

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

**PEYZAJ MİMARLIĞINDA KATMANLAŞMA VE YER GENİ:
TRABZON KAHRAMANMARAŞ CADDESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEL LİSANS TEZİ

Mediha ÖZCELEP

**EKİM 2023
TRABZON**



KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

PEYZAJ MİMARLIĞI ANABİLİM DALI

**PEYZAJ MİMARLIĞINDA KATMANLAŞMA VE YER GENİ:
TRABZON KAHRAMANMARAŞ CADDESİ ÖRNEĞİ**

Mediha ÖZCELEP

Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünde
“PEYZAJ YÜKSEK MİMARİ”
Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 27 / 09 / 2023

Tezin Savunma Tarihi : 25 / 10 / 2023

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Doruk Görkem ÖZKAN

Trabzon 2023

ÖNSÖZ

“Peyzaj Mimarlığında Katmanlaşma ve Yer Geni: Trabzon Kahramanmaraş Caddesi Örneği” isimli bu tez Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek lisans Programı’nda hazırlanmıştır.

Tez çalışmam boyunca hiçbir desteğini esirgemeyen ve bilim insanı olma yolundaki ilk adımlarımı atarken kıymetli bilgileriyle ve tecrübesiyle yolumu aydınlatan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Doruk Görkem Özkan ‘a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, yapıcı eleştirileri ve önerileri ile tezime büyük katkıları bulunan saygıdeğer hocalarım Sayın Doç. Dr. Serap Yılmaz’a ve Sayın Doç. Dr. Neslihan Demircan’a, eğitim öğretim hayatımda katkısı olan tüm hocalarıma ve ortak olarak çalışmalar yürüttüğümüz ve tez çalışması süresinde de hiçbir yardımdan kaçınmayan arkadaşlarım Dr. Sena Nur Angın’ına, Yıldız Demirbaş’a ve Buket Akyıldız’a teşekkür ederim.

Son olarak, doğduğum günden beri elimi hiç bırakmayan, hayatım boyunca aldığım tüm kararlarda bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım ve her kararında arkamda olan, maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ve bugünlere gelmemde en büyük paya sahip olan annem Hülya Yetim ve babam Zeki Yetim’e, tezimi kolaylıkla ve başarıyla bitireceğime sonsuz inancı olan beni hep destekleyen yalnız bırakmayan Sevgili Eşim Erhan Özcelep’e, stresimi ve endişelerimi anlayışla karşılayıp beni rahatlatmaya çabalayan kardeşim Psikolog Ebru Yetim’e ve son olarak beni en iyi anlayan tüm ders ve tez aşamalarımda takipçim olan ve benim kadar bilgiye de sahip olan Sevgili oğlum Mehmet Uraz Özcelep’e teşekkür eder, minnettarlığımı sunarım.

Bu tez çalışmasının bundan sonraki çalışmalara katkı sağlamasını temenni ederim.

Mediha ÖZCELEP

Trabzon 2023

TEZ ETİK BEYANNAMESİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Peyzaj Mimarlığında Katmanlaşma ve Yer Geni: Trabzon Kahramanmaraş Caddesi Örneği” başlıklı bu çalışmayı baştan sona kadar danışmanım Doç. Dr. Doruk Görkem ÖZKAN’ın sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuvarlarda 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. 25/10/2023

Mediha ÖZCELEP

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖNSÖZ.....	III
TEZ ETİK BEYANNAMESİ.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET	VIII
SUMMARY	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	X
TABLolar DİZİNİ.....	XII
SEMBOLLER VE KISALTMALAR DİZİNİ	XIV
1. GENEL BİLGİLER.....	1
1.1. Araştırma Problemi ve Yaklaşımının Ortaya Koyulması.....	1
1.2. İnsan -Çevre ilişkisi	7
1.2.1. Mekân ve Yer Kavramına Genel Bakış.....	10
1.2.2. İnsan-Yer Etkileşimi	14
1.3. Bir Yer Olarak Caddeler	15
1.3.1. Caddeler Kapsamında Kullanıcı İhtiyaçları	17
1.3.2. Caddelerin Sunmuş Olduğu Fiziksel, Sosyal ve Algısal Özellikler.....	20
1.4. Yer Genleri ve Katman Türleri	24
1.4.1. Palimpsest.....	24
1.4.2. Katmanlaşma.....	26
1.5. Yer Deneyimi.....	29
1.6. Yer Duygusu	32
1.6.1. Yer Duygusu Bileşenleri	37
1.7. Çalışmanın Amaç ve Varsayımlarının Ortaya Koyulması	41
1.8. Araştırma Yöntemi ve İçinde Yer Alan Teknikler	42
1.8.1. Mekansal Analiz.....	43
1.8.2. Anket	43
2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	46
2.1. Araştırma Tasarımının Geliştirilmesi	46

2.2. Çalışma Alanının Seçilmesi ve Tanımlanması	48
2.3. Birinci Aşama: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular	52
2.3.1. Mekansal Analiz süreci	54
2.4. İkinci Aşama : Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekanlarının Fiziksel, Sosyal ve Algısal Özellikleri İle Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	55
2.5. Üçüncü Aşama: Kahramanmaraş Caddesi Kullanıcılarının Yer Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanmasına İlişkin Bulgular	56
2.5.1. Soruların Belirlenmesi.....	57
2.5.2. Anket Süreci	58
2.5.3. Anket sonuçlarının çözümlenip istatistik verilere dönüştürülmesi	59
2.6. Birinci Aşama: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular	59
3. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	61
3.1. Birinci Aşama: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular	61
3.1.1. Anket Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri.....	61
3.1.2. Ankete Katılanların Kahramanmaraş Caddesini Kullanım Sıklığı ve Kullanım Sürelerine İlişkin Bulgular	62
3.1.3. Kahramanmaraş caddesi açık mekânlarında Gerçekleşen Etkinliklerin Belirlenmesi ve Açık Mekânların Gerçekleşen Etkinliklere Göre Kıyaslanması	63
3.1.4. Çalışmada Ele Alınacak Açık Mekânların Bölgelere Göre Kullanım Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular.....	68
3.2. İkinci Aşama: Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekânlarının Fiziksel Sosyal ve Algısal Özellikleri ile Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	69
3.2.1. Açık Mekânların Sunmuş Olduğu Açık Mekan Özelliklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	69
3.2.2. Üçüncü Aşama: Kullanıcıların Kahramanmaraş Caddesi Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	75
3.3. Kahramanmaraş Caddesi Yer Duygusunun Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular.....	80
3.3.1. Yere Duygusu Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular	82
3.4. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	85
3.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Yer Deneyimi ve Yer Duygusuna İlişkin Bulguların Karşılaştırılması.....	85

3.4.2. Çevresel Özellikler ile Yer Deneyimi ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması	90
3.4.3. Çevresel Özelliklerin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular	95
3.4.4. Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular	98
3.4.5. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular	100
4. TARTIŞMA.....	105
4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular.....	107
4.2. İkinci Aşamaya ilişkin Bulguların Tartışılması: Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekânlarının Fiziksel Sosyal ve Algısal Özellikleri İle Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular	108
4.3. Üçüncü Aşama İlişkin Bulgular: Kahramanmaraş Caddesi Kullanıcılarının Yer Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması.....	109
4.4. Dördüncü Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi.....	110
4.4.1. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların tartışılması	111
4.4.2. Çevresel Özellikler ile Yer Deneyimi ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların tartışılması.....	112
4.4.3. Çevresel Özelliklerin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular ..	116
4.4.4. Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların Tartışılması.....	117
4.4.5. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular	118
5. SONUÇLAR.....	120
6. KAYNAKLAR.....	128
7. EKLER	131
ÖZGEÇMİŞ	

ÖZET

PEYZAJ MİMARLIĞINDA KATMANLAŞMA VE YER GENİ: TRABZON KAHRAMANMARAŞ CADDESİ ÖRNEĞİ

MEDİHA ÖZCELEP

Karadeniz Teknik Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Doruk Görkem ÖZKAN
2023, 130 Sayfa 6 Sayfa Ek

Günümüzde kentsel açık mekânlar sadece kullanıcılar için değil kentler için de önemli bir paydaya sahiptir. Çünkü başarılı kentsel açık mekânlar kullanıcılara birçok fırsat tanır. Geçmişten bugüne hızla artan yapılaşma ve sanayileşmenin olumsuz etkilerinden temizler ve yaşam kalitesini en üst seviyeye çıkartır. Bugüne baktığımızda geçmiş, her anlamda gelişmiş şehirlerin yapıtaşısıdır. Birçok kent tasarımcısı, geleceği tahayyül edebilmesi ve insanların her türlü ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için geçmişten izleri göz önüne alarak tasarımı yapmaktadır. Çünkü palimpsest geçmiş ve geleceğin sentezidir. Yaşanmışlık, şehrin tüm katmanlarına adım adım yayılmıştır; mimarisine, tasarımlarına, sanatına, dokusuna, toplumuna, park ve bahçesine. Bu nedenle kentsel açık mekânlar katmanlaşmanın esiri olmaya mahkûmdur. Bu tez çalışmasında; insan ve mekân- yer-konum ilişkisinin yer deneyimi ile anlamlaşmasıyla oluşan yer duygusu kavramının fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerinin kullanıcılar üzerindeki etkisi araştırılacaktır. Araştırma yöntemi; bilgisayar destekli görselleştirme ve anketten oluşacaktır. Çalışmanın sonucunda; peyzaj mimarlığında katmanlaşma ve yer geni kavramının sunduğu fiziksel ve sosyal özelliklerin, yer deneyimi ve yer duygusu etkileşimi ortaya çıkarılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mekân ve Yer, Yer Deneyimi, Yer Duygusu, Katmanlaşma, Palimpsest,

SUMMARY

STRATIFICATION AND PLACE GENE IN LANDSCAPE ARCHITECTURE: THE EXAMPLE OF TRABZON KAHRAMANMARAŞ STREET

Mediha ÖZCELEP

Karadeniz Technical University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Landscape Architecture Department
Advisor: Assoc. Prof. Doruk Görkem ÖZKAN
2023, 130 Page 6 Appendix Page

Today, urban open spaces have an important denominator not only for users but also for cities. Because successful urban open spaces provide many opportunities to users. It clears the negative effects of rapidly increasing construction and industrialization from past to present and maximizes the quality of life. When we look at the present, the past is the building block of developed cities in every sense. Many urban designers make designs by taking into account the traces of the past in order to imagine the future and meet all kinds of needs of people. Because palimpsest is the synthesis of past and future. Experience has spread step by step to all layers of the city; to its architecture, designs, art, texture, society, parks and gardens. For this reason, urban open spaces are doomed to be a slave to stratification. In this thesis study; The effect of the physical, social and perceptual features of the concept of sense of place, which is formed by the meaning of the human and space-place-location relationship with place experience, on the users will be investigated. Research method; It will consist of computer aided visualization and survey. As a result of the study; The interaction of physical and social features, place experience and sense of place offered by the concept of layering and place gene in landscape architecture will be revealed.

Key Words: Space and Place, Experience of Place, Sense of Place, Layering, Palimpsest,

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa No

Şekil 1.	İnsan çevre etkileşim sisteminin bileşenleri	2
Şekil 2.	Mekânla kurulan anlamlı ilişkiler sonucu mekânın yere dönüşüm süreci Canter (1977)'den geliştirilmiştir.	3
Şekil.3.	Araştırmanın temel kavramları.....	4
Şekil 4.	Araştırmanın Teorik Çatkısı	5
Şekil 5.	Araştırma modelinin temel kavramları	7
Şekil 6.	Algı-Biliş Arasındaki	9
Şekil 7.	Mekânın yere dönüşümü	11
Şekil 8.	Yerin sunmuş olduğu bileşenler Canter,1977'den geliştirilmiştir.....	13
Şekil 9.	Yer yaratmanın boyutları	15
Şekil 10.	Maslow' un insan ihtiyaçlarının hiyerarşisi	19
Şekil 11.	Dış mekan kalitesi ile dış mekan etkinlikleri arasındaki bağlantı	22
Şekil 12.	Project for Public Spaces - Kamusal Mekânlar İçin Projeler	23
Şekil 13.	Codex Ephraemi Rescriptus, ilk çağlardan kalma bir Yunanca Mukaddes Kitap elyazmasının palimpsestidir.5. yüzyılda, 12. yüzyılda Suriyeli Ephrem'in risaleleri ile üzerine yazılmış, ...	25
Şekil 14.	Yer Geni ve yer duygusu ilişkisi	32
Şekil 15.	İnsan yer ilişkisi ve yer duygusu	33
Şekil 16.	Yer duygusu farklı disiplinlerde çalışma alanı ve kriteri	36
Şekil 17.	Yer duygusu modeli Sense of place	38
Şekil 18.	Yer duygusunu oluşturan unsurlar Steele,1981 geliştirilmiştir	38
Şekil 19.	Yer Duygusunun Yapısı	39
Şekil 20.	Yerlere göre yaklaşım teorileri	40
Şekil 21.	Araştırma modeli kapsamında kurgulanan aşamalar.....	47
Şekil 22.	Trabzon, Maraş Caddesi Çalışma alanı	48
Şekil 23.	Trabzon, Kahramanmaraş Caddesi 1980 ait yılına ait görüntü	49
Şekil 24.	Trabzon Kahramanmaraş Caddesine ait görüntüler	50
Şekil 25.	Ziraat Bankası ve şehir müzesi.....	51
Şekil 26.	Postane ve dolmuş durağı.....	51
Şekil 27.	Suluhan ve meydan görünümü	52

Şekil 28. Birinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri.....	53
Şekil 29. I. Aşamanın amacı ve teknik özellikleri	53
Şekil 30. Trabzon Kahramanmaraş caddesi Ulaşım ve Etkinlik Mekânları	54
Şekil 31. II. Aşama Teorik Görünümü	55
Şekil 32. II. Aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular	56
Şekil 33. IV. Aşama Teknik Özellikler ve Sonuç.....	60
Şekil 34. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının tercih edilme düzeylerinin, harita üzerinde gösterimi	64
Şekil 35. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının kullanım yoğunluklarının, gösterimi	64
Şekil 36. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının tercih edilme düzeylerinin Harita üzerinde gösterimi	65
Şekil 37. Kahramanmaraş caddesi etkinliklerin görüntüleri.....	67
Şekil 38. Kahramanmaraş caddesinden görüntüler.....	67
Şekil 39. Kahramanmaraş caddesinden görüntüler.....	68
Şekil 40. Çevresel özellikler ölçeği alt boyutları	74
Şekil 41. Yere duygusu ölçeği üç faktörlü yapısı	85
Şekil 42. Çevresel özelliklerin yer deneyimi üzerindeki etkisi	91
Şekil 43. Çevresel faktörler ve yer deneyimi kavramsal ilişki model	95
Şekil 44. Çevresel özelliklerin yere duygusu üzerindeki etkisi	97
Şekil 45. Çevresel faktörler ve yer duygusu kavramsal ilişki modeli	98
Şekil 46. Yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisi	99
Şekil 47. Çevresel özellikler ve yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli.....	100
Şekil 48. Demografik özellikler, çevresel özellikler(işlevsel, sosyal ve algısal özellik) ve yer deneyimi yer duygusu üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki model	102
Şekil 49. Yer Duygusu Kavramsal İlişki Modeli.....	104

TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1. Ankette tutum skalasında yer alan ifadeler	58
Tablo 2. Katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin dağılımları	62
Tablo 3. Kullanıcıların kullanım sıklığı ve kullanım süresi frekans dağılımları	63
Tablo 4. Cadde de açık mekânları gerçekleştiren etkinlikler	63
Tablo 5. Tercih düzeylerine göre belirlenen alanların frekans değerleri	69
Tablo 6. Kahramanmaraş caddesi açık mekân özelliklerinin ortalama değerleri	70
Tablo 7. Kahramanmaraş caddesi açık mekânlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları	71
Tablo 8. Çevresel özellikler ölçeği özdeğer ve varyans değerleri	72
Tablo 9. Çevresel özellikler ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları	73
Tablo 10. Çevresel özelliklere ait faktör yapısı ve ağırlıkları	73
Tablo 11. Kahramanmaraş caddesi çevresel özellikler ortalamaları	75
Tablo 12. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları ...	75
Tablo 13. Kahramanmaraş caddesi yer deneyimlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin ortalama değerleri	76
Tablo 14. Kahramanmaraş caddesi genel yer deneyimlerinin ortalamaları	77
Tablo 15. Yer Deneyimi ölçeği özdeğer ve varyans değerleri	78
Tablo 16. Yer Deneyimi ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları	78
Tablo 17. Yer Deneyimi ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları	79
Tablo 18. Yer deneyimi faktörüne ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçları	80
Tablo 19. Yer duygusu ifadelerine ait ortalama değerler	81
Tablo 20. Kahramanmaraş caddesi yer duygusuna ait ortalama değerler	81
Tablo 21. Yere duygusu ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları	82
Tablo 22. Yere duygusu ölçeği özdeğer ve varyans değerleri	83
Tablo 23. Yere duygusu ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları	84
Tablo 24. Çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusunun cinsiyete göre Farklılaşması	86
Tablo 25. Çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusunun yaşama süresine göre farklılaşması	86

Tablo 26. Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi	87
Tablo 27. Kullanım süresi ile çevresel özellikler ortalamaları tek yönlü varyans analizi	87
Tablo 28. Kullanım sıklığı ile yer deneyimi tek yönlü varyans analizi	88
Tablo 29. Kullanım süresi ile yer deneyimi tek yönlü varyans analizi.....	88
Tablo 30. Kullanım sıklığı ile yer duygusu boyutları tek yönlü varyans analizi.....	89
Tablo 31. Sosyo-demografik değişkenler ile çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu puanı pearson korelasyon analizi	89
Tablo 32. Kullanım süresi ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi	89
Tablo 33. Çevresel özellikler ile yer deneyimi korelasyon analizi.....	90
Tablo 34. Çevresel özelliklerin yer deneyimine etkisine yönelik Anova tablosu.....	91
Tablo 35. Çevresel alt boyut değişkenleri ile yer deneyimi korelasyon analizi	92
Tablo 36. Çevresel alt boyut değişkenleri ile yer deneyimi korelasyon analizi	94
Tablo 37. Çevresel özellik alt boyutları ile yer duygusu faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi	95
Tablo 38. Çevresel özelliklerin yer duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu	96
Tablo 39. Çevresel faktörlerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu.....	97
Tablo 40. Yer Deneyimi ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi	98
Tablo 41. Yer deneyiminin yer duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu	99
Tablo 42. Demografik özellikler, çevresel faktörler, yer deneyimi ve yer duygusuna ilişkin yapılan regresyon analizi	101

SEMBOLLER VE KISALTMALAR DİZİNİ

PPS : Project for Public

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences



1. GENEL BİLGİLER

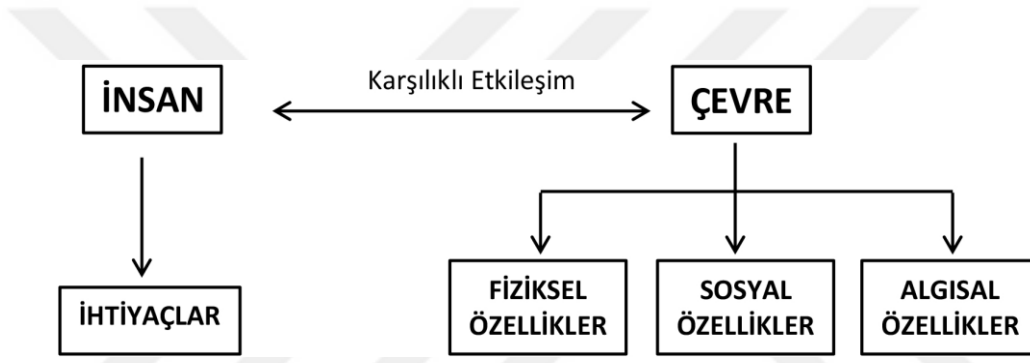
1.1. Araştırma Problemi ve Yaklaşımının Ortaya Koyulması

Tarih boyunca sürekliliğini koruyan İnsan – çevre ilişkisi kentsel mekânların omurgası durumundadır. Çevre, birbirinden farklı unsurları içine alan dolayısıyla çeşitli durumlarda açıklanabilen bir terimdir. Kavramın bu durumuna rağmen ana hatlarıyla bir tanımlama yapılırsa çevre; insanların ve diğer tüm canlıların beraber yaşadığı ve iletişim kurduğu fiziksel mekânlar olarak tarif edilmektedir. Çevreyi nasıl anlayıp, yorumladığımız o çevreyi kullanma şeklimizi belirlemektedir (Rapoport, 1977 ve Varol, 2004). İmamoğlu (1970)'na göre, “önce biz çevremizi şekillendirmekteyiz sonra da çevremiz bizi şekillendirmektedir”. Çünkü insanlar, yaşamla mücadele ederken çevreyi algılama ve kendini çevreye adapte edebilmesi, çevreninde kendisine verdiği mesajları anlayabilmesi için rahatça nefes alabileceği, yararlanabileceği ve desteğini üstünde hissedebileceği bir mekânda olmak istemektedir (Varol vd, 2004).

Bu açıklamalardan anlaşılabileceği gibi insan ve çevre terimlerinin her daim etkileşimi söz konusudur. Etkileşim sayesinde kentsel mekânların daha görünür bir değer kazanmasına sebep olmuştur. Bu etki 60'ların müphem kentleşme olayının, ivme kazanmasıyla ve modern kentsel mekânların yarattığı sorunların giderek artmasıyla kentin fiziksel ve disiplinler arası ilgi çekmesine neden olmuştur. ”Kent yalnızca mekânsal düzenlemeler, yapılar ve nesnelerin toplamı değil insan-çevre ilişkilerini de içine alan bir bütün olarak değerlendirilmeye başlandı” (Göregenli, 2005). Kentsel açık mekânlar, o bölgeyi yaşam alanı olarak gören kullanıcıların hem duygusal hem de fiziksel etkinliklerle daha verimli bir hale dönüştürebileceği ve çokça fiziksel ve sosyal kazanç sağlayabileceği mekânlardır. Kentsel açık mekânlar, kullanıcıların istek ve ihtiyaçları dikkate alınarak tasarımcıların da itinalı dokunuşlarıyla oluşturulan mekânlardır. Madanipour (1999)'a göre kentsel açık mekânlar, kentte ki çeşitli alanları daha yakın mesafede tutacağı gibi insanları da bir payda da buluşturarak toplum olma sorumluluğunu geliştirmektedir (Mumcu, 2009; Özkan, 2017).

Canter (1983), “bir yere ilişkin deneyimin hem fiziksel hem de sosyal bileşenlerinin bir kombinasyonu olduğunu öne sürmektedir”. Bu tanıma göre insan davranışları, onların

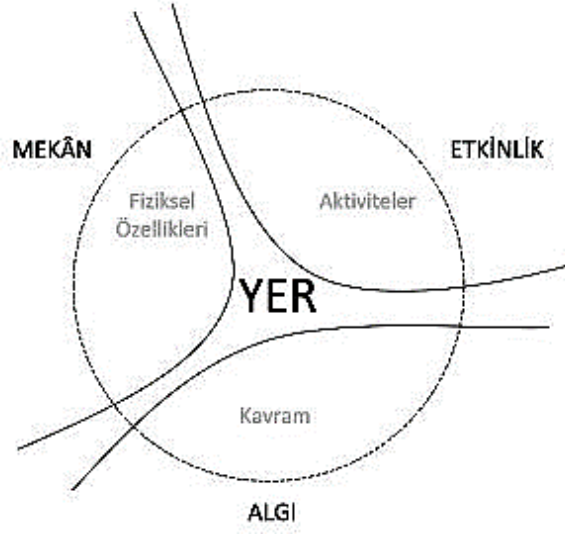
ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılayan fiziksel ve sosyal bir çevrede oluşmaktadır (Şekil 1). Canter (1977)” bir yerin çevresel bir özellik olarak değerlendirilmesi konusunda kafa karışıklığı olduğunu ifade etmektedir; halbuki yer sadece soyut bir kavram olarak değil, beraberinde bir kullanım ve deneyim olarak da değerlendirilmelidir” (Canter, 1977;Özkan, 2017). Carr ve arkadaşları (1922),kentsel mekânların kullanıcının ihtiyaçlarına cevap veren mekânlar olması gerektiğini öne sürerek mekanları kullanıcıların rahatça keşfetme, aktif – pasif reaksiyon süreci geçirebilmeleri ve tüm gruplarında hakkı olan hareket etme özgürlüğü sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır”(İnce oğlu ve Aytuğ ,2009;Vural, 2021).Burada mekanın deneyim sürecinde yani çevrenin sunmuş olduğu algısal özelliklerin faktörlerinden etkilendiğini belirtmektedir.



Şekil 1. İnsan çevre etkileşim sisteminin bileşenleri (Canter, 1983’ten geliştirilmiştir).

Kentsel mekânlar her ne kadar tasarımcının gözetimi altında ilerlese de en büyük payda kullanıcıların kendi ihtiyaçları doğrultusuna göre şekil almaktadır. Bu yaklaşım sonucunda kentsel açık mekânlar, kullanıcılar tarafından günbegün daha bilinçli bir perspektifle deneyim olanağı sunmaktadır.

Genel olarak mekân ve yer terimlerinin ayırt edici kimliği bilinmesi gerekmektedir. Tuan (1997) mekânı, sınırları belirlenmiş bölge olarak tanımlarken, bu bölge içinde ihtiyaç ve gereksinimlerin karşılandığı özel alanları da yer olarak tanımlamıştır (Özkan, 2017). Bu yaklaşım sürecinde insanlar, mekânları duyular aracılığıyla yorumlayarak ve algılayarak deneyimlemektedir. Anlamlandırılan mekânlar ise Yer’e dönüşmektedir. Bu nihai durum doğrultusunda kullanıcı ihtiyaçları göz önüne alınarak, yerin kullanıcılara sunulması gereken fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin neler olması gerektiği ve etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışmanın teorik katkıları oluşturulmuştur.



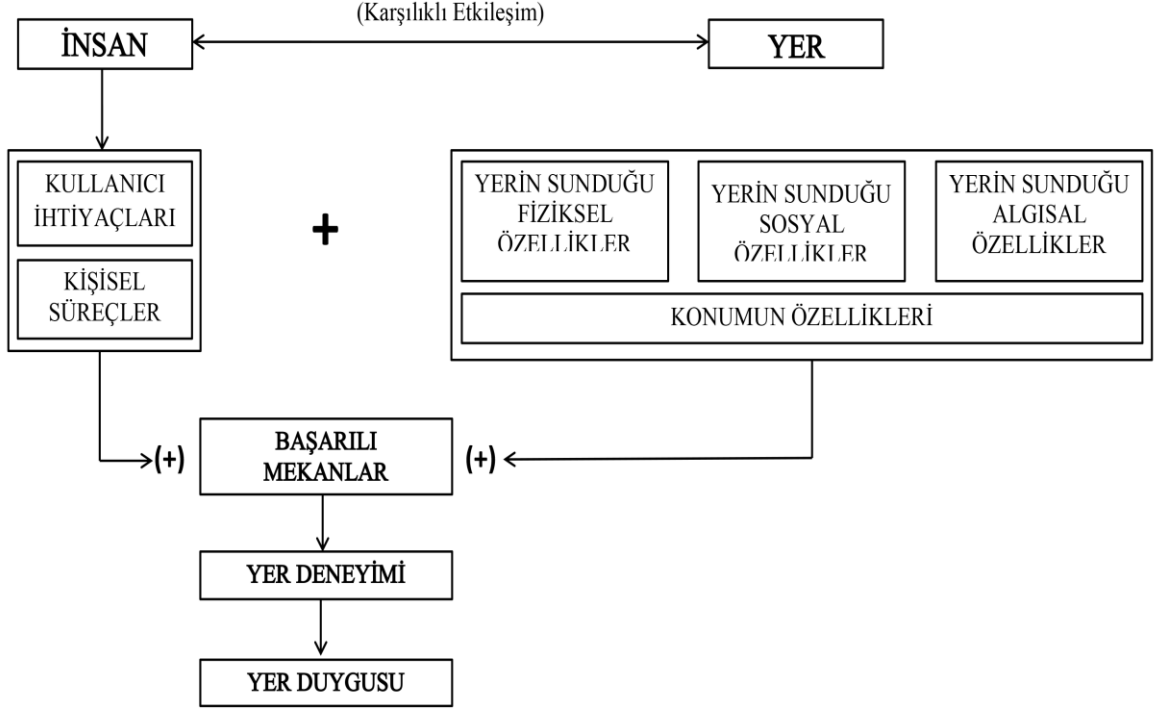
Şekil 2. Mekânla kurulan anlamlı ilişkiler sonucu mekânın yere dönüşüm süreci Canter (1977)'den geliştirilmiştir.

Bulunduğumuz mekânları deneyimleyerek kazandığımız yorumlama yetisi ne kadar anlamlı olursa mekâna olan bağlılık da sürekli bir hal almaktadır. Mekânlarda tekrarlanan bu duygular bulundukları Yer'i habitatı haline dönüştürmektedir. Böyle bir durum da şüphesiz ki insanların yaşantılarını etkilemektedir. Bu noktada mekânları algılayıp anlamlandırmak ve özümsemek gerekliliği de önemli ölçüde değer kazanmaktadır. Fark edilen bu bakış açısı kentsel mekânların, insan-çevre/mekân/yer ilişkilerine doğrudan veya dolaylı yoldan tesir etmektedir. Bu ilişki sosyal varlık olan insanı, mekânın kendi oluşturduğu çizgilerinin yörüngesi altına almaktadır. Fakat mekânın çizgilerinin anlamlı bir boyut kazanmasına vesile olan insan, o mekânla kurduğu bağın önce deneyimlenmesiyle ve sonrasında duygusal bir yaklaşım ile yer duygusunu oluşturmaktadır. Fakat her deneyimlenen mekânda da yer duygusu kavramı oluşmak zorunda değildir. Bundan dolayı mekânı, ihtiyaçları ve çevreyi oluşturan katman öğeleri (fiziksel, sosyal ve algısal) göz önünde bulundurarak değerlendirmeye alması veya bu savunulan fikri özümsemek için nitelikli sonuçlar elde etmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle araştırmada bundan sonra akla gelen sorular şunlar olmuştur:

- Yerin sunmuş olduğu fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerin yer deneyimi ve yer duygusu ile ilişkisi nasıldır?
- Kullanıcıların kentsel açık mekânları kullanım süresi yer duygusu ile ilişkili midir?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu oluşur mu?

- Yer deneyiminin başarısı yer duygusunu etkiler mi?

Bu anlayış doğrultusunda, kullanıcı gereksinimleri göz önüne alınarak, yerin kullanıcılara sunması gereken fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerin neler olması gerektiği ve bu özelliklerin kullanıcı yer deneyimi yer duygusu olan etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışmanın teorik çatkısı oluşturulmuştur.

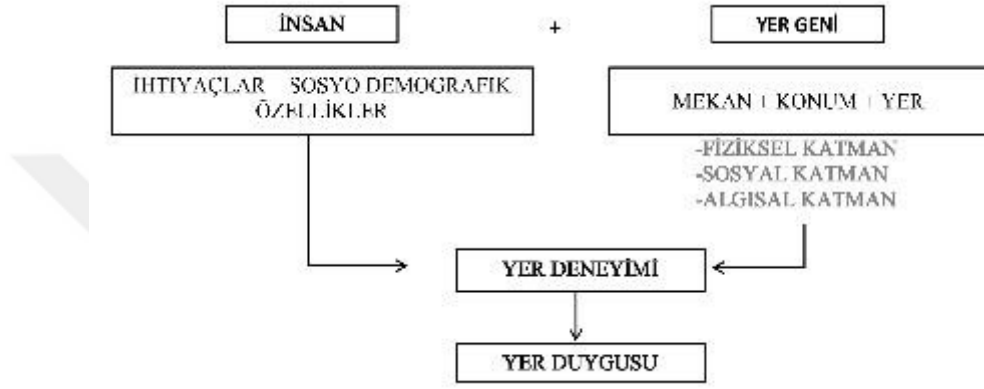


Şekil 3. Araştırmanın temel kavramları

Bu soruların cevabını bulmak için öncelikle insanların yer ile deneyimine odaklanmak gereklidir. İnsanlar kentsel mekânların sunmuş olduğu fiziksel, sosyal ve anlamsal özellikleri doğrultusunda gözlenmekte ve ihtiyaçların karşılanmasına bağlı olarak da yer deneyimi oluşmaktadır. Eğer yerin sunmuş olduğu bu özellikler kullanıcı ihtiyaçlarını karşılıyorsa yer deneyimi oluşmaktadır. Fakat kullanıcı ihtiyaçları karşılamıyorsa kentsel açık mekânlarda deneyim kısa süreli kurulur veya kullanıcı mekânı terk eder.

Fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerin ideal olması durumunda yer deneyimi aracılığıyla yer duygusu gelişir. Tüm bu tanımlamalardan anlaşıldığı gibi: kentsel açık mekânların özelliklerinin yer duygusu oluşturduğu önemine odaklanan çalışmalar; kentsel alanlarda kullanıcı ihtiyaçlarını idrak etmenin gerekliliğinden bahsetmektedir. Çünkü

kentsel açık mekânlar, kullanıcı ihtiyaçlarını fizyolojik ve psikolojik rahatsızlıklara uğratmadan, güvenli ve devamlı yaptığı işlerde verimliliğini arttıracak nitelikte çevre koşullarını sağlamalıdır. Bu kabul doğrultusunda, kullanıcı gereksinimleri göz önüne alınarak, yerin kullanıcılara sunması gereken fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerin neler olması gerektiği ve bu özelliklerin kullanıcı yer geni, yer deneyimi yer duygusu olan etkilerini araştırmayı hedefleyen bu çalışmanın teorik çatkısı oluşturulmuştur.



Şekil 4. Araştırmanın teorik çatkısı

Araştırmada bundan sonra yanıtlanacak sorular şunlardır?

- Kentsel açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı yer deneyimini etkiler mi?
- Kentsel açık mekânların insan ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılaması yer deneyimi ve yer duygusunu etkiler mi?
- Yer deneyimi yer duygusu arasında ilişki var mıdır?
- Başarılı bir yer iyi bir deneyim sağlar mı?
- Kullanıcıların kentsel açık mekânları kullanım süresi yer duygusu ile ilişkili midir?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu oluşur mu?

Bu sorular peyzaj mimarlığı kabulünde yer geni kavramının incelenmesine ışık tutacak varsayımların oluşmasına ve yerin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal katmanların veya palimpsest teriminin incelenmesine sebep olmaktadır. Bu öngörülen sorulara cevap bulabilmek için öncelikle insan-çevre ilişkisi, mekânın yere dönüşüm süreci, yer geni-palimpsest, yer deneyimi ve yer duygusu kavramları irdelenmelidir.

Genel bir tanımla Palimpsest; parşömen kâğıtlarını üzerindeki mürekkeplerin kazınması veya suyla silinmesi ve üstüne ilaveten yeni yazıların yazılmasıyla oluşan kitapları palimpsest olarak tanımlanmaktadır (Apaydın, 2019). Anlam palimpsest olarak eski ile yenin iç içe geçmesi olarak ifade edilmektedir.

Yapılan araştırmalar ve çalışmalarda kentsel açık mekânlarda yer deneyimi, yer duygusu, yer geni ve palimpsest kavramlarının ilişkilerinin etkileri ortaya çıkarılacaktır. Elde edilen veriler sonucunda bir kentsel açık mekân da palimpsest kavramının sunduğu fiziksel ve sosyal özellikler, kullanıcı deneyiminin mekâna etkisini değerlendirmek ve bu değerlendirmenin ilişkisinin etkisini araştırmak olup temel amaçlar şunlardır;

- Palimpsest kavramının yer geni ilişkisinin açıklanması?
- Yer geni kavramı ve yerin sunmuş olduğu özelliklerin tanımlanması?
- Yerin sunmuş olduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi ve yer duygusu ilişkisi ve etkilerinin araştırılması?
- Yer deneyimi ve yer duygusu ilişkisi ve etkilerinin araştırılması?
- Yer genleri özelliklerinin başarısı yer deneyimini pozitif yönde etkiler mi?
- Yer genleri ve yer deneyimi arasındaki ilişki doğru orantılı mıdır?
- Kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı kentsel açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimini güçlendirir mi?

Bu bağlamda çalışmanın bundan sonraki bölümünde İnsan-mekân-yer etkileşimi kapsamında peyzaj mimarlığında palimpsest ve yer geni kavramının sunduğu, fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin, yer deneyimi ve yer duygusu kapsamında etkileri ya da nasıl olduğu sorgulanacaktır. Araştırmanın hedeflenen teorik çatkısı ve modeli oluşturulmuştur.



Şekil 5. Araştırma modelinin temel kavramları (Falahat, 2006; Steel, 1981)

1.2. İnsan –Çevre İlişkisi

İnsan ile yer kavramının arasındaki ilişkinin açıklanabilmesi için insan – çevre etkileşimini geniş kapsamlı incelemek gerekmektedir. Bu olgunun anlamlı bir şekilde açığa çıkması durumunda insanın yer ile kurduğu duygusal süreç daha tartışılabilir duruma gelmektedir. Bu nedenle çalışmanın diğer bölümlerinde, insan-çevre ilişkisini daha iyi çözümlemek amacıyla, çevreyi ele alış şekilleri (mekân –yer-çevre) ortaya koyulacak ve insanın fiziksel, sosyal ve algısal gereksinimlerinin yer kavramı ile nasıl bir bağ kurduğu ve Yer’in alt boyutları (yer deneyimi, yer duygusu ve yer geni) tartışılacaktır.

Çevre sözcüğü daima aşına olduğumuz bir kavram olup fakat birçok meslek dalında da farklı anlamlara dönüşerek yeknesak bir hal almasını engellemektedir. Çevre, coğrafyada; yer şekilleri, biyolojide; canlıların yaşamak için savaş verdiği yer, psikolojide; insan davranışlarının adaptasyon süreci, sosyolojide; sosyal ve kültürel etkileşimin vücut bulduğu mekanizmayı, Peyzaj mimarlığında ise açık mekânları anımsatmaktadır. Çubuk ve diğerleri (1977), çevreyi hayatın ipuçlarından beslenerek oluşan bir düzenek olarak ele almıştır. Ittelson (1976), çevreyi çok amaçlı ve keşfedilmeye aç bir mekân görmesi ve bilgi mesajları yüklemesi kaçınılmazdır. Bu izlenim sonucunda çevrenin insan ile ilişki

selliğinin ne kadar saydam, doğal ve organik niteliğinde olduğunu işaret etmektedir (Kancıoğlu, 2005).

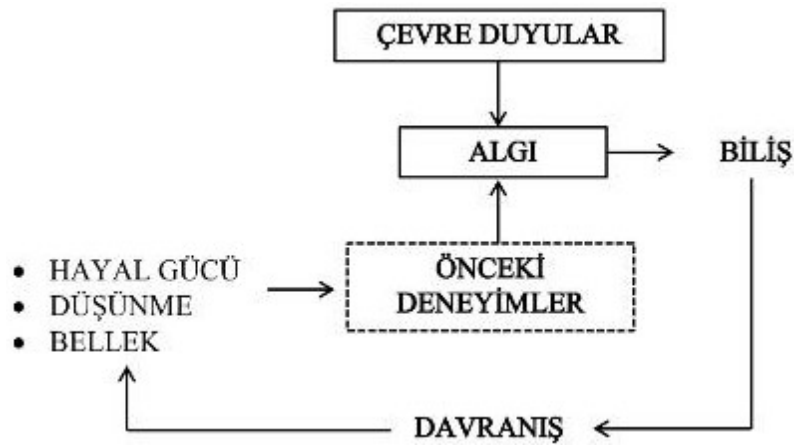
Çevre bileşenlerinin değişmesi insan davranışını nasıl etkiler? Bu soru neticesinde çevre psikolojisini; “fiziksel çevre ile insan davranışlarının müşterek bir şekilde incelenmesidir”. En yaygın açıklamalarda bu ilişkinin karşılıklılığını vurgulama yönünde olduğu görülmektedir (Gifford, 2002; Göregenli, 2005)

- Çevrenin insan davranışları üzerine etkilerini ele alan çevresel psikoloji literatüründe “çevre” mühim bir payda da yerini almaktadır. Literatürde çevre ile ilgili açıklamalar basitleştirilmiş özetle “çevre, mekân ve yer” kavramlarıyla tabir edilmektedir. Bu nedenle çevre daha etkin ve sürekli değişken bir yapı ile gündem olmaktadır.
- Çevre, insanı ve tüm canlılar âlemini sarar, çevreler (Erkman, 1982; Akıncı, 2006).
- Çevre fiziksel, sosyal ve kültürel etkenler dâhilinde çok katmanlı bir düzene sahiptir.
- Bireylerin davranışlarını uyarayan, hedefe hizmet eden, çizgilerini belli eden ve her anlamda desteğinin tatmin eden uyarıcıları bulunmaktadır (Özsoy,1983; Akıncı, 2006).
- Her çevre keline ait özgün nitelikleriyle bir uyarandır. Bu ilişki kendi içinde belli bir oranda birleşen öğelerin bütün olması ile değişkenlik gösterebilen bir tutumdur.
- “Çevre ne bir mekân, ne de bir zamanda sabit değildir” (Ittelson, 1960; Canter,1977; & Akıncı, 2006).

Çevresel psikolojinin öncülerinden Barker (1968), “çevreyi insanların dışında; fakat kişinin manidar bir durum oluşturan, davranışlarıyla girift bir yapıda olup kurallar dâhilinde yönetilen yekparedir.” Altamn ve Cheemers (1986) çevreyi, olağan bir düzende kurulmuş olarak tanzim etmektedir. Doğal çevreler doğal ve vahşi manzaralar, inşa edilmiş çevrelerle ise kentsel alanlar ifade edilmektedir. Çevre psikolojisinin en köklü paradigmasında insan ve mekân ilişkisi karşılıklı dönüştürücü, deneyimlemeye de aktif rol alan öznel simülasyonu olmayan bir olgudur (Ittelson, 1973; Göregenli, 2005). Her kişi özgün karakteri ile zihinde askıda kalan monoton çevre kalıbından soyutlaşarak, her çevrenin ayırt ediciliğini çevresel sıfatlarla daha da okunabilirliğini netleştirmiştir. Bu sayede insan çevreye, hiç kaybolmayacak katmanlaşmış ve simgesel bir kültürel miras

kazandırmış olacaktır (Morval, 1985; Göregenli, 2005). Ek olarak çevre psikolojisinin öncülerinden Brunswik, Lewin'in çevreyi davranışın kilit belirleyicisi olarak kavramsallaştırmıştır (De Groot, 2019). Prohansky (1978)'e göre fiziksel çevre; "insanın içinde bulunduğu habitatta az ya da çok vakit geçirdiği, birbiri ile etkileştiği ve etkinliklerde bulunduğu, fiziksel atmosferi belirleyen kompleks, özetle inşa edilmiş çevredir"(Proshansky, Ittelson & Rivlin, 1976). İnsanlar her durumda çevrelerinin etkisi altından kalır ve aynı zamanda çevrelerini hem seçer hem de değiştirme gayretinde olurlar. Bu tartışılmaz bir gerçektir. Bu sav insanı diğer canlılardan ayıran en temel ayrımdır. Bu adım çevresel psikolojinin önemli pratik çıkarımlarına nokta atışı yapmaktadır. İnsanların çevrelerini nasıl anladıklarına ve değiştirdiklerini dair yararlı yolları fark edip öneride bulunabilmektedir. İnsanların çevrelerini nasıl seçtiklerini ve değiştirdiklerini anlamak ve mevcut ortamdan nasıl etkilendiklerine dair iz bırakmaktadır. Bu izlenim kentsel çevre ile bir ara yüz olmaktadır (Clayton, 2012).

Buna karşın psikologlar insanların biliş ve davranışlarının sadece sosyal çevre ile değil, fiziksel çevre ve davranış fikirleriyle iç içe olan bir düzen olduğunu ifade etmektedir (İmamoğlu, 1979; Göregenli, 2005). Bu çalışma süresince çevrenin fiziksel ve sosyal özelliklerinin Yer geni, yer deneyimi ve yer duygusu kavramlarının da reaksiyonu dâhilinde kullanıcılar üzerindeki etkileri araştırılacağından çalışmanın ilerleyen kısımlarında bu özellikler ayrıntılı bir şekilde tanımlanacaktır.



