KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

KAMPÜS AÇIK MEKAN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNİN YERE BAĞLILIK DUYGUSU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: K.T.Ü. KANUNİ KAMPÜSÜ ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Doruk Görkem ÖZKAN

HAZİRAN - 2017
TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

KAMPÜS AÇIK MEKAN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNİN YERE BAĞLILIK DUYGUSU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: K.T.Ü. KANUNİ KAMPÜSÜ ÖRNEĞİ

Doruk Görkem ÖZKAN

Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünce
DOKTOR (PEYZAJ MİMARLIĞI)
Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 20 / 05 /2017
Tezin Savunma Tarihi : 19 / 06 /2017

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN

Trabzon 2017

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalında
Doruk Görkem ÖZKAN Tarafından Hazırlanan

KAMPÜS AÇIK MEKAN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNİN YERE BAĞLILIK DUYGUSU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: K.T.Ü. KANUNİ KAMPÜSÜ ÖRNEĞİ

başlıklı bu çalışma, Enstitü Yönetim Kurulunun 24 /05/2017 gün ve 1703 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından yapılan sınavda
DOKTORA TEZİ
olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Başkan : Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN .....

Üye : Prof. Dr. Tevfik Hakan ALTINÇEKİÇ .....

Üye : Doç. Dr. Murat AKTEN .....

Üye : Doç. Dr. Cengiz TAVŞAN .....

Üye : Yrd. Doç. Dr. Serap YILMAZ .....

Prof. Dr. Sadettin KORKMAZ
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

"Kampüs Açık Mekan Çevresel Özelliklerinin Yere Bağlılık Duygusu Üzerindeki Etkileri: K.T.Ü. Kanuni Kampüsü Örneği" adlı bu tez çalışması KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak hazırlanmıştır.

Öncelikle doktora danışmanlığımı üstlenerek, tez sürecim boyunca yapıcı eleştirileri ve fikirleri ile beni yönlendiren, değerli hocam Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN' e teşekkür ederim.

Görüşleri, önerileri ve yönlendirici eleştirileriyle yardımlarını esirgememeyen tez izleme komitesindeki değerli hocalarım Doç. Dr. Cengiz Tavşan ve Yrd. Doç. Dr. Serap Yılmaz'a,

Yönlendirmeleri ve destekleriyle yanımda olan babam Prof. Dr. Zafer Cemal Özkan, annem Makbule ÖZKAN ve değerli eşim Arş.Gör. Sinem DEDEOĞLU ÖZKAN'a ,

Sabırları için değerli arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Doruk Görkem ÖZKAN

Trabzon 2017

TEZ ETİK BEYANNAMESİ

Doktora Tezi olarak sunduğum "KAMPÜS AÇIK MEKAN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNİN YERE BAĞLILIK DUYGUSU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: K.T.Ü. KANUNİ KAMPÜSÜ ÖRNEĞİ" başlıklı bu çalışmayı baştan sona kadar danışmanım Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN'in sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuarlarda yaptığımı/yaptırdığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim. 19/06/2017

Doruk Görkem ÖZKAN

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ III
TEZ ETİK BEYANNAMESİ IV
İÇİNDEKİLER V
ÖZET IX
SUMMARY X
ŞEKİLLER DİZİNİ XI
TABLOLAR DİZİNİ XIII
1. GENEL BİLGİLER 1
1.1. Araştırma Probleminin ve Yaklaşımının Ortaya Koyulması 1
1.2. İnsan - Çevre İlişkisi 7
1.2.1. Çevre Kavramı 7
1.2.2. Mekan ve Yer Kavramı 8
1.2.3. İnsan- Yer Etkileşimi 11
1.3. Bir Yer Olarak Kampüs Açık Mekanları 14
1.3.1. Kampüs Açık Mekanlarında Kullanıcı İhtiyaçları 16
1.3.2. Kampüs Açık Mekanlarının Sunduğu Fiziksel ve Sosyal Özellikler 20
1.4. Kullanıcı Memnuniyeti 23
1.5. Yere Bağlılık 25
1.5.1. Yere Bağlılık Bileşenleri 29
1.5.1.1. Yere Bağımlılık (İşlevsel Bağlılık) 29
1.5.1.2. Yer Kimliği (Duygusal Bağlılık) 31
1.5.2. Yere Bağlılık Göstergeleri 32
1.5.2.1. Sosyo-demografik Belirleyiciler 33
1.5.2.2. Sosyal Belirleyiciler 33
1.5.2.3. Çevresel (Fiziksel) Değişkenler 34
1.5.3. Çalışma Kapsamında Seçilen Yere Bağlılık Göstergeleri 36
1.6. Çalışmanın Amaç ve Varsayımlarının Ortaya Koyulması 39
1.7. Araştırma Yöntemi ve İçinde Yer Alan Teknikler 40

1.7.1. Anket 41
2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ 44
2.1. Araştırma Tasarımının Geliştirilmesi 44
2.2. Çalışma Alanının Seçilmesi ve Tanımlanması 46
2.3. Birinci Aşama: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesi 53
2.3.1 Çalışma Alanlarının Seçimi İçin Gerçekleştirilen Anket Süreci 54
2.3.2. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi 55
2.4. İkinci Aşama: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanması 55
2.4.1. Soruların Belirlenmesi 58
2.4.2. Anket Süreci 59
2.4.3. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi 60
2.5. Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık (Place Attachment) Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması 61
2.5.1. Soruların Belirlenmesi 64
2.5.2. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi 65
2.6. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi 66
3. BULGULAR 69
3.1. Birinci Aşama: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular 69
3.1.1. Anket Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri 69
3.1.2. Ankete Katılanların Kampüs Açık Mekanlarını Kullanım Sıklığı ve Kullanım Sürelerine İlişkin Bulgular 70
3.1.3. Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular 71
3.2. İkinci Aşama: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanmasına İlişkin Bulgular 73
3.2.1. Kampüs Açık Mekanlarında Gerçekleşen Etkinliklerin Belirlenmesi ve Açık Mekanların Gerçekleşen Etkinliklere Göre Kıyaslanması 73
3.2.2. Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular 78

3.2.2.1. Çevresel Özelliklerin Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular……..... 80
3.2.2.2. Cluster Analizi Sonuçlarının İrdelenmesi..... 85
3.2.2.3. Kampüs Açık Mekanlarının Çevresel Özellikler Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular……..... 88
3.2.2.4. Çevresel Özellikler Alt Değişkenlerinin Genel Çevresel Özellikler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular..... 90
3.2.2.5. Kampüs Açık Mekanlarının Genel Çevresel Özellikleri ve Çevresel Özelliklerin Kümeleme Analizi Sonucu Belirlenen Fiziksel ve Sosyal Özelliklerine İlişkin Bulgular..... 91
3.2.2.6. Çevrenin Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Genel Çevresel Özellikler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular..... 93
3.2.3. Kullanıcıların Kampüs Açık Mekan Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirmesine İlişkin Bulgular..... 94
3.2.3.1. Memnuniyet Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular 96
3.2.3.2. Memnuniyet ölçeğindeki değişkenlerin Genel Memnuniyet Faktör Ortalaması Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular..... 98
3.2.3.3. Kullanıcıların Kampüs Açık Mekanlarındaki Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Bulgular..... 99
3.3. Üçüncü Aşama: Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık (Place Attachment) Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanmasına İlişkin Bulgular..... 101
3.3.1. Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık Duygusunun Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular..... 102
3.3.2. Yere Bağlılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular... 105
3.3.2.1. Kampüs Açık Mekanlarının Yere Bağlılık Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular.. 109
3.3.2.2. Yere Bağlılık Alt Değişkenlerinin Genel Yere Bağlılık Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular..... 111
3.4. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular..... 112
3.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Memnuniyet ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması..... 112
3.4.2. Çevresel Özellikler ile Memnuniyet ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması..... 123
3.4.2.1. Çevresel Özelliklerin Kullanıcı Memnuniyetine Etkisine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması..... 123
3.4.2.2. Çevresel Özellik Alt boyutlarının Kullanıcı Memnuniyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular..... 125

3.4.2.3. Çevresel Özelliklerin Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular……..... 129
3.4.2.4. Çevresel Özellik Alt Boyutlarının Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular 132
3.4.3. Kullanıcı Memnuniyetinin Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular……..... 136
3.4.4. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Kullanıcı Memnuniyetinin ve Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular 138
4. TARTIŞMA..... 149
4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesi 150
4.2. İkinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanması 151
4.3. Üçüncü Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması 154
4.4. Dördüncü Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi..... 155
4.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Kullanıcı Memnuniyeti ve Yere Bağlılık Arasındaki İlişkilerine Yönelik Bulguların Tartışılması 156
4.4.2. Çevresel Özellikler ile Kullanıcı Memnuniyeti ve Yere Bağlılık Duygusu Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması..... 157
4.4.3. Kullanıcı Memnuniyeti ile Yere Bağlılık Duygusu Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması..... 163
4.4.4. Tüm Değişkenlerin Yere Bağlılık Duygusu Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulguların Tartışılması..... 164
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER 167
6. KAYNAKLAR..... 175
7. EKLER 186
ÖZGEÇMİŞ

Doktora Tezi

ÖZET

KAMPÜS AÇIK MEKAN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNİN YERE BAĞLILIK DUYGUSU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: K.T.Ü. KANUNİ KAMPÜSÜ ÖRNEĞİ

Doruk Görkem ÖZKAN

Karadeniz Teknik Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN
2017, 185 Sayfa, 13 Sayfa Ek

Çevrenin insan davranışları üzerindeki etkisini inceleyen çevresel psikoloji literatüründe çevre önemli rol oynamaktadır. İnsan davranışları, onların ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayan fiziksel ve sosyal çevrede oluşmaktadır. Bu nedenle çevre psikolojisinin fiziksel çevreyle olduğu kadar sosyal çevre ile de ilişkili olduğunu belirtmek gerekmektedir. Özellikle sürekli değişen dünyada, mobilitenin artmasıyla beraber ihtiyaçların da farklılaşması, insanın mekanla kurduğu bağın sorgulanmasını daha da önemli hale getirmiştir. Aynı şekilde açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler sonucunda bazı mekanlar kullanıcılar tarafından yoğun olarak kullanılan, canlı konumlara dönüşürken, bazı mekanlar ise kullanıcı ile bütünleşemeyen ve kullanılmayan boş alanlara dönüşmektedir. Bu sorun üzerine, açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği, bu özelliklerin başarısının kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla araştırma modeli ortaya koyulmuştur. Araştırmanın amacı, yalnızca çevrenin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu nedenle araştırma alanı olarak, kullanıcıların geçmiş deneyimlerinin, hatıralarının olmadığı, kullanıcı grubunun benzer olduğu fakat çevresel özelliklerin farklı olduğu K.T.Ü. Kanuni Kampüsü açık mekanları seçilmiştir. Araştırma yöntemi mekânsal analiz ve anketlerden oluşmaktadır. Çalışmanın sonucunda oluşturulan araştırma modeli ile kullanıcı ihtiyaçlarının daha yüksek düzeyde karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarında, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusunun arttığı ortaya koyulmuştur. Özellikle çevrenin sunduğu sosyal özelliklerin, fiziksel özelliklere kıyasla kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusunu daha yüksek düzeyde etkilediği ortaya koyulmuştur. Aynı zamanda kullanıcıların bulundukları kampüs açık mekanlarına karşı öncelikle yere bağımlılık (işlevsel bağlılık) geliştirdikleri, sonrasında zamana da bağlı olarak yer kimliği (duygusal bağlılık) geliştirdikleri ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kampüs açık mekanları, Mekan ve yer, Memnuniyet, Yere bağlılık

PhD. Thesis

SUMMARY

THE EFFECTS OF CAMPUS OPEN SPACE ENVIRONMENTAL ATTRIBUTES ON PLACE ATTACHMENT: THE CASE STUDY OF K.T.Ü. KANUNİ CAMPUS

Doruk Görkem ÖZKAN

Karadeniz Technical University
The Graduate School of Natural and Applied Sciences
Landscape Architecture Graduate Program
Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ali ÖZBİLEN
2017, 185 Pages, 13 Pages Appendix

The environment plays an important role in the environmental psychology literature, which examines the influence of the environment on human behavior. Human behavior occurs in the physical and social environment that meets their needs and needs. For this reason, it is necessary to note that environmental psychology is related to the social environment as well as to the physical environment. Especially in the ever-changing world, the diversification of needs along with the increase of mobility has made it even more important to question the connection that man has established with space. Likewise, as a result of the physical and social features provided by open spaces, some spaces are transformed into living spaces, which are heavily used by users, and empty spaces that are not used. On this issue, a research model has been put in order to investigate what physical and social characteristics of open spaces should be, and the effects of the success of these properties on user satisfaction and feelings of attachment. The purpose of the study is to investigate the effects of the physical and social characteristics of the environment only on user satisfaction and place attachment. For this reason, it is important to note that the past experience of users is similar to that of the user group, but their environmental characteristics are different. Open spaces of Kanuni Campus were chosen. The research method consists of spatial analysis and questionnaires. With the research model created as a result of the study, it has been revealed that user satisfaction and sense of devotion are increased in successful campus open spaces where user needs are met at a higher level. Especially, it has been shown that the social characteristics (uses and activities, sociability), the physical characteristics (comfort and identity, access and linkages), the user satisfaction and the sense of loyalty are influenced at a higher level. At the same time, it has been shown that users develop dependency (functional attachment) firstly against campus open spaces they are in, and then they develop ground identity (emotional attachment) depending on time.

Key Words: Campus open spaces, Space and place, Place satisfaction, Place attachment

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa No

Şekil 1. İnsan çevre etkileşim sisteminin bileşenleri 1
Şekil 2. Araştırmanın teorik çatkısı 4
Şekil 3. Araştırma modelinin temel kavramları 6
Şekil 4. Mekanın yere dönüşüm süreci 9
Şekil 5. Üç parçalı yere bağlılık modeli 13
Şekil 6. Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı ihtiyaçları ile olan etkileşiminin araştırma modeline eklenmesi 16
Şekil 7. Maslow'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi (1954). 17
Şekil 8. Başarılı mekan özellikleri (Project for Public Spaces (2002). 22
Şekil 9. Kullanıcı ve çevresi arasındaki memnuniyet değerlendirmesi 24
Şekil 10. Yere bağlılık modeli 29
Şekil 11. Yere bağımlılık ve yer kimliği arasındaki ilişki 31
Şekil 12. Araştırma modeli 39
Şekil 13. Araştırma modeli kapsamında kurgulanan aşamalar 45
Şekil 14. Çalışma alanının konumu 47
Şekil 15. Ktü Kanuni Kampüsünde çalışma alanı olarak seçilen konumlar 48
Şekil 16. Ktü Kanuni Kampüsü genel görünümü 48
Şekil 17. Şenlik alanı (15 Temmuz Demokrasi Şehitleri Alanı) genel özellikleri 50
Şekil 18. Merkez koru alanı genel özellikleri 51
Şekil 19. Aşıklar parkı genel özellikleri 52
Şekil 20. Birinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri 53
Şekil 21. II. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular 54
Şekil 22. İkinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri 56
Şekil 23. II. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular 57
Şekil 24. Üçüncü aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri 62
Şekil 25. III. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular 63
Şekil 26. IV. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular 66
Şekil 27. Araştırmanın dördüncü aşamasından elde edilecek bulgular 68

Şekil 28. Kampüs açık mekanlarının tercih edilme düzeylerinin harita üzerinde gösterimi 71
Şekil 29. Kampüs açık mekanlarının tercih edilme düzeylerinin harita üzerinde gösterimi 72
Şekil 30. Kampüs açık mekanlarında gerçekleşen etkinliklerin frekans değerleri 76
Şekil 31. Şenlik Alanında gerçekleştirilen etkinliklere ilişkin örnekler 76
Şekil 32. Koru Alanında gerçekleştirilen etkinliklere ilişkin örnekler 77
Şekil 33. Aşıklar Parkında gerçekleştirilen etkinliklere ilişkin örnekler 77
Şekil 34. Çevresel özellikler ölçeği alt boyutları 85
Şekil 35. Hiyerarşik cluster analizi dendogramı 86
Şekil 36. Cluster analizinin çevresel özellikler gruplaması 86
Şekil 37. Memnuniyet ölçeği tek faktörlü yapısı 98
Şekil 38. Yere bağlılık ölçeği iki faktörlü yapısı 108
Şekil 39. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi 125
Şekil 40. Çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti kavramsal ilişki modeli 129
Şekil 41. Çevresel özelliklerin yere bağlılık üzerindeki etkisi 132
Şekil 42. Çevresel faktörler ve yere bağlılık kavramsal ilişki modeli 134
Şekil 43. Çevresel faktörler ve yere bağımlılık kavramsal ilişki modeli 135
Şekil 44. Çevresel faktörler ve yer kimliği kavramsal ilişki modeli 136
Şekil 45. Kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisi 138
Şekil 46. Çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli 138
Şekil 47. Demografik özellikler, mekan kullanım faktörleri, çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli 143
Şekil 48. Tüm değişkenlerin bir arada yere bağımlılık üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli 145
Şekil 49. Tüm değişkenlerin bir arada yer kimliği üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli 146
Şekil 50. Yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisi 147
Şekil 51. Yere bağlılık kavramsal ilişki modeli 148

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa No

Tablo 1. İnsan-mekan etkileşiminin farklı yönleri ve mekanın farklı bileşenleri ile ilişkisi…….. 12
Tablo 2. Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi ve kentsel açık mekanlardaki tasarım özellikleri..... 18
Tablo 3. İnsan ihtiyaçlarına yönelik farklı sınıflandırmalar 19
Tablo 4. Farklı araştırmacıların yere bağlılık konusunda yapmış olduğu tanımlar..... 27
Tablo 5. Yere bağlılık kavramının iki boyutlu yapısı ve tanımları. 32
Tablo 6. Yere bağlılık göstergeleri 32
Tablo 7. Literatürde çalışılan yere bağlılık göstergeleri..... 35
Tablo 8. Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler..... 37
Tablo 9. Çalışma alanı olarak seçilen kampüs açık mekanlar 49
Tablo 10. Ankette tutum skalasında yer alan kavramlar 59
Tablo 11. Katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin dağılımları..... 69
Tablo 12. Kampüs açık mekan kullanıcılarının kullanım sıklıkları 70
Tablo 13. Kampüs açık mekan kullanıcılarının mekan kullanım süreleri..... 71
Tablo 14. Tercih düzeylerine göre belirlenen alanların frekans değerleri..... 73
Tablo 15. Şenlik alanında gerçekleşen etkinlikler..... 74
Tablo 16. Koru alanında gerçekleşen etkinlikler..... 75
Tablo 17. Aşıklar parkında gerçekleşen etkinlikler..... 75
Tablo 18. Kampüs açık mekan özelliklerinin ortalama değerleri..... 79
Tablo 19. Kampüs açık mekanlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları..... 80
Tablo 20. KMO değerlerine ilişkin yorumlar..... 81
Tablo 21. Çevresel özellikler ölçeği özdeğer ve varyans değerleri..... 82
Tablo 22. Çevresel özelliklere ait faktör yapısı ve ağırlıkları 83
Tablo 23. Çevresel özelliklere ait ifadelerin bölgelere göre ortalama değerleri 87
Tablo 24. Çevresel özellikler alt boyutlarının ortalamaları..... 88
Tablo 25. Kampüs açık mekanlarına göre çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları 89

Tablo 26. Çevresel faktör ortalamaları ile bölgeler arasındaki post-hoc testlerine ilişkin sonuçlar 90
Tablo 27. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları 91
Tablo 28. Genel çevresel özellikler ve çevrenin fiziksel-sosyal özellikleri ortalamaları 91
Tablo 29. Kampüs açık mekanlarına göre genel çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları 92
Tablo 30. Çevrenin fiziksel ve sosyal özellikleri ile genel çevresel özellikler arasındaki ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları 93
Tablo 31. Kullanıcıların kampüs açık mekan memnuniyet düzeylerinin ortalama değerleri 94
Tablo 32. Kampüs açık mekanlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları 95
Tablo 33. Kullanıcı memnuniyet ölçeği özdeğer ve varyans değerleri 96
Tablo 34. Memnuniyet ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları 97
Tablo 35. Memnuniyet ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları 97
Tablo 36. Memnuniyet faktörüne ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçları 98
Tablo 37. Kullanıcıların kampüs açık mekan memnuniyet ortalamaları 99
Tablo 38. Kampüs açık mekanlarına göre kullanıcı memnuniyet düzeylerinde anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları 100
Tablo 39. Kullanıcı memnuniyet düzeyleri ile kampüs açık mekanları arasındaki post-hoc analizine ilişkin sonuçlar 101
Tablo 40. Yere bağlılık duygusuna ait ortalama değerler 103
Tablo 41. Kampüs açık mekanlarındaki yere bağlılık ifadelerinin ortalamaları 103
Tablo 42. Bölgelere ait yere bağlılık duygusuna ait ortalama değerler 104
Tablo 43. Kampüs açık mekan kullanıcılarının genel yere bağlılık ortalamaları 105
Tablo 44. Yere bağlılık ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları 106
Tablo 45. Yere bağlılık ölçeği özdeğer ve varyans değerleri 106
Tablo 46. Yere bağlılık ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları 107
Tablo 47. Kampüs açık mekanlarına ilişkin yere bağlılık alt boyutlarının ortalamaları 109
Tablo 48. Kampüs açık mekanlarına göre yere bağlılık faktörleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları 110

Tablo 49. Yere bağlılık faktörleri ile bölgeler arasındaki post-hoc testlerine ilişkin sonuçlar 110
Tablo 50. Yere bağlılık alt faktörleri ortalama grupları 111
Tablo 51. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları 111
Tablo 52. Çevresel özelliklerin cinsiyete göre farklılaşması 113
Tablo 53. Çevresel özellik alt faktörlerinin cinsiyete göre farklılaşması 113
Tablo 54. Memnuniyet faktörünün cinsiyete göre farklılaşması 114
Tablo 55. Yere bağlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşması 114
Tablo 56. Sınıf değişkenine göre çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları 115
Tablo 57. Sınıf değişkeni ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi sonuçları 115
Tablo 58. Sınıf değişkenine ile yere bağlılık duygusu alt faktörleri tek yönlü varyans analizi 116
Tablo 59. Sınıf ve Yere bağımlılık Tukey Post Hoc analizi 116
Tablo 60. Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi 117
Tablo 61. Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler ortalamaları tek yönlü varyans analizi 118
Tablo 62. Kullanım sıklığı ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi 119
Tablo 63. Kullanım süresi ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi 119
Tablo 64. Kullanım sıklığı ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi 120
Tablo 65. Kullanım süresi ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi 120
Tablo 66. Kullanıcı tercihleri ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi 120
Tablo 67. Kullanıcı tercihleri ile çevresel özellikler tek yönlü varyans analizi 121
Tablo 68. Tercih ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi 122
Tablo 69. Tercih değişkeni ile kullanıcı memnuniyeti Tukey Post Hoc analizi 122
Tablo 70. Sosyo-demografik değişkenler ile çevresel özellikler, genel memnuniyet ve genel bağlılık puanı pearson korelasyon analizi 123
Tablo 71. Çevresel özellikler ile genel memnuniyet korelasyon analizi 123
Tablo 72. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyetine etkisine yönelik regresyon model özeti 124

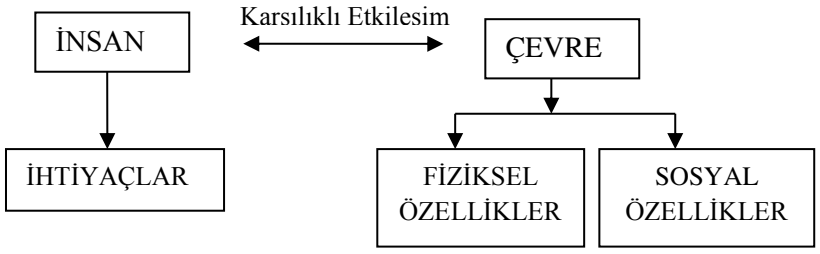
Tablo 73. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyetine etkisine yönelik ANOVA tablosu 124
Tablo 74. Çevresel özelliklerin genel kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu..... 124
Tablo 75. Çevresel alt boyut değişkenleri ile genel memnuniyet korelasyon analizi ... 125
Tablo 76. Çevresel özellik alt boyutlarının kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu..... 127
Tablo 77. Çevrenin fiziksel özellikleri ve kullanıcı memnuniyeti regresyon tablosu ... 128
Tablo 78. Çevrenin sosyal özellikleri ve kullanıcı memnuniyeti regresyon tablosu..... 128
Tablo 79. Çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin bir arada kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu 128
Tablo 80. Çevresel özellikler ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi..... 130
Tablo 81. Çevresel özelliklerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu 130
Tablo 82. Çevrenin fiziksel özellikleri, sosyal özellikleri ve hem fiziksel hemde sosyal özelliklerinin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu 131
Tablo 83. Çevresel faktörler ile yere bağlılık ve yere bağlılık faktörleri korelasyon analizi 132
Tablo 84. Çevresel faktörlerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu 133
Tablo 85. Çevresel faktörlerin yere bağımlılık ve yer kimliğine etkisine ilişkin regresyon tablosu..... 135
Tablo 86. Kullanıcı memnuniyeti ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi..... 136
Tablo 87. Kullanıcı memnuniyetinin yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu..... 137
Tablo 88. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık duygusuna..... 140
Tablo 89. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık duygusuna ilişkin yapılan regresyon analizi 142
Tablo 90. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan regresyon analizi 144
Tablo 91. Yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisine ilişkin regresyon tablosu……. 146

1. GENEL BİLGİLER

1.1. Araştırma Probleminin ve Yaklaşımının Ortaya Koyulması

İnsan doğa içinde var olan ve doğanın desteği olmadan varlığını sürdüremeyen canlı organizmalardan biridir. Çevre ise zaman ve mekan koordinatlarına bağlı olarak yaşamın içinde yer alan ilişkiler ve gerçekleştiği ortamlar bütünüdür (Gürel 1970). O. İmamoğlu (1970)'e göre önce biz çevremizi şekillendirmekteyiz, sonrada çevremiz bizi şekillendirmektedir. Bu tanımlardan da anlaşılabileceği gibi insan ve çevre arasında bir etkileşim söz konusudur.

İnsan-çevre etkileşiminin hangi temellere dayandığını, nasıl oluştuğunu, çevrenin sunduğu özelliklerin nasıl algılandığını ve insanların bu özellikleri nasıl değerlendirdiklerini sorgulayan çevresel psikoloji, yanıt aradığı bu soruların fiziksel çevrenin sosyal özellikleri ile de ilişkili olduğunu fark etmiştir. Canter, bir yere ilişkin deneyimin hem fiziksel hem de sosyal bileşenlerin bir kombinasyonu olduğunu öne sürmektedir (Canter, 1983). Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi insan davranışları, onların ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayan belirli bir fiziksel ve sosyal çevrede oluşmaktadır (Şekil 1). Çevre psikolojisinin önde gelen isimlerinden Harold Proshansky (1983) "yapılandırdığımız fiziksel çevrenin fiziksel olduğu kadar sosyal bir olgu" olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle çevre psikolojisinin fiziksel çevreyle olduğu kadar sosyal çevre ile de ilişkili olduğunu belirtmek gerekmektedir (Göregenli, 2005).



Şekil 1. İnsan çevre etkileşim sisteminin bileşenleri

Mekan ile yer farklı kavramlardır. Tuan (1977), mekanı (space) sınırları belirlenmiş bölge olarak tanımlarken, bu alan içindeki birtakım ihtiyaçların karşılandığı özel yerleri de

yer (place) olarak tanımlamıştır. Mekana anlam ve değer yüklenmesi ile mekan yere dönüşür. Yani yer sadece fiziksel değil aynı zamanda psikolojik ve etkileşimli bir kavrama karşılık gelmektedir. Canter (1977) bir yerin çevresel bir özellik olarak değerlendirilmesi konusunda kafa karışıklığı olduğunu ifade etmektedir; oysa ki yer yalnızca soyut bir kavram olarak değil, aynı zamanda bir kullanım ve deneyim olarak da değerlendirilmelidir (Canter, 1977). Bu nedenle mekanın yere dönüşüm sürecinin anlaşılabilmesi için öncelikle insanların fiziksel ve sosyal çevreleri arasındaki sürekli etkileşim sürecinin anlaşılması gerekmektedir.

İnsan varoluşu ile bir yere sahip olmaz, tam tersine kendine ait mekanı oluşturur (Pretty, 2003). Çünkü insan zamanla, fiziksel çevresine karşı belirli anlam ve değerler oluşturur. Yani yer; mekana kişisel, grupça ve kültürel süreçlerle anlam verilmesi ile oluşmaktadır (Vorkin, 2001). Bu oluşum içinde insanın yer ile arasında oluşturduğu en önemli motiflerden biri de yere bağlılıktır. Yere bağlılık mekanın oluşturduğu deneyimin, insanın ona getirdikleriyle birleşmesidir. Başka bir ifadeyle, biz kendimize ait olan yerleri oluştururuz. Bu yerler bizden bağımsız olarak var olamazlar (Steele, 1981). Bu nedenle yer boşluktaki bir noktadan çok daha fazladır.

Bu durumda şu sorular gündeme gelmiştir:

- İnsanlar neden bir yere bağ hissederler?
- Neden bir yerden ayrılmak isterler?

Bu sorular çevresel psikoloji literatüründe en popüler kavramlardan biri olan "yere bağlılık"ı işaret eder (Low&Altman, 1992; Hernandez, Hidalgo, Salazar-Laplace & Hess, 2007; Scannell & Gifford,2010b). Proshansky (1983) yerin ilk işlevinin kullanıcılarda "aidiyet" ve "bağlılık" geliştirmek olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda yere bağlılığın bu niteliği ve türü, hem yerlerin kendileriyle (ölçekleri, büyüklükleri, fiziksel ve sosyal özellikleri) hem de kişilerle (sosyal ve ekonomik durumları, ikamet süresi uzunlukları ve hareketlilik, yaş, güvenlik duygusu, belirli bir yerdeki sosyal ilişkiler, değer sistemi vb.) ilgili göstergelere göre değişmektedir. Son 20 yılda bu kapsamda yapılan çalışmalar; yere bağlılık göstergelerinin neler olduğu konusunda yoğunlaşmışlardır. Bu çalışmalar yere bağlılık göstergelerinin fiziksel, sosyal ve sosyo-demografik göstergelerden oluştuğunu belirtmektedir (Lewicka, 2010).

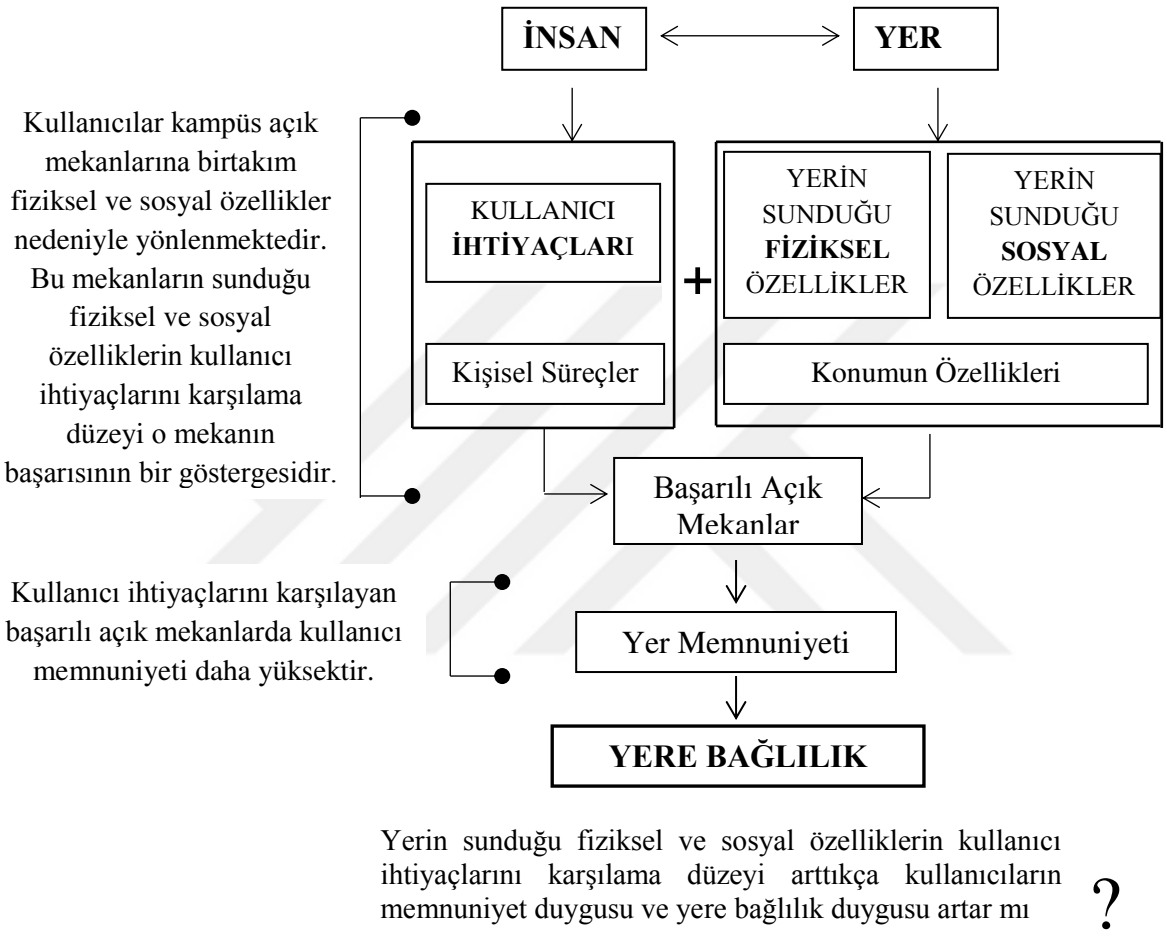
İşlevsel kılınması kolay olan sosyodemografik değişkenlerle ve genelde iyi tanımlanmış ölçek içeren sosyal değişkenlerle (komşuluk bağları veya güvenlik hissi gibi) kıyaslandığında, bağlılığı etkileyebilecek potansiyel çevresel (doğal, mimari veya kentsel)

özellik sayısı sonsuzdur. Yerin sunduğu çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklerin yere bağlılığa etkisini araştıran çalışmalarda, ya genel bir teoriden yola çıkılması gerektiği ya da değişkenlerin oldukça seçici ve geniş olan kategoriler kullanılarak, yerin olası bütün fiziksel ve sosyal özelliklerini içermesi gerektiği belirtilmiştir (Fornara et al.,2009; Lewicka, 2011). Bu nedenle bu araştırma, yerin sunduğu "çevresel (fiziksel ve sosyal)" özelliklerin yere bağlılığa olan etkisini ortaya çıkarmayı hedeflemiştir. Bu nedenle araştırmada bundan sonra akla gelen sorular şunlar olmuştur:

- Başarılı yerlerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler nelerdir?
- Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılık ile ilişkisi nasıldır?

Bu soruların cevabını bulmak için öncelikle insanların fiziksel ortamları ve sosyal çevreleri arasındaki sürekli etkileşim sürecinin anlaşılması gerekmektedir. İnsanlar kentsel açık mekânlara bir takım sosyal ve fiziksel özellikler nedeniyle yönlenmektedirler. Bu nedenle bu mekânlar tasarlanırken fiziksel ve sosyal çevre tüm kullanıcılar için düşünülmelidir. İnsanların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri, hatırlayacağı ve özleyeceği yerler; sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan mekanlardır (Williams et al.,1992). Jack (2008), hem sosyal hem de fiziksel çevrenin ideal olması sonucunda yere bağlılığın gelişebileceğini belirtmiştir. Tüm bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi; kentsel açık mekan özelliklerinin bağlılık yaratmada önemini keşfetmeye odaklanan çalışmalar; açık mekanlardaki kullanıcı ihtiyaçlarını anlamanın gerekliliğinden bahsetmektedir. Kullanıcı ihtiyaçları, kullanıcıların bir mekan içindeki yaşamını, toplumsal, psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklara uğramadan ve yaptığı işlerde verimli olmasına yardım edecek olanakları veren çevre koşulları şeklinde tanımlanmaktadır (Ertürk,1976). Başarılı kentsel açık mekanların oluşturulması, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılanmasına bağlıdır (Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Marcus and Francis, 1997). Yere bağlılık literatüründe yapılan araştırmalar da, insan - mekan ilişkisi kapsamında, yerin kullanıcı ihtiyaçlarını karşılaması, kişisel hedeflerini yerine getirmesine olanak tanıması sonucu, memnuniyet duygusunun oluştuğunu ve o yere özel bir bağlılık geliştirmesinin mümkün olduğunu söylemiştir (Yüksel et al., 2010; Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998, Williams et al.,1992; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b). İnsan ve mekan arasındaki etkileşimli bu süreç bir yere anlam yüklenmesi ve yere bağlılığın oluşması ile sonuçlanmaktadır (Case, 1996; Greider ve Garkowich, 1994; Stokowski, 2002). Bu kabuller doğrultusunda,

kullanıcı ihtiyaçları göz önüne alınarak, yerin kullanıcılara sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği ve bu özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılığa olan etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışmanın teorik çatkısı oluşturulmuştur (Şekil 2).



Şekil 2. Araştırmanın teorik çatkısı

Araştırmada bundan sonra yanıtlanacak sorular şunlardır?

- Kampüs açık mekanlarının kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimleri kapsamında sağladığı fiziksel ve sosyal özellikler nelerdir?
- Kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayan fiziksel ve sosyal özellikler arttıkça memnuniyet artar mı?
- Kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayan fiziksel ve sosyal özellikler arttıkça yere bağlılık artar mı?

Bu sorular tez kapsamında, insan-çevre etkileşimi kapsamında açık mekanlarda kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimleri, mekanın fiziksel ve sosyal özellikleri, mekan memnuniyeti ve yere bağlılık (işlevsel ve duygusal) kavramları ve ilişkilerinin irdelenmesini gerektirmiştir.

Sosyal ve kültürel etkinlik mekânlarının öğrenci gelişimindeki öneminin bilinmesine rağmen, günümüzdeki kampüs açık mekânlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, öğrencilerin ihtiyaçları kapsamında yere bağlılık ile ilişkisine yönelik çalışmalara rastlanmamıştır. Bu bilgilerin sonucunda bu çalışmada amaç; insan çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçları kapsamında değerlendirilerek yer memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştırmak olurken temel amaçlar ise şunlardır;

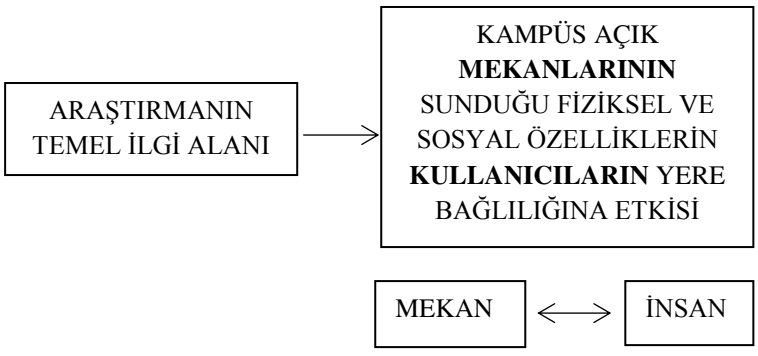
- Kampüs açık mekanlarına bağlılığı oluşturan faktörlerin belirlenmesi.
- İnsan-çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarındaki fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı bağlılıklarına etkisinin belirlenmesi.
- Kampüs açık mekanlarında memnuniyet ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklamak.

Bu çalışmada açık mekan kapsamında kampüs açık mekanları değerlendirilecektir. Üniversite kampüsleri kullanım amacı ve şekli dikkate alındığında kentsel mekan organizasyonun küçük bir modeli olarak düşünülebilir. Dober (2000) kampüs açık mekanlarını, yapılanmış kentsel açık mekanlar olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılığa olan etkisi KTÜ kampüs açık mekanları özelinde araştırılacaktır.

Üniversiteler eğitim, öğretim, araştırma ve uygulama eylemlerinin yer aldığı yapıların yanında, içinde sosyal ve kültürel etkinlik mekanlarına sahip fiziki oluşumları da içerirler. Üniversiteler öğrenci sayılarının ve eğitim yapılarının artmasına paralel olarak sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahiptir. Fiziki yapıların giderek artması, öğrencilerin açık mekan ihtiyaçlarının karşılanamamasına neden olmaktadır. Sosyal ve kültürel etkinlik mekânlarının öğrenci gelişimindeki öneminin bilinmesine rağmen, günümüzdeki kampüs açık mekânlarının, öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamadığı ve istenilen düzeyde kullanılmadığı görülmektedir. Bunun sonucunda da memnuniyet duygusu ve yere bağlılık olumsuz olarak etkilenmektedir. Sonuç olarak bu çalışma kapsamında şu varsayımlar ileri sürülmüştür;

- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı kaliteli kentsel açık mekanların sunduğu fiziksel özelliklerin pozitif algısı yere bağlılığı arttırır mı? Fiziksel değişkenler yere bağlılığın seviyesi ile ilişkili midir?
- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı kaliteli kentsel açık mekanların sunduğu sosyal özelliklerin pozitif algısı yere bağlılığı arttırır mı? Sosyal değişkenler yere bağlılığın seviyesi ile ilişkili midir?
- Kullanıcıların mekanı kullanım süresi, yere bağlılığın seviyesiyle ilişkili midir?
- Kullanıcı memnuniyeti arttıkça yere bağlılık artar mı?

Bu doğrultuda araştırmanın teorik çatkısı Şekil 3' de ortaya koyulmuştur. Çalışmanın birinci bölümünde genel bilgiler başlığı altında insan-çevre ilişkisi kapsamında, kentsel açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler, kullanıcı ihtiyaçları, mekan memnuniyeti, yere bağlılık kavramları açıklanmıştır. Bu kavramların birbirleriyle olan ilişkileri açıklanarak, yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliğine olan etkileri değerlendirilmiştir. Genel bilgilerdeki her başlıkla birlikte gündeme gelen kavram modele eklenerek model geliştirilmiş, literatür aşamasının sonunda tüm model ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda modele çekirdek oluşturan ve bu kısımda ele alınan ana kavramlar Şekil 4'de gösterilmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında ise yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, gerçekten yere bağlılığın göstergesi olup olmayacağı ve bu özellikler bakımından farklılıklar ortaya koyan mekanlarda, kullanıcıların memnuniyet ve yere bağlılığı açısından bir değişimin olup olmadığı, ya da nasıl oluştuğu sorgulanacaktır.



Şekil 3. Araştırma modelinin temel kavramları

1.2. İnsan - Çevre İlişkisi

1.2.1. Çevre Kavramı

İnsan ile yer arasındaki bağın anlaşılabilmesi için insan-çevre ilişkisinin incelenmesi gerekmektedir. İnsanın yere bağlanma süreci ancak bu ilişki açıklandığında tartışılabilir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki bölümünde, insan ve çevresi arasında kurulan ilişkiyi daha iyi anlamak amacıyla öncelikle çevre tanımı ve çevre kavramının ele alınış şekilleri (çevre – mekan – yer) ortaya koyulacaktır. İnsan çevre ilişkisinde, çevresel özelliklerin, insanların ihtiyaçlarını düzenlemesindeki rolü ve bunun sonucunda insanın yer ile nasıl bir ilişki kurduğu tartışılacaktır.

Çevre kelimesi oldukça sık kullanılan fakat farklı disiplinlerde farklı anlamları barındıran bir kelimedir. Coğrafyacı için yer şekillerini, psikolog için bireyin çevresindeki insanlarla ilişkilerini ve kişiliğini, sosyolog için sosyal hayat ve sosyal süreçleri tanımlar. Peyzaj mimarları için ise açık mekanları çağrıştırır.

Çevresel değişkenler insan davranışlarını nasıl etkiler? Bu soru kapsamında ortaya çıkan çevre psikolojisini; fiziksel çevre ile insan davranışları arasındaki karşılıklı ilişkilerin incelenmesi şeklinde tanımlamak mümkündür. Literatürdeki bu tanımların da ilişkinin karşılıklı olduğunu vurgulama yönünde olduğu görülmektedir (Gifford, 2002; Göregenli,2005). Çevrenin insan davranışları üzerindeki etkilerini inceleyen çevresel psikoloji literatüründe "çevre" önemli rol oynamaktadır. Literatürde çevre ile ilgili tanımlar genel olarak "çevre, mekan ve yer" kavramlarıyla ifade edilmektedir. Çevresel psikolojinin öncülerinden Barker (1968), çevreyi; bireylerin dışında; fakat kişinin anlamlı bütünler oluşturan, davranışlarıyla iç içe geçmiş ve bu davranışlara şekil veren bir bütün olarak tanımlamıştır. Ittelson (1973) bu konuda, nesne varsa öznede vardır; fakat çevrenin öznesi olunmaz yalnızca katılan olabilir, çevre bizi bütünüyle kapsar demiştir. Ittelson (1973) bir başka tanımında çevrenin farklı nitelikleri ile insanları etkileyen, farklı aktivitelere ortam yaratan, farklı olanaklar sunarak sosyal grupları bütünleştiren ve içerdiği öğelerin karşılıklı etkileşebildiği ekolojik bir sistem olduğunu savunur.. Rapaport (1990) ise, çevreyi nesneler ile nesneler, nesneler ile insanlar ve insanların birbirleri arasındaki bir dizi ilişkiler sistemi olarak tanımlamaktadır.

Literatürde çevreyi sınıflandıran birçok araştırmacı vardır. Örneğin Lawton çevreyi beş bileşenli (birey – fiziksel çevre – insan çevre – insan üstü çevre – toplumsal çevre)

ekolojik bir sitem olarak tanımlamıştır. Lang (1994) e göre ise bütünsel anlamda çevre dört bileşenden (yersel çevre – hareketli çevre – sosyal çevre – kültürel çevre) oluşmaktadır. Bu sınıflandırmalardan da anlaşılabileceği gibi çevre tek boyutlu bir kavram değildir.

Altman ve Cheemers (1986) çevreyi, doğal çevreler ve inşa edilmiş çevreler olarak ikiye ayırmaktadır ve doğal çevreler ile doğal ve vahşi manzaralar, inşa edilmiş çevreler ile de kentsel alanlar anlatılmaktadır.

Prohansky (1978)'e göre fiziksel çevre; "insanın içinde kısa ya da uzun süre yaşadığı, karşılıklı etkileştiği ve eylemlere katıldığı her fiziksel ortamı belirleyen karmaşıklık, kısaca inşa edilmiş çevredir." Fiziksel çevreler, kullanıcıları ile karşılaştıkları sırada, insan-çevre etkileşim süreci başlamış demektir. Birey hem çevresinin merkezi, hem de önemli bir parçasıdır. Bu nedenle çevresinden etkilenir ve çevresini de etkiler. Yani insan ve çevresi arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bu nedenledir ki Proshansky "yapılandırdığımız fiziksel çevre, fiziksel olduğu kadar sosyal bir olgudur" demektedir (Proshansky, Ittelson and Rivlin, 1976). Bu nedenle çevresel psikolojinin çevrenin fiziksel özellikleriyle olduğu kadar, çevrenin sosyal özellikleri ile de ilgili olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında da çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin kullanıcılar üzerindeki etkileri araştırılacağından çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu özellikler detaylıca açıklanacaktır.

1.2.2. Mekan ve Yer Kavramı

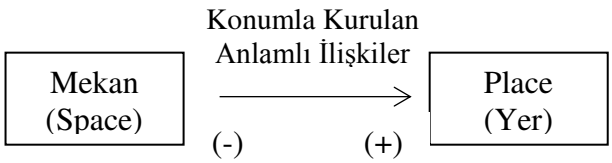
> "*gerçek mekan şekilsizdir, ancak onun içindeki nesneler ona şekil verir."*.... (Poincare, 1964).
>
> *"yer, insanların öyle ya da başka türlü ilişki kurdukları, değdikleri, bağlandıkları mekanlardır; anlamlı konumlardır"*(Cresswell, T.,2004).

Gündelik hayatta konuşma dilimizde "mekan" (space) ve "yer" (place) kelimeleri arasındaki anlam farklarına dikkat edilmemektedir. İngilizcede bu ayrım ve kullanılış biçimi biraz daha ayırt edilebilir fakat Türkçede bu iki kavram birbirinden çok da fazla ayrılamamaktadır. Bu iki kavram arasındaki farkların daha rahat anlaşılabilmesi için öncelikle mekan ile ilgili yapılan tanımlamalara bakmak gerekir.

Mimarlık literatüründe "mekan", "insanı çevreden belli bir ölçüde ayıran ve içinde eylemlerin sürdürmesine elverişli olan boşluk, boşun" olarak tanımlanmaktadır

(Hasol,1993). Büyük Larousse sözlük ve ansiklopedisinde mekan ilk anlamıyla: "bir kimsenin, bir şeyin; bir eylemin gerçekleştiği yer", ikinci anlamıyla "belirli bir kullanıma, işe ayrılmış yer" olarak tanımlanmaktadır. Bu en genel sözlük anlamı bile mekan kavramının çok geniş ve derin anlamlar ifade ettiğini göstermektedir.

Gür (1996) mekanı; daha geniş bir tanımla, "insanın insanla, insanın çevreyle ve nesnenin nesne ile olan uzaklıklarının, aralıklarının ve kısaca bizi saran boşluğun üç boyutlu bir anlatımı" olarak tanımlamıştır. Bu tanımdaki bizi saran boşluk ifadesinden de anlaşıldığı gibi, mimari mekan sonsuz alan içinde sınırlama ile tanımlanabilen boşluktur. Bir başka tanıma göre mekan boşlukların sınırlandırdığı yer olarak tanımlanır. Bu boşluk farklı ölçekleri içinde barındırır; oda, ev, sokak, mahalle, semt, kent, ülke ve kıtaya hatta dünya ve uzaya kadar içinde bulunduğumuz her konum mekandır. Varlık sorununu ele alan Heidegger (1962), varlığın mekânsal olduğunu savunmuş ve insan ve mekanın birbirinden ayrılamaz olduğunu belirtmiştir. Yani mekan onu oluşturan ve sınırlayan bileşenlerinin yanında ona anlam kazandıran insan faktörü ile birlikte varlığını sürdürmektedir. Buna benzer bir tanımla Fransız sosyolog Lefebvre (1991) mekanın üretimi kitabında, mekanın insanla var olduğunu ve mekânsal ilişkilerin sosyal anlamlarla oluştuğunu belirtmiştir. Bu mekanlarla kurulan bağlar, ilişkiler sonucu deneyimler oluşur. Böylece içinde bulunduğumuz "mekan" (space) artık anlamlı "yer" (place) e dönüşür.



Şekil 4. Mekanın yere dönüşüm süreci

Tüm bu tanımlardan sonra mekan ve yer kavramlarının anlam farklarını sorgulamak ve yer kavramını tanımlamak için şu soruyu sormak gerekir. Her mekan yer midir?

Her mekanın bir yer olmadığı, yerin mekandan çok daha farklı anlamlar taşıdığı 1960'lı yılların başında "yer hissi" (sense of place), "yere bağlılık" (place attachment) gibi yerle ilgili kavramlarla çevrenin insanlar üzerinde etkileri olduğu anlaşılmıştır.

Mimarlık ve çevresel tasarım kapsamında mekanı bir tasarım nesnesi olarak düşünmek için, yalnızca mekanın fiziksel özellikleri değil, onun sosyal özelliklerini de kapsayan anlamlarıyla beraber düşünmek gereklidir. Her mekanın bir yer olmadığı, yerin

mekandan çok daha farklı, çoğul anlamlar taşıdığı, mimarlık ve kentsel tasarım araştırmaları kapsamında önemsenmelidir (Gürkaş, 2010). Bu fark, mekan içinde bireysel ve toplumsal davranış örüntülerinin anlaşılabilmesine olanak sağlayacaktır. Bu sayede mimarlık ve kentsel tasarım alanında, mekanın salt iki boyutlu yapısı değil, aynı zamanda insan, insanın ona yüklediği anlamlar ve toplumsal yapısı da araştırılacaktır. Bu nedenle bu çalışma kapsamında "yer" ile ilgili yapılan tanımlar oldukça önemlidir.

Tim Cresswell (2004)'e göre yer "insanların ilişki kurdukları, değdikleri, bağlandıkları mekanlardır; anlamlı konumlardır". Yer kavramı bu tanımda mekanla ve konumla ilişkili olarak tanımlanmıştır. Cresswell'e göre mekan yerden farklı olarak anlamı olmayan bir alandır. İnsanlar mekanla ilişki kurduklarında ve bir anlam yüklediklerinde mekan bir yer haline gelir. Bu konuda Schulz (1980; 1988), "mekan, ne zaman anlamlı yerlerin bir sistemi haline gelirse, bizim için yaşanmaya değer hale gelir" demiştir. Bu kapsamda yer, insanlar tarafından kullanılan, deneyimlenen, anlam ve değer yüklenmiş mekanın bir parçasıdır. Yani mekanlar, o mekandaki yaşanmışlığın katmanlaşması ile yere dönüşürler. Bir diğer ifadeyle yer, insanların birbirleriyle ve çevreleriyle iç içe geçmesi ile oluşur. (Pretty, 2003).

Yi-Fu Tuan (1977) mekanı "hareket ve özgürlük" olarak, yeri ise " durma ve güvenlik" olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi Tuan mekanı harekete izin veren, yeri ise durak, ara vermek olarak tanımlar. Yani hareketin içindeki her durma noktası, o mekanlarla kurulan bağlar, ilişkiler sonucu deneyimler oluşturarak, mekanın anlamlı bir yere dönüşmesine olanak sağlar. Tuan (1977) mekan ve yer arasındaki farkı anlatırken, mekanı sınırları belirlenmiş bölge olarak tanımlamış, bu alan içindeki birtakım ihtiyaçların karşılandığı özel konumları da yer (place) olarak tanımlamıştır. Bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi; yer sadece geometrik bir mekan değil, insanların ona anlam ve değer yükleyerek, iletişim ve etkileşim oluşturan sürekli değişen bir olgudur. Bu nedenle fiziksel ve sosyal boyutları içeren yer kavramı, kesin sınırları olan fiziksel ve coğrafi bölgeyi tanımlamaktan çok, içinde kullanıcılarıyla bütünleşen ve sosyal etkileşim oluşturan bir yapıda incelenmektedir (Kyle, 2004).

Canter (1977)'ın yer teorisi, bir yerin; fiziksel özelliklerini, o yerle ilişkilendirilen davranış şekillerini ve kişilerin bu davranışlarla ilgili fikirlerini bilene kadar tam olarak tanımlanmadığını ifade etmektedir (Canter, 1977). Canter (1977), bir yerin çevresel veya mimari bir nesne olarak değerlendirilmesi konusunda yalnızca soyut bir kavram veya bağımsız bir bağlam olarak değil, aynı zamanda bir kullanım ve deneyim olarak da

değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir (Canter, 1977). Canter, bir yere ilişkin deneyimin hem fiziksel hem de sosyal bileşenlerin bir kombinasyonu olduğunu öne sürmektedir (Canter, 1983). Bu nedenle mekan içindeki faaliyetler, kişilerin bir ortam hakkındaki anlayışı, tanımı ve değerlendirmesi sonucu yere dönüşür (Canter, 1977). Canter'ın yer teorisi, yerlerin kişi-yer ilişkilerinin kişisel, sosyal, kültürel ve psikolojik bileşenlerini içeren çevresel deneyimlerin odak noktası olduğunu ortaya koymaktadır (Canter, 1996). Diğer bir deyişle, bir ortam olarak yer, sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle, bir kişi ile yer arasındaki ilişkiyi kolaylaştırabilir. Özetle, Canter'ın yer teorisi insanların bir yer veya ortamdaki esasen çok değişkenli doğasına veya insan-yer ilişkilerine dikkat çekmektedir. Burada önemli olan yerin nasıl bir yer olduğu sorusuna değil, yeri neyin yer yaptığı sorusuna yanıt aramaktır. Bu nedenle bazı kuramcılar yerin karmaşık bir yapı olduğunu ve insanların bu yapıya çeşitli yollarla atfettikleri anlamlarla yeri oluşturduğunu belirtmektedir (Low&Altman, 1992; Stedman, 2002). Yeri oluşturmanın ve onun anlam akışının daha iyi anlaşılabilmesi için insanların fiziksel ve sosyal çevreleri ile karşılıklı etkileşim sürecinin anlaşılması gerekmektedir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki kısmında insan-yer ilişkisinin nasıl oluştuğunun açıklanması gerekmektedir.

1.2.3. İnsan- Yer Etkileşimi

Bu bölümün amacı insanın mekan ile karşılaştığında, karşılıklı etkileşimlerin nasıl oluştuğunu ve mekanın yere nasıl dönüştüğünü açıklamaktır.

Lefebvre (1991), mekanın insan hayatındaki önemini "hayatı değiştirmek için önce mekanı değiştirmeniz gerekir" cümlesiyle açıklamıştır. Bu kapsamda, insan doğa içinde var olan ve doğanın desteği olmadan varlığını sürdüremeyen canlı organizmalardan biridir. Çevre ise zaman ve mekan koordinatlarına bağlı olarak yaşamın içinde yer alan ilişkiler ve gerçekleştiği ortamlar bütünüdür (Gürel 1970). O. İmamoğlu (1970)'e göre biz çevremizi şekillendirmekteyiz, sonrada çevremiz bizi şekillendirmektedir. Bu tanımlardan da anlaşılabileceği gibi insan ve çevre arasında bir etkileşim söz konusudur. İnsan – çevre etkileşim sistemi, birbirini dengeleyen iki süreçten oluşur. Bu süreçler;

- çevresinden etkilenen insanın, davranışlarındaki değişiklikleri ölçmek,
- diğeri ise davranışlar sonucu oluşan yeni gereksinimlere göre çevrenin özelliklerini değiştirmektir (Canter, 1973).

"Sürekli olarak çevresiyle etkileşim içerisinde bulunan insan eylemleri, ihtiyaç ve davranışları ile açık sistem olma durumundadır. Burada insanın kapalı olgusu içinde algılama ve biliş süreçleri bulunur. İnsan bu açık ve kapalı olgularını dönüşümlü olarak çalıştırıp, çevreyle karşılaştığında, ihtiyaç ve dürtüleriyle algıdan etkilenmekte, biliş oluşmakta, çevreye davranışı ile tepki göstermektedir" (Özbilen, 1983).

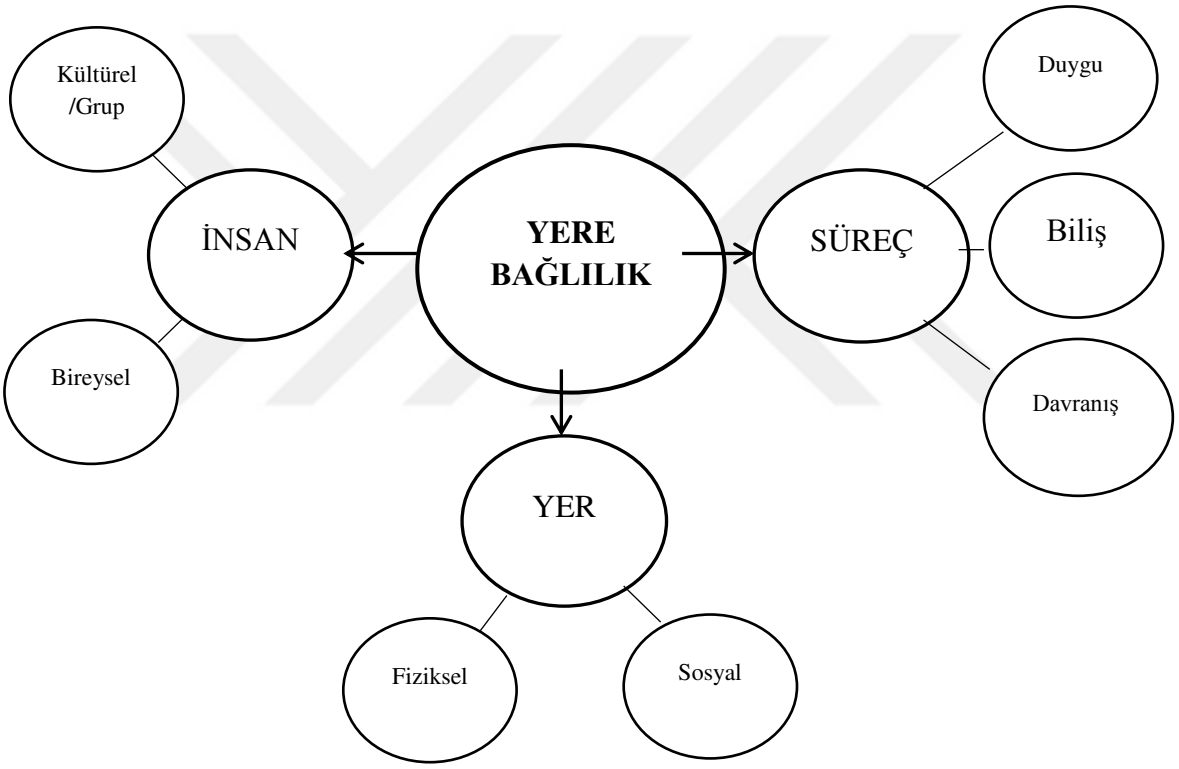
Yer kavramı 1960'lı yıllardan günümüze kadar geçen sürede çevresel psikoloji, mimarlık, tasarım ve planlama gibi birçok farklı disiplinin çalışma konusu olmuştur. Günümüz çalışmalarında, insanın yer ile kurduğu ilişkinin sorgulanması ve içinde yaşadığı yerle de tıpkı diğer insanlarla veya nesnelerle kurduğu biçimde bir ilişki kurduğunun fark edilmesi açısından bu kavram büyük öneme sahiptir (Karakuş, 2007).

İnsan-yer etkileşiminde "algı, çevreye ait görsel bilgiyi, görsel bilgi görsel karakteri belirleyerek bilişi, görsel karakter görsel niteliği belirleyerek yorumu oluşturmakta, tavır ve davranışla çevreye eylem olarak dönüşüp iki yönlü bir süreci belirleyerek geri beslemeyle tekrar algıyı etkilemektedir. Buradaki algı ve biliş süreçleri tanımlamayı, yorumlama süreci de değerlendirmeyi belirlemektedir. Tanımlama ve değerlendirme, bireyi davranışa yöneltmektedir (Özbilen, 1983). Aksoy (1975) ise insan çevre etkileşimini ifade ederken, insanın çevreyi algılama sürecinde işaretler kuramındaki işaretin dizimsel, anlamsal ve yararsal işlevi üzerinde durmuştur. İnsan, çevreyle karşılaştığında, ihtiyaç ve gereksinimleri doğrultusunda çevresini değerlendirir. Yani fiziksel çevrelere karşı zamanla bilişsel ve duyuşsal kavrayışlar oluştur (Canter, 1977). Çevrenin barındırdığı özellikler, insanın ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayacak nitelikte ise bireyde davranış sonucu memnuniyet duygusu oluşur. Memnuniyet düzeyinde çevreyle kurulan ilişki sonucu ise birey ve bulunduğu çevre arasında duygusal bir bağ oluşur.

Tablo 1. İnsan-mekan etkileşiminin farklı yönleri ve mekanın farklı bileşenleri ile ilişkisi (Canter, 1977; Jorgensen, 2001 ve Hashemnezhad, vd., 2013'ten geliştirilmiştir).

