başlıca bir mekânın oluşmasını ve tanımlanabilir olmasını sağlayan, duyu organları ile algılanabilen döşeme, tavan ve duvardır. Kullanıcının ilk göz teması sağladığı öge döşemedir ve daha sonra mekânın tamamı algılanır, en son

tavanlar fark edilmektedir (Kıran, 1986, s.86’ dan akt. Özdemir, 2005, s.94). İnsan vücudunda görme eylemiyle başlayan algılama süreci, mekânda bulunan zemin, tavan ve duvar yüzeylerinin sahip olduğu renklerin bilinçaltına ilettiği sinyaller yoluyla şekillenir. Bu durumda, renklerin ton, yoğunluk ve parlaklık gibi önemli özellikleri kullanıcıların mekânsal algısını doğrudan etkilemektedir. Mekânlara ait fiziksel öğeler, renklerle birlikte algılanır ve insan bilincinde anlamlandırılır. Bu anlamlandırma işlemi mekân algısı olarak tanımlanmaktadır. Renklerin, mekân algısına etkisi estetik bir unsur olmanın dışında, bireylerin mekân içerisindeki yönelimleri ve hissiyatlarını belirleyen temel faktörler arasında gelmektedir. Renklerin mekân algısına kattığı anlamların temelinde, renklerin sahip olduğu ana, ara, zıt, sıcak-soğuk ve akromatik renkler gibi özellikleri ön plana çıkmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2

Boya Renklerin Özelliklerine Göre Sınıflandırılması (Özsoy ve Ayaydın, 2016) (Yazar tarafından düzenlenmiştir)

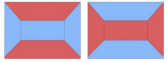
Ana Renkler	Kırmızı, Sarı, Mavi	
Ara Renkler	Yeşil, Turuncu, Mor	
Zıt Renkler	Mavi-Turuncu, Sarı-Mor, Yeşil-Kırmızı	
Sıcak Renkler	Sarı, Kırmızı, Turuncu	
Soğuk Renkler	Mavi, Yeşil, Mor	
Akromatik Renkler	Siyah, Gri tonları, Beyaz	

Tasarımcıların mekâna göre doğru renk seçimi yapması; mekânsal uzaklık algısını, tasarım konsepti ile uyumlu hale getirerek hacim ve alanları birleştirip-bölerek doğru şekilde tanımlar. Yapılan bu seçimler, mekânları olduğundan daha büyük, küçük, derin, dar ya da ferah hissettirmesinin yanında dikkati de istenilen yöne çekerek belirli bir noktada odaklamaktadır. Özellikle renklerin sıcak-soğuk ilişkileri ve tonları, uzaklık algısı üzerinde farklı sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3

Renklerin Mekânsal Algıya Etkileri (Göler, 2009, s.140., Çizim N.Alici) (Yazar tarafından düzenlenmiştir)

1	2	Renklerin Mekânsal Algıya Etkileri
		1- Zemin, koyu renk tonunda olduğu için mekân geniş ve yüksek algılanmaktadır. 2- Tavan koyu renk tonunda olduğu için mekân basık ve geniş algılanmaktadır.
		1- Zemin ve tavan renk tonu koyu olduğu için mekân basık ve sağlam algılanır. 2- Koyu renk tonlu bütüncül duvarlar, mekâna güven hissi katmaktadır.
		1- Koyu renk tonlu duvarlar ve tavan öne çıkarak dar ve boğucu hissettirir. 2- Duvarlar ve zemin koyu, tavan geride kalarak mekânı küçük ama yüksek algılatır.

	1- Koyu renk tonu ile kaplı bütün mekânın algısı zayıflar ve alanı küçük hissettirir. 2- Açık renk tonu ile kaplı mekân; büyük, geniş ve monoton hissettirir.
	1- Tavan ve zemini sıcak, duvarları soğuk renk tonlu mekân, alçak ve geniş algılanır. 2- Duvarları sıcak, tavan ve zemini soğuk renkli mekân, küçük ve ferah algılanır.
	1- Tavan ve zemin nötr renklere sahipken mekân yüksekliği daha az algılanır. 2- Duvarlar nötr renkte olduğu zaman, mekân daha az geniş algılanır.
	1- Sıcak renklere sahip duvarlar öne çıkarak mekânı, ince ve uzun olarak algılatır. 2- Soğuk renk duvarlar, sıcak renk duvarı odaklar ve derinliği daha az algılatır.
	1- Mekânın tümünde soğuk renklerin hâkim olması, alanı ferah ve geniş algılatır. 2- Tüm mekânda sıcak renklerin hâkim olması, alanı küçük ve yakın olarak algılatır.
	1- Sıcak renk tavan, soğuk renkli mekânda ön plana çıkar ve mekân alçak algılanır. 2- Soğuk renk tavan, sıcak renkli mekânda geride kalır. Mekân daha dar algılanır.
	1- Sıcak renk zemin, soğuk renkli mekânda vurgulanır. Alana genişlik verir. 2- Soğuk zemin, sıcak renkli mekânda geride kalır. Alanı dar, zemini geniş algılatır.

"Mekân" sözcüğünün kökü incelediğinde Arapçadan dilimize geçen "kevn" sözcüğünden türediği görülmektedir. "Kevn" sözcüğü anlam olarak var olmaktır. "Kevn" sözcüğünün kök anlamı "varoluş yeri" olarak tanımlanmaktadır. (Yavuz, 2005, s.8). Mekân algısı, duyular yoluyla edinilen verilerin zihinsel olarak işlenmesiyle oluşur. Bu algı üzerinde renklerin belirleyici bir rolü bulunmaktadır. Renkler, mekânın kimliğini tanımlamakla kalmaz, aynı zamanda algılanan genişlik, derinlik ve yükseklik gibi mekânsal özellikleri de etkileyebilir. Özellikle iç mekânlarda açık ve parlak renkler hacmi büyütücü etki yaratırken, koyu tonlar daha dar ve yoğun bir atmosfer oluşturabilir (Manav, 2015). Daha açık ve daha soğuk renkler, alanın daha büyük görünmesini sağlamaktadır. Daha koyu renkler mekânın daha kapalı ve göze daha küçük görünmesini sağlamaktadır. Bir ortamdaki renklerin veya dokuların düzenlenmesi perspektifi değiştirerek odanın daha uzun, daha geniş görünmesini veya belirli bir öğeyi vurgulamasını sağlamaktadır (Mahnke ve vd., 1999).

5. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'den seçilen "Burger Yiyelim" fastfood restoranı, renklerin mekânsal uzaklık algısına etkisini incelemek açısından dikkat çekmektedir. Özellikle sıcak renklerin baskın kullanımı, hızlı tüketim davranışını destekleyen bir atmosfer yaratmaktadır. Tablo 4'te, mekânın iç elemanlarında kullanılan renklerin mekânsal algıya etkisi görseller eşliğinde analiz edilmiştir. Bu tablo, renklerin mekânsal uzaklık algısına etkilerini ve Türk restoran kültürüne nasıl yansıdığını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.

Türkiye’den Fastfood Restoran Analizi: Burger Yiyelim (Universitey, t.y., Kabakçı, t.y.)

Restoran Görselleri	Görsel 1. Burger Yiyelim, zemin, mobilya, tavan, duvar ve renk ilişkisi (Kabakçı, t.y.) Görsel 2. Burger Yiyelim, duvar, yemek alanı, tavan ve renk ilişkisi (Kabakçı, t.y.) Görsel 3. Burger Yiyelim, oturma elamanları, tavan, duvar ve renk ilişkisi (Universitey, t.y.) Görsel 4. Burger Yiyelim, duvar, zemin ve renklerin mekânsal etkileri (Universitey, t.y.)
Verilerin Çözümlemesi	Burger Yiyelim Restoran’ının tasarım konseptine göre belirgin olarak turuncu ve beyaz renklerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Turuncu, enerji ve canlılık hissiyatı yaratırken aynı zamanda iştah açıcı etkisi ile fastfood servis türünün en önemli özelliği olan, müşterilerde çabuk acıkmaya ve hızlıca yiyip restorandan kalkmalarına sebep olan bir etki bırakmaktadır. Ayrıca mekân genelinde hâkim olan sarı gibi sıcak renk tonları, neşeli ve sıcak bir his yaratmaktadır. Mekânsal uzaklık algısına etki eden tavan ve döşemede kullanılan nötr renkler, duvarlarda kullanılan turuncu ve sarı gibi sıcak renk tonlarıyla birleşmesi sonucunda mekânın yüksekliği, olduğundan daha az algılanmaktadır. Ancak sıcak renk tonlarına sahip oturma elemanları, mekândaki basık etkiyi kırarak gelen müşterilerin daha fazla pozitif ve etkileşimde olmalarını sağlayabilir. Duvarlarda, tavanda olduğu gibi nötr renkler ya da soğuk renkler kullanılmış olsaydı mekân, olduğundan daha geniş ve mesafeli olarak algılanabilirdi. Restoranın iç düzeni ve sirkülasyonu, renklerin mekânsal algıya etkisini arttırmaktadır. Mekânın zemin ve tavanında bulunan akromatik renk tonları, oturma tefrişlerinin sıcak renkleriyle tekdüzeliği kırmaktadır. Bu durum mekânsal uzaklık algısına dinamik ve olumlu yönde etki etmiştir. Ayrıca zeminde düz hatlarda oluşturulan doğrusal geçişlerin yanında bir bordür hattı dönerek zikzak desenli çizgisel bir zemin hareketi yaratılmıştır. Zemindeki bu hareket, mekânın uzaklık algısında derinliği arttırmaktadır.

Japonya "Sukiya" fastfood restoranı, renklerin mekânsal algıya etkisini farklı bir kültürel bağlamda inceleme imkânı sunmaktadır. Özellikle kırmızı ve kahverengi tonların yoğunluğu, mekânda sıcak ve samimi bir atmosfer oluştururken bireysel kullanım odaklı bir düzenlemeyi desteklemektedir. Tablo 5’te bu renk tercihlerinin mekânın algılanan uzaklık etkisi görsel verilerle değerlendirilmektedir

Tablo 5.

Japonya’dan Fastfood Restoran Analizi: Sukiya (Orstatic, t.y., Tripadvisor, t.y.)

Restoran Görselleri	Görsel 5. Sukiya Restoranı, mobilya, zemin, duvar, tavan ve renk ilişkisi. (Orstatic, n.d.) Görsel 6. Sukiya Restoranı, kasa üzeri, tavan, mekân ve renk ilişkisi. (Tripadvisor, n.d.) Görsel 7. Sukiya Restoranı, oturma alanı, zemin, duvar ve renk ilişkisi. (Tripadvisor, n.d.) Görsel 8. Sukiya Restoranı, duvar, zemin, renk ve mekân algısı ilişkisi. (Tripadvisor, n.d.)
Verilerin Çözümlemesi	Sukiya Restoran’ının tasarımında kullanılan renk paleti incelendiğinde kırmızı, beyaz, bej ve kahverengi renk tonlarının baskın olduğu görülmektedir. Bu renkler arasında özellikle sıcak renklerin döşeme ve duvarlarda yoğun kullanılması, sıcak ve davetkar bir atmosfer yaratmaktadır. Kahverengi, güven dayanıklılık hissi uyandırırken, duvarlarda kullanılan bordür geçişleri ile zeminde aynı renk tonlarının birleşmesiyle restoranın daha samimi ve konforlu görünmesini sağlamıştır. Yer yer oturma alanlarında ve tavanda tercih edilen kırmızı renk tonu ise mekânda enerjik bir atmosfer yaratmaktadır. İştah açıcı etkisi ile bilinen kırmızı renk, fastfood restoranlarında sıkça tercih edilmektedir. Bununla birlikte kasa bölümünün üzerinde tavan rengi olarak seçilen kırmızı tonu, mekânsal algı üzerinde bir odak etkisi yaratarak dikkatleri o bölgede toplamaktadır. Duvarlarının nötr renk, zeminin ise sıcak renk tonlarına sahip olması mekânsal algıyı olumsuz yönde etkileyerek, mekânı olduğundan daha dar algılanmasını sağlamıştır. Genişlik algısının az olduğu mekânda tercih edilen sıcak renk tonları, sosyal etkileşimi arttırmayı teşvik ederken, soğuk renklerin sınırlı olarak kullanılması ile bir uyum içerisinde bu teşviki desteklemektedir. Restoranın iç tasarımındaki açık düzen, renklerin sıcak tonlarda seçilmesiyle birbiriyle etkileşime girmiştir. Kullanılan yüksek tezgahlar ile çeşitli sosyal gruplara hitap etmektedir. Yer yer