Şekil 6. Algı-Biliş arasındaki ilişki (Pop, 2003; Güzel Kahraman, 2019)

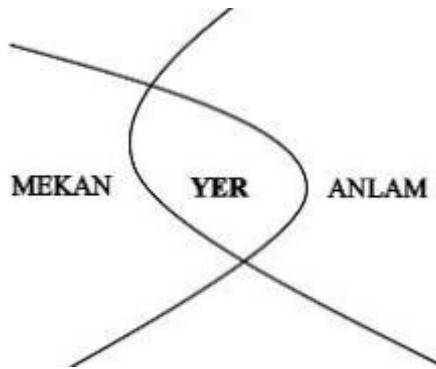
1.2.1. Mekân ve Yer Kavramına Genel Bakış

“Yaşamı değiştirmek için mekânı değiştirmek
zorundasınız.”
Henri Lefebvre

“...yerin anlaşılması kuramsal çaba
olmadan gerçekleşmez... ..neredeyse tüm toplumsal ve kültürel kuramlar yerin bir
biçimde tanımlanmasına dayanır”
John Urry

Mekân ve yer kavramlarını tanımlamadan önce bu terimlerin çok net ve anlaşılır açıklamaların olmadığı ve anlam farkının yanlış ifade edildiği belirtilmektedir. Başlangıç olarak 19. yüzyıl açıklamalarında daha çok sabit, durgun ve içine maddelerin konacağı bir boşluk olarak ifade ediliyordu. İnsanlık tarihi boyunca mekân kavramı birçok disiplinde farklı anlamsal yaklaşımlarla ilişkilendirilerek ifade edilmektedir (Smith, 1990; Bilgili, 2016). Mimarlar, filozoflar, sosyologlar, tarihçiler, psikologlar, tasarımcılar gibi birçok bilim dalı yorumladıkları çeşitli mekân tanımlamaları ile birbirlerini etkilemiş ve kendi disiplinleri ile mekân kavramına farklı bakış açıları tespit edilmiştir (Göregenli, 2010; Solak, 2017). Mekân, mimarlığı bütünüyle içine alan bir kavramdır. Bu kavramı incelediğimizde bambaşka tanımlarla ilgi görmektedir. Yi-Fu Tuan mekânı harekete ve yeni yol boyunca duraklamalara benzetmiştir (Cresswell, 2014). Eğer mekânı harekete izin veren bir şey olarak düşünürsek, o zaman mekân bir duraklamadır, hareketteki her duraklama lokasyonun bir Yer’e dönüşmesini mümkün kılar (Tuan, 1977; Cresswell, 2014). Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi’nde (1997) mekân; “uzayın insan eliyle sınırlanmış parçasıdır ve mimarlığın vazgeçilmez özünü oluşturur” (Günel ve Esin, 2010). Mimari de mekân Wright’a tanımına göre; “ Belli bir eylem, belli bir fonksiyon için hazırlanmış ve örtülmüş bir uzay boşluğudur.” (Bozkurt, 1962; Gürpınar, 2000). Alp, mimaride mekân kavramını insanların ihtiyaçları doğrultusunda fiziksel ve sosyal çevreyi yeterli oranda daraltarak, kontur çizgisini yaratan ve insanların kullandığı fiziksel etmenlerin ve algısal unsurları da içine alan uzay boşluğudur (Alp, 1993; Gürpınar, 2000). Gür 1996’ya göre mekân tanımı özetle, “kişiyi veya grubu anne ve ev sıcaklığı gibi bağlayıcı, koruyucu ve garanti altına alıp sınırlarını belirten yapı ve karakterine göre ifade edilen bizi saran üç boyutlu kavramsal bir anlatımdır” (Gür, 1996; Gürpınar, 2000). Bir başka deyişle mekân, amorf ve soyuttur. Doğrudan analiz edilebilecek bir varlık değildir (Relph, 1976). Yukarıda belirtilen mekân kavramları hakkındaki açıklamaları mimar ve kuramcılar

tarafından arttırmak mümkündür. Bu tanımlamalar ışığında yola çıkarak mekân kavramı ontolojik olarak sınırları belirli olan soyut ve somut olarak duyularımızın etkileşimi altında olan fiziksel, psikolojik, fenomolojik, morfolojik ve sosyolojik süreçlerini içine alan doğal ve yapısal çevredir. Heidegger (1962), varlığın mekânsal olduğunu savunmuş olup insan ve mekân ikilisinin kemik bir yapıya sahip olduğunu ifade etmiştir (Özkan, 2017). Mekân kavramı konusuyla eseri olan Bachelard (1996) “bulunduğum yerin mekânıyım ben” derken, mekânın yaşanmışlığın verdiği samimiyet ile dolu bir mekân algısı hissetmiştir (Erol, 2016). Foucault ‘nun mekân çağı ile adlandırdığı 19yy. dönemlerini ve sonrasını mekân ve insan kavramını bir arada tutmaya önem verip dışlamayan ve nitelikli bir ilişki içinde olmasına özen göstermektedir (Creswell, 2014). Buradan da anlaşıldığı üzere sadece mekânın değil insan ile birlikte varlığının anlam kazandığını belirtmiştir. Buna benzer bir diğer savda Fransız Sosyolog Lefebvre (1991) mekân üretimi kitabında, mekân kavramının insan ile ayrılamaz olduğunu tek başına bir anlamı olmadığını ve mekânsal ilişkilerin ise sosyal etkileşimin sağladığı kazanımlarla önemli olduğunu ve mekânın bir kısmına bir şekilde bağlandıklarında mekân bir yer haline gelmektedir (Lefebvre, 1991; Smith, 1991). Bundan ötürü her mekân görünüşte görünmez kalabilir. Fakat mekânı anlam potansiyeline sahiptir. Bu da bireyin yer duygusunun aynadaki görüntüsüdür (Creswell, 2014). Bu elde edilen kazanımlarla kurulan duygusal bağlılık neticesinde oluşan deneyimler, içinde bulunduğumuz “Mekân’ı (space) anlamlı olan “yer” (place)’e dönüştürmektedir. Anlamlı etkinliklerin katmanlaşmasıyla mekân yere dönüşür.



Şekil 7. Mekânın yere dönüşümü (Harrison and Dourish, 1996) .

Bütün bu açıklamalardan sonra mekân ve yer kavramlarının anlam ayrımını incelemek için şu soruyu sormak gerekir. Her mekân yer olarak tanımlanabilir mi?

Her mekân bir yer olarak olamaz, yerin mekândan çok daha değişik anlamlar barındıran ve bu duruma yön veren “yer hissi”, “yer duygusu”, “yere bağlılık” ve “aidiyet” ile ilgili kavramların da insan –çevre etkileşiminde olumlu etkileri olduğu saptanmıştır.

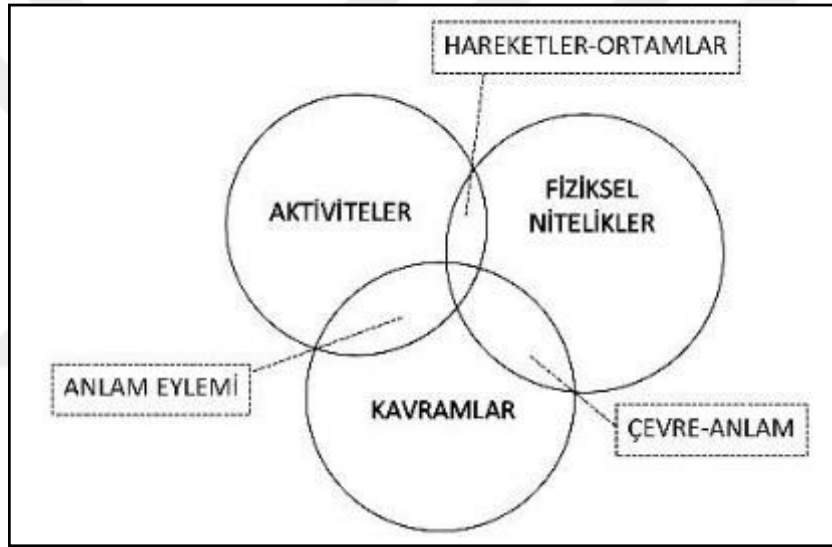
Mimarlık ve kentsel tasarım incelemelerinde mekânı yalnız tasarım objesi olarak düşünmek için, sadece mekânın fiziksel niteliklerini değil alanın sosyal ve kültürel etkilerde önemsenmelidir (Gürkaş, 2010). Bu araştırmalar dâhilinde her mekânın yer olmadığı kabulünde yerin mekândan daha farklı ve derin anlamlara çağrışım yaptığı; bu fark edişin mekânın bireysel ve toplumsal davranışlarındaki silüetin netleşmesine olanak sağlamaktadır.

Genelde, “mekân” ve “yer” kelimeleri mana olarak farkına varmak pek te mümkün değildir. İngilizcede mekân ve yer kavramları “space” ve “place” olarak bu ayrım net bir şekilde dikkat çekmektedir. Ancak Türkçe’de “yer” kullanımı “Mekân’dan çok da fazla ayrı tutulmamaktadır.

Günlük dilde bu anlam farkı çok da ciddi bir mesele olmamakla birlikte, bilhassa mimarlık, felsefe, coğrafya, tarih, sosyoloji vb. disiplinlerin literatüründe “yer” teriminin mekân ile kavramsal ayrımın bilincine varılması gerekebilir (Gürkaş ve Barkul, 2012). Heidegger, “mekân ve yer kavramlarının arasındaki farkı şöyle ifade eder”: Mekân doğrusal yönelmelerin, ölçülebilir ve sayılabilir boyutlarını kapsar ve kökler bu mekân içinde yer alan uzantılardır. “Yer” kavramı, ait olma duygusu ile aklın durumu, pratik ilgileri ve anlama(kendi dışına çıkarak varlığını anlama) modu’nun birlikteliğini yansıtır.

“Yer” görüşü, geometrisi ve diğer rasyonalizm edilen ifadelerden önce mekân gerilir veya kısalır, uzatılır ya da kısaltılır” (Aydınlı, 1998; Serim, 1999). Yer, eylem ve niyet merkezidir. “Varlığımızın anlamlı olaylarını deneyimlediğimiz bir odak noktasıdır” (Noberg_schulz, 1971; Relph, 1976). Yerler, tabiat gereği anılarla birlikte gelmezler, daha çok birbirleriyle yarışan tartışmalı alanlardır (Harvey, 1996; Creswell, 2014). Yer sözcüğü rutin kullanımda genellikle konuma atıfta bulunmak için kullanılmaktadır. Zaten ne anlama geldiğini bildiğimizi sandığımız için zor, daha gelişmiş bir şekilde anlamak için sağduyu seviyesinin ötesine geçmek gerekmektedir halde yer hem basit hem karmaşık bir konudur. Farklılaşmış alan olarak başlayan şey, onu tanıdıkça değer yükledikçe Yer’e dönüşür. Mekân ve yer tanımlamaları için her iki kavramında birbirini tamamlayıcısı konumunda olduğundan ötürü ayrılmaları mümkün değildir. Yer’in güvenliği mekânın açıklığı ve özgürlüğünün getirisiidir. Eğer mekânı harekete izin veren bir şey olarak düşünürsek, o zaman mekân bir duraklamadır, hareketteki her duraklama, lokasyonun bir yere

dönüşmesini mümkün kılar (Tuan, 1977; Cresswell, 2014). Bizim için önemli olan bir yerin sadece fiziksel görünümü, manzarası olabilir, ya da bildiğimiz ve hayatımızın en önemli deneyimlerimin geldiği yer. Ama eğer gerçekten kök salmışsak orası son derece anlamlı ve ayrılmazdır. Kısaca, yaşanan dünyanın yer olarak düşündüğümüz tarafları, niyetlerimiz tutumlarımız, amaçlarımız ve deneyimlerimiz yoğunlaşmasına göre farklılaşırlar. Canter'in yer teorisi, yerlerin insan –yer ilişkilerinin daha çok sosyal, kültürel psikolojik ve sübjektif perspektif bileşenlerini kapsayan deneyimlerin etkisi dikkat çekmektedir (Canter, 1996; Özkan, 2017). Bir yer, insanlara sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal nitelikleriyle, bireyin ortamla olan bağıını daha da kolaylaştırabilir.



Şekil 8. Yer sunmuş olduğu bileşenler Canter, 1977'den geliştirilmiştir

Buradan da anlaşıldığı üzere yer ile ilgili öncelikli problem, yeri neyin nasıl yer yaptığı sorusuna çözüm bulmaktır. Yeri ve onun anlam yoğunluğunu anlaşılabilmesi için bireylerin sosyal çevreleri ile etkileşim boyutunun niteliği vurgulanmalıdır (Özkan, 2017). Bu nedenle çalışmanın diğer bölümünde insan-yer ilişkisinin nasıl oluştuğunun ifade edilmesi gerekmektedir.

1.2.2. İnsan-Yer Etkileşimi

Tezin bu bölümünde insan ile mekânın karşılıklı etkileşiminin oluşturduğu nihai sonucu ve mekânın yere dönüşüm süreçlerini açıklamaktadır.

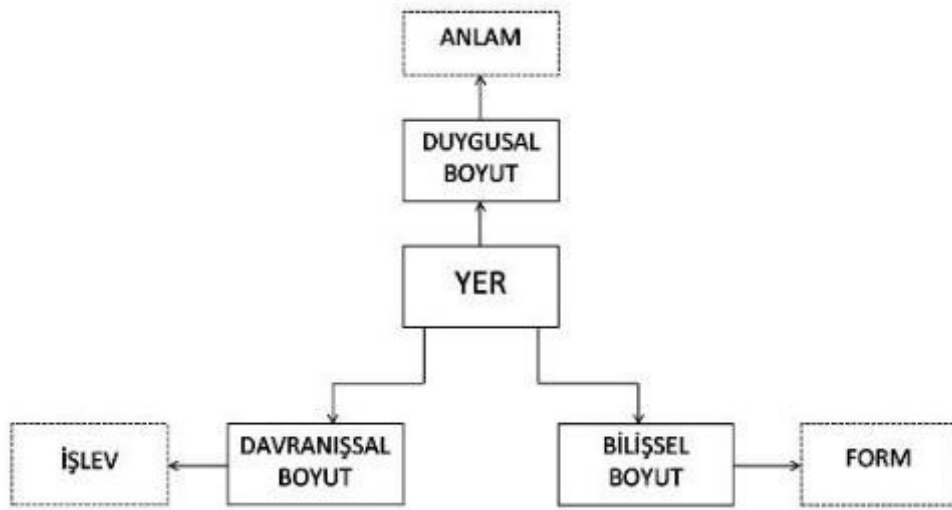
Lefebvre (1991) göre, mekân kavramının insanın yaşamdaki rolünü “hayatı değiştirmek için önce mekânı değiştirmeniz gerekir” cümlesiyle açıklamıştır. Bugün geldiğimiz noktadan bakınca, yaşamın temel birimi bireydir; insan doğanın yardımını almadan hayatını devam ettiremeyen bir organizmadır. Çünkü yaşam doğası gereği bir ekip işidir. Çevre, insanların zaman ve mekân ilişkisine göre şekillenen, içi içe geçmiş, değişik düzenlerde birbirinden etkilendiği ve gerçekleştiği ortamların toplamıdır (Gürel, 1970; Özkan, 2017).

İnsanın çevresi ile yekpare bir durumda olup mutualist ilişkide belirli bir tatminkâr boyuta ulaşırken, çevresini pozitif yönde gelişimini destekleyen bir yapıda olmasıyla olanaklıdır (Öz bilen, 1983; Gür, 1996; Bekçi ve Taşkan, 2012).

İnsanın bu ilişkideki mekân, çevre ve nesnelerin yapılarıyla uygun bir kalıba girdiğinde davranışları ve duygularını daha güvenli bir şekilde kontrol haline alması daha da kolaylaşmaktadır. Aksi bir durumda kişinin fiziksel ve psikolojik rahatsızlıkların gün yüzüne çıkmasını engellemez ve mekândan uzaklaşma eylemine sebep olmaktadır. (Ünlü, 1998; Bekçi ve Öz bilen, 2012; Bekçi ve Taşkan, 2012). Bundan dolayı insan doğanın bir varlığı olmakla birlikte; kendi özünde yeteneklerini, davranışlarını rahatça ifade etme özgürlüğünde bulunabileceği ve kendi amaçları doğrultusunda kullanabileceği mekânı, nesneyi ve çevreyi seçmekte veya onu dönüştürme arzusundadır. Bu değişim isteği memnuniyet kavramı ile yerin duygusal bağ ile doğru orantılıdır.

Bireylerin çevresiyle olan dönüşümünün, mekân dönüşüşlerinde geri planda olamayacağını savunan mimarlık tarihçisi Norberg-Schulz ‘yer’e bir ruh hissi yönelterek, insan ve yer arasındaki etkileşimin tanımlanabilmesi için “Genius Loci” (Spirit of Place/Yerin Ruhü) ifadesini ortaya atmıştır (Jive’n & Larkham, 2003; Güzel kahraman, 2019). Çevre ile kendini uyumlaştıran ve nesnelerin algılanması, çevre bilincinin getirisiidir. İnsandaki bu fark ediş çevrenin somut koşulların da yaşanan deneyimin ürünüdür. İnsan kendi dışındaki çevreden asla bağımsız bir hayat olamayacağı bilincine ulaşır ve çevre ile arasında bağ ve bütünlük duygusunu kavramaya başlar (Turan, 1980). Relph (1976) ise insan –yer ilişkisini içerdilik (indeness) ve dışardalık(outsideness) şeklinde yorumlamıştır. Bundan ötürü bir yerin içinde olmak, ona ait olmak ve onunla

özdeşleşmek demektir. Ve ne kadar derinden içindeysen yerin “yer duygusu” (sence of place), yer deneyimi” ve “yer geni” kavramlarıyla uygun değer seviyede özdeşleşmek demektir. Norbeg-schulz (1971) içerde olmak, yer kavramının birincil niyetidir, yani dışarda olandan uzakta bir yerde olmaktır. Lyndon (1962) ise içerde olmak, nerde olduğunu bilmektir. İfadesiyle tehlikeden uzak ve güvenli bir habitat hissiyatı vermektedir (Relph, 1976). Araştırmanın ana konuları ilerleyen bölümlerde detaylı olarak açıklanacaktır.



Şekil 9. Yer oluşturma boyutları Jorgensen, 2001; Canter, 1977; Hashem hashemnezhad, Ali Akbar Heidari, Parisa Mohammed Hoseini, 2012).

1.3. Bir Yer Olarak Caddeler

“Semtlerin birbirinin kopyası değil, farklılıkları ile anılması”
gerekir.
(Jacops, 1993).

“cadde ve sokak kavramlarını basitçe hayal edilebilen bir form, geçmişte de, alanın kimliğini ve karakterini bir bütün olarak kullanıcıya aktarabilen küçük evren olarak”
açıklamaktadır.
(Norberg-schulz 1971).

Yer kavramı, disiplinler arası farklı birçok tanım ve çeşitli ölçeklerinde kapsamaktadır.

Bu tez çalışması kapsamında, yer kavramı, küçük bir kentsel mekân olarak da tanımlanan cadde sıfatında incelenecektir. Bu nedenle öncelikle cadde ardından kentsel mekân kavramı tanımlanacaktır.

cadde

a.Ana yol

yol

- a. 1.Tüm ulaşım seçeneklerinden gitmek için aşılın mesafe ve aralık.2.
- b. Karada insanların hayvanların ya da taşıtların geçmesi için açılan veya doğal nedenlerden kendiliğinden oluşmuş, yürümeye müsait uzun bir çizgi şeklindeki yer olarak tanımlanmıştır.

Günümüz dünyasında cadde kavramının tanımı çağlara göre farklı noktalarda ifadelendirilmiştir. İlk etapta taştan örülmüş tüm yollar cadde olarak nitelendirilse de, bugün yerini otomobilin icadıyla asfalt yollar standardına geçilmiştir. Günlük ritüelimizde oldukça yoğun bir akışa sahip yayalara ve taşıtlara hizmet veren bir tür ulaşım birimi olarak görülmektedir (URL-1). Peyzaj mimarı gözüyle her iki yanı bir dizi ağaç veya çalı gruplarıyla alle şeklinde yoldur (URL-2). Özetle “cadde”; kent içinde, küçük yolların kendisine açıldığı geniş ve uzun yollar olarak açıklanmıştır. Bu anlatımlardan yola çıkarak birbiri için kullanılan tanımlar içinde geçen benzer ifadelerin ne kadarda girift bir yapıda olduğu görülmektedir. Öncelikle bu ayrımı her iki noktanın verdiği emare ile açıklığa çıkarmak gerektiğini düşünüyorum. Çünkü yol, cadde, bulvar, patika, rota..vb. Fakat burada önemli olan iki unsur vardır: yol genel ifadeyle yaya ve taşıt yoğunluğu sürekli meşguldür. Ancak cadde ise yoldan farklı bir atmosfere sahip bir yerleşim alanı kavramına bürünmüştür. Çünkü cadde ifadesi insanların dünyasında her iki tarafı bina veya bitkisel materyalleri ile dolu olan hacimli açık mekândır. Bu mekânsal benzetim ifadesiyle cadde insanların iletişim, alışveriş, ulaşım veya sosyalleşmek adıyla oluşturdukları sınırlardır. Norberg-schulz’a (1971) göre, bugün gündemde olan sirkülasyon işlevini sağlayan bir ögeye indirgemıştır. Schulz, cadde ve sokak kavramlarını basitçe hayal edilebilen bir form, geçmişte de, alanın kimliğini ve karakterini bir bütün olarak kullanıcıya aktarabilen “küçük evren’ ’olarak açıklamaktadır. Francis (1989) ise caddeleri, sosyal hayatın ve keşfin anahtarı olduğunu anlatmaktadır ve farklı sosyal sınıfların, ırkların karşılaştığı ve mekânların ilişkisi dokusu, zıtlığı, iletişiminin aktif olduğu alanlardır (Yazıcıoğlu Halu, 2010; Ünal, 2015).

Caddenin açık ve okunabilir olmasında en etkili olan kullanıcı ve tasarımcılardır. Caddeler kavramıyla önemli çalışmalara sahip Allan B.Jacobs (1996) ise caddelerin sosyal, fiziksel, algısal ve fonksiyonel oranlarıyla ilgili araştırmalar yapmıştır(Yazıcıoğlu Halu, 2010). Çünkü bir yer olarak caddeler kullanıcılar tarafından değerlendirmeye alınırken üstte belirttiiren kavramların etkisiyle şekillenmekte ve değişmektedir. Bir cadde birçok aktiviteye açık alan olmakla birlikte ara yüzünde bulunan fonksiyonlar adına sosyal ve ticari kullanımlara, yeme içme, mağaza veya etkinlik canlılık kısmı oluşturulurken insanı mekân içinde vakit geçirmeye ikna edici tasarımların ve yönlendirici nitelikte bir şeffaflığa sahip olmalıdır. Bu bakış açısında kullanıcının güvenlik duygusunu ve mekânın Yer'e dönüşmesini pekiştirmek ve caddenin bu yoğunluğu birazda olsa kentsel açık mekân kavramı adına önemli bir pozisyonudur (Cemali, 2011). Bazı kuramcılar cadde ve sokak kavramlarını tarihsel perspektifinden değerlendirmeye örnek ise, Moughtin (2003) kentsel mekânı bir bütün olarak düşünüp, cadde, sokak ve meydanları onun bir parçası olarak ele almıştır (Yazıcıoğlu Halu, 2010). Çünkü hiçbir parça kendi başına bir anlam ifade etmez ve gereksinim olarak düşünülmez. Özetle, kentsel mekân kavramı binalar ve yapılar dışında kalan homojen alanlardır. İnsanlar günlük yaşantılarının içerisinde fiziksel ve sosyal hiçbir engele takılmadan, ilişki ve duygusal bağ kuracakları, güvenilir ve konfor barındıran caddeler güzergâhını tercih etmektedirler. Tasarlanan bu mekânlarda insanların ihtiyaçlarını hedef alan tasarımlar olmalıdır. Tüm bu açıklamaların ardından anlaşıldığı gibi bu çalışma insan –yer etkileşiminin imkân sağladığı fiziksel ve sosyal özelliklerin bir yer olarak caddeler kavramına ilişkin araştırmayı ele almayı hedeflemektedir. Bundan sonraki bölümünde ise caddeler kapsamında kullanıcı ihtiyaçlarını neler olduğunun tanımlanması gerekmektedir.

1.3.1. Caddeler Kapsamında Kullanıcı İhtiyaçları

Kullanıcı ihtiyaçları, herhangi bir mekânda yaşam çizgisi üzerinde mental sağlığını koruyarak ve fizyolojik problemlere takılmadan işlerinde verim sağlayabileceği uygun çevre koşulları olarak tanımlanmaktadır (İnceoğlu, 1982; Özkan, 2017). Bu nedenle en gözde mekânlar oluşturabilmek için, öncelik kullanıcı ihtiyaçlar göz önünde bulundurarak tasarlanmalıdır ve tasarımcıların bu fikre dayalı mekanlar tahayyül ederken kentlilerinde fark etmeden bir o kadar güçlü bir toplum algısına oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Çelikyay ve Aydemir, 2021; Whyte, 1980; 1988; Kaplan, Al, 1998; Francis, 1987; 2003;

Özkan, 2017). Cadde, doğrusal bir kimliğe sahip ve yapılar ile donatılmış ölçek durumuna göre değişiklik göstermesi sonucunda dinamik bir kent üyesidir (Karaman, 1991; Cemali, 2011). Kent, kamusal dinamiğini koruyan cadde hayatıdır. Bundan ötürü insanların caddeleri kullanmasında başlangıç-bitiş doğrultusunda devam eden düzende saydam yapılar, dizilim, imge, mekânların aktifliği, okunabilirliği ve duygusal Entropi Kavramına Dayalı Uyum İyiliği Testleri çağrışımlarda bulunabilirliğinin temellerini atmaktadır (Çelik yay ve Aydemir, 2021; Lynch, 1990). Tasarımlarında kullanıcıların bu gereksinimlerini dikkate alan plancılar Maslow'un (1987) çalışmalarını odaklanmışlardır. Maslow, bu ihtiyaçları altı başlıkta bir hiyerarşik düzen dâhilinde olduğunu vurgulamıştır. Bu kademelerde ise her bir davranış belli bir gereksinime karşı denk düşmektedir. Bu hiyerarşik basamağın önemi şöyle belirtilir;

1. Fizyolojik gereksinim; beslenme, sığınma, eylem ve üreme gibi bireyin öncül rutinleridir.
2. Emniyet–Güvenlik ihtiyaçları; zorlama ve itimat duygusu gibi psikolojik ihtiyaçlardır.
3. Aitlik hissi ve Bağlanma ihtiyacı; bir yere duygusal bağ kurmak ve sevilme isteği
4. Saygınlık, Prestij İhtiyaçları; Farkındalık ve karşılıklı ehemmiyet uruzu
5. Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı; Kişinin Öz yeterlilik doygunluğu
6. Estetik Doyum İhtiyacı; görsel tatmin ve kişinin güzelliğe aç tavrı (Maslow, 1987; Düzenli, 2010).

Maslow'un bu ihtiyaç tablosundan yola çıkarak bireyin, her bir gereksinimin bir değerine gebe kalışını gözler önüne sermektedir. Bunun sonucunda insanın bitmek bilmeyen ihtiyaçlarının sonu olmadığını beyan etmektedir. 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 10'da gösterilmiştir.



Şekil 10. Maslow' un insan ihtiyaçlarının hiyerarşisi (Lang, 1987; Düzenli, 2010) geliştirilmiştir.

Tasarımcılar, kullanıcı ihtiyaçlarını belirli bir tatminkâr olabilecek düzeye ulaştırana kadar yapılan projelerde biçim ve işlevsellikte bir takım değişikliklere maruz kalması sonucu, caddelerin veya kentsel mekânların yetersiz oluşu gündem yaratmaktadır. Bunun sonucunda insanların zihninde o mekânlar tercih edilmeyen, işe yaramayan ve gereksinimlere cevap veremeyen geçici mekânlar olarak etiketlenilmektedir ve pasif alanlar olarak nitelendirilmektedir. Çünkü insanlar genel temel ihtiyaçları değil bir üst düzey memnuniyet kavramına ilgi duymaktadır. Bu sorunların yoğun ve güçlü bir şekilde ifade edilmesi tasarımcıların kullanıcı ihtiyaçlarını düşünerek yaptıkları projelerin önemli olduğunu vurgulanmaktadır. Bu araştırmacının amacı ise tüm tasarımcıların kullanıcı ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak açık mekân tasarımları gerçekleştirmesini sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda iyi mekânlar yeterli çoğunlukta, canlılıkta, iyi alışkanlık ve rutinler dâhilinde kullanıcı ile bütünleşen mekânlara dönüşürler (Gelh, 2019). Preiser (1983)'a göre insanlar esas gereksinimleri karşılandığı sürece bir çevrede hayatı sürdürebilir fakat memnuniyet sağlayabilecek çevreler için de kişisel olarak üst düzey gereksinimlerine cevap verilmesi gerekmektedir. Kentsel açık mekânlarda kullanıcıların tüm ihtiyaçlarına cevap verildiği nokta da memnuniyet duygusu oluşur. Bu gelişmede mekânın başarısının bir işaretidir (Whyte, 2000; Özkan, 2017). Kentsel açık mekânların, insanlara ne imkânlar sağlaması adına birçok çevre tasarımcılar tarafından çeşitli modellerden yararlanılmaktadır. Bu sebeple kentsel açık mekânlar yapılırken ilk hedefimiz kullanıcı istek ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi gerekmektedir.

Carr et.all (1922) kentsel açık mekanlarda kullanıcının ihtiyaç ve gereksinimlerini şu şekilde sıralamıştır. Bunlar;

- Aktif etkinlik
- Pasif etkinlik
- Konfor,
- dinlenme
- keşfetmedir.

Aktif etkinlikler, kullanıcıların hem mekânla hem de direk birbirleriyle etkileşim kurmasına imkân sağlar ve neşesini ortak kılar. Mekândaki çeşitli aktiviteler eğlence hissini besler ve diğer insanları da bu etkinliğe çeker. Çünkü insanlar insanların olduğu yere gelir. Etkinlik ve başka insanların orada oluşu diğer insanların ilgi odağı olur ve bizi heyecandırır. Bu şekilde davetkâr sosyalleşme kent yaşamını daha güçlü kılmaktadır (Gelh, 2019; Özkan, 2011).

Pasif etkinlikler ise dinlenme, etrafi, seyretme ve oturma eylemi şeklinde daha çok mekânla aktif bir katılım olmadan gerçekleştirilen etkinliktir.

Tüm bu araştırma amacı ise, caddelerin oluşum evrelerinin ehemmiyetli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Bu sayede caddelerin kullanım derecesini arttırmak adına birtakım ibarelerde geliştirilecektir.

1.3.2. Caddelerin Sunmuş Olduğu Fiziksel, Sosyal ve Algısal Özellikler

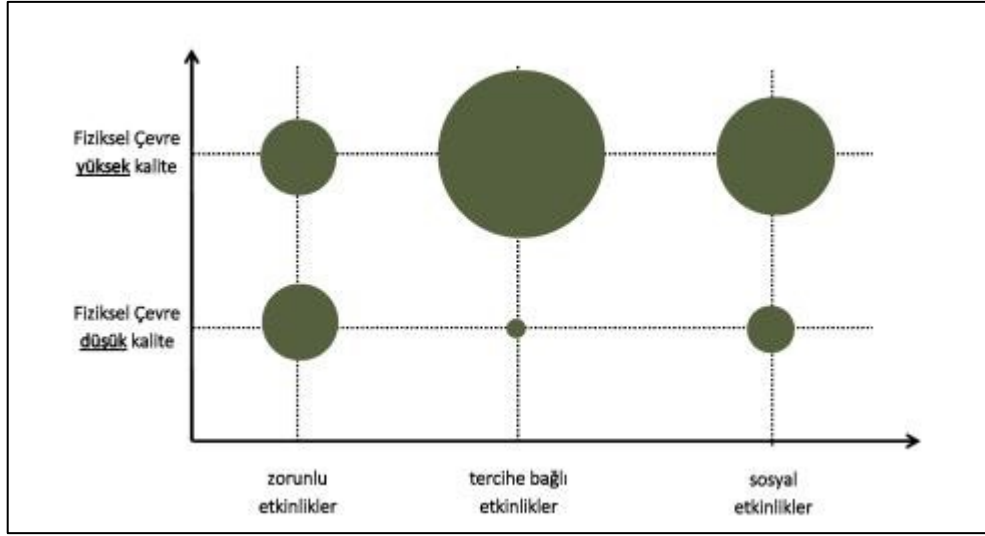
Norberg-Schulz ve ark. (1971), caddeyi: Sirkülasyon, kimlik-karakter, form olmak üzere üç kısımdan oluşan bir “Küçük Evren” olarak nitelendirmektedir. Patikalar, bulvarlar, ve sokaklar insanın hareket uzuvlarını baz alarak tasarlanmış doğrusal mekanlar olarak tanımlanmış, mekânsal biçimlenmeler ise göz ve gözün 100 metre yarıçapında olayları daha iyi anlayabilme olanağı ile ilişki kurmaktadır. Sokaklar “lütfen hareket edin” diyerek hareketi güdüler, meydan ise psikolojik olarak sağda solda ne oluyor merakını kamçılar ve durmasını sağlamaktadır. Hareket mekânı her daim haydi haydi diye kımıldadır, meydan ise dur bakalım bir neler oluyor sağına soluna şöyle bir göz at demektedir. Bu anlamlı içsel konuşma ayakların ve gözlerin kent planlama geçmişinde değişmeyen iz olmuştur. Kent mimarisin esası, aksiyon mekân olan sokak ile deneyim mekânı olan meydandır (Gehl, 2019). Bu çalışmanın hedefi, caddenin ara yüzünde mekânın yer’e dönüşmesiyle ve daha sonrasında deneyimlenen mekânda oluşan yer duygusu ilişkisinin ortaya koyulmasıdır. Bu nedenle önceliğimiz caddenin insan

davranışlarının oluşturduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin ayrıntılı incelemek gerekmektedir. Çevresel psikoloji çalışmalarında, önemli ayrıntılar genellikle insan –çevre paradigmasından doğmuştur. Bu paradigmadan hangi temellere dayandığını ve çevrenin kullanıcılara sunmuş olduğu niteliklerin neler olduğu ve nelerin olması gerektiğini sorgulayabiliriz.

Günümüzde yapılan literatür çalışmalarında, çevrenin sunduğu sadece fiziksel özellik değil sosyal özelliklerle birlikte eşgüdüm olarak değerlendirilmesi gerektiğini savunmuştur. Çevresel deneyimin fiziksel olarak, duygusal deneyimi de sosyal özellikler başlığı altında irdelenmektedir. Canter, bir yer ancak hem fiziksel hem de sosyal özelliklerin birleşimidir (Canter, 1983; Özkan, 2017). Proshansky (1983)’de “Yapılandırılmış çevrenin, fiziksel olduğu kadar sosyal olgu” olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle kullanıcılar, kendi isteklerine, beklentilerine yani ihtiyaç serüvenine, geçmiş deneyimlerine veya hedeflerine göre çevrenin sunduğu fiziksel ya da sosyal özellikleriyle mekânlara bağlı olabileceğini beyan etmektedir. Kullanıcıların mekân kriterleri, kendi çıkarları doğrultusunda fonksiyonel veya estetik gereksinimlerine göre mekânın sunduğu fiziksel –sosyal özelliğine yoğunlaşarak tercihlerini oluşturmaktadır. Aksine bazı olanaklar kullanıcılar için fırsat veya tehlike teşkil edebilir. Çünkü insan ilk olarak kendini güvende hissetmek ister. Bu nedenle insan bulunduğu kent meydanında güvenli olma potansiyeline sahip bir alan tercih etmektedir. Bu güvenli olma potansiyelinde insanların hareket hali veya durağanlaşıp zaman geçirmesiyle ilişkilidir. Cadde, sokak, bulvar veya kent meydanı her zaman cazip öğelerle ve farklı fonksiyonel imkânlar sunan kendi içinde orantılı, estetik, uyumlu bir bütünlük içinde olmalıdır. Bu bahsedilen unsurlarla kentler daha güvenlik duygusunu ve konforu arttırmaktadır (Gehl, 2019). Ancak bunlar kullanıcıların algısı, fiziksel boyutu, yeteneği, sosyal gereksinimleri ve kişisel amaçları doğrultusunda kesiştiğinde ortaya çıkmaktadır (Kytä, 2004; Mumcu; Yılmaz ve Öz bilen, 2013). Bu doğru ayırımında kullanıcılar kendi terazilerinde değerlendirmelidirler. Bu durumu Gehl (1987) üç şekilde ayırmasını yapmıştır;

1. Zorunlu etkinlikler
2. Seçmeli etkinlikler
3. Sosyal etkinlikler

Gehl (1987) kentsel açık mekânlardaki etkinlik mekanların fiziksel koşullarına bağlı olarak gerçekleştirilen etkinlikler olduğunu belirtmiştir. Zorunlu etkinlikler genellikle her koşulda

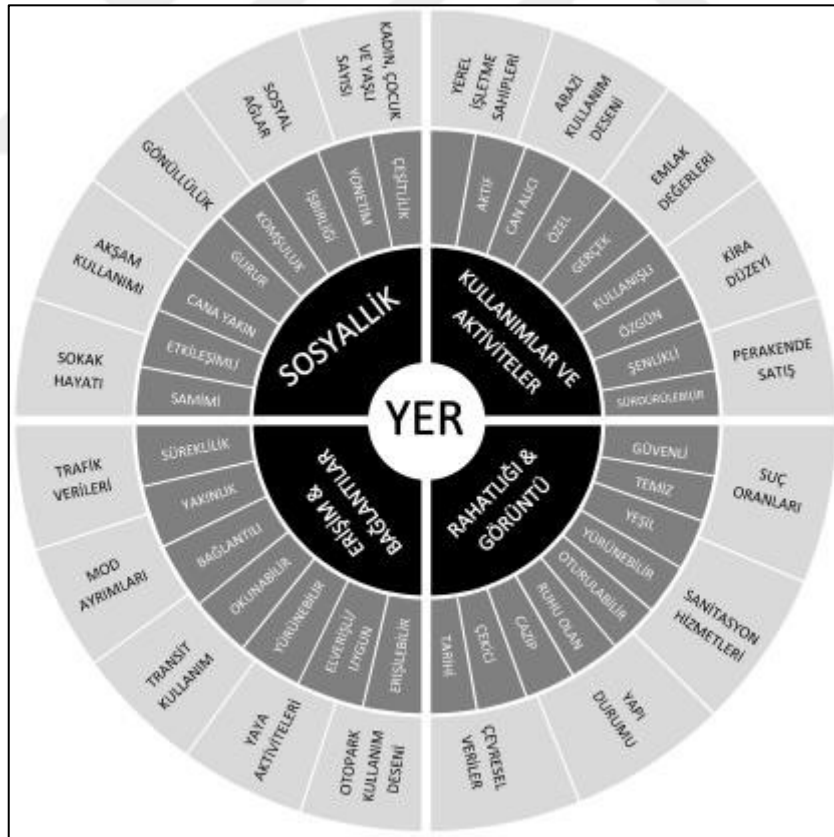


Şekil 11. Dış mekân kalitesi ile dış mekan etkinlikleri arasındaki bağlantı (Gelh, 2019).

Kent mekânlarında gerçekleştirilen etkinliklerin çeşitliliği olgunun özüne inildiğinde yapılan tekrarlarla ortaya çıkmaktadır. Bu durum basit bir bakış açısıyla zorunlu, sosyal veya seçmeli etkinliklerdir. Gehl, insanların genellikle yapmak zorunda olduğu sorumluluklar vardır: İse ya da okula gitmek, otobüs durağında beklemek, müşterilere servis yapmak gibi. Bu düzen daima işlemektedir. Bir de kişiye odaklı özel istekler doğrultusunda rekreasyonel odak dahilinde yapılan etkinlikler vardır: gezinti, durma, oturma, sanat gösterileri, havanın tadına varma, bisiklet sürmek vs. Bu etkinlikler ise en cazip ve bilinen kent olma yolunda giden kaliteyi de beraberinde getiren ön koşuldur (Gelh, 2019). Bu nedenle sosyal ve seçmeli etkinliklerin artması deneyim mekânına dönüşmekte ve yer duygusunu oluşturmaktadır. Eskiden sadece zorunlu etkinlikler içi kullanılan bu alan şimdi ise seçmeli ve sosyal etkinliklerin önerilmesiyle deneyim mekânına dönüştürülmüştür.

Kentlerin tarihine baktığımızda, planlamanın ve yapısının insanın davranışlarını, işlevini ve kentin işleyişini etkilediğini net görebilmekteyiz. Haussman'ın 1852 sonrası Paris'te kentsel yenileme projesiyle, bilhassa geniş bulvarlar, askerî denetime destek verirken, aynı zamanda şehrin geniş caddelerinde gezinme fırsatı sağlayan ve kafe hayatını yeşerten spesifik bir "bulvar kültürü" kavramının temellerini atmıştır. Bu durumda insanlara ayrılan ortak bir alanda gezinmesi, oturması veya ayakta durması için motive edici cazibe merkezleri haline dönüştürmektedir. Bu teşvik edici olay sokaklar ve meydanlar trafik ve park yeri olmaktan kurtulup: insanı değerlerini ve ihtiyaçlarını göz önünde tutarak kalite zamanı ve konforu destekliyor (Gelh, 2019). Son dönemlerde yapılan

çalışmalarda cadde kavramı kamusal hayatı andıran kentsel açık mekân algısı yaratmada ara yüz olarak açıklanmıştır. Caddelerin belirli akslarla kamusal ve işleyiş adına dinamik, canlı, ritim, oran ve zıtlık gibi ilkelerle sokaklarla ve meydanla bağlantılarına göre değerlendirilmesi yapılır. Bu durum caddenin iki özelliğini aynı anda oluşmasına sebep olur; hem yol hem de mekân hissi vermesidir (Moughtin, 2003; Cemali, 2011). Bu anlam sadece mekânı değil hayatı da içine alarak çoğalmıştır. Yani açık mekânlar sadece fiziksel özellikleriyle değil sosyal özellikleriyle ilişkilendirilerek değerlendirilmektedir. Bu alanda yapılan çalışmalarda, açık mekânlar “yer” kavramı içinde araştırılacaktır. Bu çalışmalara örnek olarak PPS (Project for Public Spaces - Kamusal Mekânlar İçin Projeler) kriterler sunmuştur. Kurucusu William H. Whyte PPS; 1975 yılında da kurulmuştur. Bu zamana kadar 2000’den fazla mekânı gözlemleyerek yaşayan başarılı mekânlar için ölçütler oluşturmuştur. Bu ölçütler dört ana başlıkta toplamıştır. Bunlar; sosyalleşme, kullanım ve aktiviteler, erişim ve bağlantı ile konfor ve imajdır.



Şekil 12. Project for Public Spaces - Kamusal Mekânlar İçin Projeler kriterler (Uzgören; Erdonmez, 2017)

Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde, yerin fiziksel ve sosyal özelliklerin yer geni kavramı ve katmanların sunması gerektiği özelliklerin neler olduğu tartışılacak ve tüm bu kriterler dâhilinde araştırma modeli eklenecektir.

1.4. Yer Genleri ve Katman Türleri

Yer geni “place genes” kavramı, insan ve çevre etkileşiminde endemiklikle (endemicity) bir nesne olarak «yer» bakış açısı veya yerlisi olarak ifadelendirilmektedir. Endemikle kavramı ile yerin fiziksel ve sosyal özelliklerine, yer duygusu kavramı ile de insan – yer arasındaki duygusal ilişkiye vurgu yapılmaktadır. İnsan doğası gereği habitatını oluşturmak adına öncelikle kendi gereksinimlerini düşünerek bir yer seçimine yönelmektedir. Burada çevrenin yani fiziksel ve sosyal özelliklerini veya mekânın kendine özgü niteliği; tarihi, dokusu, rengi, atmosferi, refahını mimarisi, sanatı vb. öğeleri kişinin çıkarları adına önemli unsurlardır. Bu dikkat çekici unsurlarda yerin kendine ait fiziksel, sosyal ve kültürel kimlikleridir. Böyle bir durumda kişiye daha spesifik bir bakış açısı kazandırıp tercih yapmasına destek olup yer deneyimini sağlayıp sonrasında yer duygusu kavramını oluşturmaktadır. Scannel & Gifford (2010) ise; kullanıcıların geçmiş deneyimlerine bağlı olarak belirli amaçlarını, beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayan mekânların hem fiziksel hem de sosyal özelliklerine odaklanmak gerektiğini belirtmiştir. Yer genleri (Place Genes);

- Tarihi ve kültürel değer,
- Mekânsal özellikler,
- Doğal çevre özellikleri ve servis özelliklerini içermektedir (Zhang & Li, 2021) çalışma basılmış mı kontrol

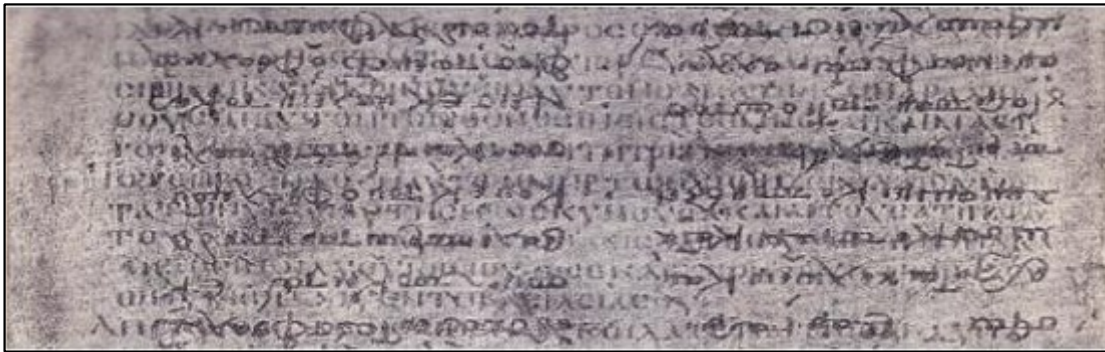
1.4.1. Palimpsest

Palimpsest kavramı, ilk kez Amerikalı mimar Peter Eisenman tarafından tanıtıldığı 1980'lerden beri mimari bir bağlamda kullanılmaktadır (Kjerrgren, 2011). Palimpsest kavramı sanat, mimarlık, edebiyat, sosyoloji ve kent bilimleri gibi birçok disiplinlerde anlam olarak karşılık bulan bir kavramdır. Bunlardan “apriori” kavramı olarak ilk benzediğini ileri süren ve kullanan kişi olarak Baudelaire'dir. Baudelaire göre palimpsest

beyin ve hafızaya benzetmektedir (Terdiman, 1993; Arusoğlu, 2013). Palimpsest; “üzerinde bulunan yazıların silinip ya da başkası tarafından silinmeye çalışıldıktan sonra yeni yazıların yazıldığı bir parşömendir” olarak sözlüklerde karşılık bulmaktadır (URL-3; Eren, 2020). Palimpsest kavramı yunanca bir sözcüktür. Üretilen bu iki sözcüğün kaynaşmasından oluşan “yeniden” ’manasına gelen “Palin” ve “kazınmış” ’anlamını ifade eden “psestos”dan gelir. Parşömenin yaprakları yüzyıllar önceden günümüze aktarılan papirüs bitkisinin gövdesinden temin edilmektedir. Papirüs bitkisi günümüz şartlarında kolay elde edilememesi ve ekonomik olmaması nedeniyle tekrar tekrar kullanılmaya maruz kalmıştır. Parşömen kâğıtlarını üzerindeki mürekkeplerin kazınması veya suyla silinmesi ve üstüne ilaveten yeni yazıların yazılmasıyla oluşan kitapları palimpsest olarak tanımlanmaktadır (Apaydın, 2019). Palimpsest kavramının bir başka tanımını yapmak gerekirse: ‘üzerine yazıla çizili eskimiş parşömenler ya da tabletlere verilen addır. Yeniye zorla okursunuz eskiden yazılmış olanın çentikleri ve soluk izleri arasında.’ (Gür, 2002; Arusoğlu, 2013). Özetle yeni, silinmeyen olan eskinin üzerine oturur ve zamanla homojen bir görüntü oluşmaktadır (Al, 2011). Palimpsest kavramı yüklenilen anlam olarak değerlendirme yapılırsa:

- “Eski ile yeninin birbirine iç içe geçmesi”,
- “İzlerin tam anlamıyla kaybolmaması”,
- “İki ruhun bir beden de hayat bulması olarak yorumlanmaktadır.”