	İlişki türü	**İlişki Detayı**	**Mekan Bileşenleri**
İnsan-Mekan Etkileşimi	Duygusal	Mekana bağlılık (aidiyet) ve memnuniyetin algısı	Anlam
	Bilişsel	Mekan ve konumun geometrisini anlamak için genel algı	Form
	Davranışsal	İhtiyaçları karşılamak için mekan olanaklarının algısı	İşlev

Canter'ın yer teorisinde belirttiği gibi, insanların kişi ve nesnelerle olduğu gibi yerlerle de duygusal ilişkileri vardır (Şekil 5). Tuan (1974) bu durumu yerler ve insanlar arasındaki bağ (attachment) olarak açıklamaktadır. Relph (1976) ise insanın yer ile kurduğu bu ilişkiyi içerdelik (insideness) ve dışardalık (outsideness) karşıtlığı ile yorumlar. Ona göre içerdelik ait olmayı hissetmektir. İnsan çevre etkileşiminde insanın yer ile kurduğu en önemli motiflerden biri de yere bağlılık (place attachment)'dır. Araştırmanın ana konusu olan yere bağlılık kavramı, araştırmanın ilerleyen bölümlerinde detaylı olarak açıklanacaktır.



Şekil 5. Üç parçalı yere bağlılık modeli (Scannell ve Gifford, 2010b.)

Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcıların yere bağlılığı üzerindeki etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışma bağlamında, çalışmanın bundan sonraki bölümünde, araştırmanın temel ilgi alanı olan kampüs açık mekanları tanımlanacaktır.

1.3. Bir Yer Olarak Kampüs Açık Mekanları

Mekan kavramı farklı anlamları ifade ettiği gibi, farklı ölçekleri de kapsamaktadır. Hiyerarşik bir dizi içerisinde kişisel mekandan egemenlik alanına, en küçük ölçekteki iç mekandan en büyük ölçekteki kentsel açık mekana kadar mekan kavramını çeşitli ölçeklerde sınıflandırmak mümkündür (Gür 1996). Bu tez çalışması kapsamında, mekan kavramı, küçük bir kent olarak da tanımlanan kampüs açık mekanları özelinde incelenecektir. Bu nedenle öncelikle kampüs ve kampüs açık mekanları tanımlanacaktır.

Bir toplumun geleceğini oluşturacak öğrencilerin yetiştirildiği üniversiteler, fiziksel olarak içinde eğitim ve araştırma eylemlerinin yer aldığı binalar topluluğu anlamına gelmektedir (Büyükşahin,2005). Günümüzde hızla artan kent nüfusu ve kentleşme sonucunda, kent içinde sıkışıp kalan üniversiteler, zaman içinde farklı fiziksel oluşumlar aramışlardır. Toplumun değişen sosyal ve kültürel gereksinimleri, üniversitelerin kentlerin dışında geniş alanlar olarak planlanmalarını zorunlu kılmıştır. Böylelikle, eğitim ve öğretimin yanı sıra kendi bünyelerinde sundukları sosyal ve kültürel aktiviteler ile öğrencilerin gelişiminde de önemli rol oynayan günümüz kampüs kavramı ortaya çıkmıştır.

Üniversitelerdeki sosyal ve kültürel etkinlik alanları; farklı kültür, etnik ve sosyal yapılara sahip öğrencilerin eğitim süreçleri boyunca ders dışı zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri mekânlar olup, sosyal etkileşim açışından da büyük önem taşımaktadırlar. Farklı kültür, etnik ve sosyal yapıya sahip öğrencilerin bulunduğu küçük bir "kent" olarak da adlandırılabilen kampüsler, bir kentin ihtiyaç duyduğu mekânsal düzenlemelere de ihtiyaç duymaktadır. Bu yönüyle öncelikli olarak eğitim amaçlı tasarlanan kampüslerde, sosyal ilişkilerin gerçekleşeceği ortak kullanım mekânları düzenlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle kampüs alanları tasarlanırken yalnızca eğitim, öğretim, araştırma ve uygulama işlevlerinin gerçekleştiği mekânlar değil, aynı zamanda öğrencilerin bireysel ve toplumsal gelişimlerini sağlayan kampüs açık mekânları da tasarlanmalıdır.

Kampüs kavramı, mimari nesnelerin bir araya gelmesiyle oluşan bir bütün gibi düşünülürse, mimari nesneler kapalı fonksiyon mekanları, bu nesnelerin arasında kalan alanlar ise kampüs açık mekanlarıdır.

Kampüs açık mekanları, öğrencilerin eğitim süreçleri boyunca ders dışı zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri mekânlar olup, sosyal etkileşim açışından da büyük önem

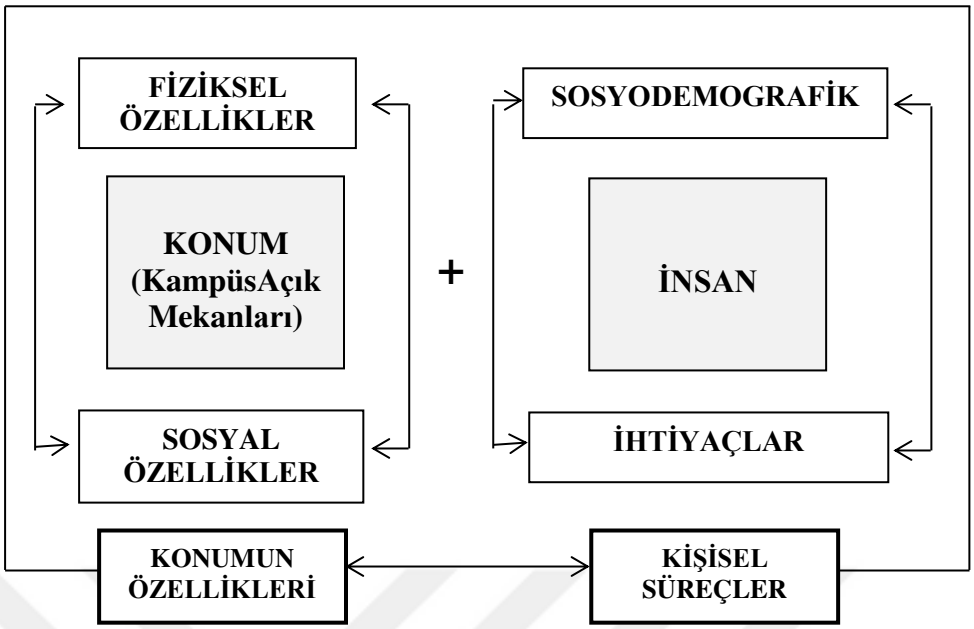
taşımaktadırlar. Bu mekanlar; öğrencilerin bir araya gelerek, başkalarını görme, duyma, etkileşimde bulunma gibi çeşitli etkinlikler gerçekleştirmesine, bunun sonucunda sosyalleşmesine ve kişi-mekan arasında bir bağ oluşmasına olanak tanımaktadır (Sturner,2009). Bu nedenle kampüs açık mekanları, binalar arasında kalan "boşluk" olarak değil, öğrencilerde oluşturduğu anılar ve deneyimler sonucu aitlik duygusu oluşturan "yer" olarak düşünülmelidir.

İnsan – çevre etkileşimi kapsamında, öğrenci davranışlarının şekillendiği kampüs açık mekanları; kampüs çevresi ve kullanıcıları arasında bağ oluşturmaya olanak sağlaması açısından oldukça önemlidir. Kampüs çevresi ve kullanıcıları arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Öğrenciler kampüs açık mekanlarını şekillendirmekte, kampüs açık mekanları da öğrenci davranışlarını şekillendirmektedir.

İnsan-yer etkileşimi başlığı altında anlatıldığı gibi, kampüs açık mekanları ve kullanıcıları arasındaki etkileşim sistemi kullanıcıların ihtiyaçları ve çevrenin sunduğu özellikler kapsamında gerçekleşir. Özetle kullanıcıların çeşitli ihtiyaç ve gereksinimleri doğrultusunda davranışlarını gerçekleştirdiği kampüs açık mekanları, insanların birey ya da grup aktiviteleri için gittikleri, ihtiyaçlarına yönelik olarak eylemde bulundukları, eylem yapmalarına olanak sağlayacak donatıların bulunduğu mekanlar olmalıdır. Buradan da anlaşıldığı gibi kampüs açık mekanları, farklı kullanıcıların bir arada bulunabildiği ve birbiriyle etkileşim içinde olduğu yani sosyalleşmenin olduğu mekanlar olmalıdır (Carr,1992).

Kampüs açık mekanları, günlük yaşantı içerisinde fiziksel veya sosyal hiçbir engel olmadan kampüsün tüm kullanıcılarına hizmet eden alanlardır. Bu mekânların yaşayabilmesi için kampüsteki tüm kullanıcılar tarafından eşit şartlarda kullanılabilir olması gerekmektedir. İnsanlar bu açık mekânlara bir takım sosyal ve fiziksel özellikler nedeniyle yönlenmektedirler Bu nedenle bu mekânlar tasarlanırken fiziksel ve sosyal çevre tüm kullanıcılar için düşünülmelidir.

İnsanların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri, hatırlayacağı ve özleyeceği yerler; sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan mekanlar olmalıdırlar (Şekil 6).



Şekil 6. Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı ihtiyaçları ile olan etkileşiminin araştırma modeline eklenmesi

Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi; kampüs açık mekan özelliklerinin bağlılık yaratmada önemini keşfetmeye odaklanan çalışmalar, açık mekanlardaki kullanıcı ihtiyaçlarını anlamanın gerekliliğinden bahsetmektedir. Başarılı açık mekanların oluşturulması, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılanmasına bağlıdır (Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Francis, 1987; 2003). Bu nedenle açık mekanlar oluşturulurken öncelikle kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Tüm bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi, açık mekan kavramı, mekanın fiziksel özelliklerine ve fiziksel özelliklerinin sağladığı sosyal ve davranış özelliklerine işaret etmektedir. Bu çalışma insan çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçları kapsamında değerlendirerek yere bağlılık ile ilişkisini araştırmayı hedeflemektedir. Bu nedenle araştırmanın bundan sonraki kısmında öncelikle kullanıcı ihtiyaçları ve mekanların sağlaması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olduğunun açıklanması gerekmektedir.

1.3.1. Kampüs Açık Mekanlarında Kullanıcı İhtiyaçları

Kullanıcı ihtiyaçları, kullanıcıların bir mekan içindeki yaşamını fizyolojik, psikolojik ve toplumsal rahatsızlıklara uğramadan ve yaptığı işlerde verimli olmasına yardım edecek

olanakları veren çevresel koşullardır (İnceoğlu, 1982). Bu nedenle kullanım düzeyi yüksek, başarılı açık mekanlar oluşturabilmek için öncelikle kullanıcı ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir (Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Francis, 1987; 2003).

Kentsel açık mekanların, insanlara ne olanaklar sunması gerektiği konusunda çevresel tasarımcılar tarafından farklı modeller kullanılmaktadır. Bunlardan biri Maslow (1954)'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi modelidir. Maslow (1954) insan ihtiyaçlarını altı başlık altında sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmada, her bir davranış belirli bir ihtiyacı karşılamaya yöneliktir ve bu ihtiyaçların belirli bir hiyerarşik düzeni vardır:

- Fizyolojik ihtiyaçlar; beslenme, giyinme, dinlenme, hareket etme, barınma gibi insan yaşantısındaki temel gereksinimlerdir.
- Güvenlik ihtiyaçları; tehlikeden uzak olma, güven duygusu gibi gereksinimlerdir.
- Ait olma ve bağlanma ihtiyacı; bir gruba katılma,sevilme ihtiyacı.
- Saygınlık prestij ihtiyaçları; farkına varılma arzusu, değer verilme arzusu
- Kendini gerçekleştirme ihtiyacı; kişisel doygunluk ve tatmin gibi gereksinimler
- Estetik doyum ihtiyacı; görsel tatmin, kendisi için güzelliğe ihtiyaç (Düzenli,2010).

Maslow (1954)'a göre bir ihtiyaç karşılandığında bir diğeri ortaya çıkar. Bu nedenle ihtiyaçlar sınırsızdır. Bireyin öncelikli ihtiyaçları karşılanmadan üst düzeydeki bir gereksinimi karşılandığında birey için bir anlam ifade etmez. Lefebvre (1974) bu konuda "her ihtiyaç kendi nesnesi içinde, onu tüketerek tatmin olur, fakat tatmin onu ancak geçici olarak ortadan kaldırır; ihtiyacın tekrarlanan bir niteliği vardır; tatmin olunca daha güçlü, daha eksiksiz bir şekilde yeniden doğar, ta ki doygunluğa ya da yok olmaya varana dek" demiştir. Maslow (1954)'ün ihtiyaçlar hiyerarşisi Şekil 7' de gösterilmiştir.

Şekil 7.Maslow'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi (1954).

İnsan ihtiyaçları soyut kavramlardır. Bu soyut kavramlar, ancak tasarım için kullanılabilir ölçütlere dönüştürülebildiği takdirde mekan kalitesinin arttırılmasına katkıda bulunacaktır (Lang,1994). Maslow'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi ve kentsel açık mekanlardaki tasarım özellikleri ile ilişkisi, literatürde yapılmış çalışmalar doğrultusunda Tablo 2' deki gibidir.

Maslow'un 1950'li yıllarda ortaya koyduğu ihtiyaçlar hiyerarşisi farklı yorumlamalarla günümüzde yapılan çalışmaların temelini oluşturmaktadır. İnsan ihtiyaçlarının çeşitliliği geçmişte farklı zamanlarda yapılan farklı sınıflandırmalarla kendini göstermektedir (Tablo 3).

Tablo 2. Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi ve kentsel açık mekanlardaki tasarım özellikleri (Maslow, 1954; Walmsley, 1988; Bentley vd., 1985; Punter ve Carmona,1996 dan geliştirilmiştir.)

İnsan ihtiyaçları	**Kentsel Açık Mekan**
Fizyolojik	Yeterli etkinlik mekanları
	Geçirgenlik
	Rahatlık
	Erişilebilirlik
	Sağlamlık
	Servis hizmetlerinin varlığı (Elektrik, su, telefon vs.)
Güvenlik	Tanımlanabilirlik, algılanabilirlik
	Kolay yönlenme
	Yön bulma
	Yalnızlık duygusunun önlenmesi
	Egemenlik alanının tanımlanması
Ait olma	Sosyo-kültürel uygunluk
	Sosyalleşme
	Toplumsal etkileşimler kurma
	Yer kimliği
Saygınlık	Sahiplik
	Bireysellik
	Yerel topluluğa aitlik
Özgerçekleştirim	Kişiselleştirme
	Katılma
	Çeşitlilik
Entelektüel, duygusal ve estetik doyum	Kültürel veya eğlence imkanları
	Kaliteli peyzaj
	Görsel uygunluk

Tablo 3. İnsan ihtiyaçlarına yönelik farklı sınıflandırmalar

Cooper Kentsel Açık Mekanlar (1979)	**Preiser** Yaşanabilirlik (1983)	**Lang** Kentsel Tasarım (1987)	**Carr, Rivlin, Stone, Francis** Kamusal Mekanlar (1992)	**Zeisel** Tasarım Araştırması (1995)
· Barınma · Güvenlik · Konfor · Toplumsallık · Estetik	· Sağlık ve güvenlik · İşlevsellik ve çalışma verimi · Psikolojik rahatlama ve memnuniyet düzeyi	· Temel ihtiyaçlar · Bilişsel ihtiyaçlar · Estetik ihtiyaçlar	· Konfor · Dinlenme · Aktif ilgi · Pasif ilgi · Keşfetme	· Güvenlik · Okunabilirlik · Mahremiyet · Sosyallik · Uygunluk · Kimlik

Kentsel açık mekanların, insanlara ne olanaklar sunması gerektiği konusunda çevresel tasarımcılar tarafından kullanılan bu farklı sınıflandırmaların temelini Maslow (1954)' un insan ihtiyaçları hiyerarşisi oluşturmaktadır.

Tüm bu araştırmaların amacı, tasarımcıların bu ihtiyaçları göz önüne alarak açık mekan tasarımları oluşturmalarını sağlamaktır. Kullanıcı ihtiyaçları kapsamında oluşturulmuş projeler, kullanıcı ile bütünleşen, kullanım yoğunluğu yüksek, canlı ve kalabalık mekanlar haline gelirler. Preiser (1983)'a göre insanlar temel ihtiyaçları karşılandığı sürece bir çevrede yaşayabilirler ancak memnuniyet verecek çevreler için bireysel üst düzey ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Kentsel açık mekanlarda kullanıcıların tüm ihtiyaçları göz önünde bulundurulduğunda, kullanıcılarda memnuniyet duygusu oluşur. Bu da aynı zamanda o mekanın başarısının bir göstergesidir (Whyte, 2000). Başka bir ifadeyle, başarılı kentsel açık mekanların oluşturulması, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılanmasına bağlıdır (Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Francis, 1987; 2003).

Kullanıcı ihtiyaçları göz önüne alınarak tasarlanmış kentsel açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kullanıcıların çevreyle olan ilişkilerini etkileyen önemli bir etkendir. Kentsel açık mekanların sahip olduğu bu özellikler insanların mekanla bütünleşmesine olanak sağlayarak yere bağlılık oluşması açısından önem taşımaktadır. Scannel and Gifford (2010a), kullanıcıların geçmiş deneyimlerine bağlı olarak, belirli amaçlarını (goals), beklentilerini (expectations) ve ihtiyaçlarını (needs) karşılayan mekanlara bağlanabileceklerini belirtmiştir. Bu nedenle kullanıcıların mekan değerlendirmeleri, o mekandaki ihtiyaçlarına bağlı olarak hem sosyal hem de fiziksel özellikler üzerine odaklanmaktadır.

Bu çalışma Kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştırmayı hedeflemektedir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki bölümünde, başarılı açık mekanların sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olduğunun belirlenmesi gerekmektedir.

1.3.2. Kampüs Açık Mekanlarının Sunduğu Fiziksel ve Sosyal Özellikler

Bott ve arkadaşları (2006), kampüsü, kampüs kullanıcıları, kampüs çevresi ve kampüs kullanıcıları davranışı olmak üzere üç parçalı ekolojik sistem olarak tanımlamışlardır. Bu ekolojik sistemin vurgusu, kampüs kullanıcıları ile kampüsün ortaya koyduğu fiziksel ve sosyal çevre arasında kurulan karşılıklı ilişki ve davranış çeşitliliğidir. Bu çalışmanın amacı, kampüs ekolojisi olarak adlandırılan bu ilişkinin yere bağlılık duygusu ile olan ilişkisinin ortaya koyulmasıdır. Bu nedenle öncelikle insan davranışlarının oluştuğu kampüs açık mekanlarının sağlaması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olduğuna odaklanmak gerekmektedir.

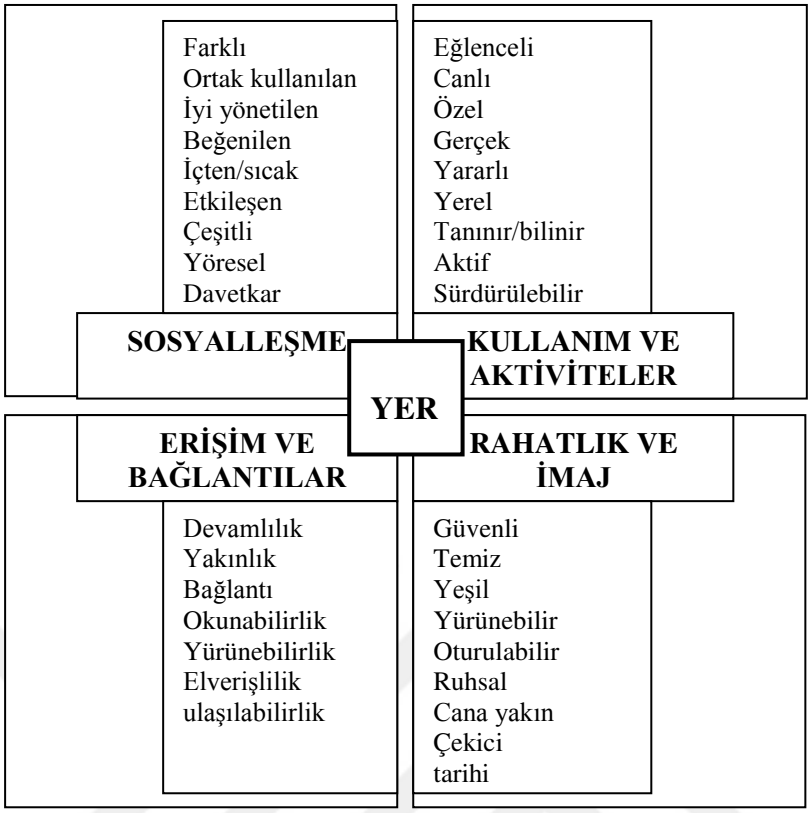
Çevresel psikoloji çalışmaları, özellikle insan – çevre etkileşiminin hangi temellere dayandığını ve çevrenin sunduğu özelliklerin neler olduğunu ve olması gerektiğini sorgulamaktadır. Günümüze kadar yapılan çalışmalar, çevrenin sunduğu özelliklerin yalnızca fiziksel özellikler kapsamında değil, sosyal özellikler ile de birleşimi doğrultusunda değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Canter, bir yere ilişkin deneyimlerin hem fiziksel hem de sosyal özelliklerin bir kombinasyonu olduğunu öne sürmektedir (Canter, 1983). Proshansky (1983)'de "yapılandırdığımız fiziksel çevrenin, fiziksel olduğu kadar sosyal bir olgu" olduğunu ifade etmiştir. Scannel and Gifford (2010a), kullanıcıların geçmiş deneyimlerine bağlı olarak, belirli amaçlarını, beklentilerini ve ihtiyaçlarını mekanın sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle karşılayan mekanlara bağlanabileceklerini belirtmiştir. Bu nedenle kullanıcıların mekan değerlendirmeleri, o mekandaki ihtiyaçlarına bağlı olarak hem sosyal hem de fiziksel özellikler üzerine odaklanmaktadır.

Bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar, insan davranışlarının belirli ihtiyaçları doğrultusunda yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklere bağlı olarak değiştiğini ortaya koymaktadır. Bir başka ifadeyle mekanın sunduğu çevresel özellikler sonucunda bazı mekanlar kullanıcılar tarafından yoğun olarak kullanılan, canlı konumlara dönüşürken, bazı mekanlar ise kullanıcı ile bütünleşemeyen ve kullanılmayan boş alanlara

dönüşmektedir. Dolayısıyla kullanıcı ihtiyaçları kapsamında oluşturulan mekanın özellikleri aynı zamanda o mekanın başarısının da bir göstergesidir (Whyte,1998).

Üniversite kampüsleri kullanım amacı ve fonksiyonları, yapılanmış kentsel açık mekan olarak tanımlandığından, kampüs açık mekan başarı kriterleri, kentsel açık mekan başarı kriterleri ile paralel olduğu belirtilmiştir (Dober,2000). Bu nedenle bu çalışmada kampüs açık mekan başarı kriterleri, kentsel açık mekan başarı kriterleri ile açıklanacaktır. Literatürde yapılan araştırmalar başarılı açık mekan özelliklerinin, kullanıcıda memnuniyet duygusunu oluşturduğunu ve o yere özel bir bağlılık geliştirmesine olanak tanıdığını söylemiştir (Yüksel et al., 2010; Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998, Williams et al.,1992; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b). Tüm bu bilgilerin sonucunda akla şu soru gelmektedir: kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık oluşturmada başarılı açık mekanların sunması gereken çevresel özellikler nelerdir?

Son zamanlarda açık mekanlara yönelik yapılan çalışmalar, yalnızca mekanı değil yaşamı da içine alacak biçimde genişlemiştir. Yani, açık mekanlar sadece fiziksel özellikleriyle değil, yaşamı oluşturan sosyal özellikleri de içinde barındıracak şekilde değerlendirilmektedir. Bu yönde yapılan çalışmalar, açık mekanları "yer" olgusu içinde incelemektedir. Bu çalışmalara örnek teşkil eden PPS (Project for Public Spaces - Kamusal Mekanlar İçin Projeler) açık mekanları "yer" bağlamında inceleyerek bu kapsamda ölçütler geliştirmektedir. William H. Whyte'nin kurucusu olduğu PPS, 1975 yılında kurulmuş ve bugüne kadar 2000'den fazla mekanı inceleyerek yaşayan, başarılı mekanlar için kriterler oluşturmuştur. Çeşitli ülkelerde değerlendirdikleri kamusal mekan projeleri ile ortaya koydukları başarılı kentsel mekan özelliklerini dört ana işlev altında toplamıştırlar. Bu işlevler mekânsal başarı kriterleridir (Şekil 8). Bu sınıflandırmalar insan-çevre-davranış bilimleri bağlamında olduğundan bu çalışma kapsamında da bu sınıflandırmadan yararlanılmıştır. Bunlar; sosyalleşme, kullanım ve aktiviteler, erişim ve bağlantılar ile rahatlık ve imajdır.



Şekil 8. Başarılı mekan özellikleri (Project for Public Spaces (2002).

Başarılı açık mekanlar, kullanıcı ihtiyaçlarını daha fazla karşıladığından, bu mekanlarda kullanıcı memnuniyeti ve daha fazla tercih oluşmaktadır. Bu mekanların daha fazla tercih edilmesi sonucunda daha fazla kullanım çeşitliliği ve beraberinde zengin sosyal ilişkiler oluşmaktadır (Elabd 2013). Dolayısıyla bu durumun, başarılı açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin çeşitliliği sonucu oluştuğu söylenebilir.

Özetle; kullanıcı ihtiyaçları göz önüne alınarak tasarlanmış açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kullanıcıların çevreyle olan ilişkilerini etkileyen önemli bir etkendir. Açık mekanların sahip olduğu bu özellikler, insanların mekanla bütünleşmesine olanak sağlayarak, kullanıcı memnuniyeti ve bunun sonucunda yere bağlılık oluşturması açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmanın bir sonraki bölümünde, açık mekanların sahip olduğu bu özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçlarını karşılama düzeyi olan "memnuniyet" kavramı açıklanacaktır.

Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal çevre özelliklerinin yere bağlılığa olan etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışmada, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler; açık mekanlardaki kullanıcı ihtiyaçları (Maslow,1954; Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Francis, 1987;2003) ve PPS (2000)'in yapmış olduğu sınıflandırma kapsamında

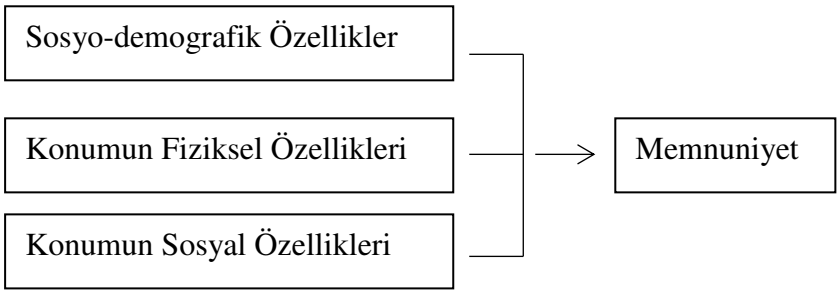
açıklanmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde, bağlılık göstergeleri kapsamında yerin hangi özellikleri sunması gerektiği de tartışılarak, tüm bu kriterler kapsamında araştırmada kullanacağımız kampüs açık mekanlarını değerlendirme kriterleri oluşturularak araştırma modeline eklenecektir.

1.4. Kullanıcı Memnuniyeti

Memnuniyet kavramı, turizm, serbest zaman, rekreasyon, çevresel psikoloji gibi disiplinlerle ilgili birçok araştırmacının dikkatini çekmiştir (Neal&Gursoy,2008). Memnuniyet kavramı, birçok organizasyonun başarısının anahtarı olarak algılanır (Yu&Dean, 2001).

Canter and Rees (1982), memnuniyet kavramını, kullanıcıların hedefine ulaşmasına yardımcı olan mekanın olanakları olarak tanımlamışlardır. Kullanıcı memnuniyetinin değerlendirilmesi çalışmalarında, öncelikle mekanın kullanıcıları tarafından değerlendirilmesi söz konusundur. Bu anlamda memnuniyet kavramının insan-mekan etkileşiminden kaynaklandığını söyleyebiliriz. İnsan - mekan etkileşiminde, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılama düzeyi, memnuniyet düzeyini belirler (Herting & Guest, 1985; Eisenhauer et al., 2000; Kaltenborn, 1998; Kyle, 2004a, 2004b; Stedman, 2002; 2003a). Bir başka tanıma göre; konumun algılanan kalitesi, mekan memnuniyet değeri olarak ifade edilir (Stedman,2002).

Konumun memnuniyeti oluşturmakta kolaylık sağlayacak özellikleri, o konumdaki favori etkinliğin gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır (Halpenny,2006). Bu tanımdan anlaşıldığı gibi, memnuniyet duygusu davranışların bir göstergesidir ve bireyin davranışları memnuniyet duygusundan etkilenmektedir. Eğer bireyin ihtiyaçları, çevrenin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler tarafından karşılanıyorsa kullanıcıda memnuniyet duygusu oluşturur (Şekil 9). Kullanıcılar memnun oldukları mekanları kullanırlar. Buna ek olarak memnun edici mekanlar; sosyal etkileşim, kişisel becerileri test etme, kişisel amaçları yerine getirme ve hatıralar, deneyimler kazanma gibi pozitif çıktılara da olanak sağlar. Böylelikle bu mekanlar hatıralar ve deneyimlerin oluştuğu bir "yer" e dönüşür. Tüm bunların sonucunda, insanlar memnun oldukları mekanlarla duygusal bağ kurarak yere bağlılık duygusu oluşturur (Kyle et al,2004d; Moore&Graefe,1994; Halpenny, 2006).



Şekil 9.Kullanıcı ve çevresi arasındaki memnuniyet değerlendirmesi (Francescato,1998; Kellekçi&Berköz 2006'dan geliştirilmiştir).

Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklayan birçok çalışma olmasına rağmen (Prayag&Ryan,2012; Ramkissoon et al, 2013a;2013b) literatürde bu iki yapı arasındaki ilişki kesin olarak belirlenmemiştir (J. Lee et al,2012).

Literatürde bu ilişki kapsamında yapılan araştırmaların birçoğu, insan mekan ilişkisi kapsamında, yerin kullanıcı ihtiyaçlarını karşılaması, kişisel hedeflerini yerine getirmesine olanak tanıması sonucu, memnuniyet duygusunun oluştuğunu ve o yere özel bir bağlılık geliştirmesinin mümkün olduğunu söylemiştir (Yüksel et al., 2010; Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998; Williams et al.,1992; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b). Bu çalışmalara örnek olarak, Ramkissoon (2014), kullanıcıların milli park konumlarındaki memnuniyet derecelerinin kullanıcıların yere bağlılık düzeylerinde pozitif etki gösterdiğini belirtmiştir. Bracato (2006), Kyle (2004), Ramkissoon (2013a) gibi birçok araştırmacı da memnuniyet arttıkça yere bağlılık duygusunun da arttığını ortaya koymuştur. Tüm bu çalışmalar memnuniyet duygusunu yere bağlılığın ön şartı olarak kabul etmiş ve ortaya koymuştur.

Literatürde memnuniyet ve bağlılık ile ilgili çalışmalardan bir kısmı , bu iki yapı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını belirtmiştir (Mesch&Manor,1998; C.C. Lee & Allen,1999). Bazı çalışmalar ise memnuniyet ve yere bağlılık arasında ters yönde bir ilişkinin olduğunu belirtmektedir. Halpenny (2006) bazı kullanıcılarda belirli konumlara bağlılık geliştirdikleri halde, o konumlardan memnun olmadıklarını açıklamıştır. Buna benzer bir çalışmaya örnek olarak Stedman (2002), bir toplulukta uzun süre yaşayanlar, mekana fazlasıyla bağlanmakla birlikte, yaşadıkları bölgede meydana gelen değişimler ya da gelişmeler nedeniyle memnuniyetsizlik duyabileceğini belirtmiştir. Bir başka ifadeyle, bir kez yere bağlılık sağlandıktan sonra, kişi o yerde meydana gelen değişimler nedeniyle

memnuniyetsizlik duymaya başladığında bile, bağlılık duygusunu yitirmeyeceği ileri sürülmüştür.

Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık üzerinde yetersiz çalışmaların yanı sıra, çelişkili bulguların ortaya koyulması bu kavramlara olan ilgiyi arttırmaktadır. Özetlemek gerekirse literatürde yapılmış önceki çalışmaların temelinde kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasında genel olarak pozitif bir ilişki ortaya koyulmuş ve memnuniyet duygusunun yere bağlılığın öncülü olarak kabul edilmiştir. Literatürde kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerinin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkileri ve kullanıcı memnuniyetinin de yere bağlılık üzerindeki etkileri araştırılmak istenmektedir. Araştırmanın bundan sonraki kısmında yere bağlılık kavramının tanımı yapılarak, bağlılık göstergelerinin ve bağlılık bileşenlerinin neler olduğu açıklanacaktır.

1.5. Yere Bağlılık

Araştırma kapsamında, literatürde belirttiğimiz gibi başarılı açık mekanlar, fiziksel ve sosyal özelliklerin birleştiği ve memnuniyet duygusu yaratan yerlerdir. Bu kapsamda, araştırmanın bu bölümüne kadar olan kısmında, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği ve kullanıcıda memnuniyet duygusunun nasıl oluştuğu detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde, tüm bu kavramların, çalışmanın ana kurgusu olan "yere bağlılık (place attachment)" kavramı ile ilişkisinin nasıl olduğuna yanıt aranacaktır. Bu nedenle yere bağlılık kavramının ne olduğu, günümüze kadar nasıl tanımlandığı, yere bağlılık göstergelerinin neler olduğu ve son olarak yere bağlılığı oluşturan bileşenlerin neler olduğu açıklanarak araştırma modeli ortaya koyulacaktır. Bu kapsamda öncelikli olarak sormamız gereken sorular şunlardır;

- İnsanlar neden bir yere bağ hisseder?
- Neden bir yerden ayrılmak ister?

Bu sorular çevresel psikoloji literatüründe en önemli konulardan biri olan "yere bağlılık (place attachment)" kavramını işaret eder (Low&Altman 1992; Hernandez, Hidalgo, Salazar – Laplace &Hess ,2007; Scannel & Gifford 2010b). Yere bağlılık kavramı, 1960'lı yıllarda başlamış ve günümüze kadar çevre psikolojisi, mimarlık, tasarım ve planlama gibi farklı disiplinlerin araştırma konusu olmuştur. Tüm bu çalışmalarda

insan-mekan ilişkisi ele alınmış ve günümüzde insanın içinde yaşadığı çevreyle, tıpkı diğer insanlar veya nesnelerle kurduğu biçimde bir ilişki kurduğu ortaya koyulmuştur.

Mekana bağlılığın yapısı son 20 yılda çevresel psikoloji literatüründe oldukça önemli sayılmıştır. Ancak araştırmacılar, bu literatürdeki farklı mekana bağlılık kavramlarını özümsemek ve anlamak için çalışmalarını sürdürmektedir (Scannel&Gifford,2010a). Çevre ve topluluk psikolojisi alanlarında; insanların mekanla olan ilişkilerini veya mekana bağlılıklarını ifade eden ve kavramsal olarak farklılıkları konusunda sözbirliğine varılmamış pek çok kavram vardır (Hidalgo&Hernandez,2001). Bu kavramlardan bazıları şunlardır;

- Yer Sevgisi (Topophilia) (Tuan,1974)
- İçerdelik (Insideness) (Rowles,1983)
- Yer Duygusu (Sense of Place) (Hummon, 1992)
- Yer Kimliği (Plece Identity) (Proshansky, 1978)
- Yere Bağımlılık (Place Dependence) (Stokols and Shumaker, 1981)
- Topluluk Bağlılığı (Community Attachment)(Sarason, 1974)
- Topluluk Duygusu (Sense of Community) (Sarason, 1974)
- Komşuluk Bağlılığı (Neighborhood Attachment) (Brown, Perkins Brown, 2003)
- Köklülük (Rootedness) (Tuan, 1980)
- Yere Bağlılık (Place Attachment) (Gerson ve ark., 1977; Altman& Low, 1992)

Araştırmacıların bağlılık üzerine çalışırken en sık karşılaştıkları problem mevcut yaklaşımların çeşitliliği olmuştur (Hidalgo ve Hernandez, 2001). Araştırmacılar, bu kavramsal çeşitliliğin içerik olarak farklı kavramlardan mı bahsetmekte olduğunu anlamakta zorluk çekmektedir. Bazı araştırmacılar söz konusu kavramlardan bir tanesini diğerlerini de kapsayacak şekilde temel bir kavram olarak kullanmaktadırlar. Bu kavramlar arasında en sık kullanılan kavram "yere bağlılık" kavramıdır. Yere bağlılık mekan ile insanın duygusal bağını ifade etmektedir (Raymond et al,2011; Scannell & Gifford, 2010a,b). Bu kavram aidiyet teorisinden kaynaklı (Bowlby, 1969,1975,1980) mekanla insanın ilişkisinden ortaya çıkan deneyimlerin bir sonucu olarak açıklanmıştır (Milligan, 1998; Tuan, 1980). Bir diğer ifadeyle, insanlar bulundukları mekana kişisel, grupça ve kültürel süreçler aracılığıyla çeşitli anlamlar yükleyerek kendilerine ait "yer"lerini oluştururlar. Bu oluşum içinde insanın yer ile arasında oluşturduğu en önemli etkileşimlerden biri de yere bağlılıktır.

Proshansky vd. (1983) bir yerin ilk işlevinin bir "aidiyet" ve "bağlılık" hissini harekete geçirmek olduğunu öne sürmektedir. Bu "aidiyet", sosyal bir bağ veya bir yere olan üyelik ve bağlılık hissi olarak tanımlanabilir (Hammitt vd., 2009). Literatürde araştırmacılar tarafından yapılan farklı çalışmalarda "yere bağlılık" kavramına ilişkin çeşitli tanımlar yer almaktadır.

En genel tanımıyla yere bağlılık, genellikle insanların ilişki kurdukları fiziksel ve sosyal çevrelerine yönelik duygusal bağlarını ifade etmektedir (Low, 1992). Proshansky ve arkadaşları (1983), yere bağlılık kavramını insan ve belirli mekan arasında, duygu, biliş ve davranışların etkileşimi aracılığıyla, duygusal bağın gelişimi olarak tanımlamışlardır. Stedman (2002), yere bağlılık kavramını, genel bir ifadeyle, belirli bir alan ve o alandaki bireyler arasındaki etkili bağ ya da iletişimi olarak tanımlamıştır. Manzo (2003), Uzzell vd., Mazumdar ve Mazumdar'a göre yere bağlılık, bireylerin, fiziksel ve sosyal çevreleri arasında duygu-biliş ve davranışlar sonucu, kimi zaman farkına varılmadan oluşan, deneyimlerle beraber gelişen pozitif bağdır. Hidalgo ve Hernandez (2001) yere bağlılık kavramını, "insanların kalma eğiliminde oldukları ve kendilerini rahat ve güvende hissettikleri ortamlarla kurdukları duygusal bağ" olarak tanımlamaktadır.

Literatürde yere bağlılık kapsamında mekan ve kullanıcı arasındaki bağı farklı şekillerde tanımlayan çalışmalar mevcuttur (Tablo 4).

Tablo 4. Farklı araştırmacıların yere bağlılık konusunda yapmış olduğu tanımlar

Yazar	Tanım
Shumaker ve Taylor (1983)	"Birey ile yaşadıkları çevre arasında pozitif duygusal bağ ve ortaklık"
Low ve Altman (1992)	"Bireyler ve gruplar ile içinde bulundukları çevre arasında kurulmuş olumlu duygusal bağ"
Hummon (1992)	"Bir mekana duygusal dahiliyet"
Jorgensen ve Stedman (2001)	"Bir mekanla kurulan duygusal bilişsel ve işlevsel bağ"
Twigger – Rose & Uzzell (1996)	"İnsan ve belirli bir mekan arasındaki duygusal bağ ya da bağlantı"
Klatenborn (1997)	"Fiziksel çevreyle karmaşık duygusal ilişki"
Kyle, Graefe, Manning ve Bacon (2003)	"Konumun özelliklerinin ne ölçüde bireysel duygular geliştirdiğinin yanıtı"
Hernandez, Hidalgo&Salazar-La-place (2007)	"Kendisini güvende ve konforda hissettiği belirli bir mekanla ilişkide olan insanın duygusal bağı"
Florek (2010)	"Mekanla duygusal bağ kurmak"
Morgan (2010)	"Belirli bir coğrafi konumla uzun süreli deneyim sonucu duygusal bağ kurmak ve bu bağın artması"
Scannel & Gifford (2010a)	"Birey ve anlamlı çevresi arasında gelişen bağ"

Literatürde görüldüğü gibi, yere bağlılık kavramı farklı şekillerde tanımlanmış olmasına karşın, bu çalışma kapsamında, kullanıcıların belirli bir mekana karşı sergiledikleri tutum olarak ele alınacaktır. Jorgensen ve Stedman (2001) bireyin belirli bir mekana karşı tutumunu, o mekana karşı oluşturduğu duygusal-bilişsel ve davranışsal tepkileri ile değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Stedman (2003) bir diğer çalışmasında, yere bağlılık modellerini anlam aracılı model (Meaning-Mediating Model) ve deneyimsel model (Experiential Model) olarak açıklamıştır. Bu çalışma kapsamında, kullanıcıların yere bağlılığını sınayacağımız model, kullanıcıların bulundukları çevredeki deneyimleri sonucu fiziksel ve sosyal özelliklerini değerlendireceği, deneyimsel modeldir.

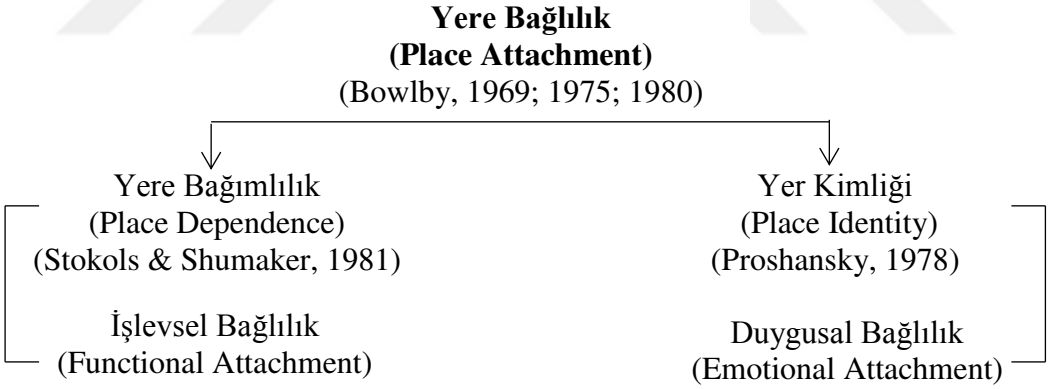
Özetlemek gerekirse, en genel tanımı ile yere bağlılık, insanların amaçlarını, beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayan, kalıcı, rahat ve güvenli olmasını sağlayan belirli fiziksel ve sosyal çevrelerle kurdukları etkili bağ olarak tanımlayabiliriz (Hidalgo, 2001; Stedman, 2002; Scannel ve Gifford, 2010a;b; Brown, Altman & Verner, 2012). İnsanların mekanla kurduğu bu bağ, ev, mahalle, açık alanlar, semt gibi küçük ölçeklerden (Bonaiuto, Fornara & Bonnes, 2006; Fried, 2982; Gustafson, 2009b; Hidalgo & Hernandez, 2001; Lewicka, 2010), ülke ve dünya gibi büyük ölçeklerdeki (Gustafson, 2009b; Laczko, 2005; Lewicka, 2005) yerlere yönelik olarak gelişebilmektedir. Bu çeşitliliğe rağmen günümüzde çevre psikolojisi alanında yere bağlılıkla ilgili yapılan araştırmalar, ikamet yeri dışındaki açık mekanlara ilgi duymaktadır. Bu çalışmaların gündeme gelmesinin sebebi, günümüzde insanların daha mobil hale gelerek mekanlarla kurduğu bağların zayıflamasıdır (Gustafson,2001; Jorgensen, 2001).

Belirli bir mekana bağlılık, hangi ölçekte olursa olsun, insanın içinde bulunduğu mekanın sunduğu özelliklerden etkilenmektedir (Stedman,2003; Williams ve ark., 1995). Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, yere bağlılık duygusunun yerin sosyal özellikleri (Wodolff, 2002), fiziksel özellikleri (Stokols & Schumaker, 1981) veya her iki özellikle (Riger & Lavarkas, 1981) ilişkili olarak araştırıldığı görülmektedir. Bu çalışma kapsamında, yerin fiziksel ve sosyal özelliklerinin yere bağlılık duygusu üzerindeki etkileri araştırılacaktır. Daha önce literatürde "mekan ve yer" başlığı altında da açıklandığı gibi, yer; somut ve oldukça gerçek fiziksel boyutunun yanı sıra soyut bir boyuta da sahip olan bir varlıktır. Yere bağlılık kavramı da bu iki anlamla ilişkilidir. Bu nedenle son 20 yılda yere bağlılık konusunda araştırmacılar, bağlılığın ölçülebilir hale gelmesi amacıyla, yere bağlılığı farklı şekillerde alt boyutlarına ayırmışlardır. Araştırmacıların çoğu bu boyutları temelde iki ana başlık altında toplamaktadır. Bunlar ;

- Yere Bağımlılık (Place Dependence)
- Yer Kimliği (Place Identity) boyutlarıdır.

Bu ayrım Williams ve arkadaşlarının geliştirdiği, geçerlilik ve güvenirlik analizleri birçok araştırmada yapılan, yere bağlılığın iki boyutlu modelidir (Williams, Patterson, Roggenbuck & Watson, 1992). Bu ölçek, Stkols ve Shumaker (1981) tarafından ortaya koyulan yerin kullanıcılar üzerindeki işlevsel değeri olan "yere bağımlılık" ve Proshansky (1978) tarafından ortaya koyulan yerin kullanıcılar üzerindeki duygusal değeri "yer kimliği "kavramlarının birleştirilmesiyle oluşturulmuştur.

Mekan araştırmacıları dikkatlerinin çoğunu mekana bireysel ya da kişisel bağlılıkları üzerine vermişlerdir (Raymond vd, 2010, Bonnes, 2017). Çoğu araştırmacılar yere bağımlılık ve yer kimliği kurgusunu bu bireysel mekana bağlılıklarını kullanarak işlevselleştirmiştir (Williams et al., 1992; Moore& Graefe, 1994; Bricker and Kerstetter,2000; Vaske & Kobrin, 2001; Kyle vd.2003; Prayag & Ryan, 2012).Mekana bağlılığın bu alt boyutları birbiriyle ilişkili olsa da, insan – mekan arasında kurulan bağın farklı unsurlarını temsil etmektedir (Şekil 10).



Şekil 10. Yere bağlılık modeli (Williams ve ark., 1992'den geliştirilmiştir.)

1.5.1. Yere Bağlılık Bileşenleri

1.5.1.1. Yere Bağımlılık (İşlevsel Bağlılık)

Çevresel psikoloji literatüründe "yere bağımlılık (place dependence)" belirli bir konuma kullanıcının işlevsel bağlılığı olarak tanımlanmaktadır (Williams ve ark., 1992). İşlevsel bağlılık veya yere bağımlılık, kullanıcının arzu ettiği etkinlikler için ihtiyaçlarını

karşılamada konumun çevresel özelliklerinin sunduğu olanakların önemini yansıtır (Stokols & Shumaker, 1981; Vaske & Kobrin, 2001; Williams & Vaske, 2002).

İnsan ve mekan arasında işlevsel ilişki içinde gelişen bağlılık yere bağımlılık olarak tanımlanmıştır (Stokols & Shumaker, 1981). Kullanıcılar için önemli hissedilen, belirli ihtiyaçlarını karşılamak için olanak sağlayan, davranışsal amaçlarını karşılayan ve tercih ettikleri etkinliklerini bilinen alternatiflerden daha iyi destekleyen konumlarda yere bağımlılık geliştirilir (Williams ve ark., 1992). Diğer bir ifadeyle, mekanın fiziki ve işlevsel karakterinin sunduğu özellikler ve bu özelliklerin sağladığı sosyal etkileşimler yere bağımlılık üzerinde oldukça etkilidir.

Jorgensen & Stedman (2001), yer bağımlılığını, o yerin algılanan davranış örüntüsü olarak tanımlamakta ve onun bilinen alternatiflerden farklı olarak sunduğu davranış alternatifi olduğunu belirtmiştir.

Stokols ve Schumaker (1981) ise yere bağımlılık kavramını, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayacak fiziksel ve sosyal özelliklerin mevcut olması ve diğer alternatif mekanlarla karşılaştırılması açısından mekanın değerlendirme süreci olarak açıklamıştır. Bu tanımlardan anlaşıldığı gibi, yere bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık kavramı, faydacı karar verme süreci olarak da ifade edilmektedir (Moore & Graefe, 1994). Bu kapsamda günümüzde yapılan çalışmalar, özellikle açık mekanlarda oluşan yere bağımlılık duygusu üzerinde yoğunlaşmaktadırlar.

Özetlemek gerekirse yere bağımlılık, kullanıcıların bulunduğu mekanın fiziksel ve sosyal özelliklerini, diğer mekanlarla;

- belirli amaçları (goals)
- beklentileri (expectations)
- ihtiyaçları (needs) kapsamında karşılaştırması sonucu değer verdiği bir bağlılık türüdür (Scannel&Gifford, 2010a;b).

Bu bağlılık türü iki şekilde değerlendirilir. Bunlardan birincisi, mevcut yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcılar tarafından değerlendirilmesidir. İkincisi ise, bu özelliklerin alternatif yerlerle karşılaştırılarak değerlendirilmesidir. Bu değerlendirmeler sonucu kullanıcılar, davranışsal amaçlarının desteklendiği ve imkanlar sağlayan mekanlara işlevsel olarak bağlanırlar (Jorgensen & Stedman, 2001; Elabd 2013).

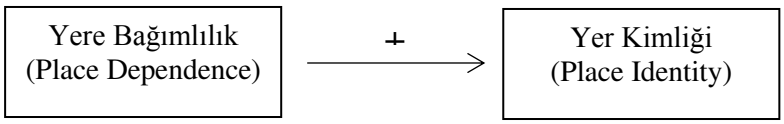
1.5.1.2. Yer Kimliği (Duygusal Bağlılık)

Duygusal açıdan yere bağlılık olarak da ifade edilen yer kimliği kavramı, insan – yer ilişkileri kapsamında, kişinin duygu ve hatıralarıyla o yer hakkında oluşturduğu duygusal yönlerini ve kişisel kimliğini ifade etmektedir (Relph, 1976). Yer kimliği; bilinçli ve bilinçsiz fikirler, inançlar, tercihler, değerler, amaçlar, duygular, davranışsal eğilimler ve becerilerin çok yönlü desenleri yoluyla fiziksel bir ortamla bağlantılı olarak bireyin kişisel kimliğini oluşturur (Proshansky, 1978; Proshansky vd., 1983). Kısaca, yer kimliği bireyin kendi kimliği ve çeşitli fiziksel çevrelerde oluşan hatıra, duygu ve deneyimlerinin yapılanmasına katkıda bulunan bir faktördür. (Proshanshky, 1978; Shumaker & Taylor, 1983). Bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi yer kimliği yer ve kişinin kimliği arasındaki ilişkiyi duygusal ve bilişsel altyapı olarak ifade etmektedir.

Yer kimliği birbiriyle ilişkili üç bileşenden oluşmaktadır;

- Fiziksel özellikler veya görünüm
- Gözlenebilir etkinlikler ve işlevler
- Yerle bağlantılı anlamlar veya semboller (Relph, 1976).

Moore & Graefe (1994) yere işlevsel bağlılık (yere bağımlılık) nedeniyle, o yerle geniş çaplı etkileşimlerin kurulması sonucunda yere duygusal bağın (yer kimliği) oluşabileceğini belirtmiştir. Vaske & Kobrin (2001) de çalışmalarında yere bağımlılığın arttıkça yer kimliğinin de arttığı sonucunu ortaya koymuştur (Şekil 11). Literatürdeki bu araştırmalardan da anlaşıldığı gibi yer kimliği, yere bağlılığın zamanla gelişen daha duygusal bir boyutudur.



Şekil 11. Yere bağımlılık ve yer kimliği arasındaki ilişki (Vaske & Kobrin, 2001'den geliştirilmiştir).

Literatürde görüldüğü gibi çoğu araştırmacı yere bağlılık kavramını yere bağımlılık ve yer kimliği kavramlarını kullanarak ölçülebilir hale getirmişlerdir. Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı bağlılıklarını araştırmayı hedefleyen bu çalışmada da yere bağlılık kavramı bu iki alt boyutlarıyla değerlendirilecektir (Tablo 5).

Tablo 5. Yere bağlılık kavramının iki boyutlu yapısı ve tanımları.

Kavram	Bileşenler	Tanım	Literatür
Yere Bağlılık	Yere Bağımlılık	Belirli bir fiziksel konum ve o konumla kurulan işlevsel ilişkiler sonucu, o yerin amaçladığımız kullanımları destekleyecek özellikleri sağlaması	Schreyer et al., 1981; Williams et al., 1992; Williams & Vaske, 2003.
	Yer Kimliği	Belirli bir fiziksel konum ve o konumla kurulan sembolik ilişkiler sonucu oluşan duygularımız, bizim kim olduğumuzu tanımlar.	Proshansky et al., 1983; Williams et al., 1992; Williams & Vaske, 2003.

Araştırmada kullanacağımız yere bağlılık kavramı ve bağlılığın alt boyutları (bileşenleri) açıklanmıştır. Araştırmanın bundan sonraki bölümünde yere bağlılık kavramının göstergelerinin (belirleyicilerinin) neler olduğunun tartışılması gerekmektedir.

1.5.2. Yere Bağlılık Göstergeleri

Yere bağlılık konusunda yapılan çalışmalar son 10 yıl içerisinde yere bağlılığı oluşturan nedenler üzerinde odaklanmışlardır. Araştırmacılar "yere bağlılığınızda önemli olan etken nedir?" (Brehm et al., 2006; Hidalgo & Hernandez, 2001; Scannel & Gifford, 2010b) sorusuna cevap aramışlar ve bulundukları konuma bağlılıklarını arttıran etkenlerin neler olduğunu araştırmışlardır. Bu araştırmalar yere bağlılığın güçlülüğü ve türünün hem yerlerin kendileriyle (ölçekleri, büyüklükleri, fiziksel ve sosyal özellikleri) hem de kişilerle (sosyal ve ekonomik durumları, ikamet süresi uzunlukları ve hareketlilik, yaş, güvenlik duygusu, belirli bir yerdeki sosyal ilişkiler, değer sistemi vb.) ilgili ek faktörlere göre değişmekte ve bunlara bağlı olduğunu ortaya koymaktadır (Scannell & Gifford, 2010a).

Bu kapsamda günümüze kadar yapılan çalışmalar sonucunda yere bağlılık belirleyicileri en genel anlamda üç kategoriye ayrılmaktadır (Tablo 6) (Lewicka, 2010). Bunlar:

Tablo 6. Yere bağlılık göstergeleri (Lewicka, 2010'dan geliştirilmiştir).

Göstergeler	
Sosyo-demografik göstergeler	Yere Bağlılık
Sosyal göstergeler	
Fiziksel - çevresel göstergeler	

Literatürde yere bağlılığı araştıran çalışmalar, bu göstergelerden her birinin bağlılık düzeyini ne kadar etkilediğini araştırmak amacıyla, bağımsız değişkenler olarak bu üç değişken üzerinde durmuşlardır. Öncelikle araştırmacıların günümüze kadar ortaya koyduğu tüm yere bağlılık göstergeleri açıklanacaktır. Daha sonra bu çalışma için hangi göstergelerin araştırmaya dahil edilip edilmeyeceği belirtilerek araştırma modeli ortaya koyulacaktır.

1.5.2.1. Sosyo-demografik Belirleyiciler

Yapılan çalışmalar doğrultusunda, bu başlık altında incelenen değişkenler, ikamet süresi uzunluğu (yaşama süresi uzunluğu), yaş, sosyal statü ve eğitim, ev sahibi olma, çocuk sahibi olma gibi kişisel değişkenlerdir.

Yapılan bu çalışmalar kapsamında araştırmacıların çoğu "ikamet süresi uzunluğu" değişkeninin yere bağlılığın en tutarlı pozitif belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmıştır (Bonaiuto, Aiello, Perugini, Bonnes ve Ercolani, 1999; Brown, Perkins ve Brown, 2003; 2004; Fleury-Bahi et al., 2008; Gustafson, 2009a; Kasarda ve Janowitz ,1974; Lewicka, 2005; 2010; 2011). İkamet süresi uzunluğu değişkeninin önemi ilk olarak Kasarda ve Janowitz (1974)'in yapmış olduğu çalışmada açıklanmıştır. Bu değişken, bir yerde uzun süre yaşayan insanların, o yere daha güçlü bağlılık duygusu oluşturduğunu açıklamaktadır.

Bu değişkenle yakın ilişki gösteren "yaş" değişkeni bazı çalışmalarda yere bağlılığın bağımsız bir pozitif belirleyicisi olarak ele alınmaktadır (Ng vd., 2005; Shamai & Ilatow, 2005). Bu değişkenler arasında "ev sahipliği" değişkeni de yere bağlılığın tartışmasız pozitif belirleyicileri arasındadır (Brown vd., 2003). Değişkenler arasında "sosyo-ekonomik statü" değişkeni ile yere bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik veriler tutarsız bir tablo ortaya koymaktadır (Fried, 2000; Lewicka, 2005; 2011).

Kampüs açık mekanlarında kullanıcıların yere bağlılıklarını araştırmayı hedefleyen bu çalışma kapsamında, sosyo-demografik değişkenler arasından sadece, kampüste bulunma süresi (sınıf) değişkeninin yere bağlılık duygusu ile ilişkisi değerlendirilecektir.

1.5.2.2. Sosyal Belirleyiciler

İkamet edilen ve ikamet yeri dışındaki yerlerde gelişen "sosyal bağlar" ve "güvenlik hissi" yere bağlılık çalışmalarında oldukça sık karşılaştığımız belirleyicilerdir (Lewicka, 2011).

Herhangi bir yerdeki kullanıcıların aralarında kurdukları ilişkiyi arttıran planlı ya da plansız sosyal olanaklar olarak tanımlanan "sosyal bağlar" literatürde çeşitli yollarla işlevsel kılınmıştır. Bunlar; yerdeki arkadaş sayısı, sosyal faaliyetlere dahil olma ölçüsü, komşuluk ilişkilerinin sıklığı ve niteliği gibi çeşitli faktörlerdir. Bu faktörler, yapılan çalışmanın hangi ölçekte (konut, mahalle, şehir, il vb.) ve ikamet yeri veya ikamet yeri dışındaki yerlere göre tanımlanmakta, bu nedenle oldukça çeşitlilik göstermektedir. Tüm bu çalışmaların çoğunda, sosyal bağlar tartışmasız olarak yere bağlılığın pozitif belirleyicileri olarak ifade edilmiştir.

Bir diğer önemli sosyal gösterge olan güvenlik duygusu ise, kullanıcının yer ile olan etkileşiminde, kendisini o yerde ne ölçüde güvende hissettiği ile ilişkilidir. Kişinin kendisini güvende hissettiği yerlerle olan bağlılık duygusu, güvende hissetmediği, çevresel tehdit hissettiği yerlere oranla daha yüksektir. Literatürde karşılaşılan, yere bağlılığın sosyal belirleyicileri olarak ifade edilen faktörler Tablo 7' da gösterilmiştir.

1.5.2.3. Çevresel (Fiziksel) Değişkenler

Günümüzde yere bağlılığı doğrudan yerin sunduğu çevresel özelliklere bağlayan fazla araştırma olmamasına rağmen, mevcut çalışmalar yerin sunduğu çevresel özelliklerin bağlılığı arttırma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur (Bonaiuto vd., 1999;2006).

Çevresel çalışmalar kapsamında, çevrenin fiziksel özellikleri iki yolla incelenmektedir. Bunlardan biri kullanıcıların, bulundukları yeri belirli ölçütler kapsamında değerlendirmeleri (Bonaiuto vd., 2006; Ng vd., 2005) , bir diğeri farklı boyut ve farklı fiziksel özelliklerdeki (Kim & Kaplan, 2004) yerleri değerlendirerek bağlılıklarının karşılaştırılmasıdır (Lewicka,2010).

İşlevsel kılınması kolay olan ve iyi tanımlanmış ölçek içeren "sosyo-demografik" ve "sosyal" değişkenlerle karşılaştırıldığında, bağlılığı etkileyebilecek potansiyel fiziksel özelliklerin sayısı oldukça fazladır (Lewicka, 2011). Bu nedenle yerin fiziksel özelliklerinin yere bağlılığa olan etkilerini belirleyebilmek için, ya değişkenlerin oldukça seçici olarak, ya da oldukça geniş kategoriler kullanılarak seçilmesi gereklidir. Bu nedenle yerin fiziksel özelliklerini değerlendirirken, belirli teoriler kapsamında ortaya koyulan yerin sunması gereken çevresel özellikler dikkate alınmalıdır.

Yere bağlılık konusunda günümüze kadar çalışılan sosyo-demografik, sosyal ve çevresel belirleyiciler tablo 7' da gösterilmiştir.

Tablo 7. Literatürde çalışılan yere bağlılık göstergeleri

Gösterge Boyutu	Gösterge	Destekleyen Literatür
Sosyo-demografik	İkamet süresi uzunluğu	Bonaiuto et al.1999 Brown, Perkins and Brown 2003,2004 Fleury-Bahi et.al.2008;Krannich and Greider 1984 Lalli 1992; Lewicka 2005;2010; Shama, and Ilatov, 2005; Riger and Ravlakas, 1981; Kelly&Hosking, 2008; Tartaglia, 2006; Rollero and Piccoli, 2010.
	Yaş	Ng vd,2005; Shamai&Ilatow, 2005;Mc Andrew, 1998 Keller, 1968.
	Sosyal Statü ve Eğitim	Fried,2000; Lewicka, 2005
	Ev sahipliği	Bolan,1997;Brown vd. 2003; Mesch &Manor 1998; Ringel &Finkelstein, 1991
Fiziksel belirleyiciler	Fiziksel Süreklilik İşlevsel Süreklilik Uygun Etkinlikler Açık Mekanlar Ulaşılabilirlik Canlılık Çeşitlilik Okunaklılık	Hesam Kamalipour vd. 2011; Fornara, Bonaiuto, & Bonnes, 2009 ; Norsidah and Kamariah 2009
	Özgün Karakter	Shamsuddin and Ujang, 2008
	Konfor Güvenlik	Hidalgo vd. 2001; Hesam Kamalipour vd. 2011;
	İklim	Knez, 2005
	Boyut Okunaklılık	Elabd AA,2013
	Canlılık	Norsidah and Kamariah 2009
Sosyal belirleyiciler	Yerde informal sosyal faaliyetlere katılma	Bonaiuto vd. 1999;2006; Brown vd. 2004 Kasarda&Janowitz, 1974;Lewicka ,2005 Mesch&Manor 1998 Moser, Ratiu &Fleury-Bahi, 2002 Ringel& Finkelstein 1991
	Güvenlik	Brown vd. 2003;2004 ; Lewicka, 2010;
	Yerdeki Arkadaş Sayısı	Mesch&Manor, 1998
	Yaşama Süresi İlişki Sayısı Mekanın Popüleritesi Günlük Karşılaşmalar Fiziksel Kişiselleştirme Ortak Davranışlar	Hesam Kamalipour vd.201; Brown, Perkins and Brown 2003,2004

1.5.3. Çalışma Kapsamında Seçilen Yere Bağlılık Göstergeleri

Tablo 7'de görüldüğü gibi, yere bağlılık konusunda yapılan farklı araştırmalar farklı kriterler ortaya koymuşlardır. Bu çalışmalar genel olarak "sosyo-demografik", "sosyal" ve "çevresel" göstergeleri kendi aralarında karşılaştırarak yere bağlılığı en çok etkileyen değişkenin neler olduğunu ortaya koymuşlardır. Fakat yalnızca yerin sunduğu çevresel özelliklerin, kullanıcıların yere bağlılıkları üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar oldukça kısıtlıdır.