kullanılan, sıcak renkli tavan mekânda vurgulanırken, kolonlarda kullanılan tuğla desenlerindeki kırmızı tonları ise mekânın, olduğundan daha ince ve uzun olarak algılanmasına sebep olmaktadır.

Türkiye’den seçilen "Midpoint" casual dining restoranı, uzun süreli oturumlara uygun tasarım dili ve renk kullanımıyla dikkat çekmektedir. Bej, kahverengi ve yeşil tonlarının kullanımı, mekânda davetkâr ve konforlu bir atmosfer yaratmaktadır. Tablo 6’da bu renk tercihlerinin mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkileri görseller üzerinden analiz edilmektedir.

Tablo 6

Türkiye’den Casual Dining Restoran Analizi: Midpoint (Yazar tarafından fotoğraflanmış ve düzenlenmiştir)

Restoran Görselleri



Görsel 9. Midpoint, zemin, duvar renkleri



Görsel 10. Midpoint, bitki duvarı renkleri



Görsel 11. Midpoint, bar çevresi renkleri



Görsel 12. Midpoint, zemin-tavan renkleri

Verilerin Çözümlemesi

Casual dining hizmet konsepti doğrultusunda tasarlanan Midpoint restoranının genel renk paleti incelendiğinde, mekân içerisinde ağırlıklı olarak bej, kahverengi ve açık renk tonları kullanılmıştır. Bu renklerin kullanılması ile mekân, sıcak ve davetkar bir atmosfer oluşturmaktadır. Bunun yanında, aynı renk tonlarının yer yer oturma elemanları ve bar alanında da tercih edilmesi ile mekân genelinde, misafirlerin kendilerini rahat hissedebilecekleri bütüncül bir etki oluşmaktadır. Mekân duvarlarında seyrek bir şekilde kullanılan metalik detaylara sahip soğuk renk tonları ve doğallık etkisi katan yeşil bitki duvar dekorları, mekânın enerjisini yükselterek estetik bir çekicilik sağlamış ve aynı zamanda mekân atmosferine derinlik katmıştır. Tavan ve zeminin sıcak renk tonlarında kullanıldığı restoranda, soğuk renk tonlarına sahip duvarların bu tonlar ile birlikte kullanılması ile mekân, olduğundan daha alçak ancak daha geniş algılanır. Yeşil bitki duvarı ise, soğuk renk tonlarının hâkim olduğu yapı genelinde öne çıkarak dikkat çekici ve vurgulayıcı bir etki kazanmıştır. Mekânsal algının geniş olması bir grup insanın rahatça bir arada oturup sosyalleşebilmesine imkân tanımaktadır. Bar alanında da aynı sıcak renk tonlarının kullanılması, mekânın geneli ile bir harmoni yakalayarak sosyal etkileşimi teşvik eden bir algı uyandırmaktadır. Özellikle renklerin sıcak tonlardan seçilmesi, Türk casual dining kültüründeki, sosyalleşme, paylaşım ve deneyim hissiyatını yansıtırken, mekânsal algıda misafirperverliği ortaya çıkarmaktadır. İnsanların bir araya gelmeleri için ideal bir ortam sunan mekân atmosferi, toplumundaki sosyal etkileşimi yansıtır.

Japonya'dan seçilen "Kimukatsu" casual dining restoranı, sıcak ve koyu renklerin ağırlıklı kullanımıyla daha yakın ve bireysel bir mekân algısı oluşturmaktadır. Tasarım, Japon kültüründeki mahremiyet ve sadelik anlayışıyla uyum göstermektedir. Tablo 7'de, bu renk seçimlerinin mekânsal uzaklık algısına etkisi görsel veriler üzerinden değerlendirilmektedir.

Tablo 7

Japonya'dan Casual Dining Restoran Analizi: Kamikatsu (Savorjapan, t.y. 2000 gabee,t.y.)