Bu durum bir bellek olarak açıklanmakta ve yeni bir deneyime çevrilerek belleği ifade etmek için kullanılmaktadır (Apaydın, 2019).



Şekil 13. Codex Ephraemi Rescriptus, ilk çağlardan kalma bir Yunanca Mukaddes Kitap elyazmasının palimpsestidir. 5. yüzyılda, 12. yüzyılda Suriyeli Ephrem'in risaleleri ile üzerine yazılmış,

Bailey peyzaj kalıntılarının dağılımını uzamsal ve zamansal perspektiften nasıl tanımlanabileceğinin açıklayan beş farklı palimpsest sunar;

- Gerçek palimpsest
- Birikimli palimpsest
- Mekânsal palimpsest
- Zamansal palimpsest
- Anlamsal palimpsest (Kjerrgren, 2011).

1.4.2. Katmanlaşma

Yaratıcı çalışmalarda peyzaj hem mevcut haliyle hem de gelecekte ne olabileceğine dair bir geniş görüşlülük olarak ele alınmaktadır. Tasarımcı, daha fazla gelişim veya ilham için alanın mevcut tarihini ve kültürel katmanlarına odaklanarak yaratıcılığın başlangıç noktasını oluşturabilmelidir. Tasarımcı gidişatı kontrol altına alıp eski ile yeni katmanları yorumlayıp tasarımlarını yönlendirmeli ve palimpsest'i araç olarak kullanmalıdır. Palimpsest kavramı, arazideki doğal değerlerin katmanları kavramına dayalı olarak peyzajı tanımlamak ve tasarlamak için bir araç olma potansiyeline sahiptir. Peyzaj, onu zaman içinde yaratan ve geçmişte fark edilebilir olan tarihsel katmanlara odaklanarak incelenebilir. Uygulamada palimpsest kavramı peyzaj mimarlarının araçları arasında kullanılabilir Peyzaj doğası gereği yer' in ayırt ediciliği ve kimliği için değerli olan tarihi ve kültürel katmanlarının bilgi kabulü önemli bir boyuttur. Palimpsest'i bir tasarım yaklaşımı olarak değerlendirmek, bir projenin analizini ve son tasarımını içeren peyzaj mimarlığına has bir tasarım sürecini tanımlamaktadır. Nihai olarak tüm peyzaj katmanları değerlendirip ve fikirlerin pratikte nasıl uygulanabileceğine karar verebilmek bütünsel peyzaj çalışmalarını yürütebilme becerisi kazandırmaktadır (Kjerrgren, 2011).

Araştırmada yanıtlanacak sorular şunlardır?

- Peyzaj mimarlığında palimpsest kavramı nasıl etkilere sahiptir? Ve araç olarak nasıl kullanılmaktadır?
- Peyzaj mimarlığında palimpsest etkisi günümüze ulaşırken nasıl bir değişim sürecinden geçmiştir. Etkilerinin fiziksel, sosyal ve algısal olarak günümüzdeki işlevi nedir?

Peyzaj Mimarlığı ve Katmanlaşma

Peyzaj

- Avrupa Peyzaj Sözleşmesi'nin peyzaj terimini “insanlar tarafından algılanan, karakteri doğal ve/veya insan faktörlerinin eylemi ve etkileşiminin sonucu olan bir alan” olarak tanımlamaktadır (Council, 2000).
- Schein'e göre peyzaj, yalnızca insanlar tarafından inşa edilen bir şey, onun dediği gibi “maddi bir palimpsest” değil, aynı zamanda çok çeşitli katkıda bulunan bireyler ve hareketlerle katmanlı sosyal söylemlerin bir yapısıdır (Schein 1997, Kjerrgren, 2011).

Peyzaj Mimarlığı

- IFLA Peyzaj Mimarlığı çalışma alanının ;”hem yapılı, hem de yapılı olmayan fiziksel çevre ve mekânların planlanması, tasarlanması, uygulanması, yönetilmesi, mevcut halinin korunması ve kalkınmanın sürdürülebilirliğinin sağlanması konusunda araştırma ve deneme yapmak” olarak tanımlamaktadır (IFLA, 2003).

Katman / Layers

Katman Oxford sözlükleri tarafından “bir sayfa, miktar” olarak tanımlandığı fiziksel katmanlar veya bir yüzeyi veya gövdeyi kaplayan, tipik olarak birkaçından biri olan malzeme kalınlığı” (Oxford Dictionaries Katman, 2010) olarak tanımlanmaktadır.

Katman çeşitli bağlamlarda kullanılabilen genel bir terimdir. Peyzaj Kavramıyla ilgili katman türleri:

- Fiziksel Katman
- Sosyal Katman
- Anlamsal Katman
- Tarihsel Katman
- Zamansal Katman (Kjerrgren, 2011).

Fiziksel Katman

Fiziksel Katman, Fiziksel zeminin yanında eski bir sokak dizgisi boyunca düzenlenmiş yeni şehir binaları gibi kültürel etkinliklerinin üst üste geçirilmiş fiziksel izlerdir(Kjerrgren, 2011). Fiziksel katman bir yerin sunmuş olduğu fiziksel özelliklerin (yapısal özellikler, teknik özellikler, malzeme, yapılar, yeşil doku, ulaşılabilirlik, tasarım şekilleri vb.). Zaman içerisinde işlerini sürdürmüş olması veya silinmiş olmasına bakılmaksızın “yere” ait ulaşılabilen tüm verileri ifade etmektedir.

Sosyal Katman

Tarihin belirli zamanlarında var veya zaman içinde şekillenen kültürel ve sosyal katmanlar, belirli olan zamanın fikirlerine göre değişim gösteren peyzajın tarihi ve fiziksel katmanlarda kendini gösterecektir (Kjerrgren, 2011). Sosyal katman yerin sunmuş olduğu (sosyal etkileşim duygusu, erişebilirlik, uyum, mekânın popüleritesi ve informal karşılaşma vb.) gibi özellikleri zaman içerisinde değişim göstermiş olsa da yerin atmosferinin ve kültürünün kullanıcı tarafından unutulmaması ve her oluşturulan yeni mekâna uyum sağlayarak sosyal hareketi koruyabilen tüm verileri ifade etmektedir.

Anlamsal Katman

Bailey (2006) ve Schein (1997) fikirleri üzerine inşa edilen anlam katmanları bir ögenin, fikrin bireysel veya toplumsal anlayışına ve önemine katkıda bulunan sosyal söylemleri, kişisel hatıraları ve benzerlerini tanımlamak için kullanılmaktadır (Kjerrgren, 2011). Anlamsal katman, somut olmayan katmanların tanıma hakim olduğu tek palimpsesttir. Bailey'nin tanımında bir anlam palimpsestinin somut bir nesne olması gerekmez, sosyal bir hareket veya fikir de olabilir.

Bireysel bir nesne, teori veya benzeri tarafından, farklı kullanım tipleri ve ona bağlı çağrışımlar yoluyla elde edilen anlamların, nihai terk edilişine veya mevcut kullanımına kadar zaman içinde kademeli olarak değişen ardışıklardır. Anlamsal katman yerin sunmuş olduğu (deneyim, konfor ve güven, mimari karakter, yönelim elemanları, tanınırlık ve yerel kimlik vb.) özellikleri içinde barındıran ve yeni ile eskinin her daim iç içe geçmesi o yere ait kullanıcının hatıralarının tazeliğini koruyabilen bir ayırımı tanıyabilen tüm soyut verileri ifade etmektedir. Bu kademeli duygu yaklaşımı kullanıcıda daha çok etki bırakmakta ve söylemleri arttırmaktadır. Çünkü ne değişen katmanda geçmiş yerine gelecek ne de gelecek bu şekilde devam edecek olan döngüde birbirini takip eden bu olgular anıları, hatıraları ve duyguları da işleyerek devam ettirecektir.

Bu soyut katmanlar, belirli bir peyzaj projesinden etkilenen insan gruplarının sahip olduğu çeşitli ilgi alanları ve görüşler olabilir. Sadece o alanı ziyaret edenlerin bireysel deneyimlerine ve mekânla olan kurduğu iletişimle oluşturduğu anılar ve çağrışımlar olabilir.

Tarihsel Katman

Tarihsel katmanları tanımlamak için fiziksel katmanlardaki kalıntılar aracılığıyla temsil edilen geçmiş zaman kronolojisini tanımlamak için kullanılmaktadır (Kjerrgren, 2011). Fiziksel katman dahilinde yerin sunmuş olduğu unsurlar aracılığıyla geçmiş

bugüne ve geleceğe taşıyabilecek katmanların zamanı dile getirebilecek tüm verileri ifade etmektedir.

Zamansal Katman

Zamanın Oxford Sözlükleri tarafından "zaman" olarak tanımlandığı zaman katmanları, varlığın ve olayların geçmişteki, şimdiki ve gelecekteki bir bütün olarak sürekli devam eden gelişimi” (Oxford Dictionaries, time, 2010). Zaman içinde, olayların süresini ölçen kronolojik diziler tanımlarız. Zaman katmanları, peyzajın dördüncü boyutunu temsil eder ve yöneten süreçlere bağlı olarak diğer tüm peyzaj katmanlarına ilerleme ve değişim kabul ettirir (Kjerrgren, 2011). Her ne kadar yeniliğe başvursak ta silinmeyecek ve üst üste eklenerek kabul gören değişimler ve izler dâhilinde ilerleme kat edebilen bir katmadır. Deneyimlenmiş her geçmiş bugüne ve geleceğe de fiziksel, sosyal veya algısal boyut olarak aktarılacak devam etmektedir.

Bu sorular incelenecek olan, yer geni ve yer deneyiminin çalışmalarında yol gösterecek varsayımlar olacaktır.

- Kentsel açık mekânların deneyimlenmesinde yer genleri etkilidir.
- Yer genleri özelliklerinin başarısı yer deneyimini pozitif yönde etkiler.
- Yer genleri ve yer deneyimi arasındaki ilişki doğru orantılıdır.

1.5. Yer Deneyimi

Yer, dünyayı nasıl anlamlı kıldığımız ve deneyimleme biçimimizdir. Yer, başlangıç düzeyi olarak anlam ile donatılan alanlardır (Lefebvre, 1991; Smith, 1991; Cresswell, 2014). Bugün üzerinde hayatımızı devam ettirdiğimiz alanlarımızda her bireyin kendine özgü deneyimleme tarzı bulunmaktadır. Bu tarz yetisi insanların seçtikleri veya sonradan tercih edecekleri mekânları algılamada olumlu etkiler yaratan unsurlardır. Tercih ettikleri mekânları kendi kimliklerine, kültürel, sosyal ve psikolojik bileşenlerinin etkileri dâhilinde deneyimleme rutinine gireceklerdir. Bu girişim, bireyin her daim çevresini daha iyi gözlemleyen ve öğrenmesini sağlayan bir olgudur. Çünkü bu günlük deneyimler sosyal ve davranışsal ilişkilerle daha uyumludur ve doğru cevaplar vermektedir. İnsan tekil bir varlık olarak belirli bir kültür veya alt kültürlere aittir. İnsanın mekânlarla ilişkisi kalıtsal ve aynı zamanda değişken, kültüre bağlıdır. Bu zamana kadar biyoloji ve kültür tarafından hayatımıza psikolojik veya somut olarak empoze edilen sınırlamalar, bireyin kendi yaşamı, bedeni ve ruhu mekânla kurduğu ilişki çeşitli psikolojik kuramlarla anlaşılmaya

çalışılmaktadır. Bu yaklaşımda yer deneyimine fiziksel, sosyal ve algısal yönde fırsat sunmaktadır.

Deneyim, bir insanın belirli bir zaman dâhilinde ya da yaşamı süresince maruz kaldığı bilgi, beceri veya gördüğü, etkilendiği durum ve hadiselerden elde ettiği kazanımların bütünüdür. Doğumdan ölüme kadar yaşamın farklı aşamalarında tecrübe edindiğimiz olay ve durumlar ileri de referans olarak kullanılmaktadır. Yer mefhumu adına birçok tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamaların hepsi birbiri ile örtüşür ve iç içe geçmektedir. Ancak karmaşıklığı sadeleştirmek yerlerle ilgili deneyimlerimizin niteliği açısından önemlidir. Çünkü bir yerin okunabilirliği yeri açıklığa kavuşturmadaki rolü büyüktür (Relph, 1976). Doğrudan yer deneyimi derin olabilir ve bu ister ani bir deneyim olsun, ister yavaş gelişen nazikçe büyüyen bir ilgi olsun, önemli olan bu yerin benzersiz ve özel olarak size ait olduğu duygusudur. Çünkü siz onu deneyimlersiniz ve bu kişiseldir (Camus, 1959; Relph, 1976).

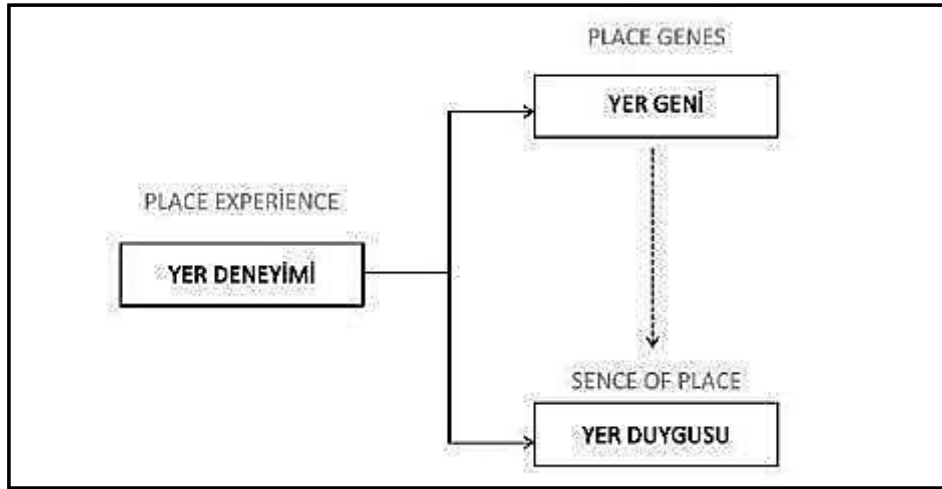
Canter 1977'ye göre yer teorisi, yerin anlamı o yerin fiziksel özellikleri ve kavramlar arasındaki ilişki ve eylemlerin tümüdür. Farklı insan gruplarının affedilen yerde yaşadıkları deneyimler; kişilerin ne yaptıkları ve kiminle vakit geçirdikleri belki de bu deneyimlerin kilit yönüdür. Bu kilit ayrıntı yer deneyimi kavramını etkinliği için vurgulanmak istenen noktalardır. Yer deneyimi olabilmesi için insanların o alanla dikkat çeken fiziksel, sosyal ve algısal yönleri ile güçlü ilişkiler kurması gerekmektedir. Daha genel ifadeyle herhangi bir ortamdaki deneyimlerin anlamı daha geniş yelpaze ile daha iyi anlaşılabilir. Yer teorisi Canter (1977) göre, bir yerin anlamının fiziksel nitelikler, kavramlar ve eylemler arasındaki ilişkilerin sonucu olduğunun altını çizerek (Scopelliti & Giuliani, 2004). Bu deneyime dayanarak birey davranışları beşeri özelliklerine göre biçimlendirir. Aslında yer deneyimi bireyin bulunduğu çevrenin doğal nitelikleriyle hesaplaşmasıdır. Yer kelimesi mekânın deneyimlenmesi ve içinde bulunan kişilerin birbiri ile sosyal etkileşimi sonucu var olmaktadır. Yer deneyimi, kavramların birbiriyle homojen bir şekilde oluşumudur. Bir başka deyişle yer deneyimi, bireyin aynı fiziksel çevreyi paylaştığı toplumla ortak kılan niteliklerden oluşmaktadır. Bu durum aynı toprak üzerinde yaşayacak farklı bireyleri de aynı çatı altına toplaması toplumsal bir ortaklıktır. Böylece dünyada bulunan herkesin yer deneyiminin evrenselleşmiştir. İnsanın 5 duyusuyla idrak ettiği, yorumlayarak anladığı ve yaşamını sürdürdüğü kentsel mekânlar insanlar için inşa edilir Doğası gereği insan içgüdü, hayatımızın bazı evrelerinde kazandığımız tecrübelerin sonucudur (Özkan, 2011). İnsan tekil bir varlık olarak belirli bir kültür veya alt kültürlerle aittir. İnsanın

mekânlarla ilişkisi kalıtsal ve aynı zamanda değişken, kültüre bağlıdır. Bu zamana kadar biyoloji ve kültür tarafından hayatımıza psikolojik veya somut olarak empoze edilen sınırlamalar, bireyin kendi yaşamı, bedeni ve ruhu mekânla kurduğu ilişki çeşitli psikolojik kuramlarla anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Kısaca, insan hayat enerjisini yer ‘den alır ve bunu mekâna dönüştürür. Mekânın var oluşu, kendisini kuranın deneyimlerinin diktatörüdür. İnsan, bulunduğu çevre ile olan bağını ve aidiyet kavramını sindirip biçimlendirerek, yerini inşa etmektedir. Yer ise kavramsal olarak, mekânı meydana çıkaracak deneyimi, yaşayanların etkileşimi ile sonuçlandırmaktadır. Yer deneyimi, birbiri içine geçmiş çok katmanlı biçimlenme sürecidir (Asiliskender, 2004). Araştırmanın bu bölümün de yanıtlanacak sorular şunlardır;

- Kentsel açık mekânların insan ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılaması yer deneyimini ve yer duygusunu etkiler mi?
- Yer duygusu kavramı yer deneyimini nasıl etkiler?
- Başarılı kentsel açık mekânların yere dönüşüm sürecinde yer deneyimi ve yer duygusu bileşenleri birbirleriyle ilişkisi nasıldır?
- Kullanıcıların insanların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılandığı kentsel açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler yer deneyimini artırır mı?
- Kullanıcıların kentsel açık mekânları kullanım süresi yer deneyimini ile ilişkili midir?
- Kullanıcıların kentsel açık mekânları kullanım süresi yer duygusu ile ilişkili midir?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu oluşur mu?

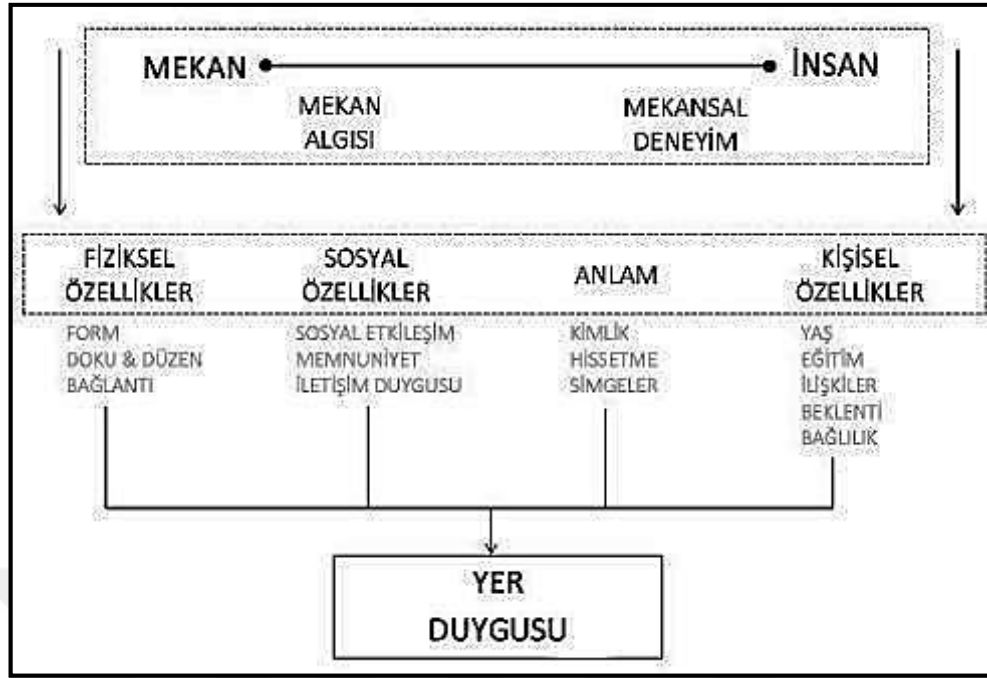
Araştırmanın bundan sonraki bölümünde yer duygusu kavramının tanımı yapılarak, yer duygusu göstergelerinin ve bileşenlerinin neler olduğu açıklanacaktır.



Şekil 14. Yer geni ve yer duygusu ilişkisi

1.6. Yer Duygusu

Çevre, yerin fiziksel özelliklerini, kurumlarını ve olaylarını ele alarak insanlara ampirik bir durum yaratmasına fırsat vermektedir. Bu fırsat bireylerin kendi öz benliğini, kimliğini, duygularını ve yaşam yolunu anlamlandırabilmek için birtakım faaliyetler içermektedir (Gustafson, 2001; Turner ve Turner, 2006). Faaliyetler sonucu insanların yer ile öznel algıları sayesinde duygu alışverişi olmaktadır. Bu etkileşim deneyimlenen bir mekânı gerçek bir yere dönüştürmesine ve anlamlandırmasına destek olmaktadır. Bu araştırmanın hedeflenen çıktısı kısa ve öz olarak ifadelerinse, yer: boşluk+anlam (Harrison & Dourish, 1996; Turner ve Turner, 2006).



Şekil 15. İnsan yer ilişkisi ve yer duygusu (Canter 1977, Punter 1977, Steele 1981, Falahat, 2006, Lewicka 2010, Purmand 2010’dan geliştirilmiştir).

Bu deneyimlenen yerde oluşan bağ bireyde yer duygusu (sense of place) kavramını doğmasına neden olmaktadır. Yer duygusu, insanların çevrelerindeki sübjektif algıları ve bu yerler hakkında az ya da çok öz bilinçli duyguları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu nedenle yer duygusu, çevresel deneyimin hem yorumlayıcı bakış açısı hem de duygusal yönlerini oluşturmaktadır. Yer duygusu, literatür incelemelerinde aslında farklı perspektiflerle de tanımlanmaktadır. Bu bahsedilen iki farklı yöntem; ilki insanların yerle olan ilişkisi veya yer türlerinden oluşmaktadır. İkinci yöntem ise; topluluğa bağlılık, derinlik ve belirli bir yere bağlanma türleri olarak ifadelendirilmektedir. Yer duygusu kavramı tek başına tanımlamak yerine bu bakış açısıyla analizini gerçekleştirmek belki de daha anlamlı ve ehemmiyetli sonuçlar açığa çıkarmaktadır. Bir diğer ifadeyle çevre psikolojisi kuramcılarından Steele; “Yer duygusu, bir kişinin belirli bir ortamdaki belirli deneyimi (uyarılmış, heyecanlı, neşeli, genişlemiş vb. hissetmek)” tanımlamıştır.

John Brinckerhoff Jackson yer duygusunu şu şekilde açıklamıştır; “Yer duygusu, zaman içinde kendimizin yarattığı bir şeydir. Alışkanlık veya geleneğin sonucudur. Yer duygusu, tekrar eden olaylar duygusu olarak adlandırılabilir”.

Sosyoloji kuramcılarında ise David Hummon; “Yer duygusu derken insanların çevrelerine ilişkin öznel algılarını ve bu ortamlar hakkındaki bilinçli duyguların

bütünüdür”. Yer duygusu kaçınılmaz olarak ikili bir yapıya sahiptir. Çevreye yorumlayıcı bakış açısı ve çevreye duygusal tepki sağlamaktadır. Yer duygusu, kişinin anlayış ile yer hakkındaki duygularının çevresel anlam bağlamında kaynaştığı yere göre kişisel yönelimi içermektedir (Cross, 2001).

Tuan (1977) göre yer duygusu; bir bireyin ya da grubun bu ortamlara alakalı deneyimlerine dayalı olarak, bir birey veya grup tarafında düzenlenen bir ortamın anlamı ve önemidir. Bir yer, insan deneyimine, sosyal ilişkilere, duygulara ve düşüncelere dayalı anlam merkezi veya bakım alanıdır (Tuan, 1977; Stedman, 2003). Tuan (1974) fiziksel çevreyi “bir duygu taşıyıcısı” olarak açıklar ve yer duygusunun insanların çevre ile arasında oluşan duygusal bağı olarak yorumlar. Birçok kuramcı yer duygusunun çok boyutlu bir yapı olduğunu ve fiziksel, sosyal, kültürel ve anlamsal faktörlerden etkilendiğini kabul etmektedir (Hernandez ve diğerleri 2007; Lang 1987; Larson ve diğerleri 2013; Lewicka 2010; Lewis 1979; Shamai and diğerleri 2012; Stedman 2003 & Williams 2009).

- Psikoloji (Stedman, 2003),
- Coğrafya (Hay, 1990),
- Kentsel tasarım (Carmona ve diğerleri, 2003; Montgomery, 1998; Ouf, 2001),
- Çevre (Ardoin, 2014; Atkinson vd., 1997; Chapin ve Knapp, 2015),
- Turizm (Kianicka vd., 2006),
- Planlama (Newton ve Sinner, 2017; Puren vd., 2007; Williams, 2014) ve
- Mimari (Parsa ve Torabi, 2015).

Low Altman ise, mekâna bağlılığın duygusal ya da bilişsel mekân deneyiminin ötesinde olduğuna ve bu ilişkide insanın kültürel inançlarının da etkisi olduğuna inanmaktadır. Ayrıca bu yaklaşım ilişkinin yaşam boyu oluştuğuna ve bu uzun süreli deneyiminin böyle duygusal bağa yol açabileceğini savunmaktadır (Altman & Low, 1992; Hashemnezhad and Heidari & Mohammad Hoseini, 2013).

Sosyal bilimlerde yer duygusu kavramı üç bileşenli bir bakış açısı hâkimdir;

- Fiziksel ortam
- Ortamda meydana gelen insan faaliyetleri
- Ortamdan kaynaklanan insan sosyal ve psikolojik süreçleri
- Anlam ve bağlılık süreçlerini içermektedir (Brandenburg & Carrol 1995; Stedman, 2003). Bu süreçlerde İnsan çevre arasında gelişen bu anlam;

- Yerin daha iyi kullanımını,
- Kullanıcı memnuniyetini
- Ve sonuç olarak yerdeki sürekli mevcudiyeti sağlar.

Yer duygusu ‘nun en eksik ve karışık anlamı, farklı yerleri ve bir yerin farklı kimliklerini tanıma yeteneğidir (Relph, 1976). Kavram basit bir tanımlamaya dirense de konuyu irdelenmenin çeşitli yolları bulunmaktadır. Aslında formal yaklaşımlarla açıklamak yerine insan davranışlarının sonuçlarını ele alarak daha güvenilir ve tutarlı değerlendirmeler yapılmalıdır (Lewis, 1979; Shaima & Ilatov, 2005).

Relph (1976) yerin özünü ortaya çıkarmak için bir yerde yaşama deneyimini vurgular ve çok yönlü deneyim olgusu olarak yer ve yerin konum gibi çeşitli özelliklerini inceleyerek manzara ve kişisel katılım, bunların bizim deneyimlerimizi ve yer algımız için ne denli önemli olduğu konusunda değerlendirmeler yapılabilir. Konum, yer duygusu için tek başına yeterli bir unsur değildir. Bir yer duygusu ve bağlılık oluşturmak için bir yerle uzun ve derin bir deneyim ve mümkünse o yerle ilgilenmeye ihtiyaç duyulmalıdır. Bazı koşullar bu ilgiye destek verebilir; Ritüeller, mitler, semboller yardımcı olan ve insanları bir yere bağlar (Tuan, 1977; Shaima & Ilatov, 2005). Çünkü semboller yer duygusunu yansıtır ve besler (Peterson & Searinen, 1986; Shaima & Ilatov, 2005).

Yer duygusu başka bir ifadeyle; Bir kişi veya grubun bilinçli veya bilinçsiz olarak belirli bir yer veya bölgeyle ilişkilendirdiği anlam, sembol ve niteliklerin bütüncül yaklaşım yığınıdır (Eisenhauer ve ark.2000; Datel & Dingemans, 1984; Shaima & Ilatov, 2005).

Dolayısıyla yer duygusu yerdeki hem fiziksel, çevresel hem de kişisel /sosyal etkileşimin birleşimi olmakla birlikte aynı zamanda toplumsal olgudur(Eisenhauer ve ark. 2000; Shaima & Ilatov, 2005).

Yer duygusu kişiliğin psikolojik çekirdeğinin içselleştirilmiş bir ilişki deneyimi olan gerçeklikle öznel olarak değerlendirici, bilinçli olarak seçici ilişkilerinin kişilik kavramıyla tutarlı davranışı söz konusudur. Yer duygusu bir diğer tanımlamayla bir yere bağlılık ve bir yer ile özdeşleşmenin türevleri olduğunu iddia etmektedir (Reznichenko, 2014).

Marsh (1988) tüm insan topluluğunda ortak olan şey, bir yer duygusuna, sınırları ve kimliği olan bir yerde yaşama hissine olan ihtiyaçtır (Hay, 1998).

Yer duygusu kavramını bir örnekle açıklamak istersek; Sevdiğiniz bir sokakta yürürken hissedilenler kişide eşsiz duygular yaratır ve bu duygular mekânın dokusu, rengi, ışığı, ritmi ve gölgelerin bileşkesidir. Yani o “yer’e” has olan “ruh” olarak ifade

edilmektedir. Bu yaşadığımız duygular mekânda bir başka mekânda hissedilmesi imkansız gibi bir şeydir. Çünkü deneyimlenen mekânlar kendine özgü kılan özellikleri ile farkını ortaya çıkarmaktadır. Bu nitelikte, Schulz 'un “genius loci” yani “yer Duygusu”/“Yerin Ruhu” olarak açıklanan kavramla tanımlanabilir (Norberg-Schulz, 1980; Cambaz, 2009). Araştırmalar kapsamında öncelikli olarak sormamız gereken sorular şunlardır;

- Yer duygusu kavramı yer deneyimini nasıl etkiler?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu oluşur mu?

Bu bağlamda Yer duygusuna farklı disiplinlerde çok farklı yaklaşıldığını ve çalışma alanı ölçeğine göre farklı kriterlerle ifade edildiğini belirtmiştir.

KRİTER	ALT KRİTER	YAZAR
KİŞİSEL ÖZELLİKLER	Yaş	LEWICKA MC ANDREW TWIGGER ROSS VE UZZEL HUMMAN CHIPUER
	İkamet Süresi	
	Eğitim	
	Kökçülük(Aile)	
	Benlik Saygısı	
	Öz Yeterlilik	
	Öz Kimlik	
FİZİKSEL VE GÖRSEL ÖZELLİKLER	Olgunlaşma Süresi	CANTER, PANTER TWIGGER ROSS VE UZZEL GOLKAR ROSE
	Yaş Gruplarına Çatışım	
	Fiziksel Formun Kalitesi (Türü, Boyutu ve İkamet Alanı)	
	Fiziksel Bölgelerin Kalitesi	
	Peyzaj Kalitesi	
	Erişilebilirlik Kalitesi	
	Yerin Ayırt Ediciliği	
SOSYAL ÖZELLİKLER VE ETKİNLİKLER	İklim	ALTMAN&LOW KALTERBORN HAY
	Jeolojik Değer	
	Sosyal Etkileşim Olanakları	
	Güvenlik Hissi	
	Memnuniyet	
	Süreklilik	
	Kolektif Kimlik	
ANLAM	Gelenek	GOLKAR RELG, TWAN TWIGGER ROSS ALTMAN&LOW STEEL
	Aile	
	Tarih	
	Yerleşim Yerinin Statüsü	
	Kimlik	
	Okunaklılık ve Semboller	
	Ritüeller, Mitler	
	İnanç	
	Niyet Taahhütleri	
	Hisler, Algı	
	Gizem, Hafıza	

Şekil 16. Yer duygusu farklı disiplinlerde çalışma alanı ve kriteri Graham ve ark. (2009).

Özetle, birey kendi ihtiyaçlarını gözeterek bir yer tercihinde bulunmaktadır ve amaçlarıyla bütünleşme mekânla olan sürekliliğini ve homojenliğini temsil etmektedir.

Bu ölçek yerinde olması bireylerin gerçek davranış şekillerini göstermede daha samimi olma yolunda olmalarını göstermektedir. Bu da yer deneyimini en uç seviyede yaşamak ve etkilenmenin getirisi de yüksek yer duygusu kavramıdır.

Çünkü insan bir yerin ne kadar fonksiyonlu oluşu veya ilgi çekici olması bireyin duygularının pusulasıdır. Bir yandan da insanların öznel deneyimlerine (anılar, gelenekler,

tarih, kültür ve toplum), çevrenin dış etkenlerinden de (manzara, koku, ses) ve yer geni faktörlerinde yer duygusu ve yer deneyimini kavramlarını etkilenmektedir. Çünkü bu etkiler dâhilinde rutin aktivitelerde insanı bir Yer'e bağlanma hissi oluşturmaktadır. Harvey Cox (1968), “insanların gerçeklik duygusu için gerekli olan yerin sürekliliği duygusu” tanımlamaktadır (Relph, 1976). Fakat yukarıda bahsedildiği gibi deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşmamaktadır. Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki bölümünde, Yer duygusu bileşenleri neler olduğunun belirlenmesi gerekmektedir.

1.6.1. Yer Duygusu Bileşenleri

Yer duygusu konusunda geçmişten bugüne yoğunlaşarak birçok alt başlık altında incelenmiştir. Bunlar; coğrafya, mimari, kentsel tasarım, psikolojik, sosyolojik, kültürel ve bilimsel araştırmalarda yerini almaktadır. Araştırmacılar genel olarak, yer duygusu kavramında önemli olan etken veya etkenler nedir? Sorusuna cevap aramışlar ve mevcut konumlarında yer duygusunu arttıran etkenlerin neler olduğunu araştırmışlardır. Bu araştırmalar duygunun kuvvetli ve türünün hem yerlerin kendileriyle (ölçekleri, büyüklükleri, fiziksel, sosyal özellikleri, bireysel davranış, tutum ve imaj) hem de kişilerle (sosyal, psikolojik, ekonomik durumları, öznel deneyimler, ikamet süresi uzunlukları ve hareketlilik, yaş, güvenlik duygusu, belirli bir yerdeki sosyal ilişkiler, değer sistemi, çevrenin nesnel ve dışsal etkileri vb.) bu bahsedilen karmaşık duygu sistemi insanları çevresine bağlı kılmakta ve değişmektedir. Steel 1981 ise bu durumu şöyle açıklamıştır; yer duygusu, insanların neden olduğu her şeyin deneyimidir. İlgili ek faktörlere göre değişmekte ve bunlara bağlı olduğunu savunmaktadır (Scannell & Gifford, 2010; Özkan, 2017; Hashemnezhad; Heidari & Mohammad Hoseini, 2013). Bu durumda günümüze kadar yapılan temel çalışmalar sonucunda yer duygusu kavramının en genel ayrımları aşağıda tablolarda ifade edilmiştir.



Şekil 17. Yer duygusu modeli Sense of place (Canter 1977).

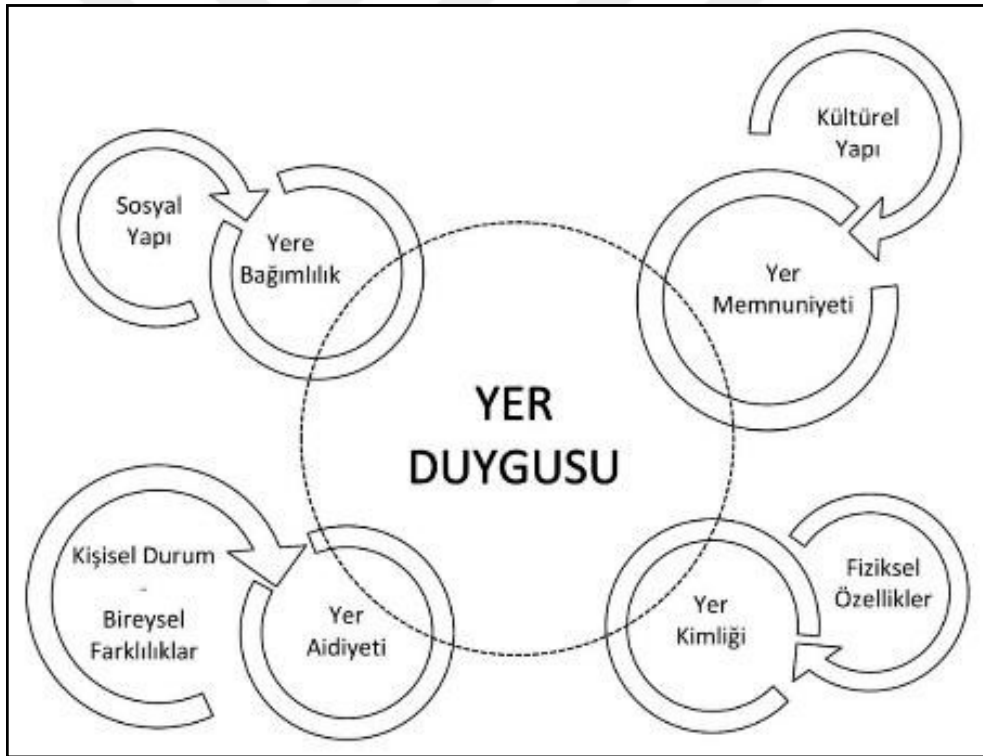


Şekil 18. Yer duygusunu oluşturan unsurlar Steele, 1981 geliştirilmiştir.

Canter 1977'nin şekildeki yer duygusu kavramı, İnsanların veya grubun ortamlarına alakalı bilinçli deneyimlerine, sosyal ilişkilerine ve öznel algılarına çevresel anlam bağlamında kaynaştığı yerin anlamsal merkezi olarak ifade edebiliriz. Bu merkez duygusu

denkleminin yani mekânın form, aktivite ve anlam bütününün ve memnuniyet seviyesinin en üst düzeyde olmasının insan da cazip bir yer algısı oluşturmaktadır.

Bir mekânda yer duygusu kavramında söz edebilmek için yukarıda kuramcı Steele tarafından geliştirilen şekilden yola çıkarak, bireyin bir mekâna öncelikle fiziksel, anlam ve algısal bilişsel özellikler sıralaması çok önemlidir. Çünkü insan bir mekânda öncelikle görsel çeşitlilik aramaktadır. İlk adım mekânın göze hitap etmesi sonrasında da mekânın fonksiyonel özelliklerin kullanıcın ihtiyaçlarına cevap verecek pozisyonda olması o alanın artık kullanıcı için anlam yüklü olmaya başlamış olması demektir. Dolayısıyla deneyimlenen mekânın ne kadar ikonik ve memnuniyet düzeyinin yüksek olması kişide güven algısı ve bolca anıya davetiye çıkarmaktadır. Bu durumda da yer duygusu kavramının kaçınılmaz bir hal alması demektir.



Şekil 19.Yer Duygusunun Yapısı (Deutsch & goulas,2009)

Mekânın nitelikli özellikleri dolayısıyla kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için kullanıcıyla mekân arasında bir eşgüdümsel bir ilişki kurulmasını ve böylelikle yer duygusunun da bu atmosferden doğru orantılı bir şekilde etkilenmesi kaçınılmazdır.

Yer duygusu kavramını etkileyen parametreler detaylandırıldığında etmenlerin yalnızca mekânın yarattığı öğelerle kısıtlanmaması gerekir. Aynı şekilde insana dair etmenler de bu ilişkide belirleyici olmaktadır. Kullanıcıların mekânları tercih etme ve etkileşim kurma isteklerini etkileyen öğeler bireylerin algısal ve kültürel yetisi ile birlikte yer duygusunu da etkilemektedir (Deutsch & Goulias, 2009).

YAKLAŞIM	ANA DÜŞÜNCE	TEORİSYEN
• FENOMOLOJİK	Mekanın ruhu, içerisi ve dışarısı kavramı	NOBERG-SCHULZ, RELPH
• KRİTİK	Ekonomik ve Sosyo-Kültürel yapıların dikkate alınması	MESSY
• POZİTİF	Mekanın fiziksel ve işlevsel bileşenlerine hitap etme	CANTER

Şekil 20. Yerlere göre yaklaşım teorileri (Hashemnezhad, Heidari & Haseini, 2013)

İnsan –çevre ilişkisinin hangi esas konular üzerine inşa edildiği, nasıl oluştuğu, çevrenin insanlara sunduğu özellikler ve bu özellikleri kullanıcıların nasıl değerlendirdiklerini sorgulayan bu çalışma kapsamında, insan ve çevre etkileşiminden yer duygusu kavramı doğmaya başlamıştır. Bu çalışma kapsamında şu sorular dikkat çekmiştir:

- İnsanlar neden sürekli aynı yeri tercih eder ve duygu beslerler?
- Neden bir yerden ayrılmak isterler?

Bu nedenle araştırmada sorulan bu sorular genelde çevresel psikoloji literatüründe vurgulanmak istenen konulardan biri olan” yere bağlılık (place attachment)” kavramını öne sürmektedir. Yere bağlılık mekân ve insanın birbiri ile duygusal ilişkisini anlatmaktadır (Raymond et al, 2011; Scannell & Gifford, 2010a, b).

Mekâna bağlılık konusunda teorik anlamda birçok yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Çevre psikolojisi literatürün de ilgili kavramlar şu şekilde sıralanabilir (Göregenli, 2005):

- Topluluk Bağlılığı (Community Attachment), (Kasarda & Janowitz, 1974)
- Topluluk Duygusu (Sense Of Community) , (Sarason, 1974)

- Yere Bağlılık (Place Attachment), (Gerson ve Ark, 1977)
- Yer Kimliği (Place Identity), (Proshansky, 1978)
- Yer Bağımlılığı (Place Dependence), (Stokols & Shumaker, 1981)
- Yer Duygusu (Sense Of Place), (Hummon, 1992)

Kullanıcı mekân ile ilişkilerinde kültürel döngülerinden etkilenecek ve çeşitli anlamlar yükleyerek kendilerine ait "Yer"lerini oluştururlar. Bu süreç içinde insan ile yer arasında oluşturduğu en önemli etkileşim ise yere bağlılıktır. Özetlemek gerekirse, insan beklentilerine ve amaçlarına karşılık bulduğu mekânı yer edinir. Kendini çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler dâhilinde güvenilir, rahat ve konforu olan yerleri tercih eder ve etkili bağ kurmak ister.

1.7. Çalışmanın Amaç ve Varsayımlarının Ortaya Koyulması

İnsan ve çevre ilişkisinin hangi esaslara dayandığı ve nasıl oluştuğu, çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin kullanıcıların bu özellikleri yer deneyimi ve yer duygusu kavramlarında nasıl sorguladıklarını inceleyen bu çalışma, insan ve çevre arasındaki duygusallığı ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda şu sorular gündem olmuştur;

- İnsan neden bir yere duygusal bağ hisseder?
- Neden bir yerden ayrılmak ister?