Bu çalışmanın ana hedefi, bir yerin sadece çevresel özelliklerinin kullanıcıların yere bağlılıkları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu nedenle, kullanıcıların geçmiş deneyimlerinin olmadığı, kullanıcıların sosyo-demografik özelliklerinin eşit olduğu kampüs açık mekanları çalışma alanı olarak seçilmiş ve bu mekanların sunduğu çevresel özelliklerin kullanıcıların yere bağlılıkları üzerindeki etkilerini araştırmak amaçlanmıştır. Araştırmanın "mekan ve yer" başlığı altında belirttiğimiz gibi yer sadece fiziksel özellikler değil aynı zamanda sosyal özelliklerin de birleşiminden meydana gelmektedir. Bu nedenle bu çalışma kapsamında, kampüs açık mekanlarının sunduğu çevresel özellikler fiziksel ve sosyal özelliklerin bir kombinasyonu olarak değerlendirilecektir. Literatürde bağlılık konusunda yapılan çalışmalar, bağlılığın çevresel göstergeleri kapsamında yerin sadece birtakım fiziksel özelliklerini (konfor, estetik, erişilebilirlik, okunaklılık vb.) ele almışlar, fakat yerin sosyal etkileşimlere olanak sağlayan sosyal özelliklerini (etkinliklere katılma, karşılaşma olanağı, canlılık, ortak kullanımlara olanak sağlaması vb.) beraber inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışma bu yönüyle literatürde bağlılık konusunda yapılmış olan çalışmalardan farklılık göstermektedir.

Literatür araştırmaları doğrultusunda bu çalışmada, yerin sadece fiziksel özelliklerden değil aynı zamanda sosyal özelliklerden meydana geldiği ve hem fiziksel ve hem de sosyal çevrenin ideal olması sonucunda yere bağlılığın gelişebileceği belirtilmiştir. Lewicka (2011), yere bağlılığın fiziksel göstergelerini araştırırken, ya oldukça seçici olmalı ya da belirli bir teoriden yola çıkılması gerektiğini belirtmiştir. Bu nedenle yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılığa etkisini araştıran bu çalışmada, yerin sağlaması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği;

- Maslow (1954)'un ihtiyaçlar hiyerarşisi
- PPS(2002)'in başarılı açık mekan özellikleri ve
- yere bağlılık göstergeleri kriterleri doğrultusunda belirlenmiştir.

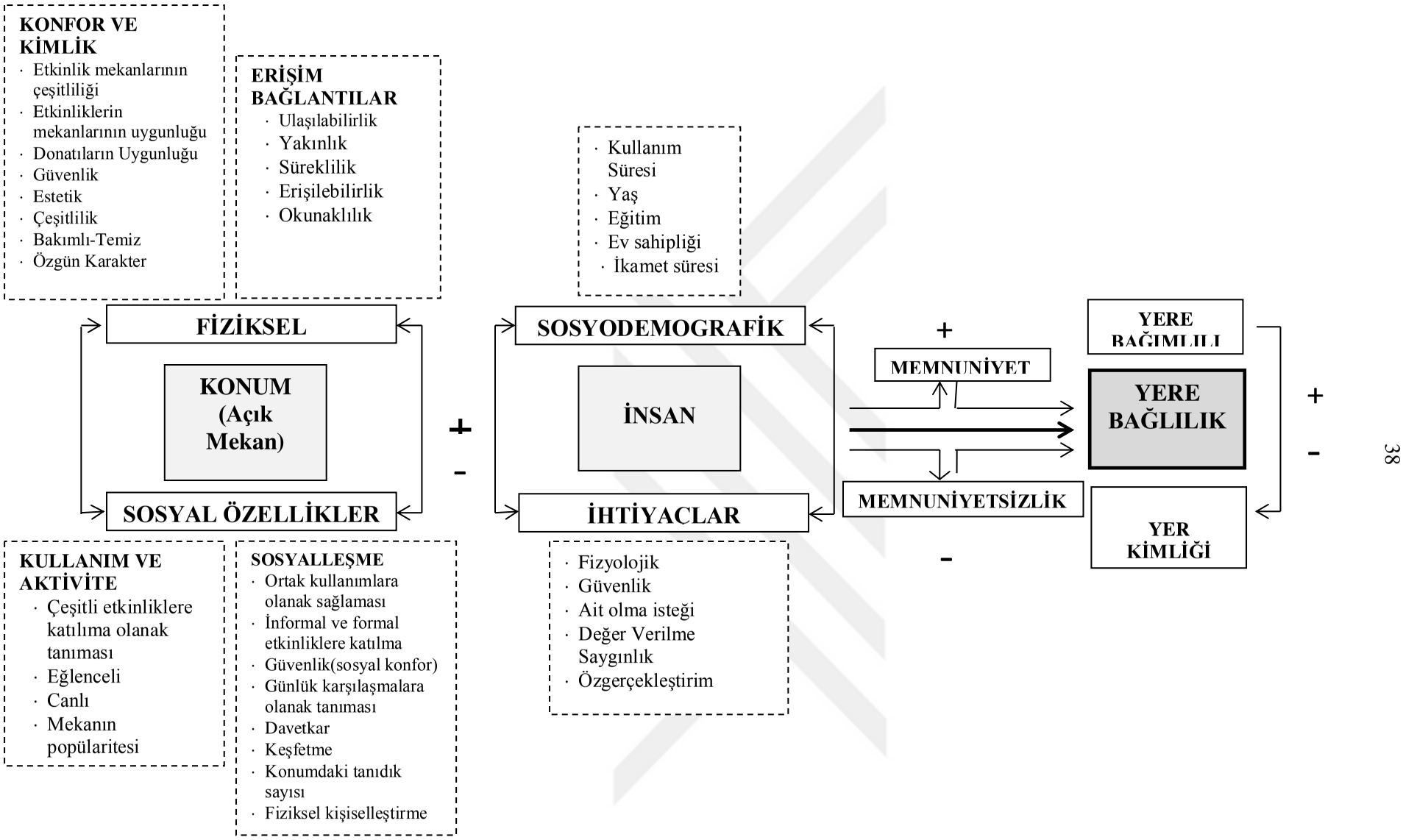
Kullanıcıların kampüs açık mekanlarını bu kriterler doğrultusunda değerlendirmesi sonucu, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılık üzerindeki etkileri ortaya koyulacaktır. Araştırmamızda kampüs kullanıcısı olan öğrencilerin eşit, aynı yaş ve eğitim grubunda olmalarından dolayı "sosyo-demografik" değişkenler araştırma dışında bırakılacaktır. Aynı şekilde öğrencilerin kampüsteki arkadaş sayısı, yaşama süresi, ilişki sayısı gibi "sosyal" değişkenler de araştırmaya dahil edilmeyecektir.

Tüm bu bilgiler sonucunda, insan çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, yer memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştırmayı hedefleyen bu çalışmada, kampüs açık mekanlarının değerlendirileceği fiziksel ve sosyal değişkenler Tablo 8'de gösterilmiştir. Tüm bu özellikler uygulama aşamasında anket sorularıyla irdelenecek kavramları ve mekanların analizlerini sağlayacaktır.

Tablo 8. Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler (Maslow, 1954; Whyte,1980;1988; Kaplan et al 1998; Francis, 1987; 2003 ve PPS,2000'den geliştirilmiştir).

YER (Kampüs Açık Mekanları)			
FİZİKSEL ÖZELLİKLER		**SOSYAL ÖZELLİKLER**	
KONFOR VE İMAJ	**ULAŞIM VE BAĞLANTILAR**	**KULLANIM VE AKTİVİTELER**	**SOSYALLEŞME**
· Etkinlik mekanları ve donatıların konforu · Güvenlik · Estetik · Bakımlı-Temiz · Özgün Karakter	· Yakınlık · Süreklilik · Okunabilirlik · Ulaşılabilirlik · Elverişli	· Çeşitli etkinliklere katılıma olanak tanıması · Canlı · Aktif · Mekanın popülaritesi · Yararlı	· Ortak kullanımlara olanak sağlaması · İnformal ve formal etkinliklere katılma · Güvenlik(sosyal konfor) · Mekanın günlük karşılaşmalara olanak tanıması · Davetkar · Çeşitlilik · Etkileşimli

Yerin sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklere ilişkin kavramların araştırma modeline dahil edilmesi ile araştırma modeli tamamlanmıştır (Şekil 12). Bu model, insan-yer ilişkisinin açıklanmasında, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerinde etkili olan kavramları ve bu kavramların birbirleriyle olan ilişkilerini açıklamaktadır. Böylece çeşitli özelliklerdeki kampüs açık mekanlarının, kullanıcıları üzerinde oluşturdukları memnuniyet duygusu ve bağlılık duygusunun değişiminin nasıl ve neye göre oluştuğunun açıklanmasına yönelik kavramsal bir araç ortaya koyulması amaçlanmıştır.



Şekil 12. Araştırma modeli

1.6. Çalışmanın Amaç ve Varsayımlarının Ortaya Koyulması

İnsan - çevre ilişkisinin hangi temellere dayandığı, nasıl oluştuğu, çevrenin hangi özellikleri sunduğu ve insanların bu özellikleri nasıl değerlendirdiklerini sorgulayan bu çalışma kapsamında, insan ve çevresi arasındaki bağ gündeme gelmiştir. Bu kapsamda şu sorular gündeme gelmiştir:

- İnsanlar neden bir yere bağ hissederler?
- Neden bir yerden ayrılmak isterler?

Bu tez çalışmasının başlangıcında sorulan bu sorular insanın yer ile oluşturduğu en önemli motiflerden biri olan "yere bağlılık" kavramı ile sonuçlanmıştır. yere bağlılık kavramının ele alınabilmesi için öncelikle çevre – mekan ve yer kavramları ve sonrasında yerin bileşenleri, yerin sunması gereken özelliklerin neler olduğu konuları tartışılmıştır.

Çevresel psikolojinin önde gelen isimlerinden David Canter (1983), Harold Proshansky (1983) gibi araştırmacılar çevrenin hem fiziksel hem de sosyal özelliklerin bir kombinasyonu olduğunu öne sürerek, insan davranışlarının ihtiyaçları doğrultusunda çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerine bağlı olarak oluştuğunu belirtmişlerdir.

Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcıların yere bağlılığına olan etkilerini araştıran çalışmalar, genel bir teoriden yola çıkılarak yerin olası bütün fiziksel ve sosyal özelliklerinin değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir (Fornara vd,. 2009; Lewicka, 2011). Williams ve arkadaşları (1992) insanların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri, hatırlayacağı ve özleyeceği yerlerin, sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan mekanlar olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Jack (2008) hem sosyal hem de fiziksel çevrenin ideal olması sonucunda yere bağlılığın gelişebileceğini belirtmiştir. Bu nedenle bu çalışma kapsamında yere bağlılık konusu, insan ihtiyaçlarını karşılayacak başarılı açık mekanların sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği sorusundan yola çıkmıştır. Bu teorilerin kabulü çalışmanın amaç ve varsayımlarını doğrudan etkileyip yönlendirmiştir. Bu bilgilerin sonucunda bu çalışmada genel amaç, insan çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçları kapsamında değerlendirilerek yer memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştırmak olurken temel amaçlar ise şunlardır:

- Kampüs açık mekanlarına bağlılığı oluşturan faktörlerin belirlenmesi

- Kampüs açık mekanlarının sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin belirlenmesi
- Kampüs açık mekanlarının, kullanıcı beklentilerine ne düzeyde cevap verdiğini kullanıcı görüşlerine dayalı olarak değerlendirmek
- Kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özellikleri bakımından değerlerini ortaya koymak
- Kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerinin kullanıcı memnuniyetinde etkili olup olmadığını ortaya koymak ve memnuniyeti belirlemede hangi kriterin daha anlamlı olduğunu belirlemek
- Kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerinin yere bağlılık üzerinde etkili olup olmadığını ortaya koymak ve bağlılığı belirlemede hangi kriterin daha anlamlı olduğunu belirlemek
- Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklamak

Bu amaçlar temelde şu varsayımların sınanmasına yöneliktir:

- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel özelliklerin pozitif algısı arttıkça yere bağlılık değeri artar.
- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarının sunduğu sosyal özelliklerin pozitif algısı arttıkça yere bağlılık değeri artar.
- Kullanıcıların mekan memnuniyeti arttıkça yere bağlılık duygusu artar.
- Kullanıcıların kampüste geçirdikleri süre (sınıf) arttıkça yerle kurdukları bağlılık duygusu artar.
- Yere işlevsel olarak bağlılığın (yere bağımlılık) artmasıyla, duygusal bağ(yer kimliği) da artar.

1.7. Araştırma Yöntemi ve İçinde Yer Alan Teknikler

Bu bölümde, uygulamada kullanılacak olan araştırma teknikleriyle ilgili literatür bilgisine yer verilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan teknik anket yöntemidir.

1.7.1. Anket

Anket araştırma yapılacak konu ile ilgili soruların yer aldığı bir soru kağıdıdır. Burada yer alacak soruların içeriği, biçimi, sayısı araştırmanın konusuna bağlıdır. Soruların nasıl düzenleneceği, hangi tür sorunun hangi aşamada sorulması gerektiği, ankette kullanılacak kavramların ne anlama geldiği konusunda araştırmacının geniş bilgi birikimine sahip olması gerekir (Aziz, 2010).

Anketlerde yer alan sorular, farklı ölçütlere göre türlere ayrılır. Bu türler öncelikle, sorulara verilen yanıtların serbest olup olmamasına göre farklılaşır. Bunlar:

1. Açık uçlu sorular
2. Kapalı uçlu sorular
3. Yarı kapalı uçlu sorular
4. Derecelendirmeli (ölçekleme) sorularıdır.

Anket yönteminin bilinen dezavantajlarını en aza indirmek amacıyla, bu çalışma kapsamında kapalı uçlu sorular, yarı kapalı uçlu sorular ve derecelendirme soruları bir arada kullanılmıştır.

Kapalı uçlu sorularda katılımcıların anketteki sorulara vereceği olası yanıtlar önceden belirlenir. Bu yanıtlar "olumlu-olumsuz", "var-yok" vb. gibi iki şıklı olup veya çoktan seçmeli olarak düzenlenebilir. Çoktan seçmeli sorularda yanıt yelpazesi geniş tutularak, katılımcıdan ayrıntılı bilgi alınmak istenir. Yapılandırılmış sorular olarak bilinen bu tür sorularda, cevaplayan kişi soruları güvenilir ve pratik bir şekilde cevaplar. Bu soru türünün olumlu ve olumsuz yönleri vardır. Açık uçlu soru tipinde olumsuz olarak nitelenen, olası yanıtların yazılmasından doğacak zaman kaybı bu soru tipinde yoktur. Verilen yanıtlar hemen işaretlenir ve değerlendirme aşamasında yeniden kodlama yapılmaz. Bu soru türünün olumsuz yanı, deneğin vereceği yanıtların, olası şıklarda öngörülmemesi durumunda, yanıtların zorunlu olarak bu şıklar içinde yer almasıdır. Diğer bir olumsuzluk ise, eğer soru kağıdı anketör tarafından dolduruluyor ise, bu kişinin yorumundan geçerek herhangi olası şıkkın işaretlenme durumudur (Aziz, 2010).

Yarı-kapalı uçlu soru tipi, kapalı uçlu soru tipine "başka" ya da "diğer" gibi açık uçlu bir şıkkın eklenmesi ile oluşturulur. Sorunun olası yanıtları sıralanır, yanıtların bu olası yanıtlar içinde bulunmadığı bir yanıt olması düşüncesi ile bir açık uçlu yanıt şıkkı eklenir. Anketin uygulanmasından sonra, gözden geçirme aşamasında bu açık uçlu şık, ağırlıklı yanıtlara göre yeniden kodlanır ya da bu şıktaki yanıtların oranı önemsiz ise bu şıkta saklı

tutulur. Eğer bu şıkta yer alan yanıtların önemli ağırlıkları varsa, her birine ayrı kod numarası verilerek tek tek kapalı yanıt şıkları durumuna getirilir. Amaç her iki soru tipinin de olumsuz yönlerini gidermektir. Bu tür sorular kapalı uçlu soruların olumsuz yönünü azaltmaktadır (Aziz, 2010).

Derecelendirmeli (ölçekleme) soru tipleri, biçimsel olarak çok şıklı kapalı uçlu soru tipinin aynısıdır. Tek fark bu soruların ölçeklendirilmiş olmasıdır. Bu sorular daha çok görüş, tutum ve davranış ile ilgili olarak hazırlanan sorularda kullanılır. Bir tutum doğrudan ölçülemez, ancak dolaylı olarak davranış yoluyla ölçülebilir. Bu amaçla sosyal psikologlar çeşitli tutum ölçme teknikleri geliştirmişlerdir. Bunlar:

1. Bogardus (Sosyal Uzaklık) ölçeği
2. Thurstone (Eşit Aralıklı Sosyal Uzaklık) ölçeği
3. Likert Ölçeği
4. Guttman (Hiyerarşik – Scalogram) ölçeğidir.

Likert ölçeği, tutum ölçekleri içinde en yaygın olarak kullanılanıdır. Kolay ve kullanışlı olması, diğer ölçeklere göre dezavantajlarının daha az olması bunu sağlamıştır (Gür, 1996; Tavşancıl, 2005). Likert (1932) ölçek kurmak için gerekli olan aşamaları şu şekilde sıralamıştır (Kağıtçıbaşı, 1988):

- Belli bir tutumla ilişkili olduğu tahmin edilen çok sayıda tutum cümlesinin (maddenin) bir araya toplanması.
- Bu maddelerin katılımcılara verilerek, katılımcıların bu cümlelere kategoriler üzerinden tepki vermeleri istenir.
- Her denek için toplam puanın hesaplanması.
- En ayırıcı maddeleri seçebilmek için madde analizi yapılması. Madde analizi, her madde için, o madde üzerinden grubun aldığı puanların , grubun bütün ölçek maddeleri üzerinden aldığı puanlarla korelasyonudur. Bütün ölçek puanlarıyla, yüksek korelasyon gösteren maddeler saklanır, diğer maddeler elenir. Burada önemli olan, Likert ölçekleme tekniğinde, bütün maddelerin aynı tutumu ölçmesi gerekmektedir (Kağıtçıbaşı, 1988).

Likert tipi tutum ölçeğinde derecelemeler 3, 5, 7, 9 hatta 11'li olabilirler. Ancak 5'li dereceleme optimum olanıdır ve bu nedenle en çok kullanılanıdır. Bu araştırma kapsamında derecelendirmeli soru tiplerinden Likert ölçeği (5'li Likert ölçeği) kullanılacaktır. Likert ölçeği, araştırılan konuya yönelik tutum içeren ifade ve bu ifadeye katılım düzeyini belirten seçeneklerden oluşur. Likert ölçeklerinde, katılım düzeyini

belirlemek amacıyla, iki uç ifade arasında derecelenen seçenekler sunulur. Analiz aşamasında bu seçenekler birer sayısal değer atanarak kodlanır ve böylece nitel veri nicel veriye dönüştürülerek analiz edilir (Turan, Şimşek ve Aslan, 2015). Literatürde bu tip soru ve ölçekler, "Likert tipi ölçek" ve "Likert tipi soru" gibi kavramlar ile kullanılmaktadır. Akademik yazımda bu kavramlar dikkatli seçilmelidir. Çünkü her biri farklı durumları ifade etmektedir. "Likert tipi soru" kavramında araştırmacının soruların ortalama değerlerini kullanarak genel bir çıkarımda bulunma amacı yoktur. Fakat "Likert tipi ölçek" de araştırmacı soruların ortalama değerlerini kullanır (Clason ve Dormody, 1994).

5'li Likert ölçeği "kesinlikle katılmıyorum" dan başlayarak, "kesinlikle katılıyorum" a kadar derecelenir. Bu derecelenmede en olumsuz cevap (1) rakamı ile, en olumlu cevap (5) rakamı ile temsil edilir. Literatürde Likert tipi ölçeğin analizinde hem parametrik (t-test, Anova vb.), hem de parametrik olmayan (ki-kare, Mann-Whitney U testi, Kruskall-Wallis vb.) testlerin kullanılabileceği tartışılmaktadır (Turan, Şimşek ve Aslan, 2015).

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Araştırma Tasarımının Geliştirilmesi

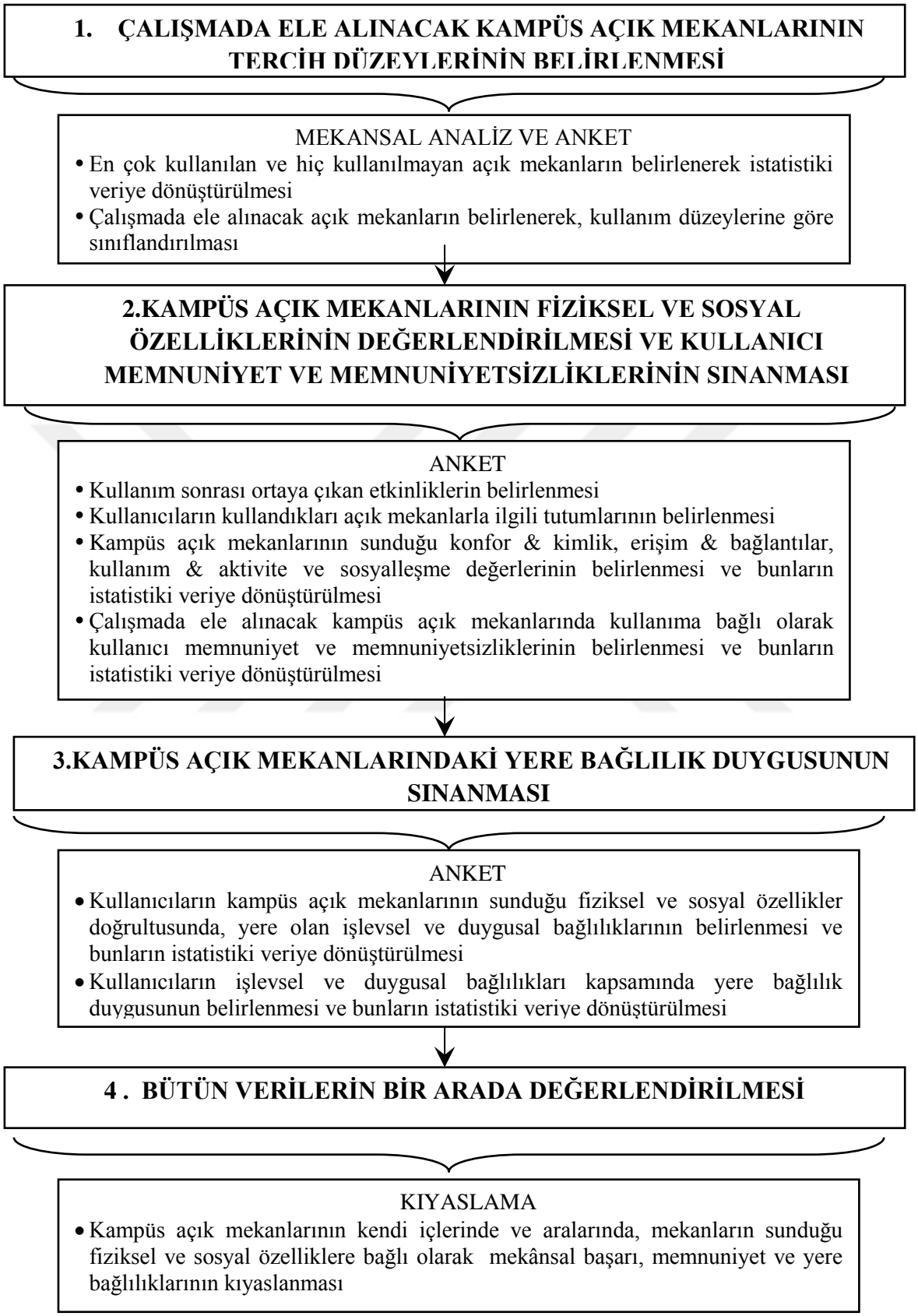
İnsan çevre etkileşimi kapsamında kampüs açık mekanlarının sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçları kapsamında değerlendirilerek yer memnuniyeti ve yere bağlılık ile ilişkisini araştırmak bu araştırmada temel amaçtır. Araştırmanın temel varsayımı ise kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin pozitif algısı arttıkça, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık değerinin arttığıdır.

Tercih edilme ve memnuniyet düzeyi, açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamakta ne kadar başarılı olduğunun göstergesidir. Bu nedenle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan, daha çok tercih edilen, memnuniyet duygusu ve bağlılık duygusu oluşturan mekanlar, fiziksel ve sosyal özellikler açısından daha başarılıdır. Fiziksel ve sosyal özelliklerin çeşitliliği, kullanıcı memnuniyetini ve yere bağlılık düzeyini farklı düzeylerde etkilemesi beklenir. Bu bağlamda fiziksel ve sosyal özellikler bakımından çeşitlilik gösteren, kampüs açık mekan özelliklerinin ortaya koyulması ve bu mekanların kıyaslanarak kullanıcı memnuniyeti ve bağlılık duygusuna olan etkilerini araştırmak, araştırma tasarımının genel çerçevesini belirlemiştir.

Araştırmanın şu temel aşamaları kapsaması planlanmıştır:

- Çalışmada ele alınacak kampüs açık mekanlarının belirlenmesi
- Çalışmada ele alınacak kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerinin belirlenmesi
- Kampüs açık mekan fiziksel ve sosyal özelliklerinin, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılama düzeyi olan memnuniyet duygusunun belirlenmesi
- Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler doğrultusunda, kullanıcıların yere bağlılık duygusunun belirlenmesi
- Bütün verilerin bir arada değerlendirilmesi.

Her uygulama aşamasının amacı dikkate alınarak, amaca en uygun olan veri toplama yöntemi seçilmiştir ve araştırma modeli bu doğrultuda kurgulanmıştır (Şekil 13).



Şekil 13. Araştırma modeli kapsamında kurgulanan aşamalar

2.2. Çalışma Alanının Seçilmesi ve Tanımlanması

Fransız sosyolog Lefebvre (1991) mekanın üretimi kitabında, mekanın insanla var olduğunu ve mekânsal ilişkilerin sosyal anlamlarla oluştuğunu belirtmiştir. Bu mekanlarla kurulan bağlar, ilişkiler ve davranışlar sonucu deneyimler oluşur. Böylece içinde bulunduğumuz "mekan" (space) artık anlamlı "yer" (place) e dönüşür.

Mimarlık ve çevresel tasarım kapsamında mekanı bir tasarım nesnesi olarak düşünmek için, yalnızca mekanın fiziksel özellikleri değil, onun sosyal özelliklerini de kapsayan anlamlarıyla beraber düşünmek gereklidir. Her mekanın bir yer olmadığı, yerin mekandan çok daha farklı, çoğul anlamlar taşıdığı, mimarlık ve kentsel tasarım araştırmaları kapsamında önemsenmelidir (Gürkaş, 2010). Bu fark, mekan içinde bireysel ve toplumsal davranış örüntülerinin anlaşılabilmesine olanak sağlayacaktır. Bu sayede mimarlık ve kentsel tasarım alanında, mekanın salt iki boyutlu yapısı değil, aynı zamanda insanın davranışları, insanın ona yüklediği anlamlar ve toplumsal yapısı da araştırılacaktır. Bu nedenle bu çalışma, kullanıcıların mekanın sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri nasıl değerlendirdiğini "kullanım sonrası değerlendirme" (Post Occupancy Evaluation) yaklaşımıyla ele alacaktır (Preiser et. All, 1988).

Araştırma kapsamında, literatürde belirttiğimiz gibi başarılı açık mekanlar, fiziksel ve sosyal özelliklerin birleştiği ve memnuniyet duygusu yaratan yerlerdir. Bu çalışmanın amacı, tüm bu kavramların, çalışmanın ana kurgusu olan "yere bağlılık (place attachment)" kavramı ile ilişkisinin nasıl olduğuna yanıt aramaktır. Bu çalışmada yerin sadece çevresel özelliklerinin (fiziksel ve sosyal) bağlılık yaratmadaki önemi vurgulanmak istendiğinden, çalışma alanı olarak da kullanıcıların geçmiş deneyimlerinin, hatıralarının olmadığı, kampüs açık mekanları seçilerek, kişisel süreçler çalışma kapsamında soyutlanmıştır.

Çalışma alanı, Trabzon ili kent merkezinde bulunan KTÜ Kanuni Kampüsüdür. 20 Mayıs 1955 tarihinde kurulmuş olan Karadeniz Teknik Üniversitesi, İstanbul ve Ankara illeri dışında kurulan ilk üniversitedir. 2 Aralık 1963 tarihinde eğitim-öğretime başlayan üniversite, 1966 yılında bugünkü merkez kampüsüne taşınmıştır. Kampüs, eğitim-öğretimi, araştırma ve uygulama eylemlerinin yer aldığı yapıların yanında, içinde sosyal ve kültürel etkinlik mekanlarına sahip fiziki oluşumları da içerirler. Kampüs, öğrenci sayısının ve eğitim yapılarının artmasına paralel olarak sürekli gelişen ve değişen bir yapıya sahiptir. Fiziki yapıların giderek artması, öğrencilerin açık mekan kullanımlarını

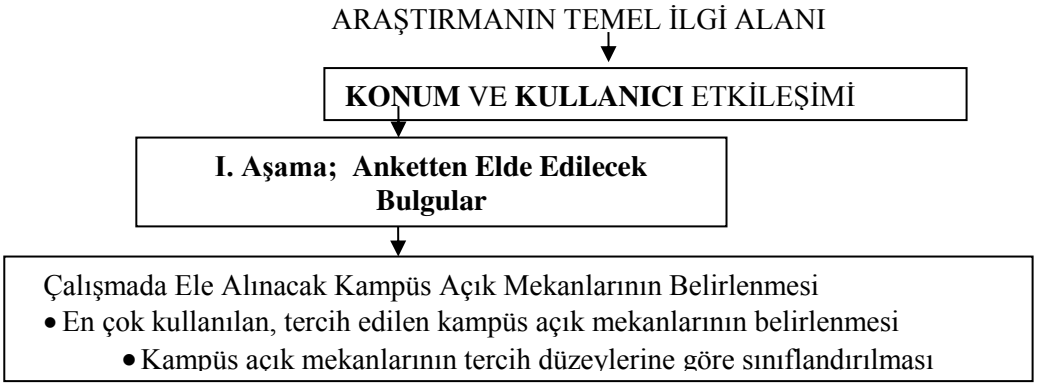
Kampüsün eğitim yapıları ve konaklama yapıları arasında kalan sosyo-kültürel etkinliklere olanak sağlayan mekanlar, araştırmacının yapılandırılmamış gözlemleri sonucu seçilmiştir (Tablo 9). Bu mekanlar, öğrencilerin ders dışı etkinliklerini gerçekleştirebildiği, toplanma, buluşma ve serbest zaman etkinlikleri olarak kullanılmaktadır.

2.3. Birinci Aşama: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesi

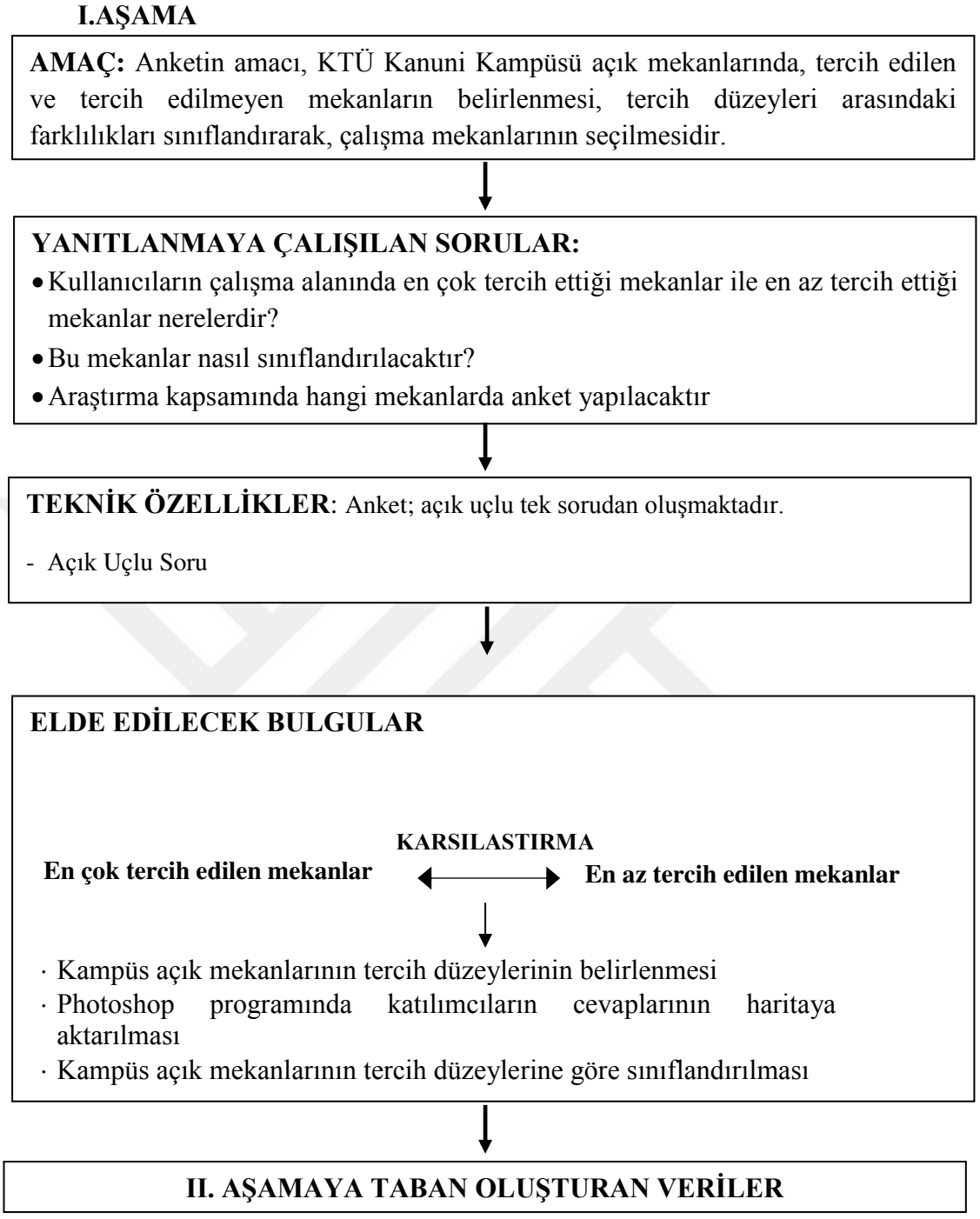
Birinci aşamada araştırmada ele alınacak konumların belirlenmesi temel amaçtır. "Fiziksel ve sosyal özellikler kampüs açık mekanın sağlaması gereken özellikler olup bu özelliklerin pozitif algısı mekanın tercih edilme düzeyi doğru orantılıdır" varsayımı kabul edildiğinden;

- KTÜ kanuni kampüsünde kullanıcıların boş zamanlarını daha çok hangi konumlarda değerlendirdiklerinin, hangi konumları daha çok tercih ettiklerinin saptanması
- Konumların tercih düzeylerinin sınıflandırılması bu aşamanın hedefleridir.

Bu amaçla kullanıcılara, "KTÜ Kanuni Kampüsünde, boş zamanlarınızda, ders dışı etkinliklerinizi daha çok hangi konumlarda gerçekleştiriyorsunuz" sorusu sorularak katılımcıların tercih düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Her katılımcının bu soruya verdiği yanıtlar, Autocad 2010 programında işaretlenmiştir. Bu sayede kampüs açık mekanlarında tercih edilen açık mekanlar belirlenerek araştırmanın ikinci aşamasında elde edilen verilere taban oluşturulmuştur. Birinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri Şekil 20'deki gibidir.



Şekil 20. Birinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri



Şekil 21. II. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular

2.3.1. Çalışma Alanlarının Seçimi İçin Gerçekleştirilen Anket Süreci

Araştırmanın birinci aşamasında kampüs açık mekanlarının tercih düzeylerini ortaya koymak ve bu doğrultuda çalışmada ele alınacak kampüs açık mekanlarını belirlemek amacıyla 2015 yılının Nisan ve 2016 yılının Haziran ayları arasında belirli aralıklarla

toplam 360 kişi ile hafta içi ve hafta sonu günlerde görüşülmüştür. Anket çalışması, kampüs kullanıcıları arasından rastgele seçilerek uygulanmıştır.

2.3.2. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi

Bu aşamada öncelikle anketin gerçekleştirilmesi için KTÜ Kanuni Kampüsü'nün Autocad 2010 programında haritası çizilerek, katılımcıların bu haritayı daha kolay anlayabilmeleri için Photoshop programında renklendirilmesi ve konumların numaralandırılması gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara bu harita gösterilerek;

- "Kampüsde, boş zamanlarınızı değerlendirmek için en çok hangi mekanları kullanıyorsunuz?" Sorusu yöneltilmiştir.
- Öğrencilerin cevapları, Autocad 2010 programında, her bir kullanıcı için ayrı katmanlarda çizilmiş ve daha sonra tüm cevaplar birleştirilerek, yoğun olarak tercih edilen ve tercih edilmeyen mekanlar haritada gösterilmiştir.
- Öğrencilerin bu soruya verdiği cevaplar, daha sonra SPSS programı kullanılarak frekans değerleri belirlenmiştir.
- Bu sayede, kampüs açık mekanlarının tercih düzeyleri ortaya koyulmuş ve çalışmada ele alınacak kampüs açık mekanları belirlenmiştir.

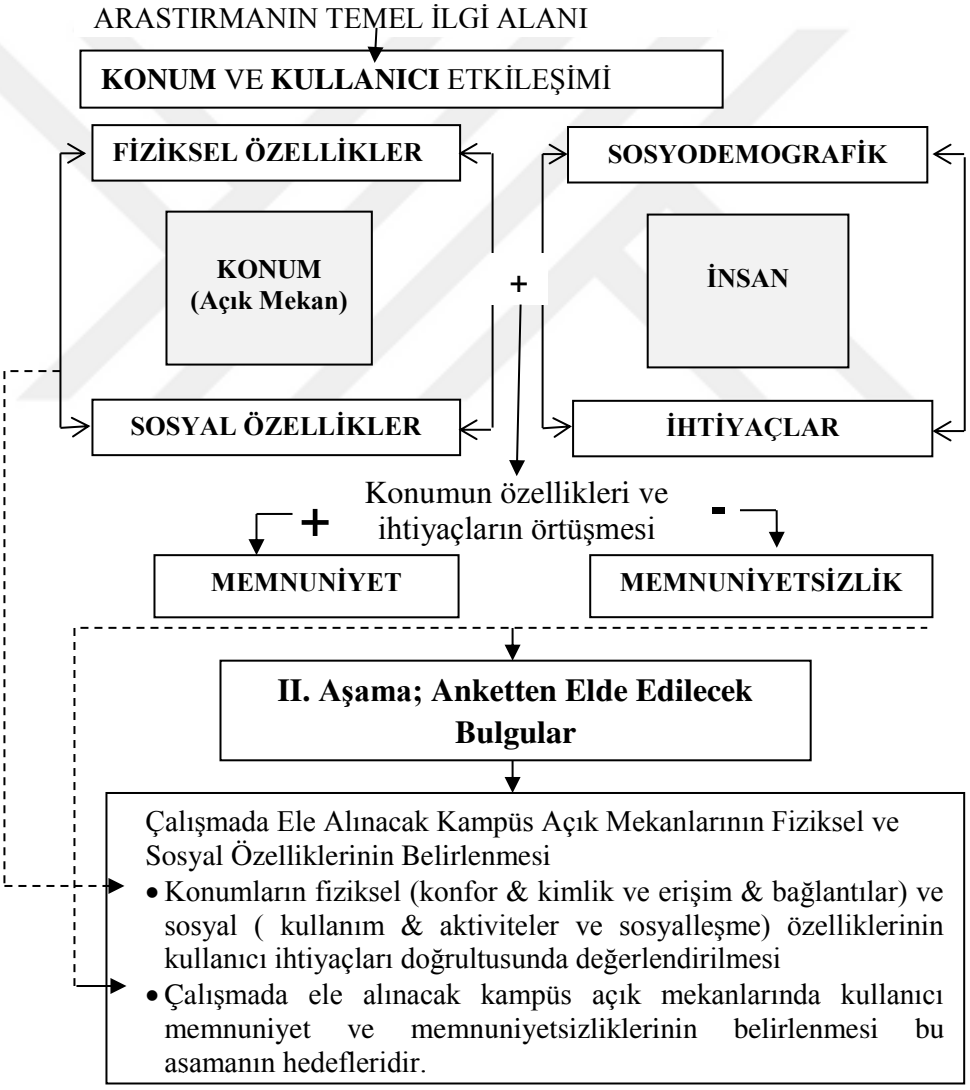
2.4. İkinci Aşama: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanması

Araştırmanın ikinci aşamasında, bir önceki aşamada belirlenen açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. "Fiziksel ve sosyal özellikler, kampüs açık mekanlarının sağlaması gereken özellikler olup, bu özelliklerin ortaya koyduğu değerler ile mekanların tercih edilme düzeyi doğru orantılıdır" varsayımı kabul edildiğinden;

- Çalışma alanlarında gerçekleşen etkinliklerin belirlenmesi
- Varsayımın sınanabilmesi için bu konumların daha önce literatür taramasıyla tanımlanan fiziksel (konfor & kimlik ve erişim & bağlantılar) ve sosyal (kullanım & aktiviteler ve sosyalleşme) (Tablo 8) özelliklerinin kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi

- Mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler doğrultusunda, kullanıcıların bu mekanlardan duyduğu memnuniyet ve memnuniyetsizliklerin belirlenmesi bu aşamanın hedefleridir.

Araştırma kapsamında ele alınacak bu kavramlar, kullanıcı deneyimlerine bağlı olarak mekanın sunduğu olanakların ölçülmesini içerdiğinden bu aşamada anket tekniği kullanılmıştır. Bu aşamanın bulguları, araştırma modelinde konumun sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değerlendirilmesine yöneliktir. İkinci aşamadan elde edilecek bulguların, araştırma modelindeki yeri Şekil 22'deki gibidir.



Şekil 22. İkinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri

II.AŞAMA

AMAÇ: Anketin amacı, KTÜ Kanuni Kampüsü açık mekanlarında, tercih edilen mekanların tercih edilmeyen mekanlara göre, sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerinin daha başarılı ya da başarısız olup olmadığının sınanması ve bu varsayımın denetlenmesidir.

↓

YANITLANMAYA ÇALIŞILAN SORULAR:

- En çok tercih edilen mekanlar ile en az tercih edilen mekanlarda gerçekleşen etkinlikler farklılık sergiler mi?
- En çok tercih edilen mekanlar ile en az tercih edilen mekanların fiziksel ve sosyal özelliklerinin başarı değerleri nedir, bu özellikler bakımından farklılıklar sergilerler mi?
- Mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler, yani literatür taramasıyla belirlenen konfor & kimlik – erişim & bağlantılar ve kullanım & aktiviteler – sosyalleşme değerleri açısından farklı değerlere sahip midirler?
- Kampüs açık mekanlarındaki kullanıcı memnuniyet düzeyleri farklılık sergiler mi?

↓

TEKNİK ÖZELLİKLER: Anket; üç soru tipi bir arada kullanılmıştır.

1. Kapalı uçlu sorular
2. Yarı-kapalı uçlu soru
3. Likert tutum skalası bir arada kullanılmıstır

↓

ELDE EDİLECEK BULGULAR

- En çok tercih edilen açık mekanlar
- En az tercih edilen açık mekanlar

ÖRTÜŞTÜRME ↔

- Kullanıcı değerlendirmesine göre, fiziksel özelliklerin en yüksek değer aldığı mekanlar
- Kullanıcı değerlendirmesine göre sosyal özelliklerin en yüksek değer aldığı mekanlar

- **En çok tercih edilen mekanların**

-Fiziksel (konfor&kimlik ve erişim & bağlantılar) özellikler için sayısal değeri
-Sosyal (kullanım & aktiviteler ve sosyalleşme) özellikler için sayısal değeri
-Kullanıcıların mekan

KIYASLAMA ↔

- **En az tercih edilen mekanların**

-Fiziksel (konfor&kimlik ve erişim & bağlantılar) özellikler için sayısal değeri
-Sosyal (kullanım & aktiviteler ve sosyalleşme) özellikler için sayısal değeri
-Kullanıcıların mekan

↓

III. AŞAMAYA TABAN OLUŞTURAN VERİLER

Şekil 23. II. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular

2.4.1. Soruların Belirlenmesi

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarında hangi etkinlikleri gerçekleştirdikleri ve bu mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri nasıl değerlendirdiklerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ankette sırasıyla kapalı uçlu sorular, yarı kapalı uçlu soru ve Likert tutum skalası kullanılmıştır. Likert tutum skalasında yer alan ifadeler, literatür taramasıyla belirlenen, yere bağlılığın fiziksel ve sosyal göstergeleri ile insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla oluşturulmuş başarılı açık mekanların sunması gereken fiziksel ve sosyal özellikleri birleştiren yapıdadır. Bu yapı fiziksel ve sosyal olmak üzere, yerin sunduğu fiziksel özellikler 2 ölçek (Konfor & kimlik – Ulaşılabilirlik & bağlantılar) ve 20 ifadeden oluşmaktadır. Yerin sunduğu sosyal özellikler de 2 ölçek (Kullanım & aktiviteler – sosyalleşme) ve 21 ifadeden oluşmaktadır.

1. Konfor ve kimlik (5 madde, 13 ifade)
2. Ulaşılabilirlik ve bağlantılar (5 madde, 7 ifade)
3. Kullanım ve aktiviteler (6 madde, 8 ifade)
4. Sosyalleşme (7 madde, 13 ifade)

kavramlarının, kullanıcılar tarafından algılanan değerlerinin belirlenmesine yöneliktir. Tüm bu çevresel değişkenlerin faktör analizi sonucunda 4 alt boyut olarak elde edileceği düşünülmüştür. Bütün bu boyutların yanında, faktör analizleri sonucunda, çevresel değişkenleri tanımlayan farklı bir faktör yapısının ortaya çıkabileceği de düşünülerek tüm bu ifadeler katılımcılara anket formu ile uygulanmıştır.

Böylelikle, kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısı, tercih edilen mekanlarda tercih edilmeyen mekanlara göre daha yüksek olduğu varsayımı sınanabilmiştir.

Çalışmada ele alınan fiziksel ve sosyal özelliklerin değerlendirilmesine yönelik hazırlanmış skalada kullanılan kavramlar tablo 10'da sunulmuştur. Bu kavramlara karşılık gelen ifadeler Ek 1 de sunulmuştur.

Tablo 10. Ankette tutum skalasında yer alan kavramlar

FİZİKSEL ÖZELLİKLER		SOSYAL ÖZELLİKLER	
KONFOR VE KİMLİK	**ULAŞIM VE BAĞLANTILAR**	**KULLANIM VE AKTİVİTELER**	**SOSYALLEŞME**
· Etkinlik mekanları ve donatıların konforu · Güvenlik · Estetik · Bakımlı-Temiz · Özgün Karakter	· Yakınlık · Süreklilik · Okunabilirlik · Ulaşılabilirlik · Elverişli	·Çeşitli etkinliklere katılıma olanak tanıması ·Canlı ·Aktif ·Mekanın popülaritesi ·Yararlı ·Yönetim	· Ortak kullanımlara olanak sağlaması · İnformal ve formal etkinliklere katılma · Güvenlik(sosyal konfor) · Mekanın günlük karşılaşmalara olanak tanıması · Davetkar · Çeşitlilik · Etkileşimli

Anketin ikinci bölümü olan, konumun fiziksel ve sosyal özelliklerinin kullanıcı ihtiyaçları ile örtüşmesi veya örtüşmemesi sonucu, kullanıcı memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulmasına yöneliktir. Memnuniyet ölçümü için ölçek oluştururken, literatürde yapılmış, memnuniyet ve bağlılık arasındaki ilişkileri açıklayan farklı çalışmalardan (Mesch &Manor, 1998; Stedman, 2002; Williams et al., 1992 gibi) yararlanılmıştır. Bu amaçla katılımcılara;

· Bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum,

· bu mekanın sunduğu ulaşılabilirlik olanaklarından memnunum

· bu mekanın sunduğu aktivite olanaklarından memnunum

· bu mekanın sunduğu sosyalleşme olanaklarından memnunum

· bu mekanı ziyaretimden genel olarak memnunum ifadeleri yöneltilmiştir.

Katılma derecesi 5'li olup "kesinlikle katılmıyorum" dan "kesinlikle katılıyorum" a kadar olan değerlendirmeleri içerir. Bunların dışında, katılımcıların yaşı, cinsiyeti, kaçıncı sınıf oldukları, kullanım sıklıkları ve hangi etkinlikleri gerçekleştirdiklerine yönelik sorular da ankette kaydedilmiştir (Ek 1).

2.4.2. Anket Süreci

Anket soruşturmasına başlamadan önce, 2015 yılı Nisan ayında kampüs açık mekanlarında kullanıcılarla yüz yüze görüşme sonucunda 40 adet anket yapılarak test edilmiştir. Bu sonuçlara göre anket revize edilmiş ve son halini almıştır. Anket çalışması,

mevcut deneyimleri yansıtması amacıyla alandaki kullanıcılarla yapılmıştır. Yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılık duygusu üzerindeki etkileri araştırılacağından, öğrencilik hayatları dışında, kampüs açık mekanlarında geçmiş deneyimleri olmayan, bulundukları mekanları düzenli olarak kullanan kişilerle anket yapılmıştır. Anketteki soruların doğru ya da yanlış bir cevabı olmadığını, deneyimlerine göre cevap vermeleri istenmiştir. 2015 yılının Nisan ve 2016 yılının Haziran ayları arasında belirli aralıklarla toplam 360 kişi ile hafta içi ve hafta sonu günlerde görüşülmüştür. Araştırmada ana kitlenin tümünü incelemek çok zaman alıcı ve yüksek maliyet oluşturduğu için, ana kitleyi temsil etme yeteneği olan bir örnek kitlenin belirlenmesi tercih edilmiştir.

2.4.3. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi

Mekanların kullanıcı deneyimlerini ölçmek için kullanılan bir ölçüm tekniği olan Likert tutum skalası tekniğiyle elde edilen yanıtların veriye dönüştürülmesi gerçekleştirilmiştir. Bu verilerin değerlendirilip istatistiki analizlerini gerçekleştirmek için özellikle sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılmıştır.

Likert tutum skalası uygulamalarında mekanı olumlu şekilde tanımlayan ifadelere genellikle yüksek puan verilir ve olumsuz şekilde tanımlayan ifadelere en düşük puan verilir. Bu çalışmada 5'li Likert tutum skalası kullanıldığından "kesinlikle katılıyorum"=5'den "kesinlikle katılmıyorum"=1'e giden puanlama kullanılmıştır. Katılımcıların katılma dereceleri puan cinsinden programa girilmiştir. Böylece tercih edilen ve tercih edilmeyen kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin ortalama değerleri hesaplanabilmiş, tercih durumuna göre bu özellikler arasında farkın olup olmadığı karşılaştırılabilmiştir. Kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerini değerlendirmek için hazırlanan sorulara faktör analizleri uygulanmıştır. Elde edilen faktörler ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki ilişki korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile açıklanacaktır. Veri analizlerinin en önemli amacı, birçok çevresel değişkenin (bağımsız değişken), memnuniyet (bağımlı değişken) ile arasındaki ilişkiyi açıklamak ve memnuniyeti belirleyen faktörleri ortaya koymaktır. Araştırma yönteminin üçüncü aşamasında anlatılacak olan yere bağlılık kavramı değerleri ortaya koyulacak ve araştırma yönteminin dördüncü aşamasında tüm bu bulgular arasındaki ilişki açıklanacaktır.

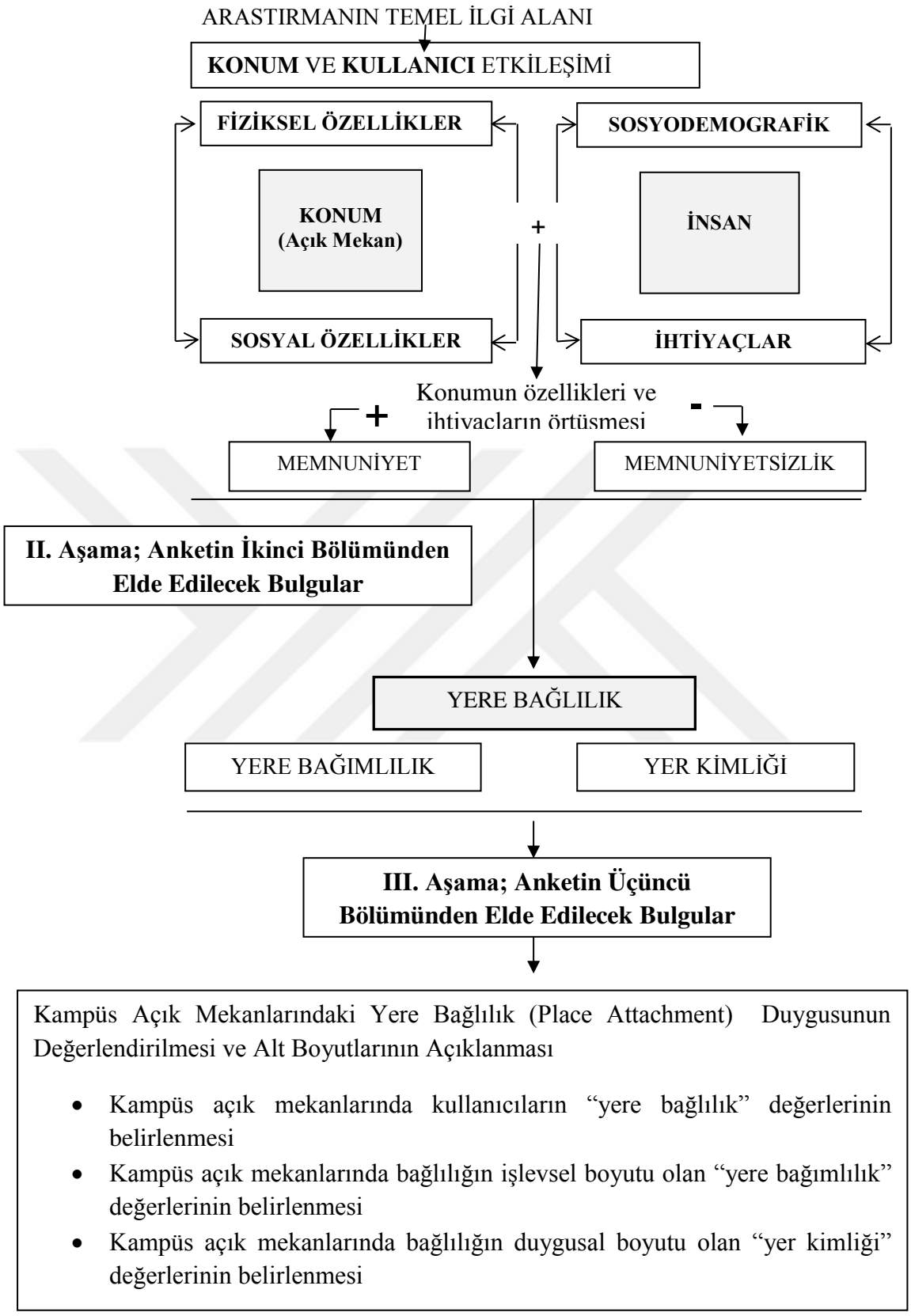
2.5. Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık (Place Attachment) Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması

Araştırmanın üçüncü aşamasında, mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kapsamında, etkinliklerini gerçekleştirdikleri kampüs açık mekanlarına karşı oluşturdukları yere bağlılık duygusunun değerlendirilmesi amaçlanmıştır. "Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin pozitif algısı arttıkça, yere bağlılık duygusu artar" varsayımı kabul edildiğinden;

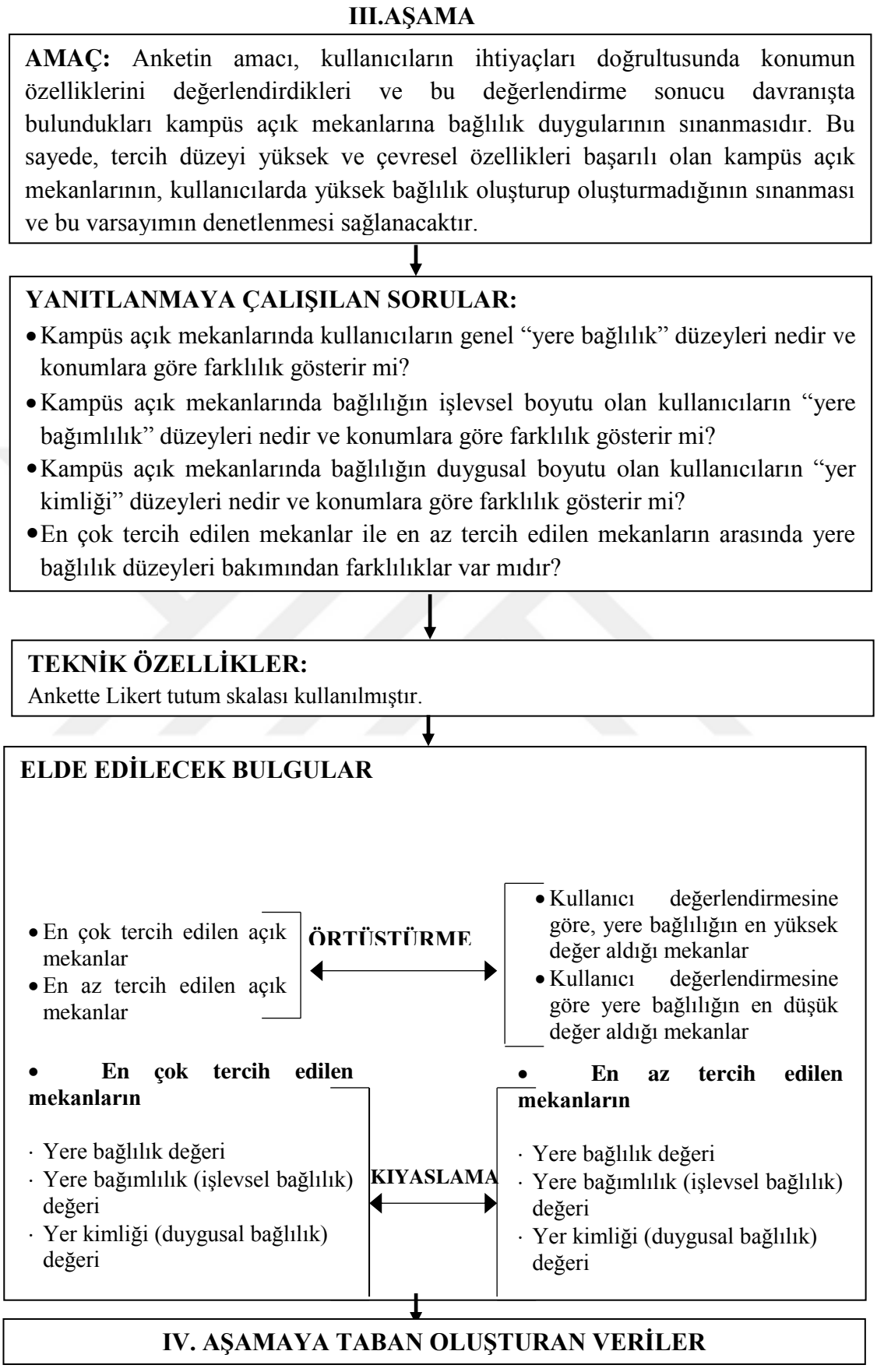
- Varsayımın sınanabilmesi için öncelikle çalışma alanı olarak seçilen konumların, daha önce literatür taramasıyla tanımlanan yere bağlılık duygusunun değerlendirilmesi
- Bu konumlardaki yere bağlılık duygusunun alt boyutları olan işlevsel ve duygusal bağlılık boyutlarının değerlendirilmesi bu aşamanın hedefleridir.

Araştırma kapsamında ölçülmek istenen, mekanların sunduğu olanakların (fiziksel ve sosyal özelliklerin) kullanıcıların "yere bağlılık" duygularına olan etkilerini araştırmak olduğundan, bu aşamada da anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, literatürde belirttiğimiz gibi başarılı açık mekanlar, fiziksel ve sosyal özelliklerin birleştiği ve memnuniyet duygusu yaratan yerlerdir. Bu kapsamda, araştırma yönteminin bu bölümüne kadar, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin nasıl değerlendirileceği ve bu özelliklerin memnuniyet üzerindeki etkilerinin nasıl değerlendirileceği açıklanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde ise, tüm bu kavramların, çalışmanın ana kurgusu olan "yere bağlılık (place attachment)" kavramı ile ilişkisinin nasıl olduğuna yanıt aranacak ve yere bağlılık kavramının ve bileşenlerinin nasıl değerlendirileceği açıklanacaktır.

Literatürde daha önce de açıklandığı gibi, belirli bir mekana bağlılık, hangi ölçekte olursa olsun, insanın içinde bulunduğu mekanın sunduğu özelliklerden etkilenmektedir (Stedman,2003; Williams ve ark., 1995). Yere bağlılık literatüründe yapılan araştırmalar, insan - mekan ilişkisi kapsamında, yerin sunduğu özellikler doğrultusunda kullanıcı ihtiyaçlarını karşılaması sonucu, memnuniyet duygusunun oluştuğunu ve o yere özel bir bağlılık geliştirmesinin mümkün olduğunu söylemiştir (Yüksel et al., 2010; Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998, Williams et al.,1992; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b). Tüm bu ifadelere yönelik, araştırmanın üçüncü aşamasından elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri Şekil 24'de gösterilmiştir.