Restoran Görselleri	Görsel 13. Kamikatsu, zemin, tavam, mobilya ve renk ilişkisi (Savorjapan, t.y.) Görsel 14. Kamikatsu, özel loca oturma alanları, duvar-tavan renkleri (Savorjapan, t.y.) Görsel 15. Kamikatsu, yemek alanı duvar, zemin, tavan renkleri (2000 gabee, t.y.) Görsel 16. Kamikatsu, oturma alanları renk ve mekân algısı (Savorjapan, t.y.)
Verilerin Çözümlemesi	Japonya'da bulunan Kimukatsu restoranı çerçevesinde yapılan mekânsal renk analizinde, mekânın neredeyse tamamında koyu kahverengi, bej ve siyah renk tonlarının kullanıldığı görülmüştür. Sadece duvarlarda açık bej ve beyaz renk tonlarının tercih edilmesi ile mekân, samimi bir atmosfere sahip olmasının yanında sakin bir deneyim sunmaktadır. Zemin ve tavanda kullanılan renk tonlarının duvarlara göre daha koyu kalması ile mekânsal uzaklık algısı çerçevesinde restoran, daha basık olarak algılanmaktadır. Ancak bununla birlikte sıcak renk tonuna sahip döşeme, bu durumun etkisi azaltarak mekânın aynı zamanda daha sağlam algılanmasını sağlamıştır. Ayrıca mekânın neredeyse tamamına sıcak renklerin hâkim olması, mekânsal uzaklık algısını konsept dahilinde şekillendirmiş, restoranın olduğundan küçük ve yakın olarak algılanmasını sağlamıştır. Bu yakınlık, Japon kültürünün bir yansıması olmakla birlikte, misafirlerin birbirine yakın oturmasını teşvik etmektedir. Ayrıca sıcak renk tonları ile kapalı yeme alanlarının yaratıldığı restoranda, Japon kültüründeki bireysel alanın korunma saygısını yansıttığı da görülmektedir. Sıcak tonların hâkim olduğu mekânda, zeminde kullanılan zıt soğuk renk tonuna sahip lineer döşeme çizgisi, kullanıcıları mekâna davet eden dinamik bir algı yaratmaktadır. Japon kültüründe yemek deneyimlerini paylaşma ve keyif alma felsefesi öncelikli olduğundan, kullanılan sıcak ve koyu renk tonları, samimiyeti pekiştirirken mekânsal algı olarak da Japon estetiğine uygun minimalist, sade bir görünüm sunmaktadır. Mekândaki renkler, mekânsal algıyı kültüre uygun şekilde olumlu etkilemiştir.

Bu çalışmada Türkiye ve Japonya'dan seçilen fastfood ve casual dining tipi restoran örnekleri, renk kullanımı üzerinden mekânsal uzaklık algısı bağlamında karşılaştırmalı olarak analiz edilmektedir. Yapılan analizlerde, her iki kültürde de restoran tasarımlarının hizmet konseptiyle uyumlu olarak şekillendiği gözlemlenmiştir. Fastfood restoranlarda genel olarak sıcak ve enerjik renk tonlarının baskın şekilde kullanıldığı; bu renklerin mekânı olduğundan daha küçük ve samimi algılatarak kullanıcıyı hızlı tüketim yönünde yönlendirdiği tespit edilmiştir. Casual dining restoranlarda ise daha dengeli ve yumuşak renk geçişlerinin tercih edildiği, bu tercihin sosyal etkileşimi destekleyen, daha uzun süreli oturmaya elverişli bir mekânsal atmosfer yarattığı belirlenmiştir. Kültürel açıdan değerlendirildiğinde, Japonya'daki restoranlarda mahremiyet ve bireysellik odaklı tasarımların, mekânın daha yakın ve içe dönük algılanmasına neden olduğu görülmüştür. Türkiye'de ise sosyal etkileşime açık ve kullanıcıyı bir araya getiren mekânsal kurgular, renklerle desteklenerek daha geniş ve kapsayıcı bir atmosfer yaratmaktadır. Her iki ülkede de restoranların hizmet türüne göre şekillenen

tasarım kararları, kullanıcı davranışlarını yönlendirme açısından benzerlikler taşısa da kültürel farklılıklar bu kararların uygulanış biçimini doğrudan etkilemektedir. Elde edilen bulgular, ortak tasarım parametreleri çerçevesinde karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır (Tablo 8 ve Tablo 9).

Tablo 8

Fastfood Restoranlarının Karşılaştırmalı Analizi (Yazar tarafından düzenlenmiştir)

Parametreler	Burger Yiyelim (Türkiye)	Sukiya (Japonya)
Kullanılan Renk Tonları	Turuncu, sarı; sıcak ve canlı tonlar kullanılmıştır	Kırmızı, kahverengi; sıcak ama dengeli tonlar kullanılmıştır
Mekânsal Algı	Dar, samimi, hızlı tüketim odaklı bir mekânsal etkiye sahiptir	Samimi, bireysel ve daha içe dönük bir etkisi bulunmaktadır
Tavan ve Zemin Etkisi	Nötr tavan ve zemin mekânı daha basık göstermektedir	Sıcak zemin – nötr duvar dengesi, mekânı dar göstermektedir
Sosyal Etkileşim	Pozitif ve etkileşimli bir atmosferi desteklemektedir	Sınırlı sosyal etkileşim ve bireysellik ön plandadır
Kültürel Yansıma	Topluluk odaklı, sosyalleşmeyi teşvik etmektedir	Mahremiyeti ön planda tutan bir kültürel yaklaşıma sahiptir
Uzun Süreli Kullanıma Uygunluk	Hayır – hızlı sirkülasyona daha uygun yapıdadır	Hayır – hızlı sirkülasyona daha uygun yapıdadır

Bu analizlerde, mekânsal uzaklık algısını değerlendirme ölçütü olarak, çalışmada yer verilen Göler’e (2009) (Çizim N.Alici) ait olan tablo 3 kullanılmıştır. Bu şekillerde yer alan renk-sıcaklık ve mekânsal yayılma ilişkileri, analiz edilen restoran mekânlarında kullanılan renklerin zemin, tavan ve duvar gibi yüzeylerdeki etkilerini yorumlamada temel alınmıştır. Renklerin açıklık-koyuluk, sıcaklık-soğukluk ve yoğunluk gibi görsel nitelikleri, mekânın geniş, dar, yakın veya uzak algılanmasında belirleyici ölçüt olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 9

Casual Dining Restoranlarının Karşılaştırmalı Analizi (Yazar tarafından düzenlenmiştir)