Bu çalışmanın en temel soruları olan bu sorular kullanıcıların yer ile oluşturmuş olduğu "yer duygusu" kavramı ile neticelendirilmiştir. Yer duygusu kavramının incelenmesi için öncelikle insan-çevre-mekan, insan-yer etkileşimi, yer geni –palimpsest, yer deneyimi , yer duygusu bileşenleri ve sonrasında çevrenin sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin neler olduğu tartışılmıştır.

Bu tez çalışmasında uygulaması gerçekleştirilmiş olan Trabzon Kahramanmaraş caddesinin dönüşümü üzerine deneyimlenen mekânlarda yer duygusu kavramının varlığının oluşu oluşmadığına dikkat etmekteyiz. Her ne kadar fonksiyonel ve biçimsel değişikliklere maruz kalınsa da yaşama süresi veya kullanım süresi yer deneyimi ve yer duygusu üzerinde etkileşiminin olumlu etkisi altındadır. Çünkü bu süreç dâhilinde çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı mekânında başarısını göstermekte olup kullanıcılarında tercih düzeyini olumlu yönde etkilemiştir. Deneyimlenen mekânda

işlevsel özelliklerin daha çok öne sürüldüğü, sosyal özelliklerin yoğun olduğu kısımlarda ise yer duygusu kavramının etkisi daha fazla olduğu görülmüştür.

Bu beklenti dâhilinde oluşan mekânların, beklenen randımanda olmadığı ve bu çevrenin sunmuş olduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin insan üzerindeki etkilerinin yer deneyimi sonrasında yer duygusuna katkısı sorusu değerlendirilmeye alınmıştır. Bu özellikler kapsamında genel amaç, Trabzon Kahramanmaraş caddesinin yer deneyimi sonrasında oluşabilecek yer duygusu kavramında esas hedefler şunlar;

- Kentsel açık mekânlarda gerçekleştirilen kullanıcılar tarafından ne derecede gereksinimlerine cevap verdiğini, kullanıcı fikirlerine göre sorgulamak.
- Kentsel açık mekânların, deneyimlenen mekânda kullanıcının memnuniyetindeki etkisini ortaya çıkarmak.
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramının oluşup oluşmadığı incelemek.
- Kentsel açık mekânların insan ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılaması yer deneyimini, yer duygusu ve yer geni kavramlarını etkilerini insan –çevre ilişkisini incelemek.
- Kullanıcıların ihtiyaçlarını en doğru şekilde cevap verecek öneriler oluşturarak mekânı başarılı bir yer seviyesine çıkarmak.

Bu nedenle Trabzon Kahramanmaraş caddesinin sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin hangisinin etkisi kullanıcı istek ve ihtiyaçlarına karşılık vermektedir. Bu ölçüt kullanıcının tercih düzeylerine nasıl etkilemektedir. Yer deneyimi ve yer duygusu kavramlarıyla daha çok ilgilidir. Bundan ötürü deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşmamaktadır. Bir mekânda sosyal özelliğinin artması yer duygusu kavramını da olumlu anlamda etkilemektedir. İşlevsel özeliğinin artması ise beraberinde yer deneyimini arttırdığı ve yere bağımlılık da arttırdığı gözlemlenmiştir. Bu yönelimde çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısından olduğunu işaret etmektedir.

1.8. Araştırma Yöntemi ve İçinde Yer Alan Teknikler

Bu kısımda, uygulamada kullanılacak olan araştırma teknikleriyle ilgili literatür taramaları detaylandırılmıştır. Tez çalışmasında yer alan teknikler ise anket ve mekânsal görsel analizdir.

1.8.1. Mekânsal Analiz

Trabzon Kahramanmaraş caddesine ait tasarım ürünü uygulama projelerinden eski ve yeni uygulaması gerçekleştirilmiş mevcut kullanım mekânlarının planları ve görselleri elde edilmiştir. Mekânların fonksiyonu, büyüklüğü, ilişkileri ve kullanım alanları analiz edilmiştir. Bu analizlerle tasarım ürünü uygulama projesinin eski ve mevcut kullanım alanlarını görsellerle destekleyerek mekânların tanıtımı sağlanmıştır.

1.8.2. Anket

Thomas (1998) anketi, insanların fikirlerini, davranışlarını, yaşam şartlarını ve inançlarını sözlü veya yazılı bir dizi soru bandından oluşan bir materyal olarak tanımlamaktadır (Wolf, 1988; Büyüköztürk, 2005; Arıkan, 2018). Ankette yer alacak soruların sayısı ve soruların tarzı araştırmanın konusuna bağlıdır. Burada türlerin, soruların düzenlenmesi ve uygulama sürecinde iletişimin ne denli önemli olduğu vurgulanmaktadır. Sorular hazırlanırken, hangi aşamada ne tür soruların sorulması gerektiği veya kullanılacak kavramlar ve konular hakkında araştırmacının geniş çaplı bilgiye hâkim olması gerekmektedir (Aziz, 2010; Özkan, 2011).

Anket çalışmaları yapılırken bir takım avantaj ve dezavantajlar oluşmaktadır. Bunlar farklı araştırmacılar (Oppenheim 1992; Robson, 1993; Munn ve Drever, 1995; Frankfurt-Nachmias ve Nachmias, 1996; Ekiz 1997; Ekiz 2003) tarafından ayrıntılı bir şekilde sıralanmıştır.

Franfort-Nachmias ve Nachmias (1996), anketlerinde normal cevap veren oranı %20-%40 oranında iken, bu durumun kişisel görüşmelerde %95 olduğunu ortaya atmaktadır (Ekiz, 2003; Özkan, 2010). Anket tekniğini dezavantajlarını en aza indirmek amacıyla üç teknik birlikte kullanılmıştır.

1. Kapalı uçlu sorular
2. Yarı kapalı uçlu sorular
3. Likert tutum skalası

Kapalı uçlu soru, katılımcıya mümkün cevap seçeneklerinin sunulduğu soru çeşitidir. Bu yapılandırılmış tür sorularda cevaplayıcı, soruları hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde cevaplar ve araştırmacıda verilerin analizlerinde bu denli hızlı ve güvenilir ulaşır (Büyüköztürk, 2005).

Kapalı uçlu anket türlerinde katılımcıların sorulara vereceği olası cevaplar önceden netleştirilir.

Bu tür anketlerin sorularında katılımcıların vereceği yanıtlar “olumlu-olumsuz” var-yok” vb. Gibi iki seçenekli olup ya da çoktan seçmeli olarak düzenlenebilir. Çoktan seçmeli soruların cevap çeşitliliği geniş tutularak, katılımcıdan detaylı bilgi istenir. Bu soru tarzlarının olumlu veya olumsuz açıları bulunmaktadır. Açık uçlu soru çeşidindeki gibi olumsuz olarak ifade edilen, ihtimal cevapların yazılmasından dolayı oluşan zaman kaybı bu soru türünde yer almamaktadır. Yanıtlar hızlı bir şekilde işaretlenir ve değerlendirme aşamasında tekrardan bir kodlama yapılması gerekmez. Bu da zamanı ekonomik kullanmak adına yararlı bir durum sağlar. Bu soru çeşidinin olumsuz tarafı ise, deneğin vereceği yanıtları önceden hesaplanamaması durumunda, cevapların mecburi olarak şıklar arasında yer alması gerekir. Bir diğer olumsuz yön ise, eğer sorular anketör aracılığıyla dolduruluyor ise, bu kişinin yorum süzgecinden geçerek rastgele bir şikkın işaretlenme pozisyonudur.

Yarı-kapalı uçlu soru türü, kapalı uçlu soru tipine “başka” ya da” diğer” gibi açık uçlu bir şikkında ilave edilmesi ile yapılandırılır. Sorunun olası cevapları sıralanır, yanıtların bu ihtimal yanıtlar arasında bulunmadığı düşüncesi ile bir açık uçlu cevap şikkı ilave edilir (Aziz, 2010; Özkan, 2011).

Açık uçlu sorular ise, izah etme, yorumlama ve bilgi almayı hedefleyen ve deneklerin yanıtlarda daha özgür olduğu soru türleridir. Olumsuz yanı ise, sorular yanıtlanırken düşünmek gerekebilir ve bu durumda zaman kaybına sebep olur (Arıkan, 2018).

Anket uygulamadan geçtikten sonra, tekrardan teyit edilme aşamasında bu açık uçlu şık, oranı fazla olan yanıt şikkı tekrar kodlanır ya da bu şıktaki ağırlıklı yanıt oranı önemsiz ise bu kendi içinde saklı tutulur. Fakat şıktaki yanıtların oran kriteri önemli ise her birine ayrı kod verilerek bir bir kapalı cevap şikkı durumuna getirilir. Kısaca bu soru türü kapalı ve açık uçlu soru tipi ile bir arada kullanılan bir soru çeşididir. Hedef her iki soru örneklerinin olumsuz taraflarını gidermekti. Bu tarz sorular kapalı uçlu soruların negatif taraflarını törpülemektir (Aziz, 2010; Özkan, 2011).

Bir diğer anket türü ise 5’li Likert tutum ölçeği R.Likert vasıtasıyla 1930’larda öne sürülmüş olup, Thurstone ölçeğini andırması ile, kuruluş ve sonuçları inceleme bakımından farklılık göstermektedir. Bu ölçekte her bir öneri şikkının mesafesi eş değerdir. Bu soru tipinin şıkları ise 5, 4, 3, 2, 1 olarak numaralandırılmıştır. Bu ölçekte değerler” (1)

kesinlikle katılmıyorum” en olumsuz başlayarak ve “(5) kesinlikle katılıyorum” en olumlu rakamları ile sonuçlanır (Turan, Şimşek ve Aslan, 2015). Katılımcılarım verdiği yanıtlara verdiği toplam sayı ile konseptte verilen sayı arasında bir ilgileşim değeri hesaplanır ve zayıf olan ayıklanır ve güçlü olan kavrama ağırlık verilir. Likert tipi ölçekleme, tüm ölçekleme yöntemleri arasında en güvenilir, kuruluşu ve sonuçlandırılması kolay, zaman almayan bir yöntemdir (Özkan, 2011).



2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Tasarımının Geliştirilmesi

İnsan ve çevre ilişkisi kapsamında kentsel açık mekânların sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin, kullanıcı gereksinimleri kapsamında değerlendirilerek yer deneyimi ve sonrasında yer duygusu kavramı ilişkisini incelemek bu araştırmanın esas hedefidir. Araştırmanın esas varsayımı ise kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarının karşılandığı başarılı açık mekânların sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin olumlu yönde artış göstermesi, kullanıcı yer deneyimini ve sonrasında oluşabilecek yer duygusu kavramının artacağına zemin oluşturmaktadır.

Tercih edilme düzeyleri, açık mekânların sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu oluşturmada etkilerini araştırmalıyız. Bu nedenle kullanıcı ihtiyaçlarına karşılık veren, daha çok tercih edilen ve yer deneyiminin ve bağlılık duygusunun olduğu mekânlar, işlevsel ve sosyal nitelikler olarak daha başarılıdır. Bu bağlamda çevrenin sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimine ve sonrasında yer duygusu kavramına ne ölçüde etkilerini araştırmaktır.

Bir mekânın popüler oluşu o yerin başarısıyla kullanıcıların gereksinimlerinin karşılanmasıyla ilişkilidir. Çünkü başarılı mekân her daim deneyimlenen mekân olmakta ve kullanıcı memnuniyeti en fazla yaşatan mekândır. Sonuçta başarısı maksimum seviyede olan mekânların kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmesi beklenir.

Sonuç olarak kullanıcı ihtiyaç ve gereksinimlerin karşılandığı kentsel açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu kavramını nasıl etkilediğinin belirlenmesi araştırmanın genel hatlarını ifade etmiştir.

Araştırmanın şu esas süreci kapsamı planlanmıştır:

- Yer'in başarısı yer deneyimini nasıl etkilediği ve başarılı bir yer iyi bir deneyim sağlayıp sağlamadığının belirlenmesi
- Kentsel açık mekânların kullanıcıların ihtiyaçlarına hangi seviyede cevap verdiği ve çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusuna nasıl etki etkilediğinin değerlendirilmesi

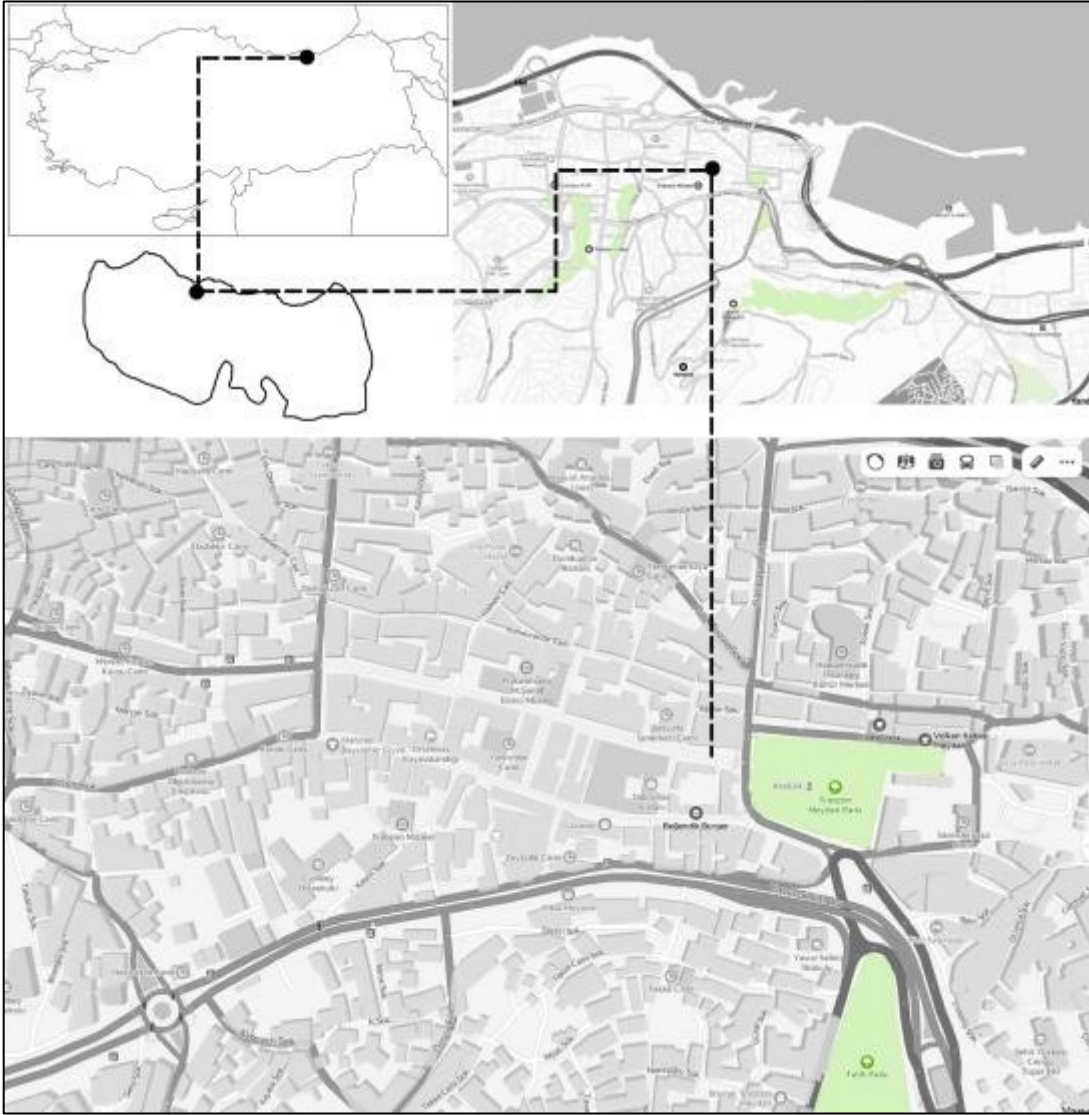
Her bir basamağın amacı özenle ve amaca en uyumlu olan veri toplama yöntemi tercih edilmiş ve araştırma şekli tasarlanmıştır.



Şekil 21. Araştırma modeli kapsamında kurgulanan aşamalar

2.2. Çalışma Alanının Seçilmesi ve Açıklanması

Uygulanması gerçekleştirilmiş mekânın sonrasında kullanım aşamasını değerlendirme çalışmasıyla, Kentsel açık mekânların kullanıcıların ihtiyaç ve gereksinimlerine cevap vermesi ve tercih düzeyini en iyi seviyeye taşımayı amaçlayan bu çalışma, kentsel açık mekânlara ait bir yönelim olduğundan, çalışma alanı Trabzon kenti için mühim olan bir bölge tercih edilmesi kesinleştirilmiştir. Mekânlarda vakit geçirme süresini ve anlamını nelerin etkilediğini anlamlandırabilmek adına mekânların kendi içindeki pozisyonları önemsenmiştir.



Şekil 22. Trabzon, Kahramanmaraş caddesi çalışma alanı (URL-4).

Trabzon Kahramanmaraş Caddesi 1930'lu yıllarda toprak bir zemine sahip olmuş, 1950 ve sonrasında Arnavut kaldırım detayı ile günümüze ulaşmıştır. Ülkemizde Arnavut kaldırımının yoğun olarak kullanıldığı kentlerden biri de Trabzon'dur. Özellikle Kahramanmaraş Caddesi bu özelliğiyle kentin belleğinde, kimliğinde okunabilirlik açısından önemli bir paydaya sahiptir. Cadde devlet sahil yolundan başlayarak meydan 'da son bulan 2.5 km uzunluğunda olan postane ve meydan arasında kalan kısımdır. Trabzon'un en işlek ve yoğun olan caddelerinden biridir (Kurdoğlu vd, 2015).

Trabzon'un kalbi olarak tasvir edilmektedir. Alanda kurumlar, bankalar, mağazalar, oturma birimleri ve etkinlik alanları bulunmaktadır. Fakat 2022 tarihinde tekrardan Kahramanmaraş Caddesi yeni tasarımlarla uygulaması gerçekleştirilmiştir. Uygulama projesinde zemin yapısındaki değişimiye; yol güzergâhın ortası bazalt kesme taş (10*20*8)yan taraflar dökme agrega sentetik reçineli (12mm) döşeme uygulaması ve sonrasında bitkisel plantasyon ve donatı elemanları da ilave edilmiştir.

Trabzon için kentsel açık mekân özelliği gösteren Kahramanmaraş Caddesi kentsel açık mekân olma özelliğinden ötürü çalışma materyalinin yapıtaşını oluşturmaktadır. Bu alanın seçilmesindeki en temel sebep herkesin her türlü aktif olduğu ve hitap ettiği yer olarak gözlenmesi estetik algısı ve yapılaşmanın artmasıyla mekân kullanımına ilgi artmaktadır. Çalışma alanı Trabzon Belediyesi tarafından kentlilerin kentsel açık mekân ihtiyaçları karşılamak için düzelenmiş alandır.



Şekil 23. Trabzon Kahramanmaraş Caddesi 1980 yılına ait görüntü(URL-5).



Şekil 24. Trabzon Kahramanmaraş Caddesine ait görüntüler (URL-6-9).



Şekil 25. Ziraat Bankası ve şehir müzesi



Şekil 26. Postane ve dolmuş durağı

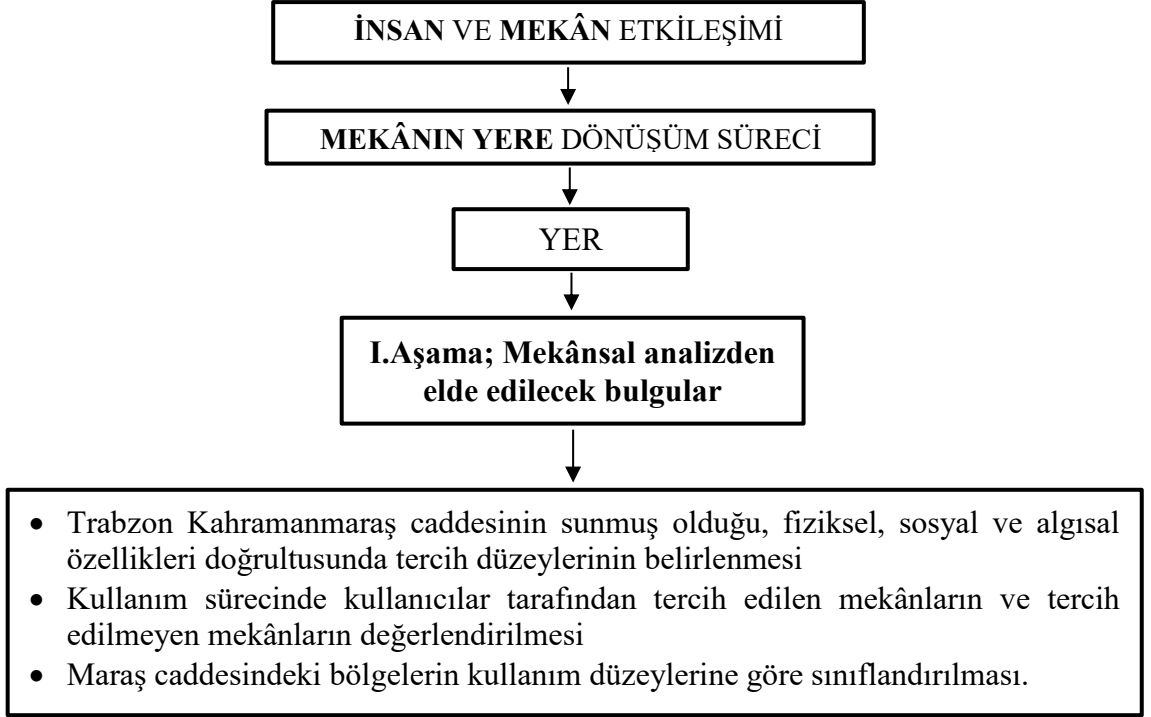


Şekil 27. Suluhan ve meydan görünümü

2.3. Birinci Aşama: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

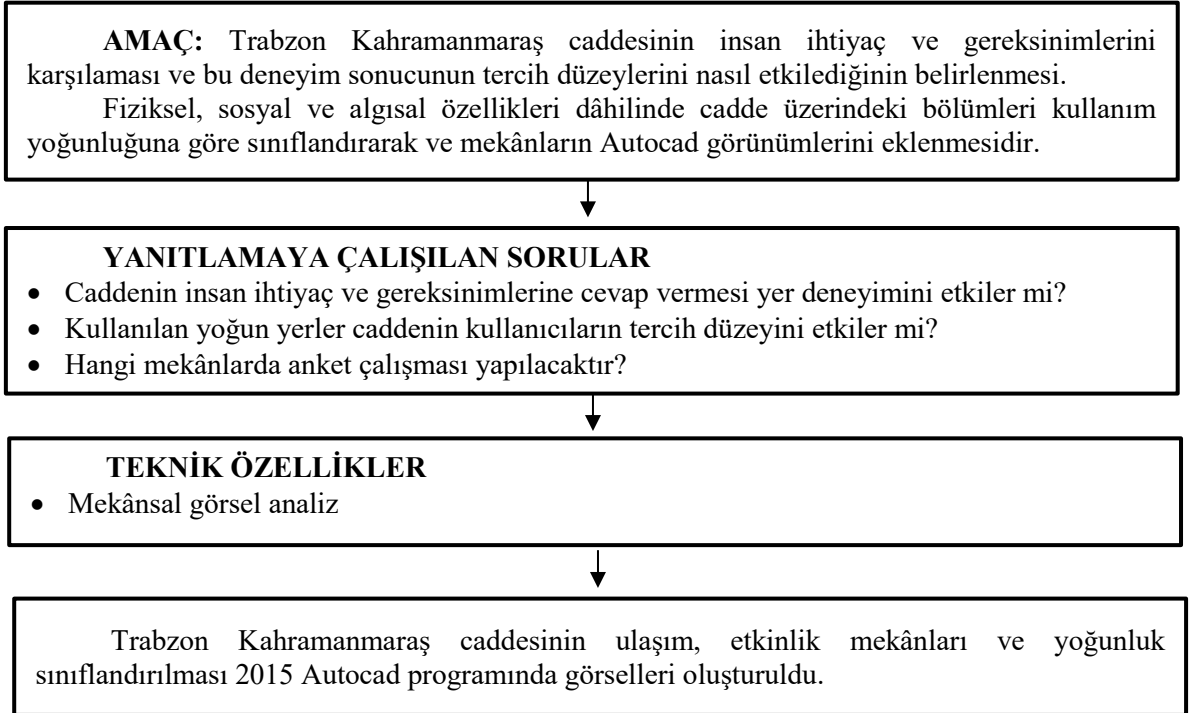
Birinci aşamada, çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin etkisiyle kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda tercih düzeylerinin belirlenmesi ilk amaçtır. Bu hedef yönünde başarılı yerlerin sunduğu özelliklerin neler olduğu ve bu aşamaya kadar geçen süre zarfında mekânın yere dönüşümünde deneyim değerinin nasıl yansıtıldığı belirlenecektir. Bu varsayımlardan yola çıkarak alanda gerçekleştirilmiş mekânsal analiz sürecinin aşamaları adım adım ifade edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN TEMEL İLGİ ALANI



Şekil 28. Birinci aşamadan elde edilecek bulguların araştırma modelindeki yeri

I.AŞAMA

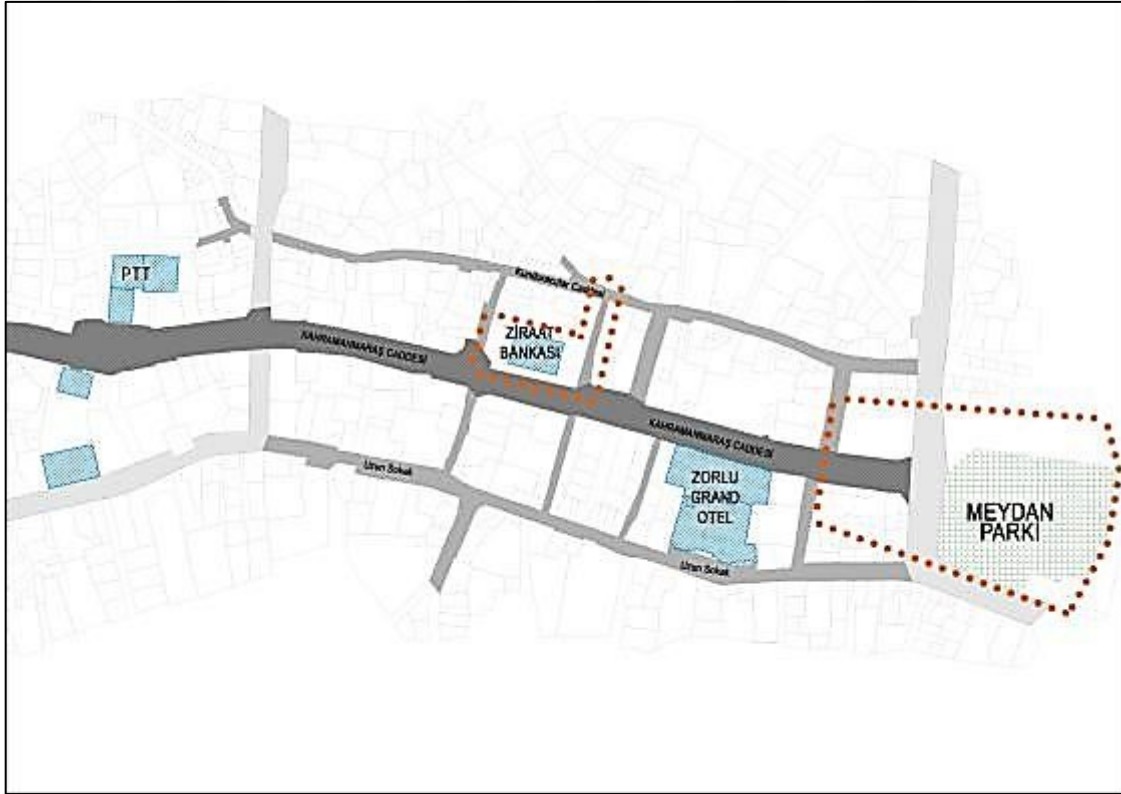


Şekil 29. I. Aşamanın amacı ve teknik özellikleri

2.3.1. Mekânsal Analiz Süreci

Trabzon Kahramanmaraş caddesinin başarılı bir yer olması için deneyimin ne kadar önemli olduğu fakat kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayamayan kentsel açık mekânlarda deneyim kısa süreli kurulur veya kurulmaz. Başarılı yerlerin sunduğu fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerin neler olduğunun belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu aşamada da performans değeri yüksek olan mekânların etkinlik ve ulaşım sirkülasyonu yoğunluğu analiz edilip 2015 autocad görselleri ile gösterilmiştir.

ULAŞIM VE ETKİNLİK ALANLARI



Şekil 30. Trabzon Kahramanmaraş caddesi Ulaşım ve Etkinlik Mekânları

2.4. İkinci Aşama: Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekânlarının Fiziksel Sosyal ve Algısal Özellikleri İle Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular



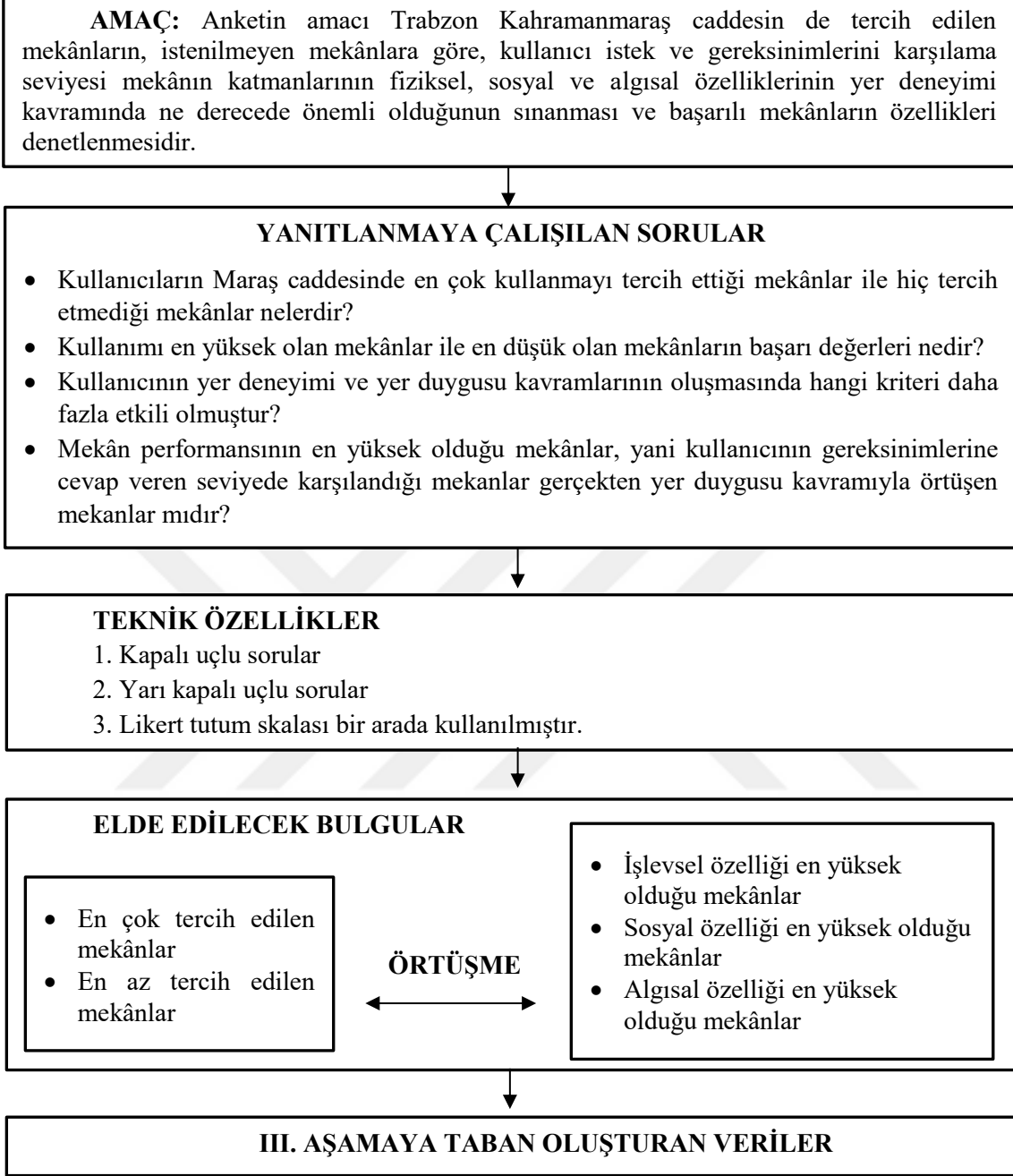
Şekil 31. II. Aşama Teorik Görünümü

Bu aşamada, bir önceki aşamada ön görülen başarılı yer için deneyimin önemi vurgularken sonrasında kullanıcı mekân tercihinin istek ve gereksinimler doğrultusunda yaparken bulunduğu habitatı yer genleri ve katman türlerini hedef alarak ilerlemektedir. İlk adım başarılı yer için uzun süreli deneyim ve oluşabilecek yer duygusu kavramı, burada insan ve çevre ilişkisinde kendine has unsurlar dikkat çekmektedir. Çevrenin atmosferi, dokusu, estetiği, sanatı, tarihi vb. öğeler gibi özellikler aranmaktadır. Trabzon Kahramanmaraş caddesinde tercih edilen açık mekânların kendine ait özelliklerinin belirlediği kullanıcının geçmiş deneyimlerine bağlı olarak mekânların fiziksel, sosyal ve anlamsal özelliklerine odaklanarak performans düzeyi, tercih edilmeyen diğer açık mekânlara göre daha yüksektir varsayımından hareketle;

- İstenilen veya istenilmeyen açık mekânların fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin etkisinin belirlenmesi
- Tercih edilen veya tercih edilmeyen açık mekânların performans değerlerinin kıyaslanması
- Hangi performans kriterinin kullanıcının mekân seçiminde daha çok rol aldığı bu aşamanın amacıdır.

Amaç, mekânsal analiz tekniği ile kullanıcının mekânı kullanımı hangi kriterler dâhilinde tercih etmesi, bu mekânların performans değerinin kullanıcının yer duygusu ile ilişkisini belirtmektedir. Bu aşamada veriler anket tekniğiyle erişilmiştir. Yapılan istatistiki analizler sonucunda ortaya koyulan performans seviyeleri ve mekânların ne ölçüde tercih edildiği ve hangi bölümlerin ne amaçla kullanıldığı bilgilerine bulgular kısmında sunulmuştur.

II. AŞAMA



Şekil 32. II. Aşamanın amacı, teknik özellikleri ve elde edilecek bulgular

2.5. Üçüncü Aşama: Kahramanmaraş Caddesi Kullanıcılarının Yer Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanmasına İlişkin Bulgular

Bu aşamada, bireyler mekânın sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler dâhilinde kendi istek ve ihtiyaç çerçevesinde tercihlerini yapmaktadır. İhtiyaçlarını gidermek adına

mekânda kısa veya uzun süreli deneyimler oluşturmaktadır. Bu deneyim sirkülasyonu kısa süreli ise sadece gereksinime odaklı bir davranış modeli olmaktadır. Fakat bireyin gereksinim haricinde oluşturduğu bir deneyim performansı, mekâna olan süreklilik veya bütünleşme ile ilgili ise yer duygusu kavramı varsayımından hareketle;

- Yer deneyimi yer duygusu kavramını etkiler mi?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşur mu?
- Yer duygusu kavramını etkileyen boyutlar nelerdir?

Amaç, mekânsal analiz tekniği ile kullanıcın mekânı kullanımı hangi kriterler dâhilinde tercih etmesi, bu mekânların performans değerinin kullanıcının yer duygusu ile ilişkisini belirtmektedir.

2.5.1. Soruların Belirlenmesi

Anketin hedefi, mekân kalitesini performans yönünden saptama ve kullanıcıların mekânları hangi amaçla kullandıkları veya yer deneyimi sonrasında oluşabilecek yer duygusu kavramını belirlemektir. Bu davranış karşısında Likert tutum skalası faydalanarak, Trabzon Kahramanmaraş caddesinin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler dahilinde tercih edilen mekanlar veya edilmeyen mekanların, literatür incelenmesiyle tespit edilen

- İşlevsel özellik
- Sosyal özellik
- Algısal özellik

Kriterleri açısından değerlerinin saptanması amaçlanmıştır. Sonuç olarak bu performans değerlerinin, tercih edilen mekânlarda, tercih edilmeyen mekânlara göre daha yüksek olduğu varsayımı sınanabilmiştir. Ankette Likert tutum skalasına ek olarak, kullanıcıların çeşitli isteklerini tespit etmek amacıyla kapalı uçlu sorular ve yarı kapalı uçlu sorular da sorulmuştur. Çalışmada ele alınan performans kriterlerine yönelik düzenlenmiş skalada kullanılan kavramlar Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Ankette tutum skalasında yer alan ifadeler (Salama; Remali & MacLean,2017; Salama; Azalt, & Wiedmann, 2017); Özkan ve Yılmaz, 2019) geliştirilmiştir)

İşlevsel özellikler	Sosyal özellikler	Algısal özellikler
• Kullanım çeşitliliği • Ekolojik kalite • Biçimsel kalite • Ulaşabilirlik • Mekân katmanları • Okunaklılık • Tanımlılık • Görsel deneyim zenginliği • Peyzaj elemanlarının zenginliği • Sağlamlılık & Esneklik/ Uyarlanabilirlik • Yakınlık&Süreklilik/İhtiyaç • Mekânsal kalite	• Etkileşim duygusu • Sosyal kapsayıcılık • Çeşitlilik • Sosyal aktivite • Farklı sosyal gruplar arası etkileşim • Sosyal grup olanakları • Sosyal erişebilirlik kullanım verimliliği • Uyum • Mekânın popülaritesi • İnfomal karşılaşma • Sosyal etkileşim	• Deneyim algısı • Konfor ve rahatlama • Kişisel mekân ve mahremiyet • Güvende olma duygusu • Mimari karakter • Yönlendirme elemanları • Mekânsal deneyim • Yerel Kimlik • Çekicilik • Ayırım ve tanınırlık

Ankette faydalanılan kapalı uçlu sorular kullanıcıların en çok tercih ettikleri bölgeleri hangi amaçla kullandıklarını belirlemek adına sorulmuştur. Yarı kapalı uçlu sorular ise kullanıcıların mevcut mekânlardan hangi mekânda vakit geçirmek için bulundukları alana geldiklerini ve mevcut mekânda olmayan hangi farklı etkinlik mekânları bulursa o bölgeyi devamlı kullanabileceklerini öğrenmek amacıyla sorulmuş sorulardır. Bu soruların hedefi, Trabzon kahraman Maraş caddesinin kullanıcılar adına fiziksel, sosyal ve algısal özellikleri dâhilinde istek ve ihtiyaçları temelinde fayda sağladıkları bir cadde tercihinde ne kadar etkili olduğunu belirlemektir. Bunlara ek veri olarak kullanıcıların yaşları, eğitim durumları, meslekleri, cinsiyetleri ve hangi bölgede ikamet ettikleri de ankette eklenmiştir.

2.5.2. Anket süreci

Anket aşamasında Trabzon Kahramanmaraş Caddesi (Postane ve meydan arası) değerlendirilmiştir. Çalışmada anketler, o alanın bölümlerini kullanan kullanıcılara uygulanmıştır. Sonuçların daha güvenilir olması açısından anketler Trabzon da ikamet eden kişilerle yapılmıştır.2023 yılının nisan-haziran ayının ilk haftasına kadar 211 kişiye hafta içi ve hafta sonu günlerinde öğleden sonraları iletişim halinde olunmuştur.

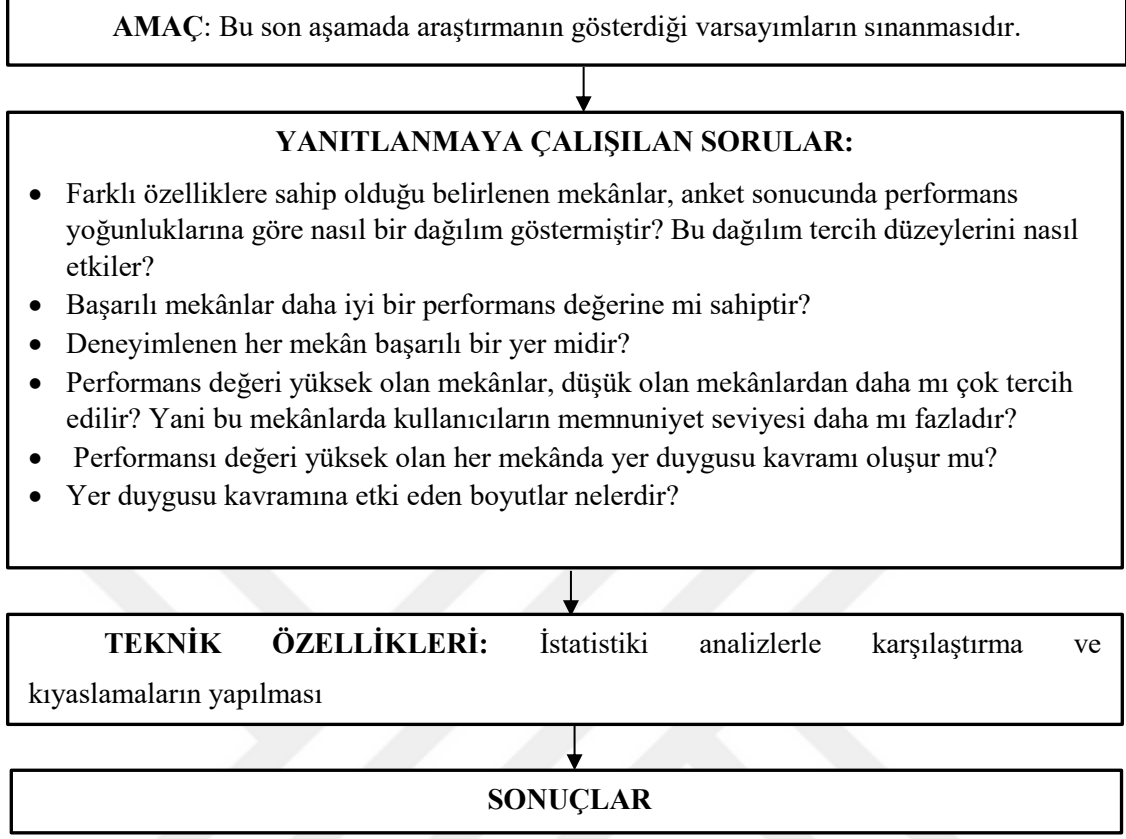
2.5.3. Anket Sonuçlarının çözümlenip İstatistik Verilere Dönüştürülmesi

Bireysel farklılıklar ve kişisel değerlendirme çalışmaları için mekânsal analizlerde kullanılan bir ölçüm tekniği olan Likert tutum skalası tekniğiyle erişilen cevapların veriye çevrilmesi gerçekleştirilmiştir. Likert tutum skalası uygulamalarında mekânı olumlu şekilde ifade eden kavramlara genellikle en yüksek puan verilir ve olumsuz şekilde tanımlayan kavramlara 1 puan verilir. Bu çalışmada 5'li Likert tutum skalası kullanıldığından “kesinlikle katılmıyorum”=5’den “kesinlikle katılıyorum”=1’e giden puanlama kriteri kullanılmıştır. Kullanıcıların katılma dereceleri puan cinsinden tabloya eklenmiştir. Sonuç olarak tercih edilen ve tercih edilmeyen mekânların belirlenen performans kriterleri açısından sahip oldukları ortalama ölçütler hesaplanabilmiş, tercih durumuna göre performans değerleri arasında istatistiki bir farkın olup olmadığı kıyaslanabilmiştir. Buna ilave olarak mekânın sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu oluşmasında hangi performans niteliklerinin etkili olduğu tespit edile bilinmiştir.

2.6. Dördüncü Aşama: Tüm Aşamalardan Elde Edilen Verilerin Değerlendirilmesi

Bu son aşama tüm araştırmalardan erişilen verilerin bütünleştirilmesi ve kıyaslanmasını kapsar. Bu aşamanın hedefi araştırmanın varsayımlarının sınanmasıdır. Örneğin en çok tercih edilen mekânların performans değeri yüksek olup, tercih edilmeyen mekânların ise az deneyimlenen ve performans değeri düşük olan mekânlardır. Tercih edilen mekânlarda anlamlı bir deneyim gerçekleşip yer duygusu kavramı hissi olduğundan diğer alanlardan daha çok tercih edildiği, sürekliliği fazla olan, memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu gibi varsayımların sınanmasına yönelik istatistiki testlerin ağırlık verildiği bir aşamadır.