Şekil 24. Üçüncü aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri



Şekil 25. III. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular

2.5.1. Soruların Belirlenmesi

Bu çalışma kapsamında, yere bağlılık duygusunu ölçmek ve alt faktörlerini oluşturmak için uygulanan ölçek, bu alandaki ilk girişimlere dayanan Williams ve Roggenbuck (1989)'un geliştirdiği ve iç tutarlılık katsayıları yüksek olan ölçektir. Geliştirilen bu ölçek, Proshansky (1978) 'in bireyin çevresiyle olan bilişsel bağını ele aldığı, yere bağlılığın duygusal boyutu olarak kavramsallaştırdığı yer kimliği (place identity) ve Stokols ve Shumaker (1981)'in yere bağlılığın işlevsel boyutu olarak kavramsallaştırdığı yere bağımlılık (place dependence) ölçeğidir. Bu ölçeğin yapısı aynı zamanda Schreyer, Jacob ve White (1981) 'in ölçeğinden de etkilenmiştir. Ölçek maddelerinin çoğu, geçmiş yere bağlılık çalışmalarında, iç tutarlılık ve güveniliği yüksek olan Williams ve Roggenbuck (1989)'ın geliştirdiği yer kimliği ve yere bağımlılık ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğin Cronbach's alpha değer aralığı 0.81 ile 0.94 arasındadır (Williams ve Vaske, 2003). De Villis (2003)' e göre bu güven aralığı çok yüksek bir değerdir. Yere bağlılık geçmişteki bu çalışmalara bağlı olarak iç tutarlılığı yüksek olan 12 ifade ile ölçülmüştür.

Yere Bağımlılığın Ölçülmesi: Williams ve Vaske (2003) yere bağımlılığı işlevsel ve fiziksel anlam olarak ifade etmektedir. İnsan ve mekan arasında işlevsel ilişki içinde gelişen bağlılık, yere bağımlılık olarak tanımlanmıştır (Stokols & Shumaker, 1981). Yere bağlılığın işlevsel boyutunu ölçmeye yönelik anket katılımcılarına altı ifade sunulmuştur;

- Bu yer, yapmayı sevdiğim şeyleri yapabileceğim en iyi yer.
- Başka hiçbir yer burayla kıyaslanamaz.
- Burayı ziyaret etmekten diğer her yerden daha fazla zevk alıyorum.
- Burada yaptığım şeyler diğer herhangi bir yerde yaptığım şeylerden daha önemli.
- Burada yaptığım şeyler için burayı başka hiçbir yere değişmem.
- Burada yaptığım şeyleri benzer bir yerde yapmaktan da zevk alırdım.

Yer Kimliğinin Ölçülmesi: Williams ve Vaske (2003), yer kimliğini duygusal ve sembolik anlam olarak ifade etmektedir. Duygusal açıdan yere bağlılık olarak da ifade edilen yer kimliği kavramı, insan – yer ilişkileri kapsamında, kişinin duygu ve hatıralarıyla o yer hakkında oluşturduğu duygusal yönlerini ifade etmektedir (Relph, 1976). Yere bağlılığın duygusal boyutunu ölçmeye yönelik anket katılımcılarına altı ifade sunulmuştur;

- Bu yerin benim bir parçam olduğunu hissediyorum.
- Bu yer benim için çok özel.

· Kendimi bu yerle güçlü bir şekilde özdeşleştiriyorum.

· Burayı çok seviyorum.

· Burayı ziyaret etmek kişiliğim hakkında önemli ipuçları veriyor.

· Bu yer benim için çok önemli.

Araştırmanın üçüncü aşamasında, kullanıcıların yere bağlılık düzeylerini ortaya koymak amacıyla 2015 yılının Nisan ve 2016 yılının Haziran ayları arasında belirli aralıklarla toplam 360 kişi ile hafta içi ve hafta sonu günlerde görüşülmüştür. Anket çalışması, seçilen her mekan içindeki kullanıcılar arasından rastgele seçilerek uygulanmıştır. Araştırma yönteminin bu aşamasında da 5'li Likert tutum skalası kullanıldığından "kesinlikle katılıyorum"=5'den "kesinlikle katılmıyorum"=1'e giden puanlama kullanılmıştır. Katılımcıların yukarıdaki maddelere katılma dereceleri puan cinsinden SPSS programa girilmiştir. Böylelikle, kullanıcıların davranışta bulundukları kampüs açık mekanlarına karşı geliştirdikleri yere bağlılık duygusu ölçülebilmiş ve araştırma yönteminin dördüncü aşamasına altlık oluşturarak diğer verilerle karşılaştırılmasına olanak sağlamıştır.

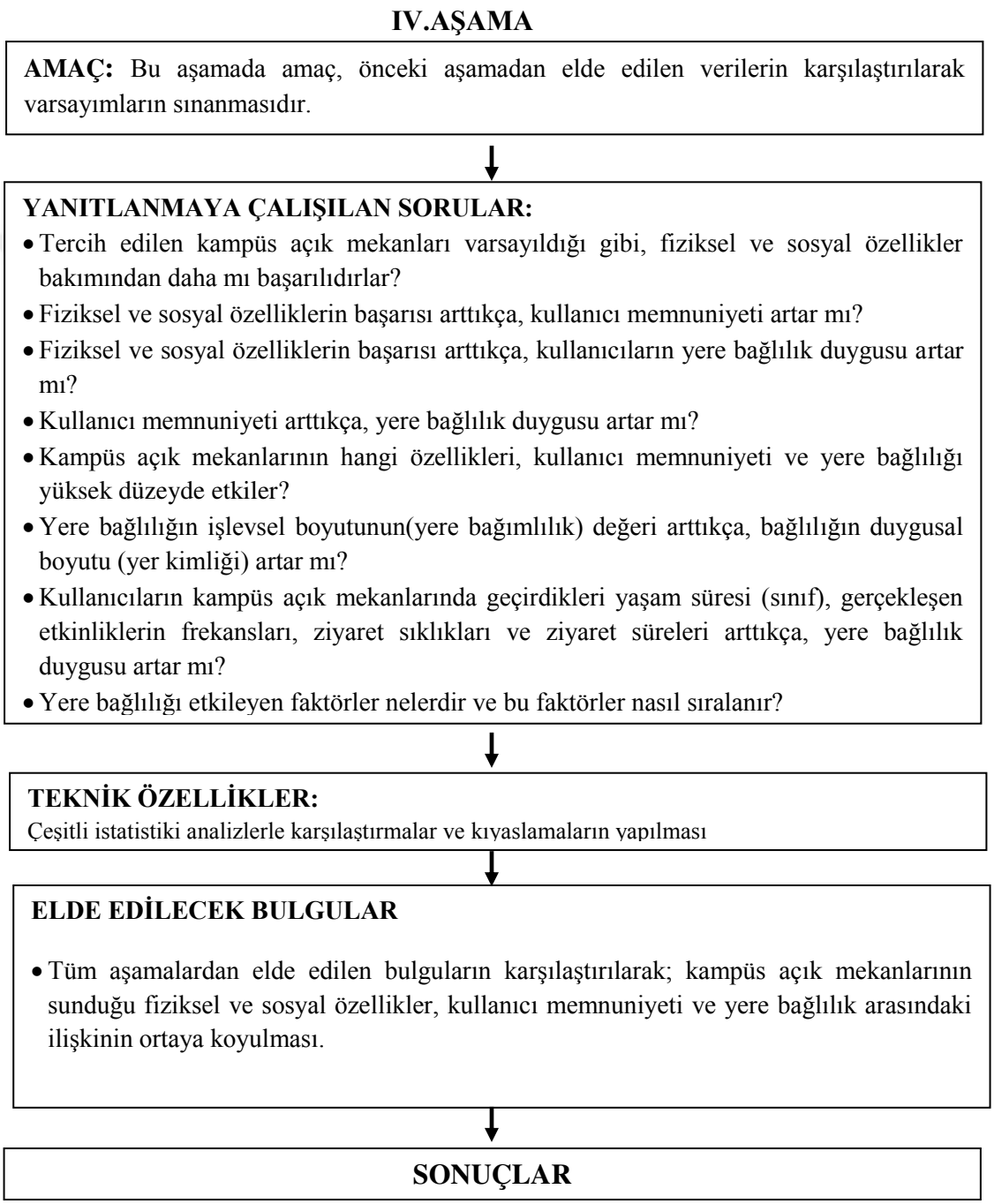
2.5.2. Anket Yanıtlarının Çözümlenip İstatistiki Veriye Dönüştürülmesi

Araştırmanın üçüncü aşamasında da, kullanıcıların yere bağlılık düzeylerini belirlemek amacıyla Likert tutum skalası tekniği kullanılmış ve elde edilen yanıtların i veriye dönüştürülmesi gerçekleştirilmiştir. Bu verilerin değerlendirilip istatistiki analizlerini gerçekleştirmek için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı kullanılmıştır.

Likert tutum skalası uygulamalarında mekanı olumlu şekilde tanımlayan ifadelere genellikle yüksek puan verilir ve olumsuz şekilde tanımlayan ifadelere en düşük puan verilir. Araştırmanın bu aşamasında da 5'li Likert tutum skalası kullanıldığından "kesinlikle katılıyorum"=5'den "kesinlikle katılmıyorum"=1'e giden puanlama kullanılmıştır. Katılımcıların katılma dereceleri puan cinsinden programa girilmiştir. Böylelikle, araştırma kapsamında değerlendirilen kampüs açık mekanlarının yere bağlılık değerleri hesaplanabilmiş ve mekanlar arasında anlamlı olup olmadığı karşılaştırılabilmiştir. Kampüs açık mekanlarının yere bağlılık düzeylerini değerlendirmek için hazırlanan sorulara faktör analizleri uygulanmıştır. Araştırma yönteminin tüm

aşamalarından elde edilen bulgular, araştırma yönteminin dördüncü aşamasında birlikte ele alınarak tüm verilerin birbirleriyle ilişkileri açıklanacaktır.

2.6. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi



Şekil 26. IV. aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular

Dördüncü ve son aşama araştırmanın tüm aşamalarından elde edilen verilerin birleştirilmesi ve karşılaştırılmasını içerir. Bu aşamanın temel amacı, bütün aşamalardan elde edilen verilerle, varsayımların sınanmasıdır. Bu doğrultuda elde edilmesi öngörülen veriler ve bu verilerin nasıl elde edileceği aşağıda belirtilmiştir:

- Kampüs açık mekanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerinin başarısı ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki ilişki açıklanacaktır.

Öncelikle kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerini değerlendirmek için hazırlanan sorulara faktör analizleri uygulanacak ve elde edilen çevresel faktörler ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki ilişkiyi açıklamak için korelasyon analizleri ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanacaktır.

- Kampüs açık mekanlarının çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklerinin başarısı ile kullanıcıların yere bağlılık duyguları arasındaki ilişki açıklanacaktır.

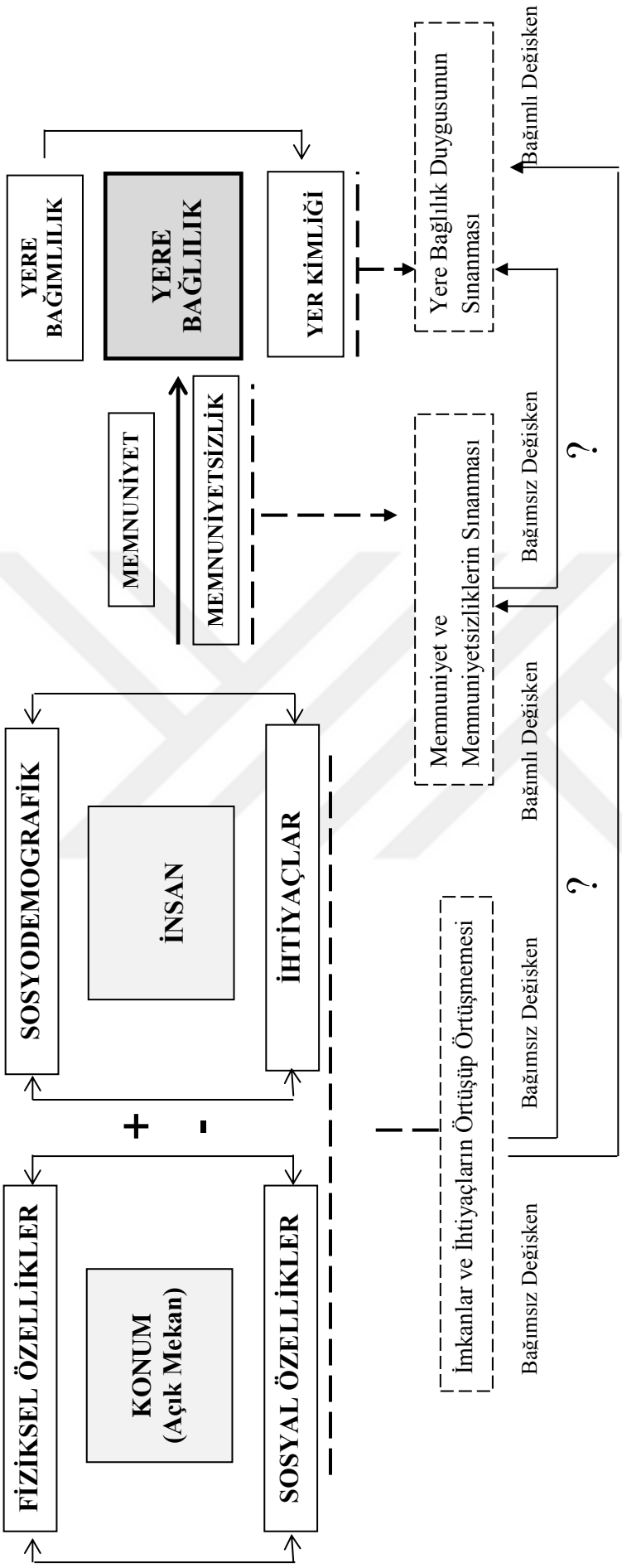
Kampüs açık mekanlarının çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklerinin değerlendirilmesi sonucu oluşan faktörler ile kullanıcıların yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkiyi açıklamak için korelasyon analizleri ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanacaktır.

- Kampüs açık mekanlarındaki kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasındaki ilişki açıklanacaktır.

Kampüs açık mekanlarındaki kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için korelasyon analizleri ve çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanacaktır.

- Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılığı etkileyen diğer faktörler (sınıf, ziyaret sıklığı, ziyaret süresi, tercih, gerçekleşen etkinliklerin frekansları vb) incelenecek ve aralarındaki ilişki açıklanacaktır.

Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusunu etkileyebilecek diğer faktörlerin ortaya çıkarılması amacıyla, One Way Anova, T-Testleri, korelasyon analizleri ve regresyon analizleri uygulanacaktır.



Şekil 27. Araştırmanın dördüncü aşamasından elde edilecek bulgular

3. BULGULAR

3.1. Birinci Aşama: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

3.1.1. Anket Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri

Çalışmanın kampüs açık mekanlarını kapsaması nedeniyle, kullanıcı grubu belirli bir yaş aralığında olan üniversite öğrencileridir. Bu nedenle katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ortaya koyulurken, yaş, meslek, eğitim gibi demografik özellikler değil cinsiyet ve sınıf (kampüste geçirdikleri zaman) özellikleri ortaya koyulmuştur (Tablo 11). Araştırma kapsamında her bölgeden 120'şer kişi olmak üzere toplamda 3 bölgede 360 kişi ile anket gerçekleştirilmiştir. Ankete katılanların Şenlik alanında 78 kadın, 48 erkek, Merkez Koru alanında 65 kadın, 55 erkek, Aşıklar Parkında 49 kadın, 71 erkek olduğu saptanmıştır. Tüm bölgeleri beraber değerlendirdiğimizde 192 kadın ve 168 erkek ile anket çalışması uygulanmıştır.

Anket sonucunda katılımcılar, bulundukları sınıf düzeylerine göre değerlendirildiğinde bölgelere göre farklılıklar oluşmaktadır. Tüm bölgeleri bir arada değerlendirdiğimizde, 82 kişi 1. Sınıf, 98 kişi 2. Sınıf, 80 kişi 3. Sınıf, 97 kişi 4. Sınıf ve 3 kişinin de 5. Sınıf ve üzerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 11. Katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin dağılımları

Demografik Veriler	**Şenlik Alanı N=120 Oran(%)**		**Koru Alanı N=120 Oran(%)**		**Aşıklar Parkı N=120 Oran(%)**		**Toplam N=360 Oran(%)**	
Cinsiyet								
Kadın	78	65,0	65	54,1	49	40,8	192	53,3
Erkek	42	35,0	55	45,9	71	59,2	168	46,7
Sınıf								
1. Sınıf	24	20,0	29	24,1	29	24,1	82	22,8
2. Sınıf	28	23,3	32	26,8	38	31,7	98	27,2
3. Sınıf	31	25,9	29	26,1	20	16,7	80	22,2
4. Sınıf	34	28,3	30	25,0	33	27,5	97	27,0
5. ve üstü	3	2,5	0	0	0	0	3	0,8

3.1.2. Ankete Katılanların Kampüs Açık Mekanlarını Kullanım Sıklığı ve Kullanım Sürelerine İlişkin Bulgular

Kampüs açık mekânlarındaki kullanıcıların bulundukları bölgeyi ne sıklıkta kullandıklarını belirlemek amacıyla frekans dağılımları ve yüzdeleri tespit edilmiştir (Tablo 12). Şenlik Alanındaki kullanıcılar bu bölgeyi ağırlıklı olarak haftada birkaç kez (%40,0) ve her haftasonu (%28,3) kullandıklarını belirtmişlerdir. Koru Alanındaki kullanıcılar ağırlıklı olarak bulundukları bölgeyi haftada birkaç kez (%32,5) ve ayda birkaç kez (%26,7) kullandıklarını belirtmişlerdir. Aşıklar Parkındaki kullanıcılar ise bu bölgeyi ağırlıklı olarak ayda birkaç kez (&34,1) ve yılda birkaç kez (%23,4) kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 12. Kampüs açık mekan kullanıcılarının kullanım sıklıkları

Kullanım Sıklığı	Şenlik Alanı		Koru Alanı		Aşıklar Parkı	
Her gün	8	6,7	7	5,8	4	3,3
Her hafta sonu	34	28,3	29	24,2	22	18,3
Haftada birkaç kez	48	40,0	39	32,5	25	20,9
Ayda birkaç kez	24	20,0	32	26,7	41	34,1
Yılda birkaç kez	6	5,0	13	10,8	28	23,4
Toplam	120	100	120	100	120	100

Kampüs açık mekânlarındaki kullanıcıların bulundukları bölgeyi ne kadar süre kullandıklarını belirlemek amacıyla frekans dağılımları ve yüzdeleri tespit edilmiştir. Şenlik alanındaki kullanıcılar bu bölgeyi ağırlıklı olarak 1-2 saat (%50,0) ve 2-3 saat (%27,6) kullandıklarını belirtmiştir. Koru alanındaki kullanıcılar bu bölgeyi ağırlıklı olarak yarım saat (%38,3) kullandıklarını belirtmiştir. Aşıklar Parkındaki kullanıcılar da bu bölgeyi ağırlıklı olarak yarım saat (%44,2) kullandıklarını belirtmiştir. Tüm bölgeler değerlendirildiğinde bulundukları bölgeyi 3 saatten fazla kullanan kullanıcıların ağırlıklı olarak Şenlik Alanında (%13,3) bulunduğu anlaşılmaktadır. Yarım saatten az kullanan kullanıcıların ise ağırlıklı olarak Aşıklar Parkında (%30,0) bulunduğu Tablo 13'de sunulmuştur.

Tablo 14. Tercih düzeylerine göre belirlenen alanların frekans değerleri

Tercih	Şenlik Alanı (f)	(%)	Koru Alanı (f)	(%)	Aşıklar Parkı (f)	(%)	Toplam	
Kadın	145	40,3	36	10	11	3,1	192	53,3
Erkek	106	29,4	45	12,5	17	4,7	168	46,7
Toplam	251	69,7	81	22,5	28	7,8	360	100

Kampüs açık mekanlarının kullanıcı tercih düzeylerine göre frekans değerleri Tablo 14'de ortaya koyulmuştur. Kullanıcıların en çok tercih ettiği kampüs açık mekanı Şenlik alanı (%69,7) olurken , bunu ikinci tercih düzeyi ile Koru alanı (%22,5) ve en az tercih edilme düzeyi ile Aşıklar Parkı (%7,8) takip etmektedir. Grup aralığı yani ranj, en yüksek ve en düşük frekans değerlerinin farkıdır. Buna göre tercih edilme düzeyleri

1. Şenlik Alanı (f: 251 (158,6-223)) Yüksek
2. Koru Alanı (f: 81 (74,3.6-148,6)) Orta
3. Aşıklar Parkı (f: 28 (0-74,3)) Düşük şeklindedir.

3.2. İkinci Aşama: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanmasına İlişkin Bulgular

3.2.1. Kampüs Açık Mekanlarında Gerçekleşen Etkinliklerin Belirlenmesi ve Açık Mekanların Gerçekleşen Etkinliklere Göre Kıyaslanması

Kampüs açık mekanlarındaki kullanıcıların bulundukları bölgeye daha çok hangi etkinlikleri gerçekleştirmek için geldiklerini belirlemek amacıyla, onlara "bu alana hangi etkinlikleri yapmak için geliyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Böylece kullanıcıların bulundukları mekanlarda gerçekleştirdikleri etkinlikler ve bunların frekans dağılımları belirlenmiştir. Mekanlar için yapılan χ^2 tesi bu dağılımın anlamlı olduğunu göstermiştir (χ^2 = 113,328, df8, p<0,01).

- Şenlik Alanı

Şenlik alanındaki kullanıcılar bu bölgeyi en çok oturmak %19,3, çevreyi ve insanları izlemek %14,9, arkadaşlarla buluşmak %13,7, dinlenmek %11,9 ve spor etkinlikleri (frizbi, satranç, top ile oyunlar, paragliding vs.) %9,7 amacıyla geldiklerini belirtmiştir.

Şenlik alanı bölgesinde gerçekleşen etkinliklerin frekans ve yüzdeleri Tablo 15'de sunulmuştur.

Tablo 15. Şenlik alanında gerçekleşen etkinlikler

Şenlik Alanında Gerçekleşen Etkinlikler	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Toplam yüzde
Oturmak	83	19,3	19,3	19,3
Çevreyi ve insanları izlemek	64	14,9	14,9	34,2
Arkadaşlarla buluşmak	59	13,7	13,7	47,9
Dinlenmek	51	11,9	11,9	59,8
Spor Etkinlikleri (Frizbi, satranç, top ile oyun, paragliding vs)	42	9,7	9,7	69,5
Arkadaşlarla sohbet etmek	39	9,2	9,2	78,7
Yürüyüş yapmak	25	5,8	5,8	84,5
Yemek-içmek	21	4,9	4,9	89,4
Ders çalışmak- Kitap okumak	18	4,2	4,2	93,6
Müzik (Enstrüman çalmak, dinlemek)	9	2,1	2,1	95,7
Köpek gezdirmek	6	1,5	1,5	97,2
Dans etmek	3	0,7	0,7	97,9
Diğer	9	2,1	2,1	100,0
Toplam	429	100,0	100,0	

- Koru Alanı

Koru alanındaki kullanıcılar bu bölgeyi arkadaşlarla buluşmak %21,3, oturmak %18,7, dinlenmek %16,3, çevreyi ve insanları izlemek %12,4, ders çalışmak – kitap okumak %10,3, yemek – içmek %7,9, arkadaşlarla sohbet etmek %7,1, müzik %2,1, yürüyüş yapmak %1,5 spor etkinlikleri (frizbi, satranç, top ile oyunlar, paragliding vs.) %0,9, köpek gezdirmek ve dans etmek %03, amacıyla geldiklerini belirtmiştir. Görüldüğü gibi en çok gerçekleşen etkinlikler arkadaşlarla buluşmak, oturmak ve dinlenmek iken, en az gerçekleşen etkinlikler müzik (enstrüman çalmak-dinlemek), köpek gezdirmek ve dans etmektir. Koru alanında gerçekleşen etkinliklerin frekans ve yüzdeleri Tablo 16'da sunulmuştur.

Tablo 16. Koru alanında gerçekleşen etkinlikler

Koru Alanında Gerçekleşen Etkinlikler	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Toplam yüzde
Arkadaşlarla buluşmak	72	21,3	21,3	21,3
Oturmak	63	18,7	18,7	40,0
Dinlenmek	55	16,3	16,3	56,3
Çevreyi ve İnsanları izlemek	42	12,4	12,4	68,7
Ders Çalışmak- Kitap okumak	35	10,3	10,3	79,0
Yemek İçmek	27	7,9	7,9	86,9
Arkadaşlarla sohbet etmek	24	7,1	7,1	94,0
Müzik (Enstrüman çalmak,	7	2,1	2,1	96,1
Yürüyüş Yapmak	5	1,5	1,5	97,6
Spor Etkinlikleri	3	0,9	0,9	98,5
Köpek gezdirmek	1	0,3	0,3	98,8
Dans etmek	1	0,3	0,3	99,1
Diğer	3	0,9	0,9	100,0
Toplam	338	100,0	100,0	

- Aşıklar Parkı

Aşıklar parkındaki kullanıcılar bu bölgeyi en çok oturmak %26,2, dinlenmek %22,3, arkadaşlarla sohbet etmek %14,2 amacıyla geldiklerini belirtmiştir. Aşıklar parkında gerçekleşen etkinliklerin frekans ve yüzdeleri Tablo 17'da sunulmuştur.

Tablo 17. Aşıklar parkında gerçekleşen etkinlikler

Aşıklar Parkında Gerçekleşen Etkinlikler	Frekans	Yüzde	Geçerli yüzde	Toplam yüzde
Oturmak	61	26,2	26,2	26,2
Dinlenmek	52	22,3	22,3	48,5
Arkadaşlarla sohbet etmek	33	14,2	14,2	62,7
Ders Çalışmak – Kitap okumak	31	13,3	13,3	76,0
Arkadaşlarla buluşmak	19	8,1	8,1	84,1
Yemek İçmek	12	5,1	5,1	89,2
Çevreyi ve İnsanları izlemek	11	4,8	4,8	94,0
Müzik (Enstrüman çalmak, dinlemek)	5	2,1	2,1	95,7
Yürüyüş Yapmak	7	2,8	2,8	97,4
Köpek gezdirmek	1	0,4	0,4	99,6
Diğer	1	0,4	0,4	100,0
Toplam	233	100,0	100,0	

Tablo 15,16 ve 17' de görüldüğü gibi etkinliklerin oluşma frekansı sırasıyla şenlik alanı 429, Koru alanı 338, ve Aşıklar parkı 233'dür (Şekil 30).

3.2.2. Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri değerlendirebilmeleri amacıyla, kullanıcılara literatür taraması sonucu oluşturulan çevresel özellikler değerlendirme ölçeği (41 ifade) sunulmuştur. Bu ölçeğin aldığı değerler ve analizlere ait değerlendirmeler yapılmadan önce ölçeğin faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi, özellikle sosyal bilimler , eğitim bilimleri, tıp, sosyoloji, psikoloji gibi alanlarda, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler) bulmayı amaçlayan bir istatistik olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2002). Diğer bir ifadeyle faktör analizi ile, veri grubunda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin altında yatan ortak özellikler oluşturulmaya çalışılır.

Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri değerlendirmeye yönelik hazırlanan 41 ifade ile, kampüs açık mekanlarının çevresel özellikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Kampüs açık mekanlarının çevresel özellikleri alt boyutlarını görmek ve açıklamak için faktör analizleri uygulanmış ve yapılan birçok analizden sonra faktör analizine uygunluğu gösteren çeşitli güvenilirlik testleri ile birlikte ölçekler oluşturulmuştur. Literatürde de daha önce belirtildiği gibi, bu 41 ifade bugüne kadar yapılan yere bağlılık göstergeleri ve başarılı açık mekanların sunması gereken özelliklerin neler olması gerektiğine yönelik yapılmış çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerini değerlendirmek için hazırlanan 41 ifade, 5'li Likert tutum skalası formatında sunulmuştur. Ölçekte 1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir. Kampüs açık mekan çevresel özelliklerinin aldığı ortalama değerler, standart sapmaları, varyans değerleri ve verilerin homojen dağılıp dağılmadığını görmek için skewness ve kurtosis değerleri tablo 18'de sunulmuştur. Tüm bu kampüs açık mekan özelliklerinin (değişkenlerin) kaç gizil bileşen altında toplanabileceğini ve bu bileşenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacı ile açımlayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır.

Tablo 18. Kampüs açık mekan özelliklerinin ortalama değerleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyans	Skewness	Kurtosis
1.konfor1	360	2,93	1,136	1,290	-,379	-1,065
2.konfor2	360	2,96	1,038	1,077	-,198	-,532
3.konfor3	360	2,90	,825	,681	-,111	-,334
4.konfor4	360	2,96	,879	,773	-,122	-,489
5.guvenlikhizmeti	360	3,00	,718	,515	,132	,610
6.estetik1	360	2,77	,879	,772	-,257	-,310
7.estetik2	360	2,98	,865	,749	-,014	-,338
8.estetik3	360	2,91	,802	,644	-,131	-,330
9.bakim1	360	2,89	,817	,667	-,101	-,268
10.bakim2	360	2,97	,897	,804	-,080	-,516
11.bakim3	360	3,04	,927	,859	-,294	-,416
12.ozgunkarakter1	360	2,73	,897	,805	-,048	-,375
13.ozgunkarakter2	360	2,71	1,121	1,258	,272	-,781
14.yakinlik1	360	2,89	1,121	1,256	-,131	-,958
15.yakinlik2	360	3,08	1,022	1,044	-,340	-,608
16.süreklilik	360	3,25	,929	,864	-,251	-,255
17.okunabilir	360	3,03	1,079	1,163	-,174	-,828
18.ulaşilabilir1	360	3,19	,905	,818	-,206	-,506
19.ulaşilabilir2	360	3,41	,977	,955	-,129	-,404
20.elverisli1	360	2,81	1,154	1,333	-,073	-1,086
21.elverisli2	360	3,03	1,046	1,094	-,329	-,732
22.çesitli	360	2,81	1,211	1,467	,276	-,945
23.canli1	360	2,87	1,265	1,601	,281	-1,059
24.canli2	360	2,86	1,061	1,125	,314	-,701
25.canli3	360	2,88	1,267	1,604	,152	-,995
26.aktif	360	3,01	1,108	1,228	,010	-,779
27.populer	360	3,14	1,162	1,350	-,155	-,895
28.yararli	360	2,85	1,089	1,186	,119	-,608
29.yonetim	360	2,93	1,003	1,006	,173	-,917
30.ortak1	360	2,83	1,334	1,781	,092	-1,170
31.ortak2	360	2,91	1,232	1,519	,215	-,980
32.katilma1	360	2,86	1,235	1,526	,174	-,934
33.katilma2	360	2,97	1,241	1,539	,005	-1,048
34.güvenlik1	360	2,97	1,255	1,575	,165	-,997
35.güvenlik2	360	2,91	1,173	1,376	,283	-,829
36.karsilasma	360	2,96	1,234	1,522	,106	-1,072
37.davetkar1	360	2,93	1,313	1,724	,139	-1,164
38.davetkar2	360	2,96	1,267	1,606	,128	-1,009
39.çesitli	360	2,89	1,331	1,772	,109	-1,173
40.etkilesimli1	360	2,88	1,329	1,766	,156	-1,118
41.etkilesimli2	360	2,77	1,293	1,671	,164	-1,050
Valid N (listwise)	360					

Tablo 18'de görüldüğü gibi, kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerini ortaya koymak amacıyla kullanıcılar tarafından değerlendirilen her değişkenin ortalama,standart sapma, varyans ve skewness – kurtosis değerleri ortaya koyulmuştur. Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ifade etmektedir. Tabachnick ve Fidell (2011)' e göre bu değerler +1,5 ve -1,5 değerleri arasında ise veriler normal dağılım göstermektedir. Aynı şekilde George ve Mallery (2010) bu değerlerin +2,0 ve -2,0 arasında ise normal dağılımın olduğunu söylemektedir. Tablo 18'deki değerleri incelediğimizde verilerimizin normal dağıldığını ve bundan sonraki analizlerimizde parametrik testleri kullanabileceğimizi söyleyebiliriz. Parametrik testler, birçok bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerindeki etkisinin incelenmesine yardımcı olmaları yanında, birbirleri ile olan etkileşimlerinin değerlendirilmesinde de yardımcı olurlar.

Kampüs açık mekanlarının tüm çevresel özelliklerini değerlendirdiğimizde, ortalama değer (2,93), varyans (0,637), minumum değer (1,44), maksimum değer (4,72), skewness (0,139) ve kurtosis (-0,800) olarak belirlenmiştir (Tablo 19). Bu tablodan da anlaşıldığı üzere veriler homojen dağılım göstermektedir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki kısımlarında parametrik testler kullanılacaktır.

Tablo 19. Kampüs açık mekanlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları

			Statistic	**Std. Error**
KAMPÜS AÇIK MEKANLARI TÜM ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİ	Ortalama		2,9325	,04206
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2.8497	
		Üst Sınır	3.0152	
	5% Trimmed Mean		2.9219	
	Ortanca		2.9219	
	Varyans		,637	
	Std.Sapma		,79812	
	Minimum		1.44	
	Maksimum		4.72	
	Aralık		3.28	
	Çarpıklık (Skewness)		,139	,129
	Basıklık (Kurtosis)		-,800	,256

3.2.2.1. Çevresel Özelliklerin Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri değerlendirebilmeleri amacıyla, kullanıcılara literatür taraması sonucu oluşturulan çevresel

özellikler değerlendirme ölçeği (41 ifade) sunulmuştur. Verilerin toplanmasından sonra çevresel özellikler ölçeğinin faktör yapısının belirlenmesinde öncelikle açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açıklayıcı faktör analizi için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır ve faktör analizine uygunluğu gösteren çeşitli güvenirlik testleri ile birlikte ölçekler oluşturulmuştur.

Faktör analizinde değişkenler arasındaki korelasyonlar ve faktör analizinin uygunluğunu ölçmek için Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Barlett küresellik testi kullanılmıştır. KMO testi, hesaplanan basit korelasyon katsayıları ve kısmi korelasyon katsayıları ile karşılaştırılarak hesaplanmaktadır. KMO uygunluk testi için önerilen kriterler Tablo 20'de sunulmuştur.

Tablo 20. KMO değerlerine ilişkin yorumlar

KMO Değeri	Yorum
0,90	Mükemmel
0,80	Çok İyi
0,70	İyi
0,60	Orta
0,50	Zayıf
0,50'nin altı	Kabul Edilemez

Bu çalışmada güvenirlik analizi için Cronbach Alfa (α) kullanılmıştır. Alfa katsayısına göre ölçeğin güvenirliği " $0.00 \leq \alpha \leq 0.40$" ise ölçek güvenilir değil, "$0.40 \leq \alpha \leq 0.60$" ise ölçek güvenirliği düşük, " $0,60 \leq \alpha \leq 0.80$" ise ölçek oldukça güvenilir ve "$0,80 \leq \alpha < 1.00$" ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Faktör işleminde döndürme yöntemini kullanmadan önce hangi tür döndürmenin seçileceğini belirlemek amacıyla faktörler arası korelasyonlara bakılmıştır. Faktörler arasında herhangi bir ilişki olmadığı görülerek Varimax dik döndürme tekniğinin kullanılmasına karar verilmiştir. İlk aşamada 41 madde Kaiser normalizasyonu ile varimax rotasyon işlemi uygulanarak analiz edişmiş ve hiçbir faktör içinde yer almayan veya birden çok faktörde 0,10 değerinden az bir farkla yüklenmiş maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda eigen değerlerine(özdeğeri 1 den büyük) ve yamaç eğim grafiklerine bakılacak olursa, yüksek güvenirlik değerlerine sahip(α= 96,7) dörtlü bir faktör yapısı ortaya çıkmaktadır (Tablo 21,22).

Tablo 21. Çevresel özellikler ölçeği özdeğer ve varyans değerleri

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	16,049	50,152	50,152	16,049	50,152	50,152	8,001	25,004	25,00
2	4,031	12,596	62,749	4,031	12,596	62,749	5,260	16,439	41,44
3	1,891	5,911	68,659	1,891	5,911	68,659	5,173	16,165	57,60
4	1,354	4,232	**72,891**	1,354	4,232	**72,891**	4,891	15,284	**72,89**
5	,920	2,876	75,767						
6	,736	2,300	78,067						
7	,669	2,092	80,158						
8	,634	1,981	82,139						
9	,610	1,907	84,045						
10	,576	1,801	85,846						
11	,507	1,585	87,431						
12	,419	1,309	88,740						
13	,387	1,208	89,949						
14	,335	1,048	90,996						
15	,310	,968	91,964						
16	,307	,960	92,924						
17	,282	,881	93,805						
18	,276	,861	94,667						
19	,239	,746	95,412						
20	,209	,654	96,066						
21	,203	,636	96,702						
22	,190	,592	97,295						
23	,168	,526	97,820						
24	,145	,452	98,272						
25	,128	,399	98,671						
26	,125	,392	99,063						
27	,093	,291	99,353						
28	,074	,230	99,584						
29	,066	,207	99,790						
30	,030	,092	99,883						
31	,027	,084	99,967						
32	,011	,033	100,000						

Analizde varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi uygulanmış, sonucu 0,40'dan düşük faktör yükleri gizlenmiş ve 7 defa tekrarlanma gerçekleştirilmiştir. Son olarak 41 maddelik çevresel değişkenler ölçeği 32 maddeye düşmüş ve bunlarında 4 faktörde toplandığı görülmüştür. Bu faktörler toplam varyansın %72,891'ini temsil etmektedir. Bu ölçeğin faktör analizine uygunluğunun tespiti için Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,939 ve Bartlett küresellik testi χ^2:13610,257, sd496, $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir.Bu değerin 1'e oldukça yakın olması nedeniyle, veri setinin güvenirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 22). Verilere ilişkin özdeğerlerin azalan eğimlerini gösteren yamaç eğim grafiği çizilerek incelendiğinde, eğimin kaybolduğu ya da

çok küçük olduğu noktaya kadar olan özdeğerlerin 4 faktör altında toplandığı görülmektedir.

Tablo 22. Çevresel özelliklere ait faktör yapısı ve ağırlıkları (□=0,967; M=93,68; SD=25,508; 32 madde; n=360)

	Faktör Yükü	**Varyans (%)**	**Ortalama**	**Güvenirlik (α)**
1.FAKTÖR: SOSYALLEŞME (12 Madde)		**50,152**	**2,9023**	**0,965**
40.Bu mekan farklı insanlarla tanışmama olanak sağlıyor.	,817			
41.Bu mekanda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.	,782			
36.Bu alan tanıdıklarımla karşılaşmama olanak sağlıyor.	,770			
37.Bu mekana başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.	,762			
34.Bu alanı akşamları rahatlıkla kullanıyorum.	,743			
35.Bu alanda kadın kullanıcı sayısı erkek kullanıcılardan fazladır.	,708			
38.Bu mekana geldiğimde mekandaki etkinliklere katılmak istiyorum..	,685			
30.Bu alandaki insanlar grup halinde birbiriyle konuşmaktadır.	,682			
31.Bu alandaki etkinlikler birden çok insan ile gerçekleşmektedir.	,671			
33.Bu mekanı belirli bir etkinlik için gelmesem de kullanıyorum	,665			
39.Bu mekanda kullanıcı çeşitliliği vardır.	,624			
32.Bu mekanı düzenli olarak veya özellikle bir etkinliği gerçekleştirmek için kullanıyorum.	,620			
2.FAKTÖR: KULLANIM VE AKTİVİTE (7 Madde)		**12,596**	**2,9147**	**0,931**
23.Bu alan insanlar tarafından yoğun olarak kullanılıyor	,734			
22.Bu alan çeşitli etkinliklerin meydana gelmesine olanak sağlar	,731			
24. Bu mekan canlı kullanıma sahiptir.	,690			
25.Bu alanda insanlar grup halindedir.	,685			
27.Bu mekan herkes tarafından tanınır ve kullanılır.	,669			
28.Bu alanda yapmak istediğim şeyleri yapmama olanak sağlayan seçenekler mevcuttur.	,588			
26.Bu alanın bazı bölgeleri yoğun olarak kullanılırken bazı bölgeleri kullanılmamaktadır.	,581			
3.FAKTÖR: KONFOR VE KİMLİK (7 Madde)		**5,911**	**2,9187**	**0,926**
9.Bu alandaki döşeme kaplamaları temiz ve bakımlıdır.	,888			
3.Bu alanda donatı elemanları rahat ve kullanışlıdır.	,881			
4.Bu alandaki döşeme elemanları yürümek için rahat ve kullanışlıdır.	,853			
10. Bu alandaki donatı elemanları temiz ve bakımlıdır.	,848			
8. Bu alandaki yeşil alanların görünümünü beğeniyorum.	,822			
12. Bu alandaki etkinlik mekanları, donatılar ve yeşil alanlar çevreye göre farklılık göstermektedir.	,751			
11.Bu alandaki etkinlik mekanları yeterlidir.	,636			
4.FAKTÖR: ERİŞİM VE BAĞLANTI (6 Madde)		**4,232**	**3,0037**	**0,916**
14. Bu alandaki etkinlik mekanlarının konumları birbiriyle yakın ilişkilidir.	,830			
15. Bu alan konum olarak, diğer mekanlara oldukça yakındır.	,825			
20.Bu alandaki etkinlik mekanları amacına uygundur.	,808			
21.Bu alandaki yürüyüş alanları gitmek istediğim yere götürür.	,802			
17. Bu alanda neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.	,645			
18.Bu alanın yakın çevresiyle bağlantısı iyidir.	,592			
TOPLAM VARYANS		**72,891**		

Özgün ölçekte yer alan madde numaraları ve faktörlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 22'de gösterilmiştir. Oluşan 4'lü faktör yapısı isimlendirilirken, faktör yükleri 0,4 değerinden daha fazla yüklenenler seçilmiştir. Çevresel özelliklere ait bu dört boyut "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite", "konfor ve kimlik" ve "erişim ve bağlantı" olarak isimlendirilmiştir. 360 veri analize dahil olmuş ve her faktör için güvenirlik katsayıları yüksek bulunmuştur.

Analiz sonucunda birinci faktör "sosyalleşme" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör tek başına toplam varyansın %50,15'ini oluşturmakta ve 12 maddeden oluşmaktadır. Sosyalleşme boyutu; ortak kullanım, etkinliklere katılım, güvenlik (sosyal konfor), karşılaşmalara olanak sağlama, davetkar, çeşitli ve etkileşimli gibi özellikleri kapsamaktadır (madde: 40,41,36,37,34,35,38,30,31,33,39,32). Sosyalleşme boyutu analizde en yüksek güvenirlik değerine (α=0,965) sahip faktördür.

İkinci faktör "kullanım ve aktivite" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör toplam varyansın %12,59 'lık kısmını oluşturmakta ve 7 maddeden oluşmaktadır. Kullanım ve aktivite boyutu, çeşitli etkinliklere olanak sağlaması, canlı, aktif, mekanın popüleritesi gibi özellikleri kapsamaktadır (madde: 23,22,24,25,27,28,26). Analiz sonucunda "yönetim (32.madde) faktör yükü oldukça düşük olduğundan veri setinden çıkarılmıştır.

Üçüncü faktör "konfor ve kimlik" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör toplam varyansın %5,91'lik kısmını oluşturmakta ve 7 maddeden oluşmaktadır. Konfor ve kimlik boyutu; etkinlik mekanları ve donatıların konforu, güvenlik, estetik, bakımlı-temiz ve özgün karakter gibi özellikleri kapsamaktadır (madde: 9,3,4,10,8,12,1). Analiz sonucunda 1,2,5,6,7,13 maddeleri düşük faktör yükü nedeniyle veri setinden çıkarılmıştır.

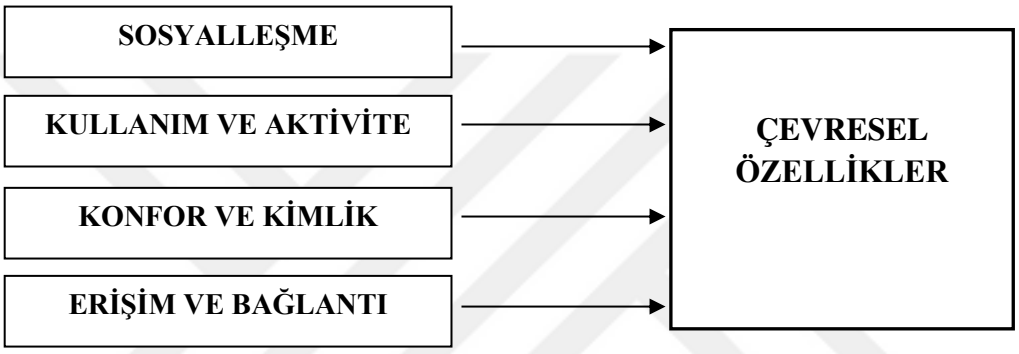
Dördüncü faktör "erişim ve bağlantı" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör toplam varyansın %4,23'ünü oluşturmakta ve 6 maddeden oluşmaktadır. Erişim ve bağlantılar boyutu; yakınlık, okunabilirlik, ulaşılabilirlik, elverişli gibi özelliklerden oluşmaktadır. Analiz sonucunda "süreklilik (16.madde) birden fazla faktör altında birbirine yakın değerle yüklenmiş olduğu için veri setinden çıkarılmıştır.

Analiz sonucunda 32 maddelik 4'lü faktör yapısı ortaya çıkmış ve bu dört faktör toplam varyansın %72,891'ini olışturmakta, ortalama değeri 2,928 ve güvenirlik (α=,967) olarak açıklanmaktadır.

Belirlenen faktör yapısı sonrasında, faktör bazında ayırt edicilik analizine geçilmiştir. Testin alt ve üst çeyreklerindeki %27'lik grubun aldıkları puanların karşılaştırılması amacıyla, birbirleriyle ilişkisiz t – testi uygulanmıştır. Faktör gruplarının toplam puanlarına

göre belirlenmiş alt (%27) ve üst (%27) grupların aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için bağımsız grup t – testi uygulanmıştır.

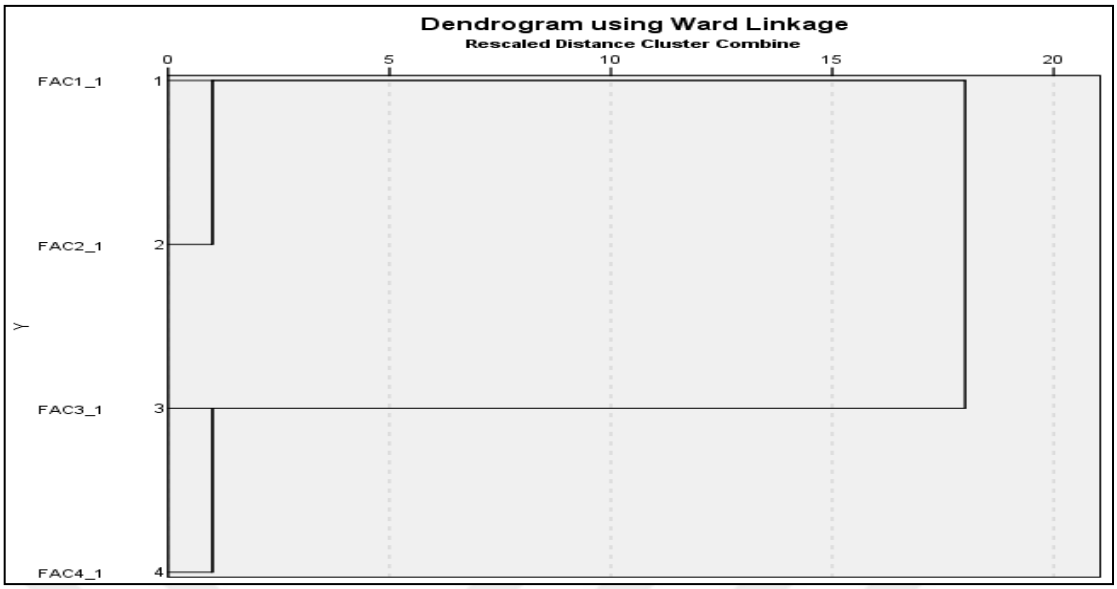
Ölçek alt boyut ve toplam puanlarının ayırt ediciliklerini belirlemek üzere grupların aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için uygulanan bağımsız grup t-testinde tüm gruplar için farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<,001). Sonuç olarak bu çalışmada elde edilen çevresel faktörler, sosyalleşme özellikleri, kullanım ve aktivite özellikleri, konfor ve kimlik özellikleri ve erişim-bağlantı özellikleri olarak isimlendirilmiştir (Şekil 34).



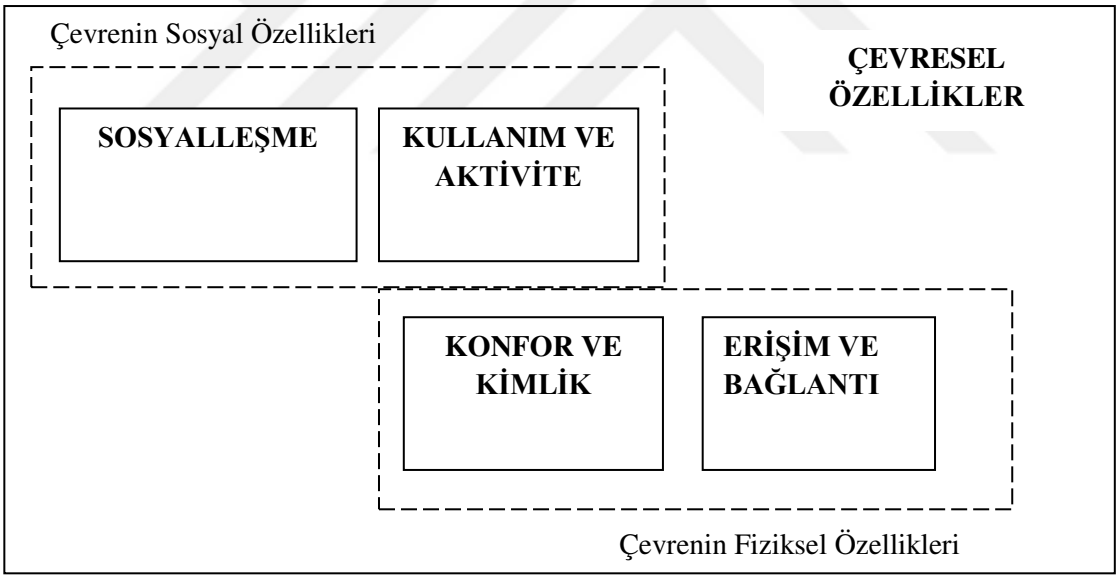
Şekil 34. Çevresel özellikler ölçeği alt boyutları

3.2.2.2. Cluster Analizi Sonuçlarının İrdelenmesi

Bir önceki aşamada belirlenen faktör değerleri kullanılarak, hiyerarşik cluster analizi yapılmış ve böylece belirlenen 4 faktörün nasıl kümelendiği ortaya koyulmak istenmiştir. Oluşan ilk küme faktör 1(sosyalleşme) ve faktör 2 (kullanım ve aktivite), ikinci küme ise faktör 3 (konfor ve kimlik) ve faktör 4 (erişim ve bağlantı) olarak belirlenmiştir. Birinci küme çevrenin sosyal özellikleri, ikinci küme ise çevrenin fiziksel özellikleri grubunda yer almaktadır (Şekil 35).



Şekil 35. Hiyerarşik cluster analizi dendogramı (Fac1. Sosyalleşme, Fac2. Kullanım ve Aktivite, Fac3. Konfor ve Kimlik, Fac4. Erişim ve Bağlantı).



Şekil 36. Cluster analizinin çevresel özellikler gruplaması

Tablo 23. Çevresel özelliklere ait ifadelerin bölgelere göre ortalama değerleri

	Şenlik Alanı	Koru Alanı	Aşıklar Parkı
	Ortalama	Ortalama	Ortalama
1.FAKTÖR: SOSYALLEŞME (12 Madde)	**4,0431**	**2,8611**	**1,8028**
40.Bu mekan farklı insanlarla tanışmama olanak sağlıyor.	4,12	2,95	1,63
41.Bu mekanda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.	3,88	2,88	1,55
36.Bu alan tanıdıklarımla karşılaşmama olanak sağlıyor.	4,02	3,05	1,81
37.Bu mekana başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.	4,19	2,82	1,70
34.Bu alanı akşamları rahatlıkla kullanıyorum.	4,13	2,90	1,88
35.Bu alanda kadın kullanıcı sayısı erkek kullanıcılardan fazladır.	3,73	2,92	2,08
38.Bu mekana geldiğimde mekandaki etkinliklere katılmak istiyorum..	4,18	2,83	1,88
30.Bu alandaki insanlar grup halinde birbiriyle konuşmaktadır.	4,18	2,76	1,55
31.Bu alandaki etkinlikler birden çok insan ile gerçekleşmektedir.	4,13	2,73	1,88
33.Bu mekanı belirli bir etkinlik için gelmesem de kullanıyorum	4,13	2,83	1,95
39.Bu mekanda kullanıcı çeşitliliği vardır.	4,08	2,86	1,75
32.Bu mekanı düzenli olarak veya özellikle bir etkinliği gerçekleştirmek için kullanıyorum.	3,74	2,83	2,00
2.FAKTÖR: KULLANIM VE AKTİVİTE (7 Madde)	**3,9750**	**2,6857**	**2,0952**
23.Bu alan insanlar tarafından yoğun olarak kullanılıyor	4,07	2,55	1,86
22.Bu alan çeşitli etkinliklerin meydana gelmesine olanak sağlar	4,20	2,52	1,86
24.Bu mekanda kullanıcı çeşitliliği vardır.	3,83	2,48	2,27
25.Bu alanda insanlar grup halindedir.	4,18	2,58	1,88
27.Bu mekan herkes tarafından tanınır ve kullanılır.	4,08	2,96	2,39
28.Bu alanda yapmak istediğim şeyleri yapmama olanak sağlayan seçenekler mevcuttur.	3,68	2,83	2,04
26.Bu alanın bazı bölgeleri yoğun olarak kullanılırken bazı bölgeleri kullanılmamaktadır.	3,20	2,88	2,37
3.FAKTÖR: KONFOR VE KİMLİK (7 Madde)	**3,1298**	**2,9024**	**2,7119**
9.Bu alandaki döşeme kaplamaları temiz ve bakımlıdır.	3,13	2,83	2,71
3.Bu alanda donatı elemanları rahat ve kullanışlıdır.	3,17	2,83	2,71
4.Bu alandaki döşeme elemanları yürümek için rahat ve kullanışlıdır.	3,05	2,98	2,86
10. Bu alandaki donatı elemanları temiz ve bakımlıdır.	3,08	2,98	2,86
8. Bu alandaki yeşil alanların görünümünü beğeniyorum.	3,08	2,91	2,75
12. Bu alandaki etkinlik mekanları, donatılar ve yeşil alanlar çevreye göre farklılık göstermektedir.	3,10	2,83	2,27
11.Bu alandaki etkinlik mekanları yeterlidir.	3,31	2,98	2,83
4.FAKTÖR: ERİŞİM VE BAĞLANTI (6 Madde)	**3,6042**	**3,1972**	**2,2097**
14. Bu alandaki etkinlik mekanlarının konumları birbiriyle yakın ilişkilidir.	3,53	3,16	1,98
15. Bu alan konum olarak, diğer mekanlara oldukça yakındır.	3,68	3,16	2,39
20.Bu alandaki etkinlik mekanları amacına uygundur.	3,53	3,16	1,73
21.Bu alandaki yürüyüş alanları gitmek istediğim yere götürür.	3,68	3,16	2,24
17. Bu alanda neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.	3,53	3,22	2,35
18.Bu alanın yakın çevresiyle bağlantısı iyidir.	3,68	3,33	2,57
GENEL ORTALAMA	**3,7607**	**2,8948**	**2,1419**

3.2.2.3. Kampüs Açık Mekanlarının Çevresel Özellikler Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, AFA ile elde edilen faktörler ile gerçekleştirilen çeşitli analizler yer almaktadır. Her bir kampüs açık mekanında, faktörlerin aldıkları ortalama değerleri hesaplanmış ve bu ortalamaların bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı Anova testi ile incelenmiştir (Tablo 24).

Tablo 24. Çevresel özellikler alt boyutlarının ortalamaları

Bölgeler	KONFOR VE KİMLİK		ERİŞİM VE BAĞLANTI		KULLANIM VE AKTİVİTE		SOSYALLEŞME	
	X	***ss***	***X***	***ss***	***X***	***ss***	***X***	***ss***
Şenlik Alanı (n:120)	3,1298	,07975	3,6042	,06875	3,9750	,05375	4,0431	,06165
Koru Alanı (n:120)	2,9024	,06103	3,1972	,05858	2,6857	,05409	2,8611	,05084
Aşıklar Parkı (n:120)	2,7119	,04713	2,2097	,05496	2,0952	,05461	1,8028	,04363
	$F_{(2-357)}$: 137,988 sig:0,000		$F_{(2-357)}$: 10,841 sig: 0,000		$F_{(2-357)}$: 315,144 sig: 0,000		$F_{(2-357)}$: 454,582 sig: 0,000	

Çevresel özellik alt boyutlarının ortalamaları incelendiğinde, en yüksek değerlerin sırasıyla şenlik alanı, koru alanı ve aşıklar parkında oluştuğu görülmektedir. Ölçek alt boyutları arasındaki farklılıkların bölgeler arasında en çok sosyalleşme ve kullanım-aktivite alt boyutlarında oluştuğu görülmektedir.

Tablo 26'de gösterildiği gibi, çevresel değişkenlerin, kampüs açık mekanları arasında anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Konfor ve kimlik ($F_{(2-357)}$= 137,988; $p<0.01$), erişim ve bağlantı ($F_{(2-357)}$= 10,841; $p<0.01$), kullanım ve aktivite ($F_{(2-357)}$= 315,144; $p<0.01$) ve sosyalleşme ($F_{(2-357)}$= 454,582; $p<0.01$) olarak belirlenmiştir. Anova tablosu incelendiğinde, "Sig." değeri $0.000 < 0.05$ olduğu için tek yönlü varyans analizi için olan H_0 hipotezi reddedilir. Yani %95 güvenle, faktörlerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır (Tablo 25).

Tablo 25. Kampüs açık mekanlarına göre çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
KONFOR VE KİMLİK	Gruplar arası	123,409	2	61,705	**137,988**	**,000**
	Grup içi	159,641	357	,447		
	Toplam	283,051	359			
ERİŞİM VE BAĞLANTI	Gruplar arası	10,671	2	5,336	**10,841**	**,000**
	Grup içi	175,709	357	,492		
	Toplam	186,381	359			
KULLANIM VE AKTİVİTE	Gruplar arası	221,777	2	110,888	**315,144**	**,000**
	Grup içi	125,616	357	,352		
	Toplam	347,393	359			
SOSYALLEŞME	Gruplar arası	301,436	2	150,718	**454,582**	**,000**
	Grup içi	118,365	357	,332		
	Toplam	419,801	359			

*Ortalamalar arasındaki fark ,05 önem düzeyinde anlamlıdır.

Bölgeler arasında beliren bu farkın kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc test istatistiğinin belirlenmesi gerekmektedir. Söz konusu farklılığı yaratan grup ya da gruplar için belirlenmiş olan çoklu karşılaştırma test istatistiklerinden, gruplar arası varyansın homojen olması nedeniyle seçilen "Tukey" test sonuçları Tablo 26'da sunulmuştur. Bu tabloda her grubun ikişerli karşılaştırmaları yapılmış ve bu karşılaştırılan grupların ortalamaları arasındaki farklar sayısal olarak sunulmuştur. Bu sayısal değerlerin yanında (*) işaretinin bulunması, karşılaştırılan ilişkinin çevresel ortalamalar açısından anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Tablo 26'i incelediğimizde Konfor ve Kimlik özellikleri açısından Şenlik alanı ile Aşıklar parkı arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$). Koru alanı ve aşıklar parkı arasında ise konfor ve kimlik özellikleri açısından anlamlı bir farklılaşma görülmemektedir. Diğer tüm bölgeleri, konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite ve sosyalleşme değerleri açısından incelediğimizde, bölgeler arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,01$).

Tablo 26. Çevresel faktör ortalamaları ile bölgeler arasındaki post-hoc testlerine ilişkin sonuçlar

Tukey HSD	**Bölge**	**Bölgeler**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Sh**	**p**
KONFOR VE KİMLİK	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,23062*	,09057	,030
		Aşıklar Parkı	,42109*	,09057	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,23062*	,09057	,030
		Aşıklar Parkı	,19048	,09057	,091
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-,42109*	,09057	**,000**
		Koru Alanı	-,19048	,09057	,091
ERİŞİM VE BAĞLANTI	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,40694*	,08633	**,000**
		Aşıklar Parkı	1,39444*	,08633	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,40694*	,08633	**,000**
		Aşıklar Parkı	,98750*	,08633	**,000**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-1,39444*	,08633	**,000**
		Koru Alanı	-,98750*	,08633	**,000**
KULLANIM VE AKTİVİTE	Şenlik Alanı	Koru Alanı	1,28929*	,07658	**,000**
		Aşıklar Parkı	1,87976*	,07658	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-1,28929*	,07658	**,000**
		Aşıklar Parkı	,59048*	,07658	**,000**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-1,87976*	,07658	**,000**
		Koru Alanı	-,59048*	,07658	**,000**
SOSYALLEŞME	Şenlik Alanı	Koru Alanı	1,18194*	,07434	**,000**
		Aşıklar Parkı	2,24028*	,07434	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-1,18194*	,07434	**,000**
		Aşıklar Parkı	1,05833*	,07434	**,000**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-2,24028*	,07434	**,000**
		Koru Alanı	-1,05833*	,07434	**,000**

*Ortalamalar arasındaki fark ,05 önem düzeyinde anlamlıdır.

3.2.2.4. Çevresel Özellikler Alt Değişkenlerinin Genel Çevresel Özellikler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında öncelikle çevresel alt değişkenlerinin (faktörlerin), genel çevresel özellikler ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Korelasyon analizi ile iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinilebilir. "konfor ve kimlik", "erişim ve bağlantı", "kullanım ve aktivite", "sosyalleşme" ve genel çevresel özelliklikler arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi yardımıyla ele alınmıştır. Herbir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analiz sonuçları aşağıdaki korelasyon matrisinde sunulmuştur (Tablo 27).

Tablo 27. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları

	Konfor ve Kimlik	**Erişim ve Bağlantı**	**Kullanım ve Aktivite**	**Sosyalleşme**	**Genel Çevresel Özellikler**
Konfor ve Kimlik	1				
Erişim ve Bağlantı	,320**	1			
Kullanım ve Aktivite	,347**	,658**	1		
Sosyalleşme	,387**	,679**	,823**	1	
Genel Çevresel Özellikler	,543**	,788**	,896**	,952**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda faktörler arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar tüm faktörlerin aynı yapı içinde olduklarını ispatlamaktadır. Faktörlerin genel çevresel özellikler ile ilişkisi incelenecek olursa yüksekten düşüğe doğru sırasıyla "sosyalleşme" (*r*= ,952 ; p<0,01), "kullanım ve aktivite" (*r*= ,896; p<0,01), "erişim ve bağlantı" (*r*=,788; p<0,01) ve "konfor ve kimlik" (*r*= ,543; p<0,01) özelliklerinin genel çevresel özellikler ile pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

3.2.2.5. Kampüs Açık Mekanlarının Genel Çevresel Özellikleri ve Çevresel Özelliklerin Kümeleme Analizi Sonucu Belirlenen Fiziksel ve Sosyal Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, hiyerarşik cluster analizi ile gerçekleştirilen kümeleme analizine ait çeşitli analizler yer almaktadır. Her bir kampüs açık mekanında, küme grupların (fiziksel ve sosyal) aldıkları ortalama değerleri ve genel çevresel ortalama değerleri hesaplanmış ve bu ortalamaların bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı Anova testi ile incelenmiştir (Tablo 28).