Parametreler	Midpoint (Türkiye)	Kimukatsu (Japonya)
Kullanılan Renk Tonları	Bej, kahverengi, yeşil; sıcak ve dengeli tonlar kullanılmıştır	Koyu kahverengi, siyah, bej; sıcak ve koyu tonlar kullanılmıştır
Mekânsal Algı	Geniş ve davetkâr bir mekânsal algıya sahiptir	Yakın, sakin ve bireyselliği ön planda tutan bir yapı hakimdir
Tavan ve Zemin Etkisi	Açık tavan- sıcak zemin, mekânı ferah göstermektedir	Koyu tavan ve zemin, mekânı daha basık göstermektedir
Sosyal Etkileşim	Yüksek düzeyde etkileşime açık ve sosyalleşmeye uygundur	Sınırlı etkileşime sahip yapısı ile mahremiyet ön plandadır
Kültürel Yansıma	Topluluk odaklı ve paylaşım temelli bir etkiye sahiptir	Bireysellik ve sadelik odaklı bir etkiye sahiptir
Uzun Süreli Kullanıma Uygunluk	Evet – uzun oturumları desteklemektedir	Evet – ancak daha içe dönük ve sakin kullanıma uygundur

Fastfood ve casual dining hizmet konseptlerine ait dört farklı restoran örneği üzerinden yapılan karşılaştırmalı analizler, renk kullanımının mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkisinin hem hizmet türüne hem de kültürel bağlama göre anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Fastfood restoranlarda sıcak ve dikkat çekici renklerin daha yoğun kullanıldığı, bu tercihin kullanıcıyı hızlı tüketim davranışına yönlendirdiği tespit edilmiştir. Casual dining örneklerinde ise daha dengeli ve sakinleştirici tonların tercih edilmesi, mekânın daha ferah ve sosyal etkileşime açık bir biçimde algılanmasına katkı sağlamaktadır. Kültürel farklılıklar da bu algının şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Japonya’da seçilen örneklerde mahremiyet, sadelik ve bireysellik ön planda tutulurken; Türkiye’deki restoranlar sosyal birliktelik ve paylaşımı önceleyen mekânsal kurgular sunmaktadır. Bu durum, renklerin mekânda algılanma biçimini ve kullanıcı üzerindeki etkisini doğrudan etkilemiştir. Dolayısıyla renklerin mekânsal uzaklık algısını şekillendirmedeki rolü, yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda kültürel kodlarla da bütünleşerek okunmalıdır.

6. SONUÇ

Bu çalışma, restoran mekânlarında renk kullanımının mekânsal uzaklık algısına etkilerini, Türkiye ve Japonya’dan seçilen fastfood ve casual dining restoran örnekleri üzerinden karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Renklerin mekân algısını hem kültürel değerler hem de hizmet konseptleri doğrultusunda nasıl şekillendirdiği araştırılmıştır. AS1 kapsamında, farklı kültürlerden gelen restoranlarda kullanılan renklerin, mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkileri belirgin biçimde farklılaşmıştır. Türkiye örneklerinde, sosyal etkileşimi destekleyen sıcak ve canlı renkler mekânları daha samimi ve kapsayıcı kılarken; Japonya örneklerinde sıcak ancak daha koyu ve kontrollü renk kullanımı, bireysellik ve mahremiyet odaklı bir algı yaratmıştır. Aynı renk tonları farklı kültürel anlamlar yüklenerek, mekânın dar ya da samimi, toplumsal ya da bireysel algılanmasına neden olmuştur. Bu durum, kültürel bağlamın mekânsal algı üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymuştur. AS2 bağlamında, fastfood restoranlarda kullanılan sıcak ve dikkat çekici renklerin, kullanıcıyı daha kısa sürede mekândan ayrılmaya yönlendiren dar bir atmosfer oluşturduğu görülmüştür. Buna karşılık, casual dining restoranlarda daha dengeli ve doğal tonların tercih edilmesi, daha geniş ve rahat bir mekân algısı yaratarak sosyal etkileşimi desteklemiştir. Her iki ülkenin örneklerinde de hizmet türü, renk seçimini ve bu renklerin mekânsal algı üzerindeki etkisini belirleyen temel faktörlerden biri olarak öne çıkmıştır. Sonuç olarak, renklerin mekânsal uzaklık algısı üzerindeki etkileri hem kültürel hem de işlevsel bağlamda anlamlı farklılıklar göstermektedir. Renk tercihleri, yalnızca estetik değil, aynı zamanda kullanıcının mekânla kurduğu ilişkiyi yönlendiren temel bir tasarım aracıdır. Bu araştırma, sınırlı sayıda örneklem üzerinden yürütülmesine rağmen, kültüre ve

kullanım amacına uygun renk kararlarının mekân algısı üzerindeki rolüne dair önemli çıkarımlar sunmakta ve iç mimarlık alanına katkı sağlamaktadır. Bu araştırma özelinde, seçilen restoranlar ile benzer mekânlar kurgulamak isteyen tasarımcılar, araştırmanın bulgularını göz önünde bulundurarak kültürel ve hizmet konseptlerine uygun renk seçimlerini daha etkili bir şekilde yapabilecekleri tespit edilmiştir. Ancak yapılan restoran seçimlerinin sınırlandırılarak Japon ve Türk kültürlerinden, restoran hizmet konseptlerinin de aynı şekilde sınırlandırılarak "fastfood" ve "casual dining" üzerinden seçilmesi; restoranlarda renk kullanımının mekânsal uzaklık algısına etkilerini genelleyebilmek açısından yetersizdir. Bununla birlikte farklı kültür ve konseptlere sahip restoranlarında analiz edilmesi tavsiye edilmektedir. Bu araştırma, daha farklı kültür ve hizmet konseptleri üzerinden seçilen restoranlarda kullanılan renklerinde mekânsal uzaklık algısına etkilerini anlamak için yol gösterici bir niteliktedir.

Teşekkür ve Bilgi Notu

Makalede, ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur. Çalışmada Etik Kurul izni gerekmemiştir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedirler.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan etmektedirler.

KAYNAKÇA

- Acking, C. A., & Küller, H. (1972). The perception of an interior as a function of its colour. *Taylor & Francis Journal*, 15, 645–654. <https://doi.org/10.1080/00140137208924465>
- Ahmadi, R. R. S., & Akbay, S. (2022). Assessment of spatial factors influencing user satisfaction in quick-casual restaurants. *Online Journal of Art and Design Education*, 10(3), 326–338. Erişim Adresi: <http://adjournal.net/articles/103/10321.pdf>
- Alici, N., & Paktaş, M. G. (2020). İç mekânda renk algısı ve psikolojiye etkileri. *Modular Journal*, 3(1), 89–105. Erişim Adresi: <http://modular.gedik.edu.tr/tr/pub/issue/55371/740289>
- Bozbek, Ç. (2023). *Tasarımda renk tercihlerini belirleyen kriterler ve mekân tasarımı kapsamında bu kriterlerin öncelikleri üzerine bir değerlendirme* (Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü). Erişim Adresi: <https://acikerisim.msgsu.edu.tr/xmlui/handle/20.500.14124/6095>
- Enwin, A. D., Ikiriko, T. D., & Jonathan-Ihua, G. O. (2023). The role of colours in interior design of liveable spaces. *European Journal of Theoretical and Applied Sciences*, 1(4), 242–262. [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(4\).25](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(4).25)

- Göler, S. (2009). Biçim, renk, malzeme, doku ve ışığın mekân algısına etkisi (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Erişim Adresi: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=EU7TRZBmzF02pEl8_AwWEA&n
- Kabakçı. (t.y.). Burger Yiyelim. Erişim Adresi: https://lh3.googleusercontent.com/gps-css/AC9h4nolHuxz8JRgXXYejOk9QFh-VOjQVqQjM4HCvh1wUAdz7cXj-YQb2Icf3GSWVGvTd0VX0dTPddnhtft3kFU2BG176G8wTvh8_QM9sp7CA2bWWLTlQdd7Trx8MhhJVR8BMNCt_uhI=s1360-w1360-h1020-rw (09.07.2025)
- Kabakçı. (t.y.). Burger Yiyelim. Erişim Adresi: https://lh3.googleusercontent.com/gps-css/AC9h4nobJkHRL6qccuBeDYzreZAb1fCVOI4zCxssplhKQrebJFs7pBzkBzrGJjKyWlAC1xWic6lp3NZKz6B2Kl5PpMzP8-hosEuHLZC_JGNcmJAfBEKWUmP3fTrRdzoZZdxA_Fj4T7N=s1360-w1360-h1020-rw (09.07.2025)
- Kaufmann, W. (1981). *Notes on interior design*. California: Information Design Inc.
- Keser, N. (2009). *Sanat sözlüğü*. İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- Kıran, A. (1986). *Renğin psikolojik etkilerinin incelenmesi ve deneysel psikoloji yöntemi ile ülkemiz için 18-25 yaş üzerinde renk tercihlerinin saptanması* (Doktora tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). Erişim Adresi: <http://dspace.yildiz.edu.tr/xmlui/handle/1/79>
- Manav, B. (2010). İçmimaride renk kullanımı, ilk içmimarların mesleki uygulamaları ile günümüzdeki yaklaşımlar üzerine bir inceleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(5), 139–149. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/20662/220425>
- Manav, B. (2011). Hacimde bir tasarım parametresi olarak renk. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(8), 93–102. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/20659/220398>
- Manav, B. (2015). Renk – anlam – mekân ilişkisi. *The Turkish Online Journal of Art and Communication*, 5(3), 22–27. <https://doi.org/10.7456/10503100/003>
- Mathur, T., & Gupta, A. (2019). The impact of dining atmospherics and perceived food quality on customers' re-patronage intention in fast casual restaurants. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 95–119. <https://doi.org/10.20867/thm.25.1.6>
- Orstatic. (t.y.). Erişim Adresi: <https://static5.orstatic.com/userphoto/Article/0/5Z/0016K71075979EF21611B4j.jpg> (09.07.2025)
- Özdemir, T. (2005). Renk kavramı ve konut iç mekânında tasarıma etkileri (Sanatta yeterlik tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=hoANhEly-VpW7I5su39TDg&no=h2hWb3I6b1MIHXwkgFLUiA>
- Özsavaş, N. (2016). İç mekân tasarımında renk algısı. *Art-e Sanat Dergisi*, 9(18), 449–460. <https://doi.org/10.21602/sduarte.281735>
- Özsırkıntı Kasap, H. (2015). *20. yüzyıl mimarisinde form ve renk*. İstanbul: Türkiye Alim Kitapları Yayınları.
- Özsoy, V., & Ayaydın, A. (2016). *Görsel tasarım öge ve ilkeleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Paktaş, M. G. (2018). İç mimarlıkta rengin mekân algısı üzerindeki etkisi. *Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, 3(5). Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijiia/issue/43126/522668>
- Rodeck, B., Meerwein, G., & Mahnke, F. H. (1999). *Mensch, Farbe, Raum: Grundlagen der Farbgestaltung in Architektur, Innenarchitektur, Design und Planung*. Leinfelden-Echterdingen: Koch Yayınevi.
- Savavibool, N., & Moorapun, C. (2017). Effects of colour, area, and height on space perception. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 2(6), 351–359. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v2i6.978>
- Savor Japan. (t.y.). Kimukatsu Restoranı. Erişim Adresi: https://rimage.savorjapan.com/svj/image/0031002491/photo/0031002491PIrrJAhr39TOst7km_740x555.jpg?t=1748988351 (09.07.2025)
- Savor Japan. (t.y.). Kimukatsu Restoranı. Erişim Adresi: https://rimage.savorjapan.com/svj/image/0031002491/photo/0031002491Pa8qC3TsNK5S73FA3_740x555.jpg?t=1748988351 (09.07.2025)
- Savor Japan. (t.y.). Kimukatsu Restoranı. Erişim Adresi: https://rimage.savorjapan.com/svj/image/0031002491/photo/0031002491PgJHqwKbvs4RKODNP_740x555.jpg?t=1748988351 (09.07.2025)
- Şenkeçeci, B. (2019). *Mimarlık ve kültür: Bir tasarım stratejisi olarak Shigeru Ban* (Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi). YÖK Ulusal Tez Merkezi. Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Tripadvisor. (t.y.). Sukiya Restoranı. Erişim Adresi: <https://dynamic-media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-o/1a/5d/b9/67/photo1jpg.jpg?w=1100&h=600&s=1> (09.07.2025)
- Tripadvisor. (t.y.). Sukiya Restoranı. Erişim Adresi: <https://dynamic-media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-o/1b/fc/60/b2/breakfast.jpg?w=1100&h=600&s=1> (09.07.2025)
- Tripadvisor. (t.y.). Sukiya Restoranı. Erişim Adresi: <https://dynamic-media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-o/1a/5d/b9/6a/photo4jpg.jpg?w=1100&h=-1&s=1> (09.07.2025)
- Universitev. (t.y.). Burger Yiyelim. Erişim Adresi: https://universitev.com/front/companies_media/istanbul-tuzla-burger-yiyelim-viaport-marina/290201686083906/tmp-290201686083906-media-1920x1081.webp (09.07.2025)
- Universitev. (t.y.). Erişim Adresi: https://universitev.com/front/companies_media/istanbul-tuzla-burger-yiyelim-viaport-marina/968001686083906/tmp-968001686083906-media-794x1080.webp (09.07.2025)
- Yahya, L., & Kusumawardhana, I. (2011). Colour in the restaurant industry: The role and use in Jakarta urban area. In *8th International Conference on Business Management*. Erişim Adresi: <https://journals.sjp.ac.lk/index.php/icbm/issue/view/20>
- Yamaner, F. (2001). *Farklı fonksiyonlarda renk kullanımına ilişkin yaklaşımların değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). Erişim Adresi:

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=F-2JYwFItCSPf6X6QXQp9Q&no=LhR1lsR9HcNm1xDWOQD4iA>

Yavuz, M. F. (2005). *Mimaride niş kavramı* (Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). Erişim Adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=aLlz2PdvUrqIRYaWjs0-3w&no=IHsYVWXvR2ZFCHYbIk9Jog>

2000 gabee. (t.y.). Erişim Adresi: <https://lh3.googleusercontent.com/gps-cs-s/AC9h4nryVJE8l6f5gZWrzZCxfqAXN3LD7kHbg4gUCswmns941O5m4GQIjwVZcFLZ7JpfbdMFv-iD-GfPKqUNUSfV-V4Qnzp5iBEdiJcEQkVgBvHyQ0VI8Ao0mZ-yqNdj6qtyjRckpU=s1360-w1360-h1020-rw> (09.07.2025)

SUMMARY

This research focuses on how colours used in restaurant interiors influence the perception of spatial distance, specifically through a comparative analysis of selected restaurant spaces from Turkey and Japan. The study does not aim to explore psychological or emotional responses to colour, nor does it rely on user surveys or behavioral data. Instead, it uses a spatial and design-centered framework, evaluating how different colour tones affect the perceived size, depth, and proximity of interior spaces, particularly in fastfood and casual dining restaurants. The study is based on the understanding that spatial perception in interior design is shaped by tangible visual elements that can be analyzed through observational criteria. Among these, colour stands out as a critical factor influencing how surfaces and volumes are perceived. In architectural composition, colour can define boundaries, reinforce spatial zones, and either expand or compress the perceived environment depending on its intensity, hue, and placement. This study builds its comparative method on four case studies: “Burger Yiyelim” (fastfood, Turkey), “Sukiya” (fastfood, Japan), “Midpoint” (casual dining, Turkey), and “Kimukatsu” (casual dining, Japan). These restaurants were chosen to represent both distinct cultural design principles and two different service models common in the global food and hospitality industry. Turkey and Japan were selected due to their contrasting design cultures and their differentiated approaches to socialization in eating environments. While Turkish restaurant design tends to emphasize communal experiences, open layouts, and bold colour use, Japanese restaurant interiors often prioritize modesty, simplicity, and a more reserved use of space. These national preferences affect material selection, seating arrangements, and especially colour application. Similarly, fastfood restaurants typically focus on efficiency and rapid user turnover, employing design strategies that favor visual dynamism and compactness. In contrast, casual dining spaces are designed to support longer visits, extended dwell time, and a relaxed social ambiance. These contrasts offer an ideal comparative context to observe how colour choices shape spatial distance perception in accordance with both function and culture. The study adopts a qualitative approach, based on visual

and descriptive spatial analysis supported by spatial interpretation methods. Each restaurant was analyzed using observational data, photographic documentation, and a structured design critique developed to interpret how design decisions influence spatial dynamics. No experimental methods, user testing, or psychological surveys were conducted. Instead, the restaurants were interpreted as spatial case studies, with a focus on colour placement on primary surfaces—walls, ceilings, floors, and furniture—and how these placements affect spatial perception in measurable terms, such as width, height, enclosure, openness, and perceived boundary clarity. In the fastfood category, “Burger Yiyelim” in Istanbul predominantly uses bright warm colours, especially orange and yellow. These colours are applied to vertical and seating elements, while ceilings and floors remain in neutral tones. This arrangement creates a compressed vertical perception, where the ceiling appears lower and the space feels shallower. The use of warm colours on walls brings the vertical surfaces visually closer, reducing the perceived spatial distance. This design strategy enhances compactness and creates a sense of immediacy in the environment. The visual energy of the palette aligns with the expected speed of use in fastfood settings. “Sukiya,” a fastfood restaurant located in Japan, uses a more subdued colour palette, focusing on red, brown, and beige. Red is concentrated in focal areas, such as above the cashier zone, while brown and beige dominate walls and flooring. The darker floor and wall tones make the space appear narrower and closer, and the overhead red feature contributes to a lowered ceiling perception. The combination of warm and dark hues limits perceived depth, creating a tightly bound interior volume. Despite this sense of compactness, the surfaces remain visually coherent, and the space retains a clean, orderly structure aligned with its cultural context and functional intent. For casual dining, “Midpoint” in Istanbul adopts a more spacious and layered colour composition. The interior features a balanced mix of warm earthy tones—such as beige and brown—alongside the strategic use of green accents and plant-based wall features. Warm colours are primarily placed on floors and ceilings, while cooler or neutral tones are applied to vertical surfaces. This combination helps expand the horizontal perception of space while slightly lowering the vertical axis. The result is an interior that feels horizontally open and socially inclusive. The continuity of colour tones across bar areas, seating zones, and transition spaces enhances the holistic character of the space and supports prolonged occupancy and informal social engagement. The Japanese casual dining example, “Kimukatsu,” showcases a denser, more enclosed atmosphere through the dominant use of dark warm colours—especially dark brown and black—across walls, ceilings, and floors. Beige and off-white tones are used sparingly to provide visual relief and subtle contrast. The consistent application of dark colours on all surfaces reduces the perception of depth and volume, creating a close and intimate interior. Seating arrangements are compartmentalized and visually bounded, reinforcing a sense of

enclosure and spatial introversion. The use of linear floor patterns with contrasting hues subtly introduces spatial directionality and draws movement, despite the overall sense of visual and spatial closure. The findings from these four examples indicate that the perceived distance and volume of a space can be significantly shaped by the placement and tone of colours. In fastfood restaurants, the use of vivid warm tones—especially on vertical surfaces—creates a visually tighter and shallower perception of space. This approach is coherent with the fastfood service model, where quick spatial engagement and short user occupancy are desired. In casual dining settings, on the other hand, designers tend to apply more balanced and harmonious colour schemes to support a longer and more comfortable spatial experience. Colours are used to define zones, create contrast, and add visual depth to the space without relying on changes in form or structure. The cultural dimension also plays a crucial role in shaping these spatial strategies. Turkish restaurants favor broader and more expressive colour palettes that support social interaction and shared use of space. Colour is used to extend surfaces outward, promoting openness and accessibility. In contrast, Japanese interiors use colour in a more controlled and focused manner. The interiors tend to reinforce spatial boundaries, limit openness, and emphasize subtle detailing. These strategies align with broader cultural values about privacy, order, and spatial discipline, especially in settings where individual space is prioritized over collective gathering. The study addressed two research questions: RQ1: How do the colours used in restaurant interiors from different cultures influence the perception of spatial distance? The analysis shows that colour influences spatial distance perception differently depending on cultural context. Turkish interiors use warm and saturated tones to enlarge horizontal perception and encourage openness. Japanese interiors use darker and more uniform tones to create closeness and privacy. The same colour can have different spatial effects depending on where and how it is applied, and cultural interpretation further modulates this effect. In some cases, warm colours may appear inviting and communal in one culture, while they may appear dense or overpowering in another, depending on their proportion and contrast. RQ2: How do colour selections in fastfood and casual dining restaurants contribute differently to spatial perception? Fastfood restaurants prefer warm, saturated, and energetic colours on visible surfaces to decrease perceived space and stimulate compactness. This aligns with rapid service goals. Casual dining interiors, however, employ layered colour strategies, blending warm and cool tones across different planes to enhance openness, continuity, and comfort. These colour choices are not arbitrary but reflect spatial intentions: to compress in fastfood layouts and to decompress in casual dining environments. Based on these findings, the study makes several suggestions for interior architects and designers. In fastfood interiors, use warm colours on vertical surfaces in combination with neutral floors and ceilings to enhance compactness and encourage quick

orientation. In casual dining spaces, prioritize the interplay between warm horizontal surfaces and neutral or cool vertical surfaces to create a balanced and harmonious spatial experience. Consider cultural spatial norms when designing colour schemes. Design choices that are effective in one cultural setting may not yield the same perceptual results in another. Avoid uniform colour coverage across all surfaces in compact spaces. Introducing subtle contrasts between surfaces can improve spatial perception, enhance depth, and facilitate movement. For restaurants targeting longer occupancy and social interaction, layered and desaturated colour tones support openness and comfort more effectively than bold, high-saturation schemes. In conclusion, this research demonstrates that colour selection in restaurant interiors is a key design strategy that directly influences how space is perceived. Even without user-based evaluations or psychological analysis, the visual and spatial effects of colour—when observed through a design-oriented lens—reveal distinct patterns aligned with both service models and cultural frameworks. The implications of this study are particularly relevant for professionals involved in commercial interior design, restaurant branding, and spatial planning, offering a practical guide to optimize space through conscious colour application. Moreover, these findings highlight the need for more detailed, culturally-informed design standards that integrate colour strategies as part of the early design process. Future studies may expand this research by including additional countries, alternative service typologies, or integrating other design parameters such as materiality, lighting, and acoustic treatments. Incorporating parametric simulations or AI-assisted spatial analyses may also strengthen the scientific basis of such investigations, enabling more quantifiable spatial assessments. Nevertheless, the present study provides a solid foundation for understanding how interior colour schemes affect spatial distance perception in culturally and functionally distinct restaurant environments.