IV. AŞAMA



Şekil 33. IV. Aşama teknik özellikler ve sonuç

3. BULGULAR

3.1. Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

3.1.1. Anket Katılımcılarının Sosyo-Demografik Özellikleri

Çalışmanın Trabzon Kahramanmaraş Caddesi açık mekânları kapsamı nedeniyle, kullanıcı ekibi belirli bir yaş aralığında olan mekânda çalışan esnafa veya Trabzon'da ikamet eden kişilere uygulanmıştır. Bu nedenle katılımcıların sosyo-demografik özellikleri meydana çıkarırken, cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum ,meslek ve Trabzon'da yaşama süreleri de gösterilmiştir (Tablo 2). Araştırma boyutunda 114 kadın ve 97 erkek olmak üzere toplamda 211 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Anket neticesinde katılımcılar, yaş aralığına göre değerlendirildiğinde farklılıklar oluşmaktadır. Tüm yaş aralığını bir arada değerlendirdiğimizde, 0-18 yaş 21 kişi, 19-25 yaş 53 kişi, 26-40 yaş 89 kişi ,41-60 yaş 43 kişi ve 61-üstü yaş 5 kişi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin dağılımları

Demografik Veriler N=211	(f)	(%)
Cinsiyet		
Kadın	114	54,0
Erkek	97	46,0
Yaş		
0-18	21	10,0
19-25	53	25,1
26-40	89	42,2
41-60	43	20,4
61-üstü	5	2,4
Medeni Durum		
Bekar	110	52,1
Evli	101	47,9
Eğitim		
10	10	4,7
48	48	22,7
33	33	15,6
101	101	47,9
19	19	9,0
Meslek		
Memur	40	19,0
Ev Hanımı	23	10,9
Öğrenci	51	24,2
Çalışmıyor	22	10,4
Serbest Meslek	54	25,6
Emekli	21	10,0
Yaşama Süresi		
5 yıldan az	10	4,7
5-10 yıl	15	7,1
10-15 yıl	29	13,7
15 yıldan fazla	157	74,4

Tablo 2. Katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin dağılımları

3.1.2. Ankete Katılanların Kahramanmaraş Caddesini Kullanım Sıklığı ve Kullanım Sürelerine İlişkin Bulgular

Trabzon Kahramanmaraş Caddesi kullanıcıların kullanım sıklıkları ve kullanım süresini tespit etmek amacıyla frekans dağılımları ve yüzdeleri saptanmıştır(Tablo 3). Caddeyi kullanıcılar kullanım sıklıklarını ağırlıklı olarak ayda birkaç kez (%42,7) ve yılda

birkaç kez (%31,3),kullanım süresi olarak da ağırlıklı olarak 1-2 saat (%55,9) ve 2-3 saat (%17,5) kullandıklarını Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3. Kullanıcıların kullanım sıklığı ve kullanım süresi frekans dağılımları

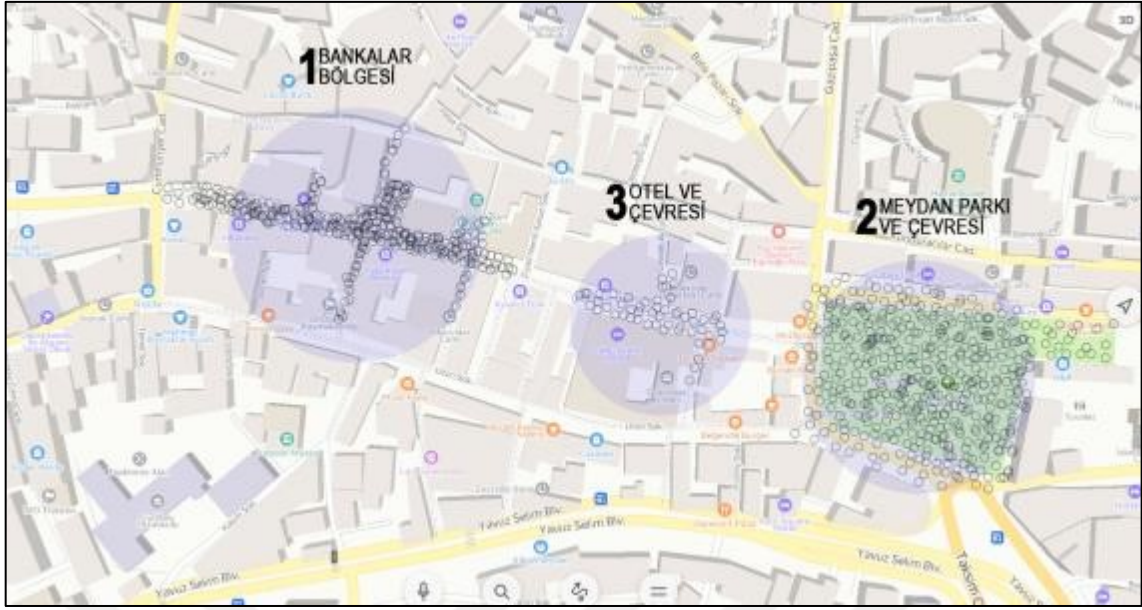
Kullanım Sıklığı N=211	(f)	(%)
Hergün	5	2,4
Her haftasonu	11	5,2
Haftada birkaç kez	39	18,5
Ayda birkaç kez	90	42,7
Yılda birkaç kez	66	31,3
Kullanım Süresi		
Yarım saatten az	16	7,6
Yarım saat-1 saat	25	11,8
1-2 saat	118	55,9
2-3 saat	37	17,5
3 saatten fazla	15	7,1

3.1.3. Trabzon Kahramanmaraş caddesinde Gerçekleşen Etkinliklerin Belirlenmesi ve Açık Mekânların Gerçekleşen Etkinliklere Göre Kıyaslanması

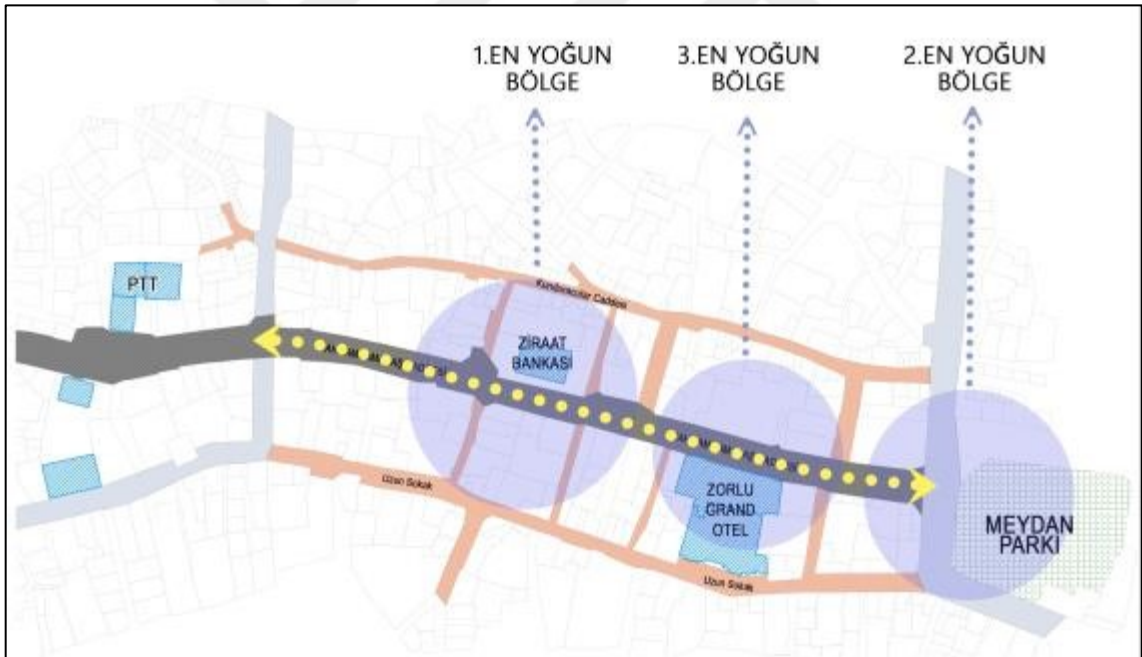
Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarındaki kullanıcıların mevcut bölgeye fazla gitmenin hangi etkinlikleri yapmak için bulunduklarını belirlemek amacıyla, kullanıcılara ‘bu caddede açık mekânları hangi etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla kullanıyorsunuz? Sorusuna verilen cevaplar Photoshop 2014 programı ile örtülmüştür. Bu yanıtların örtülmüş hali ve belirlenen bölgeler aşağıdaki Şekil 34’te sunulmuştur. Beraberinde mekânda gerçekleştirilen etkinliklerin frekans dağılımları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Cadde de açık mekânları gerçekleşen etkinliklerin frekans ve yüzdelik bulguları

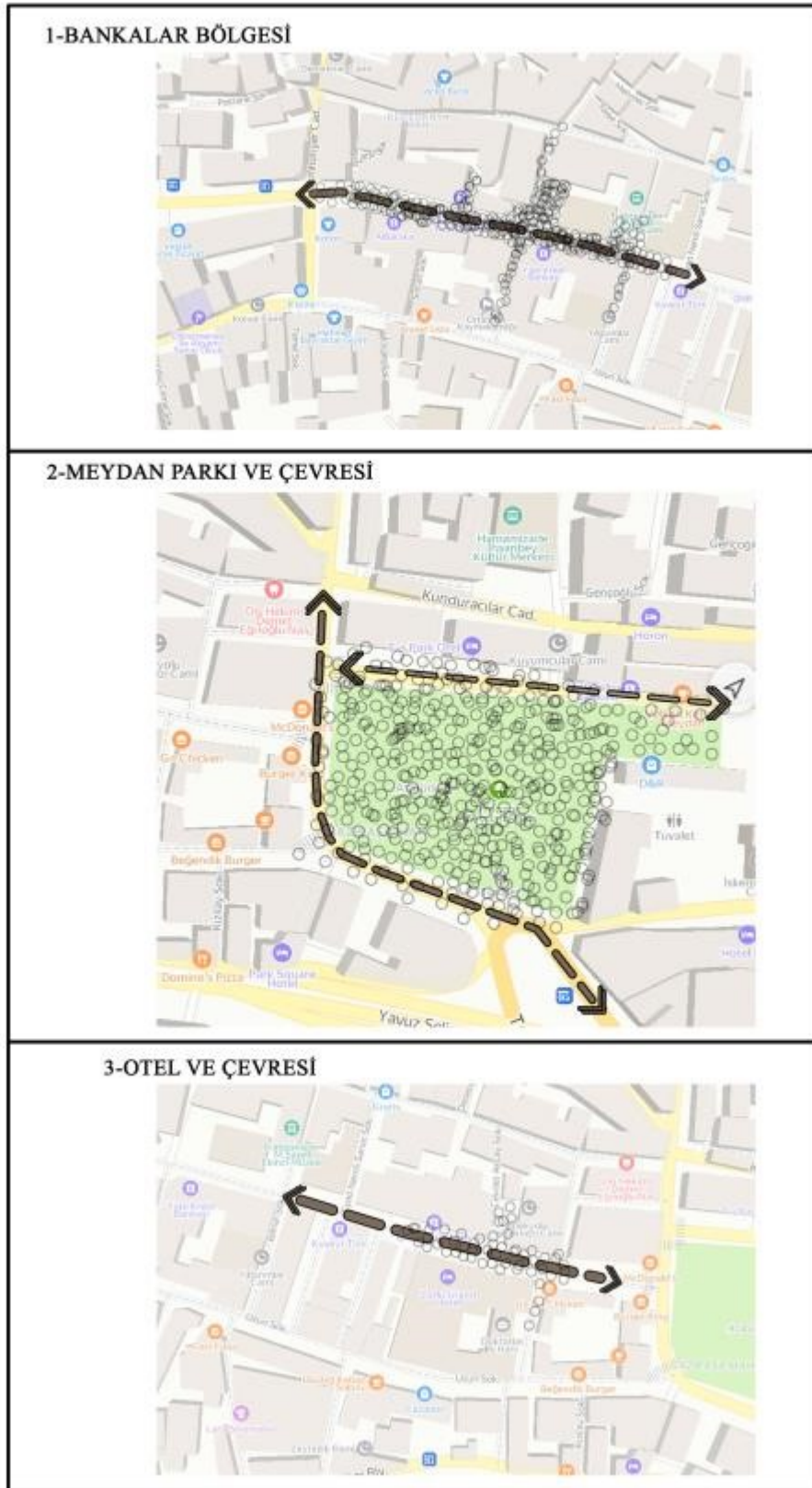
Alanda Gerçekleşen Etkinlikler	Frekans (f)	Yüzde (%)
Yürüyüş Yapmak	38	18
Sohbet Etmek-Oturmak	62	29
Alışveriş Yapmak	41	19
Çevreyi Seyretmek	10	5
Yeme-İçme Etkinliği	7	3
Arkadaşlarla Buluşmak	33	16
Diğer	20	10
Toplam	211	100



Şekil 34. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının tercih edilme düzeylerinin harita üzerinde gösterimi



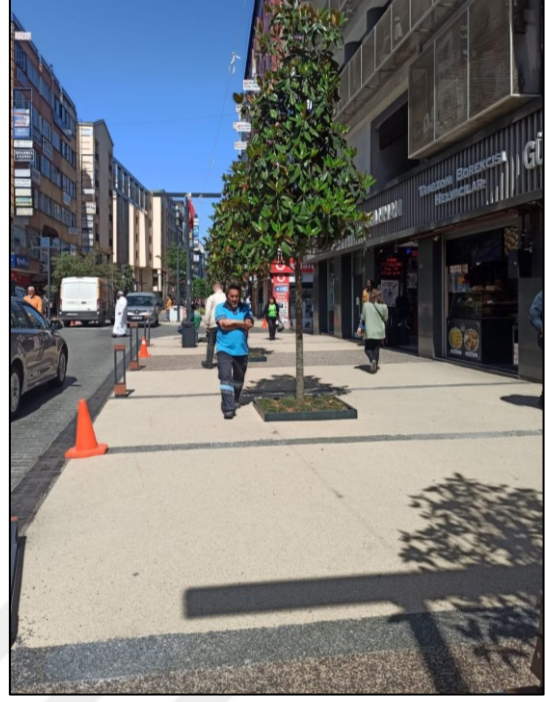
Şekil 35. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının kullanım yoğunluklarının gösterimi



Şekil 36. Kahramanmaraş caddesinin açık mekânlarının tercih edilme düzeylerinin harita üzerinde gösterimi.



Şekil 37. Kahramanmaraş caddesi etkinliklerin görüntüleri



Şekil 38. Kahramanmaraş caddesinden görüntüler



Şekil 39. Kahramanmaraş caddesi görüntüleri (URL-10).

3.1.4. Çalışmada Ele Alınacak Açık Mekanların Bölgelere Göre Kullanım Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Trabzon Kahramanmaraş Caddesi açık mekânların tercih düzeylerine göre frekans değerleri Tablo 5’te gösterilmiştir. Kullanıcıların tercih ettiği açık mekanın (%54) kadın olurken iken geriye kalanın (%46) erkektir. Toplamda ise kullanıcılar 211 kişidir.

Tablo 5. Tercih düzeylerine göre belirlenen alanların frekans değerleri

Tercih	Kahramanmaraş Caddesi	
	(F)	(%)
Kadın	114	54
Erkek	97	46
Toplam	211	100

3.2. İkinci Aşama: Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekanlarının Fiziksel Sosyal ve Algısal Özellikleri İle Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

3.2.1. Açık Mekânların Sunmuş Olduğu Açık Mekân Özelliklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Kullanıcıların Kahramanmaraş caddenin açık mekânlarının sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerinin değerlendirilmeleri amacıyla, kullanıcılara literatür incelemesi neticesinde oluşturulan çevresel özellikler değerlendirme ölçeği (32 ifade) belirtilmiştir. Bu ölçeğin aldığı değerler ve analizlere ait değerlendirmeler yapılmadan önce ölçeğin faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi, özellikle sosyal bilimler, sosyoloji, psikoloji, tıp ve eğitim bilimleri disiplinlerde, birbiriyle alakalı çok sayıda değişkeni bir arada tutarak az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler) keşfetmeyi hedefleyen bir istatistik olarak ifade edilebilir.(Büyüköztürk, 2002;Özkan, 2017).Başka bir sunum analizi ile, veri grubunda bulunan değişkenler arasındaki ilişkilerin derinde yatan ortak özellikler yaratılmaya çalışılır.

Açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikleri değerlendirmek için hazırlanan 32 ifade ile Maraş caddesinin açık mekânlarının çevresel özellikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Açık mekânlarının çevresel özellikleri alt boyutlarını belirtmek için faktör analizleri yapılmıştır ve uygulanan birçok analizden sonra faktör analizine uyumunu gösteren farklı güvenirlik testler ve ek olaraktan ölçekler şekillendirilmiştir. Literatür incelemelerden daha öncede ifade edildiği gibi, bu 32 görünüm bu zamana kadar uygulanan yer duygusu göstergeleri ve başarılı mekânların sunması gereken niteliklerin neler olduğuna yönelik uygulanmış çalışmalardan faydalanılarak oluşturulmuştur.

Caddenin açık mekânlarının çevresel özelliklerini değerlendirmek adına planlanan 32 ifade, 5’li likert tutum skalası şeklinde açıklanmıştır. Ölçekte 1= kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılmıyorum manasındadır. Açık mekanların çevresel niteliklerinin aldığı ortalama değerler, standart sapmaları, varyans değeri ve verilerin türdeş yayılıp

yayılmadığını görmek için skewness ve kurtosis değerleri Tablo 6 gösterilmiştir. Bütün bu açık mekânların özelliklerin (değişkenlerin) kaç potansiyel bileşen altında derleneceğini ve bu bileşenler arasındaki münasebeti meydana çıkarmak amacı ile faktör analizi (AFA) kullanılmıştır.

Tablo 6. Kahramanmaraş Caddesi açık mekân özelliklerinin ortalama değerleri

	N	Ortalama	Std. Sapma	Varyans	Skewness	Kurtosis
1.Kullanım çeşitliliği	211	2,88	1,113	1,238	-,078	-,888
2. Ekolojik kalite	211	2,76	1,168	1,365	-,025	-1,156
3.Biçimsel kalite	211	2,86	1,102	1,214	-,060	-,654
4.Ulaşılabilirlik	211	3,03	,953	,908	-,233	-,387
5.Mekan katmanları	211	2,97	,946	,854	-,318	-,540
6.Okunaklılık	211	2,99	,811	,657	,126	,162
7.Tanımlılık	211	3,03	,943	,889	-,135	-,238
8.Görsel deneyim zenginliği	211	3,11	,942	,888	-,323	-,383
9.Peyzaj elemanlarının zenginliği	211	3,03	,925	,856	-,239	-,293
10.Esneklik&Uyarlanabilirlik	211	3,01	,941	,886	-,192	-,300
11.Yakınlık & Süreklilik	211	3,00	,969	,938	-,244	-,615
12.Mekansal kalite	211	3,12	,946	,895	-,307	-,496
13.Etkileşim duygusu	211	3,51	1,123	1,261	-,437	-,536
14.Sosyal kapsayıcılık	211	3,49	1,144	1,308	-,339	-,739
15.Kültürel çeşitlilik	211	3,32	1,142	1,305	-,078	-,806
16.Sosyal grup olanakları	211	3,55	1,096	,1,201	-,566	-,255
17.Sosyal erişilebilirlik	211	3,59	1,016	1,224	-,354	-,530
18.Kullanım verimliliği	211	3,45	1,151	1,325	-,246	-,747
19.Uyum	211	3,53	1,061	1,126	-,274	-,818
20.Mekanın popülaritesi	211	3,74	1,176	1,382	-,609	-,666
21.İnformal karşılaşma	211	3,50	1,152	1,327	-,249	-,904
22.Sosyal etkileşim	211	3,49	1,189	1,413	-,275	-,991
23.Deneyim	211	3,97	,858	,737	-,711	,507
24.Konfor ve rahatlama	211	3,95	,922	,850	-,927	-,870
25.Kişisel mekan ve mahremiyet	211	3,78	,967	,936	-,878	-,720
26.Güvende olma duygusu	211	3,85	,952	,907	-,770	,632
27.Mimari karakter	211	3,76	1,029	1,058	-,624	-,414
28.Yönlendirme elemanları	211	3,84	,967	,936	-,818	,447
29.Mekansal deneyim	211	3,57	,990	,980	-,416	-,310
30.Yerel Kimlik	211	3,54	1,029	1,059	-,625	-,095
31.Çekicilik	211	3,82	,894	,799	-,516	-,006
32.Ayırım ve tanınırlık	211	3,26	1,114	1,241	-,155	-,759
Valid N (listwise)	211					

Tablo 6’da görsel gibi, Trabzon Kahramanmaraş caddesi açık mekanlarının çevresel niteliklerini meydana çıkarmak amacıyla kullanıcılar yönünden değerlendirilen tüm

değişkenin ortalama, standart sapma, varyans ve skewness – kurtosis değerleri belirtilmiştir. Çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini açıklamaktadır. Tabachnick ve Fidell (2011)'e göre bu değerler +1,5 ve -1,5 değerleri arasında ise veriler normal dağılım ifade etmektedir. Aynı şekilde George ve Mallery (2010) ise bahsedilen değerlerin +2,0 ve -2,0 arasında ise normal dağılım olduğunu bahsetmektedir. Tablo 6'daki değerleri gözden geçirince verilerimizin normal dağıldığını ve sonrasında devam edecek olan analizlerimizde parametrik testleri faydalanacağımızdan bahsedebiliriz. Parametrik testler, pek çok bağımsız değişkenin, bağımlı değişken hakkında tesirini incelenmesine faydalı olmaları yanında, birbirleri ile olan etkileşimlerinin kullanılmasına da destek olurlar.

Caddenin açık mekanlarının bütün çevresel niteliklerinin kullandığımızda ,ortalama değer (3,3), varyans (0,17), minimum değer (2,3), maksimum değer (4,3), skewness (-) ve kurtosis (0,16) olarak netleştirilmiştir (Tablo 7). Bu görünümünden anlaşıldığı üzere dağılım homojen bir dağılım göstermektedir. Dolayısıyla çalışmanın sonraki aşamasında parametrik testler değerlendirilecektir.

Tablo 7. Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının tüm çevresel özelliklerinin ortalamaları

			Statistic	Std. Error
KAHRAMANMARAŞ CADDESİ AÇIK MEKÂN LARI TÜM ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİ	Ortalama		3,3846	,02908
	95% Güven aralığı için ortalama	Alt Sınır	2,8497	
		Üst Sınır	3,0152	
	5% Trimmed Mean		2,9219	
	Ortanca		3,4063	
	Varyans		,178	
	Std.Sapma		,42238	
	Minimum		2,31	
	Maksimum		4,31	
	Aralık		2,00	
	Çarpıklık (Skewness)		-,144	,167
	Basıklık (Kurtosis)		,167	,333

- Çevresel Özelliklerin Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Faktör işleminde döndürme yöntemini kullanmadan önce faktörler arası korelasyonlara bakılmıştır. İlk aşamada 32 madde Kaiser normalizasyonu ile varimax rotasyon işlemi uygulanarak analiz edilmiş 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 güvenilirlik değerlerine sahip($\alpha = 84,3$) üçlü bir faktör yapısı ortaya çıkmaktadır (Tablo 6-8).

Tablo 8. 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	5,683	28,416	28,416	5,683	28,416	28,416	4,691	23,455	23,455
2	3,471	17,355	45,771	3,471	17,355	45,771	4,424	22,119	45,574
3	2,552	12,760	58,530	2,552	12,760	58,530	2,591	12,956	58,530
4	,987	4,936	63,466						
5	,964	4,821	68,287						
6	,892	4,461	72,748						
7	,756	3,779	76,526						
8	,741	3,705	80,232						
9	,645	3,226	83,458						
10	,571	2,853	86,311						
11	,479	2,393	88,703						
12	,435	2,174	90,877						
13	,385	1,926	92,803						
14	,359	1,797	94,601						
15	,352	1,758	96,358						
16	,291	1,457	97,815						
17	,243	1,217	99,032						
18	,126	,630	99,662						
19	,051	,256	99,918						
20	,016	,082	100,000						

Analizde varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi uygulanmış, sonucu 0,40'dan düşük faktör yükleri gizlenmiş ve 4 defa tekrarlanma gerçekleştirilmiştir. Son olarak 32 maddelik çevresel değişkenler ölçeği 20 maddeye düşmüş ve bunlarında 3 faktörde toplandığı görülmüştür. Bu faktörler toplam varyansın %58,530'unu temsil etmektedir. Bu ölçeğin faktör analizine uygunluğunun tespiti için Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,816 ve Bartlett küresellik testi $\chi^2:2879,289$, $p<0,001$ olarak tespit edilmiştir.

Bu değer 1'e oldukça yakın olması nedeniyle, veri setinin güvenilirlik düzeyinin iyi olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 8).

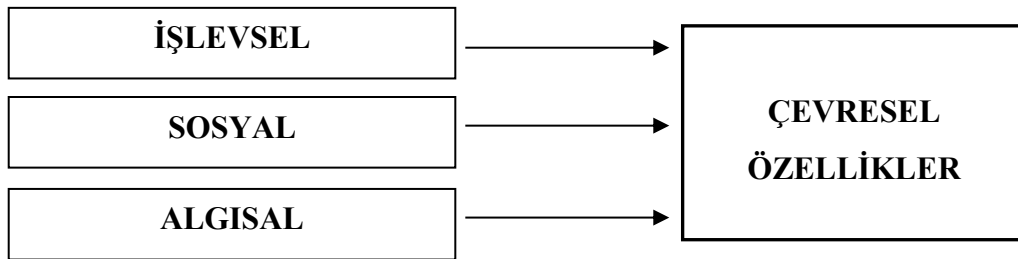
Tablo 9. Çevresel özellikler ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,816
Bartlett's Sphericity Testi	χ^2 (Ki-kare)	2879,289
	Sd (Serbestlik derecesi)	190
	Sig. (p: olasılık)	,000

Tablo 10. Çevresel özelliklere ait faktör yapısı ve ağırlıkları ($\alpha=0,910$; $M=93,68$; $SD=25,508$; 32 madde; $n=211$)

	Faktör Yüğü	Varyans (%)	Ortalama	Güvenirlik (α)
1. FAKTÖR: İŞLEVSEL (7 Madde)		28,416	3,0271	0,910
4. Bu mekâna çevreden kolayca erişilebilir.	,918			
5. Bu mekân katmanlı buluşma alanları içeriyor	,861			
7. Bu mekânın sınırları ve kenarları tanımlıdır.	,851			
9. Bu mekândaki peyzaj elemanları çeşitlilik gösterir.	,506			
10. Bu mekânın tasarımı ihtiyaç ve gereksinimlere göre değiştirilebilir ve uyarlanabilir.	,922			
11. Bu mekân çevredeki kentsel bağlam için önemli bir yer teşkil etmektedir.	,862			
12. Bu mekâna komşu olan yapılar birbirleriyle ve mekânın biçimlenişleriyle uyumludur	,649			
2.FAKTÖRSOSYAL (8 Madde)		17,355	3,5201	0,879
13. Bu mekânda aktivitelerimi gerçekleştirirken diğer insanlarla göz teması ve etkileşim kurabiliyorum.	,757			
15. Mekân çeşitli sosyal grupların kullanımını teşvik etmektedir.	,717			
16. Bu mekân çeşitli sosyal aktivitelere katılımı teşvik etmektedir.	,753			
17. Bu mekân çeşitli sosyal gruplar arasındaki etkileşimi teşvik etmektedir.	,768			
18. Bu mekândaki servis olanakları ve peyzaj elemanları yeterli düzeyde farklı sosyal gruplara hizmet etmektedir.	,597			
22. Bu mekâna başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum	,638			
23. Bu mekân tanıdıklarımınla karşılaşmama olanak sağlıyor.	,809			
24. Bu mekânda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.	,786			
3.FAKTÖR: ALGISAL (5 Madde)		12,760	3,8588	0,846
31. Bu mekândaki mekânsal deneyim oldukça ilgi çekicidir.	,739			
26. Mekânın fiziksel tasarımı, konfor ve rahatlatma hissini teşvik ediyor.	,821			
27. Bu mekânda otururken, yürürken davranışlarımla uyumlu mekânsal uygunluk sağlamaktadır	,726			
29. Bu mekân mimari karakteri çevreye göre farklılık göstermektedir.	,597			
34. Bu mekân kent içinde tanınır ve çevresinden farklılık gösterir.	,630			
TOPLAM VARYANS		58,530		

Orjinal ölçekte bulunan madde numaraları ve faktörlere ilişkin açıklayıcı istatistikler Tablo 9’da gösterilmiştir. Çevresel niteliklere ilişik bu üç boyut “işlevsel”, “sosyal” ve “algısal” olarak tanımlanmıştır. 360 veri analize eklenmiş ve tüm faktör için güvenirlik katsayıları yüksek görünmüştür. Analiz neticesinde birinci faktör “işlevsel” olarak tanımlanmış. Bu faktör tek başına toplam varyansın %28,416 meydana getirir ve 7 maddeden oluşmaktadır. İşlevsel boyutu; peyzaj elemanları, kolay ulaşım, tasarım ve estetik görünüm, sınırlı alanlar, çeşitli etkileşimli nitelikleride içine almaktadır (madde: 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12). İşlevsellik boyutu analizde en yüksek güvenirlik değerine ($\alpha=0,910$) sahip faktördür. İkinci faktör “sosyal” olarak tanımlanmıştır. Bu faktör toplam varyansın %17,355’lik bölümünü oluşturmakta ve 7 maddeden oluşmaktadır. Karşılaşmalara olanak sağlama, çeşitli etkinliklere teşvik etme, canlı, mekânın popülaritesi gibi nitelikleride içine almaktadır (madde: 13, 15, 16, 17, 22, 23, 24). Analiz neticesinde “yönetim (32.madde) faktör yükü yeterince düşük olduğundan veri setinden çıkarılmıştır. Üçüncü faktör “algısal” olarak tanımlanmıştır. Bu faktör toplam varyansın %12,760’lik bölümünü oluşturmakta ve 5 maddeden oluşmaktadır. Algısal boyutu; deneyim konforu, mimari karakter, mekânsal uygunluk, özgün karakter ve tanınırlık gibi nitelikleri kapsamaktadır (madde: 26, 27, 29, 31, 34). Analiz neticesinde 32 maddelik 3’lü faktör yapısı meydana çıkmış ve bu üç faktör toplam varyansı %58,530 ‘unu oluşturmakta, ortalama değeri 2,351 güvenirlik ($\alpha=0,967$) olarak belirtilmiştir (Ek 2).



Şekil 40. Çevresel özellikler ölçeği alt boyutları

- Kahramanmaraş Caddesi Çevresel Özellikleri Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Kahramanmaraş caddesinde işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için varyans analizi gerçekleştirilmiş ve gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11. Kahramanmaraş Caddesi çevresel özellikler ortalamaları

Bölgeler	İŞLEVSEL		SOSYAL		ALGISAL	
	<i>X</i>	<i>ss</i>	<i>X</i>	<i>ss</i>	<i>X</i>	<i>ss</i>
Kahramanmaraş Caddesi n:211	3,0271	,07175	3,5201	,06295	3,8588	,05455
	F:4,416 sig:0,000		F:6,577 sig:0,000		F:1,891 sig:0,000	

- Çevresel Özellikler Alt Değişkenlerinin Genel Çevresel Özellikler Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında öncelikle çevresel alt değişkenlerinin (faktörlerin), genel çevresel özellikler ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi ile analiz edilmiştir. “İşlevsel özellikler”, “sosyal özellikler”, “algısal özellikler” ile Genel Çevresel özellikler arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi yardımıyla değerlendirilmiştir. Herbir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analiz sonuçları aşağıdaki korelasyon matrisinde sunulmuştur (Tablo 12).

Tablo 12. Faktörler arası ilişkileri belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları

	İşlevsel	Sosyal	Algısal	Genel Çevresel Özellikler
İşlevsel Özellikler	1			
Sosyal Özellikler	,102	1		
Algısal Özellikler	,071	,031	1	
Genel Çevresel Özellikler	,655**	,772**	,386**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=211

Faktörlerin genel çevresel özellikler ile ilişkisi incelenecek olursa yüksekten düşüğe doğru sırasıyla “sosyal özellikler” ($r= ,772$; $p<0,01$), “İşlevsel özellikler” ($r= ,896$; $p<0,01$), “algısal özellikler” ($r= ,386$; $p<0,01$), in genel çevresel özellikler ile pozitif yönde anlamlı olduğu görülmektedir.

3.2.2. Üçüncü Aşama: Kullanıcıların Kahramanmaraş Caddesi Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

- Kullanıcıların Kahramanmaraş Caddesi Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirmesine İlişkin Bulgular

Anketin üçüncü bölümü, caddenin sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin deneyimlenmesi sonucu memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulmasına yöneliktir. Kullanıcıların yer deneyimlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin ortaya koyulması amacıyla, mekan memnuniyet değerlendirme ölçeği (4 ifade) sunulmuştur.

Kahramanmaraş caddesi açık mekan memnuniyet düzeylerini ortaya koymak için hazırlanan 4 ifade, 5'li Likert tutum skalası formatında kullanıcılara sunulmuştur. Ölçekte 1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir. Kullanıcıların Kahramanmaraş caddesi memnuniyet düzeylerinin aldığı ortalama değerler, standart sapmaları, varyans değerleri Tablo 13'te sunulmuştur.

Tablo 13. Kahramanmaraş caddesi yer deneyimlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin ortalama değerleri

	Ortalama	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis
1. Bu mekânın sunduğu işlevsel olanaklardan memnunum.	3,31	1,094	-,427	-,403
2. Bu mekânın sunduğu sosyal olanaklardan memnunum	3,23	1,154	-,258	-,720
3. Bu mekânın sunduğu algısal olanaklardan memnunum	3,40	1,066	-,541	-,200
4. Bu mekânı deneyimimden genel olarak memnunum.	3,53	1,092	-,799	,197
N(211)				

Tablo 13'te görüldüğü gibi, Maraş caddesinin açık mekanlarının memnuniyet düzeylerini meydana çıkarmak kullanıcılar yönünden değerlendirilen her değişkenin, ortalama, standart sapma, varyans ve skewness-kurtosis değerleri belirtilmiştir. Çarpıklık (Skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirtmektedir.

Tabachnick ve Fidell (2011)'e göre bahsedilen bu değerler +1,5 ve -1,5 arasındaki değerlere göre normal dağılımı ifade etmektedir. Aynı şekilde George ve Mallery (2010) değerlerin +2,0 ve -2,0 arasında olursa normal dağılım gösterdiğini söylemektedir. Tablo... değerlere baktığımızda verilerimizin normal dağılım gösterdiğini ve sonraki analizlerimizde parametrik testlerinden faydalanacağımızı söyleyebiliriz. Parametrik testler, birden fazla bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üstündeki etkisinin gözlemlenmesinin destek olmaları ve karşılıklı etkileşimlerinin değerlendirilmesine faydalı olurlar.

Bireylerin Maraş caddesinin açık mekânlarından umumi memnuniyet seviyelerini değerlendirdiğimizde, ortalama değer (3,3279), varyans (,925), Minimum Değer (1,00),

maksimum değer (5,00), Skewness (-,436), Kurtosis (-,122) olarak netleştirilmiştir (Tablo 14). Bu görünümünden anlaşıldığı gibi verilerin homojen bir dağılımda olduğu belirtilmiştir. Bundan dolayı çalışmanın diğer aşamalarında parametrik testler faydalanılacaktır.

Tablo 14. Kahramanmaraş Caddesi Genel Yer Deneyimlerinin ortalamaları

		Statistic	Std. Error
KULLANICILARIN YER DENEYİMLERİNE İLİŞKİN ORTALAMA DEĞERLER	Ortalama	3,3279	,06622
	Ortanca	3,3750	
	Varyans	,925	
	Std.Sapma	,96195	
	Minimum	1,00	
	Maksimum	5,00	
	Aralık	4,00	
	Çarpıklık (Skewness)	-,436	,167
	Basıklık (Kurtosis)	-,122	,333

- Yer Deneyimi Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Kullanıcıların yer deneyimi düzeylerinin meydana çıkarmak amacıyla, kullanıcılara literatür analizi neticesinde oluşturulan mekanda yer deneyim ölçeği 4 ifade göstermektedir. Bütün verilerin birleşiminden sonra deneyim ölçeğinin faktör boyutunun netleşmesinde ilk adımda açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır.

Açımlayıcı faktör analizi için SPSS 17.0 programından faydalanılmıştır ve faktör analizine uyumunu gösteren farklı güvenirlik testler beraberinde ölçekler ortaya çıkarılmıştır.

Yer deneyimi ölçeğine ait 4 görünüm tek faktör altında toplanmış ve genel yer deneyimi olarak adlandırılmıştır. Bu ifadelerin faktör analizine uyumunu anlayabilmek adına KMO analizi gerçekleştirilmiştir. KMO değer 0,574 ve Barlett küresellik testi $\chi^2:970,941$,sd 6, $p<0,01$ olarak açıklanmıştır. Bu neticeye göre maddelerin birbirleriyle ilişki anlamı meydana çıkmıştır. Bu değer 1'e yeterince yakın olması sebebiyle, veri setinin güvenirlik seviyesinin oldukça yüksek çıkması hedeflenmiştir. Erişilen tek faktör toplam varyansın %82,346 'sını ifade etmektedir (Tablo 15). Erişilen bu faktör genel yer deneyimi faktörü olarak adlandırılmıştır.

Tablo 15. Yer Deneyimi ölçeği özdeğer ve varyans değerleri

	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,294	82,346	82,346	3,294	82,346	82,346
2	,410	10,256	92,603			
3	,270	6,757	99,360			
4	,026	,640	100,000			

Kullanıcı mekânın yer deneyimi ölçeğine ait faktör boyutu ve yükleri Tablo 16’da sunulmuştur. Bu faktör yüklerine baktığımızda “Bu mekânın sunduğu işlevsel olanaklardan memnunum (0,855)”. Bu mekânın sunduğu sosyal olanaklardan memnunum (0,872)”. “Bu mekânın sunduğu algısal olanaklardan memnunum (0,905)”. Bu mekânı deneyimimden genel olarak memnunum (0,991)” olarak sonuçlanmıştır.

Tablo 16. Yer Deneyimi ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,574
Bartlett's Sphericity Testi	χ^2 (Ki-kare)	970,941
	Sd (Serbestlik derecesi)	6
	Sig. (p: olasılık)	,000

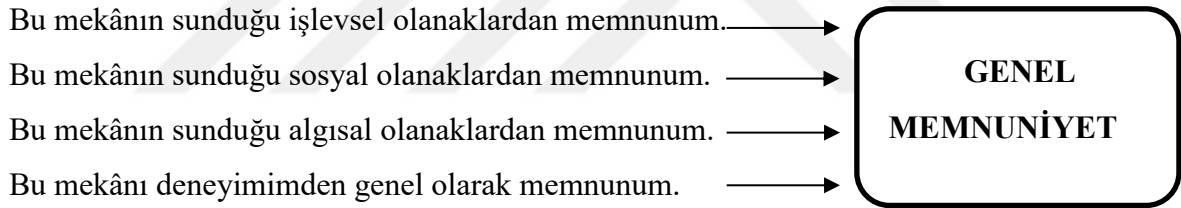
Genel yer deneyimi faktörü için hesaplanan genel güvenirlik katsayısı $\alpha=0,922$ ’dir. Bu netice değerini güvenilir olduğunu söylemektedir (4 madde, 1 faktör).

Tablo 16’dan anlaşıldığı üzere, yer deneyimi ölçeğine ait 4 ifade tek faktör yapısı meydana getirmekte ve bu ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi sonuçları, ölçeğin yeterince güvenilir olduğunu belirtmektedir. Yer deneyimine ait faktör yapısı, varyans değeri, ortalama değeri ve güvenirlik (α) düzeyi Tablo 17’de sunulmuştur.

Tablo 17. Yer Deneyimi ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları ($\alpha=0,922$, 4 madde; $n=211$)

	Faktör Yüğü	Varyans (%)	Ortalama	Güvenirlik (α)
1.FAKTÖR: GENEL MEMNUNİYET (5Madde)		80,198	3,3279	0,922
1. Bu mekânın sunduğı işlevsel olanaklardan memnunum.	,855			
2. Bu mekânın sunduğı sosyal olanaklardan memnunum	,872			
3. Bu mekânın sunduğı algısal olanaklardan memnunum	,905			
4. Bu mekânı deneyimimden genel olarak memnunum.	,991			
TOPLAM VARYANS		82,346		

Analiz neticesinde ilk ve tek faktör “Genel memnuniyet” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör kendi başına toplam varyansın %82,346 meydana getirmekte ve 4 maddeden oluşmaktadır. İfade edilen maddelerden en yüksek faktör yükü genel deneyim olanaklardan memnuniyet olduğu halde en düşük faktör yükü ise işlevsellik olanaklarından memnuniyet maddesine ilişiktir.



- Yer Deneyimi ölçeğindeki değişkenlerin Genel Memnuniyet Faktör Ortalaması Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak memnuniyet ölçeğine ilişik ifadelerin, genel memnuniyet faktörü ile olan ilişkilerinin yönü ve şiddeti korelasyon analizi desteğiyle incelenmiştir. Korelasyon analizi ile birlikte iki farklı değişkenin ilişkisinin yönü ve şiddeti üzerine çalışmalar yapılabilir. Memnuniyet ölçeğine ait 4 ifade ve 1 faktör analizi meydana çıkarılan genel memnuniyet arasındaki ilişkinin miktarı ve ilişkinin yönü korelasyon analizi araştırılmıştır. Her bir değişken arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış olup, analizlerin neticesi aşağıdaki korelasyon matrisinde gösterilmiştir (Tablo 18).

Tablo 18. Yer deneyimi faktörüne ilişkin yapılan korelasyon analizi sonuçları

	İ.MÇ	S.M	A.M.	G.M	M.O
Bu mekânın sunduğu işlevsel olanaklardan memnuniyet	1				
Bu mekânın sunduğu sosyal olanaklardan memnuniyet	,595**	1			
Bu mekânın sunduğu algısal olanaklardan memnuniyet	,669**	,7147**	1		
Bu mekânı deneyimimden genel olarak memnuniyet	,846**	,852**	,890**	1	
Genel Yer Deneyimi Memnuiyeti	,857**	,877**	,901**	,989**	1

** (p<0,01), * (p<0,05) N=211

Faktörlerin birbiriyle manalı bir ilişki içinde olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi neticesinde memnuniyet ölçeği değişkenleri memnuniyet faktörü arasında olumlu yönde manalı bir ilişki içinde olduğu saptanmıştır. Bu neticeler tüm faktörlerin aynı yapı dahilinde bulunduklarını kanıtlamıştır. Değişkenlerin genel memnuniyet faktörü ile münasebeti analiz edilecek olursa yüksekten düşüğe doğru dizilirse “ Genel memnuniyet” (r= ,989 ; p<0,01),” Algısal olanaklardan memnuniyet” (r= ,901; p<0,01),” sosyal olanaklardan memnuniyet” (r= ,877; p<0,01) ve “işlevsel olanaklardan memnuniyet” (r= ,857; p<0,01) ile analizin pozitif anlamda olduğu görülmektedir.

3.3. Kahramanmaraş Caddesi Yer Duygusunun Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Trabzon Kahramanmaraş caddesinin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler doğrultusunda, kullanıcıların etkinliklerini rahatlıkla gerçekleştirebildikleri açık mekânlara karşı hissettikleri yer duygusu kavramını değerlendirilmesine ait ortalama değerler ,standart sapma, varyans ve basıklık-çarpıklık değerler sunulmuştur (Tablo 19).

Tablo 19. Yer duygusu ifadelerine ait ortalama değerler

	M	S.S.	Skewness	Kurtosis
Bu mekânda yaptığım işler için başka hiçbir mekânı buranın yerine kullanmam.	3,49	1,071	-,569	-,184
Diğer mekânlara kıyasla bu mekândaki deneyimlerimden daha çok memnun oluyorum.	2,53	1,057	-,594	,019
Bu mekândaki deneyimlerim kim olduğum hakkında çok şey söylüyor.	2,42	1,003	,617	,076
Bu mekânla kendimi çok kuvvetli bir şekilde özdeşleştiriyorum.	2,52	,997	,303	-,470
Bu mekân benim için çok şey ifade ediyor.	3,02	1,125	,145	-,812
Bu mekâna çok bağlılık hissediyorum.	3,18	1,052	-,258	-,550
Bu mekâna geldiğimde kendimi mutlu hissediyorum.	3,09	1,008	-,126	-,430
Bu mekânın benim için anlamı büyük.	2,92	1,120	,242	-,688
Bu mekânın benim bir parçam olduğunu hissediyorum.	3,03	1,106	,041	-,835
N 211				

Kullanıcıların açık mekânlara karşı oluşturdukları bütün yer duygusu ifadelerine baktığımızda, bilgilerin homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Bu sebeple çalışmanın sonraki aşamalarında parametrik testler uygulanacaktır.

Kahramanmaraş caddenin açık mekânlarındaki yer duygusunun genel ortalamalarına baktığımızda, ortalama değer ($X=3,0216$), varyans ($,375$) ve standart sapma ($,61239$) olarak netleştirilmiştir. Açık mekânların göre yer duygusuna ilişkin ortalama değerler Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20. Kahramanmaraş caddesi yer duygusuna ait ortalama değerler

		Statistic	Std. Error
KAHRAMANMARAŞ CADDESİ YER DUYGUSU DEĞERLERİ	Ortalama	3,0216	,04216
	Ortanca	3,00	
	Varyans	,375	
	Std.Sapma	,61239	
	Minimum	1,56	
	Maksimum	4,33	
	Aralık	2,78	
	Çarpıklık (Skewness)	,106	,167
	Kurtosis (Basıklık)(Kurtosis)	-,465	,333

3.3.1. Yer Duygusu Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizine (AFA) İlişkin Bulgular

Kullanıcıların mekâna olan yer duygusu kavramının düzeylerinin meydana çıkarmak amacıyla, kullanıcılara literatür taraması neticesinde geliştirilen yer duygusu kavram ölçeği için (9 ifade) gösterilmiştir. Verilerin birleştirilmesinden sonra ,araştırmanın hedeflerinden olan yer duygusu ölçeğinin faktör örgüsünün belirlenmesinde ilk olarak açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Açımlayıcı faktör analizi için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır ve faktör analizine uyumunu sunan farklı güvenilirlik testleri ve ek olarak ölçekler düzenlemiştir.

Bu aşamada yer duygusu ölçeğinin alt boyutlarını tanımlamak için ilk olarak verilerin faktör analizine uygunluğunun olup olmadığı farklı güvenilirlik testleri ile ifade edilmiştir.

Ölçeğin KMO değeri 0,868 ve Barlett küresellik testi $\chi^2:917,302$, sd 36, $p<0,01$ olarak ortaya çıkmıştır. Bu değerler 1'e yeterinde yakın durması nedeniyle ,veri setinin güvenilirlik düzeyinin yeterince yüksek olduğu aşıkardır (Tablo 21).

Tablo 21. Yere duygusu ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,868
Bartlett's Sphericity Testi	χ^2 (Ki-kare)	917,302
	Sd (Serbestlik derecesi)	36
	Sig. (p: olasılık)	,000

Yer duygusu ölçeği veri ekibinin faktör analizine uyumu tespit edildikten sonra ,ölçek faktör maddelerinin tespiti ve kaç faktör birleştiğinin tayin etmek için icap eden analizler yapılmıştır. Bulguların Faktör sayısını netleştirmede bulguların önceki bölümlerinde direk önerilen Eigen value,açıklanan varyans oranı ve scree plot testlerinden faydalanılmıştır (Büyüköztürk, 2002 ve Özkan, 2017).

Tablo 22. Yere duygusu 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	3,828	42,528	42,528	3,828	3,828	42,528	42,528	3,252	36,132
2	1,791	19,898	62,427	1,791	1,791	19,898	62,427	1,914	21,262
3	1,262	14,021	76,447	1,262	1,262	14,021	76,447	1,715	19,053
4	,639	7,096	83,543	,639					
5	,384	4,262	87,805	,384					
6	,316	3,509	91,315	,316					
7	,286	3,180	94,495	,286					
8	,267	2,964	97,459	,267					
9	,229	2,541	100,000	,229					

Tablo 21 ve 22’de görüldüğü üzere ,eigen value 1’in üstünde erişilen iki faktör toplam varyansın %76,447’sini izah etmektedir. Analizde varimax rotasyonlu esas bileşenler analizi yapılmış, neticesi %40 ‘dan düşük olanların faktör yükleri saklanmış ve 5 defa yeniden uygulanmıştır. Son olarak 9 maddelik yer duygusu ölçeğinin 3 faktör adı altında toplanmıştır. Bu faktörler toplam varyansın %76,447’sini göstermektedir. Erişilen bu faktörler yere işlevsellik bağıllık ve yer deneyimi (yere bağımlılık-place dependence), yere duygusal bağıllık (yer kimliği-place identity), yer duygusu (yere bağıllık-place-attachment) faktörleri olarak tanımlanmıştır.

Tablo 23. Yere duygusu ölçeğine ait faktör yapısı ve ağırlıkları ($\alpha=0,850$; $M=29,01$; $SD=8,906$; 9 madde; $n=211$)

	Faktör Yükü	Varyans (%)	Ortalama	Güvenirlilik (α)
1.FAKTÖR: YERE BAĞIMLILIK (2 İfade)		42,528	3,5095	0,911
1.Bu mekânda yaptığım işler için başka hiçbir mekânı buranın yerine kullanmam.	,907			
2.Diğer mekânlarla kıyasla bu mekândaki deneyimlerimden daha çok memnun oluyorum.	,917			
2.FAKTÖR: YER KİMLİĞİ (2 İfade)		19,898	2,4692	0,844
3. Bu mekândaki deneyimlerim kim olduğum hakkında çok şey söylüyor.	,888			
4. Bu mekânla kendimi çok kuvvetli bir şekilde özdeşleştiriyorum.	,857			
3.FAKTÖR: YERE BAĞLILIK (5 ifade)		14,021	3,0474	0,860
5. Bu mekân benim için çok şey ifade ediyor.	,795			
6. Bu mekâna çok bağlılık hissediyorum.	,770			
7. Bu mekâna geldiğimde kendimi mutlu hissediyorum.	,800			
8. Bu mekânın benim için anlamı büyük.	,843			
9. Bu mekânın benim bir parçam olduğunu hissediyorum.	,777			
TOPLAM		76,447	3,0216	0,850

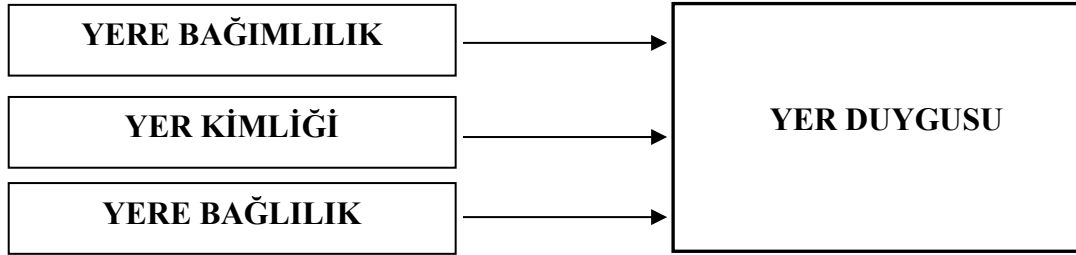
Metot: Temel bileşenler analizi: Varimax rotasyonu (5) with Kaiser Normalization

Orijinal ölçekte bulunan madde numaraları ve faktörlere ait açıklayıcı istatistikler Tablo 23'te sunulmuştur. Ortaya çıkan 3'lü faktör yapısı adlandırılırken ,faktör yükleri 0,4 değerinden daha çok yüklenenler tercih edilmiştir.Yere duygusu ölçeğine ilişkin bu üç boyut “yere bağımlılık”, “yer kimliği” ve “yere bağlılık” olarak ifadelendirilmiştir. 211 veri analize eklenmiş ve her bir faktör için güvenirlik kat sayıları yüksek oranda çıkmıştır.1.Faktör olan yere bağımlılık için faktör yükleri arasında mesafesi (,907- ,917), 2.faktör olan yer kimliği kısmı ise (,888 - ,857) ve 3.faktör yere bağlılık ise (,795- ,777) olarak açıklanmıştır.

Analiz neticesinde birinci faktörün tutumu daha çok yerin işlevsel özelliklerine ilişkin “yere bağımlılık” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör kendi adına varyansın % 42,5282'sini oluşturmakta ve 2 maddeden ortaya çıkmaktadır. Yere bağımlılık uzantısı analizde yüksek güvenirlik değerine ($\alpha:0,911$) ait faktördür.

İkinci faktör, yerin daha çok his ve duygusal özelliklerini kapsayan “yer kimliği” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör kendi adına toplam varyansın %19,898'sini oluşturmakta ve 2 maddeden oluşmaktadır. Yere bağımlılık uzantısı analizde yüksek güvenirlik değerine

($\alpha=0,844$) ait faktördür. Son olarak üçüncü faktör ise, işlevsel, duygusal ve memnuniyet kapsayan “yere bağlılık” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör kendi adına toplam varyansın %14,021’ini doldurmakta ve 5 maddeden oluşturmaktadır. Yere bağlılık uzantısı analizde yüksek güvenirlik değerine ($\alpha=0,860$) ait faktördür.



Şekil 41. Yere duygusu ölçeği üç faktörlü yapısı

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

Araştırma bulgularının dördüncü aşamasında;

- Demografik özellikler ile çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu duygusu arasındaki ilişkiler
- Çevresel özellikler ile yer deneyimi ve yer duygusu arasındaki ilişkiler
- Yer deneyimi ile yer duygusu arasındaki ilişki
- Son olarak da tüm değişkenlerin bir arada yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

3.4.1. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler, Yer Deneyimi ve Yer Duygusuna İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

Kullanıcıların çevresel özelliklere verdikleri ortalama değerlerin cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Tablo 24’te 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 ($t=2,857$; $p=,301>,05$).

Tablo 24. Çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusunun cinsiyete göre farklılaşması

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std.sapma	Std. hata	t	p
Çevresel Özellikler	Kadın	114	3,46	,435	,041	2,857	,301
	Erkek	97	3,30	,391	,040		
Yer Deneyimi	Kadın	114	3,36	,954	0,89	,600	,865
	Erkek	97	3,28	,975	0,99		
Yer Duygusu	Kadın	114	3,07	,648	,060	1,251	,161
	Erkek	97	2,96	,565	,057		

Cinsiyet değişkenine göre çevresel özellik alt faktörlerinin değişip değişmediğinin tayin etmek için yapılan t-testinde de, alt faktörler cinsiyete göre farklılık göstermemektedir (Tablo 24).

Tablo 25. Çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusunun yaşama süresine göre farklılaşması

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
ÇEVRESEL ÖZELLİKLER	Gruplar arası	43,244	56	,772	1,211	,181
	Grup içi	98,215	154	,638		
	Toplam	141,460	210			
YER DENEYİMİ	Gruplar arası	32,650	40	,816	1,275	,147
	Grup içi	108,810	170	,640		
	Toplam	141,460	210			
YER DUYGUSU	Gruplar arası	12,674	24	,528	6,763	,008
	Grup içi	128,786	186	,692		
	Toplam	141,460	210			

Caddenin açık mekanlarının kullanım sıklıkları ile kıyaslamak amacıyla öncelikle çevresel özelliklere ilişkin alt faktörler, kümeleme analizi ile tanımlanmış işlevsel, sosyal ve algısal özellikleri ile genel çevresel özellikte tek yönlü varyans analizi ile yapılmıştır. Uygulanmış analiz neticesinde, caddenin açık mekan kullanım sıklıkları ile işlevsel özellik ($F(2,623)=2,263$; $p_{0,003}<0,05$), sosyal özellik ($F(3,001)=3,001$; $p_{0,006}<0,05$) ve algısal özellik ($F(1,592)=3,001$; $p_{0,007}<0,05$) alt faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı değişiklikler tespit edilmiştir (Tablo 25).

Aynı zamanda kullanım süresi ve yerin fiziksel ortalaması ($F(4-210)=1,877$; $p_{0,016}<0,05$), sosyal ortalama ($F(4-210)=3,425$; $p_{0,09}<0,05$) ve çevresel ortalama ($F(4-210)=2,721$; $p_{0,031}<0,05$) uzantısında istatistiksel olarak anlamlı değişiklikler tespit edilmiştir (Tablo 24).

Tablo 26. Kullanım sıklığı ile çevresel özellikler alt boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İŞLEVSEL ÖZELLİKLER	Gruplar arası	3,728	4	,932	2,623	,003
	Grup içi	118,280	206	,574		
	Toplam	122,009	210			
SOSYAL ÖZELLİKLER	Gruplar arası	5,546	4	1,386	3,001	,006
	Grup içi	142,713	206	,653		

Tablo 27. Kullanım süresi ile çevresel özellikler ortalamaları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
FİZİKSEL ORTALAMA	Gruplar arası	4,290	4	1,072	1,877	,016
	Grup içi	117,719	206	,571		
	Toplam	122,009	210			
SOSYAL ORTALAMA	Gruplar arası	9,313	4	2,328	3,425	,009
	Grup içi	138,945	206	,674		
	Toplam	148,258	210			
ÇEVRESEL ORTALAMA	Gruplar arası	4,720	4	1,180	2,721	,031
	Grup içi	89,351	206	,434		
	Toplam	94,071	210			

Anlamlı değişiklik olan faktörlerde, değişikliğin hangi gruplar ait olduğunu tespit etmek için Tukey Post Hoc analizi uygulanmıştır (Ek 2). Bu analiz neticesine göre yer deneyimi boyutunda, yılda birkaç kez uğrayan kullanıcılar, haftada birkaç kez ve ayda birkaç kez uğrayan kullanıcılara göre manalı değişiklikler görülmüştür. Aynı şekilde fiziksel, sosyal ve genel çevresel özellikler değerlendirildiğinde, kullanım sıklığı açısından farklılık yaratan boyut, yılda birkaç kez gelenler ile diğer gruplar arasındadır (Ek 3). 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 ($F(4-359)=15,006$; $p<0,001$)

Tablo 28. Kullanım sıklığı ile yer deneyimi tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YER DENEYİMİ	Gruplar arası	12,782	4	3,196	3,626	,007
	Grup içi	181,543	206	,881		
	Toplam	194,325	210			

Tablo 29. Kullanım süresi ile yer deneyimi tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YER DENEYİMİ	Gruplar arası	14,488	4	3,622	4,149	,003
	Grup içi	179,837	206	,873		
	Toplam	194,325	210			

Kullanım sıklığı ile araştırma bulgularının üçüncü aşamasında erişilen yere Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanmasına İlişkin Bulgular ve genel yere bağlılık alt boyutları tek yönlü varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz neticesinde kullanım sıklığının kullanıcıların işlevsel bağlılıkları olan yere bağımlılık duygusu üzerinde istatistiki olarak anlamlı değişikliklerin olduğu ($F(4-210)=4,648$; $p<0,001$), ancak yer kimliği için o kadar anlamlı bir değişiklik söz konusu değildir (Tablo 30). Bu analiz neticesinde, kullanım sıklığı daha fazla olunca, yere bağımlılık ortalama puanlarının da yükseldiği saptanmıştır. Aynı şekilde kullanıcının açık mekân kullanım süreleri ile yere duygusunun alt boyutları kapsamında anlamlı değişiklikler olduğu saptanmıştır. Caddenin açık mekân kullanım süreleri, yere bağımlılık ($F(4-210)=3,656$; $p<0,007$), yer kimliği $F(4-210)=1,813$; $p<0,003$ ve yere bağlılık $F(4-210)=1,483$; $p<0,002$ üstünde istatistik olarak manidar değişiklik göstermektedir. Bu değişikliği oluşturan esas etmen yarım saatten az zaman geçiren kullanıcı ile daha fazla zaman harcayan kullanıcılar arasında memnuniyet düzeylerinde farklılıklar belirlenmiştir. Beraberinde açık mekânların kullanım süreleri fazlalaştıkça mekâna olan yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık düzeylerinde anlamlı artış olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 30. Kullanım sıklığı ile yer duygusu boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	16,639	4	4,160	4,648	,001
	Grup içi	184,342	206	,895		
	Toplam	200,981	210			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	6,707	4	1,677	2,010	,003
	Grup içi	171,843	206	,834		
	Toplam	178,550	210			
YERE BAĞLILIK	Gruplar arası	2,501	4	,625	1,483	,007
	Grup içi	160,945	206	,781		
	Toplam	163,446	210			

Tablo 31. Sosyo-demografik değişkenler ile çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu puanı pearson korelasyon analizi

	Cinsiyet	Yaş	Medeni durum	Eğitim	Meslek	Yaşama süresi	Kullanım sıklığı	Kullanım süresi
Çevresel Özellikler	-,194**	-,210*	-,081	-,122	-,141*	,047	-,106	,274**
Yer Deneyimi	-,041	,084	,091	,056	,051	-,029	-,151*	,207**
Yer Duygusu	-,086	-,074	,037	-,105	-,105	,006	-,059	,178**

** (p<0,01), * (p<0,05) N=211

Tablo 32. Kullanım süresi ile yere bağlılık boyutları tek yönlü varyans analizi

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
YERE BAĞIMLILIK	Gruplar arası	13,322	4	3,331	3,656	,007
	Grup içi	187,659	206	,911		
	Toplam	200,981	210			
YER KİMLİĞİ	Gruplar arası	2,119	4	,530	1,813	,003
	Grup içi	176,431	206	,856		
	Toplam	178,550	210			
YERE BAĞLILIK	Gruplar arası	3,414	4	,853	1,483	,002
	Grup içi	160,032	206	,777		
	Toplam	163,446	210			

Araştırmanın birinci bölümüne ilişkin sosyo-demografik ve mekan kullanım niteliklerine ilişkin bulgular ile ikinci ve üçüncü bölümden erişilen bulgular arasında bir münasebetin varlığını anlamak amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Analiz

neticesine göre anlamlı bir değişiklik söz konusu değildir, kullanım sıklığı ($r=,106$) ve kullanım süresi ($r=,274^{**}$) pozitif yönde doğru orantılı anlamlı bir artış gerçekleşmiştir.

Aynı şekilde meslek ($r= -,141^*$), kullanım sıklığı ($r= -,151^*$) ve kullanım süresi ($r=,207^{**}$) pozitif anlamda ilişki gerçekleşmiştir ve bu durumda yer duygusu kavramı ile de ilişkili olduğunu görmekteyiz (Tablo 30).

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

- Çevresel Özelliklerin Yer Deneyimine Etkisine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

Kahramanmaraş caddesi açık mekan kullanıcılarının, çevresel özelliklere ilişkin genel değerlendirmeleri ile yer deneyimi düzeyleri arasında bir ilişkinin varlığını tayin etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Korelasyon analizi neticesinde, bu iki ortalama değerler arasında %37,8 düzeyinde olumlu yönde manidar bir ilişki söz konusudur ($r=,378^{**}$). Çevresel özelliklerin ortalama değeri arttıkça yer deneyim düzeyi de artmaktadır. Bu netice araştırmanın “caddenin sunduğu fiziksel ,sosyal özellikler ve algısal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyetinin artmasıyla birlikte yer deneyiminde artması beklenir” varsayımını yardımcı özelliğindedir (Tablo 33).

Tablo 33. Çevresel özellikler ile yer deneyimi korelasyon analizi

Boyut	Yer Deneyimi	
Çevresel Özellikler	r	,378**
	p	,000
	N	211

** (p<0,01), * (p<0,05) N=211

Korelasyon analizi neticesinde çevresel özellikler ile yer deneyimi arasındaki ilişkilerin doğrultusu ve hızı meydana çıktıktan sonra ,çevresel niteliklerin kullanıcı yer deneyimine tesirini anlatmak amacıyla basit regresyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 33).

Tablo 34’de model özeti tablosundaki R2 değerinden anlaşılacağı üzere, çevresel özelliklerin, kullanıcı yer deneyimini tanımlama düzeyi %51,6 (R2=,516) olarak

saptanmıştır. Üstelik kullanıcının yer deneyimi %51,6’i çevresel özelliklerin başarısına aittir. Analizin doğrusal modele uygunluğunu test etmek için varyans analizi (Anova) gerçekleştirilmiştir.

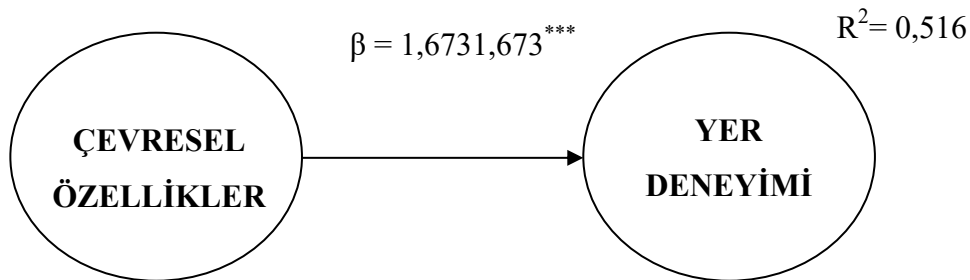
Tablo 34. Çevresel özelliklerin yer deneyimine etkisine yönelik ANOVA tablosu

Model 1	B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
(Sabit)	-2,111	,468		-4,511	,000
Fiziksel Özellikler	1,673	,137	,645	12,190	,000
R=,645; R^2 =,516; Düzeltilmiş R^2 =,513 ; D-W= 1,772 ; Model F $_{(1-210)} = 148,597$; $p<0,01$					

Tablo 34’e göre, çevresel özellik değişkeninin katsayısı 1,673, sabit değeri ise -2,111’dir. Basit doğrusal regresyon denklemi $Y = a + BX$ denklemine göre; çevresel özellikler (ÇÖ) ve kullanıcı yer deneyimi (YD) arasındaki ilişki aşağıdaki eşitlik ile ifade edilir (3.1):

$$YD = 1,115*ÇÖ - 2,111 \quad (3.1)$$

Özetlemek gerekirse gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre çevresel özellikler ile kullanıcı memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır ($R=0,645$; $R^2=0,516$; $F(1-358)=697,845$; $p<0,05$). Çevresel özelliklerin başarısı %51,6 düzeyinde kullanıcı yer deneyimini açıklamaktadır. Bu netice araştırma varsayımlarından biri olan “Kahramanmaraş caddesinin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı yer deneyiminde artması beklenir” varsayımını yardımcı olacak özelliğdir.



Şekil 42. Çevresel özelliklerin yer deneyimi üzerindeki etkisi

- Çevresel Özellik Alt boyutlarının Yer Deneyimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Çevresel özellikler ile yer deneyimi arasındaki ilişki ortaya atılmıştır. Çevresel özelliğin alt boyutları olan işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi ile ilişkilerini tayin etmek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 35).

Tablo 35. Çevresel alt boyut değişkenleri ile yer deneyimi korelasyon analizi

Değişken 1	Değişken 2	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	p değeri
İşlevsel Özellikler	Yer Deneyimi	,536**	,000
Sosyal Özellikler	Yer Deneyimi	,448**	,000
Algısal Özellikler	Yer Deneyimi	,417**	,000

Pearson korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin derecesine ve yönüne bulmak istenildiğinde değerlendirilen katsayıdır. Bu katsayı “r” ile gösterilir ve (-1) ile (+1) arasında değerler alır. (-) veya (+) olması ilişkinin yönünü gösterirken, bu değer 1’e doğru yakınlıkla ilişkinin gücü artar. “r” değerinin almış olduğu değerler bilim dallarına göre değişik açıklanabildiği 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 sınıfta makul görülmüştür.

Korelasyon analizinin neticesine göre işlevsel özellik ile yer deneyimi arasında manidar ve pozitif etkileşim söz konusudur ($r=,536^{**}$; $p=,000$). Fakat bu ilişki orta seviyede bir ilişkidir. Sosyal özellik ile yer deneyimi arasında manidar ve pozitif ilişki vardır ve bu ilişki düzeyi de orta seviyededir ($r=,448^{**}$; $p=,000$). Bir başka faktör olan algısal özellik ile yer deneyimi arasında da manidar ve pozitif bir ilişki söz konusudur ve bu ilişki seviyesi düşük seviyededir ($r=,417^{**}$; $p=,000$). Çevresel özellik alt boyutlarının yer deneyimi üstündeki etkisini kısaca bahsedersek, ilişki düzeyleri yüksekte düşüğe doğru dizilirse “işlevsellik”, “sosyal” ve “algısal” görünümündedir.

Çevresel özelliklere ilişkin alt boyutların, yer deneyimi ile olan münasebeti korelasyon analizi ile meydana çıkmıştır. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve memnuniyet arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti açıklandıktan sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu sebeple çevresel faktörlerin yer deneyimi tesiri açıklanmıştır.

Regresyon analizi; aralarında ilişki olan iki veya daha fazla değişkenden birinin bağımlı değişken, diğerlerinin bağımsız değişken olmak üzere bu değişkenlerin arasındaki ilişkinin modelini tanımlama zamanıdır. “Kurulan regresyon modelinde tek bir bağımsız (açıklayıcı) değişken var ise buna basit doğrusal regresyon modeli, birden çok bağımsız değişken var ise buna da çoklu doğrusal regresyon modeli nedir” (Bayram, 2015 ve Özkan, 2017).

Çoklu regresyon modeli oluşturulurken “n” tane bağımsız değişken seti içinden Y’yi en iyi ifade eden bağımsız değişkenler alt setini tayin etmek için müracaat etmek metot ise kademeli regresyon (stepwise) yöntemi olarak tanımlanır. Bu çalışma boyutunda, çevresel değişkeni meydana getiren alt faktörlerden hangilerinin yer deneyimini en iyi tanımladığını bulmak amacıyla “stepwise” yöntemi uygulanmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi, aşağıdaki model ile tahmin etmeyi hedefler (3.2):

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

Y; bağımlı (sonuç) değişken

X; bağımsız (sebep) değişkeni

a; sabit

b ise regresyon katsayısıdır.

Bağımlı değişkendeki toplam değişimin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından yorumlandığını meydana getirmek amacıyla R^2 değerinden faydalanılır. Bu değer tüm değişkenlerin birlikte Y’de tanımladıkları varyans oranını bulur. R^2 değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır ve 1’e yaklaştıkça bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni daha iyi açıkladığını sunar. Kurulan modelin anlamlı oluşunu test etmek için ise F testi uygulanır. “Çoklu regresyon analizinde çeşitli ölçme birimleri ve varyanslara sahip bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkene ilişkin, önemini ortaya çıkarmak için standardize edilmiş regresyon katsayıları olan β (Beta) değerleri faydalanılır.” (Bayram, 2015 ve Özkan, 2017). Bu değer yüksek olduğu bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerinde en önemli bağımsız değişken olduğu söylenebilir. Korelasyon analizi neticesi çevresel özellikler alt faktörleri ile yer deneyimi arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti meydana çıktıktan sonra, çevresel özelliklerin kullanıcıların yer deneyimine etkisini açıklamak amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 36).

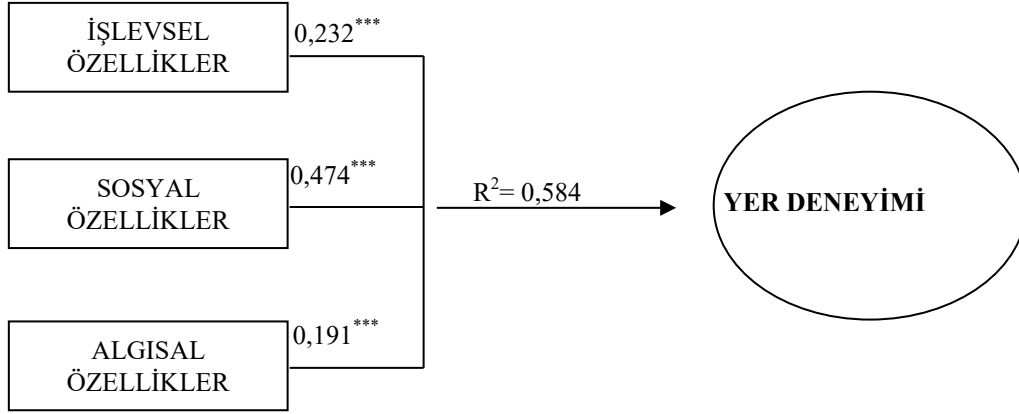
Tablo 36. Çevresel özellik alt boyutlarının yer deneyimi etkisine ilişkin regresyon tablosu

Model		B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
3	(Sabit)	1,458	,466		3,132	,000
	Faktör 1:Sosyal Özellikler	,474	,075	,395	6,278	,000
	Faktör 2:İşlevsel Özellikler	,232	,083	,176	2,789	,000
	Faktör 3:Algısal Özellikler	,191	,092	,127	2,081	,000
R=,764; R ² =,584; Düzeltilmiş R ² =,582 ; D-W= 1,540 ; Model F (3-207) = 188,858; p<0,01						

Çevresel alt faktörlerin kullanıcı yer deneyimi üstündeki etkilerini açıklamak amacıyla kullanılan çoklu regresyon analizinde, değişkenleri tek tek seçme (stepwise) metodu uygulanmış ve analiz 3 adımda sonuçlanmıştır. Değerler aşamalı bir artış göstererek 3. ve son hamlede R2 değeri 0,582 bulunmuştur. Analiz doğrusal modele makul ($F(4-210) = 188,858$; $p=0,000$) ve oto korelasyon bulunmamaktadır. Bu durumda çevresel faktör değişkenlerinin kullanıcının yer deneyimine pozitif anlamda etkisinin olduğu istatistiksel yönden ortaya atılmıştır. Kullanıcı yer deneyimini en yüksek seviyede yorumlayan çevresel değişken, beraberinde 1. Faktör olan sosyalleşme (S) değişkenidir ($\beta=,395$; $p<,0,01$), 2.faktör ise işlevsel özellikler(İ) değişkenidir ($\beta=,176$; $p<,0,01$) ve son olarak 3.Faktör ise algısal özellikler (A) değişkenidir ($\beta=,127$; $p<,0,01$) formüle edilmiştir.

$$\text{Yer Deneyimi} = 1,458 + 0,474 * S + 0,232 * İ + 0,191 * A \quad (3.3)$$

Yapılan analiz neticesinde kullanıcı yer deneyimini belirlemede çevresel faktör hariç değişkenler modele dahil olmamıştır. Kısaca cinsiyet,yaş,meslek,eğitim ,medeni durum, yaşam süresi ve kullanım sıklığı gibi etkenler yer deneyimi üzerinde tesiri görülmemiştir. Bundan ötürü Çevresel faktörler ve yer deneyimi kavramsal ilişki modeli Şekil 43 sunulmuştur.



Şekil 43. Çevresel faktörler ve yer deneyimi kavramsal ilişki model

3.4.3. Çevresel Özelliklerin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Trabzon Kahramanmaraş caddesi açık mekan kullanıcılarının, çevresel özelliklere ilişkin umumi değerlendirmeleri ile, yer duygusu düzeyleri arasında bir ilişkinin varlığını sorgulamak amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi neticesinde, bu iki ortalama değerler arasında %55,1 düzeyinde pozitif anlamda ilişki bulunmuştur. ($r=,551^{**}$) Çevresel özelliklerin ortalama değeri yükseldikçe yer duygusu düzeyi de doğru orantılı şekilde yükselmektedir. Bu netice araştırmanın “cadde açık mekanlarının sunduğu işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı yere bağlılık duygusunun artması beklenir” varsayımını katkı sağlamaktadır. Çevresel özelliklerin alt boyutları, işlevsel, sosyal, algısal ve genel çevresel özellikler kapsamında çevrenin özellik alt boyutlarının ile yer duygusu faktörlerine ait yapılan analizin yere bağımlılık, yer kimliği, yere bağlılık yer duygusu arasındaki ilişki Tablo 37’de sunulmuştur.

Tablo 37. Çevresel özellik alt boyutları ile yer duygusu faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi

	Yere Bağımlılık	Yer Kimliği	Yere Bağlılık	Yer Duygusu
İşlevsel Özellikler	,814 ^{**}	,642 ^{**}	,593 ^{**}	,615 ^{**}
Sosyal Özellikler	,612 ^{**}	,753 ^{**}	,692 ^{**}	,719 ^{**}
Algısal Özellikler	,972 ^{**}	,675 ^{**}	,493 ^{**}	,583 ^{**}
Genel Çevresel Özellikler	,746 ^{**}	,581 ^{**}	,734 ^{**}	,624 ^{**}

^{**} ($p<0,01$), ^{*} ($p<0,05$) N=211

Pearson Korelasyon analizi faktörler arasında bir ilişkinin varlığından söz edebilmek amacıyla gerçekleştirilen bir yöntemdir. Analiz neticesinde çevrenin sosyal özellikleri ile yer duygusu arasında ($r=,719$; $p<0,01$) ve genel çevresel özellik ile ($r=,624$; $p<0,01$) pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Kullanıcıların yer duygusu üzerinde çevrenin genel çevresel özelliklerinden çok sosyal özellikleri daha baskın rol oynamaktadır.

Korelasyon analizi neticesinde çevresel özellikler yer duygusu arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti meydana çıkarıldıktan sonra ,çevresel nitelikler kullanıcıların yer duygusu düzeyine etkileşimini belirtmek hedefiyle çoklu regresyon gerçekleştirilmiştir (Tablo 38).

Tablo 38. Çevresel özelliklerin yer duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

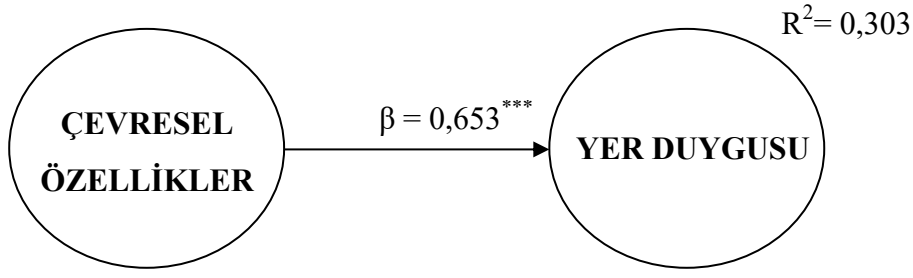
Model		B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
1	(Sabit)	,811	,305		2,655	,000
	Çevresel Özellikler	,653	,090	,451	7,296	,000
R=,551; R ² =,303; Düzeltilmiş R ² =,299; Model F ₍₁₋₂₀₉₎ = 53,232; p<0,01						

Tablo 38'i yorumlarsak, çevresel özellik değişkenin katsayısı, ,653, sabit değeri ise ,811'dir. Basitçe doğrusal regresyon denklemi $Y = a + BX$ formüle göre; çevresel özellikler (ÇÖ) ve yer duygusu (YD) arasındaki etkileşim aşağıda belirtilen eşitlik kavramı ile sunulmuştur (3.4):

$$YD = 0,811 + 0,653 * \text{ÇÖ} \quad (3.4)$$

Özetle ,uygulanmış analiz neticesine göre çevresel özellikler ile yer duygusu kavramı arasındaki etkileşim anlamlıdır (R=,551; R²=, 303; Düzeltilmiş R²=,299; Model F₍₁₋₂₀₉₎ = 53,232; p<0,01). Durum % 29,9 düzeyinde iken yer duygusuna katkısında çevresel özelliklerin başarısını açıkça ifade etmektedir.

Çevrenin sunduğu işlevsel, sosyal, algısal ve genel çevresel özellikler yer duygusu kavramına pozitif anlamda bir etki yarattığı istatistiksel perspektifinden belirtilmiştir. Yer duygusu kavramı üzerinde ;çevrenin işlevsel, sosyal ve algısal özellikleri toplamda etkisi %30,3 oranındadır. Genel çevresel özelliklerin, kullanıcıların genel yere duygusu üstündeki etkisine ait kavramsal ilişki modeli Şekil 44'de sunulmuştur.



Şekil 44. Çevresel özelliklerin yere duygusu üzerindeki etkisi

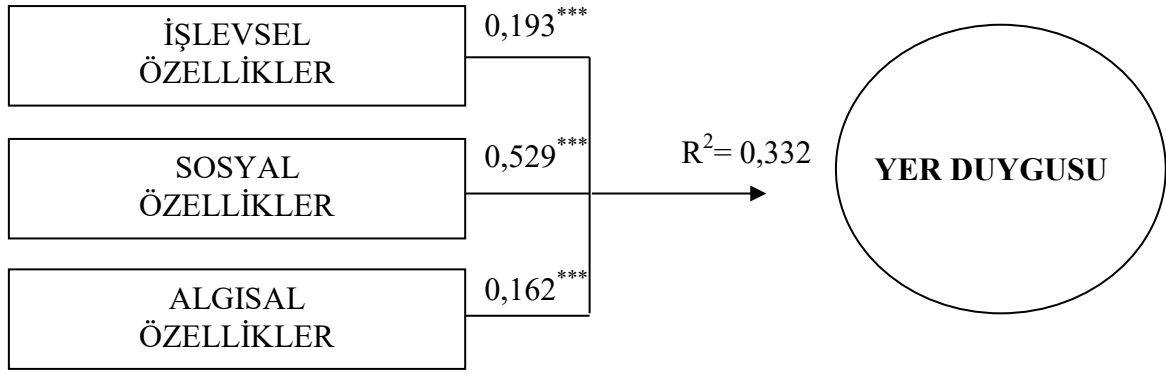
Çevresel özelliklerin ilişkin alt boyutların ,yer duygusu ile olan ilişkisi korelasyon analizi ile meydana çıkarılmıştır. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve yer duygusu arasındaki etkileşimlerin yönü ve şiddeti açıklandıktan sonra ,regresyon analizi uygulanarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir.Bu nedenle çevresel faktörlerin yer duygusu üstündeki etkileri açıklanmıştır (Tablo 39). Çevresel alt faktörlerin yer duygusu üzerindeki yansımalarını belirtmek amacıyla uygulanan regresyon analizinde, değişkenleri adım adım tercih etme (stepwise) metodu kullanılmıştır. Çevresel 3 alt faktör anlamlı sonucu Tablo 39’da gösterilmiştir. Değerler aşamalı bir yükseliş göstererek 3.son adımda R^2 değeri 0,313 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele uyumludur ($F(3-207)=32,842;p<0,01$).

Yer duygusunda en etkili özelliğin sosyal özelliğin olduğu görülmektedir.

Tablo 39. Çevresel faktörlerin yere bağlılık duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

	Model	B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
3	(Sabit)	1,436	,383		3,754	,000
	Sosyal özellikler	,529	,062	,504	8,537	,000
	İşlevsel özellikler	,193	,076	,146	2,547	,002
	Algısal özellikler	,162	,068	,140	2,369	,009
R=,568; R^2 =,322; Düzeltilmiş R^2 =,313; Model F ₍₃₋₂₀₇₎ = 32,842; p<0,01						

$$\text{Yer Duygusu} = 1,436 + 0,529*S + 0,193*A + 0,162*I \quad (3.5)$$



Şekil 45. Çevresel faktörler ve yer duygusu kavramsal ilişki modeli

3.4.4. Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Bütün verilerin hep birlikte değerlendirildiği kısımda son kıyaslama verisi kullanıcı yer deneyiminin bulguları ile yer duygusu bulgularının kıyaslanmasına yöneliktir. Caddenin açık mekan kullanıcılarının yer deneyimleri ile yer duygusu seviyeleri arasında bir ilişki varlığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablodan da anlaşıldığı üzere yer deneyiminin artmasıyla yere bağlılık sürecinde doğru orantılı etkilenmektedir. Korelasyon analizi neticesinde, bu iki ortalama değerler arasında %58,8 düzeyinde pozitif yönde bir ilişkiye sahip olmuştur ($r=,588^{**}$).” Kullanıcının mekân da yer deneyimi arttıkça yer duygusunun artması beklenir’ varsayımına yardımcı niteliktedir. Yer deneyimi, yere bağımlılık, yer kimliği, yere bağlılık ve genel yer duygusu arasındaki ilişki Tablo 40’ta sunulmuştur.

Tablo 40. Yer Deneyimi ile yere bağlılık faktörlerine ilişkin yapılan korelasyon analizi

Değişken 1	Değişken 2	Pearson Korelasyon Katsayısı (r)	p değeri
Yere Bağımlılık	Yer Deneyimi	,646 ^{**}	,000
Yer Kimliği	Yer Deneyimi	,431 ^{**}	,000
Yere Bağlılık	Yer Deneyimi	,385 ^{**}	,000
Genel Yer Duygusu	Yer Deneyimi	,588 ^{**}	,000

^{**} (p<0,01), ^{*} (p<0,05) N=211

Korelasyon analizi neticesinde yer deneyimi ile yer duygusuna ait bir ilişkinin varlığından haberdar olmak amacıyla gerçekleştirilen Pearson Korelasyon analizi neticesinde kullanıcı yer deneyimi ile yer duygusu arasında ($r=,335$; $p<0,01$) pozitif

anlamda bir ilişki içinde olduğu belirlenmiştir. Kullanıcıların yer deneyiminin sosyal boyutu olan yere bağımlılık ($r=,646$; $p<0,01$) ile daha yüksek seviyede ilişki içinde olduğu anlaşılmaktadır.

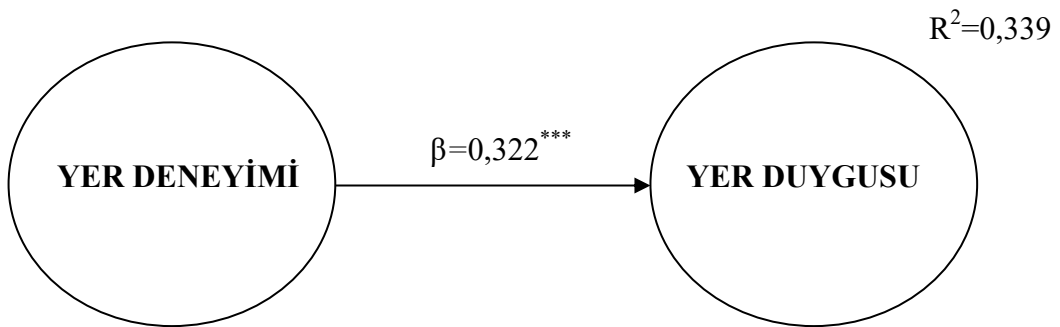
Korelasyon analizi neticesinde yer deneyimi ve yere bağımlılık arasındaki yönü ve şiddeti meydana çıkardıktan sonra, kullanıcı yer deneyiminin yer duygusuna ilişkin etkisini bulmak amacıyla regresyon analizi gerçekleştirilmiştir (Tablo 41).

Tablo 41. Yer deneyiminin yer duygusuna etkisine ilişkin regresyon tablosu

	Model	B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
1	(Sabit)	2,044	,101		20,329	,000
	Yer Deneyimi	,322	,031	,582	10,342	,000
R=,582; $R^2=,339$; Düzeltilmiş $R^2=,335$; Model F ₍₁₋₂₀₉₎ = 106,963; $p<0,01$						

Tablo 41'e göre, yer deneyimi ile yer duygusu arasındaki ilişkiye bakıldığında yer deneyimi değişkeninin katsayısı, 322, sabit değeri ise 2,044'tür. Tablo 41'e göre basit doğrusal regresyon denklemi ($Y=a+BX$) meydana getirildiğinde; kullanıcı yer deneyimi (YD) ve yer duygusu (YD) arasındaki ilişki aşağıdaki eşitlik denkleminde gösterilmiştir ve kullanıcının yer duygusunun %33,9 ön görmüştür.

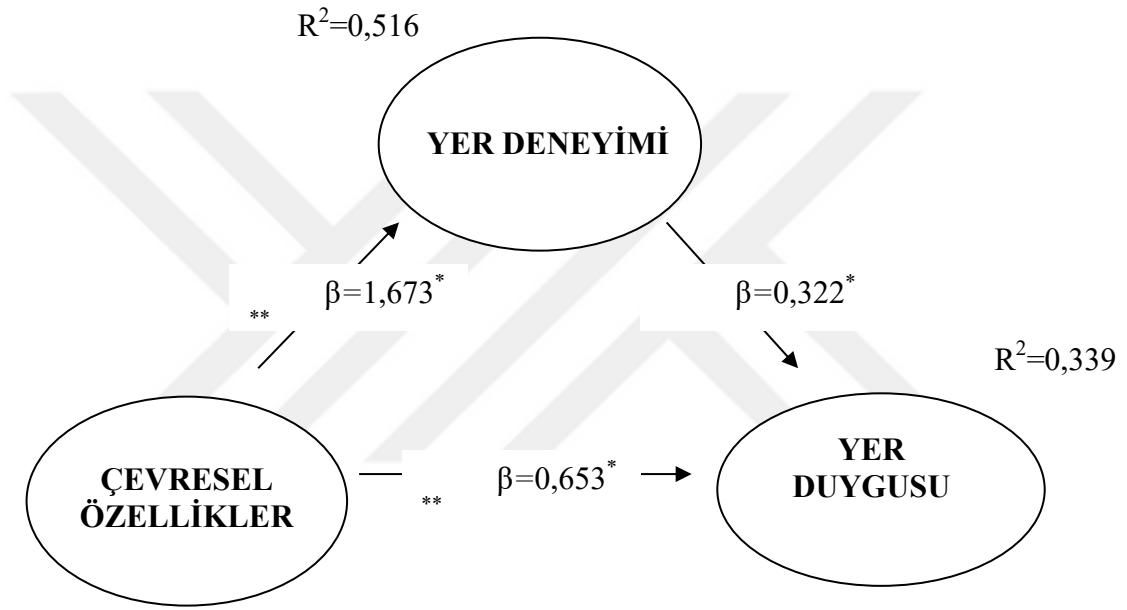
$$YD=2,044+0,322 * YD \quad (3.6)$$



Şekil 46. Yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisi

3.4.5. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Tüm bölümlerden erişilen veriler bir arada değerlendirilmiş ve çevresel özelliklerin yer deneyimi ile olan ilişkisi, çevresel özelliklerin yer deneyimi ile olan ilişkisi ve yer duygusu ile olan ilişkisi adım adım açıklanmıştır. Çevresel özelliklerin kullanıcının yer deneyimi üzerindeki etkisi ve çevresel özelliklerin ile yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal modeli Şekil 47’de sunulmuştur.



Şekil 47. Çevresel özellikler ve yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisine ilişkin kavramsal ilişki modeli

Araştırma bulgularının önceki bölümlerinde;

- Çevresel özellikler – yer deneyimi
- Çevresel özellik alt boyutları – yer deneyimi
- Çevresel özellikler – yer duygusu
- Çevresel özellik alt boyutları – yer duygusu
- Yer deneyimi – yere bağlılık

Arasındaki ilişkiler, basit ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile ortaya koyulmuştur. Bütün bu analizler neticesinde, araştırmanın ana teması olan yer duygusunu demografik nitelikler, mekandan faydalanma özellikleri, çevresel faktörler ve yer deneyimi

değişkenlerinin hepsinin ne seviye de belirtmek amacıyla ilk adım korelasyon analizi ve beraberinde çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Bütün değişkenlerin yer deneyimi ile ilişkisini saptamak adına gerçekleştirilen korelasyon analizi Tablo 42’de gösterilmiştir. Tüm değişkenlerin bağımsız değişken özelliğine sahip ve yer duygusunun bağımlı değişken yapıya sahip ve çoklu regresyon analizi yapılarak, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki tesiri meydana çıkmıştır (Tablo 42). Bu analizde, tüm bağımsız değişkenlerden yer duygusunu en güzel şekilde açıklamak amacıyla “stepwise” metodu uygulanmıştır. Analize 211 gözlem dahil olmuş ve analiz 5 adımda sonlanmıştır. Analiz neticesinde değerler aşamalı bir artış durumunda 5. ve son adımda R² değeri 0,312 olarak hesaplanmıştır. Analiz doğrusal modele uyumludur (F (5-205) = 32,593; p=0,01) . Bu pozisyonda bağımsız değişkenlerden sosyal özellik, işlevsel özellik, algısal özellik, yer deneyimi ve yaşam süresi yer deneyimi ve yer duygusu üzerinde pozitif anlamda etkisi olduğu istatistiksel açıdan aşağıda ifade edilmiştir (Tablo 42).

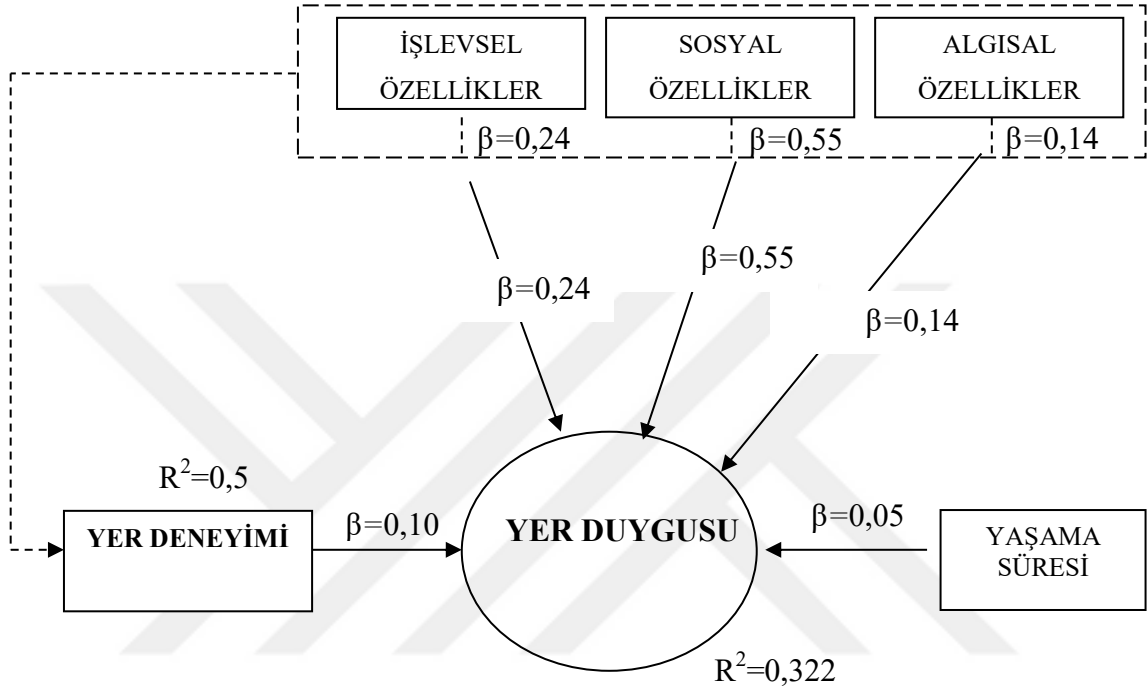
Tablo 42. Demografik özellikler, çevresel faktörler, yer deneyimi ve yer duygusuna ilişkin yapılan regresyon analizi

Model	B	Std. Hata	β (Beta)	t	p
5 (Sabit)	1,898	,400		8,783	,000
Sosyal Özellikler	,557	,064	,507	8,697	,000
İşlevsel Özellikler	,243	,024	,135	2,317	,000
Algısal Özellikler	,148	,122	,115	3,063	,002
Yer Deneyimi	,103	,042	,098	2,312	,003
Yaşama Süresi	,054	,026	,090	2,201	,003
R=,567; R ² =,322; Düzeltilmiş R ² =,312; Model F (5-205) = 32,593; p<0,01					

Bütün değişkenlerin yer duygusu üzerindeki etkisine baktığımızda, etki oranlarına göre sırasıyla sosyal özellik (β =,557; p<0,00), işlevsel özellik (β =,243; p<0,00), Algısal özellik (β =,148; p<0,002), Yer deneyimi (β =,103; p<0,003) ve yaşam süresi (β =,054; p<0,003) değişkeninin anlamlı bir etkiye sahip olduğunu söyleyebiliriz. Analiz neticesine göre Kahramanmaraş caddesinin sosyal ve işlevsel özelliklerin başarısı arttıkça yer deneyimi ve ardından da yer duygusu kavramı oluşmaktadır. Demografik özelliklerden en yüksek etken sosyalleşme ve işlevsellik yer duygusuna pozitif anlamda etkili olduğu görülmektedir. Mekânlarında geçirdikleri süre (yıl) arttıkça yere bağlılık duygusu

artmaktadır. Mekân kullanım özelliklerinden ise sadece kullanım sıklığı arttıkça yere bağlılığın arttığını söyleyebiliriz.

Sonuç olarak birleştirilmiş genel yer duygusu kavramsal ilişki modeli Şekil 48’de sunulmuştur.



Şekil 48. Demografik özellikler, mekan kullanım faktörleri, çevresel özellikler ve yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki etkisine yönelik kavramsal ilişki modeli

Şekil 48’de Çevresel faktörlere ilişkin ifadelerin faktör yüklerine göre düzenlenmesi, Çevresel özellikler, mekan kullanım faktörleri demografik özellikler ve kullanıcının yer deneyiminin yer duygusu ile ilişkisi sunulmuştur. Şekilde görüldüğü üzere çevresel faktörlerin 3’ü de kullanıcının yer deneyimi üzerindeki istatistiki olarak anlamlı bir etki görülmektedir ve kullanıcının yer deneyimi %5’ni ifade etmektedir ($R^2=0,5$). Kullanıcı yer deneyimi üzerindeki en fazla etki çevresel faktörden sosyal özellik, en az ise çevresel faktörden algısal özelliktir. Kullanıcı sınıf, cinsiyet, tercih, kullanım sıklığı, kullanım süresi demografik özellikler adına bir etki söz konusu olmadığından modele eklenmemiştir.

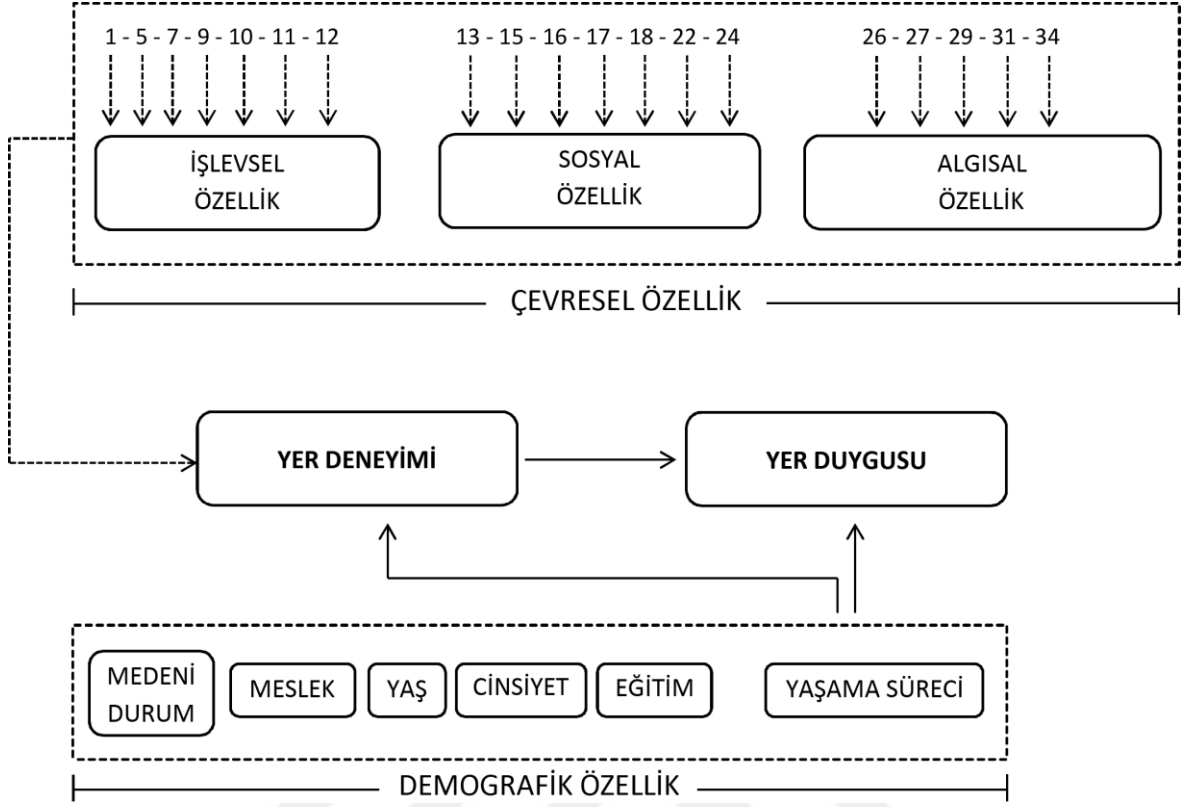
Bu görüş modelinde ,yer duygusunu açıklayan demografik özelliklerden ,mekan kullanım, çevresel faktör ve yer deneyimi değişkenlerinin etkisi sunulmuştur. Yer duygusu üzerindeki değişkenlerin anlam sırasına göre düzenlediğimizde ,sosyal özellik,işlevsel

özellik, algısal özellik, yer deneyimi ve yaşama süresidir. Yer duygusu üzerinde çevresel faktörlerden işlevsel özelliğe ait faktör (ifade 8 ve 12) görsel deneyim zenginliği ve mekansal kalite, sosyal özelliğe ait faktör (ifade 20) mekanın popüleritesi, algısal özellik (ifade 23 ve 24) deneyim ve konfor en yüksek etki eden ifade sıralamasıdır (Ek 2).

Bütün analizler neticesinde ,araştırmanın ana teması olan yer duygusu kavramını demografik özellikler ,çevresel özellik, yer deneyimi ve yaşama süresi değişkenleri birlikte hangi düzeyde olduklarını ifade etmek adına ortaya koyulmuştur.

Sonuç olarak araştırma doğrultusunda aşağıdaki bulgular bu araştırmanın desteklemektedir. Bunlar;

- Çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler başarısı arttıkça kullanıcının mekanı tercih etme olasılığının artması beklenir.
- Kullanıcıların beklentilerine karşılık veren açık mekanların başarısı arttıkça deneyiminde artması beklenir.
- Kullanıcı memnuniyet arttıkça mekanın deneyimlenme isteği artması ve sonrasında yer duygusunun artması beklenir.
- Kullanıcıların kullanım süresi, kullanım sıklığı ve yaşama süresi arttıkça açık mekanlarla kurulan duygusal bağında artması beklenir. Bütün bu varsayımları destekleyen ilişki modeli şekil 48’te gösterilmiştir. Sonuç olarak bütünleştirilmiş genel yer duygusu kavramsal ilişki modeli Şekil 49’da oluşturulmuştur.



Şekil 49. Yer Duygusu Kavramsal İlişki Modeli

4. TARTIŞMA

Örtülmüş uzay boşluğunun sınırlandırılması olan mekân, insan hayatı ve aktiviteleri ile yaşam bulan zamana bağlı olarak devam eden ve bu süreçte anlam kazanması ile yere dönüşmektedir. Bir başka ifadeyle insan eliyle sınırlandırılan mekân, varlığımızın samimiyetini deneyimleyerek anlamsal kazanımlar elde ettiğimiz sürece mekân yer kavramına ait bir yönelim kaydeder. Yani yalnızca fiziksel etmenler değil beraberinde psikolojik, sosyolojik ve birçok disiplinde etkileşimli bir görüşe karşılık gelmektedir. Bu sebeple mekânın yere dönüşüm yönteminin anlaşılabilmesi için ilk adım kullanıcıların fiziksel, sosyal ve algısal çevreleri ile ilişkilerinin ve niteliklerinin aşamaları aktif bir şekilde gözlenmesi gerekmektedir. Bu süreçte ilk adımda bahsedilecek “yer deneyimi” kavramı gündem olmaktadır. Deneyim özetle; bir insanın belirli zaman aşımında maruz kaldığı bilgi, beceri ya da gördüğü olaylardan elde ettiği kazanımların toplamıdır. Direkt bir yer deneyimi derin ya da sığ olsun, ister nazikçe büyüyen bir ilgi olsun buradaki en önemli motif yerin benzersiz ve özel olarak size ait olduğu hissine kapılmamızdır (Camus, 1959; Relp, 1976). Yer deneyimi olabilmesi için, insanların o alanla ilgili ilgi çeken fiziksel, sosyal ve algısal yönleri ile güçlü ilişki içinde olması gerekmektedir (Scopelliti ve Giulisni, 2004). Bugün hayatımızı devam ettirdiğimiz alanlarımızda her bireyin kendine özgü deneyimleme tarzı bulunmaktadır. Bu tarz yetisi insanların tercih etme veya sonradan tercih edecekleri mekânlar adına olumlu etkileri yaratan unsurlar içermektedir. Tercih ettikleri mekânları kendi kimlik, kültürel, sosyal, algısal, psikolojik ve işlevsel öğelerinin tek bir payda da birleştirip deneyimleme rutinine gireceklerdir. Bu girişim ise bireyin çevresini daha iyi gözlenmesi ve öğrenmesine imkân sağlamaktadır. Çünkü bu günlük deneyimler sosyal ve davranışsal ilişkilerle daha uyumlu olup ihtiyaçlarına daha anlamlı cevaplar vermektedir. Bu süreç tanımlamasında olumlu sonuçlar getiren davranış ise yere bağlılıktır. Özetle yere bağlılık; insan–mekan ilişkisinde, yerin kullanıcı gereksinimlerini karşılaması, bireysel amaçlarının sağlanmasına imkan tanınması sonucunda, memnuniyet hissinin oluştuğunu ve o yere ait özel bir his beslemesi kaçınılmaz bir haldir (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; Özkan, 2017). İnsan ve

mekân ilişkisinin vazgeçilmez etkileşimi bir yere olan anlamsal kıymetin ve yer duygusu ile sonuçlanmaktadır.

Bu kabuller neticesinde oluşan formül şu şekildedir: insan-mekân etkileşimi ile mekânın sınırlandırılması ve o mekâna anlam yüklenmesi, mekâna karşı ilgi çekici motiflerin sonucunda yer deneyimi kavramının doğuşu ve bunun doğrultusunda yere bağlılık hissinin gelişmesi ve bunun sonucunda asıl temel hedef ise yer duygusu kavramının oluşmasıdır. Yer duygusu literatüründe çevre psikolojisinde Steel şöyle açıklamıştır; “yer duygusu, bir kişinin belirli bir ortamdaki belirli deneyimi (uyarılmış, heyecanlı, neşeli, genişlemiş vb. hissetmek)” tanımlanmıştır. Bu kabuller doğrultusunda ve araştırma boyutunda, kullanıcı gereksinimleri düşünülerek, yerin kullanıcılara sunması gereken fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin neler olması gerektiğini ve bu niteliklerin insanların yer deneyimi ve yer duygusuna olan etkileri incelenmiştir. Bu durum neticesinde araştırmanın esas soruları şu şekilde sorulmuştur;

- Yer deneyimi kavramı yer duygusunu nasıl etkiler?
- Deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşur mu?
- Yerin sunmuş olduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi ve yer duygusu ile ilişkisi nasıldır?
- Kullanıcıların kentsel açık mekânları kullanım süresi yer duygusu ile ilişkili midir?

Bu sorular kapsamında esas varsayım ise, deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşmamaktadır. Çünkü kullanıcılar bazen mekânın sunmuş olduğu işlevsel özelliklerden yararlanıp ihtiyaçlarını karşılayarak işlerini sonuçlandırmaktadır. Fakat bir başarılı açık mekânda sosyal özelliklerin ve etkinliklerin barındığı yerler kullanıcılarda daha rahat ve seçici ilişkilerinin kişilik kavramlarıyla beraber daha tutarlı sonuçlar meydana çıkmakta ve memnuniyet duygusunun getirisi olan yer duygusu kavramını oluşturmaktadır. Bu durumdan ötürü öne sürülen varsayımlar ise şunlardır;

- Kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarının yanıt aldığı açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı arttıkça kullanıcıların yer deneyimi artar.
- Açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı arttıkça yer duygusu artar.
- Kullanıcı memnuniyeti arttıkça yer duygusu da artar.

Her daim değişim içinde olan dünya da, hareketliliğin artmasıyla gereksinimlerinde o oranda değişmesiyle, mekânla insan arasındaki o bağın sınanması daha da ehemmiyetli hale gelmiştir.

Aynı durumda caddenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler neticesinde bazı deneyimlenen mekânlar ise kullanıcılar aracılığıyla aktif kullanılan ve kendi evindeymiş hissi veren canlı yerlere dönüşürken, bazı mekânlar ise kullanıcı ile ortak payda da devam edemeyen, bütünleşemeyen, samimiyetsiz gelebilen niteliksiz ve tercih edilmeyen alanlara evirilmektedir. Bu sorun üzerine tasarlanan bu çalışma Trabzon Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin neler olması adına, kullanıcıların yer deneyimi ve yer duygusu kavramına odaklı bir bakış açısıyla sonuçlanmıştır.

4.1. Birinci Aşamaya İlişkin Bulguların Tartışılması: Trabzon Kahramanmaraş Caddesinin Tercih Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci aşamasında, Trabzon Kahramanmaraş caddesi açık mekânların tercih edilen ve edilmeyen açık mekânlar açıklanmış ve tercih düzeylerine göre ayrılmıştır. Bu aşamanın bitiminde çalışma boyunca kullanılacak toplam 1 mekân ve kullanım yoğunluğu adına 3 bölgeye ayrılmış ve bu yönelim kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının tercih düzeylerinin yoğunluğu en yüksekten en düşüğüne şu şekilde sıralanmıştır;

- 
- Bankalar Bölgesi (Yüksek)
 - Meydan Parkı Bölgesi (Orta)
 - Zorlu Grand Otel Ve Güntaş Bölgesi (Düşük) şeklindedir.

Birinci aşamada açıklanan bu tercih düzeylerinin Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarında yapılan aktiviteler, fiziksel, sosyal ve algısal özellikler, kullanıcı yer deneyimi ve yer duygusu ile olan etkileşimin çalışmanın diğer aşamalarında erişilen bulgulardan kıyaslanarak belirlenecektir. Bu bulgular neticesinde 2021 'de gerçekleştirilen tasarımıyla Kahramanmaraş caddesine baktığımızda kullanıcıların eskiye göre fonksiyonlu ve estetik gördüğü veya görmediği kısımlar mevcuttur. Yol güzergâhında sıkça kullanılan

banklar caddede dinlenme, etrafı izleme, bekleme veya ayaküstü arkadaşlarla sohbet etme imkânı sağlaması, yolun araç trafiğine kapalı oluşu kullanıcıların daha rahat, konforlu ve güvenli bir şekilde özgürce hareket edebilme imkânı sağlaması diğer ara sokaklarla bağlantıların daha belirgin oluşu, aydınlatma birimlerin sık kullanılması gece yürüyüşlerinde faydalı oluşu, alle şeklinde ki bitkisel plantasyonun yarattığı sirkülasyonun devamlı niteliğindeki izlenimi ve banklara gölge oluşu kullanıcılar tarafından tercih düzeyini sosyal ve algısal anlamda etkiler durumdadır. Fakat yol güzergâhın ortası bazalt kesme taş (10*20*8)yan taraflar dökme agrega sentetik reçineli (12mm) döşeme uygulaması renk ve estetik açıdan en başta cazibeli gelmiş olsa da sıkça kullanılan bir alan olduğundan ötürü kullanılan malzemenin çok uzun süre kullanıma uygun olmayıp deforme olması kullanıcıların işlevsel açıdan tercih düzeyini etkileyecek niteliktedir.

4.2. İkinci Aşamaya ilişkin Bulguların Tartışılması: Kahramanmaraş Caddesi Açık Mekânlarının Fiziksel Sosyal ve Algısal Özellikleri ile Kullanıcı Yer Deneyimlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Bu aşamanın temel amacı, bir yerin çevresel nitelikleri kullanıcıların yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu nedenle insanların sürekli gördüğü ve aktif olarak kullandığı, geçmiş deneyimleri, hatıraları veya anılarının olduğu Trabzon Kahramanmaraş caddesi tercih edilmiştir. Bu sebeple her zaman kullanılan fakat bu kullanımın ve çevresel özelliklerin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal niteliklerin ne kadar bilinçli bir düzeyde kullanıldığını ve bu durumun yer deneyimini ve yer duygusu kavramını ne derecede etkilediği ele alınmıştır.

Lefebvre (1991), mekânın insan yaşamındaki kıymetinin ve önemini, insan –mekân ilişkisini “hayatı değiştirmek için önce mekânı değiştirmemiz gerekir” ifadesiyle beyan etmiştir. Bu tez çalışmasında insan-mekân etkileşimi oluşturan unsurlar Steel tarafından şu şekilde tasarlanmıştır; fiziksel etmen, anlam ve algısal bilişsel özelliklerdir. Canter 1977’nin yer duygusu kavramı ise; form, aktivite ve anlam mekanizmasıdır. Deutsch ve goulas yer duygusunun yapısını yer aidiyet, yere bağlılık, yer memnuniyeti ve yer kimliği çerçevesinde oluşturduğunu ifade etmiştir. Çünkü mekân memnuniyeti yere bağlılıkta ve sonucunda yer duygusu kavramında önemli adımdır. Bu kapsamda tartışmanın bu aşamasında Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının çevresel niteliklerinde sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimlerinin değerlendirilmesine ilişkin bulgular tartışılacaktır.

Bulgulara baktığımızda günümüzdeki Kahramanmaraş Caddesi kullanıcıların yer deneyimi kavramının önemli oluşu caddenin merkezde olması herkesin ulaşabileceği zorunlu veya seçmeli ihtiyaçlarına kısa sürede cevap bulabileceği mekânlar içermesi çevrenin sunmuş olduğu işlevsel özelliğinin daha baskın olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bankaların, mağazaların önleri kullanıcıların ayaküstü buluşma ve oyalanma adına ön görülen mekân hissi vermesi deneyim adına olumlu bir durumdur. Aynı şekilde yapılan araştırmalarda bank ve sandalye tasarımlarımda kent yaşamını en iyi şekilde görebileceğimiz oturma yerlerinin, diğer insanları görme fırsatını sağlayamayanlardan çok daha fazla kullanılmaktadır. Çeşitli etkinlik alanların, kullanılan donatı unsurları kullanıcıların gereksinimlerine cevap verecek işlevsel özellikte oluşu yer deneyimini arttırmakta veya yere bağımlılığını da olumlu yönde etkilemektedir.

4.3. Üçüncü Aşama İlişkin Bulgular: Kahramanmaraş Caddesi Kullanıcılarının Yer Duygusunun Değerlendirilmesi ve Alt Boyutlarının Açıklanması

Tartışma bölümünün üçüncü aşaması, mekanların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler dahilinde kullanıcıların aktivitelerin yapabilecekleri caddenin açık mekanlarına kıyasla geliştirdikleri yer duygusunun değerlendirilmesine yöneliktir. Literatür kapsamında, Schreyer, Jacob ve White (1981)'in ölçeğinden etkilenen, Proshansky (1978) ve Stokols ve Shumaker (1981)'in kavramlarını birleştiren Williams ve Roggenbuck (1989) 'ın yer duygusu ölçeği uygulanmıştır. Caddenin açık mekan kullanıcıları ile gerçekleştirilen bu ölçek, yere duygusunun üç alt boyutu ile neticelendirilmiştir. Bu faktörler şu şekilde sıralanmıştır; yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık olarak boyutlarıdır. Bu ölçeklerin yere bağımlılık güvenilir değeri (α) 0,911 olarak açıklanmıştır. Kullanıcılarının, caddenin açık mekânlarına karşı geliştirdikleri yere bağlılık, yere bağımlılık ve yer kimliği duygusuna ait bulguları incelediğimizde sosyal özelliği ile ön planda olan yere bağımlılık ise yer duygusu kavramını etkilemiştir. Yere bağlılık boyutunun işlevsel yönü olan yere bağımlılık duygusunun olumsuz yönde olması, kullanıcının değer verdiği sonuca erişememesi anlamındadır (Jorgensen ve Stedman, 2002; Özkan 2017)). 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 daha çok his, duygusal, deneyim ve davranışla oluşan bağın birleşimidir

(Pretty vd 2003). Bu tüm nitelikleri kapsayan boyut ise “yer kimliği” olarak adlandırılmıştır. Bu kabuller doğrultusunda caddenin açık mekânlarının fiziksel ve sosyal özelliklerin başarısız olması kullanıcıyı işlevsel bağlılığının elde edilmesi zor ve bundan dolayı kullanıcılarında duygusal bağının da gerçekleşmediği ortaya çıkmıştır. Çünkü sonuçlara bakıldığında sosyal özelliklerin yer duygusu kavramının oluşmasında en önemli faktör durumundadır ve sonrasında işlevsellik ve algısal özellikler gelmektedir. Ancak Kahramanmaraş caddesinin görsel olarak değişmiş olması veya mevcut kullanım alanların aynı kalması kişide oluşturacak duygu kavramını etkilemektedir. Her ne kadar değişim söz konusu olsa da eski hem de yeni halinin iç içe geçme durumu yani katmanlaşmanın yer duygusu kavramını sosyal ve işlevsel özelliğini pekiştirmektedir.

Trabzon Kahramanmaraş Caddesi açık mekânların çevresel özelliklerin yere duygusunun boyutlarının yer duygusunun oluşum aşamasında paydalarının sınıflandırılması yapılmıştır. Tartışma bölümünün bu son aşamasında, bütün veriler hep birlikte tartışılacaktır.

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

Tez Çalışması kapsamında, literatürde açıkladığımız gibi fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin kullanıcı ile bütünleştiği ve memnun olunan mekânda deneyim isteğinin artması ve sonrasında yer duygusu kavramına ulaşmanın başarılı açık mekânlarda olmaktadır. Bu boyutta araştırmanın bu aşamasına kadar olan bölümünde, yerin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler kullanıcının yer deneyimi ve yer duygusuna ilişkin bulgular eleştirilmiştir.

Tartışmanın bu aşamasında, bütün aşamalardan erişilen verilen birbirleriyle olan münasebetini ve etkileşimleri tartışılacaktır. Bu kapsamda;

- Demografik özellikler ile çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu arasındaki ilişkiler
- Çevresel özellikler ile yer deneyimi ve yer duygusu arasındaki ilişkiler
- Yer deneyimi ile yer duygusu arasındaki ilişki
- Son olarak da tüm değişkenlerin bir arada yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki etkilerine ilişkin bulgular tartışılacaktır.

4.4.1. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların tartışılması

Demografik özelliklerden cinsiyet değişkenine bakıldığında, yerin sunduğu çevresel özelliklerin, yer deneyimi ve yer duygusunun cinsiyete göre farklılaşma göstermediği saptanmıştır. Çünkü Uygulanan t-testi sonucuna göre cinsiyet değişkenine göre, kullanıcıların çevresel özelliklere verdikleri grup ortalamaları arasındaki fark istatistiki olarak anlamlı değildir.

Literatürde yer duygusu çalışmalarında, John Brinckerhoff Jackson yer duygusunun tarifini şu şekilde açıklamıştır; “ yer duygusu, zaman içinde kendimizin yarattığı bir şeydir. Alışkanlık veya geleneğin sonucudur. Yer duygusu, tekrar eden olaylar ile pekiştirilir”.Low Altman ise mekana bağlılığın duygusal veya bilişsel mekan deneyiminin ötesinde olduğuna ve bu ilişkinin kültürel inançlardan da beslendiğine inanmaktadır ve bu uzun süreli deneyimin bu şekilde duygusal bir bağ taşıyıcılığı ile devam edeceğini savunmaktadır (Alman & Low, 1992; Hashemnezhad, Heidari & Mohammad Hoseini, 2013). Buradan anlaşıldığı gibi bir yerde ikamet edilen sürenin ve sıklığının yer duygusu kavramı oluşmasında pozitif anlamda yönelim olmaktadır. Çalışma kapsamındaki bu aktarımlarda yaşam süresinin veya kullanım sıklığının yer duygusu ilişkilerinde pozitif ilişkisi olduğunu destekler pozisyonadadır.

Aynı şekilde kullanıcının açık mekân kullanım süreleri ile yere duygusunun alt boyutları kapsamında anlamlı değişiklikler olduğu saptanmıştır. Caddenin açık mekân kullanım süreleri, yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık üstünde istatistik olarak manidar değişiklik göstermektedir. Bu değişikliği oluşturan esas etmen yarım saatten az zaman geçiren kullanıcı ile daha fazla zaman harcayan kullanıcılar arasında memnuniyet düzeylerinde farklılıklar belirlenmiştir. Beraberinde açık mekânların kullanım süreleri fazlaştıkça mekâna olan yere bağımlılık, yer kimliği ve yere bağlılık düzeylerinde anlamlı artış olduğu tespit edilmiştir. Demografik özelliklere bakıldığında yaşam süresinin yani kullanıcının kullanım süresi veya yaşama süresinin uzun olması kişide yer deneyimini arttırmakta beraberinde artan işlevsel ve sosyal özellik yere bağlılık ve sonrasında yer duygusu kavramına da belli bir seviyeye taşımaktadır. Çünkü caddeye perspektif açıdan bakıldığında kalabalık ve yoğunlukların farklı görünüşü kullanıcının yarattığı bir heyecan ve merak duygusuna kapılarak sosyalleşmesini yani yer deneyimini arttırmaktadır.

Kullanıcıların caddenin açık mekân kullanım şekli, çevrenin sunduğu sosyal özelliklerden gerçekleştirilen frekans değeri yüksek olanlar; oturma eylemi, çevreyi

seyretmek ve arkadaşlarla buluşmak etkinlikleri sosyal özelliklerin belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Beraberinde mekân tercihleri yapılırken kullanıcının memnuniyet, yer deneyimi ve yer duygusu arasında pozitif bir etkileşim olduğu görülmektedir. Elabd ,yere bağlılığı ampirik bir model olarak tasarladığı çalışmasında, kullanıcıların genelde çevrenin sunduğu fiziksel ve sosyal niteliklerinden memnun olduklarından bir bağlılık doğması ile mekan tercihinin yapıldığını belirtmiştir ve yer bağlılığının mekanla günlük karşılaşma yoluyla beslenildiği ifade edilmiştir (Elabd , 2013).

4.4.2. Çevresel Özellikler ile Yer Deneyimi ve Yere Bağlılık Düzeylerine İlişkin Bulguların tartışılması

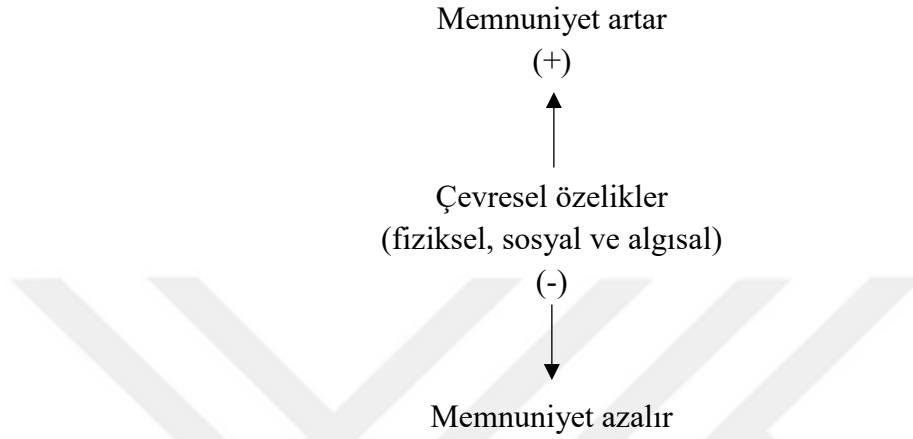
Kahramanmaraş Caddesi kullanıcılarının gereksinimlerinin çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikleri ile birlikte uyum içinde olması o mekânın başarısının işaretidir. Bundan dolayı kullanıcı gereksinimlerine imkân sağlayan, başarılı fiziksel, sosyal ve algısal özelliklere ait mekânlarda, kullanıcı yer deneyimi isteği oluşur ve ardında sürekliliğini koruyarak yere bağlılık duygusunun oluşması kaçınılmaz hal alması beklenir. Bu çalışma kapsamında caddenin açık mekânlarının sunmuş olduğu çevresel özellikler ile kullanıcı yer deneyimi ve yere bağlılık düzeylerine ilişkin bulgular incelendiğinde;

- Caddenin açık mekânlarının çevresel özelliklerin sunduğu nitelikler neticesine oluşan memnuniyet ve sonrasında gelişen yer deneyimi arasında pozitif anlamda bir ilişki olduğu saptanmıştır. Araştırma bulgularına göre değerlendirme yapılırsa, kullanıcının yer deneyimi %51,6'sı çevresel özelliklerin başarısında söz etmektedir. Bu durumu sonuçta Çevresel özelliklerin ortalama değeri arttıkça yer deneyim düzeyi de artmaktadır. Bu netice araştırmanın “caddenin sunduğu fiziksel, sosyal özellikler ve algısal özelliklerin değeri arttıkça, kullanıcı memnuniyetinin artmasıyla birlikte yer deneyiminde artması beklenir” varsayımını destekleyen niteliktedir. Literatürde, memnuniyetin ve yer deneyimin seviyesin artmasının ön koşulunun çevresel özelliklerin başarısı olduğu anlatan çalışmalar bulunmaktadır (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; Özkan, 2017).

Araştırma bulguları, çevresel özelliklerin yer deneyimi ve yere bağlılık duygusu arasındaki ilişkilerden bahseden bu çalışmalara katkı sağlar.

- Çevresel özelliklere ait, işlevsel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi üzerinde regresyon değerlerine incelendiğinde en yüksek değerin işlevsel özellikler ardında sosyal özellikler (orta seviye), algısal özellik (düşük) faktörleri gelmiştir. İşlevsel özelliklerin yüksek değerde olması; Kahramanmaraş caddesi üzerinde bulunan bankaların, diğer mekânlara ulaşma bilirlilik ve mekânların tanımlılık faktörlerinin etken olabileceği, (sosyal özellikler) orta değer göstermesi kullanıcıların birbiri etkileşim, deneyim, konfor ve rahatlık, erişim bilirlilik, (algısal özellik) en düşük olması ise mekânın mimari karakteri, yerel kimlik, çekicilik ve yönlendirme elemanlarının etken olduğu düşünülmüştür. Dolayısıyla cadde kullanıcılar tarafından temel gereksinimler kurgusuyla yani işlevsel özelliklere cevap aramaktadır ve bu anlamda deneyim sirkülasyonuna girmektedir. Ardından oluşabilecek genelde sosyal özellikler kapsamında memnuniyet duygusunun oluşabileceği yere bağlılık duygusudur. Bu da çevresel özelliklerin sosyal nitelikler dahilinde beslenecek bir olgudur.
- Açık mekânların başarı ölçütlerini araştıran, PPS adlı kuruluş ve kurucusunun H.White olduğu açık mekânların başarı ölçütlerini 4 ana başlıkta toplamıştır. Bunlar; Sosyalleşme, Kullanım ve aktiviteler, erişim ve bağlantı ile konfor imaj olduğunu belirtmiştir. Araştırma boyutunda yer deneyimi ve yere bağlılık duygusuna ilişkin sosyal özelliklerin önemini vurgulayan bulgular, PPS (2000)'in başarılı açık mekân belirtileri ile ilişki kurulabilir (Uzgören; Er dönmez, 2017).
- Açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler, kullanıcının istek ve gereksinimlerine hangi oranda karşılık verirse, o seviyede başarılı durumundadır. Dolayısıyla başarılı açık mekânların sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler kullanıcıda memnuniyet duygusu oluşur. Memnuniyet kavramının oluşması kullanıcıda yer deneyim hissi oluşturmakla o mekânın kullanım sıklığı artmaktadır. Bu durumda da yere bağlılık duygusunda gelişmektedir. Caddenin açık mekânlarının değerler ne kadar yüksek ise kullanıcı memnuniyetinde o oranda artmasına ilişkin bulgular, literatürdeki çalışmaları katkı durumundadır.
- Yapılan analizler sonucu çevresel özelliklerin yer deneyimi adına en büyük etkenin (sosyal özellikler) olduğu tespit edilmiştir.

Çevresel özelliklerin yer deneyimi ve yere bağlılık arasındaki ilişkiyi özetlersek; çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı arttıkça memnuniyet artar, sonrasında yer deneyimi başlar, rutin deneyimlenen mekânda alışkanlık olur ve yere bağlılık oluşmaya başlamaktadır.



Yerin sunduğu çevresel nitelikler (fiziksel, sosyal ve algısal)özelliklerin yer deneyimi ve yere bağlılığa olan etkisini incelenen çalışmalarda, iki olası durum uygulanır ya genel bir teoriden etkilenecek harekete geçilmeli ya da değişkenlerin yeterince titiz ve yelpazesi geniş olan grup kullanılarak, yerin mevcut bütün fiziksel, sosyal ve algısal özellikleri hakkında olması açıklanmıştır (Fornara et al., 2009; Lewicka, 2011; Özkan, 2017).

Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının sunduğu çevresel özelliklerden (fiziksel, sosyal ve algısal) özellikler değerlendirme ölçeği yapılırken, literatürde analiz edilenler şu şekildedir;

- Kentsel açık mekânların kullanıcı istek ve gereksinimlerinin neler olduğu,
- Başarılı açık mekânların sunması gereken çevresel özelliklerin neler olduğu
- Yer duygusu göstergelerinden çevresel özelliklerin neler olduğuna dair gerçekleştirilen çalışmalardan faydalanılmıştır.

İlk aşamada 32 madde, Kaiser normalizasyonu ile varimax rotasyon işlemi uygulanarak analiz edilmiş ve hiçbir faktör içinde yer almayan veya birden çok faktörde 0,10 değerinden az bir farkla yüklenmiş maddeler ölçekten çıkarılmış ve sonrasında 20 maddeye düşmüş ve bunları 3 faktör ile tanımlanan (%58,530) yapı meydana çıkmıştır. Sonuç olarak araştırma kapsamında caddenin açık mekânlarının sunduğu çevresel özellikler ile yere bağlılık duygusua ait bulgulara bakıldığında;

- Kullanıcıların yere bağlılık seviyeleri ile genel çevresel özellikler arasında pozitif anlamda bir etkileşim saptanmıştır. Bir başka ifadeyle, yerin sunduğu fiziksel sosyal ve algısal özelliklerin başarısı arttıkça, kullanıcıların yere bağlılık hisside artma o görülmektedir. Bu bulgu caddenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin kıymeti arttıkça, yere bağlılıkta aynı oranda artmaktadır varsayımına katkı sağlar durumundadır. Dolayısıyla insanlar mekânda etkinliklere katılma isteği doğmakta ve bu netice doğrultusunda yere bağlılıkta artmaktadır.
- Günümüzde mekânın popüler oluşunsan ve çevre etkileşiminde önemli bir odak noktası haline gelişir. Böyle mekânlar kullanıcılarda her daim heyecan, merak ve keşfetme arzusu duygularını güdüler ve bu duygu durumunda mekân deneyimlenmekte ve kullanım değişikliği oluşmaktadır. Aynı zamanda, insanlar bu tarz popüler olan mekânlarda gruplara ait olma ve onların düşüncesinde ve görünümünde olma izlenimiyle yaşamakta isteyebilir. Çünkü insanların en temel ihtiyaç konusu bir yere ait olma ve orada güvende olma hissidir buda yer duygusu kavramını tatmin eder. Aynı şekilde Gehl (1987), insan ve insani etkinliklerin, diğer kullanıcıları da o mekâna yönlendirdiğini açıklamıştır.

Çevresel özellikler ile yer deneyimi ve yere bağlılık arasındaki ilişki düzeyini şu şekilde ifade edebiliriz; çevresel özelliklerin yani fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin başarısı arttıkça yer deneyim isteği ve paralelinde yere bağlılıkta artmaktadır.

Yer Deneyimi Ve Yere Bağlılık Artar

(+)



Çevresel özellikler
(fiziksel, sosyal ve algısal)



(-)

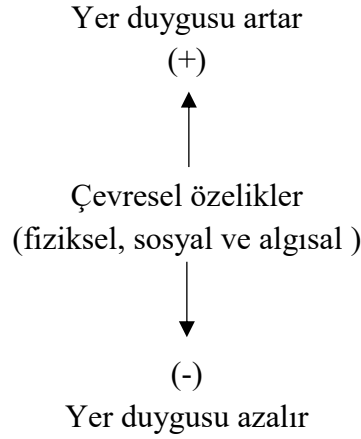
Yer Deneyimi Ve Yere Bağlılık Azalır

4.4.3. Çevresel Özelliklerin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmacılar, çevresel özellik alt boyutları ve yer duygusu faktörlerine ilişkin değerlendirmede farklı anlamlar çıkmıştır. Çevresel özelliklerin alt boyutlarından yer duygusu üzerinde etki oranı en fazla olan sosyal özellik olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda sosyal özelliklerin etken durumunda olması kullanıcıların açık mekânlarda her daim ilişki içinde olması ve etkenliklere katılma isteği duymaktadır. Tuan (1974), yer duygusunu insanların çevre ile kurduğu duygusal bağ olarak yorumlar ve pek çok araştırmacıda yer duygusunun çok boyutlu bir yapı olduğunu öne sürmektedir (Hernandez ve diğerleri 2007; Lang 1987; Larson ve diğerleri 2013; Lewicka 2010; Lewis 1979; Shamaı ve diğerleri 2012; Stedman 2003; Williams 2009).

Çünkü bir yerin ne kadar ilgi çekici ve fonksiyonlu oluşu bireyin duygularının pusulasıdır. Sonuç olarak bu çalışma kapsamında çevresel özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkisine ilişkin bulgular incelendiğinde;

- Kullanıcının çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yani çevresel özelliklerin başarısı yer duygusu kavramını da pozitif anlamda etkilediği tespit edilmiştir. Özellikle yer duygusu kavramı üzerinde kullanıcıların açık mekânlarda ihtiyaçları doğrultusunda ait hissettikleri ve güvende olmaları durumunda etkinliklerini rahatlıkla yapabildikleri sosyal algısı ve popüleritesi yüksek olan yerleri tercih etmekte ve deneyimlemekte ve bu yönelim insanlarda sonuç olarak yer duygusu kavramı oluşturmada esas etken durumundadır. Bazı sosyal bilimciler yer duygusu kavramı üç bileşenleri bir bakış açısı hâkimdir; fiziksel ortam ortamda meydana gelen etkinlikler ve ortamdaki insan sosyal ve psikolojik süreçleri olarak belirtmiştir. Yazarların bulguları da çıkan sonuçları destekler özelliktedir.
- Çevresel özelliklerde anlaşıldığı üzere yer duygusu ve faktörlerini en çok etkileyen etmen çevrenin sunduğu sosyal özelliğin artması, bu durumdan aynı paralellikte etkilenen yer duygusu, yere bağlılığı ve yer kimliğidir. Beraberinde Yere bağımlılık duygusu işlevsel özellik yere bağlılık duygusu ise genel çevresel özellikler ile pozitif bir ilişki sürmektedir. Kullanıcının çevresel özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkisini kısaca özetleyecek olursak; İnsanalar bulundukları veya bulunmak istedikleri açık mekânlara karşı çevresinin sunduğu özellikler başarısı artınca yer duygusu ve faktörleri artmaktadır.



4.4.4. Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulguların Tartışılması

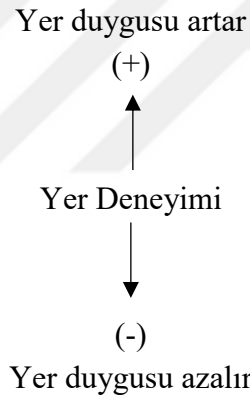
Araştırmacılar, yer deneyimi ve yer duygusu arasındaki ilişki doğrultusunda belirsizlikler olduğunu açıklamışlardır. Bu sebeple bu kavramlar arası ilişkilerin tartışılmasına yönelik araştırmaların yapılması gerektiğini ön görmüştür. Relph (1976), yerin özünü meydana çıkarmak için o yerde yaşama deneyimi vurgulamak isterken diğer araştırmacılar, konumun yer duygusu için tek başına yeterli bir unsur olmadığını belirtmiştir (Tuan, 1977; Shaima & Ilatov, 2005). Bu tez kapsamında, kullanıcı yerin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler ile memnuniyet kavramının, yer deneyimi ve yer duygusunun oluşmasında bir aracı olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu araştırma kapsamında, yer deneyiminin ve yer duygusu üzerinde etkisi dikkate alındığında;

- Kullanıcının yer duygusunda ön koşulunun yer deneyimi olduğunu saptamıştır. Aynı zamanda yer deneyimi ve yere bağlılık ile arasında pozitif bir ilişki görülmektedir. Çevresel özelliklerin alt boyutu olan işlevsel özelliği yer deneyiminde yer bağımlılığı ile pozitif bir etkileşim söz konusudur. Bu bulgu ile 'yere bağlılık artınca yer deneyimi artması beklenir' varsayımına katkı sağlar durumundadır.

Araştırmalar kapsamında öncelik sorularımız; Deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşur mu? Araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular neticesinde deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramı oluşmayabilir. Kullanıcı bulgulardan görüldüğü gibi çevresel özelliklerin alt boyutu olan işlevsel özellik sadece yere bağımlılık aşamasında yer deneyimini sürdürebilir. Bu sebeple yer duygusunun oluşabilmesi demek, çevresel özelliklerin alt boyutu olan sosyal özellikler ile pozitif anlamda etkileşim içinde

olması gerektiği ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak deneyimlenen açık mekânlar farkını bilinçli bir deneyim ile kullanıcıya yer duygusu kavramına ulaştırdığı saptanmıştır. Bazı kuramcılar, yer duygusu ve bağlılık oluşturmak için bir yerle uzun ve derin bir deneyim ve mümkünse o yerle ilgilenmeye ihtiyaç duyulmalıdır. Bu aşamada bazı algısal özellikler devreye girmekte bunlar; Ritüeller, mitler, semboller yardımcı olan ve insanları bir yere bağlar(Tuan,1977; Shaima & Ilatov, 2005). Steel ise bu durumu şöyle açıklamıştır; yer duygusu, insanların neden olduğu her şeyin deneyimidir. İlgili ek faktörlere göre değişmekte ve bunlara bağlı olduğunu savunmaktadır (Scannell & Gifford, 2010; Özkan, 2017; Hashemnezhad, Heidari & Mohammad Hoseini, 2013). Bu bulguların yönelimi ve sonuçlarını desteklemektedir.

Bu yönelim doğrultusunda yer deneyiminin yer duygusu üzerindeki ilişkisini özetleyecek olursak; kullanıcıda yere bağlılık artarsa yer deneyimi de aynı oranda artış göstermekte ve bu artışta yer duygusu kavramını aynı paralellikte etkilediği tespit edilmiştir.



4.4.5. Demografik Özellikler, Çevresel Özellikler ve Yer Deneyiminin Yer Duygusu Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Demografik özellikler, çevresel özellikler ve yer deneyiminin faktörlerin bir arada yer duygusu üzerindeki etkilerinin tespit etmek hedefiyle uygulanan regresyon analizinin neticesine göre;

- Etki sıralaması şu şekildedir; sosyal özellik, işlevsel özellik, algısal özellik, yer deneyimi ve yaşama süresi modele ek durumunda iken, cinsiyet, meslek, yaş, medeni durum ve eğitim değişkenleri anlamlı bir etki yaratmadığından modelin dışında tutulmuştur.

- Çevrenin sunduğu sosyal özellik, yer duygusu arasında pozitif anlamda en yüksek etki görüldüğü saptanmıştır. Bu yönlendirme dâhilin de sosyal etkileşim ile birlikte güven duygusu oluşmasıyla çevresel deneyimin hem yorumlayıcısı hem de duygusal yönlerini oluşturmaktadır. Modelin 4.sırasında yer alan yaşama süresidir. Genelde ikamet edilen yerde oluşan yer deneyim ve yer duygusu kavramı daha fazla oluşmaktadır. Bunun nedeninin ise oluşmuş olan kalıplaşmış duygular tanıdık komşu sayısı, komşuculuk ve yakınlarının süresi ev sahipliği ve mahalle düzeni gibi sosyal ilişkilerin, çevrenin işlevsel özelliklerinden daha önde olmasından ileri gelmektedir (Kasarda & Janowitz, 1973; Lewicka, 2005; 2010; Özkan, 2017). Bu yaklaşımda yer duygusu kavramının beslenmesine yol açan etkenlerdir. Dolayısıyla yaşam süresi kullanıcılar için güven ve rahatlık duygusu hissettirmekte ve hem deneyim hem de yer duygusu kavramının oluşmasına destek niteliğindedir.
- Kullanıcılar, ilk aşamada çevrenin fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerini başarılı buldukları en temel ihtiyaçlarını karşılayan mekânlara öncelik işlevsel bağlılığını geliştirmiş ve bu durum zamanla duygusal bağlılıkları da ilerlemiştir. Proshansky (1978), Halpenny (2010), Moore ve Graefe (1994) ve Smaldonea (2005) Beraberinde yer kimliği ve yer bağlılığında zamanla gelişebilen bir boyut olduğunu beyan etmiştir (Özkan, 2017).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışması kapsamında, Trabzon Kahramanmaraş caddesi açık mekânlarının sunduğu fiziksel sosyal özelliklerin ve algısal özelliklerin, kullanıcının yer deneyimi ve yer duygusu kavramı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Dolayısıyla ilk adım insan – çevre ilişkisi kapsamında yer, başarılı yerlerin sunması beklenen özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu kavramlarını araştıran literatür incelemesi gerçekleştirilmiş ve beraberinde bu kavramlar çalışma alanı olarak tercih edilen Trabzon Kahramanmaraş caddesi açık mekanlarında tetkik edilmiştir.

Açık mekânlarda yer duygusu üzerine odaklanan çalışmalar, çevrenin fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyiminin yer duygusu üzerinde etkileşimini inceleyen literatür çalışmaları yeterince bulunmamaktadır. Bu tez kapsamında çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki etkisi hedeflenmiştir. Bu sebeple kullanıcıların deneyimlerinin, hatıralarının ve anılarının olduğu bir mekân seçilmiştir. Bu sayede çalışmanın daha özgün ve orijinal tarafını yakalamak adına açık mekânların fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki özellikle yer duygusu üzerindeki bilinçli yaklaşımını ölçüt olarak kabul edip etkileri araştırılmıştır.

Çevresel değişkenlerin yer duygusu varlığını etkilerini araştıran çalışmaların yetersizliği, işlevsel yönü basit ve kolaylığı olan sosyo –demografik ve sosyal değişkenlik karşılaştırıldığında, yer duygusu mevcut çevre özelliklerin yoğunluğunun kökenidir.

Yer duygusu konusunda gerçekleştirilen incelemeler, çevresel değişkenlerin tercihinin oldukça titiz ve yelpazesi geniş bir kategori dizilimi kullanılması gerektiği açıklamıştır. Bu sebeple çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkilerini inceleyen bu çalışma da;

- Öncelikle anket ve mekânsal analiz metoduyla, çalışmada değerlendirilecek Kahramanmaraş caddesinin tercih düzeyleri açıklanmış ve sonuç sonrasında kullanım sıklığına ve süresine göre sınıflandırılmıştır. Meydana çıkan sınıflandırma ile bir sonraki aşamalarda anketten erişilen verilerle kıyaslanarak, verilerin şans eseri oluşmadığının kanıtı ve güvenilirlikleri gerçekleştirilmiştir.

- İkinci aşamada ise kullanıcıların Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının fiziksel sosyal ve algısal özellikleri olarak sunması gereken başarı ölçütleri ve yer duygusunun çevresel göstergelerini araştıran çalışmalar yorumlanmıştır. Çalışma neticesinde meydana çıkarılan çevre değerlendirme ölçeğinin, yüksek güvenirlik katsayısı ile 3 boyutlu bir yapı olduğu ortaya çıkarılmıştır. Dolayısıyla bu yer deneyimi ve yer duygusu alt boyutları çalışmasının üzerindeki etkisinin incelenmesine kolaylık sağlamıştır.
- Üçüncü aşamada ise Yer Duygusu üzerine gerçekleştirilen araştırmalar değerlendirilerek, literatürde onaylanmış durumda yüksek güvenirlik seviyesine sahip yer duygusu ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu ölçek diğer aşamalardan erişilen bilgilerle kıyaslama yapılmasına imkân sağlamıştır.
- Son aşama da ise bütün aşamalardan erişilen veriler, sosyo-demografik özellikler, çevresel özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu arasındaki etkileşim ve yer duygusunu etkileyen değişkenler neler olduğu açıklanmıştır.

Bu tez çalışmasında çevresel sunduğu özellikler, yer deneyimi ve yer duygusu alt boyutlarının birbiri ile etkileşimleri tartışılmıştır. Tartışmaları özetleyecek olursak bu tez çalışmasının açıklamış olduğu en ehemmiyetli sonuçlar şu şekildedir;

- Çalışmada çevresel özellikler üç alt boyut ile ifade edilmiştir. Bunlar fiziksel, sosyal ve algısal özellik olarak açıklanmıştır. Bu çevresel özellik alt boyutlarını en yüksekten düşüğe göre sıralarsak öncelik işlevsel sonrasın sosyal özellik ve en son algısal özelliktir.
- Birinci faktör ise “işlevsellik” faktörü; Ulaşabilirlik, mekân katmanları Peyzaj elemanlarının zenginliği, Esneklik/Uyarlanabilirlik, mekânsal kalite ve Yakınlık & Süreklilik/İhtiyaç ifadeleri temsil eden 7 maddeden oluşmakta ve toplam varyansın %28,416’sini bölümünü oluşturmaktadır.
- İkinci faktör ise “sosyallik” faktörü; Etkileşim duygusu, sosyal aktivite, farklı sosyal gruplar arası etkileşim, sosyal erişebilirlik, informal karşılaşma, sosyal etkileşim, mekânın popüleritesi, uyum, sosyal kapsayıcılık, çeşitlilik ve uyum ifadelerini gösteren 8 maddeden meydana gelmekte ve toplam varyansın %17,355 ‘lik bölümünü oluşturmaktadır.
- Üçüncü faktör ise “algısal özellik” faktörü; deneyim algısı, konfor ve rahatlama, mimari karakter, ayırım ve tanınırlık ifadelerini gösteren 5 maddeden meydana gelmekte ve toplam varyansın %12,760’lık bölümünü oluşturmaktadır.

- Faktör analizlerden erişilen bilgilerden işlevsel özellik faktörlerinden en yüksek değere sahip madde “ulaşabilirlik” maddesi caddenin diğer diğer konumlarla yakın olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Sosyal özelliklerden “informal karşılaşma” en yüksek değere sahip olması, tüm kullanıcıların caddeyi ister kısa ister uzun kullanım içerisinde olması karşılaşma olasılığını arttırmaktadır. Algısal özelliklerden “konfor ve rahatlama” çevrenin sunduğu özelliklerin kullanıcıların temel ihtiyaçlarına cevap vermesi ve alanı kullandığı saptanmıştır.
- Tüm değişkenleri yer duygusu üzerindeki etkilerini araştırdığımızda ise fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin ve beraberinde diğer değişkenlerinde anlamlı bir etkiye ait olduğu tespit edilmiştir.
- Çalışma neticeleri, çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özellikler memnuniyet dâhilinde yer deneyimi ve yer duygusu arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Kullanıcı memnuniyeti artınca yer deneyiminde arttığı görülmüştür. Özellikle çevresel özelliklerin alt boyutlarında kullanıcı sosyal özelliklerin yer deneyimi oluşturmada en etkili pozisyonundadır.
- Çevresel özelliklerin yer duygusu faktörlerine ilişkin etkileri incelendiğinde sosyal özelliklerin daha etkin bir durumda olduğu görülmüştür. Yer duygusu alt boyutlarını değerlendirdiğimiz de; yere bağımlılıkta algısal özelliklerin daha etkin, yer kimliğinde sosyal özelliklerin ve yere bağlılıkta genel çevresel özelliklerin daha etkin rol oynadığı saptanmıştır.
- Özetle; açık mekanlar çevresel özellikler artınca yer deneyimi artar ve yer duygusunda artmaktadır. Fakat tüm analiz sonuçlarında sosyal özelliklerin daha etkin durumda olduğu görülmüştür.
- Demografik özelliklere bakıldığında cinsiyet, yaş, eğitim medeni durum faktörlerine bakıldığında herhangi bir etki görülmemiştir. Sadece mekân kullanım özelliklerinde kullanıcının açık mekânla geçirdikleri süre (yıl) arttıkça anlamlı bir değişiklik görülmektedir.
- Bütün bu inceleme sonuçları, Maraş caddesi açık mekânları yer duygusu kavramında kullanıcı memnuniyeti, yer deneyimi, çevresel özellikler – alt boyutları ile bu niteliklerinin hangilerinin yer duygusu oluşmasında daha etkili rol oynadığı meydana çıkarmıştır. Bu sıralama metodu, cadde açık mekânların kullanıcıların yer duygusu kavramını oluşturulabilmesi için gereken öncelik

sırasının neler olduğunu açıklamaktadır. Bu sebeple oluşturulan bu metodun sonrasında yapılacak olan çalışmalara destek vereceği düşünülmektedir.

Bu bulgular yönünde, insan-yer etkileşimi doğrultusunda başarılı caddenin açık mekânları tasarlanırken şu ölçütlerin dikkat edilmesi gereken unsurların, kullanıcı temel ihtiyaçlarını daha iyi karşılık bulabileceği, kullanıcıda memnuniyet duygusu sağlayabileceği ve bunların neticesinde yer deneyim ve yer duygusu kavramının oluşmasına imkân tanıyan mekânlar tasarlanabilir.

- Kahramanmaraş Caddesi açık mekânları, kullanıcı gereksinimlerini karşılayacak çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin tek bileşen altında örgütlemeler ve imkânlarla sahip çıkmalıdırlar. Bu sebeple cadde açık mekânları tasarlanırken, kullanıcının temel gereksinimleri belirleme ve bu şekilde açık mekân kullanıcılarının planlamaya dâhil olmaları sağlanmalıdır.
- Konfor ve rahatlama düzeyi yüksek, ulaşılabilir, birtakım davranışsal hedefleri telafi edebilecek farklı kullanım ve etkinlikleri sahip ve konum da insanlarla informal karşılaşma ve sosyal etkileşim olanakları sunan açık mekânlar tasarlanmalıdır.
- Çevresel faktörlerden sosyalleşme adı altında alanda en çok gerçekleştirilen etkinlik oturmak ve çevreyi seyretmek faktörü kullanıcı memnuniyeti, yer deneyiminde ve yer duygusu alt boyutlarıyla yüksek etkileşimde olması, çevrenin sunduğu sosyal özelliklerinin önemini anlatmaktadır. Bu sebeple cadde açık mekânları tasarlanırken, mekânların kullanıcının gereksinimlerine yanıt verebilecek rahatlık ve ulaşılabilirlik, tanınırlık, sosyal etkileşim ve bilhassa farklı aktivitelerin gerçekleşmesine ve ortak kullanım alanlarına imkân sağlayacak mekânsal örgütlenmeler göz önünde bulundurulmalıdır.
- Kullanıcıların caddenin açık mekânlarında vakit harcadıkları süreyi arttırmak, kullanım sıklığını arttırmak, mekân ve sınırlarının bir boşluktan ibaret olmadığını, çeşitli etkinlik ve kullanım sahalarının içinde bulunduğu mekânın okunaklılığının ve sosyal etkileşim ağı olan ilişkiler oluşturan bir yer olarak düşünülerek tasarlanması gereklidir.
- Kullanıcı yer deneyimi ve yer duygusunun en önemli noktası olan çevrenin sunduğu sosyal özellik ile kullanım ve etkinlik faktörlerinin olduğu düşünülürse, cadde açık mekânları ortak kullanımlara sahalar imkân sağlayan, güvenli ve konforlu, mekânsal kalite, ulaşılabilirlik, karşılaşmalara fırsat veren, çeşitli

kullanıcıların birlikte sosyal grup etkileşimleri, değişik aktivitelere imkân sağlayan, canlı ve aktif olarak kullanılan, çeşitli kullanıcıların çeşitli etkinlikleri bir arada gerçekleştirebileceği alanlar olmalıdır. Caddenin açık mekânları bu şekilde işlevsel özellikleri sağlarsa, kullanıcıların işlevsel bağlılıklarının (yere bağımlılık) olduğu ve sonunda sürekli ve akıcı kullanım yer deneyimine oluşturarak yer duygusu kavramının da oluşacağı hatırlanmalıdır.

- Cadde açık mekânları tüm bu olanakları sağladığında, kullanıcı istek ve gereksinimlerine daha fazla cevap verecek, kullanıcıların etkileşim kurabilecekleri, duygusal anlamda hisler duyabileceği ve kendi eviymiş gibi rahat, samimi ve ait hissedebileceği yerlere dönüşürler. Yer duygusunun yoğun hissedildiği ve beraberinde olumlu sonuçlar doğurarak, en çok tercih edilen, aktif kullanılan, hayatını sürdüren, açık mekânlar sürekliliğini her daim koruyan kullanıcıların habitatı olan canlı yerler haline bürünürler.
- Cadde açık mekânlar da deneyim sağlandıkça önemi ve duygunun oluşabilecek niteliğinde daha ön plana çıkmaktadır. Çevrenin sunduğu İşlevsel özelliklerin yanı sıra birtakım aktivitelere imkân sağlayan güven ve rahatlık duygusunun etkin olabileceği, informal sosyalleşme temelli davranışsal ve bilişsel tasarımlara ağırlık verilmelidir.
- Kullanıcıların cadde açık mekânlarda yer duygusu oluşturmada çevresel özelliklerin başarısının yanı sıra alanda yaşama süresinin etkin bir değişken olduğu saptanmıştır. Kullanıcıların mekânda yaşama yılı arttıkça, kullanıcıların mekânla olan deneyim sürecinin sıklığı sonunda oluşan duygusal bağı artmış ancak çevresel özelliklerin algısı aynı değişimi göstermemiştir. Bu nedenle kullanıcıların zamana içinde değişen ihtiyaçların dikkat edilmesi ve buna göre mevcut durumun korunması, geliştirilmesi veya güncellenmesi gerekmektedir.

Bugün hareketliliğin ve küreselleşmenin kendini daha da göstermesi ve iletişim teknolojilerinin değişmesi gibi sebeplerle mücadele etmektedir. Bu mücadele kentsel mekânlar gibi cadde açık mekânları da değersiz, bilinçsizce tüketilen, alanın mevcut değerlerine sahip çıkmadan yenilik arayışının yan etkileri, uzun vadeli kullanımların ve yer deneyimin oluşmadığı, anlamlı sosyal ilişkilerin kurulmadığı tercih edilmeyen mekânlara dönüşmesine neden olmuştur. Bu sebeple; insan -çevre ilişkisini arttıran, uzun süreli vakit geçirilen deneyim sağlanan ve kullanıcılarda yer duygusu geliştiren çevrenin sunduğu fiziksel sosyal ve algısal özelliklerin neler olması adına inceleyen bu çalışmanın

ehemmiyeti açık bir şekilde gösterilmiştir. Bu doğrultuyla; kullanıcıların bulundukları Kahramanmaraş caddesi açık mekânlarında yer duygusu kavramı üzerindeki etkilerini araştıran bu çalışma kapsamında araştırmacılar, tasarımcı peyzaj mimarları, cadde kullanıcıları yani halk ve alanın esnafları ve cadde yönetimine mühim veriler sunmaktadır.

Bireylerin ihtiyaç ve isteklerinin farklılığı, zaman içinde değişikliğe uğrayabildiği ve çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin niteliğinin zenginliği düşünüldüğünde, bu tez çalışması kapsamında yer duygusunu etkileyen tüm değerlerin ortaya atıldığı söylenemez. Bu doğrultu kapsamında çalışmanın eksik yanlarında olduğu kaçınılmaz bir gerçektir;

- Tek bir caddeye ait açık mekânlara bakılarak tanımlanan çevresel özelliklerin değişkenliği
- Yalnızca Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının sunması gereken fiziksel, sosyal özelliklerinin yer duygusu üzerindeki etkileşimine daha çok önemsendiği ve farkındalığı daha görünür kılan ancak algısal özelliklerin daha az fark edildiği bu çalışmanın eksikliği olarak gösterilebilir.

Bu sebeple bu eksikliklere göre araştırmanın ileri ki bölümlerine ilişkin şu önerilerde sunulabilir;

- Yerin sunduğu çeşitli çevresel özellikleri, yer duygusu etkileyen ve tercih düzeylerini gösteren başka cadde açık mekânlarına da bakılmalı, buralardaki bulguların bu tez çalışması ile uyumu denetlenmelidir. Bu şekilde kampüs açık mekânlarında açıklanan çevresel başarı ölçüt ve yer duygusu üzerindeki etkilerinin kabulü gerçekleştirilecektir.
- Tek bir cadde açık mekân çevrenin sunduğu fiziksel, sosyal ve algısal özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkilerini belirtmenin yanında, birçok cadde açık mekân çevresel özellikler değerlendirilerek, yer duygusu üzerindeki etkilerinin kıyaslanması yapılmalıdır. Böylelikle yer duygusunu etkileyen çevresel özelliklerin ne olması gerektiği dair daha detaylı ifade edilebilir.
- Yer duygusunu etkileyen fiziksel, sosyal ve algısal özellikler dışında, sosyal anlamda yer duygusuna etki edecek (eğitim, kullanım alanındaki arkadaş sayısı, arkadaşlar anılar, yerin katmanları, sosyal faaliyetlerin katılma ölçütü vb.) bilinçli yer duygusunu oluşturabilmek adına araştırmalar yapılabilir.
- Bu tez çalışma kapsamında yer duygusunun en önemli çevresel faktörün sosyal özellik faktörü olduğu düşünülürse, cadde açık mekânlarında sosyal ilişkilerini ve

etkileşimini arttıracak mekânsal değerlerin ne olması gerektiğini derinlemesine incelenmelidir.

Böylece Kahramanmaraş Caddesi açık mekânlarının sunması gereken fiziksel, sosyal ve algısal özellikler daha detaylıca açıklanabilir ve tasarım ölçütleri oluşturulabilir. Böylelikle çevresel özelliklerin kullanıcı memnuniyeti, Yer deneyimi ve yer duygusu üzerindeki etkileri daha anlaşılır ve net karşılaştırılabilecektir.

Bu tez çalışması kapsamında Kahramanmaraş caddesinin fiziksel, sosyal ve algısal durumunu öne çıkarmak adına; geçmişte Kahramanmaraş caddesi zeminde Arnavut kaldırım taşları ve araç trafiğine açık hali ile bilinen ve en yalın haliyle mecburiyet caddesi olarak tanımlanmaktaydı. Yoğun ve işlek bir cadde oluşu da insanda merak uyandırır çünkü “insan insanın neşesidir ve hiçbir şey insandan daha merak uyandırıcı değildir”. Açık mekânların çokça yer aldığı ve kullanıcıların araçlar içinde ihtiyaçlarına karşılık bulmaları ve sosyalleşmeleri adına birtakım zorluklar yaşamaktaydı. Fakat bu zorluklar içinde çokta konforlu olmasa da zorunlu etkinlikler işler bir şekilde halledilmekteydi. Fakat kentin en popüler ön koşul başarısı kullanıcının tercihine bağlı bir etkinlik grubunda olmak ister ve çevreninde sunmasını bekler. Ancak günümüzde Kahramanmaraş Caddesi gerçekleştirilmiş planıyla birlikte kullanıcılara birtakım alanlar tanıyan, kullanıcıya kişisel faktörlerini hatırlatan ve mekân algısını yaşatabilen çevrede soyut ya da somut niteliklerin uyumunu sosyal ve algısal süreçleri ortaya çıkarmak adına güzel bir başlangıç olmuştur. Açık mekânların kullanımı adına kaldırımlarda sosyal etkinliklerin çokça yapılmasına müsaade eden tasarımların uygulanmış olması kentin bir numaralı cazibe unsuru haline gelmektedir. Bu şekilde daha etkin temaslar kurabilmektedir. Çünkü bu şekilde insanlar selamlaşır, karşılaştıkları kişilerle sohbet etme imkânı olur ve ayaküstü sohbetler gerçekleşir. Kullanıcıların neye daha çok önem verdiği mekânlara verilen anlamların bilinçli ya da bilinçsiz davranış şekillerini nasıl etkilediği adına bir takım deneyimler yaşatmaktadır. Yarın ise Kahramanmaraş caddesini düşündüğümüzde de buraya gelene kadar dikkat edilen unsurların daha planlı ve kullanıcı odaklı amacına daha nitelikli cevaplar verebilecek, caddenin kullanıcıda yarattığı kültürel algı önemli bir unsurdur. Çevrenin sunmuş olduğu işlevsel, sosyal ve algısal özellikleri, yer deneyimi ve yer duygusu kavramlarını dikkat ederek hizmet vereceğini düşünüyorum.

6. KAYNAKLAR

- Akıncı, S. T. (2006). Boğaz Yerleşmelerinde Değişen İnsan-Çevre Etkileşimi Ve Mahalle Bağlılığı :Kuruçeşme Örneği.
- Al, M. (2011, 09 30). *Kentte bellek yıkımı ve kimlik inşası palimpsest:Ankara bulvarı bağlamında bir inceleme .*, 2(4), 22-36. Ankara, idealkent.
- Aliliskender, B. (2004). Kimlik,me kan ve yer deneyimi. *Kültür ve İletişim*, 7(14), 73-94.
- Apaydın, B. (2019, Nisan). Palimpsest Kavramı Ve Mekansal Dönüşüm. *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication - TOJDAC*, 9(2), 90-130.
- Arıkan, R. (2018). Anket Yöntemi Üzerinde Bir Değerlendirme . *Haliç Üniversitesisosyal Bilimler Dergisi* ,1(1), 97-159.
- Arusoğlu, Z. E. (2013). Çok Katmanlı Kentlerde Kimlik Sorunsalı: Palimpsest Bir Kentsel Alan Olarak Ulus Örneğinin İncelenmesi (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Bilgili, M. (2016). Coğrafya Öğretiminde Mekân Ve Yer Karmaşası Üzerine Bir Araştırma. *Coğrafya Eğitimi Dergisi*, 2(1), 11-19.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket Geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*,3(2),, 133-151.
- Clayton, S. D. (2012). *The Oxford handbook of environmental and conservation psychology*. Oxford University Press.
- Cresswell, T. (2014). *Place: an introduction*. John Wiley & Sons.
- Cross, J. E. (2001). Cross, J. E. (2001, November). Private property rights versus scenic views: A battle over place attachments. In 12th Headwaters Conference, Western State College.
- Çelikyay, H. S., & Aydemir, K. P. (2021). Mekan-Yer Diyalektiğinde "Cadde"De "Yer"olabilme Ve Görsel Etki.
- De Groot, J. I. (2019), *Environmental psychology: An introduction*
- Düzenli, T. (2010, Mayıs 5). Kampüs Açık Mekan Olanaklarının Gençlerin Psikososyal Yapısına Bağlı Olarak İncelenmesi: K.T.Ü. Kanunikampüsü. Trabzon.
- Elabd, A. A. (2013). *Physical and Social Factors in Neighborhood Place Attachment: Implications for Design*. North Carolina State University.
- Elmas, E. (2006). Çevre ve kent estetiği . *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 8(9), 68-77.

- Erol, A. M. (2016). Ütopyalarda Mekân Tahayyülleri: Utopia'nın Mekânı. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(30), 81.
- Gelhe, J. (2019). *İnsan İçin Kentler*. İstanbul: Koç Üniversitesi .
- Göregenli, M. (2005). *Çevre psikolojisi*.
- Günel, B. E. (2010). İnsan-Mekan iletişim modeli bağlamında konutta psiko-sosyal kalitenin irdelenmesi. *İTÜ Dergisi/a*, 6(1).
- Gür Ö., Ş (1996). *Mekân Örgütlenmesi*, Trabzon: Gür Yayıncılık.
- Gürkaş, . T. (2012). Yer üzerine kavramsal bir okuma denemesi. (1-11), 1-11.
- Gürpınar, Ç. (2000). Mekan kurgusunun kullanıcılar üzerindeki psikolojik etkilerinin örneklerle incelenmesi.
- Güzelkahraman, B. Ö. (2019). Mekan ve insan ilişkisinde yer duygusunun sanal gerçeklikle deneyimlenmesi üzerine bir inceleme (Master's thesis, TOBB University of Economics and Technology, Graduate School of Economics and Social Sciences).
- Hay, R. (1998). "Sense of place in developmental context." *Journal of environmental psychology* 18.1 (1998): 5-29.
- Judith I. M. de Groot, (Consulting Editor) *Environmental Psychology: An Introduction, 2nd Edition Linda Steg (Editor)*,
- Kancıoğlu, M. (2005). Çevresel imaj,kimlik ve anlam kapsamında turizm binalarına ilişkin kullanıcı değerlendirmeler. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 10(2), 49-62.
- Kjerrgren, L. (2011). Layers of land.
- Kurdoğlu, B. Ç. (2015). Trabzon Kenti Örneğinde Yaya Ulaşımı Olanaklılığı.
- Lynch, K. (2010). *Kent İmgesi*. İstanbul, Beyoğlu: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özbilen, A., 1983. Meryemana (Sümela) Kırsal Yöresinde. Çevre Tasarımı için Kullanıcıya Referans Olan) Yapay-Doğal İmgelem Öğelerinin Araştırılması, Basılmış Doktora Tezi, KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, KTÜ Basımevi Trabzon.
- Özkan, D. G. (2017). Kentsel Açık Mekanlarda Kullanım Sonrası Değerlendirme:Trabzon Sahil Bandı Örneği.
- Özkan, D. G. (2019). The effects of physical and social attributes of place on place attachment: A case study on Trabzon urban squares. . *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research*.
- Proshansky, H. (1976). *Environmental psychology: People and their physical settings*. Holt.

- Relph, E. (1976). *Place and placeness*. Pion, London, .
- Reznichenko, S. (2014). Привязанность к месту и чувство места: модели и факты. Социальная психология и общество, 5 (3), 15-27.
- Salama, A. M. (2017). Characterisation and Systematic Assessment of Urban Open Spaces in Glasgow City Centre. *Spatium*, 22-33.
- Salama, A. M. (2017). The everyday urban environment of migrant labourers in Gulf Cities: the case of the old centre of Doha, Qatar. *City, Territory and Architecture*, . 1-15.
- Scopelliti, M., & Giuliani, M. (2004). Choosing restorative environments across the lifespan: A matter of place experience. *Journal of environmental psychology*,. 24(4), 423-437.
- Serim, S. (1999). Yaşanan Mekan Olarak "yer".
- Shamai, S., & Zinaida, I. (2005). Measuring sense of place: Methodological aspects. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 96(5), 467-476.
- Solak, S. S. G. (2017). Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış Space-Identity Interaction: a Conceptual and Theoretical Overview. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 13-37.
- Stedman, R. C. (2003). Sense of place and forest science: Toward a program of quantitative research. *Forest science*, 49(6), 822-829.
- Steg, L. D. (2013). *Environmental psychology: An introduction*. BPS Blackwell.
- Tuncer, G. E., & Gürkaş, E. T. (2010). “Yer” üzerine bir okuma denemesi: Samatya'da?” yer-kurma” pratikleri.
- Turan, İ. Ş. (2015). Eğitim araştırmalarında likert ölçeği ve likert-tipi soruların kullanımı ve analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (30), 186-203.
- Turan, M. (1980). İnsan -Çevre ilişkisine eleştirel bir bakış.
- Turner, P., & Turner, S. (2006). Place, sense of place, and presence. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*. 15(2), 204-217.
- URL-1. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Cadde>.
- URL-2. Tarih yok. [https://en.wikipedia.org/wiki/Avenue_\(landscape\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Avenue_(landscape)).
- URL-3. 2023.09.01. “Bir Palimpsest Olarak İç Mekan.” <https://yapidergisi.com/bir-palimpsest-olarak-ic-mekan/>: 3 adresinden alındı.
- URL-4. <https://earth.google.com/web/>.
- URL-5. <https://www.61saat.com/affet-bizi-trabzon>.

URL-6. <https://www.gunebakis.com.tr/haber/12890409/marasa-nester3>

URL-7. <https://www.haberturk.com/trabzon-haberleri/85125442-trabzonda-alt-yapi-calismalari-devam-ediyor-kahramanmaras-1-etap-trafige-acildi>

URL-8. <https://mapio.net/pic/p-21441712/>

URL-9. <https://mapio.net/pic/p-16437116>

URL-10. <https://www.trabzon.bel.tr/Web/YatirimAyrinti/92>

Ünal, S. G. (2015). Kentsel Kamusal Mekânların Dönüşümü: Ankara Atatürk Bulvarı. Bildiriler Kitabı-I.

Varol, E. B. (2004). *İnsan- Çevre Etkileşim Açısından Kamusal Mekanda Sanatın Rolü*.

Yazıcıoğlu Halu, Z. (2010). Kentsel Mekan Olarak Caddelerin Mekansal Karakterinin Yürünebilirlik Bağlamında İrdelenmesi, Bağdat Caddesi Örneği (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).

7. EKLER

Trabzon Kahramanmaraş Caddesi 1930’lu yıllarda toprak bir zemine sahip olmuş, 1950 ve sonrasında Arnavut kaldırımını uygulanmış ve günümüzde ise özel bir zemin döşeme ile devam etmektedir.

NEDEN BU GÜZERGÂH

Kahramanmaraş Caddesi Trabzon kenti için önemli bir güzergah olup kentin kimliğini oluşturmaktadır. Doğal ,tarihi ve kültürel birçok özelliği içinde barındıran karmaşası ister zorunlu ister seçmeli faaliyet için uygun olan bir caddedir. Kullanıcılar için özellikle kent merkezlerinde yaşanabilirliği arttıran, yayanın rahat dolaşımı ile güvenliğini sağlayan cazip bir alandır.

ÇALIŞMANIN AMACI

Anket çalışmamızda amaç; belirgin güzergâhın kentle bağlantı kurabilen deneyim mekânına dönüşmesi ve yer duygusu ile uygunluğunun araştırılmasıdır. Bu ana amaç paralelinde hedeflenen güzergâhın deneyimlenen her mekânda yer duygusu kavramının ilişkisi, kullanıcıların beklentileri ve tercihlerini irdelemek ve değerlendirmektir.

Anketimize katılımınızdan dolayı memnuniyetimizi belirtmek isteriz.

Anketten Elde Edilecek Veriler; Karadeniz Teknik Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü Öğretim Üyesi Doç.Dr. Doruk Gökem ÖZKAN danışmanlığında yürütülen Tez kapsamında gerçekleştirilecek olan araştırma çalışmasında kullanılacaktır.

Mediha ÖZCELEP

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

Ek 1. Anket formu**A.SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER**

1. Cinsiyetiniz?

☐ Kadın ☐ Erkek

2. Kaç yaşındasınız?

☐ 0-18 ☐ 19-25 ☐ 26-40 ☐ 41-60 ☐ 61 ve üzeri

3. Medeni durumunuz?

☐ Bekar ☐ Evli**Ek 1 devamı**

5. Eğitim durumunuz?

☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Üniversite (lisans) ☐ Diğer

6. Mesleğiniz?

☐ Memur ☐ Ev Hanımı ☐ Öğrenci ☐ Çalışmıyor ☐ Serbest Meslek ☐ Emekli
☐ Diğer.....Belirtiniz

7. Trabzon'da yaşama süreniz?

☐ 5 yıldan az ☐ 5-10 ☐ 10-15 ☐ 15 yıldan fazla**B. MEKÂN KULLANIMIN ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK SORULAR**

1.Kahramanmaraş caddesinde en çok kullandığınız bölge neresidir?

.....
.....

2. Bu caddeyi hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

☐ Her gün ☐ Her hafta sonu ☐ Haftada birkaç kez ☐ Ayda birkaç kez
☐ Yılda birkaç kez ☐ Diğer.....

3. Bu caddede genellikle ne kadar zaman geçiriyorsunuz.

☐ Yarım saatten az ☐ Yarım saat ☐ 1-2 saat ☐ 3-4 saat ☐ 4 saatten fazla
☐ Diğer.....

4. Bu caddede açık mekanları hangi etkinlikleri gerçekleştirmek amacıyla kullanıyorsunuz

☐ Yürüyüş yapmak ☐ Oturmak, Sohbet etmek
☐ Alışveriş yapmak ☐ Çevreyi seyretmek
☐ Yeme-içme etkinliği ☐ Arkadaşlarla buluşmak
☐ Diğer.....**C. KULLANIM SONRASI DEĞERLENDİRMELERE İLİŞKİN İFADELER**

Aşağıda cesitli başlıklar altında yer alan ifadeleri, fikrinizi en iyi yansıtabilecek şekilde puanlayınız.

Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
İŞLEVSEL ÖZELLİKLER (Aşağıdaki soruları yanıtlarken açık mekânların fiziksel özelliklerini göz önünde bulundurunuz)					
1. Mekân farklı kullanımlar içeriyor.					
2. Bu mekânın tasarımı çevreye duyarlı olarak tanımlanabilir.					
3. Bu mekânın formu mevcut kullanımlar için uygundur.					
4. Bu mekâna çevreden kolayca erişilebilir.					
5. Bu mekân katmanlı buluşma alanları içeriyor					
6. Bu mekân uzaktan görünür kılan benzersiz ve ikonik öğeleri içeriyor.					
7. Bu mekânın sınırları ve kenarları tanımlıdır.					
8. Bu mekândaki mimari elemanlar çeşitlilik gösterir.					
9. Bu mekândaki peyzaj elemanları çeşitlilik gösterir.					
10. Bu mekânın tasarımı ihtiyaç ve gereksinimlere göre değiştirilebilir ve uyarlanabilir.					
11. Bu mekân çevredeki kentsel bağlam için önemli bir yer teşkil etmektedir.					
12. Bu mekâna komşu olan yapılar birbirleriyle ve mekânın biçimlenişleriyle uyumludur					
SOSYAL ÖZELLİKLER (Aşağıdaki soruları yanıtlarken açık mekânların sosyal özelliklerini göz önünde bulundurunuz)					
1. Bu mekânda aktivitelerimi gerçekleştirirken diğer insanlarla göz teması ve etkileşim kurabiliyorum.					
2. Bu mekândaki etkinlikler birden çok insanla gerçekleşmektedir.					
3. Mekân çeşitli sosyal grupların kullanımını teşvik etmektedir.					
4. Bu mekân çeşitli sosyal aktivitelere katılımı teşvik etmektedir.					
5. Bu mekân çeşitli sosyal gruplar arasındaki etkileşimi teşvik etmektedir.					
6. Bu mekândaki servis olanakları ve peyzaj elemanları yeterli düzeyde farklı sosyal gruplara hizmet etmektedir.					
7. Mekân, konum ve ulaşım seçenekleri açısından sosyal açıdan erişilebilirdir.					
8. Mekân sosyal grupların ihtiyaç ve gereksinimlerine karşılama açısından kullanım olanakları sunmaktadır					
9. Bu mekânın sunmuş olduğu olanaklar kullanım amaçlarına uyumludur.					
10. Bu mekâna başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum					
11. Bu mekân tanıdıklarımla karşılaşmama olanak sağlıyor.					
12. Bu mekânda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.					
ALGISAL ÖZELLİKLER (Aşağıdaki soruları yanıtlarken açık mekânların algısal özelliklerini göz önünde bulundurunuz)					
1. Mekân, yoğun bir insan deneyimi için fırsatlar sunarken, kullanıcıların ona bağlanmasını teşvik ediyor					
2. Mekânın fiziksel tasarımı, konfor ve rahatlama hissini teşvik ediyor.					
3. Bu mekânda otururken, yürürken davranışlarımla uyumlu mekânsal uygunluk sağlamaktadır					
4. Bu mekân kullanıcılar kendini güvende hissediyor.					
5. Bu mekân mimari karakteri çevreye göre farklılık göstermektedir.					
6. Bu mekânda gezinmek ve yön bulmak oldukça kolaydır.					
7. Bu mekândaki mekânsal deneyim oldukça ilgi çekicidir.					

8. Bu mekânın peyzaj karakteri Trabzon'un kimliğini yansıtmaktadır.					
9. Bu mekân kentin önemli bir cazibe merkezi olarak tanımlanabilir.					
10. Bu mekân kent içinde tanınır ve çevresinden farklılık gösterir.					

D.YER DENEYİMİ

Aşağıda çeşitli başlıklar altında yer alan ifadeleri, fikrinizi en iyi yansıtacak şekilde puanlayınız.

Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
Bu mekânın sunduğu işlevsel olanaklardan memnunum.					
Bu mekânın sunduğu sosyal olanaklardan memnunum					
Bu mekânın sunduğu algısal olanaklardan memnunum.					
Bu mekânı deneyimimden genel olarak memnunum.					

E.YER DUYGUSU

Aşağıda çeşitli başlıklar altında yer alan ifadeleri, fikrinizi en iyi yansıtacak şekilde puanlayınız.

Kesinlikle	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

1-Kesinlikle Katılmıyorum / 5- Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
Bu mekânda yaptığım işler için başka hiçbir mekânı buranın yerine kullanmam.					
Diğer mekânlara kıyasla bu mekândaki deneyimlerimden daha çok memnun					
Bu mekândaki deneyimlerim kim olduğum hakkında çok şey söylüyor.					
Bu mekânla kendimi çok kuvvetli bir şekilde özdeşleştiriyorum.					
Bu mekân benim için çok şey ifade ediyor.					
Bu mekâna çok bağlılık hissediyorum.					
Bu mekâna geldiğimde kendimi mutlu hissediyorum.					
Bu mekânın benim için anlamı büyük.					
Bu mekânın benim bir parçam olduğunu hissediyorum.					

Ek 2.

	Faktör Yükü	Varyans (%)	Ortalama	Güvenirlilik (α)
1.FAKTÖR: İŞLEVSEL (7 Madde)		28,416	3,0271	0,910
4.Bu mekâna çevreden kolayca erişilebilir.	,918			
5. Bu mekân katmanlı buluşma alanları içeriyor	,861			
7. Bu mekânın sınırları ve kenarları tanımlıdır.	,851			
9. Bu mekândaki peyzaj elemanları çeşitlilik gösterir.	,506			
10. Bu mekânın tasarımı ihtiyaç ve gereksinimlere göre değiştirilebilir ve uyarlanabilir.	,922			
11. Bu mekân çevredeki kentsel bağlam için önemli bir yer teşkil etmektedir.	,862			
12. Bu mekâna komşu olan yapılar birbirleriyle ve mekânın biçimlenişiyle uyumludur	,649			
2.FAKTÖRSOSYAL (8 Madde)		17,355	3,5201	0,879
13. Bu mekânda aktivitelerimi gerçekleştirirken diğer insanlarla göz teması ve etkileşim kurabiliyorum.	,757			
15. Mekân çeşitli sosyal grupların kullanımını teşvik etmektedir.	,717			
16. Bu mekân çeşitli sosyal aktivitelere katılımı teşvik etmektedir.	,753			
17. Bu mekân çeşitli sosyal gruplar arasındaki etkileşimi teşvik etmektedir.	,768			
18. Bu mekândaki servis olanakları ve peyzaj elemanları yeterli düzeyde farklı sosyal gruplara hizmet etmektedir.	,597			
22. Bu mekâna başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum	,638			
a	,809			
24. Bu mekânda diğer insanlarla göz teması kurabiliyorum.	,786			
3.FAKTÖR: ALGISAL (5 Madde)		12,760	3,8588	0,846
31. Bu mekândaki mekânsal deneyim oldukça ilgi çekicidir.	,739			
26. Mekânın fiziksel tasarımı, konfor ve rahatlama hissini teşvik ediyor.	,821			
27. Bu mekânda otururken, yürürken davranışlarımla uyumlu mekânsal uygunluk sağlamaktadır	,726			
29. Bu mekân mimari karakteri çevreye göre farklılık göstermektedir.	,597			
34. Bu mekân kent içinde tanınır ve çevresinden farklılık gösterir.	,630			
TOPLAM VARYANS		58,530		

Ek 3.

Kullanım Sıklığı N=211	(f)	(%)
Hergün	5	2,4
Her haftasonu	11	5,2
Haftada birkaç kez	39	18,5
Ayda birkaç kez	90	42,7
Yılda birkaç kez	66	31,3
Kullanım Süresi		
Yarım saatten az	16	7,6
Yarım saat-1 saat	25	11,8
1-2 saat	118	55,9
2-3 saat	37	17,5
3 saatten fazla	15	7,1

ÖZGEÇMİŞ

Mediha ÖZCELEP, ilköğrenimini İskender paşa Okulu'nda bitirdikten sonra lise eğitimini 2006 yılında Trabzon 88.yüzyıl Anadolu lisesinde tamamladı. 2010-2014 öğretim yılında Atatürk Üniversitesi Mimarlık Fakültesi peyzaj mimarlığı bölümünde lisans eğitimine başladı. 2014 yılında bu bölümden mezun oldu. 2015 yılında pedagojik formasyon sertifikası aldı.2019-2023 yıllar arasında Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Bilimleri Anabilim dalında tezli yüksek lisans programına başladı. Evli ve bir çocuk annesidir.2022 yılında güzel sanatlar akademisi resim bölümünde lisans eğitime başladı.