Tablo 28. Genel çevresel özellikler ve çevrenin fiziksel-sosyal özellikleri ortalamaları

Bölgeler	**Genel Çevresel Özellikler**		**Çevrenin Fiziksel Özellikleri**		**Çevrenin Sosyal Özellikleri**	
	X	***ss***	***X***	***ss***	***X***	***ss***
Şenlik Alanı (n:120)	3,7607	,04516	3,3487	,05877	4,0180	,05240
Koru Alanı (n:120)	2,8948	,03874	3,0385	,05010	2,7965	,04145
Aşıklar Parkı (n:120)	2,1419	,03803	2,4801	,03657	1,9105	,04465

Genel çevresel, fiziksel ve sosyal özellik ortalamaları incelendiğinde, en yüksek değerlerin sırasıyla şenlik alanı, koru alanı ve aşıklar parkında oluştuğu görülmektedir. Çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin ortalamaları karşılaştırıldığında, şenlik alanında her iki ortalama da yüksek iken, koru alanı ve aşıklar parkı bölgesinde sosyal özelliklerin düşük olduğu görülmektedir.

Şenlik alanında en yüksek ortalamanın çevrenin sosyal özelliklerinde (X=4,0180), Koru alanında en yüksek ortalamanın çevrenin fiziksel özelliklerinde (X= 3,0385) ve Aşıklar parkında da aynı şekilde en yüksek ortalamanın çevrenin fiziksel özelliklerine (X=2,4801) ait olduğu görülmektedir.

Tablo 28'da gösterildiği gibi, çevresel değişkenlerin(genel çevresel özellikler, çevrenin fiziksel özellikleri ve çevrenin sosyal özellikleri), kampüs açık mekanları arasında anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Çevrenin fiziksel özellikleri ($F_{(2-357)}$= 79,599; p<0.01), çevrenin sosyal özellikleri ($F_{(2-357)}$= 520,179; p<0.01) ve genel çevresel özellikler ($F_{(2-357)}$= 397,755; p<0.01) olarak belirlenmiştir. Anova tablosu incelendiğinde, "Sig." değeri 0.000 < 0.05 olduğu için tek yönlü varyans analizi için olan H_0 hipotezi reddedilir. Yani %95 güvenle, faktörlerin ortalamaları arasında bölgelere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır (Tablo 29).

Tablo 29. Kampüs açık mekanlarına göre genel çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
ÇEVRENİN FİZİKSEL ÖZELLİKLERİ	Gruplar arası	46,498	2	23,249	**79,599**	**,000**
	Grup içi	104,271	357	,292		
	Toplam	150,769	359			
ÇEVRENİN SOSYAL ÖZELLİKLERİ	Gruplar arası	268,734	2	134,367	**520,179**	**,000**
	Grup içi	92,216	357	,258		
	Toplam	360,950	359			
GENEL ÇEVRESEL ÖZELLİKLER	Gruplar arası	157,477	2	78,738	**394,755**	**,000**
	Grup içi	71,208	357	,199		
	Toplam	228,684	359			

*Ortalamalar arasındaki fark ,05 önem düzeyinde anlamlıdır.

Bölgeler arasında beliren bu farkın kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc test istatistiğinin belirlenmesi gerekmektedir. Söz konusu farklılığı yaratan grup ya da gruplar için belirlenmiş olan çoklu karşılaştırma test istatistiklerinden, gruplar arası varyansın homojen olması nedeniyle seçilen "Tukey" testi uygulanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde

çevrenin fiziksel özellikleri, çevrenin sosyal özellikleri ve genel çevresel özelliklerin ortalamaları, kampüs açık mekanları arasında anlamlı bir farklılaşma göstermektedir ($p<0,01$).

Sonuç olarak Tukey sonuçlarından homegeneous subsets verilerine baktığımızda, çevrenin fiziksel ve sosyal değişkenlerinin her birini ayrı grupta toplamaktadır. Yani çevrenin fiziksel ve sosyal özellikleri, çalışma alanlarının hepsine göre farklılaşmaktadır. Kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerinin aldığı başarı puanları karşılaştırıldığında, bu mekanların tercih edilme düzeyleri ile örtüşmektedir. Sırasıyla en yüksek ortalama değerler Şenlik alanı, Koru Alanı ve Aşıklar parkı olarak belirlenmiştir. Bu sıralama aynı zamanda kampüs açık mekanlarının tercih edilme sıralaması ile aynıdır.

3.2.2.6. Çevrenin Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Genel Çevresel Özellikler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında kümeleme analizi sonucu belirlenen çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin genel çevresel özellikler ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Korelasyon analizi ile iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinilebilir. "Çevrenin fiziksel özelliklleri" ve "çevrenin sosyal özellikleri" ile genel çevresel özelliklikler arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi yardımıyla ele alınmıştır. Herbir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analiz sonuçları aşağıdaki korelasyon matrisinde sunulmuştur (Tablo 30).

Tablo 30. Çevrenin fiziksel ve sosyal özellikleri ile genel çevresel özellikler arasındaki ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları

	Çevrenin Fiziksel Özellikleri	**Çevrenin Sosyal Özellikleri**	**Genel Çevresel Özellikler**
Çevrenin Fiziksel Özellikleri	1		
Çevrenin Sosyal Özellikleri	,675**	1	
Genel Çevresel Özellikler	,822**	,972**	1

Pearson Korelasyon** ($p<0,01$), * ($p<0,05$) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda faktörler arasında pozitif yönde anlamlı bir

ilişki olduğu belirlenmiştir. Fiziksel ve sosyal özelliklerin genel çevresel özellikler ile ilişkisi incelenecek olursa; "çevrenin fiziksel özelliklerinin" (*r*= ,822 ; p<0,01), ve "çevrenin sosyal özelliklerinin" (*r*= ,972; p<0,01) genel çevresel özellikler ile pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

3.2.3. Kullanıcıların Kampüs Açık Mekan Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirmesine İlişkin Bulgular

Anketin ikinci bölümü, konumun sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı ihtiyaçları ile örtüşmesi veya örtüşmemesi sonucu kullanıcı memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulmasına yöneliktir. Kullanıcıların memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulması amacıyla, kullanıcılara literatür taraması sonucu oluşturulan mekan memnuniyet değerlendirme ölçeği (5 ifade) sunulmuştur. Bu ölçeğin aldığı değerler ve analizlere ait değerlendirmelere geçilmeden önce ölçeğin faktör analizi gerçekleştirilmiş ve ölçeğe ait çeşitli güvenirlik testleri ile ölçeğin geçerliliği ortaya koyulmuştur.

Kampüs açık mekan memnuniyet düzeylerini ortaya koymak için hazırlanan 5 ifade, 5'li Likert tutum skalası formatında kullanıcılara sunulmuştur. Ölçekte 1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir. Kullanıcıların kampüs açık mekanlarından memnuniyet düzeylerinin aldığı ortalama değerler, standart sapmaları, varyans değerleri ve verilerin homojen dağılıp dağılmadığını görmek için skewness ve kurtosis değerleri tablo 31'de sunulmuştur.

Tablo 31. Kullanıcıların kampüs açık mekan memnuniyet düzeylerinin ortalama değerleri

	Ortalama	**Std. Sapma**	**Skewness**	**Kurtosis**
1. Bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum	2,93	1,136	-,379	-1,065
2.Bu mekanın sunduğu ulaşılabilirlik olanaklarından memnunum	2,96	1,038	-,198	-,532
3. Bu mekanın sunduğu aktivite olanaklarından memnunum	2,90	,825	-,111	-,334
4.Bu mekanın sunduğu sosyalleşme olanaklarından memnunum	2,96	,879	-,122	-,489
5.Bu mekanı ziyaretimden genel olarak memnunum	3,00	,718	,132	,610
N(360)				

Tablo 31'de görüldüğü gibi, kampüs açık mekanlarının memnuniyet düzeylerini ortaya koymak kullanıcılar tarafından değerlendirilen her değişkenin ortalama,standart sapma, varyans ve skewness – kurtosis değerleri ortaya koyulmuştur. Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ifade etmektedir. Tabachnick ve Fidell (2011)' e göre bu değerler +1,5 ve -1,5 değerleri arasında ise veriler normal dağılım göstermektedir. Aynı şekilde George ve Mallery (2010) bu değerlerin +2,0 ve -2,0 arasında ise normal dağılımın olduğunu söylemektedir. Tablo 33'deki değerleri incelediğimizde verilerimizin normal dağıldığını ve bundan sonraki analizlerimizde parametrik testleri kullanabileceğimizi söyleyebiliriz. Parametrik testler, birçok bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerindeki etkisinin incelenmesine yardımcı olmaları yanında, birbirleri ile olan etkileşimlerinin değerlendirilmesinde de yardımcı olurlar.

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarından genel memnuniyet düzeylerini değerlendirdiğimizde, ortalama değer (26683), varyans (1,220), minumum değer (1,00), maksimum değer (5,00), skewness (0,291) ve kurtosis (-1,010) olarak belirlenmiştir (Tablo 32). Bu tablodan da anlaşıldığı üzere veriler homojen dağılım göstermektedir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki kısımlarında parametrik testler kullanılacaktır.

Tablo 32. Kampüs açık mekanlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları

			Statistic	**Std. Error**
KULLANICILARIN GENEL MEMNUNİYET DÜZEYİ ORTALAMASI	Ortalama		2,6683	,05821
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2,5539	
		Üst Sınır	2,7828	
	5% Trimmed Mean		2,6438	
	Ortanca		2,6000	
	Varyans		1,220	
	Std.Sapma		1,10441	
	Minimum		1,00	
	Maksimum		5,00	
	Aralık		4,00	
	Çarpıklık (Skewness)		,291	,129
	Basıklık (Kurtosis)		-1,010	,256

3.2.3.1. Memnuniyet Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Kullanıcıların memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulması amacıyla, kullanıcılara literatür taraması sonucu oluşturulan mekan memnuniyet değerlendirme ölçeği (5 ifade) sunulmuştur. Verilerin toplanmasından sonra memnuniyet ölçeğinin faktör yapısının belirlenmesinde öncelikle açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır ve faktör analizine uygunluğu gösteren çeşitli güvenirlik testleri ile birlikte ölçekler oluşturulmuştur.

Memnuniyet ölçeğine ait 5 ifade tek faktör altında toplanmış ve genel memnuniyet olarak isimlendirilmiştir. Bu ifadelerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için KMO analizi yapılmıştır. KMO değer 0,791ve Barlett küresellik testi χ^2: 2102,767, sd 10, $p<0,01$ olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre maddeler arası ilişkinin varlığı ortaya konmuştur. Bu değerler tablo 20'ye göre veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Bu değerin 1'e oldukça yakın olması nedeniyle, veri setinin güvenirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen tek faktör toplam varyansın %80,198'ini açıklamaktadır (Tablo 33). Elde edilen bu faktör genel memnuniyet faktörü olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 33. Kullanıcı memnuniyet ölçeği özdeğer ve varyans değerleri

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,010	80,198	**80,198**	4,010	**80,198**	**80,198**
2	,584	11,677	91,875			
3	,259	5,188	97,063			
4	,103	2,060	99,123			
5	,044	,877	100,000			

Verilere ilişkin özdeğerlerin azalan eğimlerini gösteren yamaç eğim grafiği çizilerek incelendiğinde, eğimin kaybolduğu ya da çok küçük olduğu noktaya kadar olan özdeğerlerin 1 faktör altında toplandığı.

Kullanıcı mekan memnuniyet ölçeğine ait faktör yapısı ve faktör yükleri tablo 36'da gösterilmiştir. Bu faktör yüklerini incelediğimizde "bu mekanın sunduğu sosyalleşme olanaklarından memnunum" (0,933), "Bu mekanın sunduğu aktivite olanaklarından memnunum" (0,914), "bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum" (0,987),

"bu mekanı ziyaretimden genel olarak memnunum" (0,876) ve son olarak "bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum" (0,855) olarak belirlenmiştir.

Genel memnuniyet faktörü için hesaplanan genel güvenirlik katsayısı α=0,938'dır. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır (5 ifade 1 faktör).

Tablo 34. Memnuniyet ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,791
Bartlett's Sphericity Testi	χ^2(Ki-kare)	2102,767
	Sd (Serbestlik derecesi)	10
	Sig. (p: olasılık)	**,000**

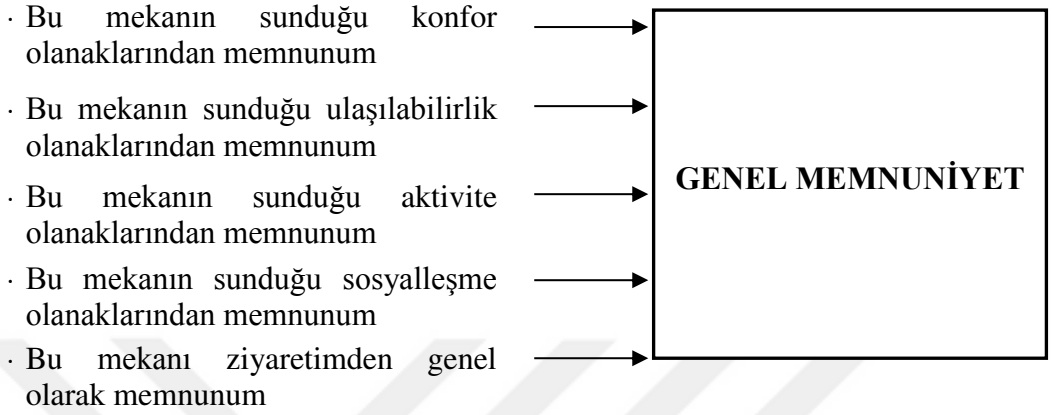
Tablo 34'den anlaşıldığı gibi, memnuniyet ölçeğine ait 5 ifade tek faktör yapısı oluşturmakta ve bu ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi sonuçları, ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Memnuniyet ölçeğine ait faktör yapısı, varyans değeri, ortalama değeri ve güvenirlik (α) düzeyi tablo 35'de gösterilmiştir.

Tablo 35. Memnuniyet ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları (□=0,938; M=13,81; SD=5,442; 5 madde; n=360)

	Faktör Yükü	**Varyans (%)**	**Ortalama**	**Güvenirlik (α)**
1.FAKTÖR: GENEL MEMNUNİYET (5Madde)		**80,198**	**2,6683**	**0,938**
1.Bu mekanın sunduğu sosyalleşme olanaklarından memnunum	,933			
2.Bu mekanın sunduğu aktivite olanaklarından memnunum	,914			
3.Bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum	,897			
4. Bu mekanı ziyaretimden genel olarak memnunum	,876			
5.Bu mekanın sunduğu ulaşılabilirlik olanaklarından memnunum	,855			
TOPLAM VARYANS		**80,198**		

Analiz sonucunda birinci ve tek faktör "genel memnuniyet" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör tek başına toplam varyansın %80,198'ini oluşturmakta ve 5 maddeden oluşmaktadır. Bu maddelerden en yüksek faktör yükü sosyalleşme olanaklarından

memnuniyet iken en düşük faktör yükü ulaşılabilirlik olanaklarından memnuniyet maddesine aittir. Bulguların son bölümünde, genel memnuniyet faktörü ile çevresel özellikler faktörleri, genel memnuniyet düzeyi ile demografik faktörler karşılaştırılacaktır.



Şekil 37. Memnuniyet ölçeği tek faktörlü yapısı

3.2.3.2. Memnuniyet ölçeğindeki değişkenlerin Genel Memnuniyet Faktör Ortalaması Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında öncelikle memnuniyet ölçeğine ait ifadelerin, genel memnuniyet faktörü ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Korelasyon analizi ile iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinilebilir. Memnuniyet ölçeğine ait 5 ifade ve faktör analizi ile ortaya koyulan genel memnuniyet arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi ile ele alınmıştır. Her bir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analiz sonuçları aşağıdaki korelasyon matrisinde sunulmuştur (Tablo 36).

Tablo 36. Memnuniyet faktörüne ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçları

	K.M.	U.B.M	K.A.M	S.M.	G.Z.M.	G.M
Konfor Olanaklarından Memnuniyet	1					
Erişim ve Bağlantı Olanaklarından Memnuniyet	,892**	1				
Kullanım ve Aktivite Olanaklarından Memnuniyet	,700**	,651**	1			
Sosyalleşme Olanaklarından Memnuniyet	,731**	,667**	,953**	1		
Genel Ziyaret Özelliklerinden Memnuniyet	,703**	,634**	,775**	,811**	1	
Genel Memnuniyet	,766**	,715**	,769**	,779**	,779**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda memnuniyet ölçeği değişkenleri ile memnuniyet faktörü arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar tüm faktörlerin aynı yapı içinde olduklarını ispatlamaktadır. Değişkenlerin genel memnuniyet faktörü ile ilişkisi incelenecek olursa yüksekten düşüğe doğru sırasıyla "genel ziyaret özelliklerinden memnuniyet" (*r*= ,779 ; p<0,01), "sosyalleşme olanaklarından memnuniyet" (*r*= ,779; p<0,01), "kullanım ve aktivite olanaklarından memnuniyet" (*r*=,769; p<0,01), "erişim ve bağlantı olanaklarından memnuniyet" (*r*= ,715; p<0,01) ve "konfor olanaklarından memnuniyet" (*r*= ,715; p<0,01) ile pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

3.2.3.3. Kullanıcıların Kampüs Açık Mekanlarındaki Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Bulgular

Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı ihtiyaçları ile örtüşüp örtüşmediğini yani memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilen memnuniyet ölçeği ortalamaları belirlenmiştir. Aynı zamanda bu ortalamaların bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı Anova testi ile incelenmiştir (Tablo 37).

Tablo 37. Kullanıcıların kampüs açık mekan memnuniyet ortalamaları

Bölgeler	**Memnuniyet**	
	Ortalama	**Standart sapma**
Şenlik Alanı (n:120)	3,7167	,81275
Koru Alanı (n:120)	2,6533	,66547
Aşıklar Parkı (n:120)	1,6350	,62533

Kullanıcıların genel memnuniyet düzeyleri incelendiğinde, en yüksek değerlerin sırasıyla şenlik alanı, koru alanı ve aşıklar parkında oluştuğu görülmektedir. Bu sıralama aynı zamanda kullanıcıların kampüs açık mekan tercihleri ile örtüşmektedir.

Kampüs açık mekanlarındaki kullanıcı memnuniyet ortalamaları incelendiğinde, en yüksek Şenlik alanı (X=3,7167), ikinci olarak Koru alanı (=2,6533), ve son olarak da Aşıklar parkı (X=1,6350) olduğu görülmektedir.

Tablo 38'de gösterildiği gibi, kullanıcı memnuniyetlerinin, kampüs açık mekanları arasında anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Anova testi

uygulanmıştır. Anova testinde gruplar arası varyansların homojenliğine göre p (Sig.) değerini incelediğimizde gruplar arası varyansların homojen olduğu hipotezi gerçekleşmiştir. Ortaya çıkan Anova tablosuna göre kullanıcıların memnuniyet düzeyleri kampüs açık mekanlarına göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Kullanıcıların memnuniyet düzeyleri ve kampüs açık mekanları arasındaki Anova testine göre ($F_{(2\text{-}357)}$= 261,008; $p<0.01$) olarak belirlenmiştir. Anova tablosu incelendiğinde, "Sig." değeri 0.000 < 0.05 olduğu için tek yönlü varyans analizi için olan H_0 hipotezi reddedilir. Yani %95 güvenle, faktörlerin ortalamaları arasında bölgelere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır (Tablo 38).

Tablo 38. Kampüs açık mekanlarına göre kullanıcı memnuniyet düzeylerinde anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
KULLANICI MEMNUNİYET DÜZEYLERİ	Gruplar arası	260,041	2	130,020	**261,008**	**,000**
	Grup içi	177,838	357	,498		
	Toplam	437,879	359			

Bölgeler arasında beliren bu farkın kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc test istatistiğinin belirlenmesi gerekmektedir. Söz konusu farklılığı yaratan grup ya da gruplar için belirlenmiş olan çoklu karşılaştırma test istatistiklerinden, gruplar arası varyansın homojen olması nedeniyle seçilen "Tukey" test sonuçları Tablo 39'da sunulmuştur. Bu tabloda her grubun ikişerli karşılaştırmaları yapılmış ve bu karşılaştırılan grupların ortalamaları arasındaki farklar sayısal olarak sunulmuştur. Tablo 39'u incelediğimizde kullanıcıların genel memnuniyet düzeyleri, kampüs açık mekanları arasında anlamlı bir farklılaşma göstermektedir ($p<0,01$).

Sonuç olarak Tukey sonuçlarından homegeneous subsets verilerine baktığımızda, kullanıcı memnuniyet düzeyleri kampüs açık mekanları düzeyinde ayrı gruplarda toplanmaktadır. Yani genel kullanıcı memnuniyet ortalamaları, çalışma alanlarının hepsine göre farklılaşmaktadır. Kampüs açık mekanlarının kullanıcı memnuniyet düzeyleri karşılaştırıldığında, bu mekanların tercih edilme düzeyleri ile örtüşmektedir. Sırasıyla en yüksek ortalama değerler Şenlik alanı, Koru Alanı ve Aşıklar parkı olarak belirlenmiştir. Bu sıralama aynı zamanda kampüs açık mekanlarının tercih edilme sıralaması ile aynıdır.

Tablo 39. Kullanıcı memnuniyet düzeyleri ile kampüs açık mekanları arasındaki post-hoc analizine ilişkin sonuçlar

Tukey HSD	**Bölge**	**Bölgeler**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Standart Hata**	**p**
GENEL MEMNUNİYET	Şenlik Alanı	Koru Alanı	1,06333*	,09112	**,000**
		Aşıklar Parkı	2,08167*	,09112	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-1,06333*	,09112	**,000**
		Aşıklar Parkı	1,01833*	,09112	**,000**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	2,08167*	,09112	**,000**
		Koru Alanı	1,01833*	,09112	**,000**

*Ortalamalar arasındaki fark ,05 önem düzeyinde anlamlıdır.

Post-hoc Tukey analiz sonuçlarını incelediğimizde, memnuniyet düzeyleri kampüs açık mekanlarına göre farklılık göstermektedir. En büyük farklılık Şenlik alanı memnuniyet düzeyi ile Aşıklar parkı memnuniyet düzeyi arasında oluşmuştur. Sonrasında Şenlik alanı ile Koru alanı ve onu takiben Koru alanı ile Aşıklar parkı arasındaki farklılıklar gelmektedir.

Araştırma yöntemi kapsamındaki II. Aşamaya yönelik bulguları özetlersek;

- kampüs açık mekanlarında gerçekleşen etkinliklerin frekansları,
- kampüs açık mekan çevresel (fiziksel-sosyal)özellikleri
- kullanıcı memnuniyet düzeyleri ortaya koyulmuştur.

Tüm bu sonuçları incelediğimizde, kampüs açık mekanlarının tercih düzeyleri ile örtüştüğü görülmektedir. Yani en çok tercih edilen ve en az tercih edilen kampüs açık mekanları, yukarıda belirttiğimiz bulguların sonuçlarına göre oluşan sınıflandırma ile örtüşmektedir. Bununla ilgili bulgular çalışmanın IV. aşamaya ilişkin bulgularında ifade edilecektir.

Araştırmanın bundan sonraki aşaması, kampüs açık mekanlarındaki yere bağlılık (place attachment) duygusunun değerlendirilmesi ve alt boyutlarının açıklanmasına yönelik bulguları kapsamaktadır.

3.3. Üçüncü Aşama: Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık (Place Attachment) Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü aşamasında, mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kapsamında, etkinliklerini gerçekleştirdikleri kampüs açık mekanlarına karşı oluşturdukları

yere bağlılık duygusunun değerlendirilmesine ilişkin bulgular ortaya koyulmuştur. Bu kapsamda, yere bağlılık duygusunu ölçmek ve alt faktörlerini oluşturmak için uygulanan ölçek, bu alandaki ilk girişimlere dayanan Williams ve Roggenbuck (1989)'un geliştirdiği ve iç tutarlılık katsayıları yüksek olan ölçektir (12 ifade). Bu ölçeğin aldığı değerler ve analizlere ait değerlendirmeler yapılmadan önce ölçeğin faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Diğer bir ifadeyle faktör analizi ile, veri grubunda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin altında yatan ortak özellikler oluşturulmaya çalışılmıştır.

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarına karşı geliştirdikleri yere bağlılık duygusunu değerlendirmeye yönelik hazırlanan 12 ifade ile, yere bağlılık duygusu ölçülmeye çalışılmıştır. Kullanıcıların yere bağlılık duygularının alt boyutlarını görmek ve açıklamak amacıyla faktör analizleri uygulanmış ve yapılan birçok analizden sonra faktör analizine uygunluğunu gösteren çeşitli güvenirlik testleri ile birlikte ölçekler oluşturulmuştur. Literatürde daha önce de belirtildiği gibi, bu 12 ifade, Williams ve Roggenbuck (1989)'un geliştirdiği yere bağlılık ölçeğinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarına karşı geliştirdikleri yere bağlılık duygusunu değerlendirmek için hazırlanan 12 ifade, 5'li Likert tutum skalası formatında sunulmuştur. Ölçekte 1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir. Yere bağlılık ölçeğindeki ifadelerin aldığı ortalama değerler, standart sapmaları, varyans değerleri ve verilerin homojen dağılıp dağılmadığını görmek için skewness ve kurtosis değerleri tablo 40'da sunulmuştur. Tüm bu kampüs açık mekan özelliklerinin (değişkenlerin) kaç gizil bileşen altında toplanabileceğini ve bu bileşenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacı ile açımlayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır.

3.3.1. Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık Duygusunun Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kapsamında, etkinliklerini gerçekleştirdikleri kampüs açık mekanlarına karşı oluşturdukları yere bağlılık duygusunun değerlendirilmesine ilişkin ortalama değerler, standart sapma, varyans ve basıklık-çarpıklık değerleri ortaya koyulmuştur (Tablo 40).

Tablo 40. Yere bağlılık duygusuna ait ortalama değerler

	M	S.S.	Skewness	Kurtosis
1.Bu yer, yapmayı sevdiğim şeyleri yapabileceğim en iyi yer.	2,51	1,141	,539	,497
2.Başka hiçbir yer burayla kıyaslanamaz.	2,55	1,125	,548	,492
3.Burayı ziyaret etmekten diğer her yerden daha fazla zevk alıyorum.	2.78	1.015	.221	-.544
4.Burada yaptığım şeyler diğer herhangi bir yerde yaptığım sevlerden daha önemli.	2,59	1,125	,203	-,782
5.Burada yaptığım şeyler için burayı başka hiçbir yere değişmem.	2,58	1,046	,599	-,189
6.Burada yaptığım şeyleri benzer bir yerde yapmaktan zevk alırdım.	2,70	1,073	,301	-,625
7.Bu yerin benim bir parçam olduğunu hissediyorum.	2,22	,956	,673	,149
8.Bu yer benim için çok özel.	2,27	,998	,521	-,414
9.Kendimi bu yerle güçlü bir şekilde özdeşleştiriyorum.	2,19	,998	,721	,193
10.Burayı çok seviyorum.	2,21	,977	,576	-,088
11.Burayı ziyaret etmek kişiliğim hakkında önemli ipuçları veriyor.	2,24	1,082	,703	-,118
12.Bu yer benim için çok önemli.	2,18	1,008	,579	-,313
N 360				

İfade 6 ya ait ortalama değer ters kodlanarak hesaplanmıştır.

Kullanıcıların kampüs açık mekanlarına karşı geliştirdikleri tüm yere bağlılık ifadelerini değerlendirdiğimizde, verilerin homojen dağılım gösterdiği gözükmektedir. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki kısımlarında parametrik testler kullanılacaktır.

Kullanıcıların bulundukları kampüs açık mekanlarına karşı geliştirdikleri yere bağlılık duygularının ortalama değerleri ise Tablo 41'de sunulmuştur.

Tablo 41. Kampüs açık mekanlarındaki yere bağlılık ifadelerinin ortalamaları

	Şenlik Alanı	Koru Alanı	Aşıklar Parkı
	Ortalama	Ortalama	Ortalama
1.Bu yer, yapmayı sevdiğim şeyleri yapabileceğim en iyi yer.	3,3782	2,5124	1,6333
2.Başka hiçbir yer burayla kıyaslanamaz.	2,2857	2,5702	1,7833
3.Burayı ziyaret etmekten diğer her yerden daha fazla zevk alıyorum.	3,4538	2,6942	2,2000
4.Burada yaptığım şeyler diğer herhangi bir yerde yaptığım şeylerden daha önemli.	3,3193	2,5785	1,8750
5.Burada yaptığım şeyler için burayı başka hiçbir yere değişmem.	3,0672	2,6116	2,0583
6.Burada yaptığım şeyleri benzer bir yerde yapmaktan da zevk	3,1849	2,7355	2,1607
7.Bu yerin benim bir parçam olduğunu hissediyorum.	2,5630	2,1240	1,9667
8.Bu yer benim için çok özel.	2,6218	2,2645	1,9250
9.Kendimi bu yerle güçlü bir şekilde özdeşleştiriyorum.	2,5882	2,0248	1,9500
10.Burayı çok seviyorum.	2,4622	2,2149	1,9583
11.Burayı ziyaret etmek kişiliğim hakkında önemli ipuçları veriyor.	2,5966	2,1322	1,9750
12.Bu yer benim için çok önemli.	2,6891	2,2479	1,6167
N	120	120	120

Tablo 42'de görüldüğü gibi yere bağlılık ifadeleri en yüksek değerleri sırasıyla Şenlik Alanı, Koru Alanı ve Aşıklar Parkında almıştır. Kampüs açık mekanlarındaki yere

bağlılık duygusunun genel ortalamalarını incelediğimizde ise, Şenlik Alanındaki ortalama değer (X=3,0780), varyans (,819) ve standart sapma (,90482) olarak belirlenmiştir. Koru Alanındaki ortalama değer (X=2,3965), varyans (,181) ve standart sapma (,42601) olarak belirlenmiştir. Aşıklar parkında ise ortalama değer (X= 1,9257), varyans (,184) ve standart sapma (,45913) olarak belirlenmiştir. Tüm bölgelere göre yere bağlılık duygusuna ait bu ortalama değerler Tablo 42'de sunulmuştur.

Tablo 42. Bölgelere ait yere bağlılık duygusuna ait ortalama değerler

			Statistic	**Std. Error**
ŞENLİK ALANI YERE BAĞLILIK DUYGUSU DEĞERLERİ	Ortalama		3,0780	,08295
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2,9138	
		Üst Sınır	3,2423	
	5% Trimmed Mean		3,0999	
	Ortanca		3,0833	
	Varyans		,819	
	Std.Sapma		,90482	
	Minimum		1,00	
	Maksimum		4,67	
	Aralık		3,67	
	Çarpıklık (Skewness)		-,164	,222
	Kurtosis (Basıklık)(Kurtosis)		-,863	,440
KORU ALANI YERE BAĞLILIK DUYGUSU DEĞERLERİ	Ortalama		2,3965	,03889
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2,3195	
		Üst Sınır	2,4735	
	5% Trimmed Mean		2,4035	
	Ortanca		2,5000	
	Varyans		,181	
	Std.Sapma		,42601	
	Minimum		1,25	
	Maksimum		3,33	
	Aralık		2,08	
	Çarpıklık (Skewness)		-,508	,221
	Kurtosis (Basıklık)(Kurtosis)		-,150	,438
AŞIKLAR PARKI YERE BAĞLILIK DUYGUSU DEĞERLERİ	Ortalama		1,9257	,03917
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	1,8481	
		Üst Sınır	2,0033	
	5% Trimmed Mean		1,8866	
	Ortanca		1,7917	
	Varyans		,184	
	Std.Sapma		,42913	
	Minimum		1,25	
	Maksimum		3,42	
	Aralık		2,17	
	Çarpıklık (Skewness)		1,126	,221
	Kurtosis (Basıklık)(Kurtosis)		1,287	,438

Kampüs açık mekanlarındaki tüm kullanıcılara ait yere bağlılık duygusunun genel ortalamasını incelediğimizde ise, ortalama değer (X=2,4650), varyans (,615) ve standart sapma (,78445) olarak belirlenmiştir. Tüm bölgeler bir arada değerlendirildiğinde yere bağlılık duygusuna ait ortalama değerler Tablo 43'de sunulmuştur.

Tablo 43. Kampüs açık mekan kullanıcılarının genel yere bağlılık ortalamaları

			Statistic	**Std. Error**
KULLANICILARIN GENEL YERE BAĞLILIK DÜZEYİ ORTALAMASI	Ortalama		2,4650	,04140
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2,3836	
		Üst Sınır	2,5465	
	5% Trimmed Mean		2,4217	
	Ortanca		2,3333	
	Varyans		,615	
	Std.Sapma		,78445	
	Minimum		1,00	
	Maksimum		4,67	
	Aralık		3,67	
	Çarpıklık (Skewness)		,814	,129
	Basıklık (Kurtosis)		,134	,257

Kampüs açık mekanlarına ilişkin kullanıcıların yere bağlılık düzeyleri ve tüm kullanıcıların yere bağlılık düzeyleri yukarıda ortaya koyulmuştur. Bu değerlendirmeler sonucunda yere bağlılık ölçeğine ait bulguların homojen dağıldığı ve açımlayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğu görülmektedir.

3.3.2. Yere Bağlılık Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Kullanıcıların yere bağlılık düzeylerinin ortaya koyulması amacıyla, kullanıcılara literatür taraması sonucu oluşturulan yere bağlılık değerlendirme ölçeği (12 ifade) sunulmuştur. Verilerin toplanmasından sonra, araştırma amaçlarından olan yere bağlılık ölçeğinin faktör yapısının belirlenmesinde öncelikle açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır ve faktör analizine uygunluğu gösteren çeşitli güvenirlik testleri ile birlikte ölçekler oluşturulmuştur.

Bu bölümde yere bağlılık duygusu ölçeğinin alt boyutlarını açıklamak için öncelikle verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı çeşitli güvenirlik testleri ile açıklanmıştır. Ölçeğin KMO değeri 0,910 ve Barlett küresellik testi χ^2: 2686,137, sd 66, $p<0,01$ olarak

bulunmuştur. Bu değerler tablo 20'ye göre veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Bu değerin 1'e oldukça yakın olması nedeniyle, veri setinin güvenirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 44).

Tablo 44. Yere bağlılık ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,910
Bartlett's Sphericity Testi	χ^2(Ki-kare)	2682,137
	Sd (Serbestlik derecesi)	66
	Sig. (p: olasılık)	**,000**

Yere bağlılık ölçeği veri grubunun faktör analizine uygunluğu saptandıktan sonra, ölçek faktör maddelerinin saptanması ve kaç faktör altında toplandığının belirlenmesi için gerekli analizler yapılmıştır. Faktör sayısını belirlemede, bulguların önceki aşamalarında olduğu gibi önerilen Eigen value, açıklanan varyans oranı ve Scree plot testlerinden yararlanılmıştır (Büyüköztürk, 2002). Eigen value değeri 1 ve 1'den yüksek olan faktörler, açıklanan varyans oranı %50'den fazla (De Vellis, 1991) (tablo 45) ve Scree plot yamaç eğim grafiği, eğimin kaybolduğu ya da çok küçük olduğu noktaya kadar olan özdeğerler faktör olarak seçilmiştir.

Tablo 45. Yere bağlılık ölçeği özdeğer ve varyans değerleri

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,085	50,708	50,708	6,085	50,708	50,708	4,087	34,057	34,057
2	1,999	16,662	67,371	1,999	16,662	67,371	3,998	33,314	67,371
3	,651	5,424	72,795						
4	,616	5,131	77,926						
5	,461	3,844	81,770						
6	,457	3,807	85,577						
7	,394	3,279	88,857						
8	,354	2,950	91,807						
9	,298	2,484	94,291						
10	,250	2,080	96,371						
11	,231	1,925	98,297						
12	,204	1,703	100,000						

Tablo 45'de görüldüğü gibi, eigen value 1'in üzerinde elde edilen iki faktör toplam varyansın %67,371'ini açıklamaktadır. Analizde varimax ronasyonlu temel bileşenler analizi uygulanmış, sonucu 0,40'dan düşük faktör yükleri gizlenmiş ve 3 defa tekrarlanma gerçekleştirilmiştir. Son olarak 12 maddelik yere bağlılık ölçeğinin 2 faktörde toplandığı görülmüştür. Bu faktörler toplam varyansın %67,371'ini temsil etmektedir. Elde edilen bu faktörler yere işlevsel bağlılık (yere bağımlılık - place dependence) ve yere duygusal bağlılık (yer kimliği - place identity) faktörleri olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 46. Yere bağlılık ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları (□=0,910; M=29,01; SD=8,906; 12 madde; n=360)

	Faktör Yükü	**Varyans (%)**	**Ortalama**	**Güvenirlik (α)**
1.FAKTÖR: YERE BAĞIMLILIK (6 İfade)		**50,708**	**2,6170**	**0,914**
5.Burada yaptığım şeyler için burayı başka hiçbir yere değişmem.	,841			
4.Burada yaptığım şeyler diğer herhangi bir yerde yaptığım şeylerden daha önemli.	,818			
2.Başka hiçbir yer burayla kıyaslanamaz.	,811			
6.Burada yaptığım şeyleri benzer bir yerde yapmaktan da zevk alırdım.	,791			
3.Burayı ziyaret etmekten diğer her yerden daha fazla zevk alıyorum.	,783			
1.Bu yer, yapmayı sevdiğim şeyleri yapabileceğim en iyi yer.	,756			
2.FAKTÖR: YER KİMLİĞİ (6 İfade)		**16,662**	**2,2177**	**0,884**
7.Bu yerin benim bir parçam olduğunu hissediyorum.	,832			
10.Burayı çok seviyorum.	,818			
11.Burayı ziyaret etmek kişiliğim hakkında önemli ipuçları veriyor.	,779			
9.Kendimi bu yerle güçlü bir şekilde özdeşleştiriyorum.	,777			
8.Bu yer benim için çok özel.	,747			
12.Bu yer benim için çok önemli.	,656			
TOPLAM		**67,371**	**2,4650**	**,910**

Maddeler faktör yüklerine göre sıralanmıştır.
Metot: Temel bileşenler analizi: Varimax rotasyonu (3) with Kaiser Normalization

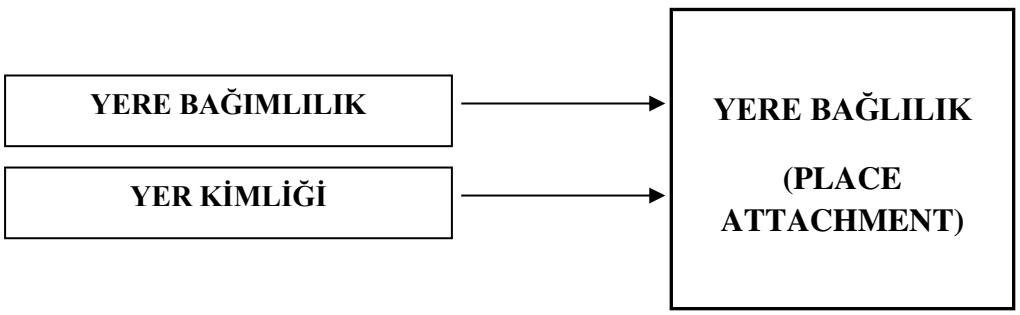
Özgün ölçekte yer alan madde numaraları ve faktörlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 46'da gösterilmiştir. Oluşan 2'li faktör yapısı isimlendirilirken, faktör yükleri 0,4 değerinden daha fazla yüklenenler seçilmiştir. Yere bağlılık ölçeğine ait bu iki boyut "yere bağımlılık" ve "yer kimliği" olarak isimlendirilmiştir. 360 veri analize dahil olmuş ve her faktör için güvenirlik katsayıları yüksek bulunmuştur. 1. Faktör olan yere bağımlılık için faktör yükleri arasındaki aralık (,841 - ,756), 2. Faktör olan yer kimliği için faktör yükleri arasındaki aralık (,832 - ,656) olarak belirlenmiştir.

Analiz sonucunda birinci faktör, yerin işlevsel özelliklerine yönelik "yere bağımlılık" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör tek başına toplam varyansın %50,708'ini oluşturmakta ve 6 maddeden oluşmaktadır. Yere bağımlılık boyutu analizde yüksek güvenirlik değerine (α=0,914) sahip faktördür.

İkinci faktör, yerin duygusal özelliklerine yönelik "yer kimliği" olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör tek başına toplam varyansın %16,662'sini oluşturmakta ve 6 maddeden oluşmaktadır. Yere bağımlılık boyutu analizde yüksek güvenirlik değerine (α=0,884) sahip faktördür.

Analiz sonucunda 12 maddelik 2'li faktör yapısı ortaya çıkmış ve bu dört faktör toplam varyansın %67,371'ini oluşturmakta, ortalama değeri 2,4650 ve güvenirlik (α=,910) olarak açıklanmaktadır.

Ölçek alt boyut ve toplam puanlarının ayırt ediciliklerini belirlemek üzere grupların aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için uygulanan bağımsız grup t-testinde tüm gruplar için farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<,001). Sonuç olarak bu çalışmada elde edilen yere bağlılık faktörleri, Yere bağımlılık ve yer kimliği olarak isimlendirilmiştir (Şekil 38).



Şekil 38. Yere bağlılık ölçeği iki faktörlü yapısı

3.3.2.1. Kampüs Açık Mekanlarının Yere Bağlılık Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, açımlayıcı faktör analizi kullanılarak elde edilen faktörler ile gerçekleştirilen çeşitli analizler yer almaktadır. Her bir kampüs açık mekanında, faktörlerin aldıkları ortalama değerleri hesaplanmış ve bu ortalamaların bölgelere göre farklılaşıp farklılaşmadığı Anova testi ile incelenmiştir (Tablo 47).

Tablo 47. Kampüs açık mekanlarına ilişkin yere bağlılık alt boyutlarının ortalamaları

Bölgeler	YERE BAĞIMLILIK		YER KİMLİĞİ	
	X	***ss***	***X***	***ss***
Şenlik Alanı (n:120)	3,2815	,93371	2,5868	1,03944
Koru Alanı (n:120)	2,6222	,68692	2,1708	,56611
Aşıklar Parkı (n:120)	1,9528	,50172	1,8986	,53246
	$F_{(2-357)}$: 100,741 sig:0,000		$F_{(2-357)}$: 25,621 sig: 0,000	

Yere bağlılık alt boyutlarının ortalamaları incelendiğinde, en yüksek değerlerin sırasıyla Şenlik alanı, Koru alanı ve Aşıklar parkında oluştuğu görülmektedir. Şenlik alanı yere bağımlılık ortalaması X=3,2815, yer kimliği ortalaması X=2,5868 olarak belirlenmiştir. Koru alanı yere bağımlılık ortalaması X=2,6222, yer kimliği ortalaması X=2,1708 olarak belirlenmiştir. Son olarak Aşıklar parkı yere bağımlılık ortalaması X= 1,9528, yer kimliği ortalaması X=1,8986 olarak belirlenmiştir. Tüm bu ortalamalar göz önüne alındığında, yere bağlılık alt boyutları ortalamalarının, kampüs açık mekanları tercih sıralamasıyla aynı şekilde olduğu görülmektedir.

Yere bağlılık ölçeği alt boyutları ortalamaları değerlendirilmiştir. Bu alt boyutlardan yere bağımlılık, yerin işlevsel özelliklerine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Yer kimliği ise yerin duygusal özelliklerine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Araştırma bulgularının son bölümü olan "tüm verilerin karşılaştırılmasına ilişkin bulgular" kısmında bu yere bağlılık alt boyutlarının, tercih, çevresel özellikler ve memnuniyet ile olan ilişkileri analiz edilecektir.

Tablo 47'de gösterildiği gibi, yere bağlılık faktörlerinin, kampüs açık mekanları arasında anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Yere bağımlılık ($F_{(2-357)}$= 100,741; $p<0.01$) ve yer kimliği ($F_{(2-357)}$= 25,621; $p<0.01$) olarak belirlenmiştir. Anova tablosu incelendiğinde, "Sig." değeri $0.000 < 0.05$ olduğu için tek yönlü varyans analizi için olan H_0 hipotezi reddedilir. Yani %95 güvenle, faktörlerin ortalamaları arasında bölgelere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır (Tablo 48).

Tablo 48. Kampüs açık mekanlarına göre yere bağlılık faktörleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	108,004	2	54,002	**100,741**	**,000**
	Grup içi	191,369	357	,536		
	Toplam	299,374	359			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	28,697	2	14,348	**25,621**	**,000**
	Grup içi	199,367	357	,560		
	Toplam	228,064	359			

*Ortalamalar arasındaki fark 0,01 önem düzeyinde anlamlıdır.

Bölgeler arasında beliren bu farkın kaynağını belirlemek amacıyla post-hoc test istatistiğinin belirlenmesi gerekmektedir. Söz konusu farklılığı yaratan grup ya da gruplar için belirlenmiş olan çoklu karşılaştırma test istatistiklerinden, gruplar arası varyansın homojen olması nedeniyle seçilen "Tukey" test sonuçları Tablo 49'de sunulmuştur. Bu tabloda her grubun ikişerli karşılaştırmaları yapılmış ve bu karşılaştırılan grupların ortalamaları arasındaki farklar sayısal olarak ifade edilmiştir. Bu sayısal değerlerin yanında (*) işaretinin bulunması, karşılaştırılan ilişkinin çevresel ortalamalar açısından anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Tablo 49'u incelediğimizde yere bağımlılık ve yer kimliği faktörleri açısından Şenlik alanı ile Aşıklar parkı, Şenlik alanı ile Koru alanı ve Aşıklar parkı arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,05$).

Tablo 49. Yere bağlılık faktörleri ile bölgeler arasındaki post-hoc testlerine ilişkin sonuçlar

Tukey HSD	**Bölge**	**Bölgeler**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Standart Hata**	**p**
YERE BAĞIMLILIK	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,67222*	,09452	**,000**
		Aşıklar Parkı	1,34167*	,09452	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,67222*	,09452	**,000**
		Aşıklar Parkı	,66944*	,09452	**,000**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-1,34167*	,09452	**,000**
		Koru Alanı	-,66944*	,09452	**,000**
YER KİMLİĞİ	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,41600*	,09681	**,000**
		Aşıklar Parkı	,68822*	,09681	**,000**
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,41600*	,09681	**,000**
		Aşıklar Parkı	,27222*	,09661	**,014**
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-,68822*	,09681	**,000**
		Koru Alanı	-,27222*	,09661	**,014**

*Ortalamalar arasındaki fark ,05 önem düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 50. Yere bağlılık alt faktörleri ortalama grupları

Tukey HSD[a]		YERE BAĞIMLILIK			YER KİMLİĞİ		
Bolge	N	Subset for alpha = .05			Subset for alpha = .05		
		1	2	3	1	2	3
Aşıklar Parkı	120	1,9528			1,8986		
Koru Alanı	120		2,6222			2,1708	
Şenlik Alanı	120			3,2944			2,5868
Sig.		1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

3.3.2.2. Yere Bağlılık Alt Değişkenlerinin Genel Yere Bağlılık Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında öncelikle yere bağlılık alt boyutlarının (faktörlerin), genel yere bağlılık ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Korelasyon analizi ile iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinilebilir. Faktör analizi ile ortaya koyulan yere bağımlılık ve yer kimliği ile genel yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi ile ele alınmıştır. Her bir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analiz sonuçları aşağıdaki korelasyon matrisinde sunulmuştur (Tablo 51).

Tablo 51. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları

	Y.B.	**Y.K.**	**G.Y.B.**
Yere Bağımlılık	1		
Yer Kimliği	,514**	1	
Genel Yere Bağlılık	,825**	,777**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda genel yere bağlılık duygusu ile yere bağlılık faktörleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar tüm faktörlerin aynı yapı içinde olduklarını ispatlamaktadır. İki faktörün genel yere bağlılık duygusu ile ilişkisi incelenecek olursa yüksekten düşüğe doğru sırasıyla "yere bağımlılık " (r= ,825 ; p<0,01) ve "yer kimliği" (r= ,777; p<0,01) ile pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Araştırma bulgularının birinci aşamasında, kampüs açık mekan kullanıcılarının demografik özellikleri, mekan kullanım sıklıkları ve süreleri, gerçekleştirdikleri etkinlikler ve tercih düzeyleri ortaya koyulmuştur. Daha sonrasında ikinci aşamada, kampüs açık mekanlarının çevresel özellikleri ve bu özelliklerin hangi faktörler ile tanımlandığı ortaya koyularak bölgelere göre karşılaştırılmıştır. Çevresel özelliklere ait bulgular ortaya koyulduktan sonra, kullanıcıların kampüs açık mekan memnuniyet düzeyleri ortaya koyularak bölgeler arasında farklılaşıp farklılaşmadığı karşılaştırılmıştır. Araştırma bulgularının üçüncü aşamasında ise, kullanıcıların yere bağlılık duyguları ve yere bağlılık duygusunun hangi faktörlerden oluştuğu ortaya koyulmuştur. Sonrasında yere bağlılığı oluşturan faktörlerin kampüs açık mekanlarına göre farklılık gösterip göstermediği gerekli analizler ile ortaya koyulmuştur. Tüm bu birinci, ikinci ve üçüncü aşamadan elde edilen demografik özellikler, çevresel özellikler, memnuniyet düzeyleri ve yere bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak ve karşılaştırma yapmak amacıyla, araştırma bulgularının dördüncü aşamasına geçilmiştir.

3.4. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Araştırma bulgularının dördüncü aşamasında

- Demografik özellikler ile çevresel özellikler, memnuniyet ve yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkiler
- Çevresel özellikler ile memnuniyet ve yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkiler
- Memnuniyet ile yere bağlılık arasındaki ilişki
- Son olarak da tüm değişkenlerin bir arada memnuniyet ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

3.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Memnuniyet ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

Araştırmaya katılan kampüs açık mekan kullanıcılarının, çevresel özellikleri değerlendirmelerine ait alt faktörlerin, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi uygulanmıştır. T testi, hipotez testlerinde en yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biridir. T testi ile iki grup

karşılaştırılarak aradaki farkın rastlantısal mı, yoksa istatistiki olarak anlamlı mı olduğuna karar verilir. Bu nedenle bağımsız iki grup arasındaki farkların testi olan (independent samples t test) t testi uygulanmıştır. Kullanıcıların çevresel özelliklere verdikleri ortalama değerlerin cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 52'de gösterilmiştir. Uygulanan t-testi sonucuna göre cinsiyet değişkenine göre, kullanıcıların çevresel özelliklere verdikleri grup ortalamaları arasındaki fark istatistiki olarak anlamlı değildir. Yani cinsiyete göre çevresel özellikler farklılaşma göstermemektedir (t=,720; p=,472>,05)

Tablo 52. Çevresel özelliklerin cinsiyete göre farklılaşması

	Cinsiyet	**N**	**Ortalama**	**Std.sapma**	**Std. hata**	**t**	**p**
Çevresel Özellikler	Kadın	192	2,9915	,82566	,05959	,720	,472
	Erkek	168	2,8650	,76228	,05881		

Cinsiyet değişkenine göre çevresel özellik alt faktörlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan t-testinde de, alt faktörler cinsiyete göre farklılık göstermemektedir (Tablo 53).

Tablo 53. Çevresel özellik alt faktörlerinin cinsiyete göre farklılaşması

Faktörler	**Cinsiyet**	**N**	**Ortalama**	**Std.sapma**	**Std. hata**	**t**	**p**
Konfor ve Kimlik	Kadın	192	2,8921	,72235	,05213	-,635	,526
	Erkek	168	2,9405	,71837	,05542		
Erişim ve Bağlantı	Kadın	192	3,0877	,95886	,06920	1,925	,055
	Erkek	168	2,9077	,79120	,06104		
Kullanım ve Aktivite	Kadın	192	2,9598	1,04462	,07539	,849	,397
	Erkek	168	2,8716	,90993	,07020		
Sosyalleşme	Kadın	192	3,0061	1,08027	,07796	,886	,052
	Erkek	168	2,7837	1,07357	,08283		

Cinsiyet değişkenine göre memnuniyet faktörünün farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan t-testinde, cinsiyetin memnuniyet üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir farklılığı görülmemektedir (t=1,928; p=,055>,05) (Tablo 54).

Tablo 54. Memnuniyet faktörünün cinsiyete göre farklılaşması

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.sapma	Std. hata	t	p
Memnuniyet	Kadın	192	2,7729	1,06878	,07713	1,928	,055
	Erkek	168	2,5488	1,13517	,08758		

Kullanıcıların yere bağlılık düzeyleri ortalama değerlerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 55'de gösterilmiştir. Buna göre cinsiyetin yere bağımlılık, yer kimliği ve genel yere bağlılık düzeyleri arasında bir farklılık göstermediği ortaya koyulmuştur.

Tablo 55. Yere bağlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşması

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.sapma	Std. hata	t	p
Yere Bağımlılık	Kadın	192	2,7135	,95893	,06920	2,016	,055
	Erkek	168	2,5198	,84902	,06550		
Yer Kimliği	Kadın	192	2,2190	,83466	,06039	,033	,974
	Erkek	168	2,2163	,75699	,05840		
Yere Bağlılık	Kadın	192	2,4799	,79548	,05756	,383	,702
	Erkek	168	2,4481	,77375	,05970		

Araştırma grubuna ait sosyo-demografik özelliklerden biri olan öğrencilerin kaçıncı sınıfta bulunduklarına yönelik bulgular ile çevresel özellikler, memnuniyet ve yere bağlılık düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla, tek yönlü varyans analizi (One Way Anova) testleri uygulanmıştır. Öncelikle sınıf değişkeni ile çevresel özellikler alt faktörleri arasında farklılaşma olup olmadığını belirlemek için yapılan analizde, çevresel özelliklerin almış olduğu ortalama değerler sınıf değişkenine göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılaşma göstermemektedir (Tablo 56).

Tablo 56. Sınıf değişkenine göre çevresel özellik puanlarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
KONFOR VE KİMLİK	Gruplar arası	7,321	4	1,830	3,635	,058
	Grup içi	178,732	355	,503		
	Toplam	186,053	359			
ERİŞİM VE BAĞLANTI	Gruplar arası	7,009	4	1,752	2,253	,063
	Grup içi	276,042	355	,778		
	Toplam	283,051	359			
KULLANIM VE AKTİVİTE	Gruplar arası	4,787	4	1,197	1,240	,294
	Grup içi	342,606	355	,965		
	Toplam	347,393	359			
SOSYALLEŞME	Gruplar arası	8,602	4	2,151	1,857	,118
	Grup içi	411,199	355	1,158		
	Toplam	419,801	359			

Sınıf değişkenine göre memnuniyet düzeyleri ortalamaları arasında farkın olup olmadığının belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Tablo 57'deki sonuçlara göre sınıf değişkeni ile memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Tablo 57. Sınıf değişkeni ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
MEMNUNİYET	Gruplar arası	3,622	4	,905	,740	,565
	Grup içi	434,257	355	1,223		
	Toplam	437,879	359			

Sınıf değişkenine göre kullanıcıların yere bağlılık faktörleri arasında farkın olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan tek yönlü varyans analizi Tablo 58'de sunulmuştur. Sosyo-demografik özelliklerden sınıf değişkeni ile yere bağlılık duygusu alt faktörleri tek yönlü varyans analizi incelendiğinde, sınıf değişkeni yer kimliği üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir farklılığa sahiptir ($F_{(4-359)}$=7,697; p=,000<,05). Sınıf düzeyinin yere bağımlılık üzerinde istatistiki açıdan farklılık tespit edilememiştir. Bu sonuç, yerin duygusal boyutu olan yer kimliğinin, kullanıcıların kampüste geçirdikleri süre değiştikçe, duygusal bağlılıklarının da değiştiğini göstermektedir. Yerle kurulan duygusal bağları ifade eden yer kimliği ortalamalarını sınıf düzeyinde incelediğimizde 1. Sınıf (X=1,8409), ikinci sınıf (X=2,2610), üçüncü sınıf (X=2,3003), 4. Sınıf (X=2,4340) ve 5. Sınıf (X=2,6111)

olduğu görülmektedir. Yani kampüste geçirilen süre arttıkça, kampüse karşı geliştirilen duygusal bağ artmaktadır.

Tablo 58. Sınıf değişkenine ile yere bağlılık duygusu alt faktörleri tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	2,475	4	,619	,740	,565
	Grup içi	296,899	355	,836		
	Toplam	299,374	359			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	18,248	4	4,562	**7,697**	**,000**
	Grup içi	209,815	354	,593		
	Toplam	228,064	358			

Ortaya çıkan istatistiksel olarak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey Post Hoc analizi yapılmıştır (Tablo 59).

Tablo 59. Sınıf ve Yere bağımlılık Tukey Post Hoc analizi

Tukey HSD	**Sınıf**	**Ortalama Farkı (I-J)**	**Sh**	**p**
1. sınıf	2.sınıf	**-,45944(*)**	,11362	**,001**
	3.sınıf	**-,42006(*)**	,12056	**,005**
	4.sınıf	**-,59312(*)**	,11362	**,000**
	5.sınıf	-,77020	,45200	,433
2.sınıf	1.sınıf	**,45944(*)**	,11362	**,001**
	3.sınıf	,03938	,11821	,997
	4.sınıf	-,13368	,11112	,750
	5.sınıf	-,31076	,45138	,959
3.sınıf	1.sınıf	**,42006(*)**	,12056	**,005**
	2.sınıf	-,03938	,11821	,997
	4.sınıf	-,17306	,11821	,587
	5.sınıf	-,35015	,45317	,938
4.sınıf	1.sınıf	**,59312(*)**	,11362	**,000**
	2.sınıf	,13368	,11112	,750
	3.sınıf	,17306	,11821	,587
	4.sınıf	-,17708	,45138	,995
5.sınıf	1.sınıf	,77020	,45200	,433
	2.sınıf	,31076	,45138	,959
	3.sınıf	,35015	,45317	,938
	4.sınıf	,17708	,45138	,995

Sınıf düzeyinin yer kimliği ortalamaları üzerinde farklılık yaratmasının sebebini araştırmak için yapılan Tukey Post Hoc analizinde görüldüğü gibi, 1. Sınıf öğrenciler ile

2,3 ve 4. Sınıf öğrencileri yere kimliği ortalamaları farklılık göstermiştir. Öğrencilerin sınıflara göre yer kimliği ortalamalarına baktığımızda da bu fark anlaşılmaktadır. Duygusal açıdan yere bağlılık olarak da ifade edilen yer kimliği kavramı, insan – yer ilişkileri kapsamında, kişinin duygu ve hatıralarıyla o yer hakkında oluşturduğu duygusal yönlerini ifade etmektedir. Bu nedenle bu sonuç yerle kurulan etkileşim süresi arttıkça yer kimliğinin de arttığı görüşünü destekler niteliktedir. Araştırma bulgularının birinci aşamasında ortaya koyulan kampüs açık mekanları kullanım sıklıklarına ilişkin bulgular ile çevresel özellikler, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık düzeylerinin karşılaştırılmasına yönelik tek yönlü varyans analizleri gerçekleştirilmiştir.

Kampüs açık mekanlarının kullanım sıklıkları ile karşılaştırılmak amacıyla ilk olarak çevresel özelliklere ait alt faktörler, kümeleme analizi ile belirlenmiş fiziksel ve sosyal özellikler ile genel çevresel özellikle tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, kampüs açık mekan kullanım sıklıkları ile konfor ve kimlik ($F_{(4-359)}$=4,005; p0,003<0,05), erişim ve bağlantılar ($F_{(4-359)}$=19,656; p0,000<0,05), kullanım ve aktivite ($F_{(4-359)}$=20,938; p0,000<0,05) ve sosyalleşme($F_{(4-359)}$=11,327; p0,000<0,05) alt faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (Tablo 60). Aynı zamanda kullanım sıklığı düzeyi yerin fiziksel özellikleri ortalaması ($F_{(4-359)}$=15,006; p0,000<0,05), yerin sosyal özellikleri ortalaması ($F_{(4-359)}$=15,518; p0,000<0,05) ve genel çevresel özellik ortalaması ($F_{(4-359)}$=17,671; p0,000<0,05) boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmıştır (Tablo 61).

Tablo 60.Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
KONFOR VE KİMLİK	Gruplar arası	8,034	4	2,009	**4,005**	**,003**
	Grup içi	178,019	355	,501		
	Toplam	186,053	359			
ERİŞİM VE BAĞLANTI	Gruplar arası	51,323	4	12,831	**19,656**	**,000**
	Grup içi	231,728	355	,653		
	Toplam	283,051	359			
KULLANIM VE AKTİVİTE	Gruplar arası	66,312	4	16,578	**20,938**	**,000**
	Grup içi	281,081	355	,792		
	Toplam	347,393	359			
SOSYALLEŞME	Gruplar arası	47,513	4	11,878	**11,327**	**,000**
	Grup içi	372,288	355	1,049		
	Toplam	419,801	359			

Tablo 61. Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler ortalamaları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
FİZİKSEL ORTALAMA	Gruplar arası	21,805	4	5,451	**15,006**	**,000**
	Grup içi	128,964	355	,363		
	Toplam	150,769	359			
SOSYAL ORTALAMA	Gruplar arası	53,719	4	13,430	**15,518**	**,000**
	Grup içi	307,232	355	,865		
	Toplam	360,950	359			
ÇEVRESEL ORTALAMA	Gruplar arası	37,972	4	9,493	**17,671**	**,000**
	Grup içi	190,712	355	,537		
	Toplam	228,684	359			

Anlamlı farklılık olan faktörlerde, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Tukey Post Hoc analizi yapılmıştır (Ek 2). Bu analiz sonucuna göre konfor ve kimlik boyutunda, yılda birkaç kez gelen kullanıcılar, haftada birkaç kez ve ayda birkaç kez gelen kullanıcılara göre anlamlı olarak farklılık sergilemiştir. Erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite, sosyalleşme alt boyutlarında ise yılda birkaç kez gelen kullanıcılar, anlamlı olarak bu boyutlara düşük değer vermişlerdir. Aynı şekilde fiziksel, sosyal ve genel çevresel özellikler değerlendirildiğinde, kullanım sıklığı açısından farklılık yaratan boyut, yılda birkaç kez gelenler ile diğer gruplar arasındadır (Ek 2).

Kullanım sıklığı ile araştırma bulgularının ikinci bölümünden elde edilen memnuniyete ilişkin bulgular tek yönlü varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Kullanım sıklığının memnuniyet üzerinde istatistiki olarak anlamlı farklılık oluşturduğu saptanmıştır ($F_{(4-359)}$=15,006; p0,001<0,05) (Tablo 62). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için yapılan Tukey Post Hoc analizi Ek 3'de sunulmuştur. Aynı şekilde kampüs açık mekanlarında geçirilen zaman ile kullanıcı memnuniyeti arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır ($F_{(4-359)}$=26,600; p0,000<0,05) (Tablo 63). Kampüste geçirilen zaman ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Post Hoc testinde yarım saatten az zaman geçiren kullanıcılarla daha fazla vakit geçiren kullanıcılar arasında memnuniyet değerleri anlamlı olarak farklılaşmaktadır. Kullanıcıların memnuniyet ortalamaları incelendiğinde, kampüs açık mekan kullanım süreleri arttıkça, kullanıcı memnuniyet ortalamalarının arttığı belirlenmiştir (Ek 4).

Tablo 62. Kullanım sıklığı ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
MEMNUNİYET	Gruplar arası	22,635	4	5,659	**4,838**	**,001**
	Grup içi	415,244	355	1,170		
	Toplam	437,879	359			

Tablo 63. Kullanım süresi ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
MEMNUNİYET	Gruplar arası	101,131	4	5,659	**26,600**	**,000**
	Grup içi	336,464	355	1,170		
	Toplam	437,596	359			

Kullanım sıklığı ile araştırma bulgularının üçüncü bölümünden elde edilen yere bağlılık alt boyutları ve genel yere bağlılık ortalamasına ilişkin bulgular tek yönlü varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucu, kullanım sıklığının kullanıcıların işlevsel bağlılıkları olan yere bağımlılık duygusu üzerinde istatistiki olarak anlamlı farklılık oluşturduğu ($F_{(4-359)}$=5,739; p0,000<0,05), fakat yer kimliği üzerinde anlamlı farklılık oluşturmadığı ortaya koyulmuştur (Tablo 64). Analize ait gerçekleştirilen Tukey Post Hoc analizi Ek 5'de sunulmuştur. Bu analiz sonucunda, kullanım sıklığı arttıkça, yere bağımlılık ortalama puanlarının arttığı tespit edilmiştir.

Aynı şekilde kampüs açık mekan kullanım süreleri ile yere bağlılık alt boyutları arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Kampüs açık mekan kullanım süreleri, yere bağımlılık ($F_{(4-359)}$=13,130; p0,000<0,05), yer kimliği ($F_{(4-359)}$=4,205; p0,002<0,05) ve genel yere bağlılık ($F_{(4-359)}$=14,111; p0,000<0,05) üzerinde istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir (Tablo 65). Bu farklılığın oluşturan grupları belirlemek için yapılan Tukey Post Hoc analizi, yarım saatten az vakit geçiren kullanıcılar ile daha fazla vakit geçiren kullanıcıların, memnuniyet düzeyleri arasında farklılık oluşturduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda kullanıcıların kampüs açık mekan kullanım süreleri arttıkça, yere bağımlılık, yer kimliği ve genel yere bağlılık düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir (Ek 6).

Tablo 64. Kullanım sıklığı ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	18,183	4	4,546	**5,739**	**,000**
	Grup içi	281,191	355	,792		
	Toplam	299,374	359			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	4,008	4	1,002	1,583	,178
	Grup içi	224,056	355	,633		
	Toplam	228,064	359			

Tablo 65. Kullanım süresi ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	38,431	4	9,608	13,130	,000
	Grup içi	259,042	355	,732		
	Toplam	297,473	359			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	10,372	4	2,593	4,205	,002
	Grup içi	217,689	355	,617		
	Toplam	228,061	359			

Araştırmanın birinci bölümüne ait bulguların son değişkeni olan tercih değişkeni ile çevresel değişkenler tek yönlü varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Tercih değişkeninin konfor ve kimlik ($F_{(2-359)}$=3,408; p=0,034<0,05), kullanım ve aktivite ($F_{(2-359)}$=14,714; p=0,000<0,05) ve sosyalleşme ($F_{(2-359)}$=14,584; p=0,000<0,05) alt boyutları üzerinde istatistiki olarak anlamlı farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir.

Tablo 66. Kullanıcı tercihleri ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
KONFOR VE KİMLİK	Gruplar arası	,201	2	,101	**3,408**	**,034**
	Grup içi	185,852	357	,521		
	Toplam	186,053	359			
ERİŞİM VE BAĞLANTI	Gruplar arası	5,303	2	2,652	,193	,824
	Grup içi	277,747	357	,778		
	Toplam	283,051	359			
KULLANIM VE AKTİVİTE	Gruplar arası	26,456	2	13,228	**14,714**	**,000**
	Grup içi	320,937	357	,899		
	Toplam	347,393	359			
SOSYALLEŞME	Gruplar arası	31,709	2	15,854	**14,584**	**,000**
	Grup içi	388,092	357	1,087		
	Toplam	419,801	359			

Elde edilen bu sonuçlara göre, kullanıcıların kampüs açık mekan kullanım tercihleri, Tablo 66'de görüldüğü gibi sırasıyla Kullanım ve aktivite, sosyalleşme ve erişim-bağlantı alt boyutlarında farklılık göstermektedir. Çevresel özellik alt boyutlarından konfor ve kimlik boyutunda tercih açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Kümeleme analizi sonrasında belirlenen çevrenin fiziksel özellikleri üzerinde anlamlı bir farklılık tespit edilemezken, çevrenin sosyal özellikleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir ($F_{(2-359)}$=15,692; p=0,000<0,05). Tercih değişkeninin genel çevresel özellikler üzerinde de anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F_{(4-359)}$=11,889; p0,000<0,05). Tüm bu analizlere ait tek yönlü varyans analizleri tablo 66'da sunulmuştur. Farklılığın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan Tukey Post Hoc analizi sonucu, erişim ve bağlantı boyutunda Şenlik alanını tercih eden grup ile Aşıklar parkını tercih eden grup anlamlı olarak farklılık göstermektedir. Kullanım ve sosyalleşme alt boyutlarında ise Şenlik alanı, koru alanı ve aşıklar parkını tercih eden gruba göre bu boyutlarda yüksek ortalama değerine sahip olarak farklılaşmaktadır. Bu analizlere ait tablolar Ek 7'de sunulmuştur.

Çevresel özellikler alt boyutlarına ilişkin verilen bu sonuçlardan sonra, alt boyutların kümeleme analizi sonucu ortaya koyulan çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerine ait tercih boyutundaki farklılıklar Tablo 67'de gösterilmiştir.

Tablo 67. Kullanıcı tercihleri ile çevresel özellikler tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	**Serbestlik Derecesi**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**p**
FİZİKSEL ORTALAMA	Gruplar arası	1,647	2	,823	1,971	,141
	Grup içi	149,122	357	,418		
	Toplam	150,769	359			
SOSYAL ORTALAMA	Gruplar arası	29,166	2	14,583	**15,692**	**,000**
	Grup içi	331,784	357	,929		
	Toplam	360,950	359			
ÇEVRESEL ORTALAMA	Gruplar arası	14,280	2	7,140	**11,889**	**,000**
	Grup içi	214,404	357	,601		
	Toplam	228,684	359			

Kullanıcı tercihlerine ilişkin bulgular ile kullanıcı memnuniyetine ilişkin bulgular tek yönlü varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Tercih değişkeni ile kullanıcı memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F_{(2-359)}$=9,426; p=0,000<0,05) (Tablo 68). Tercih değişkeni ile memnuniyet değişkeni arasındaki farklılığı oluşturan

grupları belirlemek için Tukey Post Hoc analizi uygulanmıştır. Sonuçlara göre Şenlik alanı, Koru alanı ve Aşıklar parkına göre anlamlı olarak farklılaşmıştır (Tablo 69).

Tablo 68. Tercih ile kullanıcı memnuniyeti tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
MEMNUNİYET	Gruplar arası	21,963	2	10,981	9,426	,000
	Grup içi	415,916	357	1,165		
	Toplam	437,879	359			

Tablo 69. Tercih değişkeni ile kullanıcı memnuniyeti Tukey Post Hoc analizi
Tukey HSD

Bağımlı Değişken	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı	Sh	p
MEMNUNİYET	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,05476	,09220	,823
		Aşıklar Parkı	-,01277	,14376	,996
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,05476	,09220	,823
		Aşıklar Parkı	-,06752	,15818	,904
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	,01277	,14376	,996
		Koru Alanı	,06752	,15818	,904

Araştırmanın birinci bölümüne ait sosyo-demografik özellikler ve mekan kullanım özelliklerine ait bulgular ile ikinci ve üçüncü bölümden elde edilen bulgular arasında bir ilişki olup olmadığını görmek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çevresel özellikler ile sınıf ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir, kullanım sıklığı (r=,243**) ve kullanım süresi (r=,536**) ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Aynı şekilde genel memnuniyet ortalaması da sınıf ve cinsiyet değişkeni ile anlamlı bir ilişki göstermemiş, kullanım sıklığı (r=,188**) ve kullanım süresi (r=406**) ile pozitif yönde anlamlı ilişki göstermiştir. Bu değişkenlerin genel bağlılık ile aralarındaki ilişkiye baktığımızda ise sınıf değişkeninin (r=,121*) ve kullanım süresinin (r=,355**) genel bağlılıkla ilişkili olduğunu görmekteyiz (Tablo 70).

Tablo 70. Sosyo-demografik değişkenler ile çevresel özellikler, genel memnuniyet ve genel bağlılık puanı pearson korelasyon analizi

	Sınıf	Cinsiyet	Kullanım Sıklığı	Kullanım Süresi
Çevresel Özellikler	-,059	-,079	**,243****	**,536****
	,266	,133	,000	,000
Genel Memnuniyet	-,040	-,101	**,188****	**,406****
	,446	,055	,000	,000
Genel Bağlılık	**,121***	-,020	,065	**,355****
	,021	,702	,217	,000

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

3.4.2. Çevresel Özellikler ile Memnuniyet ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

3.4.2.1. Çevresel Özelliklerin Kullanıcı Memnuniyetine Etkisine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

Kampüs açık mekan kullanıcılarının, çevresel özelliklere ait genel değerlendirmeleri ile, genel memnuniyet düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, bu iki ortalama değerler arasında %81,3 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur (r=,813**) Çevresel özelliklerin ortalama değeri arttıkça genel memnuniyet düzeyi de artmaktadır. Bu sonuç araştırmanın "kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyetinin artması beklenir" varsayımını destekler niteliktedir (Tablo 71).

Tablo 71. Çevresel özellikler ile genel memnuniyet korelasyon analizi

Boyut	Genel Memnuniyet	
Çevresel Özellikler	**r**	,813**
	p	,000
	N	360

Korelasyon analizi sonucu çevresel özellikler ile genel memnuniyet arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti ortaya koyulduktan sonra, çevresel özelliklerin kullanıcı genel memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla basit regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 72,72,74).

Tablo 72. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyetine etkisine yönelik regresyon model özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R2	Tahminin Std. Hatası
1	,813	,661	,660	,64399

Tablo 72'de model özeti tablosundaki R^2 değerinden anlaşılacağı üzere, çevresel özelliklerin, kullanıcı memnuniyetini açıklama düzeyi %66,1 (R^2=,661) olarak tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle kullanıcı memnuniyetinin %66,1'i çevresel özelliklerin başarısına bağlıdır. Analizin doğrusal modele uygun olup olmadığını test etmek için varyans analizi (Anova) uygulanmıştır. Analizdeki F değerinin anlamlılık düzeyi p<0,05 olduğundan, değişkenler arası ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve doğrusal regresyon modeline uygun olduğu söylenebilir (Tablo 73).

Tablo 73. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyetine etkisine yönelik ANOVA tablosu

Model		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
1	Regresyon	289,410	1	289,410	697,845	**,000***
	Atık	148,469	358	,415		
	Toplam	437,879	359			

p<0,05*

Çevresel özelliklerin genel kullanıcı memnuniyetine etkisinin tespiti için gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 74'de sunulmuştur.

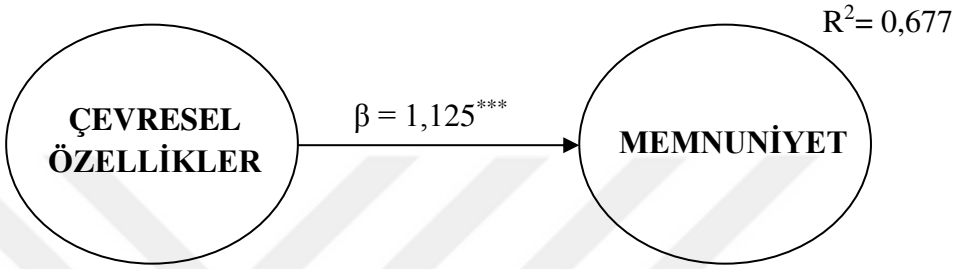
Tablo 74. Çevresel özelliklerin genel kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
1	(Sabit)	-,631	,129		-4,873	,000
	Çevresel özellikler	1,125	,043	,813	26,417	**,000***

p<0,01*

Basit doğrusal regresyon denklemi Y = a + BX denklemine göre; çevresel özellikler (ÇÖ) ve kullanıcı memnuniyeti (KM) arasındaki ilişki aşağıdaki eşitlik ile ifade edilir (3.1): KM = 1,115*ÇÖ – 0,631 (3.1)

Özetlemek gerekirse gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre çevresel özellikler ile kullanıcı memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır (R=0,813; R^2=0,661; $F_{(1-358)}$=697,845 ; p<0,05). Çevresel özelliklerin başarısı %66,1 düzeyinde kullanıcı memnuniyetini açıklamaktadır. Bu sonuç araştırma varsayımlarından biri olan "kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyetinin artması beklenir" varsayımını destekler niteliktedir.



Şekil 39.Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi

3.4.2.2. Çevresel Özellik Alt boyutlarının Kullanıcı Memnuniyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Çevresel özellikler ile genel memnuniyet arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur. Çevresel özelliğin alt boyutları olan konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite ve sosyalleşme boyutlarının genel memnuniyet ile olan ilişkilerini belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 75).

Tablo 75. Çevresel alt boyut değişkenleri ile genel memnuniyet korelasyon analizi

Değişken 1	Değişken 2	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	p değeri
Konfor ve Kimlik	Memnuniyet	,598**	,000
Erişim ve Bağlantı	Memnuniyet	,381**	,000
Kullanım ve Aktivite	Memnuniyet	,721**	,000
Sosyalleşme	Memnuniyet	,814**	,000

Pearson korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin derecesine ve yönüne bakılmak istenildiğinde kullanılan katsayıdır. Bu katsayı "r" ile ifade edilir ve (-1) ile (+1) arasında değerler alır. (-) veya (+) olması ilişkinin yönünü temsil ederken, bu değer

1'e yaklaştıkça ilişkinin kuvveti artar. "r" değerinin almış olduğu derğerler bilim dallarına göre farklı yorumlanabildiği gibi çoğunlukla (0,10-0,30) arası değer düşük, (0,30-0,50) arası değer orta ve (0,50-1,0) arası değer yüksek korelasyon olarak 3 grupta kabul edilebilir.

Korelasyon analizinin sonuçlarına göre Konfor ve kimlik faktörü ile memnuniyet arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır (r=,598**; p=,000). Ancak bu ilişki orta düzeyde bir ilişkidir. Erişim ve bağlantı faktörü ile memnuniyet arasında anlamlı ve pozitif ilişki vardır ve bu ilişki düzeyi de orta düzeydedir (r=,381**; p=,000). Bir diğer faktör olan kullanım ve aktivite faktörü ile memnuniyet arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve bu ilişki düzeyi yüksek düzeydedir (r=,721**; p=,000). Sosyalleşme faktörü ile memnuniyet arasında ise anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve bu ilişki yüksek düzeydedir (r=,814; p=,000). Çevresel faktörlerle memnuniyet arasındaki ilişki düzeyini özetlemek gerekirse, ilişki düzeyleri yüksekten düşüğe doğru sırasıyla "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite", "erişim ve bağlantı" ve "konfor ve kimlik" şeklindedir.

Çevresel özelliklere ait alt boyutların, memnuniyet duygusu ile olan ilişkisi korelasyon analizi ile ortaya koyulmuştur. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve memnuniyet arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Böylelikle çevresel faktörlerin memnuniyet üzerindeki etkileri belirlenmiştir.

Regresyon analizi; aralarında ilişki olan iki veya daha fazla değişkenden birinin bağımlı değişken, diğerlerinin bağımsız değişken olmak üzere bu değişkenlerin arasındaki ilişkinin modelini açıklama sürecidir. "Kurulan regresyon modelinde tek bir bağımsız (açıklayıcı) değişken var ise buna basit doğrusal regresyon modeli, birden fazla bağımsız değişken var ise buna da çoklu doğrusal regresyon modeli adı verilir" (Bayram, 2015).

Çoklu regresyon modeli oluşturulurken "n" tane bağımsız değişken seti içinden *Y*'yi en iyi açıklayan bağımsız değişkenler alt setini belirlemek için başvurulan yönteme ise aşamalı regresyon (stepwise) yöntemi adı verilir. Bu çalışma kapsamında, çevresel değişkeni oluşturan alt faktörlerden hangilerinin memnuniyeti en iyi açıkladığını belirlemek amacıyla "stepwise" yöntemi kullanılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi, aşağıdaki model ile tahmin yapmayı amaçlar (3.2):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots. + b_nX_n \quad (3.2)$$

Y; bağımlı (sonuç) değişken

X; bağımsız (sebep) değişkeni

a; sabit

b ise regresyon katsayısıdır.

Bağımlı değişkendeki toplam değişimin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını belirlemek amacıyla R^2 değerinden yararlanılır. Bu değer tüm değişkenlerin birlikte *Y*'de açıkladıkları varyans oranını verir. R^2 değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır ve 1'e yaklaştıkça bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni daha iyi tanımladığını gösterir. Kurulan modelin anlamlı olup olmadığını sınamak için ise F testi kullanılır. "Çoklu regresyon analizinde farklı ölçme birimleri ve varyanslara sahip bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkene ait göreli önemlerini belirlemek için standardize edilmiş regresyon katsayıları olan β (Beta) değerleri kullanılır " (Bayram, 2015). Bu değerin yüksek olduğu bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerinde en önemli bağımsız değişken olduğu söylenebilir.

Korelasyon analizi sonucu çevresel özellikler alt faktörleri ile genel memnuniyet arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti ortaya koyulduktan sonra, çevresel özelliklerin kullanıcıların genel memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 76).

Tablo 76. Çevresel özellik alt boyutlarının kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
4	(Sabit)	2,668	,033		,80623	,000
	Faktör 1: Sosyalleşme	,712	,033	,645	21,496	,000
	Faktör 2: Kullanım ve Aktivite	,411	,033	,372	12,387	,000
	Faktör 3: Konfor ve Kimlik	,324	,033	,294	9,781	,000
	Faktör 4: Erişim ve Bağlantı	,220	,033	,200	6,652	,000
R=,825; R^2=,680; Düzeltilmiş R^2=,677 ; D-W= 1,819 ; Model $F_{(4-358)}$ = 188,858; p<0,01						

Çevresel alt faktörlerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinde, değişkenleri adım adım seçme (stepwise) yöntemi kullanılmış ve analiz 4 adımda tamamlanmıştır. Değerler kademeli bir artış göstererek 4. ve son adımda R^2 değeri 0,680 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele

uygundur ($F_{(4-358)}$ = 188,858; p=0,000) ve oto korelasyon yoktur. Bu durumda çevresel faktör değişkenlerinin kullanıcı memnuniyetine pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Kullanıcı memnuniyetini en yüksek düzeyde açıklayan çevresel değişken, aynı zamanda 1. Faktör olan sosyalleşme (S) değişkenidir (β=,645 ; p<0,01). Sosyalleşme değişkenini sırasıyla "kullanım ve aktivite (KA)" (β=,372; p<0,01), "konfor ve kimlik (KK)" (β=,294 ; p<0,01) ve "erişim ve bağlantı (EB)" (β=,200; p<0,01) takip etmektedir. Buna göre denklem şu şekilde formüle edilmektedir (3.3).

K. Memnuniyeti = 2,668 + 0,712*S + 0,411*KA + 0,324*KK + 0,220*EB (3.3).

Kümeleme analizi sonucu çevresel özelliklerin fiziksel ve sosyal özellikler olmak üzere iki sınıfta kümelendiği ortaya koyulmuştu. Bu aşamada çevrenin fiziksel özelliklerinin memnuniyet üzerindeki etkisi (Tablo 77), çevrenin sosyal özelliklerinin memnuniyet üzerindeki etkisi (Tablo 78) ve fiziksel ve sosyal özelliklerin (Tablo 79) birlikte memnuniyet üzerindeki etkisi ortaya koyulacaktır.

Tablo 77. Çevrenin fiziksel özellikleri ve kullanıcı memnuniyeti regresyon tablosu

Model 1	**B**	**Std. Hata**	**β (Beta)**	**t**	**p**
(Sabit)	-,384	,217		-1,774	,000
Fiziksel Özellikler	1,033	,72	,606	14,416	,000
R=,606; R^2=,367; Düzeltilmiş R^2=,366 ; D-W= 1,850 ; Model $F_{(1-358)}$ = 207,825; p<0,01					

Tablo 78. Çevrenin sosyal özellikleri ve kullanıcı memnuniyeti regresyon tablosu

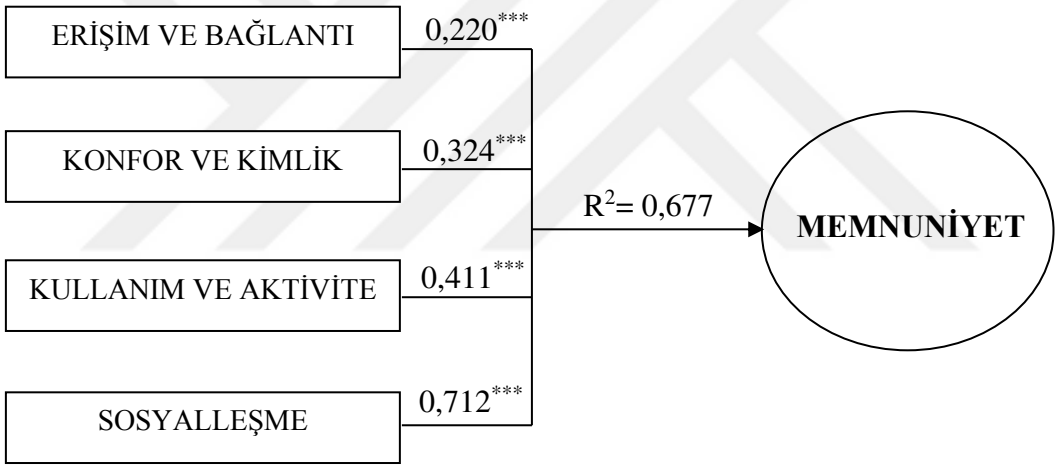
Model 1	**B**	**Std. Hata**	**β (Beta)**	**t**	**p**
(Sabit)	,057	,104		,551	,000
Sosyal Özellikler	,898	,034	,805	26,625	,000
R=,815; R^2=,664; Düzeltilmiş R^2=,664 ; D-W= 1,940 ; Model $F_{(1-358)}$ = 708,915; p<0,01					

Tablo 79. Çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin bir arada kullanıcı memnuniyetine etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model 2	**B**	**Std. Hata**	**β (Beta)**	**t**	**p**
(Sabit)	-,237	,157		-1,512	,000
Sosyal Özellikler	,822	,045	,746	18,106	,000
Fiziksel Özellikler	,175	,070	,102	2,486	,000
R=,819; R^2=,670; Düzeltilmiş R^2=,668 ; Model $F_{(2-357)}$ = 362,678; p<0,01					

Tablo 77,78 ve 79'da görüldüğü gibi çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin kullanıcı memnuniyetine pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Kullanıcı memnuniyetini üzerinde; çevrenin fiziksel özellikleri %37, çevrenin sosyal özellikleri %66 ve fiziksel ve sosyal özelliklerin kombinasyonu ise %67 oranında etkilidir.

Çevresel özelliklere ait tüm faktörler, demografik özellikler ve mekan kullanım özelliklerinin bir arada memnuniyet üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla analiz tekrarlanmıştır. Yapılan analiz sonucunda kullanıcı memnuniyetini belirlemede çevresel faktör dışındaki değişkenler modele eklenememiştir. Yani cinsiyet, sınıf, kullanım süresi ve kullanım sıklığı değişkenleri memnuniyet üzerinde etkili olmamıştır. Sonuç olarak kullanıcı memnuniyetine ilişkin kavramsal model Şekil 40'da gösterilmiştir.



Şekil 40. Çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti kavramsal ilişki modeli

3.4.2.3. Çevresel Özelliklerin Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Kampüs açık mekan kullanıcılarının, çevresel özelliklere ait genel değerlendirmeleri ile, yere bağlılık düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, bu iki ortalama değerler arasında %69,7 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur (r=,697**) Çevresel özelliklerin ortalama değeri arttıkça yere bağlılık düzeyi de artmaktadır. Bu sonuç araştırmanın "kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı yere bağlılık duygusunun artması beklenir" varsayımını destekler

niteliktedir. Çevresel özellikler, çevrenin fiziksel özellikleri, çevrenin sosyal özellikleri ile yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık arasındaki ilişki Tablo 80'de gösterilmiştir.

Tablo 80. Çevresel özellikler ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi

	G.Ç.Ö.	**F.Ö.**	**S.Ö.**	**Y.B.**	**Y.K.**	**G.Y.B.**
Genel Çevresel Özellikler	1					
Fiziksel Özellikler	,822**	1				
Sosyal Özellikler	,972**	,675**	1			
Yere Bağımlılık	,732**	,561**	,731**	1		
Yer Kimliği	,442**	,327**	,449**	,514**	1	
Genel Yere Bağlılık	,697**	,500**	,711**	,825**	,777**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda çevrenin fiziksel özellikleri ile yere bağlılık arasında (r=,822; p<0,01) ve çevrenin sosyal özellikleri ile yere bağlılık arasında (r=,972; p<0,01) pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Kullanıcıların yere bağlılık duygusu üzerinde çevrenin fiziksel özelliklerinden çok sosyal özelliklerinin etkili olduğu görülmektedir.

Korelasyon analizi sonucu çevresel özellikler ile yere bağlılık arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti ortaya koyulduktan sonra, çevresel özelliklerin kullanıcıların yere bağlılık düzeyine etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 81).

Tablo 81. Çevresel özelliklerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		**B**	**Std. Hata**	***β* (Beta)**	**t**	**p**
1	(Sabit)	,451	,113		3,979	,000
	Çevresel Özellikler	,688	,037	,697	18,390	,000
R=,697; R^2=,486; Düzeltilmiş R^2=,485; Model F $_{(1-358)}$ = 338,186; p<0,01						

Tablo 81'e göre, çevresel özellik değişkeninin katsayısı ,688, sabit değeri ise ,451'dir. Basit doğrusal regresyon denklemi Y = a + BX denklemine göre; çevresel özellikler (ÇÖ) ve yere bağlılık (YB) arasındaki ilişki aşağıdaki eşitlik ile ifade edilir (3.4):

$$YB = 0,451 + 0,688 * ÇÖ \quad (3.4)$$

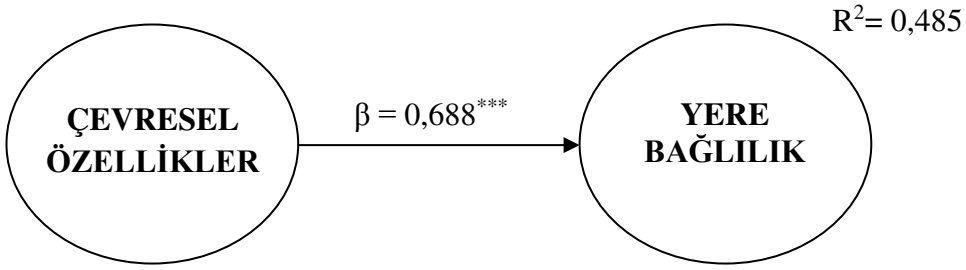
Özetlemek gerekirse gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre çevresel özellikler ile yere bağlılık arasında anlamlı bir ilişki vardır (R=0,697; R^2=0,486; $F_{(1-358)}$=338,186; p<0,05). Çevresel özelliklerin başarısı %48,5 düzeyinde yere bağlılık duygusunu açıklamaktadır. Analizdeki F değerinin anlamlılık düzeyi p<0,05 olduğundan, değişkenler arası ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve doğrusal regresyon modeline uygun olduğu söylenebilir(Tablo 82). Bu sonuç araştırma varsayımlarından biri olan "kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, yere bağlılık duygusunun artması beklenir" varsayımını destekler niteliktedir.

Tablo 82. Çevrenin fiziksel özellikleri, sosyal özellikleri ve hem fiziksel hemde sosyal özelliklerinin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	*β* (Beta)	t	p
1	(Sabit)	2,466	,040		61,864	,000
	Fiziksel Özellikler	,306	,056	,275	5,412	,000
R=,275; R^2=,076; Düzeltilmiş R^2=,073 ; Model $F_{(1-358)}$ = 29,294; p<0,01						
1	(Sabit)	2,247	,032		77,690	,000
	Sosyal Özellikler	,714	,045	,643	15,862	,000
R=,643; R^2=,413; Düzeltilmiş R^2=,412 ; Model $F_{(1-358)}$ = 251,607; p<0,01						
2	(Sabit)	2,468	,030		83,289	,000
	Sosyal Özellikler	,715	,042	,644	17,032	,000
	Fiziksel Özellikler	,309	,042	,278	7,354	,000
R=,701; R^2=,491; Düzeltilmiş R^2=,488; Model $F_{(1-358)}$ = 171,552; p<0,01						

Tablo 82'de görüldüğü gibi çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin yere bağlılık duygusuna pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Yere bağlılık duygusu üzerinde; çevrenin fiziksel ve sosyal özellikleri birlikte %48,8 oranında etkilidir.

Genel çevresel özelliklerin, kullanıcıların genel yere bağlılık duygusu üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli Şekil 41'de gösterilmiştir.



Şekil 41. Çevresel özelliklerin yere bağlılık üzerindeki etkisi

3.4.2.4. Çevresel Özellik Alt Boyutlarının Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Çevresel özellik alt boyutları ile genel yere bağlılık duygusu arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur. Çevresel özelliğin alt boyutları olan konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite ve sosyalleşme boyutlarının yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliği ile olan ilişkilerini belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 83).

Tablo 83. Çevresel faktörler ile yere bağlılık ve yere bağlılık faktörleri korelasyon analizi

	K.K.	E.B.	K.A.	S.	Y.B.	Y.K.	G.Y.B.
Konfor ve Kimlik	1						
Erişim ve Bağlantı	,320**	1					
Kullanım ve Aktivite	,658**	,347**	1				
Sosyalleşme	,679**	,387**	,823**	1			
Yere Bağımlılık	,532**	,376**	,635**	,738**	1		
Yer Kimliği	,306**	,220**	,386**	,455**	,514**	1	
Genel Yere Bağlılık	,459**	,352**	,633**	,708**	,825**	,777**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Korelasyon analizinin sonuçlarına göre Konfor ve kimlik faktörü ile yere bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır (r=,459**; p=,000). Ancak bu ilişki orta düzeyde bir ilişkidir. Erişim ve bağlantı faktörü ile yere bağlılık arasında anlamlı ve pozitif ilişki vardır ve bu ilişki düzeyi de orta düzeydedir (r=,352**; p=,000). Bir diğer faktör olan kullanım ve aktivite faktörü ile yere bağlılık arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve bu ilişki düzeyi yüksek düzeydedir (r=,633**; p=,000). Sosyalleşme faktörü ile yere

bağlılık arasında ise anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır ve bu ilişki yüksek düzeydedir (r=,708; p=,000). Çevresel faktörlerle yere bağlılık arasındaki ilişki düzeyini özetlemek gerekirse, ilişki düzeyleri yüksekten düşüğe doğru sırasıyla "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite", "konfor ve kimlik" ve "erişim ve bağlantı" şeklindedir.

Çevresel özelliklere ait alt boyutların, yere bağlılık duygusu ile olan ilişkisi korelasyon analizi ile ortaya koyulmuştur. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve yere bağlılık arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Böylelikle çevresel faktörlerin yere bağlılık üzerindeki etkileri belirlenmiştir (Tablo 84).

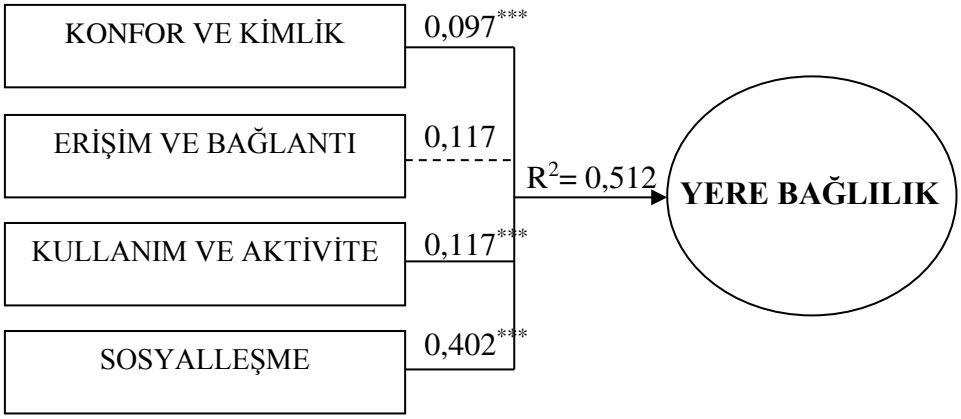
Çevresel alt faktörlerin yere bağlılık üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinde, değişkenleri adım adım seçme (stepwise) yöntemi kullanılmıştır. Çevresel 4 alt faktörden "erişim ve bağlantı" faktörü istatistiki olarak anlamlı bir sonuç göstermemiş ve modele eklenmemiştir. Değerler kademeli bir artış göstererek 3. ve son adımda R^2 değeri 0,512 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele uygundur ($F_{(3\text{-}358)}$ = 126,202; p=0,000) ve oto korelasyon yoktur.

Tablo 84. Çevresel faktörlerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	*β* (Beta)	t	p
3	(Sabit)	,673	,130		5,168	,000
	Sosyalleşme	,402	,048	,553	8,369	,000
	Kullanım ve Aktivite	,117	,052	,147	2,264	,000
	Konfor ve Kimlik	,097	,044	,089	2,232	,000
R=,718; R^2=,516; Düzeltilmiş R^2=,512; Model $F_{(3\text{-}358)}$ = 126,202; p<0,01						

Tablo 84'de görüldüğü gibi çevresel faktörlerden üçünün yere bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Yere bağlılığı en yüksek düzeyde açıklayan çevresel değişken, aynı zamanda 1. Faktör olan sosyalleşme (S) değişkenidir (β=,553 ; p<0,01). Sosyalleşme değişkenini sırasıyla "kullanım ve aktivite (KA)" (β=,147; p<0,01) ve "konfor ve kimlik (KK)" (β=,089 ; p<0,01) takip etmektedir. Buna göre denklem şu şekilde formüle edilmektedir (3.5). Sonuç olarak kullanıcı memnuniyetine ilişkin kavramsal model Şekil 42'de gösterilmiştir.

Yere Bağlılık = 0,673 + 0,402*S + 0,117*KA + 0,97*KK (3.5).



Şekil 42. Çevresel faktörler ve yere bağlılık kavramsal ilişki modeli

Şekil 42'de görüldüğü gibi, çevresel faktörlerden erişim ve bağlantı faktörünün yere bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Yere bağlılık duygusunu en yüksek derecede etkileyen faktörler çevrenin sosyal özelliklerine işaret etmektedir.

Tablo 83'de gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçlarına göre yere bağımlılık ile en yüksek düzeyde ilişkili çevresel faktör "sosyalleşme" (r=,738**; p=,000) faktörü iken, bunu sırasıyla "kullanım ve aktivite" (r=,635**; p=,000), "konfor ve kimlik" (r=,532**; p=,000) ve "erişim ve bağlantı" (r=,376**; p=,000) faktörü takip etmektedir.Yer kimliği ile çevresel faktörler arasındaki korelasyon sonuçları da aynı sıralamayı göstermektedir. Bunlar; "sosyalleşme" (r=,455**; p=,000), "kullanım ve aktivite" (r=,386**; p=,000), "konfor ve kimlik" (r=,306**; p=,000) ve "erişim ve bağlantı" (r=,220**; p=,000) şeklindedir. Görüldüğü gibi çevresel faktörler ile yere bağımlılık (işlevsel bağlılık) ve yer kimliği (duygusal bağlılık) arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Çevresel faktörlerin yere bağımlılık ve yer kimliği ile ilişkisi incelendiğinde, çevresel faktörlerin yere bağımlılık ile ilişkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yere bağımlılık ve yer kimliğini yordayan çevresel faktörleri belirlemek için regreston analizi gerçekleştirilmiştir Tablo 85).

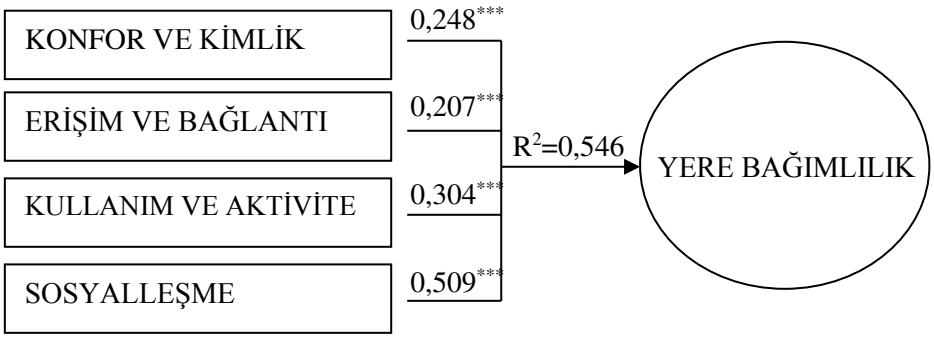
Tablo 85. Çevresel faktörlerin yere bağımlılık ve yer kimliğine etkisine ilişkin regresyon tablosu

Bağımsız Değişkenler		Yere Bağımlılık			Yer Mimliği		
Model		**B**	***β***	**t**	**B**	***β***	**t**
	(Sabit)	**2,623**		80,416***	**2,220**		58,716***
	Sosyalleşme	**,509**	,557	15,575***	**,322**	,403	8,493***
	Kullanım ve Aktivite	**,304**	,333	9,295***	**,116**	,145	3,067**
	Konfor ve Kimlik	**,248**	,271	7,578***	**,110**	,138	2,900**
	Erişim ve Bağlantı	**,207**	,226	6,328***	,106	,135	2,715
		R=,739 R^2=,546 Düzeltilmiş R^2=,541 Model F (4-358) = 106,637; p<0,001			**R=,449 R^2=,161 Düzeltilmiş R^2=,159 Model F (3-358) = 29,863; p<0,001**		

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

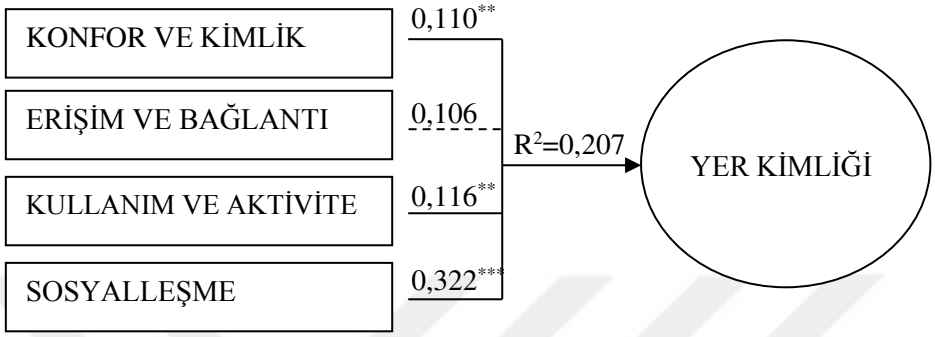
Tablo 85'de, çevresel faktörlerin tamamının yere bağımlılığı yordadığı görülmektedir. Değerler kademeli bir artış göstererek 4. ve son adımda R^2 değeri 0,541 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele uygundur ($F_{(4-358)}$ = 106,637; p=0,000) ve oto korelasyon yoktur. Bu durumda çevresel faktörlerin yere duyulan işlevsel bağ olan yere bağımlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur.

Bağlılığın duygusal boyutu olan yer kimliğini yordayan çevresel faktörlere baktığımızda ise "erişim ve bağlantı" faktörünün istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ve modele eklenemediği görülmektedir. Analiz 3. adımda tamamlanmış ve R^2 değeri 0,207 olarak hesaplanmıştır. Bu iki analizi özetlemek gerekirse, çevresel faktörlerden "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite", "konfor ve kimlik" ve "erişim ve bağlantı" faktörleri yere bağımlılığı açıklayan faktörler olarak belirlenmiştir (Şekil 43).



Şekil 43.Çevresel faktörler ve yere bağımlılık kavramsal ilişki modeli

Yer kimliğini açıklayan faktörler ise "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite" ve "konfor ve kimlik" olarak belirlenmiştir. Görüldüğü gibi çevresel faktörlerden tamamı yere bağlılığın işlevsel boyutu üzerinde etkili iken, yere bağlılığın duygusal boyutunda "erişim ve bağlantı" faktörü etkili değildir (Şekil 44).



Şekil 44.Çevresel faktörler ve yer kimliği kavramsal ilişki modeli

3.4.3. Kullanıcı Memnuniyetinin Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Tüm verilerin bir arada değerlendirildiği aşamanın son karşılaştırma verisi kullanıcı memnuniyeti bulguları ile yere bağlılık bulgularının karşılaştırılmasına yöneliktir. Kampüs açık mekan kullanıcılarının memnuniyetleri ile yere bağlılık düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, bu iki ortalama değerler arasında %65,0 düzeyinde pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur (r=,650**) Kullanıcı memnuniyeti arttıkça yere bağlılık düzeyi de artmaktadır. Bu sonuç araştırmanın "kullanıcıların mekan memnuniyeti arttıkça yere bağlılık duygusunun artması beklenir" varsayımını destekler niteliktedir. Memnuniyet, yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık arasındaki ilişki Tablo 86'da gösterilmiştir.

Tablo 86. Kullanıcı memnuniyeti ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi

	Memnuniyet	**Y.B.**	**Y.K.**	**G.Y.B.**
Memnuniyet	1			
Yere Bağımlılık (Y.B.)	,657**	1		
Yer Kimliği (Y.K.)	,398**	,514**	1	
Genel Yere Bağlılık (G.Y.B.)	,650**	,825**	,777**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=360

Faktörler arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan Pearson Korelasyon analizi sonucunda kullanıcı memnuniyeti ile yere bağlılık arasında (r=,650; p<0,01) pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Kullanıcıların memnuniyet duygusunun bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık (r=,657; p<0,01) ile daha yüksek düzeyde ilişkili olduğu görülmektedir.

Korelasyon analizi sonucu memnuniyet ile yere bağlılık arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti ortaya koyulduktan sonra, kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık düzeyine etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 87).

Tablo 87. Kullanıcı memnuniyetinin yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

	Bağımlı Değişkenler					
	Yere Bağımlılık (Y.B.)		**Yer Mimliği (Y.K.)**		**Yere Bağlılık**	
Model	***β***	**t**	***β***	**t**	***β***	**t**
(Sabit)	1,174	12,339***	1,449	14,293***	1,232	14,924***
Memnuniyet	,543	16,485***	,289	8,206***	,463	16,171***
	R=,657 R^2=,432 Düzeltilmiş R^2=,430 Model $F_{(1-358)}$ = 271,739 p<0,001		**R=,398 R^2=,159 Düzeltilmiş R^2=,156 Model $F_{(1-358)}$ = 67,336 p<0,001**		**R=,650 R^2=,423 Düzeltilmiş R^2=,421 Model $F_{(1-358)}$ = 261,506 p<0,001**	

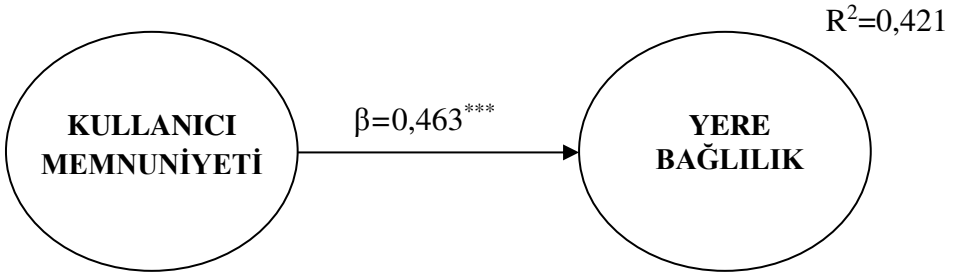
*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Tablo 87'ye göre, memnuniyet ile yere bağlılık arasındaki ilişki incelendiğinde memnuniyet değişkeninin katsayısı ,543, sabit değeri ise 1,174'dür. Tablo 90'a göre basit doğrusal regresyon denklemi (Y = a + BX) oluşturulduğunda; kullanıcı memnuniyeti (KM)) ve yere bağlılık (YB) arasındaki ilişki aşağıdaki eşitlik ile ifade edilir (3.6):

$$KM = 1,174 + 0,543 * YB \quad (3.6)$$

Tablo 87'ye göre kullanıcı memnuniyeti, kullanıcıların yere bağlılık duygularının %42,1 ini yordayabilmektedir. Bu durumda kullanıcı memnuniyeti değişkeninin yere bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Özetle yere bağlılığın %42,1'i, yere bağımlılığın %43,0'ı ve yer kimliğinin %15,6'sı kullanıcı memnuniyeti ile açıklandığı ifade edilebilir. Görüldüğü gibi memnuniyet bağlılığın işlevsel yönünü daha yüksek düzeyde açıklarken, bağlılığın

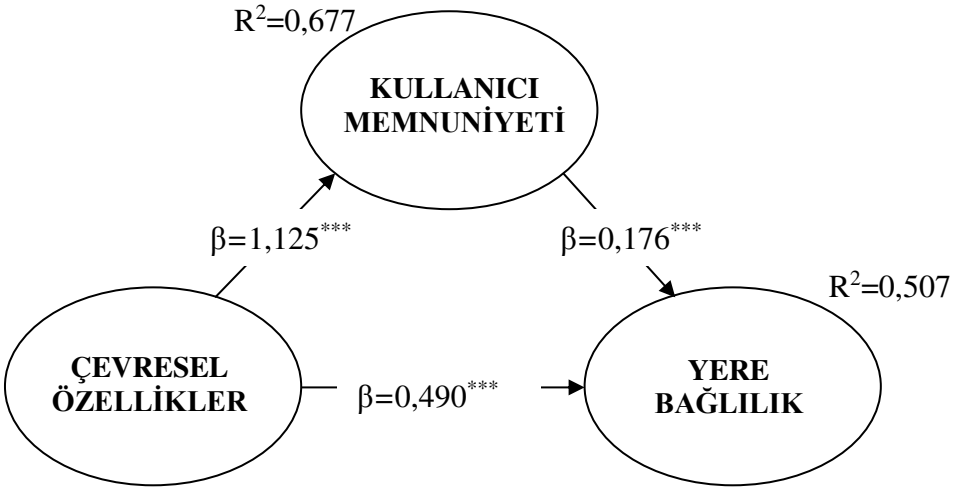
duygusal boyutunu açıklama oranı daha düşüktür. Genel çevresel özelliklerin, kullanıcıların genel yere bağlılık duygusu üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli Şekil 45'de gösterilmiştir.



Şekil 45.Kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisi

3.4.4. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Kullanıcı Memnuniyetinin ve Yere Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Tüm aşamalardan elde edilen veriler bir arada değerlendirilmiş ve çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ile olan ilişkisi, çevresel özelliklerin yere bağlılık ile olan ilişkisi ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık ile olan ilişkileri ayrı ayrı ortaya koyulmuştur. Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi ve çevresel özellikler ile kullanıcı memnuniyetinin bir arada yere bağlılık üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli Şekil 46'da gösterilmiştir.



Şekil 46. Çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli

Çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti üzerindeki etkisi, çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisi Şekil 46'da bir arada gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre çevresel özelliklerin başarısı ile kullanıcı memnuniyeti arasında doğru yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle kullanıcı memnuniyetine ilişkin toplam varyansın %67,7 'si çevresel özelliklerin başarısı ile açıklandığı ifade edilebilir. Aynı şekilde yere bağlılık duygusuna ilişkin toplam varyansın %50,7'sinin de çevresel özelliklerin başarısı ve kullanıcı memnuniyeti ile açıklandığı ifade edilebilir. Yere bağlılık duygusunu tüm değişkenlerin bir arada açıklama oranını belirlemek için, bütün değişkenler bir arada analize sokulmuştur. Öncelikle tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 88).

Tablo 88. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık duygusuna

	Sınıf	Cinsiyet	Tercih	Kullanım sıklığı	Kullanım süresi	Konfor Kimlik	Erişim Bağlantı	Kullanım Aktivite	Sosyalleşme	Memnuniyet	Yere Bağlılık	Yere Bağımlılık	Yer Kimliği
Sınıf	1												
Cinsiyet	,084	1											
Tercih	,014	,134	1										
Kullanım sıklığı	,042	-,015	,039	1									
Kullanım süresi	,105*	,028	,102	,184**	1								
Konfor ve Kimlik	,108	,032	,106*	,267**	,440**	1							
Erişim ve Bağlantı	-,088	-,101	-,014	-,054	,226**	,320**	1						
Kullanım ve Aktivite	,044	,045	,193**	,270**	,509**	,658**	,347**	1					
Sosyalleşme	,074	,103	,240**	,207**	,504**	,679**	,387**	,823**	1				
Memnuniyet	,040	,101	,205**	,188**	,406**	,598**	,382**	,721**	,814**	1			
Yere Bağlılık	,121*	,020	,123**	,065**	,355**	,459**	,352**	,633**	,708**	,650**	1		
Yere Bağımlılık	-,038	-,106*	,124*	-,047	,337**	,532**	,376**	,635**	,737**	,657**	,825**	1	
Yer Kimliği	,248**	,002	-,031	-,053	,206**	,306**	,222**	,386**	,455**	,398**	,777**	,514**	1

** **(p<0,01),** * **(p<0,05) N=360** (Pearson Korelasyon)

Araştırma bulgularının önceki bölümlerinde;

- çevresel özellikler – kullanıcı memnuniyeti
- çevresel özellik alt boyutları – kullanıcı memnuniyeti
- çevresel özellikler – yere bağlılık
- çevresel özellik alt boyutları – yere bağlılık
- kullanıcı memnuniyeti – yere bağlılık

arasındaki ilişkiler, basit ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile ortaya koyulmuştur. Tüm bu analizler sonucunda, araştırmanın ana kurgusu olan yere bağlılık duygusunu demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti değişkenlerinin bir arada ne düzeyde açıkladığını belirlemek amacıyla öncelikle korelasyon analizi ve sonrasında çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Tüm değişkenlerin yere bağlılık ile olan ilişkisini belirlemek için gerçekleştirilen korelasyon analizi Tablo 88'de sunulmuştur. Korelasyon analizi sonuçlarına göre sadece cinsiyet değişkeni ile yere bağlılık arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Diğer tüm değişkenler; sınıf ($r=,121^{*}$; $p<0,05$), tercih ($r=,123^{**}$; $p<0,01$), kullanım sıklığı ($r=,065^{**}$; $p<0,01$), kullanım süresi ($r=,355^{**}$; $p<0,01$), konfor ve kimlik ($r=,459^{**}$; $p<0,01$), erişim ve bağlantı ($r=,352^{**}$; $p<0,01$), kullanım ve aktivite ($r=,633^{**}$; $p<0,01$), sosyalleşme ($r=,708^{**}$; $p<0,01$) ve kullanıcı memnuniyeti ($r=,650^{**}$; $p<0,01$) ile yere bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Çevresel faktörleri oluşturan ifadelerin, kullanıcı memnuniyeti, yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliği ile olan ilişkileri de Ek 8'de sunulmuştur.

Tüm bu değişkenlerin bağımsız değişken olduğu ve yere bağlılık duygusunun bağımlı değişken olduğu çoklu regresyon analizi uygulanarak, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri ortaya koyulmuştur (Tablo 89). Bu analizde, tüm bağımsız değişkenlerden hangilerinin yere bağlılık duygusunu en iyi açıkladığını belirlemek amacıyla "stepwise" yöntemi kullanılmıştır. Analize 360 gözlem dahil olmuş ve analiz 5 adımda sonuçlanmıştır. Analize 10 bağımsız değişken dahil olmuş ve bunlardan 5 tanesi modele eklenmiştir. Analiz sonucunda değerler kademeli bir artış göstererek 5. ve son adımda R^2 değeri 0,560 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele uygundur ($F_{(6\text{-}352)} = 91,798$; $p=0,000$) ve oto korelasyon yoktur. Bu durumda bağımsız değişkenlerden sosyalleşme, kullanım ve aktivite, kullanıcının sınıf değişkeni, kullanıcı memnuniyeti ve mekan kullanım sıklığı yere bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur (Tablo 89). Cinsiyet, tercih,

kullanım süresi, konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı değişkenlerinin yere bağlılık duygusu üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir.

Tablo 89. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık duygusuna ilişkin yapılan regresyon analizi

Model		B	Std. Hata	*β* (Beta)	t	p
5	(Sabit)	1,625	,157		10,383	,000
	Sosyalleşme(S)	,403	,045	,554	9,019	,000
	Kullanım ve Aktivite(KA)	,123	,024	,180	5,096	,000
	Sınıf	,113	,043	,176	3,047	,002
	K.Memnuniyeti(KM)	,107	,042	,098	2,544	,011
	Kullanım Sıklığı (KS)	,064	,026	,090	2,501	,013
R=,752; R^2=,566; Düzeltilmiş R^2=,560; Model $F_{(5-352)}$ = 91,798; p<0,01						

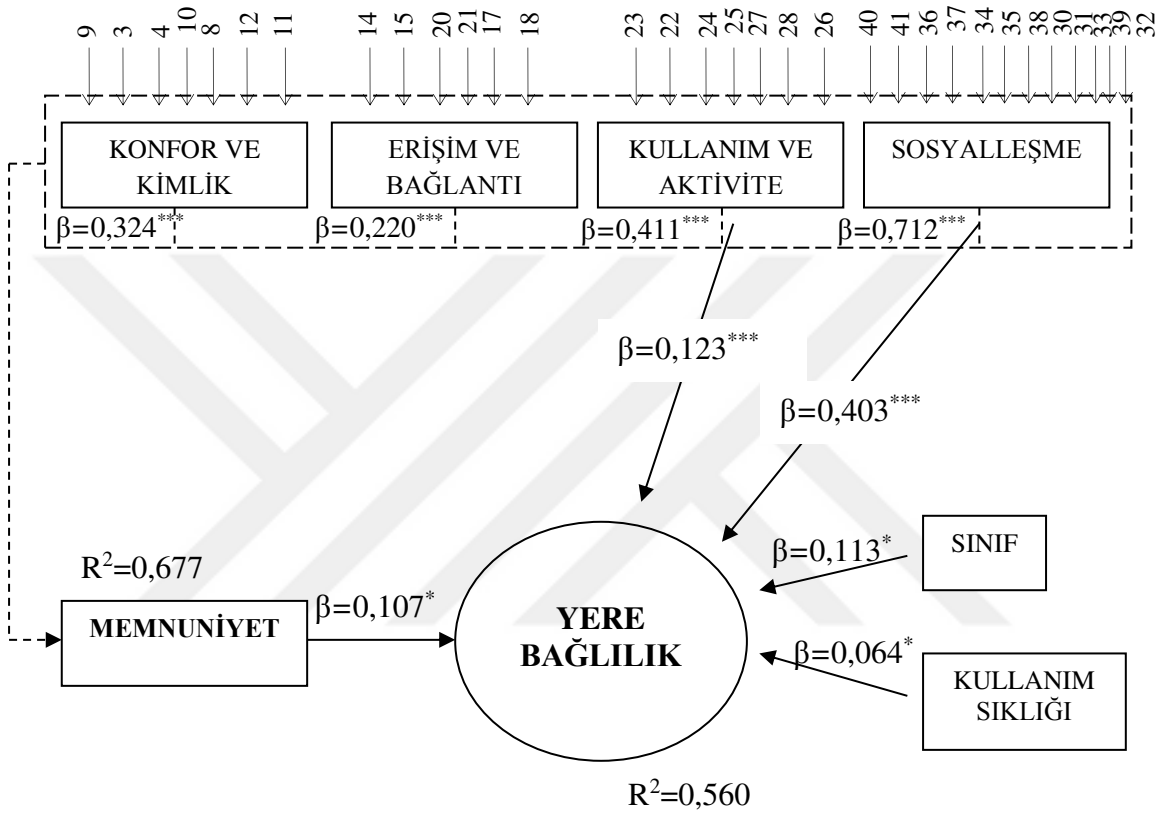
Tüm değişkenlerin yere bağlılık üzerindeki etkisini incelediğimizde, etki büyüklüğüne göre sırasıyla sosyalleşme (β=,403; p<0,01), kullanım ve aktivite (β=,123; p<0,01), sınıf (β=,113; p<0,01), memnuniyet (β=,107; p<0,05) ve son olarak kullanım sıklığı (β=,064; p<0,05) değişkeninin anlamlı bir etkiye sahip olduğunu söyleyebiliriz. Analiz sonuçlarına göre yere bağlılık üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki göstermediği için cinsiyet, tercih, mekanda geçirilen süre, erişim ve bağlantı değişkenleri modele eklenmemiştir.

Analiz sonuçlarına göre kampüs açık mekanlarının sosyalleşme özellikleri ile kullanım ve aktivite özelliklerinin başarısı arttıkça yere bağlılık artmaktadır. Konfor ve kimlik ile erişim ve bağlantı faktörü yere bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Bunun nedeni kampüs açık mekanlarının sunduğu konfor koşullarının benzer olması ve ulaşılabilirlik açısından birbirlerine yakın olmasından kaynaklanabilir. Aynı şekilde çalışma alanlarımızdaki sonuçlar, kullanıcı memnuniyeti arttıkça yere bağlılığın da arttığını göstermektedir.

Demografik özelliklerden yalnızca sınıf değişkeni yere bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahipken, cinsiyet değişkeni anlamlı bir etkiye sahip değildir. Diğer bir ifadeyle kullanıcıların kampüs açık mekanlarında geçirdikleri süre (sınıf- yıl) arttıkça yere bağlılık duygusu artmaktadır. Mekan kullanım özelliklerinden ise sadece kullanım sıklığı arttıkça yere bağlılığın arttığını söyleyebiliriz. Kampüs açık mekanlarında geçirilen süre, yere bağlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Buna göre denklem şu şekilde formüle edilmektedir (3.7).

Yere Bağlılık = 1,625 + 0,403*S + 0,123*KA + 0,113*Sınıf + 0,107*KM + 0,64*KS (3.7).

Sonuç olarak birleştirilmiş genel yere bağlılık kavramsal ilişki modeli Şekil 58'de sunulmuştur.



Şekil 47. Demografik özellikler, mekan kullanım faktörleri, çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli

Şekil 47'de Çevresel faktörlere ait ifadelerin faktör yüklerine göre sıralaması, çevresel faktörler, kullanıcı memnuniyeti, mekan kullanım faktörleri, demografik özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin yere bağlılık ile olan ilişkisi gösterilmiştir. Modelde görüldüğü gibi, çevresel faktörlerin 4'ü de kullanıcı memnuniyeti üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahiptir ve kullanıcı memnuniyetinin %67,7'sini açıklamaktadır.R^2=0,677). Kullanıcı memnuniyeti üzerinde en yüksek etki derecesine sahip çevresel faktör sosyalleşme faktörü, en düşük etki derecesine sahip çevresel faktör ise erişim ve bağlantı faktörüdür. Kullanıcı memnuniyeti ile demografik özellikler arasındaki korelasyon analizinde ve regresyon analizinde anlamlı bir etki görülmemiştir.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre kullanıcı memnuniyeti ile mekan kullanım faktörlerinden tercih, kullanım sıklığı ve kullanım süresi istatistiki olarak bir etkileşimde görülse de, şekil 47'de gösterildiği gibi, regresyon analizinde anlamlı bir etki göstermemiştir.

Kavramsal ilişki modelinde, yere bağlılık duygusunu açıklayan demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel faktörler ve memnuniyet değişkenlerinin etkisi gösterilmiştir. Yere bağlılık üzerinde anlamlı etkiye sahip tüm değişkenleri etki büyüklüğüne göre sıraladığımızda, sosyalleşme, kullanım ve aktivite, sınıf, memnuniyet ve mekan kullanım sıklığı değişkenlerinin yer aldığı görülmektedir. Yere bağlılık duygusu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olan sosyaleşme faktöründen; karşılaşma olanağı (ifade 36), güven duygusu (ifade 34), mekandaki insanlarla etkileşim (ifade 41) ifadeleri yere bağlılık ile en yüksek ilişki gösteren ifadelerdir. Kullanım ve aktivite faktöründen ise; etkinlik çeşitliliği (ifade 22), canlılık (ifade 23) ve olanaklılık (ifade 28) ifadeleri yere bağlılık ile en yüksek ilişki gösteren ifadelerdir (Ek 8).

Tüm bu analizler sonucunda, araştırmanın ana kurgusu olan yere bağlılık duygusunu demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti değişkenlerinin bir arada ne düzeyde açıkladığını ortaya koyulmuştur. Yere bağlılık duygusunun alt boyutları olan yere bağımlılık ve yer kimliği değişkenlerini demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti değişkenlerinin bir arada ne düzeyde açıkladığını ortaya koymak için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 90).

Tablo 90. Demografik özellikler, çevresel faktörler, memnuniyet ve yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan regresyon analizi

	Bağımlı Değişkenler				
	Yere Bağımlılık (Y.B.)			**Yer Mimliği**	
Model	***β***	**t**		***β***	**t**
(Sabit)	,137	,786***	(Sabit)	,697	5,200***
Sosyalleşme(S)	,515	10,124***	Sosyalleşme(S)	,351	10,607***
Kullanım ve	,097	3,326***	Sınıf	,197	6,327***
Konfor ve Kimlik(KK)	,125	2,616**			
Memnuniyet(KM)	,117	2,366*			
R=,761 **R^2=,580** **Düzeltilmiş R^2=,575** **Model $F_{(4-358)}$ = 122,117 p<0,001**			**R=,536** **R^2=,287** **Düzeltilmiş R^2=,283** **Model $F_{(2-357)}$ = 71,509 p<0,001**		

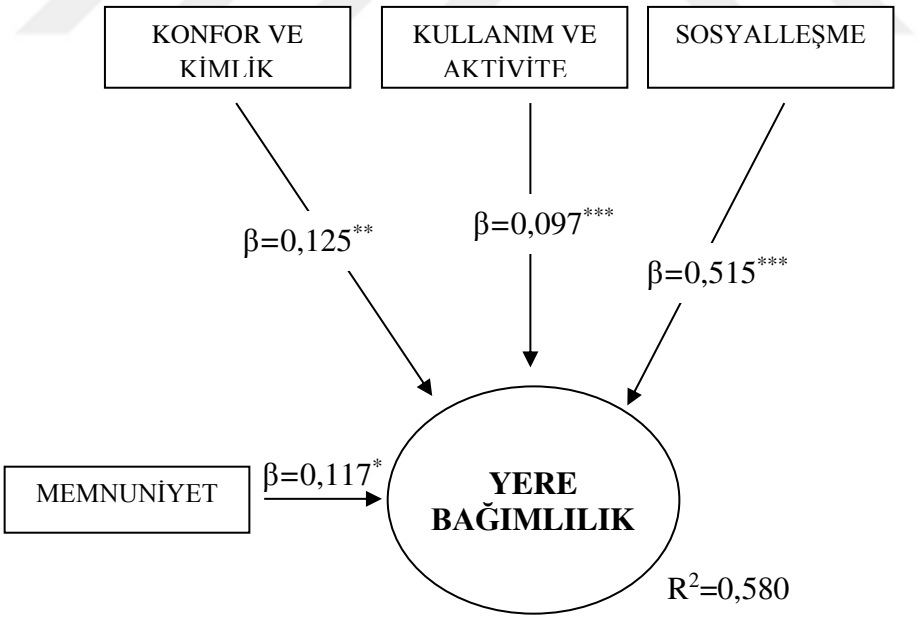
*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Tablo 90'da görüldüğü gibi, bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık duygusu üzerinde etkili olan değişkenler sırasıyla sosyalleşme, kullanım ve aktivite, konfor ve kimlik ve memnuniyet değişkenleridir. Modele eklenemeyen sınıf, cinsiyet, tercih, kullanım sıklığı, kullanım süresi ve erişim ve bağlantı değişkenleri yere bağımlılık faktörü üzerinde anlamlı bir etki göstermemiştir (Şekil 48).

Yere bağımlılık duygusu üzerinde etkili olan sosyalleşme faktörüne ait; mekandaki insanlarla etkileşim (ifade 41), davetkar (38), etkinliklere katılma (ifade 38) ifadeleri, Kullanım ve aktivite faktörüne ait; etkinlik çeşitliliği (ifade 22), canlılık (ifade 23) ve olanaklılık (ifade 28) ifadeleri, konfor ve kimlik faktörüne ait konfor (ifade 3), etkinlik mekanlarının yeterliliği (ifade 11) ve özgün karakter (ifade 12) ifadeleri yere bağmlılık ile en yüksek ilişki gösteren ifadelerdir (Ek 8).

Tüm değişkenlerin yere bağımlılık üzerindeki etkisine ilişkin denklem şu şekilde formüle edilmektedir (3.8).

Yere Bağımlılık = 0,137 + 0,515*S + 0,097*KA + 0,125*KK + 0,117*KM (3.8).

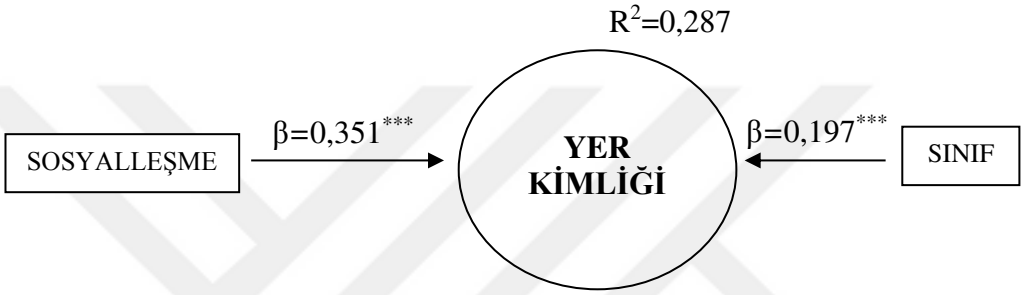


Şekil 48. Tüm değişkenlerin bir arada yere bağımlılık üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli

Yere bağlılığın duygusal boyutu olan yer kimliği duygusu üzerinde etkili olan değişkenler ise sırasıyla sosyalleşme ve sınıf değişkenleridir. Sosyalleşme faktörüne ait;

karşılaşma olanağı (ifade 36), davetkar (ifade 38) ve mekandaki insanlarla etkileşim (ifade 41) yer kimliği ile en yüksek ilişkili ifadelerdir (Ek 8). Modele eklenemeyen cinsiyet, tercih, kullanım sıklığı, kullanım süresi, konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite ve kullanıcı memnuniyeti değişkenleri, yere bağlılığın duygusal boyutu üzerinde anlamlı bir etki göstermemiştir (Şekil 49). Denklem şu şekilde formüle edilmektedir (3.9).

Yer Kimliği = 0,697 + 0,351*S + 197*Sınıf (3.9).



Şekil 49. Tüm değişkenlerin bir arada yer kimliği üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli

Yere bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık ile duygusal boyutu olan yer kimliği arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır (r=,514**; p<0,01). Korelasyon analizi sonucu yere bağımlılık ile yer kimliği arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti ortaya koyulduktan sonra, yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 91).

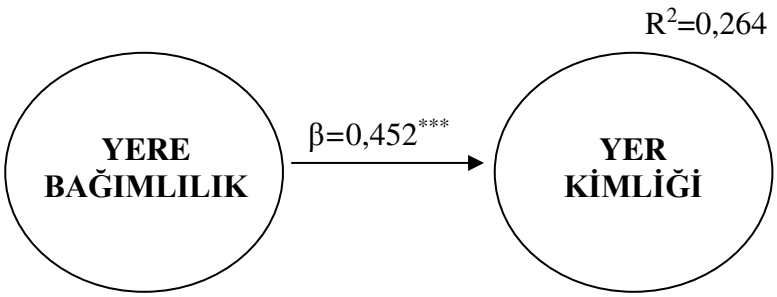
Tablo 91. Yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	*β* (Beta)	t	p
1	(Sabit)	1,035	,111		9,349***	,000
	Sosyalleşme(S)	,452	,040	,514	11,314***	,000
R=,514; R^2=,264; Düzeltilmiş R^2=,262; Model $F_{(1-357)}$ = 127,999; p<0,01						

*p<,05, **p<,01, ***p<,001

Tablo 91'e göre yere bağımlılık, kullanıcıların yer kimliği duygularının %26,4 ünü açıklayabilmektedir. Bu durumda yere bağımlılık duygusunun yer kimliği üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya koyulmuştur. Bu sonuç

araştırma varsayımından "yere bağlılığın işlevsel boyutunun(yere bağımlılık) değeri arttıkça, bağlılığın duygusal boyutu (yer kimliği) artar" varsayımını doğrulamaktadır.

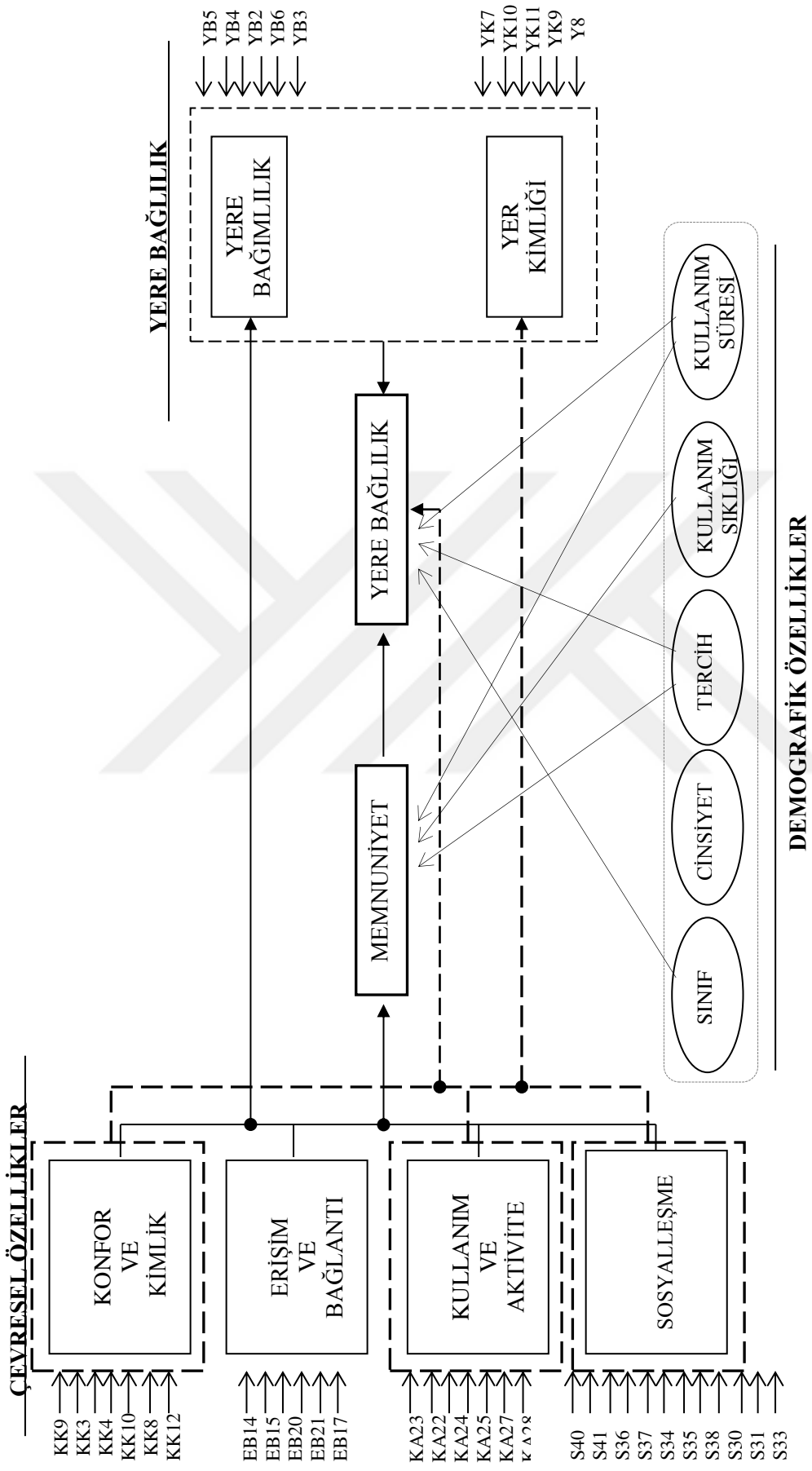


Şekil 50. Yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisi

Sonuç olarak araştırma kapsamında kampüs açık mekanlarının tercih düzeyleri, çevresel (fiziksel ve sosyal) özellikleri, kullanıcı memnuniyet düzeyleri, yere bağlılık düzeyleri ve tüm bunların bir arada değerlendirilmesine ilişkin bulgular ortaya koyulmuştur. Bütün bu bulgular araştırmanın;

- Fiziksel ve sosyal özellikler kampüs açık mekanın sağlaması gereken özellikler olup bu değerle mekanın tercih edilme düzeyi doğru orantılıdır.
- Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyetinin artması beklenir.
- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı başarılı kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin algısı arttıkça yere bağlılık değerinin artması beklenir.
- Kullanıcıların mekan memnuniyeti arttıkça yere bağlılık duygusunun artması beklenir.
- Kullanıcıların mekan kullanım süresi arttıkça yerle kurdukları bağlılık duygusunun artması beklenir.
- Kullanıcıların yerle olan işlevsel bağlılıkları (yere bağımlılık) arttıkça, yerle olan duygusal bağlılıklarının (yer kimliği) artması beklenir varsayımlarını desteklemektedir.

Bütün bu bulguları özetleyen kavramsal ilişki modeli Şekil 51'de gösterilmiştir.



Şekil 51. Yere bağlılık kavramsal ilişki modeli

.

4. TARTIŞMA

Boşluğun sınırlandırılması olan mekan, insan yaşamı ve etkinlikleri ile zamana bağlı olarak anlam kazanması ile yere dönüşmektedir. Bir diğer ifadeyle mekana anlam ve değer yüklenmesi ile mekan yere dönüşür. Yani yer sadece fiziksel değil aynı zamanda psikolojik ve etkileşimli bir kavrama karşılık gelmektedir. Bu nedenle mekanın yere dönüşüm sürecinin anlaşılabilmesi için öncelikle insanların fiziksel ve sosyal çevreleri arasındaki sürekli etkileşim sürecinin anlaşılması gerekmektedir. İnsanın bulunduğu fiziksel ve sosyal çevre ile arasında oluşturduğu etkileşimin en önemli motiflerinden biri de yere bağlılıktır. Yere bağlılık ise en genel ifadeyle insanların ilişki içinde oldukları fiziksel ve sosyal çevrelerine yönelik duygusal bağlarını ifade etmektedir. Bu durumda bu tez çalışması kapsamında şu sorular gündeme gelmiştir;

- İnsanlar neden bir yere bağ hissederler?
- Neden bir yerden ayrılmak isterler?

Bu sorular çevresel psikoloji literatüründe en popüler kavramlardan biri olan "yere bağlılık"ı işaret etmektedir. Özetle yere bağlılık duygusu, insanların amaçlarını, beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayan, kalıcı rahat ve güvenli olmasını sağlayan belirli fiziksel ve sosyal çevrelerle kurdukları etkili bağ olarak tanımlanabilir (Hidalgo, 2001; Stedman, 2002; Scannel ve Gifford, 2010; Brown, Altman & Verner, 2012). İnsanların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri, hatırlayacağı ve özleyeceği yerler; sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan mekanlardır (Williams et al.,1992). Yere bağlılık literatüründe yapılan araştırmalar da, insan - mekan ilişkisi kapsamında, yerin kullanıcı ihtiyaçlarını karşılaması, kişisel hedeflerini yerine getirmesine olanak tanıması sonucu, memnuniyet duygusunun oluştuğunu ve o yere özel bir bağlılık geliştirmesinin mümkün olduğunu söylemiştir (Yüksel et al., 2010; Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998, Williams et al.,1992; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b). İnsan ve mekan arasındaki etkileşimli bu süreç bir yere anlam yüklenmesi ve yere bağlılığın oluşması ile sonuçlanmaktadır (Case, 1996; Greider ve Garkowich, 1994; Stokowski, 2002).

Bu kabuller doğrultusunda araştırma kapsamında, kullanıcı ihtiyaçları göz önüne alınarak, yerin kullanıcılara sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği ve bu özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılığa olan etkileri araştırılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın temel varsayımları şöyle ortaya koyulmuştur:

- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısı arttıkça kullanıcıların memnuniyet duygusu artar .
- Açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısı arttıkça kullanıcıların yere bağlılık duygusu artar.
- Kullanıcı memnuniyeti arttıkça yere bağlılık duygusu artar.

Sürekli değişen dünyada, mobilitenin artmasıyla beraber ihtiyaçların da farklılaşması, mekanla insanın kurduğu bağın sorgulanmasını daha da önemli hale getirmiştir. Aynı şekilde kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler sonucunda bazı mekanlar kullanıcılar tarafından yoğun olarak kullanılan, canlı konumlara dönüşürken, bazı mekanlar ise kullanıcı ile bütünleşemeyen ve kullanılmayan boş alanlara dönüşmektedir. Bu sorun üzerine kurgulanan bu çalışma kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin neler olması gerektiği, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusuna odaklı bir yaklaşımla sonuçlanmıştır.

4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Çalışmada Ele Alınacak Kampüs Açık Mekanlarının Tercih Düzeylerinin Belirlenmesi

Araştırmanın birinci aşamasında, KTÜ Kanuni kampüsü açık mekanlarında tercih edilen ve tercih edilmeyen açık mekanlar belirlenmiş ve tercih düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Bu aşamanın sonunda çalışma kapsamında kullanılacak toplam 3 mekan kullanıcıların tercihleri doğrultusunda seçilmiştir. Kampüs açık mekanlarının tercih düzeyleri en yüksekten en düşüğe doğru;

· Şenlik Alanı (Yüksek)

· Merkez Koru Alanı (Orta)

· Aşıklar Parkı (Düşük) şeklindedir.

Birinci aşamada belirlenen bu tercih düzeylerinin kampüs açık mekanlarında gerçekleşen etkinlikler, fiziksel ve sosyal özellikler, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık ile olan ilişkisi araştırmanın diğer aşamalarından elde edilen bulgularla karşılaştırılarak açıklanacaktır.

4.2. İkinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Kullanıcıların İhtiyaçları Doğrultusunda Etkinliklerini Gerçekleştirdikleri Kampüs Açık Mekanlarının Fiziksel ve Sosyal Özelliklerinin Değerlendirilmesi ve Kullanıcı Memnuniyet ve Memnuniyetsizliklerinin Sınanması

Bu çalışmanın ana hedefi, bir yerin çevresel özelliklerinin kullanıcıların memnuniyet ve yere bağlılıkları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu nedenle, kullanıcıların geçmiş deneyimlerinin, hatıralarının, anılarının olmadığı, kampüs açık mekanları çalışma alanı olarak seçilmiştir. Bu sayede kullanıcıların geçmiş deneyimlerinin olmadığı, ilk defa karşılaştıkları kampüs açık mekanlarına karşı değerlendirmeleri sonucu oluşan memnuniyet ve bağlılık duygusu, çevresel özellikler kapsamında ele alınmıştır. Literatürde yapılı çevre etkilerinin bağlılık oluşturmada önemi üzerine çalışmaların olmasına rağmen, başarılı açık mekanlar ile bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik araştırmaların eksikliği vardır.

Lefebvre (1991), mekanın insan hayatındaki önemini ve insan-mekan etkileşimini "hayatı değiştirmek için önce mekanı değiştirmemiz gerekir" cümlesiyle açıklamıştır. Bu çalışma kapsamında insan-mekan etkileşimi bilişsel – davranışsal ve duygusal boyutları ile ele alınmıştır. Canter (1997), Stokols ve Schumaker (1981), Montgomery (1989), Jorgensen ve Stedman (2001) ve Hashemnezhad vd. (2013)'e göre bilişsel boyut (form) mekan ve konumun geometrisini, davranışsal boyut (işlev), ihtiyaçları karşılamak için mekan olanaklarının algısı ve son olarak duygusal boyut (anlam), mekan memnuniyeti ve bağlılık duygusunu içermektedir. Bu kapsamda tartışmanın bu bölümünde kampüs açık mekanlarının çevresel özellikleri ile kullanıcı memnuniyet ve memnuniyetsizliklerine ilişkin bulgular tartışılacaktır.

- Öncelikle konumlara göre gerçekleşen etkinlikler karşılaştırıldığında, Şenlik alanında ağırlıklı olarak aktif etkinlikler gerçekleşirken, Koru alanı ve Aşıklar parkında ise ağırlıklı olarak pasif etkinliklerin gerçekleştiği görülmüştür. Kampüs açık mekanlarında gerçekleşen etkinliklerin frekans değerlerini incelediğimizde en yüksek frekans değerine sahip olan konum Şenlik alanı iken, bunu sırasıyla Koru alanı ve Aşıklar parkı takip etmektedir. Görüldüğü gibi kampüs açık

mekanlarında gerçekleşen etkinlik çeşitliliği ve frekansları farklılık göstermektedir. Whyte (1980) bu konuda, farklı mekansal özellikler ile başarı arasındaki ilişkiyi sorgulamıştır ve etkinlik çeşitliliği ile etkinliklerin gerçekleşme sıklığının o mekanın başarısı ile ilişkili olduğunu vurgulamıştır.

- Gehl (1987), açık mekanlardaki etkinlik alanlarının fiziksel ve sosyal özelliklerinin yetersiz olduğunda, ağırlıklı olarak zorunlu etkinliklerin gerçekleştiğini, fiziksel ve sosyal özelliklerin iyi olduğunda ise ağırlıklı olarak seçmeli etkinliklerin gerçekleştiğini belirtmiştir. Whyte (1980), seçmeli etkinliklerin sayısı ve gerçekleşme sıklığı arttıkça, mekanların başarı düzeylerinin arttığını belirtmiştir. Bu nedenle Şenlik alanında, diğer konumlara kıyasla çok sayıda ve çeşitli etkinliklerin oluşmasının, sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısından kaynaklandığına ilişkin bulgularımız Gehl (1987), Whyte (1980)'ın sonuçları ile desteklenmektedir.

Kampüs açık mekan kullanıcılarının, kampüs açık mekanlarının sunduğu çevresel özellikleri değerlendirmelerine ait bulguları incelediğimizde bu sıralama en yüksekten en düşüğe doğru;

- Şenlik Alanı (Yüksek)
- Koru Alanı (Orta)
- Aşıklar Parkı (Düşük) şeklindedir.

Çevresel özelliklere ait faktörlerin aldıkları değerler açısından incelediğimizde de bu sıralamanın Sosyalleşme, Kullanım ve Aktivite, Erişim ve Bağlantı açısından aynı olduğu belirlenmiştir. Çevresel özelliklere ait oluşan bu dört faktörlü yapı Project for Public Spaces (PPS,2000) in, başarılı açık mekanların sunması gereken özellikler ile örtüşmektedir. Ortaya çıkan bu çevresel faktörlerden yalnızca Konfor ve Kimlik faktörü, Şenlik alanında yüksek değer alırken, Koru alanı ve Aşıklar parkında orta değer almıştır. Fakat çevresel faktör değerlerinden Konfor ve Kimlik ile Erişim ve Bağlantı gibi fiziksel özelliklerin hemen hemen aynı oranlarda farklılaştığı, Kullanım ve aktivite ile sosyalleşme gibi sosyal özelliklerin konumlar arasında daha fazla farklılaştığı görülmektedir. Şenlik alanında sosyal özelliklerin aldığı ortalama değerler yüksek, fiziksel özelliklerin aldığı ortalama değer daha düşük iken, Koru alanı ve Aşıklar parkında fiziksel özelliklerin yüksek, sosyal özelliklerin düşük değerler aldığı belirlenmiştir.

- Whyte (1980), kullanıcı ihtiyaçları kapsamında oluşturulan mekanın özellikleri aynı zamanda o mekanın başarısının da bir göstergesi olduğunu belirtmiştir. Son zamanlarda açık mekanlara yönelik yapılan çalışmalar, yalnızca mekanı değil yaşamı da içine alacak şekilde genişletilmiştir. Yani açık mekanlar sadece fiziksel özellikleriyle değil, aynı zamanda yaşamı oluşturan sosyal özellikleri ile de değerlendirilmelidir. Bu boyutuyla çalışma kapsamında oluşan dört faktörlü çevresel özellikler yapısı fiziksel ve sosyal boyutları bir arada barındırması açısından güçlü bir yapıya sahiptir. Araştırmanın bulgular kısmında çevresel özellikler değerlendirme ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik analizleri istatistiki açıdan ortaya koyulmuştur.
- En çok tercih edilen konum olan Şenlik alanı, çevresel özelliklerin en yüksek değere sahip olduğu konumdur. Elabd (2013) daha fazla kullanım çeşitliliği ve sosyalleşmeye olanak sağlayan mekanların daha yüksek tercih düzeyine sahip olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Whyte (1980), yüksek tercih düzeyine sahip mekanların göstergesinin sosyal etkinlikler olduğunu belirtmiştir. Mehta (2007), sosyal olanakların varlığının insanlar için önemine işaret etmiştir. PPS (2008)'de sosyal olanakların yokluğu, mekanların başarısızlığının göstergesi olduğu ve tercih üzerinde olumsuz etki yarattığını belirtmiştir. Yüksek tercih düzeyine sahip konum olan şenlik alanının, aynı zamanda sosyal özellikler açısından diğer konumlara göre daha yüksek değer alması bu görüşleri destekler niteliktedir.
- Şenlik alanında sırasıyla en yüksek değere sahip iki faktör olan sosyalleşme ile kullanım ve aktivite faktörlerinin olması, aynı zamanda en çok tercih edilen konum olması bu görüşü desteklemektedir. Şenlik alanında en yüksek değer gösteren sosyalleşme faktörüne ait, davetkar, etkileşimli ve güven duygusu ifadelerinin Koru alanı ve Aşıklar parkına oranla oldukça yüksek değer aldığı belirlenmiştir. Aynı şekilde kullanım ve aktivite faktörüne ait etkinlik çeşitliliği, canlılık ve mekanın popülaritesi ifadeleri koru alanı ve aşıklar parkına oranla oldukça yüksek değer almıştır.

Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin kullanıcı ihtiyaçları ile örtüşmesi veya örtüşmemesi sonucu kullanıcı memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulmasına yönelik bulguları incelediğimizde, kullanıcıların memnuniyet düzeyleri konumlara göre;

· Şenlik Alanı (Yüksek)

· Koru Alanı (Orta)

· Aşıklar Parkı (Düşük) şeklindedir.

· Etkinliklerin gerçekleşme frekansı ve çeşitliliği yüksek olan kampüs açık mekanları
· Kullanıcıların çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklere verdikleri değerlerin yüksek olduğu kampüs açık mekanları
· Yüksek tercih düzeyine sahip kampüs açık mekanları

Örtüşmeler ⟷

· Kullanıcı memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu kampüs açık mekanları

Bu örtüşmelere ait bulguların birbirleriyle olan ilişkisi son aşamada tartışılacaktır.

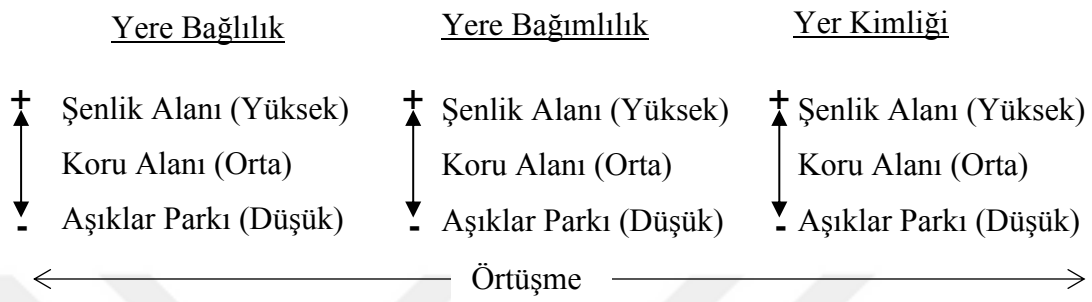
4.3. Üçüncü Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Kampüs Açık Mekanlarındaki Yere Bağlılık Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması

Tartışma bölümünün üçüncü aşaması, mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler kapsamında, kullanıcıların etkinliklerini gerçekleştirdikleri kampüs açık mekanlarına karşı oluşturdukları yere bağlılık duygusunun değerlendirilmesine yöneliktir.

Araştırma kapsamında, Schreyer, Jacob ve White (1981)'in ölçeğinden etkilenen, Proshansky (1978) ve Stokols ve Shumaker (1981)'in kavramlarını birleştiren Williams ve Roggenbuck (1989)'un yere bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Kampüs açık mekan kullanıcılarına uygulanan bu ölçek, yere bağlılığın iki alt boyutu ile sonuçlanmıştır. Bunlar, yere bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık (place dependence) ve duygusal boyutu olan yer kimliği (place identity) boyutlarıdır. Bu iki boyuttan oluşan yere bağlılık ölçeğinin güvenirlik değeri (α) 0.91 olarak ortaya koyulmuştur. Literatürde bu ölçeği kullanan çalışmalardaki güvenirlik (α) aralığı 0.81 ile 0.94 arasındadır. De Villis (2003)'e göre bu güven aralığı yüksek bir değerdir. Ortaya koyulan yere bağlılığın bu iki boyutlu yapısı, Stokols ve Shumaker (1981), Williams vd. (1992), Vaske ve Kobrin (2001), Williams ve Vaske (2003), Kyle vd. (2004), Brown ve Raymond (2007) ve Hernandez vd. (2007)'nin ortaya koymuş olduğu sonuçları destekler niteliktedir. Yere bağlılığın iki boyutlu yapısını ortaya koyan çalışmaların dışında, Bricker ve Kerstetter (2000), Kyle ve Mowen (2005), Hammit vd. (2006), Ramkisson vd. (2013a; 2013b) gibi çalışmalar, yere bağlılığın çok

boyutlu yapıdan oluştuğunu belirtmiştir. Bu farklılığın, yere bağlılık çalışmalarındaki ölçek farklılıklarından (park, konut, mahalle, kent, bölge) kaynaklandığı söylenebilir.

Kullanıcıların, kampüs açık mekanlarına karşı oluşturdukları yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliği duygusuna ait bulguları incelediğimizde bu sıralama hepsinde en yüksekten en düşüğe doğru Şenlik Alanı, Koru Alanı ve Aşıklar parkı şeklindedir.



Yere bağlılığın işlevsel yönü olan yere bağımlılık duygusunun negatif yönde olması, bireyin değer verdiği sonuca ulaşamaması anlamına gelmektedir (Jorgensen ve Stedman, 2002). Stokols ve Schumaker (1981) ve Pretty vd. (2003) yere bağımlılığın iki boyutundan bahsetmektedir. Bunlar; amaca hizmet eden davranışlara olanak sağlayan özellikleri içermesi ve bu özelliklerin diğer alternatif yerlerle karşılaştırılmasıdır (Chen vd. 2012).

Yer kimliği ise, kullanıcıların katılım, deneyim, tercih ve davranış yollarıyla duygusal bağın oluşumudur (Pretty vd.2003). Bu nedenle, kullanıcıların aşıklar parkına karşı işlevsel bağlılıklarının düşük olmasını, içerdiği fiziksel ve sosyal olanakların başarısız olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı şekilde fiziksel ve sosyal özellikleri başarısız olan kampüs açık mekanlarında, kullanıcıların işlevsel bağlılığının sağlanamadığı ve bu nedenle kullanıcıların duygusal bağının da oluşamadığı ortaya koyulmuştur.

Kampüs açık mekan çevresel özellikleri (fiziksel ve sosyal), kullanıcı memnuniyet düzeyleri ve yere bağlılık (yere bağımlılık ve yer kimliği) düzeyleri sınıflandırılmıştır. Tartışma bölümünün son aşamasında, tüm bu veriler birlikte tartışılacaktır.

4.4. Dördüncü Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında, literatürde belirttiğimiz gibi başarılı açık mekanlar, fiziksel ve sosyal özelliklerin birleştiği ve memnuniyet duygusu yaratan yerlerdir. Bu kapsamda, araştırmanın bu bölümüne kadar olan kısmında, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler,

kullanıcı memnuniyet duygusu ve yere bağlılık duygusuna ilişkin bulgular yorumlanmıştır. Tartışmanın bu bölümünde, tüm aşamalardan elde edilen verilerin birbiriyle olan ilişkileri ve birbiri üzerindeki etkileri tartışılacaktır.

4.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Kullanıcı Memnuniyeti ve Yere Bağlılık Arasındaki İlişkilerine Yönelik Bulguların Tartışılması

Demografik özelliklerden cinsiyet değişkenini incelediğimizde, yerin sunduğu çevresel özellikler, kullanıcı memnuniyeti, yere bağlılık ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Sınıf değişkenini ele aldığımızda ise, çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyeti, kullanıcıların kaçıncı sınıf (kampüste geçirdiği süre) olduklarına bağlı olarak farklılık göstermemiştir. Fakat sınıf değişkeni, yere bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmazken, bağlılığın duygusal boyutu olan yer kimliği üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmuştur. Yani kullanıcıların kampüs açık mekanlarında geçirdiği süre arttıkça, mekanlara karşı geliştirdikleri duygusal bağlar artmaktadır. Çünkü bir yerde geçirilen süre arttıkça deneyimler, hatıralar, anılar artmakta ve bunun sonucunda yer ile kurulan ilişki derinleşerek duygusal bağlar oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle zaman, mekanın yere dönüşmesinde önemli bir etkendir. Sınıf değişkeni ile yere bağlılık arasındaki bu pozitif sonuç, "kullanıcıların kampüste geçirdikleri süre (sınıf) arttıkça yerle kurdukları bağlılık duygusunun artması beklenir" varsayımının doğru olduğunu ortaya koymuştur.

Literatürde yere bağlılık çalışmaları, ikamet edilen yerler ve ikamet dışı açık mekanlar olarak ayrılmaktadır. Bu çalışmada incelenen sınıf değişkeni, aslında kampüs açık mekanlarında geçirilen sürenin yere bağlılığa olan etkisini belirlemeye yöneliktir. Bir yerde geçirilen sürenin yere bağlılığın en önemli sosyo-demografik değişkenlerden biri olduğu ve yere bağlılık ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Bonaiuto, Aiello, Perugini, Bonnes ve Ercolani,1999; Brown, Perkins ve Brown,2003;2004; Fleury-Bahi et al.,2008;Florek, 2011; Gustafson, 2009a; Hay, 1998; Kasarda ve Janowitz, 1974; Lalli, 1992; Lewicka, 2005; 2010 ve Shamai ve Ilatov,2005). Çalışma kapsamında sınıf değişkeninin, yere bağlılığın duygusal boyutu ile olan pozitif ilişkisi, literatürdeki bu çalışmaları destekler niteliktedir.

Kampüs açık mekan kullanım süresi ve kullanım sıklığı değişkenleri çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Çevresel özelliklerin başarısı ve kullanıcı memnuniyeti arttıkça, kullanıcıların kampüs açık mekanlarını daha sık ve uzun süreli kullandıkları tespit edilmiştir. Kullanım süresi, yere bağımlılık ve yer kimliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Kullanım sıklığı ise, yere bağımlılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahipken, yer kimliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Yani kampüs açık mekanlarına işlevsel olarak yüksek bağlılık oluşturan kullanıcılar, bu mekanları daha uzun süreli ve daha sık kullanmaktadırlar. Literatürde kullanım süresi ile, sınıf (ikamet süresi) değişkeninin, yere bağlılık üzerindeki etkisinin benzer sonuçlar oluşturduğu ortaya koyulmuştur (Moore ve Graefe, 1994; Mesch ve Manor, 1998; Bonaiuto vd.,1999; Lewicka 2005, Stedman, 2002).

Kullanıcıların kampüs açık mekan kullanım tercihleri, çevresel faktörlerden sırasıyla kullanım ve aktivite, sosyalleşme ve konfor ve kimlik faktörleri ile pozitif yönde bir ilişki göstermektedir. Fakat tercih ile erişim ve bağlantı faktörü arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Bu sonucun kampüs açık mekanlarının konum olarak birbirlerine yakın olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kullanıcıların kampüs açık mekan tercihleri incelendiğinde, çevrenin fiziksel özelliklerinden (konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı) ziyade, sosyal özelliklerinin (kullanım ve aktivite, sosyalleşme) belirleyici olduğu görülmektedir. Aynı şekilde kullanıcıların açık mekan tercihleri ile kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Elabd (2013), yere bağlılığı, deneyimsel model olarak kurguladığı çalışmasında, kullanıcıların fiziksel ve sosyal özelliklerinden memnun oldukları ve bağlılık geliştirdikleri mekanları tercih ettiklerini belirtmiştir. Aynı şekilde Hur, Nasar ve Chun (2010)'da fiziksel ve sosyal parametrelerin, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık ile olan ilişkisini incelemiş ve tercih ile olan bağını ortaya koymuştur. Araştırmanın bulguları Elabd (2013) ve Hur, Nasar ve Chun (2010)'un yapmış olduğu çalışmayı destekler niteliktedir.

4.4.2. Çevresel Özellikler ile Kullanıcı Memnuniyeti ve Yere Bağlılık Duygusu Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

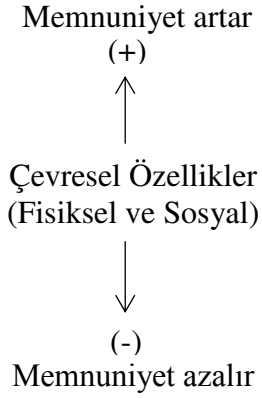
Kampüs kullanıcılarının ihtiyaçları ile kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal çevre özelliklerinin örtüşmesi, o mekanların başarısının bir göstergesidir (Whyte,1980, Kyle vd., 2004). Dolayısıyla kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan, başarılı

fiziksel ve sosyal çevre özelliklerine sahip mekanlarda, kullanıcı memnuniyetinin oluşması beklenir. Bu çalışma kapsamında kampüs açık mekanlarının sunduğu çevresel özellikler ile kullanıcı memnuniyet duygusuna ilişkin bulgular ele alındığında;

- Kampüs açık mekanlarının genel çevresel özellikleri ile genel memnuniyet düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Araştırma bulgularına göre, kullanıcı memnuniyetinin %66,1'lik kısmı, çevrenin fiziksel ve sosyal özellikleri ile açıklandığı ortaya koyulmuştur. Bu sonuç araştırmanın "kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerinin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyet düzeyinin artması beklenir" varsayımını destekler niteliktedir. Literatürde, çevresel özelliklerin başarısının kullanıcıda memnuniyet düzeyini arttırdığı ve hatta çevresel olanakların başarısının, kullanıcı memnuniyetinin ön koşulu olduğunu belirten çalışmalar mevcuttur (Bricker ve Kerstetter, 2001; Insch ve Florek, 2000; Kaltenborn, 1998;Kyle et al., 2004d; Moore and Graefe, 1994; Mesch and Manor, 1998; Prayag & Ryan, 2012; Ramkisson et al. 2013a;2013b; Williams et al.,1992; Yüksel et al., 2010). Araştırma bulguları, çevresel özellikler ve memnuniyet duygusu arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bu çalışmaları destekler niteliktedir.
- Çevresel özelliklere ait faktörlerin (Konfor ve Kimlik, Erişim ve Bağlantı, Kullanım ve Aktivite, Sosyalleşme) memnuniyet üzerindeki etkileri incelendiğinde tümü regresyon modelinde yer almıştır. Bu faktörleri modeldeki etki düzeyine göre sıraladığımızda en yüksek sosyalleşme faktörü olurken sırasıyla bunu kullanım ve aktivite, konfor ve kimlik ve erişim ve bağlantı faktörleri takip etmiştir. Erişim ve bağlantı ile konfor ve kimlik faktörlerinin (fiziksel özellikler), diğer faktörlere göre (sosyal özellikler) daha az etki göstermesi, kampüs açık mekanlarının konum olarak birbirine yakın olması ve benzer konfor özellikleri sergilemesinden kaynaklandığı düşünülmüştür. Aynı zamanda bu farklılığın, mekanlar arasında konfor, bakım, yakınlık, süreklilik gibi fiziksel özelliklerin yakın değerler alması, etkinlik çeşitliliği, güvenlik, mekanın popülaritesi, canlılık gibi sosyal özelliklerin farklı değerler almasından kaynaklandığını düşünebiliriz. Fried (2000) bu konuda, yerden memnun olmanın sosyal boyutunun, fiziksel boyutundan daha ön planda olduğunu belirterek, kullanıcıların sosyal ilişkileri fiziksel konforun üstünde tuttuğunu ifade etmiştir. Araştırma sonuçları Fried (2000)'in bu bulgusunu destekler niteliktedir.

- Açık mekanların başarısı göstergelerini araştıran, kurucusunun H.White olduğu PPS adlı kuruluş, açık mekanların başarı göstergelerinin, alandaki etkinlik (aktivite) çeşitliliği, güvenlik algısı, alanın sık kullanılması ve beraberinde oluşan sevgi gösterileri (el ele tutuşma, sarılma, gülümseme vb) olduğunu belirtmiştir. Araştırma kapsamında memnuniyet üzerinde sosyal özelliklerin önemini ortaya koyan bulgular, PPS (2000)'in başarılı açık mekan göstergeleri ile ilişkilendirilebilir.
- Açık mekanların sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler, kullanıcı ihtiyaçlarını ne oranda karşılarsa, o düzeyde başarılıdırlar. Başarılı açık mekanlar sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleri ile kullanıcıda memnuniyet duygusunu oluştururlar (Francis, 1987; 2003; Kaplan vd., 1998; PPS, 2000). Kampüs açık mekanlarında fiziksel ve sosyal özelliklerin aldıkları değerler ne kadar yüksekse kullanıcı memnuniyetinin o oranda yükseldiğine yönelik bulgular, literatürdeki bu araştırmaları destekler niteliktedir.

Çevresel özellikler ile kullanıcı memnuniyeti arasındaki ilişkiyi özetleyecek olursak, çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin başarısı arttıkça kullanıcı memnuniyet duygusu artmaktadır.



İşlevsel kılınması kolay olan sosyo-demografik değişkenlerle ve genelde iyi tanımlanmış ölçek içeren sosyal değişkenlerle (komşuluk bağları veya güvenlik hissi gibi) kıyaslandığında, bağlılığı etkileyebilecek potansiyel çevresel (doğal, mimari veya kentsel) özellik sayısı sonsuzdur. Yerin sunduğu çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklerin yere bağlılığa etkisini araştıran çalışmalarda, ya genel bir teoriden yola çıkılması gerektiği ya da değişkenlerin oldukça seçici ve geniş olan kategoriler kullanılarak, yerin olası bütün fiziksel ve sosyal özelliklerini içermesi gerektiği belirtilmiştir (Fornara et al.,2009; Lewicka, 2011). Bu nedenle bu çalışma kapsamında, Kampüs açık mekanlarının sunduğu

çevresel özellikler değerlendirme ölçeği oluşturulurken, literatürde detaylı olarak açıklanan;

- kentsel açık mekanlarda kullanıcı ihtiyaçlarının neler olduğu,
- başarılı açık mekanların sunması gereken çevresel özelliklerin neler olduğu ve
- yere bağlılık göstergelerinden çevresel özelliklerin neler olduğu konusunda yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır.

41 ifade ile oluşturulan ölçek, faktör analizi sonrasında 32 maddeye düşmüş ve yüksek güvenirlik düzeyine sahip dört faktörle açıklanan (%73) yapı ortaya koyulmuştur. Sonuç olarak bu çalışma kapsamında kampüs açık mekanlarının sunduğu çevresel özellikler ile yere bağlılık duygusuna ilişkin bulgular ele alındığında;

- Genel çevresel özellikler ile kullanıcıların yere bağlılık düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle, yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısı arttıkça, kullanıcıların yere bağlılık duygusu artmaktadır. Bu bulgu "Kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin değeri arttıkça, yere bağlılık duygusu artar" varsayımını destekler niteliktedir. Kyle vd. (2013) çevrenin sunduğu özelliklerin başarısı arttıkça, kullanıcıların etkinliklere katılımının arttığını ve bunun sonucunda bağlılık duygusunun oluştuğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Stedman (2003) ve Williams vd. (1995), bağlılık üzerine yapılan çalışmalar hangi ölçekte olursa olsun, yere bağlılığın insanın içinde bulunduğu mekanın özelliklerinden etkilendiğini belirtmiştir. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, yere bağlılık duygusunun yerin fiziksel özellikleri (Budruk,2009; Fornara vd. 2010; Stokols ve Schumaker, 1981), sosyal özellikleri (Brown vd. 2003;2004; Lewicka, 2010; Mesch&Manor, 1998) veya bu çalışmada olduğu gibi her iki özellikle (Bonaiuto vd., 1999;2006; Brown vd.,2004; Elabd,2013; Lewicka, 2005, Uzzell, 2002) ilişkili olarak araştırıldığı görülmektedir. Williams vd. (1992)'e göre de, insanların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri, hatırlayacağı ve özleyeceği yerler; sunduğu fiziksel ve sosyal özellikleriyle kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan mekanlardır.
- Yapılan analizler sonucunda yere bağlılığın oldukça yüksek bir kısmı yerin sunduğu sosyal özellikler (etkinlik çeşitliliği, canlılık, aktif, güvenlik, mekanın popülaritesi, canlılık, ortak kullanım, davetkar vb.) ile açıklanabilirken, fiziksel özelliklerin (konfor, estetik, bakım, özgün karakter, yakınlık, süreklilik,

okunabilir, ulaşılabilir, elverişli) bağlılık üzerindeki etkisi oldukça azdır. Kampüs açık mekanlarında yerin sosyal özelliklerinin başarısı, kullanıcıların o mekanla kurdukları bağlılık üzerinde daha etkili olmuştur. Li (2011), üniversite öğrencilerin yere bağlılık duygusu üzerine yaptığı çalışmada, üniversitelerde sosyal etkileşim arttıkça, yere bağlılığın arttığı sonucuna ulaşmıştır. Fiziksel özelliklerden ziyade sosyal özelliklerinin yere bağlılık üzerinde yüksek etki gösterdiğini ortaya koyan bu çalışma Li(2011)'in yapmış olduğu çalışmayı destekler niteliktedir. Kullanıcıların yere bağlılığının sosyal özelliklerle olan kuvvetli ilişkisinin temeli, Jorgensen ve Stedman (2001)' e göre, kullanıcıların özel davranışsal amaçlarından kaynaklanmaktadır. Kampüs açık mekan çevresel özelliklerinden, yere bağlılık ile en yüksek ilişki gösteren etkinlik çeşitliliğine ait ifadeler, Jorgensen ve Stedman (2001)'in bu ifadesini desteklemektedir.

- Çevresel alt faktörlerin yere bağlılık üzerindeki etkisini incelediğimizde, sosyalleşme, kullanım ve aktivite, konfor ve kimlik faktörleri regresyon modeline dahil olmuş, fakat erişim ve bağlantı faktörü modele dahil olamamıştır. Çevresel alt faktörlerin, yere bağlılık alt faktörleri üzerindeki etkilerini incelediğimizde ise, yere bağlılığın işlevsel boyutu olan yere bağımlılık üzerinde tüm çevresel faktörler etkili iken, bağlılığın duygusal boyutunda erişim ve bağlantı faktörünün etkisinin olmadığı ortaya koyulmuştur. Etki düzeylerini sıraladığımızda ise sıralamanın en yüksekten en düşüğe doğru, sosyalleşme, kullanım ve aktivite ile konfor ve kimlik olduğu tespit edilmiştir. Yerin sunduğu fiziksel özelliklerden konfor ve kimlik ile erişim ve bağlantı değişkenleri, yere bağlılığın en vazgeçilmez belirleyicilerden biridir (Hidalgo vd., 2001). Fakat bu çalışmadaki bu iki faktörün yere bağlılık ile yüksek ilişki göstermemesinin nedenini, kampüs açık mekanlarının birbirlerine yakın konfor ve erişim özelliklerine sahip olmasına bağlayabiliriz.
- Çevresel faktörlerin kullanıcıların yere bağımlılık duygusu üzerindeki etkisi, yer kimliği duygusu üzerindeki etkisine oranla daha yüksektir. Smaldonea ve arkadaşları (2005) bu konuda, yerle kurulan duygusal bağın, işlevsel bağa göre zamanla gelişen daha duygusal bir boyutu olduğunu belirtmiştir.
- Yere bağlılık üzerinde etkili olan faktörlere ait değişkenleri incelediğimizde sosyalleşme faktörüne ait güvende olma duygusu, karşılaşma olanağı ve insanlarla etkileşim kurma değişkenleri bağlılık ile yüksek ilişki göstermiştir. Kullanım ve

aktivite faktöründen ise etkinlik çeşitliliği, mekanın popülaritesi ve etkinlik alanlarının amacına uygunluğu bağlılık ile yüksek ilişki göstermiştir. Bağlılık üzerinde en az etkisi olan konfor ve kimlik faktöründen ise konfor, etkinlik mekanlarının elverişliliği ve özgün karakter değişkenleri bağlılık ile yüksek ilişki göstermiştir.

- Tuan (1977), mekanı "hareket ve özgürlük" olarak, yeri ise " durma ve güvenlik" olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi güven duygusu oluşturan yerler, deneyimler oluşturarak, bağlılık duygusunu geliştirir ve mekanın anlamlı bir yere dönüşmesine olanak sağlar. Tuan (1977) gibi birçok araştırmacı güvende olma duygusunun yere bağlılığın pozitif belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur (Brown vd.;2004; Hidalgo vd. 2001;Lewicka, 2010; Mesch ve Manor, 1998).
- Günümüzde mekanın popülaritesi, insan-çevre etkileşiminde oldukça önem teşkil eden bir noktaya gelmiştir. Kullanıcılarda, ilgi duyulan mekanlar, merak uyandırarak, keşfetme isteğine dönüşmektedir. Bunun sonucunda mekan deneyimlenmekte ve beraberinde kullanım çeşitliliği oluşmaktadır. Aynı zamanda, insanlar popüler olan mekanı, bir gruba ait olma ihtiyacından dolayı kullanmak isteyebilir. Çünkü yer bir bağlılık yaratarak insanın temel ihtiyaçlarından biri olan aidiyet duygusunu tatmin etmektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı mekanın popülaritesine ait çevresel ifadelerin, yere bağlılık duygusu ile yüksek düzeyde ilişkili çıktığı düşünülmektedir. Mazumdar ve Mazumdar (2004) bu konuda, mekanı öne çıkaran birtakım özellikler aracılığıyla da, mekanın populeritesinin oluşabileceğini belirtmiştir. Bunun sonucunda kullanımı yoğun sosyal mekanlar oluştuğunu ve kullanıcıların bu mekanlara karşı bağlılık geliştirdiğini ifade etmektedir. Aynı şekilde Gehl (1987), insan ve insani aktivitelerin , diğer insanları da o mekana yönlendirdiğini belirtmiştir.

Çevresel özellikler ile yere bağlılık arasındaki ilişkiyi özetleyecek olursak; çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin başarısı arttıkça kullanıcıların yere bağlılık duygusu artmaktadır.

4.4.3. Kullanıcı Memnuniyeti ile Yere Bağlılık Duygusu Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırmacılar, memnuniyet ve yere bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik çelişkiler ve belirsizlikler olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle bu kavramlar arasındaki ilişkilerin tartışılması adına daha fazla çalışma yapılması gerektiğini söylemişlerdir. Bazı araştırmalar, yer memnuniyetinin yere bağlılığın ön koşulu olduğunu belirtirken (Brocato, 2006; George & George, 2004; Insch&Florek, 2008; Lee&Allen, 1999; Stokols&Shumaker, 1989), diğer araştırmalar yere bağlılığın yer memnuniyetinin belirleyicisi olduğunu savunmuşlardır (Halpenny, 2006; Prayag&Ryan, 2012; Ramkisson vd. 2013; Yüksel vd., 2010). Bu tez çalışması, kullanıcı memnuniyetini yerin sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler ile yere bağlılık arasında aracı değişken (mediator) olarak değerlendirmiştir. Sonuç olarak bu çalışma kapsamında, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik bulgular ele alındığında;

- Kullanıcı memnuniyetinin, yere bağlılığın ön koşulu olduğu ortaya koyulmuştur. Araştırma bulgularına göre kullanıcı memnuniyeti ile yere bağlılık arasında pozitif bir ilişki vardır. Bu bulgu "kullanıcıların mekan memnuniyeti arttıkça yere bağlılık duygusunun artması beklenir varsayımını destekler niteliktedir.
- Çevresel değişkenler ile yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalardan bazıları, bu tez çalışmasında olduğu gibi, kullanıcı memnuniyetini aracı değişken olarak değerlendirmişlerdir. Morita vd. (2010), Shamsuddin ve Ujang (2008), Khozaei vd. (2011) gibi yazarlar, aracı değişken olan memnuniyetin, yere bağlılık ile pozitif ilişkisini ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları bu yazarların bulgularını desteklemektedir.

- Bu çalışmada, kullanıcılar bulundukları mekanların çevresel özelliklerini kullanım sonrası değerlendirme (post-occupancy evaluation) yöntemi yaklaşımıyla değerlendirmiş ve sonucunda kullanıcıların memnuniyet ve yere bağlılık duygusu arasındaki pozitif ilişki ortaya koyulmuştur. Yere bağlılık kavramı üzerinde çalışmalar yapan Stedman ve arkadaşları, yere bağlılığın deneyimsel modeli üzerinde yaptığı çalışmada memnuniyet ve yere bağlılık duygusu arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koymuştur. Bu yönüyle, araştırmanın yöntemi ve bulguları Stedman vd.(2003)'ün çalışmasıyla paralellik göstermektedir.

Kullanıcı memnuniyeti ile yere bağlılık arasındaki ilişkiyi özetleyecek olursak; kullanıcıların bulundukları mekanlara karşı memnuniyet düzeyleri arttıkça, yere bağlılık duygusu artmaktadır.

Demografik özellikler, çevresel özellikler ve kullanıcı memnuniyetinin tek tek yere bağlılık duygusu ile olan ilişkileri ve etkileri bu bölüme kadar tartışılmıştır. Tartışma bölümünün son aşamasında, tüm değişkenlerin bir arada yere bağlılık duygusu üzerindeki etkisini ortaya koyan regresyon modeline ait bulgular tartışılacaktır.

4.4.4. Tüm Değişkenlerin Yere Bağlılık Duygusu Üzerindeki Etkilerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel faktörler ve kullanıcı memnuniyeti değişkenlerinin bir arada yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre;

- Etki sırasına göre, sosyalleşme, kullanım ve aktivite, sınıf, kullanıcı memnuniyeti ve kullanım sıklığı modele dahil olurken, cinsiyet, tercih, kullanım süresi, konfor

ve kimlik ile erişim ve bağlantı değişkenleri anlamlı bir etki göstermeyerek model dışında kalmıştır.

- "Sosyalleşme" ile "kullanım ve aktivite" gibi çevrenin sosyal özelliklerinin yere bağlılık üzerinde pozitif yönde en yüksek etkiye sahip değişkenler olması, informal sosyal etkinliklere olanak sağlayan mekanlarda yere bağlılık duygusunun geliştiğini ortaya koyan çalışmaları (Bonaiuto vd., 1996; 2006; Brown vd.2004; Kasarda&Janowitz, 1974; Lewicka, 2005; Mesch&Manor, 1998; Moser vd.,2002) destekler niteliktedir.
- Demografik özelliklerden yalnızca "sınıf (kampüste geçirilen süre)" değişkeninin yere bağlılık modeline dahil olduğu ve pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya koyulmuştur. Sınıf değişkeninin, yere bağlılık modelinde en yüksek etkiye sahip 3. değişken olması, tartışmasız kampüs açık mekanlarında geçirilen sürenin bağlılık üzerindeki etkisini açıkça göstermiştir. Bu bulgu "yaşama süresinin" yere bağlılığın pozitif belirleyicisi olduğunu savunan yazarları (Bonaiuto vd.1999; Bonnes ve Ercolani, 1999; Brown vd. 2003;2004; Elabd, 2013; Florek, 2011; Gustafson, 2009; Hashemnezhad vd. 2013; Lewicka, 2005;2010; Ramkisson, 2013a; 2013b) destekler niteliktedir.
- "Kullanıcı memnuniyeti" yere bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etki göstermiş ve yere bağlılık modeli üzerinde en yüksek etki gösteren 4. değişken olmuştur.
- Modelde son sırada, "kullanım sıklığı" değişkeni yer almıştır. Kullanım sıklığının yere bağlılığın pozitif belirleyicisi olmasının nedeninin, daha çok kullanılan ve deneyimlenen mekanla işlevsel ve duygusal bağların oluşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kampüs açık mekanlarını, haftada birkaç kez kullananlar, o mekanla yüksek düzeyde bağlılık oluştururken, ayda birkaç kez ve yılda birkaç kez kullanan kullanıcıların bağlılık düzeyleri oldukça düşüktür. Halpenny (2006) ve Williams vd. (1992) kullanım sıklığı ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi sorguladığı çalışmalarında benzer sonuçları bulmuştur. Relph (1976) ve Tuan (1977) bu konuda, bir yerdeki artan deneyimin, kişinin o yer ile duygusal bağlar gelişmesine olanak sağladığını belirtmiştir.

Tüm değişkenlerin, bağlılığın işlevsel boyutunu ifade eden "yere bağımlılık" duygusu üzerindeki etkilerini incelediğimizde, "sosyalleşme", "kullanım ve aktivite", "konfor ve kimlik" ile "kullanıcı memnuniyeti" değişkenlerinin anlamlı etkiye sahip

olduğu ortaya koyulmuştur. Tüm değişkenlerin, bağlılığın duygusal boyutunu ifade eden "yer kimliği" üzerinde ise yalnızca "sosyalleşme" ve "sınıf" değişkeninin anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya koyulmuştur.

Araştırmanın son bulgusu, kullanıcıların işlevsel bağlılıklarını ifade eden yere bağımlılık ile duygusal bağlılıklarını ifade eden yer kimliği arasındaki ilişkiyi açıklamaya yöneliktir;

- Yere bağımlılık ile yer kimliği arasındaki ilişki pozitif yönde ve anlamlıdır (r=,514**; p<0,01). Bu değer yere bağımlılık ve yer kimliği arasındaki ilişkiyi sorgulayan geçmiş çalışmalarla benzer sonuç göstermiştir (Bricker & Kerstetter, 2000; Vaske & Kobrin, 2001). Yere bağımlılığın yer kimliği üzerindeki etkisini belirlemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve yere bağımlılık arttıkça yer kimliğinin arttığı ortaya koyulmuştur. Bu sonuç araştırma varsayımından "yere bağlılığın işlevsel boyutunun(yere bağımlılık) değeri arttıkça, bağlılığın duygusal boyutu (yer kimliği) artar" varsayımını desteklemektedir.
- Bu çalışmada kampüs açık mekanlarında yere bağımlılık değeri, yer kimliği değerine göre daha yüksek sonuçlar almıştır. Genelde ikamet yeri dışındaki yere bağlılık konusunda yapılan çalışmalar benzer sonuçları elde ederken, ikamet yerine ait yere bağlılık çalışmalarında yer kimliği boyutu daha yüksek değer almaktadır. Bunun nedenini ikamet yerlerinde gerçekleştirilen bağlılık çalışmalarında, ev sahipliği, tanıdık komşu sayısı, yakınlarının süresi, komşuluk ilişkileri gibi sosyal özelliklerin, çevrenin işlevsel özelliklerinden daha öncelikli olmasından kaynaklanmaktadır (Kasarda&Janowitz, 1973; Lewicka,2005;2010)
- Kampüs açık mekanlarında gerçekleştirilen bu araştırmanın bulguları, yer kimliğinin, yere bağımlılığın zamanla gelişen duygusal boyutu olduğunu ortaya koymuştur. Kullanıcılar, çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerini başarılı buldukları (ihtiyaçlarını ve belirli davranış amaçlarını karşılayan) konumlara önce işlevsel bağlılık geliştirmiş ve zamanla bu konumlarda duygusal bağlılıkları da gelişmiştir. Proshansky (1978), Halpenny (2010), Moore ve Graefe (1994) ve Smaldonea (2005) bu konuda, yer kimliğinin, yere bağlılığın zamanla gelişen, daha duygusal bir boyutu olduğunu ifade etmiştir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında, kampüs açık mekanlarının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikle insan – çevre etkileşimi kapsamında yer, başarılı yerlerin sunması gereken özellikler, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık kavramını inceleyen literatür çalışması gerçekleştirilmiş ve sonrasında bu kavramlar çalışma alanı olarak seçilen kampüs açık mekanlarında incelenmiştir.

Açık mekanlarda yere bağlılık duygusu üzerine yoğunlaşan çalışmalar, ya fiziksel özelliklerin, ya da sosyal özelliklerin yere bağlılık üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çevrenin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin bir arada bağlılık üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar oldukça azdır. Bu çalışmada yere bağlılık üzerinde özellikle çevresel değişkenlerin etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Bu nedenle kullanıcılarının geçmiş deneyimlerinin olmadığı, hatıralarının, anılarının olmadığı kampüs açık mekanları çalışma alanı olarak seçilmiştir. Bu sayede çalışmanın özgün yanını oluşturan yalnızca açık mekanların sunduğu farklı çevresel özelliklerin kullanıcıda yere bağlılık duygusu oluşturmadaki etkileri araştırılmıştır.

Çevresel değişkenlerin yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmaların eksikliği, işlevsel kılınması kolay olan sosyo-demografik ve sosyal değişkenlerle kıyaslandığında, bağlılığı etkileyebilecek potansiyel çevresel özelliklerin sayısının oldukça fazla olmasından kaynaklıdır. Yere bağlılık konusunda yapılan araştırmalar, çevresel değişkenlerin seçiminin oldukça seçici bir şekilde yapılması ve geniş kategoriler kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Bu nedenle çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin yere bağlılık üzerindeki etkilerini araştıran bu çalışmada,

- Öncelikle anket ve mekânsal analiz yöntemiyle, çalışmada ele alınacak kampüs açık mekanları ve tercih düzeyleri belirlenmiş, bu sayede kampüs açık mekanları kullanım düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Ortaya koyulan sınıflandırma, sonraki aşamalarda anketten elde edilen verilerle karşılaştırılarak, bilgileri tesadüfi olmaktan çıkarmış ve güvenirlikleri sağlanmıştır.

- İkinci aşamada kullanıcıların açık mekan ihtiyaçları, açık mekanların sunması gereken başarı kriterleri ve yere bağlılığın çevresel göstergelerini inceleyen çalışmalar değerlendirilmiş ve yeni bir çevresel özellikler değerlendirme ölçeği geliştirilmiştir. Araştırma sonucunda ortaya koyulan çevre değerlendirme ölçeğinin, yüksek güvenirlik düzeyine sahip dört boyutlu yapı olduğu ortaya koyulmuştur. Böylelikle bu çevresel alt boyutların, kullanıcı memnuniyeti ve çalışmanın ana kurgusu olan yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerinin araştırılmasına olanak sağlamıştır.
- Üçüncü aşamada yere bağlılık üzerine yapılan çalışmalar değerlendirilerek, literatürde kabul görmüş yüksek güvenirlik düzeyine sahip yere bağlılık ölçeği kullanılmış ve bu ölçek diğer aşamalardan elde edilen verilerle karşılaştırılma yapılmasına olanak sağlamıştır.
- Son aşamada ise tüm aşamalardan elde edilen, sosyo-demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, çevresel özellikler, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkiler ve yere bağlılık duygusunu açıklayan değişkenler ortaya koyulmuştur.

Çalışmada çevresel özellikler ve alt boyutları, kullanıcı memnuniyeti, yere bağlılık ve alt boyutları arasındaki ilişkiler tartışılmıştır. Tartışmalar özetlendiğinde bu çalışmanın ortaya koyduğu en önemli sonuçlar şunlardır:

- Çalışmada çevresel özellikler dört alt boyut ile açıklanmıştır. Bunlar "konfor ve kimlik" , "erişim ve bağlantı", "kullanım ve akivite" ile "sosyalleşme" boyutlarıdır. Kampüs açık mekanları genelini çevresel faktörlerin almış oldukları ortalama değerlere göre sıraladığımızda sıralamanın yüksekten düşüğe doğru "erişim ve bağlantı", "konfor ve kimlik", "kullanım ve aktivite" ve "sosyalleşme" şeklinde olduğu görülmüştür. Çevresel faktörleri faktör yüklerine göre sıraladığımızda ise sıralamanın tam tersi şeklinde olduğu görülmüştür.
- Birinci faktör olan "sosyalleşme" faktörü; ortak kullanım, etkinliklere katılım, güvenlik, karşılaşmalara olanak sağlama, davetkar, çeşitli ve etkileşimli kavramlarına karşılık gelen 12 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %50,15'ini oluşturmaktadır.
- İkinci faktör olan "kullanım ve aktivite" faktörü; çeşitli etkinliklere olanak sağlayan, canlı, aktif, mekanın popüleritesi kavramlarına karşılık gelen 7 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %12,59'luk kısmını oluşturmaktadır.

- Üçüncü faktör olan "konfor ve kimlik" faktörü; etkinlik mekanları ve donatıların konforu, estetik, bakımlı-temiz ve özgün karakter kavramlarına karşılık gelen 7 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %5,91'ini oluşturmaktadır.
- Dördüncü ve son faktör olan "erişim ve bağlantı" faktörü; yakınlık, okunabilirlik, ulaşılabilirlik ve elverişli kavramlarına karşılık gelen 6 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %4,2'sini oluşturmaktadır.
- Faktör analizinden elde edilen verilerle yapılan kümeleme analizinde "sosyalleşme" ile "kullanım ve aktivite" faktörü çevrenin sosyal özelliklerine ait küme, "konfor ve kimlik" ile "erişim ve bağlantı" faktörü ise çevrenin fiziksel özelliklerine ait kümeyi oluşturduğu saptanmıştır.
- Kampüs açık mekanlarından şenlik alanında, çevrenin sosyal özellikleri (sosyalleşme - kullanım ve aktivite) fiziksel özelliklerine göre (konfor ve kimlik – erişim ve bağlantı) yüksek değere sahipken, koru alanı ve aşıklar parkında fiziksel özelliklerin sosyal özelliklere göre daha yüksek değer aldığı saptanmıştır. Kampüs açık mekanları karşılaştırıldığında konfor ve kimlik ile erişim ve bağlantı faktörleri yüksek değerler alırken, sosyalleşme ile kullanım ve aktivite faktörleri arasında farklılıklar oluştuğu görülmüştür. Bu sonucun, çalışma kapsamında ele alınan kampüs açık mekanlarının, belirli bir standartta konfor koşullarına sahip olması ve konum olarak birbirlerine yakın olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kampüs açık mekan çevresel özelliklerinde farklılık yaratan özellikler; kullanım ve aktivite ile sosyalleşme özellikleridir.
- Çalışma sonuçları, çevrenin sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusunda pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle çevrenin sosyal özelliklerinin, fiziksel özelliklerine kıyasla kullanıcıda memnuniyet ve yere bağlılık duygusu oluşturmada daha etkili olduğu görülmüştür.
- Çevresel özelliklere ait faktörlerin tamamı kullanıcı memnuniyeti üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Bir diğer ifadeyle mekanların sunduğu konfor ve kimlik, erişim ve bağlantı, kullanım ve aktivite ile sosyalleşme faktörlerinin başarısı kullanıcı memnuniyetini pozitif etkilemektedir. Kullanıcı memnuniyetini belirlemede en yüksek etki düzeyine sahip faktör sosyalleşme faktörüyken sonrasında kullanım ve aktivite, konfor ve kimlik ile erişim ve bağlantı faktörleri gelmektedir.

- Çevresel faktörlerin yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini incelediğimizde ise, erişim ve bağlantı hariç bütün faktörlerin başarısı, yere bağlılık duygusunu pozitif etkilemektedir. Yere bağlılık duygusunu belirlemede en yüksek etki düzeyine sahip faktörün sosyalleşme faktörü olduğu, bunu sırasıyla kullanım ve aktivite ile konfor ve kimlik faktörlerinin takip ettiği görülmüştür. Erişim ve bağlantı özelliklerinin ise, kullanıcıların yere bağlılık duygusu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.
- Sosyalleşme ile kullanım ve aktivite değerlerinin yüksek olduğu konumlarda, çeşitli sayıda etkinliklerin gerçekleştiği, daha uzun süreli ve sık kullanımların oluştuğu görülmüştür. Çevresel özelliklerin başarılı olduğu bu konumlarda kullanıcıların ihtiyaçları daha fazla karşılanarak, kullanıcıda memnuniyet duygusunun oluştuğu ve dolayısıyla kullanıcıların bulundukları çevre ve insanlarla daha fazla etkileşim oluşturması sonucu yere bağlılık duygusu geliştirdikleri söylenebilir.
- Çevresel özelliklerin başarısının arttığı konumlarda kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusunun yüksek olduğu, bu nedenle de daha fazla tercih edildikleri görülmüştür.
- Çalışma kapsamında yere bağlılık duygusu iki alt boyut ile açıklanmıştır. Bunlar bağlılığın işlevsel yönü olan "yere bağımlılık" ile duygusal boyutu olan "yer kimliği" boyutlarıdır. Çevresel özelliklerin yere bağımlılık ve yer kimliği üzerindeki etkilerine baktığımızda tüm faktörlerin yere bağımlılık üzerinde anlamlı bir etkisi varken, yer kimliği üzerinde erişim ve bağlantı faktörü anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.
- Kampüs açık mekan kullanıcılarının yere bağımlılık duygusu arttıkça, yer kimliği duygusunun da arttığı saptanmıştır. Bu sonuca göre kullanıcıların öncelikle kampüs açık mekanlarının çevresel özelliklerini değerlendirerek, ihtiyaçlarının karşılandığı mekanlarla işlevsel bağ kurduğu, bunun sonucunda uzun süreli, sık kullanımlar oluşturarak zamanla duygusal bağ geliştirdikleri söylenebilir. Bu sonuç, insan-çevre etkileşiminin yere bağlılık geliştirmek için yeterli olmadığı, ancak insan çevre arasında katılım yoluyla zamanla duygusal bağın oluşabildiğini göstermiştir.
- Tüm çevresel faktörler ile birlikte, cinsiyet, sınıf (kampüste yaşama süresi), tercih, kullanım süresi, kullanım sıklığı ve memnuniyet değişkenlerinin bir arada yere

bağlılık duygusu üzerindeki etkisi araştırılarak kavramsal ilişki modeli oluşturulmuştur. Analiz sonucunda sosyalleşme, kullanım ve aktivite, memnuniyet, kullanım sıklığı ve sınıf değişkenlerinin yere bağlılık üzerinde pozitif etki gösterdiği saptanmıştır. Cinsiyet, kullanım süresi, konfor ve kimlik ile erişim ve bağlantı değişkenlerinin ise yere bağlılık duygusu üzerinde anlamlı bir etki göstermeyerek modele eklenmediği saptanmıştır.

- Tüm değişkenlerin yere bağımlılık duygusu üzerindeki etkilerini incelediğimizde ise konfor ve kimlik, kullanım ve aktivite, sosyalleşme ve memnuniyet değişkenlerinin modele eklenerek anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.
- Tüm değişkenlerin yer kimliği üzerindeki etkilerini incelediğimizde ise, yalnızca sosyalleşme ve sınıf (kampüste geçirilen zaman) değişkenlerinin modele eklenerek anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya koyulmuştur.
- Tüm bu araştırma sonuçları, kampüs açık mekanlarında yere bağlılık duygusu ile ilişkili demografik özellikler, mekan kullanım özellikleri, kullanıcı memnuniyeti ve çevresel özellikler ile bu özelliklerden hangilerinin bağlılığın oluşmasında daha etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlara bağlı olarak kavramsal ilişki modeli ortaya koyulmuştur. Bu model, kampüs açık mekanlarında kullanıcıların bağlılık duygusu geliştirebilmesi için oluşturulması gereken önceliklerin neler olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle oluşturulan bu modelin ileride yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu bulgular doğrultusunda, insan-yer etkileşimi kapsamında başarılı kampüs açık mekanları tasarlanırken şu kriterlerin göz önünde bulundurulmasıyla, kullanıcı ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilecek, kullanıcıda memnuniyet duygusu oluşturabilecek ve bunların sonucunda yere bağlılık duygusu oluşturabilecek konumlar tasarlanabilir.

- Kampüs açık mekanları, kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayacak mekânsal örgütlenmeler ve olanaklara sahip olmalıdırlar. Bu nedenle kampüs açık mekanları tasarlanırken, kullanıcı ihtiyaçları belirlenmeli ve böylece kampüs kullanıcılarının planlamaya katılmaları sağlanmalıdır.
- Konfor koşulları yüksek ve iyi bir kimliğe sahip, erişilebilir, belirli davranışsal amaçları karşılayabilecek kullanım ve aktivitelere sahip ve konumdaki insanlarla karşılaşma ve sosyalleşme olanağı sunan kampüs açık mekanları tasarlanmalıdır.
- Çevresel faktörlerden sosyalleşme ile kullanım ve aktivite faktörlerinin kullanıcı memnuniyeti, yere bağlılık ve alt boyutlarıyla yüksek ilişkili olması, kampüs açık

mekanlarında çevrenin sosyal özelliklerinin önemini göstermektedir. Bu nedenle kampüs açık mekanları tasarlanırken, mekanların belirli konfor ve erişim koşullarının yanında, özellikle çeşitli etkinliklerin gerçekleşmesine ve ortak kullanımlara olanak sağlayacak mekansal örgütlenmeler dikkate alınmalıdır.

- Öğrencilerin kampüs açık mekanlarında geçirdikleri süreyi arttırmak, kullanım yoğunluğunu sağlamak, mekanla ve mekandaki kullanıcılarla kurulan ilişkileri geliştirmek adına kampüs açık mekanlarını sınırları olan bir boşluk olarak değil, çeşitli etkinliklere olanak sağlayan, sunduğu olanaklarla öğrencilerin katılımını sağlayan, içinde sosyal ilişkiler geliştiren bir yer olarak düşünülmesi ve tasarlanması gerekmektedir.
- Kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılığın en önemli belirleyicisi olan sosyalleşme ile kullanım ve aktivite faktörlerinin olduğu düşünülürse, kampüs açık mekanları ortak kullanımlara olanak sağlayan, güvenli, karşılaşmalara olanak sağlayan, çeşitli kullanıcıların bir araya geldiği, çeşitli etkinliklere olanak sağlayan, yılın her zamanında aktif olarak kullanılan, farklı kullanıcıların farklı etkinlikleri bir arada yapabilecekleri konumlar olmalıdır. Kampüs açık mekanları ancak bu işlevsel özellikleri sağladıklarında, kullanıcıların işlevsel bağlılıklarının (yere bağımlılık) oluştuğu ve böylece yoğun kullanım ve deneyim oluşarak duygusal bağlılığın oluştuğu unutulmamalıdır.
- Kampüs açık mekanları tüm bu olanakları sağladığında, kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerini daha fazla karşılayarak, kullanıcıların ilişki kurabilecekleri, bağlanabilecekleri ve aidiyet hissedebilecekleri konumlara dönüşürler. Yüksek aidiyet seviyesi beraberinde pozitif sonuçlar doğurarak, yüksek tercihe sahip, yoğun kullanılan, yaşayan, kampüs yaşamının sürekliliğinin oluştuğu canlı yerler haline gelirler.
- Kampüs açık mekanlarının önemi, bu alanlar kullanıldıkça devam etmektedir. Bu nedenle kampüs açık mekanları tasarlanırken konfor, estetik, bakımlı-temiz, ulaşılabilir gibi fiziksel özelliklerin yanında, çeşitli etkinliklere olanak sağlayan, ortak kullanılan, güven duygusunun oluştuğu, informal sosyalleşmeye izin veren davranış temelli tasarımlar oluşturulmalıdır.
- Kullanıcıların kampüs açık mekanlarına karşı bağlılık duygusu geliştirmede çevresel özelliklerin başarısının yanında, kampüste yaşama süresi (sınıf) değişkeninin de etkili olduğu ortaya koyulmuştur. Kullanıcıların kampüste

yaşama süreleri arttıkça, kullanıcıların mekanla kurdukları duygusal bağ gelişmiş fakat çevresel özelliklerin algısı aynı değişimi göstermemiştir. Bu nedenle kampüs açık mekanlarının yönetimi konusunda, kullanıcıların zamana bağlı olarak değişen istek ve gereksinimlerinin göz önünde bulundurulması ve buna göre korunması, geliştirilmesi veya yenilenmesi gerekmektedir.

Günümüzde küreselleşme, mobilitenin artması ve iletişim teknolojilerinin farklılaşması gibi nedenlerle kentsel mekanlar gibi kampüs açık mekanları da önemsiz, çabuk tüketilen, uzun süreli kullanımların ve deneyimin oluşmadığı, sosyal ilişkilerin yaşanmadığı ve kullanılmayan mekanlara dönüşmesine neden olmuştur. Bu nedenle; insan çevre etkileşimini arttıran, uzun süreli kullanımlar oluşturan ve kullanıcılarda yere bağlılık duygusu geliştiren fiziksel ve sosyal çevre özelliklerinin neler olması gerektiğini araştıran bu çalışmanın önemi daha net anlaşılmaktadır. Bu boyutuyla; kullanıcıların bulundukları kampüs açık mekan çevresel özelliklerini değerlendirerek, bu özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini inceleyen bu çalışma araştırmacılar, tasarımcı peyzaj mimarları, kampüs kullanıcıları ve kampüs yönetimine önemli bilgiler sunmaktadır.

İnsanların gereksinimlerinin çeşitliliği, zamana bağlı olarak değişebildiği ve çevresel özelliklerin zenginliği düşünüldüğünde, bu çalışma kapsamında yere bağlılığı etkileyen tüm çevresel değişkenlerin ortaya koyulduğu iddia edilemez. Bu boyutuyla, çalışmanın eksik yönlerinin olduğu bir gerçektir;

- Tek bir kampüse ait açık mekanlarda sorgulandıklarından, tanımlanan çevresel özelliklerin genel geçerliliği,
- Sadece kampüs açık mekanlarının sunması gereken fiziksel ve sosyal özelliklerin yere bağlılık üzerindeki etkilerine odaklanıldığından, diğer çevresel özelliklerin veya sosyal özelliklerin göz ardı edilmesi bu araştırmanın temel eksiklikleri olarak gösterilebilir.

Bu nedenle bu eksikliklere bağlı olarak araştırmanın ileriki aşamalarına ilişkin şu önerilerde bulunulabilir;

- Yerin sunduğu farklı çevresel özellikler ve başarı düzeyleri ortaya koyan başka kampüs açık mekanları da incelenmeli, buralardaki bulguların bu tez çalışması ile örtüşmeleri kontrol edilmelidir. Böylece kampüs açık mekanlarında tanımlanan çevresel başarı kriterleri ve yere bağlılık üzerindeki etkilerinin genel geçerliliği sağlanmış olacaktır.

- Tek bir kampüs açık mekan çevresel özelliklerinin yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerini açıklamanın yanında, birden fazla kampüse ait çevresel özellikler değerlendirilerek, yere bağlılık duygusu üzerindeki etkilerinin karşılaştırılması yapılmalıdır. Böylelikle yere bağlılık duygusunu etkileyen çevresel özelliklerin ne olması gerektiği daha derinlemesine tanımlanabilir.
- Yere bağlılığı etkileyen yalnızca çevresel (fiziksel ve sosyal) özelliklerin değil, aynı zamanda sosyal boyutun da (yerdeki arkadaş sayısı, arkadaşlarla paylaşılan etkinliklerin sayısı, sosyal faaliyetlere dahil olma ölçüsü, eğitim grupları vb.) yere bağlılık üzerindeki etkilerini ortaya koyan araştırmalar yapılabilir.
- Bireyin çevresel özellikler kapsamında yere bağlılık duygusu gelişimini ölçmenin yanında, grup ve topluluk (fakülteler, bölümler arası farklar gibi) olarak bağlılık duygularının değerlendirilmesi ve bunların karşılaştırılmasını içeren çalışmalar yapılabilir. Böylelikle kampüs açık mekanları özelinde çalışmanın dışında, genel kampüs çevresel özelliklerinin farklılıkları ortaya koyularak, kampüs tasarımı için kriterler belirlenebilir.
- Bu çalışma kapsamında yere bağlılığı etkileyen en önemli çevresel faktörün sosyalleşme faktörü olduğu düşünülürse, kampüs açık mekanlarında sosyal etkileşimi arttıracak mekânsal örgütlenmelerin ne olması gerektiği daha detaylı olarak incelenmelidir.

Böylece kampüs açık mekanlarının sunması gereken fiziksel ve sosyal özellikler daha derinlemesine tanımlanabilir ve tasarım kriterleri oluşturulabilir. Böylelikle çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti ve yere bağlılık duygusu üzerindeki etkileri daha net anlaşılarak karşılaştırılabilecektir.

6. KAYNAKLAR

Altman, I. ve Cheemers, M. M., 1986. Cultural Aspecs of Environment Behavior Relationships, H.C: Triandis (der.), Handbook of Cross-Cultural Psychology, cilt IV, Allyn Bacon, New York, 335-393.

Aksoy, E., 1975. Mimarlıkta Tasarım İletim ve Denetim, Karadeniz Teknik Üniversitesi, 173s.

Aziz, A., 2010. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Nobel Yayın, Ankara.

Barker, R., G.,1968. Ecological Psychology, Stanford, CA: Stanford University Press, 289s.

Bayram, N., 2015. Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi, 5.baskı, Bursa: Ezgi Kitapevi, 185 s.

Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M. ve Ercolani, A. P., 1999. Multidimensional Perception of Residential Environment Quality and Neighbourhood Attachment in the Urban Environment, Journal of Environmental Psychology, 19, 331–352.

Bonaiuto, M., Fornara, F. ve Bonnes, M., 2006. Perceived Residential Environment Quality in Middle- and Low-extension Italian Cities, European Review of Applied Psychology, 56, 23-34.

Bonnes, M., 2017. Psychological theories for environmental issues, Routledge.

Bott, S. E., Banning, J., Wells, M., Haas, G. ve Lakey, J., 2006. A sense of place: A Framework and its Application to Campus Ecology. College Services, *6*, 5, 42-47.

Bowlby, J., 1969. Attachment, 1, Attachment and Loss.

Bowlby, J., 1975. Attachment Theory, Separation Anxiety and Mourning. In D. A. Hamburg, & K. H. Brodie (Eds.), American Handbook of Psychiatry, 292-309, New York: Basic Books.

Bowlby, J., 1980. Attachment and Loss, Basic books.

Brehm, J. M., 2007. Community Attachment: The Complexity and Consequence of the Natural Environment Facet, Human Ecology, *35*,4, 477-488.

Brehm, J. M., Eisenhauer, B.W. ve Krannich, R. S., 2006. Community Attachments As Predictors of Local Environmental Concern. The Case for Multiple Dimensions of Attachment, American Behavioral Scientist, 50, 142-165.

Bricker, K. S. ve Kerstetter, D. L., 2000. Level of Specialization and Place Attachment: An Exploratory Study of Whitewater Recreationists, Leisure Sciences, *22*, 233-257.

Brocato, E., 2006. Place Attachment: An Investigation of Environments and Outcomes in Service Context, Unpublished doctoral thesis, The University of Texas at Arlington, Texas, USA.

Brown, B. B., Altman, I. ve Werner, C. M., 2012. Place Attachment. In S. J. Smith (Ed.), International Encyclopedia of Housing and Home, s. 183–188. San Diego: Elsevier.

Brown, B., Perkins, D. D. ve Brown, G., 2003. Place Attachment in a Revitalizing Neighborhood: Individual and Block Levels of Analysis, Journal of Environmental Psychology, 23, 259–271.

Brown, B., Perkins, D. D. ve Brown, G., 2004. Incivilities, Place Attachment and Crime: Block and Individual Effects, Journal of Environmental Psychology, 24, 359–371.

Budruk, M., , Thomas, H. ve Tyrrell,T., 2009. Urban Green Spaces: A Study of Place Attachment and Environmental Attitudes in India, Society & Natural Resources, 22,9, 824-839.

Büyüköztürk, Ş., 2002. Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, *32*,32, 470-483.

Canter, D., 1983. The Purposive Evaluation of Places A Facet Approach, Environment and Behavior, 15, 6, 659-698.

Canter, D. ve Rees, K., 1982. A Multivariate Model of Housing Satisfaction, International Review of Applied Psychology, 31,185-207.

Canter, D., 1997. The Facets of Place, Toward the Integration of Theory, Methods, Research, and Utilization, s. 109-147, Springer US.

Canter, D. V. 1977. The psychology of place, London: Architectural Press.

Carr, S., Francis,M. , Rivlin, L.G. ve Stone, A. M., 1992. Public Open Spaces, Cambridge.

Clason, D. L. ve Dormody, T. J. (1994). Analyzing Data Measured by Individual Likert-Type Items, Journal of Agricultural Education, 35,4, 31- 35.

Cresswell, T., 2014. Place: An Introduction, John Wiley & Sons.

De Vellis, R. F. ve Dancer, L. S., 1991. Scale Development: Theory and Applications. Journal of Educational Measurement, *31,*1, 79-82.

Dober, R. P., 2000. Campus Landscape: Functions, Forms, Features, John Wiley & Sons.

Eisenhauer, B. W., Krannich, R. S. ve Blahna, D. J., 2000. Attachments to Special Places on Public Lands: An Analysis of Activities, Reason for Attachments, and Community Connections, Society & Natural Resources, 13, 421-441.

Elabd, A., A., 2013. Physical and Social Factors in Neighborhood Place Attachment: Implications for Design. North Carolina State University.

Fleury-Bahi, G., Félonneau, M.-L. ve Marchand, D., 2008. Processes of Place Identification and Residential Satisfaction, Environment and Behavior, 40, 669-682.

Florek, M., 2011. No place like home: Perspectives on Place Attachment and Impacts on City Management. Journal of Town & City Management, 1,4, 346–354.

Fornara, F., Bonaiuto, M. ve Bonnes, M., 2010. Cross-Validation of Abbreviated Perceived Residential Environment Quality (PREQ) and Neighborhood Attachment (NA) Indicators, Environment and Behavior, 42, 2, 171-196.

Francescato, G., 1998. Residential Satisfaction, Encyclopedia of Housing, ed: Vliet W. V, Sage, Monterey, CA.

Francis, M., 1987. Urban Open Spaces, Advances in Environment Behavior And Design, 1, ed. E.Zube, G.T. Moore, Plenum Press, New York.

Francis, M., 2003. Urban Open Space: Designing for User Needs. Land and Community Design Case Study Series. Washington, D.C: Island Pres.

Fried, M., 1982. Residential Attachment: Sources of Residential and Community Satisfaction, Journal of Social Issues, 38, 107-119.

Fried, M., 2000. Continuities and Discontinuities of Place, Journal of Environmental Psychology, 20, 193–205.

Gehl, J., 1987. Life Between Buildings: Using Public Space, New York: Van Nostrand Reinhold.

George, B. P. ve George, B. P., 2012. Past Visits and the Intention to Revisit a Destination: Place Attachment as the Mediator and Novelty Seeking as the Moderator.

George, D. ve Mallery, M., 2010. SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson

Göregenli, M., 2005. Çevre Psikolojisinde Temel Konular, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 130.

Gustafson, P., 2009a. Mobility and Territorial Belonging. Environment and Behavior, 41, 490-508.

Gustafson, P., 2009b. More Cosmopolitan, No Less Local, European Societies, 11, 25-47.

Gür, Ş. Ö., 1996. Mekan Örgütlenmesi, Birinci Baskı, Gür Yayıncılık, Trabzon.

Gürkaş, E,T., 2010. "Yer" Üzerine Bir Okuma Denemesi: Samatya'da "Yer Kurma" Pratikleri. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Halpenny, E., 2010. Pro-environmental Behaviors and Park Visitors: The Effect of Place Attachment, Journal of Environmental Psychology, 30,4, 409-421.

Hammitt, W. E., Kyle, G. T. Ve Oh, C. O., 2009. Comparison of Place Bonding Models in Recreation Resource Management, Journal of Leisure Research, *41*,1, 57.

Hashemnezhad, H., Heidari,A.A. ve Hoseini, P.P., 2013. Sense of Place and Place Attachment, International Journal of Architecture and Urban Development, 3,1,5-12.

Hasol, D., 1993. Ansiklopedik mimarlık sözlüğü, No:7 İstanbul: Yem Yayın.

Hay, R., 1998. Sense of Place in Developmental Context, Journal of Environmental Psychology, 18, 5-29.

Heidegger, M., Macquarrie, J. ve Robinson, E. S., 1962. Being and Time,Translated by John Macquarrie & Edward Robinson.(First English Edition.), London.

Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E. ve Hess, S., 2007. Place Attachment and Place Identity in Natives and Non-Natives, Journal of Environmental Psychology, 27,4, 310–319.

Herting, J. R. ve Guest, A. M., 1985. Components of Satisfaction With Local Areas in the Metropolis, Sociological Quarterly, 26,1, 99–116.

Hidalgo, M. C. ve Hernández, B., 2001. Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions, Journal of Environmental Psychology*,* 21, 273- 281.

Hur, M., Nasar, J. L. ve Chun, B., 2010. Neighborhood Satisfaction, Physical and Perceived Naturalness and Openness, Journal of Environmental Psychology, 20, 52-59.

Ittelson, W.,H., 1973. Environment Perception and Contemporary Conceptual Theory. W.H. Ittelson (der.), Environment and Cognition, Seminar Press, New York, 1-19.

Ittelson, W., H., 1976a. Some Issues Facing the Theory of Environment and Behavior. In H. M. Proshansky, W. H. Ittelson, L. G. Rivlin (Eds.), Environmental Psychology; People and Their Physical Settings, Holt, Rinehart and Winston, Inc. Second Edition, 51-59 s.

Ittelson, W., H., 1976b. Environment, Perception and Contemporary Perceptual Theory. In H. M. Proshansky, W. H. Ittelson, L. G. Rivlin (Eds.), Environmental Psychology; People and Their Physical Settings, Holt, Rinehart and Winston, Inc. Second Edition, 141-154 s.

Ittelson, W., H., Franck, K., A. ve O'Hanlon, T., J., 1976. The Nature of Environmental Experience. In S. Wapner, S. B. Cohen, B. Kaplan (Eds.), Experiencing the Environment. Plenum Press, New York. 187–206 s.

İnceoğlu, N., 1982. Mimarlıkta Bina Planlama Olgusu, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul.

Jorgensen, B., S., ve Stedman, R., C., 2001. Sense of Place as an Attitude: Lakeshore Owners Attitudes Toward Their Properties, Journal of Environmental Psychology, 21, 233-248.

Kağıtçıbaşı, Ç., 1988. İnsan ve İnsanlar, İstanbul: Evrim Basım Yayım Dağıtım, 7. Basım

Kaltenborn, B., P., 1998. Effects of Sense of Place on Responses to Environmental Impacts: A Study Among Residents in Svalbard in the Norwegian High Arctic. Applied Geography, 18,2, 169-189.

Kaplan, R., ve Kaplan, S., 1989. The Experience of Nature: A Psychological Perspective, New York: Cambridge University Press.

Kaplan, S. ve Talbot, J. F., 1983. Psychological Benefits of a Wilderness Experience. In I. Altman, & J. F.Wohlwill (Eds.). Human Behavior and the Environment: Advances in Theory and Research: Behavior and the Natural Environment 6, 163-203, New York: Plenum Press.

Karakuş, P., 2007. İzmir Kültürparkının, İzmirliler Açısından Anlamı ve Kültürpark Hakkındaki Temsilleri, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü İzmir.

Kasarda, J. D. ve Janowitz, M., 1974. Community Attachment in Mass Society, American Sociological Review, 39, 328-339.

Kellekçi, Ö.L. ve Berköz, L., 2006. Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler, İTÜDERGİSİ/a 5, 2, 167-178.

Khozaei, F., Ramayah, T., Sanusi Hassan, A. ve Surienty, L., 2012. Sense of Attachment to Place and Fulfilled Preferences, The Mediating Role of Housing Satisfaction, Property Management, 30, 3, 292-310.

Kim, J. ve Kaplan, R., 2004. Physical and Psychological Factors in Sense of Community, Environment and Behavior, 36, 313–340.

Krannich, R., S. ve Greider, T., 1984. Personal Well-Being in Rapid Growth ad Stable Communities: Multiple Indicators and Contrasting Results, Rural Sociology, 49, 541-552.

Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., ve Wickham, T., 2004a. An Examination of Recreationists' Relationships With Activities and Settings, Leisure Sciences, 26, 123-142.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. ve Bacon, J., 2004b. Effects of Place Attachment on Users' Perceptions of Social and Environmental Conditions in a Natural Setting, Journal of Environmental Psychology,, 24, 2, 213-225.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., ve Bacon, J., 2004c. Predictors of Behavior Loyalty Among Hikers Along the Appalachian Trail, Leisure Sciences, 26, 99-118.

Kyle, G., T., Mowen, A. J. ve Tarrant, M., 2004d. Linking Place Preferences With Place Meaning: An Examination of The Relationship Between Place Motivation and Place Attachment, Journal of Environmental Psychology, 24, 4, 439-454.

Laczko, L., S., 2005. National and Local Attachments in a Changing World System: Evidence From an International Survey, International Review of Sociology, 15, 517-528.

Lalli, M., 1992. Urban-related identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings, Journal of Environmental Psychology, 12, 285-303.

Lang, J., 1994. Urban Design: The American Experience, Van Nostrand Reinhold, New York.

Lee, C. C. ve Allen, L., 1999. Understanding Individual's Attachment to Selected Destinations: An Application of Place Attachment, Tourism Analysis, 4, 3-4, 173–185.

Lee, J., Kyle, G. ve Scott, D., 2012. The Mediating Effect of Place Attachment on The Relationship Between Festival Satisfaction and Loyalty to The Festival Hosting Destination, Journal of Travel Research, 51, 6, 754–767.

Lefebvre, H., 1991. The Production of Space, Translated by D Nicholson-Smith, Blackwell, Oxford.

Lewicka, M., 2005. Ways to Make People Active: Role of Place Attachment, Cultural Capital and Neighborhood Ties, Journal of Environmental Psychology, 4, 381-395.

Lewicka, M., 2010a. Place attachment: How Far Have We Come in The Last 40 years? Journal of Environmental Psychology, 31, 3, 207-230.

Lewicka, M. 2010b. What Makes Neighborhood Different From Home and City? Effects of Place Scale on Place Attachment, Journal of Environmental Psychology, 30, 35-51.

Lewicka, M., 2011. Place Attachment: How Far Have We Come In The Last 40 Years?. Journal of Environmental Psychology, 31, 3, 207-230.

Likert, R., 1932. A Technique for the Measurement of Attitudes, Archives of Psychology, 140-5-53.

Low, S. M. ve Altman, I., 1992. Place Attachment: Human Behavior and Environment, Advances in Theory and Research (cilt 12). New York & London: Plenum Press.

Madanipour, A., 1999. Why Are The Design and Development of Public Spaces Significant for Cities? Environment and Planning B: Planning and Design, 26, 879–891.

Man Yu, Li., 2011. Place Attachment in University Students: Social Antecedents and Academic Motivations. Doctoral thesis, B. S. Sc. in Psychology, Chinese University of Hong Kong.

Manzo, L.C., 2003. Beyond House and Haven: Toward a Revisioning of Emotional Relationships With Places, Journal of Environmental Psychology, 23, 47-61.

Maslow, A., H., 1954. Motivation and Personality (3rd), Longman, New York.

Maslow, A., 1987. Motivation and Personality. 3d Ed. Rev. By Robert Frager, James Fadiman, Cynthia Mcreynolds and Ruth Cox. New York: Harper & Row

Mazumdar, S. ve Mazumdar, S., 2004, Religion and Place Attachment: A Study of Sacred Places, Journal of Environmental Psychology, 24, 385-397.

Mehta, V., 2007. Lively Streets Determining Environmental Characteristics to Support Social Behavior, Journal of Planning Education and Research, 27, 2, 165-187.

Mesch, G. ve Manor, O., 1998. Social Ties, Environment Perception and Local Attachment, Environment and Behavior, 30, 4, 504–519.

Milligan, M. J., 1998. Interactional Past and Potential: The Social Construction of Place Attachment, Symbolic Interaction, 21, 1-33.

Montgomery, J., 1998. Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design, Journal of Urban Design, 3, 1, 93-116.

Moore, R. L. ve Graefe, A. R., 1994. Attachment to Recreation Settings: The Case of Rail-Trail Users, Leisure Sciences, 16, 1 7 - 31.

Morita, A., Takano, T., Nakamura, K., Kizuki, M. and Seino, K., 2010. Contribution of Interaction With Family, Friends and Neighbours, and Sense of Neighbourhood Attachment to Survival in Senior Citizens: 5-year Follow-Up Study, Social Science & Medicine, 70, 4, 543-549.

Mumcu, S., 2009. Açık Mekanlarda Davranış Konumları: Oturma Davranışının Değişiminin İncelenmesi, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi.

Neal, J., ve Gursoy, D., 2008. A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction, Journal of Travel Research, 47, 1, 53-62.

Ng, S. H., Kam, P. K., ve Pong, R.W. M., 2005. People Living in Ageing Buildings: Their Quality of Life and Sense of Belonging, Journal of Environmental Psychology, 25, 347–360.

Özbilen, A., 1983. Meryemana (Sümela) Kırsal Yöresinde. Çevre Tasarımı için Kullanıcıya Referans Olan) Yapay-Doğal İmgelem Öğelerinin Araştırılması, Basılmış Doktora Tezi, KTÜ Fen Blimleri Enstitüsü, KTÜ Basımevi Trabzon.

PPS. Streets as Places: Using Streets to Rebuild Communities, Project for Public Spaces Publication, New York; e-book: http://www.pps.org/pdf/bookstore/Using_Streets_to_Rebuild_Commun ities.pdf. 28 Nisan 2013.

Prayag, G. ve Ryan, C., 2012. Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement and Satisfaction. Journal of Travel Research, 51, 3, 342–356.

Preiser W., F., 1983. The Habitability Framework, A Conceptual Aproach Towards Linking Human Behaviour and Phsical Environment, Design Studies, 4, 2, 84-90.

Preiser, W. F., 1989. Towards a Performance-Based Conceptual Framework For Systematic POEs, Building evaluation , 1-7.

Pretty, G.H., Chipuer, H. M. and Bramston, P., 2003. Sense of Place Amongst Adolescents and Adults in Two Rural Australian Towns: The Discriminating Features of Place Attachment, Sense of Community and Place Dependence in Relation to Place Identity, Journal of Environmental Psychology, 23, 273-287.

Proshansky, H., M., Ittelson, W. H., ve Rivlin, L., G.,1976. Environmental Psychology: People and Their Physical Settings. Holt, 632s.

Proshansky, H.,1978. The City and Self-Identity. Environment and Behavior, 10, 2, 147-169.

Proshansky, H., Fabian, A. ve Kaminoff, R., 1983. Place-Identity: Physical World Socialization of The Self, Journal of Environmental Psychology, 3, 1, 57-83.

Ramkissoon, H., Weiler, B. ve Smith, L., 2012. Place Attachment and Pro-environmental Behaviour in National Parks: The Development of a Conceptual Framework, Journal of Sustainable Tourism, 20, 2, 257-276.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G. ve Weiler, B., 2013a. Relationships Between Place Attachment, Place Satisfaction and Pro-Environmental Behaviour in an Australian National Park, Journal of Sustainable Tourism, 21, 3, 434–457.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G. ve Weiler, B., 2013b. Testing the Dimensionality of Place Attachment and Its Relationships With Place Satisfaction and Pro-Environmental Behaviours: A Structural Equation Modelling Approach, Tourism Management, 36, 552–566.

Rapoport, A., 1990. Systems of Activities and Systems of Settings, Domestic Architecture and The Use of Space: An Interdisciplinary Cross-Cultural Study, 9-20.

Raymond, C., Brown, G. ve Weber, D., 2010. The Measurement of Place Attachment: Personal, Community, and Environmental Connections, Journal of Environmental Psychology, 30, 422-434.

Raymond, C., Brown, G. ve Robinson, G., 2011. The influence of Place Attachment, and Moral and Normative Concerns On the Conservation of Native Vegetation: A Test of Two Behavioural Models, Journal of Environmental Psychology, 31, 323-335.

Relph, E., 1976. Place and Placelessness. London, UK: Pion Limited.

Riger, S. ve Lavrakas, P. J., 1981. Community Ties: Patterns of Attachment and Social Interaction in Urban Neighborhoods. Am J Commun Psychol American Journal of Community Psychology, *9*, 1, 55-66.

Sarason, S. B., 1974. The Psychological Sense of Community: Prospects For a Community Psychology, Jossey-Bass.

Scannell, L. ve Gifford, R., 2010a. The Relations Between Natural and Civic Pace Attachment and Pro-environmental Behavior, Journal of Environmental Psychology, 30, 3, 289–297.

Scannell, L. ve Gifford, R., 2010b. Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework, Journal of Environmental Psychology, 30, 1-10.

Schulz, C.N., 1980. Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture. Rizzoli.

Schulz, C,N., 1988. Architecture: Meaning and Place, Electa/Rizzoli, New York.

Shamai, S. ve Ilatov, Z. 2005. Measuring Sense of Place: Methodological Aspects, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 96, 467–476.

Shamsuddin, S., ve Ujang, N., 2008. Making Places: The Role of Attachment In Creating The Sense of Place For Traditional Streets In Malaysia, Habitat International, *32*, 3, 399-409.

Shumaker, S. A. ve Taylor, R. B. 1983. Toward a Clarification of People-Place Relationships: A Model of Attachment to Place, Environmental psychology: Directions and perspectives, *2*, 19-25.

Stedman, R. C., 2002. Toward A Social Psychology of Place: Predicting Behavior From Place-Based Cognitions, Attitude, and Identity, Environment & Behavior, 34, 561-581

Sturner, W.F., 2009. Environmental Code: Creating a Sense of Place on College Campus, Journal of Higher Education, 43, 2, 97-109.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., ve Osterlind, S. J., 2001. Using Multivariate Statistics.

Tavşancıl, E., 2005. Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2. Basım.

Tuan, Y.F., 1974. Topophilia: a Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Tuan, Y.F., 1977. Space and Place: The Perspective of Experience, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Tuan, Y., 1980. Rootedness Versus Sense of Place, Landscape, 24, 3-8.

Turan, İ., Şimşek, Ü. ve Aslan, H. (2015). Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert-tipi Soruların Kullanımı ve Analizi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 30, 186-203.

Ujang, N., 2016. Place attachment and Continuity of Urban Place Identity, Asian Journal of Environment-Behaviour Studies, 2, 2, 119-134.

Uzzell, D., Pol, E. ve Badenas, D., 2002. Place Identification, Social Cohesion and Environmental Sustainability, Environment and Behaviour, 34,1, 26-53.

Vaske, J., J., ve Kobrin, K., C., 2001. Place attachment and Environmentally Responsible Behavior, The Journal of Environmental Education, 32, 4, 16-21.

Whyte, W. H., 2000. How To Turn a Place Around, Projects for Public Space Inc, 52.

Whyte, W. H., 1980. The Social Life of Small Urban Spaces, Washington D.C.

Whyte, W. H., 1998. City: Rediscovering the Center, New York: Doubleday.

Williams, D. R., McDonald, C. D., Riden, C. M., ve Uysal, M., 1995. Community Attachment, Regional Identity and Resident Attitudes Towards Tourism. In Proceedings of the 26th Annual Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings, 424-428. Wheat Ridge, CO: Travel and Tourism Research Association.

Williams, D. R. ve Roggenbuck, J., W., 1989. Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results, In NRPA Symposium on Leisure Research, San Antonio, TX, 9.

Williams, D., R., ve Vaske, J., J., 2003. The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach, Forest Science, 49, 6, 830-840.

Yu, Y. ve Dean, A., 2001. The Contribution of Emotional Satisfaction to Consumer Loyalty, International Journal of Service Industry Management, 12, 234-250.

Yuksel, A., Yuksel, F. ve Bilim, Y., 2010. Destination Attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective and Conative Loyalty. Tourism Management, *31*, 2, 274–284.

7. EKLER

Ek 1. Anket Formu

BU ANKET KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ, PEYZAJ MİMARLIĞI BÖLÜMÜNDE YÜRÜTÜLMEKTE OLAN BİR ARAŞTIRMAYA YÖNELİK OLARAK YAPILMAKTADIR. KATILDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ.

Sınıfınız: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ve üstü

Cinsiyetiniz: ☐ Kız ☐ Erkek

1.Kampüste boş zamanlarınızı değerlendirmek için en çok hangi mekanları kullanıyorsunuz?

_____Şenlik Alanı
_____Merkez Koru Alanı
_____Aşıklar Parkı

2.Bu alanı hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

_____Hergün

_____Her haftasonu

_____Haftada birkaç kez

_____Ayda birkaç kez

_____Yılda birkaç kez

3.Bu alana geldiğinizde genellikle ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

_____Yarım saatten az

_____Yarım saat

_____1-2 saat

_____2-3 saat

_____3 saatten fazla

4.Bu alana hangi etkinlikleri gerçekleştirmek için geliyorsunuz?

_____Oturmak
_____ Çevreyi ve İnsanları İzlemek
_____Arkadaşlarla buluşmak
_____Dinlenmek
_____Spor etkinlikleri
_____Dans etmek
_____Arkadaşlarla sohbet etmek
_____Yemek içmek
_____Ders çalışmak – kitap okumak
_____Müzik (enstrüman çalmak – dinlemek)
_____Köpek Gezdirmek
_____Diğ

1: kesinlikle katılmıyorum, **2:katılmıyorum**, **3: ne katılıyorum ne katılmıyorum**, **4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum**

5. Bulunduğunuz konum için, mekanın belirtilen özelliklerini puanlayınız.

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Bu alandaki etkinlik mekanları yeterlidir.					
2.Bu alandaki donatı elemanları(*oturma elemanı, gölge elemanı, aydınlatma elemanı, çöp kutusu elemanı*) yeterlidir					
3.Bu alanda donatı elemanları (*oturma elemanı, gölge elemanı, aydınlatma elemanı, çöp kutusu elemanı*) rahat ve kullanışlıdır.					
4.Bu alandaki döşeme elemanları yürümek için rahat ve kullanışlıdır.					
5. Bu alanda güvenlik hizmetleri yeterlidir					
6. Bu alandaki donatı elamanlarını biçim, doku ve renk açısından beğeniyorum.					
7.Bu alandaki yer döşeme kaplamalarını biçim, doku ve renk açısından beğeniyorum.					
8. Bu alandaki yeşil alanların görünümünü beğeniyorum.					
9.Bu alandaki döşeme kaplamaları temiz ve bakımlıdır.					
10. Bu alandaki donatı elemanları(*oturma elemanı, gölge elemanı, aydınlatma elemanı, çöp kutusu elemanı)* temiz ve bakımlıdır.					
11. Bu alandaki yeşil alanlar temiz ve bakımlıdır.					
12. Bu alandaki etkinlik mekanları, donatılar ve yeşil alanlar çevreye göre farklılık göstermektedir.					
13. Bu alanda insanlar çevrenin fotoğraflarını çekmektedir.					
14. Bu alandaki etkinlik mekanlarının konumları birbiriyle yakın ilişkilidir.					
15. Bu alan konum olarak, diğer mekanlara oldukça yakındır.					
16. Bu alanda rahatlıkla yürüyebiliyorum.					
17. Bu alanda neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.					
18.Bu alanın yakın çevresiyle bağlantısı iyidir.					
19.Bu alana çeşitli ulaşım araçlarıyla gelebiliyorum(Otobüs, araba, bisiklet vs).					
20.Bu alandaki etkinlik mekanları amacına uygundur.					
21.Bu alandaki yürüyüş alanları gitmek istediğim yere götürür.					
22.Bu alan çeşitli etkinliklerin meydana gelmesine olanak sağlar *(yürümek, yemek yemek, rahatlama, kitap okuma, sohbet etme, çevreyi izleme vs.)*					

Ek 1 devamı

23.Bu alan insanlar tarafından yoğun olarak kullanılıyor.					
24. Bu mekan canlı kullanıma sahiptir.					
25.Bu alanda insanlar grup halindedir.					
26.Bu alanın bazı bölgeleri yoğun olarak kullanılırken bazı bölgeleri kullanılmamaktadır.					
27.Bu mekan herkes tarafından tanınır ve kullanılır.					
28.Bu alanda yapmak istediğim şeyleri yapmama olanak sağlayan seçenekler mevcuttur.					
29.Bu mekanı kullanırken, mekanın belirli sorumluları olduğunu hissediyorum.					
30.Bu alandaki insanlar grup halinde birbiriyle konuşmaktadır.					
31.Bu alandaki etkinlikler birden çok insan ile gerçekleşmektedir.					
32.Bu mekanı düzenli olarak veya özellikle bir etkinliği gerçekleştirmek için kullanıyorum.					
33.Bu mekanı belirli bir etkinlik için gelmesem de kullanıyorum.					
34.Bu alanı akşamları rahatlıkla kullanıyorum.					
35.Bu alanda kadın kullanıcı sayısı erkek kullanıcılardan fazladır.					
36.Bu alan tanıdıklarımla karşılaşmama olanak sağlıyor.					
37.Bu mekana başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.					
38.Bu mekana geldiğimde mekandaki etkinliklere katılmak istiyorum.					
39. Bu mekanda kullanıcı çeşitliliği vardır.					
40.Bu mekan farklı insanlarla tanışmama olanak sağlıyor.					
41.Bu mekanda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.					

6. Bulunduğunuz konumdan, memnuniyet düzeyinizi puanlayınız.

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Bu mekanın sunduğu konfor olanaklarından memnunum					
2. Bu mekanın sunduğu ulaşılabilirlik olanaklarından memnunum					
3. Bu mekanın sunduğu aktivite olanaklarından memnunum					
4. Bu mekanın sunduğu sosyalleşme olanaklarından memnunum					
5. Bu mekanı ziyaretimden genel olarak memnunum					

Ek 1 devamı

7.Bulunduğunuz konum için, belirtilen ifadeleri puanlayınız.

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Bu mekan yapmak istediğim iş için en iyi yerdir.					
2. Başka hiçbir mekan burası ile karşılaştırılamaz.					
3. Diğer yerlere kıyasla en çok buraya gelmekten tatmin oluyorum.					
4.Yaptığım işi (ne yapıyorsam) burada yapmak, başka bir yerde yapmaktan daha önemli geliyor.					
5. Bu mekanda yaptığım işler için başka hiçbir mekanı buranın yerine kullanmam.					
6. Bu mekanda yaptığım işleri, benzer bir yerde yapmaktan da hoşlanırım.					

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
7. Bu mekanın benim bir parçam olduğunu hissediyorum					
8. Bu mekan benim için çok özel					
9. Bu mekanla kendimi çok kuvvetli bir şekilde özdeşleştiriyorum					
10. Bu mekana çok bağlıyım					
11. Bu mekana gelmek, kim olduğumun önemli bir göstergesi					
12. Bu mekanın benim için anlamı büyük					

Ek 2. Kullanım sıklığı ile çevresel özellik alt boyutlarının Tukey Post Hoc Analizi

Tukey HSD

Bağımlı Değişken	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Sh	p
KONFOR VE KİMLİK	Her gün	Her haftasonu	-,00259	,17932	1,000
		Haftada birkaç kez	-,18992	,17570	,816
		Ayda birkaç kez	-,15188	,17796	,913
		Yılda birkaç kez	,26604	,19252	,640
	Her haftasonu	Her gün	,00259	,17932	1,000
		Haftada birkaç kez	-,18732	,10120	,346
		Ayda birkaç kez	-,14929	,10508	,615
		Yılda birkaç kez	,26863	,12819	,224
	Haftada birkaç kez	Her gün	,18992	,17570	,816
		Her haftasonu	,18732	,10120	,346
		Ayda birkaç kez	,03804	,09877	,995
		Yılda birkaç kez	,45595(*)	,12307	,002
	Ayda birkaç kez	Her gün	,15188	,17796	,913
		Her haftasonu	,14929	,10508	,615
		Haftada birkaç kez	-,03804	,09877	,995
		Yılda birkaç kez	,41792(*)	,12629	,009
	Yılda birkaç kez	Her gün	-,26604	,19252	,640
		Her haftasonu	-,26863	,12819	,224
		Haftada birkaç kez	-,45595(*)	,12307	,002
		Ayda birkaç kez	-,41792(*)	,12629	,009
ULAŞIM VE BAĞLANTI	Her gün	Her haftasonu	-,35007	,20459	,428
		Haftada birkaç kez	-,52632	,20046	,068
		Ayda birkaç kez	-,14035	,20304	,958
		Yılda birkaç kez	,67936(*)	,21964	,018
	Her haftasonu	Her gün	,35007	,20459	,428
		Haftada birkaç kez	-,17625	,11546	,546
		Ayda birkaç kez	,20972	,11989	,405
		Yılda birkaç kez	1,02943(*)	,14626	,000
	Haftada birkaç kez	Her gün	,52632	,20046	,068
		Her haftasonu	,17625	,11546	,546
		Ayda birkaç kez	,38596(*)	,11269	,006
		Yılda birkaç kez	1,20567(*)	,14042	,000
	Ayda birkaç kez	Her gün	,14035	,20304	,958
		Her haftasonu	-,20972	,11989	,405
		Haftada birkaç kez	-,38596(*)	,11269	,006
		Yılda birkaç kez	,81971(*)	,14408	,000
	Yılda birkaç kez	Her gün	-,67936(*)	,21964	,018
		Her haftasonu	-1,02943(*)	,14626	,000
		Haftada birkaç kez	-1,20567(*)	,14042	,000
		Ayda birkaç kez	-,81971(*)	,14408	,000

Ek 2 devamı

KULLANIM VE AKTİVİTE	Her gün	Her haftasonu	,16645	,22533	,947
		Haftada birkaç kez	-,31398	,22078	,614
		Ayda birkaç kez	,31278	,22362	,629
		Yılda birkaç kez	1,06447(*)	,24191	,000
	Her haftasonu	Her gün	-,16645	,22533	,947
		Haftada birkaç kez	-,48043(*)	,12716	,002
		Ayda birkaç kez	,14633	,13204	,802
		Yılda birkaç kez	,89802(*)	,16108	,000
	Haftada birkaç kez	Her gün	,31398	,22078	,614
		Her haftasonu	,48043(*)	,12716	,002
		Ayda birkaç kez	,62676(*)	,12411	,000
		Yılda birkaç kez	1,37845(*)	,15465	,000
	Ayda birkaç kez	Her gün	-,31278	,22362	,629
		Her haftasonu	-,14633	,13204	,802
		Haftada birkaç kez	-,62676(*)	,12411	,000
		Yılda birkaç kez	,75169(*)	,15868	,000
	Yılda birkaç kez	Her gün	-1,06447(*)	,24191	,000
		Her haftasonu	-,89802(*)	,16108	,000
		Haftada birkaç kez	-1,37845(*)	,15465	,000
		Ayda birkaç kez	-,75169(*)	,15868	,000
SOSYALLEŞME	Her gün	Her haftasonu	-,08984	,25932	,997
		Haftada birkaç kez	-,40026	,25408	,514
		Ayda birkaç kez	,05439	,25736	1,000
		Yılda birkaç kez	,78415(*)	,27840	,041
	Her haftasonu	Her gün	,08984	,25932	,997
		Haftada birkaç kez	-,31042	,14635	,213
		Ayda birkaç kez	,14422	,15196	,877
		Yılda birkaç kez	,87399(*)	,18538	,000
	Haftada birkaç kez	Her gün	,40026	,25408	,514
		Her haftasonu	,31042	,14635	,213
		Ayda birkaç kez	,45464(*)	,14284	,014
		Yılda birkaç kez	1,18441(*)	,17798	,000
	Ayda birkaç kez	Her gün	-,05439	,25736	1,000
		Her haftasonu	-,14422	,15196	,877
		Haftada birkaç kez	-,45464(*)	,14284	,014
		Yılda birkaç kez	,72977(*)	,18262	,001
	Yılda birkaç kez	Her gün	-,78415(*)	,27840	,041
		Her haftasonu	-,87399(*)	,18538	,000
		Haftada birkaç kez	-1,18441(*)	,17798	,000
		Ayda birkaç kez	-,72977(*)	,18262	,001

Ek 3. Kullanım sıklığı ile memnuniyet boyutunun Tukey Post Hoc Analizi

Tukey HSD

Bağımlı Değişken	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Sh	p
MEMNUNİYET	Her gün	Her haftasonu	,08651	,27388	,998
		Haftada birkaç	,03957	,26834	1,000
		Ayda birkaç kez	,29474	,27180	,815
		Yılda birkaç kez	,80336	,29402	,051
	Her haftasonu	Her gün	-,08651	,27388	,998
		Haftada birkaç	-,04694	,15456	,998
		Ayda birkaç kez	,20823	,16049	,693
		Yılda birkaç kez	,71685(*)	,19579	,003
	Haftada birkaç	Her gün	-,03957	,26834	1,000
		Her haftasonu	,04694	,15456	,998
		Ayda birkaç kez	,25517	,15085	,440
		Yılda birkaç kez	,76379(*)	,18797	,001
	Ayda birkaç kez	Her gün	-,29474	,27180	,815
		Her haftasonu	-,20823	,16049	,693
		Haftada birkaç	-,25517	,15085	,440
		Yılda birkaç kez	,50862	,19287	,066
	Yılda birkaç kez	Her gün	-,80336	,29402	,051
		Her haftasonu	-,71685(*)	,19579	,003
		Haftada birkaç	-,76379(*)	,18797	,001
		Ayda birkaç kez	-,50862	,19287	,066

Ek 4. Kullanım süresi ile memnuniyet boyutunun Tukey Post Hoc Analizi

Tukey HSD

Bağımlı Değişken	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Sh	p
MEMNUNİYET	Yarım saatten az	Yarım saat	-,32600	,15433	,217
		1-2 saat	-1,30484(*)	,15546	,000
		2-3 saat	-,95272(*)	,17373	,000
		3 saatten fazla	-1,44963(*)	,22993	,000
	Yarım saat	Yarım saatten az	,32600	,15433	,217
		1-2 saat	-,97884(*)	,13522	,000
		2-3 saat	-,62672(*)	,15587	,001
		3 saatten fazla	-1,12362(*)	,21676	,000
	1-2 saat	Yarım saatten az	1,30484(*)	,15546	,000
		Yarım saat	,97884(*)	,13522	,000
		2-3 saat	,35212	,15700	,167
		3 saatten fazla	-,14478	,21757	,964
	2-3 saat	Yarım saatten az	,95272(*)	,17373	,000
		Yarım saat	,62672(*)	,15587	,001
		1-2 saat	-,35212	,15700	,167
		3 saatten fazla	-,49690	,23097	,201
	3 saatten fazla	Yarım saatten az	1,44963(*)	,22993	,000
		Yarım saat	1,12362(*)	,21676	,000
		1-2 saat	,14478	,21757	,964
		2-3 saat	,49690	,23097	,201

Ek 5. Kullanım sıklığı ile yere bağımlılık boyutunun Tukey Post Hoc Analizi

Tukey HSD

Bağımlı Değişken	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Sh	p
YERE BAĞIMLILIK	Her gün	Her haftasonu	-,46058	,22537	,247
		Haftada birkaç kez	-,61325(*)	,22082	,045
		Ayda birkaç kez	-,55965	,22367	,092
		Yılda birkaç kez	,01586	,24195	1,000
	Her haftasonu	Her gün	,46058	,22537	,247
		Haftada birkaç kez	-,15268	,12719	,751
		Ayda birkaç kez	-,09907	,13207	,944
		Yılda birkaç kez	,47644(*)	,16111	,027
	Haftada birkaç kez	Her gün	,61325(*)	,22082	,045
		Her haftasonu	,15268	,12719	,751
		Ayda birkaç kez	,05360	,12414	,993
		Yılda birkaç kez	,62912(*)	,15468	,001
	Ayda birkaç kez	Her gün	,55965	,22367	,092
		Her haftasonu	,09907	,13207	,944
		Haftada birkaç kez	-,05360	,12414	,993
		Yılda birkaç kez	,57551(*)	,15872	,003
	Yılda birkaç kez	Her gün	-,01586	,24195	1,000
		Her haftasonu	-,47644(*)	,16111	,027
		Haftada birkaç kez	-,62912(*)	,15468	,001
		Ayda birkaç kez	-,57551(*)	,15872	,003

Ek 6. Kullanım süresi ile yere bağlılık alt boyutlarının Tukey Post Hoc Analizi

Tukey HSD

YERE KİMLİĞİ	Yarım saatten az	Yarım saat	-,35481	,13541	,069
		1-2 saat	-,79509(*)	,13641	,000
		2-3 saat	-,80099(*)	,15243	,000
		3 saatten fazla	-,99927(*)	,20175	,000
	Yarım saat	Yarım saatten az	,35481	,13541	,069
		1-2 saat	-,44028(*)	,11865	,002
		2-3 saat	-,44619(*)	,13677	,011
		3 saatten fazla	-,64447(*)	,19019	,007
	1-2 saat	Yarım saatten az	,79509(*)	,13641	,000
		Yarım saat	,44028(*)	,11865	,002
		2-3 saat	-,00590	,13776	1,000
		3 saatten fazla	-,20418	,19090	,822
	2-3 saat	Yarım saatten az	,80099(*)	,15243	,000
		Yarım saat	,44619(*)	,13677	,011
		1-2 saat	,00590	,13776	1,000
		3 saatten fazla	-,19828	,20266	,865
	3 saatten fazla	Yarım saatten az	,99927(*)	,20175	,000
		Yarım saat	,64447(*)	,19019	,007
		1-2 saat	,20418	,19090	,822
		2-3 saat	,19828	,20266	,865
YERE BAĞIMLILIK	Yarım saatten az	Yarım saat	-,21443	,12431	,420
		1-2 saat	-,38991(*)	,12523	,017
		2-3 saat	-,45816(*)	,14052	,011
		3 saatten fazla	-,54625(*)	,18521	,028
	Yarım saat	Yarım saatten az	,21443	,12431	,420
		1-2 saat	-,17548	,10892	,491
		2-3 saat	-,24374	,12620	,303
		3 saatten fazla	-,33182	,17460	,319
	1-2 saat	Yarım saatten az	,38991(*)	,12523	,017
		Yarım saat	,17548	,10892	,491
		2-3 saat	-,06825	,12710	,983
		3 saatten fazla	-,15634	,17525	,900
	2-3 saat	Yarım saatten az	,45816(*)	,14052	,011
		Yarım saat	,24374	,12620	,303
		1-2 saat	,06825	,12710	,983
		3 saatten fazla	-,08809	,18649	,990
	3 saatten fazla	Yarım saatten az	,54625(*)	,18521	,028
		Yarım saat	,33182	,17460	,319
		1-2 saat	,15634	,17525	,900
		2-3 saat	,08809	,18649	,990

Ek 7. Kullanıcıların açık mekan tercihleri ile çevresel özellikler alt boyutlarının Post Hoc Analizi

Tukey HSD

Bağımlı Değişken Çevresel	Sıklık	Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Sh	p
KONFOR VE KİMLİK	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,05476	,09220	,823
		Aşıklar Parkı	-,01277	,14376	,996
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,05476	,09220	,823
		Aşıklar Parkı	-,06752	,15818	,904
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	,01277	,14376	,996
		Koru Alanı	,06752	,15818	,904
ULAŞIM VE BAĞLANTI	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,29022(*)	,11271	,028
		Aşıklar Parkı	,14582	,17574	,685
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,29022(*)	,11271	,028
		Aşıklar Parkı	-,14440	,19337	,736
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-,14582	,17574	,685
		Koru Alanı	,14440	,19337	,736
KULLANIM VE AKTİVİTE	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,65629(*)	,12116	,000
		Aşıklar Parkı	,21575	,18891	,489
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,65629(*)	,12116	,000
		Aşıklar Parkı	-,44054	,20786	,087
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-,21575	,18891	,489
		Koru Alanı	,44054	,20786	,087
SOSYALLEŞME	Şenlik Alanı	Koru Alanı	,67789(*)	,13324	,000
		Aşıklar Parkı	,53709(*)	,20774	,027
	Koru Alanı	Şenlik Alanı	-,67789(*)	,13324	,000
		Aşıklar Parkı	-,14080	,22857	,811
	Aşıklar Parkı	Şenlik Alanı	-,53709(*)	,20774	,027
		Koru Alanı	,14080	,22857	,811

Ek 8. Çevresel faktörleri oluşturan ifadelerin, kullanıcı memnuniyeti, yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliği ile olan ilişkileri

	Memnuniyet	Yere Bağlılık	Yere Bağımlılık	Yer Kimliği
1.FAKTÖR: SOSYALLEŞME	,814**	,708**	,738**	,455**
30.Bu alandaki insanlar grup halinde birbiriyle konuşmaktadır.	,708**	,584**	,618**	,313**
31.Bu alandaki etkinlikler birden çok insan ile gerçekleşmektedir.	,697**	,571**	,624**	,273**
32.Bu mekanı düzenli olarak veya özellikle bir etkinliği gerçekleştirmek için kullanıyorum.	,616**	,578**	,612**	,406**
33.Bu mekanı belirli bir etkinlik için gelmesem de kullanıyorum.	,698**	,606**	,630**	,386**
34.Bu alanı akşamları rahatlıkla kullanıyorum.	,715**	,622**	,617**	,396**
35.Bu alanda kadın kullanıcı sayısı erkek kullanıcılardan fazladır.	,603**	,602**	,658**	,397**
36.Bu alan tanıdıklarımla karşılaşmama olanak sağlıyor.	,718**	,649**	,643**	,465**
37.Bu mekana başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.	,696**	,594**	,601**	,384**
38.Bu mekana geldiğimde mekandaki etkinliklere katılmak istiyorum.	,687**	,621**	,628**	,416**
39.Bu mekanda kullanıcı çeşitliliği vardır.	,691**	,562**	,624**	,349**
40.Bu mekan farklı insanlarla tanışmama olanak sağlıyor.	,711**	,605**	,611**	,411**
41.Bu mekanda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.	,748**	,639**	,632**	,452**
2.FAKTÖR: KULLANIM VE AKTİVİTE	,721**	,633**	,635**	,386**
22.Bu alan çeşitli etkinliklerin meydana gelmesine olanak sağlar	,662**	,573**	,568**	,359**
23.Bu alan insanlar tarafından yoğun olarak kullanılıyor	,635**	,570**	,554**	,357**
24.Bu mekan canlı kullanıma sahiptir.	,510**	,504**	,468**	,341**
25.Bu alanda insanlar grup halindedir.	,619**	,503**	,521**	,336**
26.Bu alanın bazı bölgeleri yoğun olarak kullanılırken bazı bölgeleri kullanılmamaktadır.	,564**	,510**	,521**	,287**
27.Bu mekan herkes tarafından tanınır ve kullanılır.	,594**	,504**	,540**	,268**
28.Bu alanda yapmak istediğim şeyleri yapmama olanak sağlayan seçenekler mevcuttur.	,638**	,566**	,561**	,327**
3.FAKTÖR: KONFOR VE KİMLİK	,598**	,459**	,532**	,306**
3.Bu alanda donatı elemanları rahat ve kullanışlıdır.	,511**	,409**	,482**	,294**
4.Bu alandaki döşeme elemanları yürümek için rahat ve kullanışlıdır.	,458**	,407**	,457**	,248**
8. Bu alandaki yeşil alanların görünümünü beğeniyorum.	,445**	,325**	,347**	,200**
9.Bu alandaki döşeme kaplamaları temiz ve bakımlıdır.	,447**	,341**	,368**	,190**

Ek 8'in devamı

10. Bu alandaki donatı elemanları temiz ve bakımlıdır.	,490**	,377**	,435**	,210**
11.Bu alandaki etkinlik mekanları yeterlidir.	,583**	,418**	,522**	,328**
12. Bu alandaki etkinlik mekanları, donatılar ve yeşil alanlar çevreye göre farklılık göstermektedir.	,517**	,412**	,478**	,271**
4.FAKTÖR: ERİŞİM VE BAĞLANTI	,381**	,352**	,376**	,220**
14. Bu alandaki etkinlik mekanlarının konumları birbiriyle yakın ilişkilidir.	,235**	,266**	,303**	,256**
15. Bu alan konum olarak, diğer mekanlara oldukça yakındır.	,222**	,225**	,284**	,110**
17. Bu alanda neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.	,279**	,276**	,259**	,191**
18.Bu alanın yakın çevresiyle bağlantısı iyidir.	,351**	,346**	,316**	,213**
20.Bu alandaki etkinlik mekanları amacına uygundur.	,362**	,347**	,315**	,261**
21.Bu alandaki yürüyüş alanları gitmek istediğim yere götürür.	,293**	,244**	,314**	,166**
** (p≤0,01), * (p≤0,05) N=360				

ÖZGEÇMİŞ

1987 yılında Şebinkarahisar'da doğdu. İlk ve ortaokul eğitimini Mimar Sinan İlköğretim Okulu'nda, Lise öğrenimini ise Trabzon Lisesi'nde tamamladı.

2004 yılında başladığı Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümündeki öğrenimini 2008 yılında bölüm birinciliği ve fakülte birinciliğiyle tamamladı. Aynı yıl K.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda başladığı yüksek lisans eğitimini 2011 yılında "Kentsel Açık Mekanlarda Kullanım Sonrası Değerlendirme: Trabzon Sahil Bandı Örneği" adlı tez çalışması ile tamamladı. 2012 yılında başladığı doktora ile öğrenimine devam etti.

2009 yılından beri K.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır.