

GSJ JOURNALS SERIE B: ADVANCEMENTS IN BUSINESS AND ECONOMICS

Volume: 2, Issue: 2, p. 50-65, 2020

ÇEVRE PLANLAMASI VE YÖNETİMİ İÇİN PSİKO-SOSYAL GEREK SINİMLERİN AHS (ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ) YÖNTEMİ KULLANILARAK BELİRLENMESİ

DETERMINATION OF PSYCHO-SOCIAL REQUIREMENTS FOR ENVIRONMENTAL PLANNING AND MANAGEMENT USING THE AHP (ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS) METHOD

Figen İlke¹

Mehmet İnceoğlu²

Alper Çabuk²

(Received 10.12.2020 Published 09.05.2020)

Özet

Mekanların tasarlanmasında, insanın psikolojik gereksinimleri her geçen gün daha etkili olmaktadır. İnsan, içinde bulunduğu mekanda yaşamaktan, çalışmaktan ya da bulunmaktan mutlu olmalıdır. Bu bakımdan büyük, küçük tüm mekanlar tasarlanırken insanların tatmin edilmesi açısından, en önemli faktörlerden birisinin, insanın psiko-sosyal gereksinimleri olduğunu söyleyebiliriz. Mekana yönelik ana psiko-sosyal beklentiler; mekansal tatmin, mahremiyet, kişiselleştirme, kimlik, kültür, mekansal anlam olarak sıralanabilir. Bu psiko-sosyal gereksinimler ile doğrudan ilişkili olan mekansal özellikler ise işlev zenginliği ve işlevsel ilişkiler, estetik, mekan hiyerarşisi, moda, esneklik olarak sıralanabilir. Bu çalışmada; çevre ve tasarım psikolojileri ile ilgili genel bilgiler verilecek, tasarımdan etkilenecek bireylerin psiko-sosyal gereksinimlerini tasarım sürecine eklemeye yönelik çalışmalarda kullanılacak bir yöntem önerilecektir. Bu kapsamda, Eskişehir’de uygulanan anketlere bağlı olarak, mekana bağlı temel psiko-sosyal faktörler üzerinde odaklanılmıştır. Bu çalışmada hedef kitlenin kentsel tasarımdan beklentileri kullanım kolaylığı- işlevsellik, geleneksellik-kültür, mekan-işlev zenginliği, kimlik-kendine özgü olma, estetik olarak değerlendirilirken, kullanıcıların kentsel tasarım açısından psiko-sosyal gereksinimleri ise;

¹ Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ankara, Türkiye

² Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Eskişehir, Türkiye

mahremiyet-ie dönüklük, kiŖiselleŖtirme-kimlik, estetik-kültür-moda olarak gruplandırılmıŖtır. Veriler, ankete katılan bireylerin yaŖ, eēitim durumu ve kentsel tasarımdan temel beklentileri ile aprazlanarak farklı yaŖ ve eēitim grupları iin ana psiko-sosyal gereksinimler tespit edilmiŖtir. Bu alıŖma, alıŖmadaki faktörler deēiŖtirilerek, eŖitlendirilerek veya artırılarak farklı mimari tasarım, i mekan tasarımı, peyzaj tasarımı gibi tasarım alıŖmaları iin kullanıcıya yönelik psiko-sosyal gereksinimlerin belirlenmesi amacıyla kullanılabilir.

Anahtar Szckler: Psiko-sosyal gereksinim, evre psikolojisi, Analitik HiyerarŖi Süreci (AHP), Mekansal Planlama ve Tasarım, Kentsel Tasarım

Abstract

Psychological issues become more important each day for spatial designs. Man expects to be pleased with the environment he lives and works in. From this point of view, for a satisfactory spatial design, it becomes one of the most important things to take psychological and social needs of man into account in the first place. The principal spatial design factors are spatial satisfaction, privacy, personalization, identity, culture and spatial meaning. Spatial features that are directly related with these psychological and social needs can be explained as functional variation and relations, aesthetics, spatial hierarchy, fashion and elasticity. Depending on the public questionnaires filled in Eskişehir within this context, five principal psychological and social spatial factors have been dwelt upon for this study. These are classified into three main groups as (1) privacy, (2) personalization-identity, (3) aesthetics-culture-fashion; and then these groups are related and crossed with the age, educational status and main expectations from an urban design of the people, so as to determine the principal psychological and social needs for different age and education groups in the society. The circumstance that exposed generally in the research is that if age and education variations are taken together into consideration, in case of being university graduates and being within the age group between 25 and 35, it is observed that identity-characterization factor becomes considerable for urban design expectations. The factors in this study may be changed, verified or increased in order to determine psychological and social needs of the individuals for different architectural designs, interior design works, landscape designs, etc.

Key words: Psychological and social needs, environmental psychology, AHP, physical design, urban design

1. Giriş

Proshansky (1976), Proshansky (1978), Moore, VanHaitisma, Curytob, ve Sapersteinc, (2003) ve Altman (1973)'a göre, çevre psikolojisi, çevre ve fiziksel mekana ilişkin araştırma yaklaşımları içeren ve bu kapsamda mekanın insan üzerindeki etkisini ve mekan-insan psikolojisi ilişkisini inceleyen bir alandır ve mekan bir özne olmadığına ve bir davranış içinde bulunamayacağına göre, çevre psikolojisinden kastedilen, mekanda bulunan, mekanı algılayan insanın psikolojisidir. Başka bir deyişle mekan psikolojisiyle, insan psikolojisini "olumlu veya olumsuz yönlere etkileyen" mekanların ne gibi niteliklere sahip olduğu konusu tartışılmaktadır.

Modern psikoloji bilimiyle birlikte, uygarlıklarının tarihsel gelişimlerine ışık tutan arkeoloji, etnoloji, antropoloji gibi bilimlerin de gelişmesi, çağdaş estetik kuramlarını zenginleştirmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında gerçekleşen hızlı yapılaşma ve uluslararası mimarlığın zayıf yanları, mimarlığın sorgulanıp bilimsel çalışmaların başlatılmasına neden olmuş ve mimarlar çevreyle uğraşan diğer meslek gruplarıyla disiplinlerarası araştırmalara girmiş, psikolog, sosyolog, antropologlarla çalışmaya başlamışlardır (İmamoğlu 2003; Uluoğlu 2003). Bu gelişmelere bağlı olarak psikoloji, mekan tasarımı konuları içerisine girmeye başlamıştır. İnsan davranışlarıyla fiziki çevre ilişkisini daha iyi anlayabilmek için 1960'lı yıllarda başlayan girişimler "mimari-psikoloji" diye adlandırabileceğimiz yeni bir çalışma alanını ortaya çıkarmıştır (İmamoğlu 2003). Buna bağlı olarak, sosyal psikoloji ve çevre psikolojisi ile ilgili yayın yapan bilimsel dergilerde (Craik, 1973), Stokols (1978), (1987), Russell ve Ward (1982), Holahan (1986), Saegert ve Winkel (1990), Sundstrom, Bell, Busby, ve Asmus (1996) ve Altman ve Rogoff (1987) gibi yazarlar, çevre psikolojisine ilişkin önemli tanımlamalar yapmışlardır.

Stokols (1978)'un "Annual Review of Psychology"de belirttiği gibi çevre psikolojisi, Craik'in çevre psikolojisi ile ilgili temel bir yazı yazmasından sonraki beş yıllık dönemde önemli bir gelişme göstermiştir. Stokols bu yazısında, bu hızlı gelişimi, E.D.R.A. (Environmental Design Research Association)'ın yıllık toplantıları ve uluslararası çevre psikolojisi kongreleri ile açıklamaktadır. Kanada'da ve A.B.D.'de ulusal psikoloji dernekleri bu yıllarda, çevre psikolojisi alanında ilgi grupları kurmuş ve çevre ile davranış arası ilişkileri incelemeye yönelik pek çok dergi yayınlanmaya başlamıştır (Morval 1981).

Önceleri çevre psikoloji ile ilgili yinelenerek verilen tanımlamalarda insana, çevreye ve bunların arasındaki ilişkiye yönelik teorik bilgiler verilmiş, sonraları Sundstrom, Bell, Busby, ve Asmus (1996) ve Saegert ve Winkel (1990) gibi bilim adamları çevre psikolojisi alanının temel uygulama yönelimini ortaya koymuşlardır.

Çevre psikolojisinin köklerinin geleneksel psikoloji içinde nerelere kadar gittiğini belirlemek zordur. Konu ile ilgili ilk örnekler 1950'lerin ortalarına doğru ortaya çıkmıştır. Humphrey Osmond'ın 1957'de psikiyatrik koğuş modelinin temel fonksiyonları üzerine bir çalışması, Sommerge Ross'un 1958'de tıp uzmanlığı içinde, yaşlılarla ilgili sosyal tesisler üzerine yaptıkları araştırmalar, Ittelson, Proshansky ve Rosenblatt'ın psikiyatrik süreçleri etkileyen fiziksel- mekansal faktörlerin analitik bir yaklaşımla ele alınmasına yönelik çalışmaları, dizisel bir stille inşa edilmiş "yeni aile evleri"nde yaşayanların, bu mekansal örgütlenmeden nasıl etkilendiklerine ilişkin Kuper'in çalışması ilk örneklerdendir (Göregenli 2003; Beli, Fisher, Loomis, 1978). "Çevre psikolojisinin kendine özgü kökleri, Barker'in (1968)

davranış ortamı, Lewin'in yaşam alanı ve davranışçılığın altın çağını yaşadığı, insan davranışının temel olarak uyaran-tepki bağlantılarıyla açıklandığı yıllarda yaptığı deneysel çalışmalar sonucunda mekansal öğrenmenin bir tür öğrenilmiş sinirsel örüntüler, temsiller yoluyla gerçekleştiğini öne süren Toliman'a kadar gider. Bu yaklaşımların, çevre psikolojisinin temel paradigmasını paylaştığı söylenebilir: İnsan-mekan ilişkisi yaşantısaldır; öznel eşsiz, karşılıklı olarak dönüştürücü ve dolayısıyla olgunun doğasıyla ilgilidir (Ittelson 2003); mimarinin ve çevre psikolojisinin alanları bütünüyle örtüşür (Göregenli 2003).

Çevre psikolojisi bağlamında önemli hususlardan bir tanesi “mekansal algı”dır. Algıya geçmeden önce irdelenmesi gereken kavramlardan birisi ise “anlam”dır. Anlamın birçok kategorisi ve bunlara karşılık olan bir çok kuramsal yaklaşım vardır. Soyut bir şekilde Gins ve Gins (1979) tarafından “herhangi bir şeyi düşünme isteği, tam olarak bilinmeyenden mevcut anlamı çıkarmak, anlamın farkına varılması” şeklinde tanımlanmıştır. Yapısal çevre, görünen biçimiyle özdeşleşmiş veya başka çağrışım anlamları içinde bireylerin nitelendirme, değer ve yargılarına bağlı anlam yüklerini taşır. Rapaport'a göre anlamlar, açık seçik ve güçlü olduklarında daha kolay iletilirler, dolayısıyla anlaşılabilir ve kodlanabilir olmaları şarttır. Tasarım yetkisini elinde bulunduran fiziksel tasarımcı (mimar-peyzaj mimarı, iç mimar), anlaşılabilirliği hedef almalıdır. Eğer fiziksel tasarım, kitle kültürünün bir formu, bir iletişim işlemi olarak, geniş bir insan topluluğu ile ilişkili ise, tasarımcı tasarımını kullanacak kişileri göz önüne alarak bütün iletişim kodlarına hakim olmalı ve bu kodları esnek bir biçimde değerlendirebilmelidir (Şentürk,1995). Bu noktada tasarımın uygulandıktan sonra, algılanması konusu bu çalışmanın esasını oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle Cüenoğlu (1996) algıyı, çevredeki nesne ve olaylara anlam verme süreci şeklinde açıklar. Algı, psikologa, çevre alanına giriş kapısı sağlamaktadır. Algısal boyutlar, Ittelson'a göre, insanın bireysel ve kültürel olarak varlığının bağımlı olduğu temel değişkenlerdendir. Dansereau tarafından, ortamın görsel kalitesi önemli bir uyum etmeni olması nedeniyle, ekosistemde bir manivela konumuna konan algı, Gestaltçı bir tepki ortaya çıkana kadar, yapısal bir perspektifte ele alınmıştır. Çevre algısının gerçek incelemesi, daha geç gelişmiştir. Ittelson ve arkadaşlarına göre, nesne varsa, özne de vardır. Ancak çevreye katılan olunabilir ve çevrenin öznesi olunamaz. Bu yaklaşım, çevrenin bizi bütünüyle kapsamaması ile açıklanmaktadır. Ittelson ve arkadaşlarına göre algısal bilişsel sistem, bilgi işleme sürecinin oluşturduğu daha genel bir sistemin alt-sistemi gibi düşünülür. Downs, algı ile bilişsel boyutu birbirinden ayırmayı önermiştir. Bununla birlikte üzerinde çalışılacak iki konu ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki, algının biçimsel yanı, çevrenin algılanan öğelerinin örgütlenmesi ve içeriği, diğeri ise temsil ettiklerinin oluşumuna bağlı algısal ve bilişsel kapasitenin gelişimi ele alan genetik perspektiftir (Morval 1981).

Bu konulardan ilkinin içerisinde değerlendirebileceğimiz mekansal tatmin, mekanın algılanması ile doğrudan ilişkili bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. “Mekanları oluşturan malzemeler görsel, işitsel, ısısal ve benzeri özellikleriyle bizi etkiler” (İmamoğlu 2003). Mekansal tatmini, etkilenmişliğin ötesine geçerek o mekanı kullanan kişilerin psiko-sosyal ve temel gereksinimlerine o mekanın ne derecede yanıt verebildiğini değerlendirmeye yarayan bir kriter olarak ele alabiliriz. Bazı çalışmalarda tatmin; objektif çevrenin değeri ve algılanmanın etkisi ölçülerek, konut çevrelerinin kalitesinin değerlendirilmesi için bir kriter olarak gösterilir. Bazı yazarlar, tatmini, davranışların bir göstergesi olarak ele alırken, kişisel davranışın tatmin tarafından etkileneceğini de belirtirler (Atlas ve Özsoy, 1997). İnsanlar, girdikleri mekanda kendi gereksinimlerini karşılamaya yönelik bir arayış içerisindeyler. Arayış sırasında,

ihtiyaçlarına cevap verecek ve içinde yaşayacakları mekanı seçerler. Rapoport (1990)'a göre, burada istekleri ve tercihleri doğrultusunda yapılan bir seçim söz konusudur. Bu mekansal davranış kavramını ortaya koyar. İnsanlar, bu seçimi, bilişsel şemalara ve kültürel değişkenlere bağlı olarak davranışların önceliğini değiştirerek, deneyimlerine, karakterine ve içinde yaşadığı kültürden gelen özelliklerine ve kendi fiziksel ve sosyal özelliklerine bağlı olarak yaparlar. Bu noktada çevre psikolojisinin çalışma alanının sınırları başlar. Holahan (1986) çevre psikolojinin birçok bağımsız alanı çerçevesinde konuyu, insan, çevre ve çevrede insan ile ilgili iyi teorileşmenin yokluğu olarak tanımlamıştır. Bu sorun, daha basit eğilimlerden oluşan karmaşık eğilimler olarak çalışmanın hangi parçalarının ilişkili olacağı ile teorik uzlaşmanın yokluğu nedeniyle kaçınılmaz şekilde çeşitli olan değişkenler arasında anlamlı teorik bir ilişki kurulmasında zorluk teşkil etmektedir. Bu karmaşada, Lawton'un çevresel gerontoloji çalışmalarında ortaya koyduğu yaşlı insanlar ve çevreleri arasındaki karşılıklı ilişkileri kapsamındaki kuramlar (Lawton ve Nahemow 1973; Lawton 1986), Carp (1987); Regnier ve Pynoos (1987); Cohen ve Weisman (1991); Moos ve Lemke (1994); Brent ve Schwarz (1999) gibi konunun önde gelen araştırmacıları tarafından sıkça referans olarak kullanılan kuramlar olarak ortaya çıkmıştır. Bu model, Lawton ve Simon (1968)'in çevresel yumuşak başlılık hipotezi diye tanımladığı basit bir terimden gelmektedir. "Az yeterli bireyin üzerinde çevresel faktörlerin etkileri daha büyüktür." Hipotezi, öncü çevre psikolojisinin çevrenin insan ve insan davranışı üzerindeki etkisini ortaya koyan geleneksel uyarıcı tepki kavramsallaştırmasını yansıtmaktadır (Altman ve Rogoff 1987; Saegert ve Winkel 1990). Bu kuram artık daha sistematik ve disiplinler arası şekilde daha çok çevre psikolojisi kuramı çerçevesinde ele alınmaktadır (Moore, VanHaitma, Curyto**b**, ve Saperstein**c** 2003). Lawton (1986)'ın geliştirdiği insanın, çevrenin ve çevre insan ilişkisi canlandırması bu makaleye konu olmuştur.

Bir insanın mekan ile ilgili temel ihtiyaçlarını güvenlik, barınma-yerleşme, sağlık, fiziksel konfor, ergonomi olarak sıralayabiliriz. Daha önce de sözü edildiği gibi, mekana ilişkin temel gereksinimlerin karşılanışlık düzeyinin yükselmesi, beraberinde, mekana ait psiko-sosyal gereksinimlerin karşılanması gerekliliğini getirmektedir. Bunlar; mahremiyet, kişiselleştirme, mekansal anlam, kimlik ve tatmin vb. olarak sıralanabilir. Ancak, anlamın doğru iletildiği, tasarım tarafından yüklenen anlamı açıkça algılanabilen ve algılanmanın doğru, yeterli yapıldığı mekanlarda, kullanıcı tatmininden söz edilebilir. Bu nedenle, kullanıcı tatminini sağlayacak psiko-sosyal parametreler ve psiko-sosyal gereksinimler, tasarım çalışmalarında son derece önemlidir.

Mahremiyet, kişiye veya bir gruba diğerlerinin optimum düzeyde yaklaşma koşulu olarak tanımlanabilir. Altman (1980), mahremiyeti, optimum düzeydeki toplumsal bir eylem biçimi olarak tanımlamakta ve mahremiyetin, insanın içinde bulunduğu durum ve eylem türü arasındaki ilişkilere ışık tuttuğunu söylemektedir. Rapoport (1977) mahremiyeti, sahip olunan seçenekleri ve istenen ilişkileri kontrol edebilme kabiliyeti olarak tanımlar.

Psiko-sosyal açıdan bir diğer önemli faktör mekansal kişiselleşmedir. Kişisel mekan ihtiyacı, mahremiyetin sağlanmasında temel mekanizmadır.

Kimlik ilk olarak, bir değerlendirme mekanizmasıdır. Sosyal sistemin bize sunduğu çeşitli seçenekleri, yapmak istediğimiz şeylere göre kendimiz ayarlamaya çalışırız; bize dayatılan şeyleri kendi bireyselliğimiz ve özelemlerimize uygun olarak ayarlamaya, değiştirmeye çaba harcarız. Kişisel kimliğimiz, bu etkinliğin en temel kıstasıdır.

Psiko-sosyal ihtiyaçlarla doğrudan ilişkili mekansal özellikler; işlevsel ilişkiler, mekan hiyerarşisi ve zenginliği, sembolik anlam, esneklik, moda, estetik, kültür vb. olarak sıralanabilir. Psiko-sosyal anlamda tasarımın beğenilmesi açısından yönlendirici olan iki temel faktör, estetik ve kültürdür. Günümüzde estetik, özellikle plastik sanatlarda, sanat psikolojisini ve sanat sosyolojisini içeren zaman ötesi, içeriksel, karşılaştırmalı bir bilim dalı olarak gelişmektedir (Nasar, 1989). Canter (1977-1988), faktör analizi yardımıyla, gerek mimarların gerekse mimar olmayanların uyarıcı bir çevreye karşı tepkilerinde ana faktörün “memnuniyet faktörü” olduğunu saptamıştır. Berlyne (1971) ise, yapmış olduğu bir araştırmada, uyarıcının görsel karakterinin dikkat çekme, bakma süresi veya seçimsel güçlük gibi davranışları etkilediğini göstermiştir (Aydınlı, 1993). Beğenileri ve mekansal tatmini önemli ölçüde etkileyen kültürü, Rapaport (1969), bileşenlerine ayırarak, kültür ve insan davranışı arasındaki ilişkiyi; dünya görüşü, inançlar, değerler ya da şemalar ve yaşam şekilleri, eylemler zinciri olarak, soyuttan somuta bir süreç ile açıklamaktadır. Kültür kavramının, aynı zamanda, fiziksel tasarım ile de ilgili olduğu çok açıktır. Kültür özel bir dünya görüşüdür, dünya görüşü ise idealleri ve seçenekleri yansıtır.

2. Yöntem

2.1. Örnekleme ve Veri Toplama Araçları

Kentsel tasarım açısından psiko-sosyal kalite parametrelerinin belirlenmesini amaçlayan bu araştırmanın ana materyalini, psiko-sosyal parametrelerin tespit edilmesi için uygulanan anket oluşturmaktadır. Anketle, farklı yaş ve eğitim durumlarına bağlı olarak yapılması düşünülen kentsel tasarım çalışmalarının yönlendirilmesinde etkili olan psiko-sosyal faktörlerle, bunların etkinlik derecelerinin belirlenmesi ve bu bağlamda bu çalışmanın ülkemizde kentsel tasarım çalışmasının etkilediği kitlelerin gereksinimlerini göz ardı etmeyen tasarım programlarının oluşturulmasında yararlanabilecek bir veri kaynağı olması amaçlanmıştır. Gerekli dokümanların sağlanmasının ve çevre psikolojisi ile sosyal psikolojinin esasları doğrultusunda çalışmanın amacının belirlenmesinin ardından, kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelerin belirlenmesinde açıklayıcı literatüre dayalı teorik bilgilere çalışmanın birinci bölümde yer verilmiştir. Kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelerin belirlenmesi için hedef kitle ve eğitim tipine ilişkin önceliklerin sıralanmasında uygulanan yöntemin belirlenmesinde Akpınar (1995) tarafından yapılan alan kullanım alternatiflerinin, belirlenmesinde Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) tekniğinin kullanılmasına dayalı çalışma yönlendirici olmuştur. AHS analitik sıralanım işlemlerine göre geliştirilmiş bir tekniktir (Çabuk 1996). Çalışmada amaç, kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelerin belirlenmesi olduğundan öncelikle bu parametreleri belirlemek ve hedef kitleye yönelik verileri elde etmek amacıyla bir anket yapılmıştır. Anket sonuçlarına bağlı kalarak hedef kitleye ve psiko-sosyal parametrelere ilişkin önceliklerin saptanılması amaçlanmıştır. Bu amaçla kentsel tasarım çalışmaları için psiko-sosyal parametrelerin belirlenmesine ilişkin önceliklerin belirlenmesi amaçlı bir set oluşturulmuştur. Önceliklerinin belirlenmesinde değerlendirme faktörü olarak anketler ile ortaya konulan hedef kitlenin yaş grupları, hedef kitlenin eğitim durumları ve hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirme, değerlendirme faktörü olarak kullanılmıştır. Değerlendirme faktörlerinin karşılıklı değerlendirilmesi amacıyla matrisler oluşturulmuş ve bu matrislerin puanlanmasında anket sonuçlarından yararlanılmıştır. Bu bakımdan anket sorularının, hem AHS’de kullanılabilmeye, hem de geleneksel anket değerlendirme yöntemlerine uygun olmasına çalışılmıştır (Çabuk 1996). Anket, Eskişehir

kentinde uygulanmıştır. Eskişehir kentinin bir metropol olması elde edilecek sonuçlar açısından önemlidir ve genellemeye götürebilecek bulgular içerebilir. Anketin uygulanacağı grup, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri yardımıyla bir örnek plan hazırlanmasıyla belirlenen, tüm gelir gruplarını farklı ağırlıklarda temsil eden toplam 100 hane halkını temsilen hane halkı fertlerinden birini içeren yığındır. Örneklemeye çerçevesi oluşturulurken tüm birimlerin, tekrarlanmadan çerçeveye dahil edilmiş olması sağlanmıştır. Ankette veri derleme, karşılıklı görüşme yoluyla yapılmıştır. Sonuca yönelik örneklem birimi, örnek yığın içerisinde yer alan hane halkları bireylerinden birisi olmuştur. Araştırmanın yapılacağı yığın oldukça heterojen bir yapıya sahiptir. Yığında birimler arası değişim oranının yüksek olması varyansın büyük olmasına yol açmıştır. Bu durumda basit tesadüfi örneklem yönteminin kullanılması mümkün olmamıştır. Görtan (1982)'a göre yığın çerçevesinin belirlenemediği ve yığınlar arası homojenliği olmadığı hallerde kümeleştirilmiş örneklem yöntemi kullanılmaktadır (Çabuk 1996). Ancak bu yöntemde yalnızca çekilen kümedeki birimlerin örneğe alınma olasılığı var iken tabakalaştırılmış örneklem yönteminde tüm birimlerin örneğe girme şansları olacaktır. Bu araştırma yalnız belirli bir bölge için geliştirilmemiş, tüm Türkiye'ye genelleştirilebilecek bir araştırma ortaya konmuştur. Bu bakımdan bu çalışmada tabakalı örneklem yöntemi kullanılmasının daha sağlıklı sonuçlara ulaşmak açısından daha yararlı olduğu düşüncesiyle yığını tabakalara ayırdıktan sonra örneğe birim seçerken basit tesadüfi örneklem yöntemi yerine, tabakalı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Böylece anketör hatası azaltılmıştır. Ayrıca sistematik örneklem yönteminin uygulanması daha kolay olmuş ve birim başına daha fazla bilgi sağlanmıştır. Anketör hatasının az olması, varyansın küçük olmasına ve sağlıklı bilgi edinilmesine yardımcı olmuştur (Çabuk 1996). Araştırma Eskişehir'de soruların yöneltileceği grup, gelir gruplarına göre tabakalara ayrılmıştır ve farklı gelir gruplarını temsil eden üç semtte anket uygulanmıştır. Her tabakada tabaka nüfusu ile orantılı olmak şartıyla birimler seçilmiştir. Anketin uygulanacağı her ilçede örnek bloklardan birim seçilirken, o semte ait gelir grubuna uygun olabilmesi amacı ile örneklem birimlerinin gelir düzeyleri dikkate alınarak, örnek seçimi yapılmış ve anketin uygulanmasıyla oluşan sonuçlar araştırmaya veri kaynağı olarak aktarılmıştır. Anketten elde edilen sonuçların kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelere ilişkin önceliklerin belirlenmesi aşamasında Saaty (1980) tarafından önerilen AHS yöntemi yardımıyla oluşturulan matrisler kullanıldı. Saaty (1980) tarafından geliştirilen ölçüm ıskalası Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1.

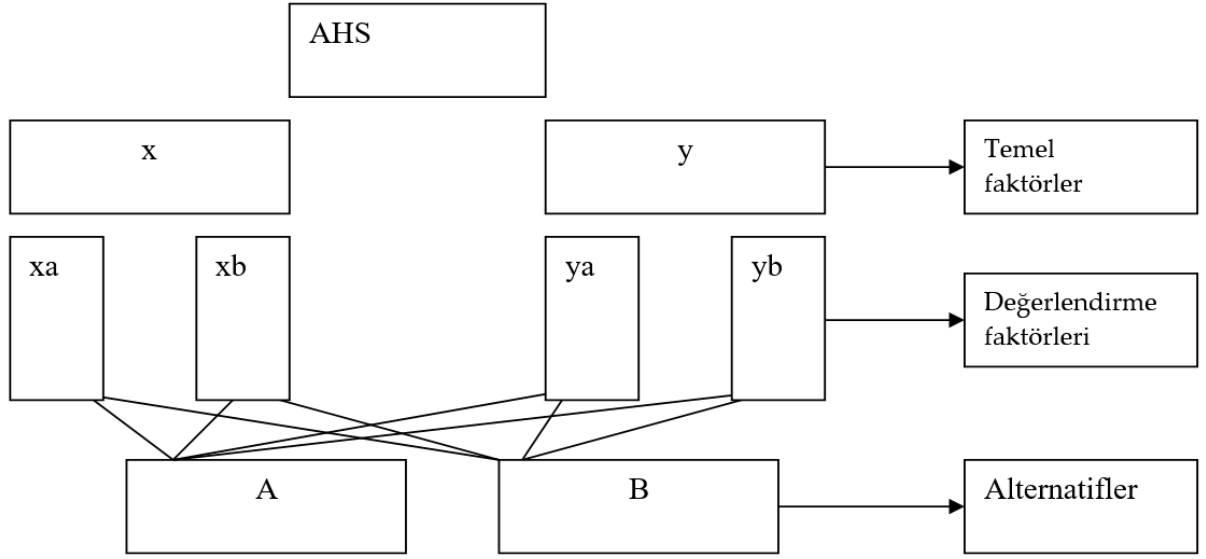
Anket sonuçlarının matrislerle yapılan ikili karşılaştırmalarda yararlanılmasında kullanılan Saaty (1983) tarafından geliştirilen ölçüm ıskalası (Akpınar 1995)

Önem derecesi	Tanımı
1	Eşit derecede önemli
3	Zayıf derecede daha önemli
5	Kuvvetlice daha önemli
7	İspatlanmış derecede daha önemli
9	Kesinlikle daha önemli
2,4,6,8	Birbirine yakın iki değerlendirme arasındaki ara değerler

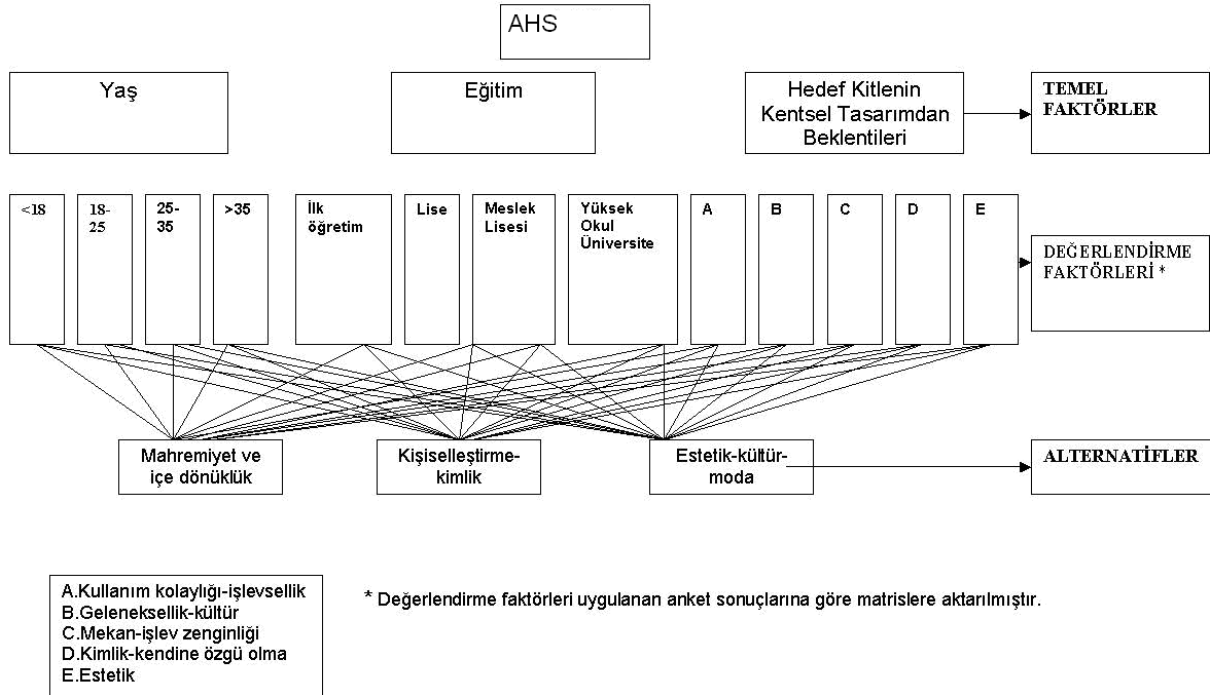
2.2.İşlem

Matris doldurulurken faktörlerin önem ağırlıkları karşılaştırılmıştır. Örneğin hedef kitlenin eğitim durumlarının hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirmeye göre göreceli önemi 2 değerini aldıysa, hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirmenin hedef kitlenin eğitim durumlarına göre göreceli önemi 1/2 olmuştur Bir faktörün kendisiyle karşılaştırılmasında oran "1" değerini almıştır. Bu bakımdan matrislerin sol üst köşelerinden sağ alt köşelerine giden diyagonalleri için tüm değerler "1" olmuştur. Matrislerin puanlanmasının tamamlanmasının ardından her set faktörünün alternatiflerin önem sırasına göre sıralanmasında göreceli ağırlığını belirleyebilmek için temel özvektörleri (p) hesaplanmıştır. Şekil 1.'de yöntemi açıklamak amacıyla iki alternatif (A - B) arasında karar vermek için oluşturulmuş iki temel faktörü (x - y) ve bunlara bağlı ikişer değerlendirme faktörü olan (xa.xb - ya.yb) örnek bir set verilmiştir (Çabuk 1996, Akpınar 1995). Şekil 1'e göre karar vermek için yapılması gereken şey öncelikle temel faktörlerin göreceli önemlerinin değerlendirileceği bir matris oluşturmaktır.

Bu matris oluşturulduktan sonra X temel faktörüne bağlı xa ve xb değerlendirme faktörlerinin alternatifler göz önünde bulundurulduğunda ne derece önemli olduklarına ilişkin bir başka matris daha oluşturulmalıdır. Daha sonra ise xa ve xb ayrı ayrı dikkate alındıklarında hangi alternatifin ne oranda uygun olduğunun puanlanacağı iki matris daha oluşturulmalıdır. X değerlendirme faktörüne ilişkin bu matrisler oluşturulduktan sonra Y temel faktörüne bağlı ya ve yb değerlendirme faktörlerinin alternatifler, göz önünde bulundurulduğunda ne derece önemli olduklarına ilişkin bir başka matris daha oluşturulmalıdır. Bu matrislerin oluşturulmasından sonra ya ve yb ayrı ayrı dikkate alındıklarında hangi alternatifin ne oranda uygun olduğunun puanlanacağı iki matris daha oluşturulmalıdır. Tüm matrisler oluşturulduktan ve puanlandıktan sonra her bir matrise ilişkin maksimum özdeğer (\bar{U}_{max}) ve uyumluluk indeksi (CI) hesaplanmalıdır. Bu değerler uyumluluk oranının (CR) hesaplanabilmesi için gereklidir. Uyumluluk oranı matrislerin puanlanmasına bir mantık hatası olup olmadığını belirlemede kullanılmaktadır. Eğer uyumluluk oranı %20'den (0.2) küçükse özvektör (μ) hesaplanmalıdır. Bu değer %20 den fazla olduğu matrisler yeniden puanlanmalıdır. Bu değerlerin hesaplanması sonucunda xa ve xb değerlendirme faktörleri için oluşturulan matrislerden bu değerlendirme faktörleri ayrı ayrı dikkate alındığında hangi alternatifin ne oranda uygun olduğunu gösteren özvektör (μ) değerleri ile oluşturulan matrisle xa ve xb'nin göreceli önemlerinin karşılaştırması için oluşturulmuş matrise ilişkin özdeğerin çarpımıyla x temel faktörüne ilişkin xa ve xb değerlendirme faktörlerinin ikisi de dikkate alındığında hangi alternatifin ne derecede uygun olduğunu gösteren matris ortaya çıkacaktır Bu işlemin y temel faktörü için de yapılmasıyla ortaya çıkacak matrisle. x temel faktörüne ilişkin xa ve xb değerlendirme faktörlerinin ikisi de dikkate alındığında hangi alternatifin ne derecede uygun olduğunu gösteren matris birleştirilerek oluşturulan matrisin x ve y temel faktörlerinin göreceli önemlerinin karşılaştırması için oluşturulmuş matrise ait özdeğerin çarpımıyla sete ilişkin tüm faktörler dikkate alındığında hangi alternatifin ne oranda uygun olduğunu gösteren matris ortaya çıkacaktır (Çabuk 1996). Şekil 2'de çalışmadaki AHS'nin kullanımı verilmiştir.



Şekil 1. AHS tekniğini açıklamak amacıyla iki alternatif (A - B) arasında karar vermek için oluşturulmuş" iki temel faktörü (x - y) ve bunlara bağlı ikişer değerlendirme faktörü olan (xa,xb - ya.yb) örnek set (Çabuk 1996, Akpınar 1995)



Şekil 2. Kentsel tasarımda psikososyal parametrelere ilişkin önceliklerin belirlenmesi amacıyla oluşturulan bu sete ilişkin temel faktörler, değerlendirme faktörleri ve alternatifler

3.Bulgular

Mekanlar, kültür, sosyo-ekonomik düzey gibi faktörlerden etkilenecek şekilde şekillenir. Bu bakımdan, kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelere ilişkin önceliklerin belirlenmesi amacıyla oluşturulan bu sette, alternatiflere etki eden temel faktörler; hedef kitlenin yaş durumları, eğitim durumları ve tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirmeler olarak alınmıştır. Bu temel faktörlere ilişkin değerlendirme faktörlerine ait puanlamalarda anket sonuçlarından yararlanılmıştır. Şekil 2’de kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelere ilişkin önceliklerin belirlenmesi amacıyla oluşturulan bu sete ilişkin temel faktörler, değerlendirme faktörleri ve alternatifler görülmektedir. Kentsel tasarımda psiko-sosyal parametrelere ilişkin önceliklerin belirlenmesinde yapılacak ilk iş, setteki temel faktörlerin önem derecelerine göre puanlanmasıdır. Puanlama yapılırken hedef kitlenin eğitim durumu ve yaş durumu, hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirmeye göre çok daha az önemli bulunmuştur. Bu puanlama ve matrise ilişkin değerler Tablo 2’de verilmiştir. Tabloda görülen değerlere göre bu matrisin maksimum özdeğeri ve uyumluluk indeksi, uyumluluk oranının hesaplanabilmesi için belirlenmiş, uyumluluk oranı %20’nin altında olduğu için puanlamaya ilişkin bir hata bulunmamıştır ve matrisin özvektörü hesaplanmıştır. Burada bulunan özvektör tüm değerlendirme faktörleri dikkate alındığında alternatiflerin uygunluk oranlarının belirlenmesinde kullanılmıştır.

Tablo 2. Kentsel tasarımda psikososyal parametrelere ilişkin alternatiflerin belirlenmesine etki eden temel faktörlerin karşılaştırılması

	YG	ED	TB	
Hedef kitlenin yaş grupları(YG)		1	1	2
Hedef kitlenin eğitim durumları (ED)		1	1	2
Tasarımdan beklentiler (TB)		1/2	1/2	1
m=	0.400	Ü _{max}	: 3.00	
	0.400	CI	: 0.000	
	0.200	CR	: 0.000	

Bu aşamadan sonra yapılan iş, temel faktörlere ilişkin değerlendirme faktörlerinin kendi içlerinde değerlendirilmesi ve değerlendirme faktörleri birer birer dikkate alındığında ilgili değerlendirme faktörü için hangi faktörlerin ne oranda uygun olduğunun belirlenmesidir. Hedef kitlenin yaş durumları temel faktörüne ilişkin değerlendirme faktörlerinin puanlanmasında yapılan anketlerden yararlanılmıştır. Buna göre oluşturulan matrise ilişkin değerler tespit edilmiştir. Anket sonuçlarına bağlı olarak yapılan bu değerlendirme sonucunda hedef kitle içinde yaş durumlarına bağlı olarak en önemli grubun 25 yaşın üzerindeki kitle olduğu ortaya çıkmıştır. Daha sonra hedef kitlenin yaş durumlarına bağlı değerlendirme faktörleri için birer birer hangi faktörün ne oranda önemli olduğu belirlenmiştir. Yaş durumları dikkate alındığında 18 yaşın altındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler tespit edilmiştir. Bu matrise göre hesaplanan özvektör değerine bakılarak 18 yaşın altındaki kitle için en önemli faktörün estetik-kültür-moda olduğu söylenebilir. Yaş durumları dikkate alındığında 18-25

yaş arasındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler belirlenmiştir. Bu matrise göre hesaplanan özvektör değerine bakılarak 18-25 yaş arasındaki kitle için en önemli faktörün mahremiyet ve içe dönüklük olduğu söylenebilir. Yaş durumları dikkate alındığında 25-35 yaş arasındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler belirlenmiştir. Bu matrise göre hesaplanan özvektör değerine bakılarak 25-35 yaş arasındaki kitle için en önemli faktörün kişiselleştirme-kimlik olduğu söylenebilir. Yaş durumları dikkate alındığında 35 yaşın üzerindeki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler belirlenmiştir. Bu matrise göre hesaplanan özvektör değerine bakılarak 35 yaşın üzerindeki kitle için en önemli faktörün mahremiyet ve içe dönüklük olduğu söylenebilir. Son olarak, değerlendirme faktörlerinin her birine ait özvektörlerin bir matris olarak bir araya getirilmesi ve bunun Tablo 3’de verilen özvektör değeri ile çarpılmasıdır. Böylece sadece yaş temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün hedef kitleye ne oranda uygun olduğu belirlenmiştir. Örneklemek açısından yukarıda işlemlere ait tek bir matris Tablo 4’de verilmiştir. Çalışmanın her aşamasında farklı kriterler için bu matris esas alınarak değerlendirmeler yapılmış ve gerekli değerler hesaplanmıştır. Matrislerin çarpımına bağlı çıkan değerler Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 3. Yaş temel faktörüne ilişkin değerlendirme faktörlerinin karşılaştırılması

	< 18	18-25	25-35	>35
< 18	1	1/7	1/9	1/9
18-25	7	1	1/3	1/3
25-35	9	3	1	2
>35	9	3	1/2	1
m=	0.035	U _{max}	: 4.156	
	0.163	CI	: 0.052	
	0.469	CR	: 0.058	
	0.333			

Tablo 4. Yaş durumları dikkate alındığında 18 yaşın altındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler²

	A	B	C
MAHREMİYET VE İÇE DÖNÜKLÜK (A)	1	7	1/3
KİŞİSELLEŞTİRME-KİMLİK (B)	1/7	1	1/9
ESTETİK-KÜLTÜR-MODA (C)	3	9	1
m=	0.288	Ü _{max}	: 3.080
	0.055	CI	: 0.040
	0.657	CR	: 0.065

² Burada örneklenen matris ve işlem aşağıda belirtilen aşamalarda gerekli değerlerin hesaplanmasında da kullanılmıştır.

Yaş durumları dikkate alındığında 18 yaşın altındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, yaş durumları dikkate alındığında 25-35 yaş arasındaki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, yaş durumları dikkate alındığında 35 yaşın üzerindeki kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, ilköğretim mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, lise mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, meslek lisesi mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, üniversite ve yüksek okul mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemede, kullanım kolaylığının psikososyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik değerlerin hesaplanmasında, geleneksellik-kültür faktörünün psikososyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik değerlerin hesaplanmasında, mekan-işlev zenginliği faktörünün psikososyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik değerlerin hesaplanmasında, kimlik-kendine özgü olma faktörünün psikososyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik değerlerin hesaplanmasında, estetik ve kalite faktörünün psikososyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik değerlerin hesaplanmasında

Tablo 5. Sadece hedef kitlenin yaş durumları temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik çarpım ve alternatifler

>18	18-25	25-35	<35	özvektör	Alternatifler	
0.288	0.637	0.307	0.582	0.035	0.452	
0.055	0.104	0.643	0.367	x	=	0.443
0.657	0.259	0.050	0.051	0.469	0.105	
				0.333		

Tüm bu değerlendirmeler sonucunda hedef kitlenin yaş grupları dikkate alındığında en önemli faktör mahremiyet ve içe dönüklüktür. Hedef kitlenin eğitim durumları temel faktörüne ait değerlendirme faktörlerinin karşılıklı puanlanmasında yine anket sonuçlarından yararlanılmıştır. Bu puanlama ve matrise ilişkin değerler Tablo 6.'de verilmiştir.

Tablo 6. Eğitim temel faktörüne ilişkin değerlendirme faktörlerinin karşılaştırılması

	İlköğretim	Lise	Meslek lisesi	Üniversite – yüksek okul
İlkokul	1	1/7	1/3	1/7
Lise	7	1	7	1/2
Meslek lisesi	3	1/7	1	1/9
Üniversite - Yüksek Okul	7	2	9	1
0.046		Ümax	: 4.236	
m= 0.348		CI	: 0.079	
0.076		CR	: 0.087	
0.530				

Anket sonuçlarına bağlı olarak yapılan bu değerlendirme sonucunda hedef kitle içinde en önemli grubun yüksek okul, üniversite ve lise mezunu kitle olduğu ortaya çıkmıştır. Bu aşamadan sonra hedef kitlenin eğitim durumlarına bağlı her değerlendirme faktörü için birer birer hangi alternatifin ne oranda önemli olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumları dikkate alındığında ilk ve ortaokul mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerlendirme ortaya çıkarılmıştır. Buna göre hesaplanan özvektör değerine göre ilköğretim mezunu kitle için en önemli faktörün mahremiyet ve içe dönüklük olduğu söylenebilir. Eğitim durumları dikkate alındığında lise mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler ortaya konulmuş ve buna bağlı hesaplanan özvektör değerlerine göre lise mezunu kitle için en uygun faktörün mahremiyet - içe dönüklük olduğu söylenebilir. Eğitim durumları dikkate alındığında otelcilik meslek lisesi mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler ortaya konulmuş ve buna bağlı hesaplanan özvektör değerine göre meslek lisesi mezunu kitle için en önemli faktörün mahremiyet ve içe dönüklük olduğu söylenebilir. Eğitim durumları dikkate alındığında üniversite ve yüksek okul mezunu kitle için hangi faktörün ne oranda önemli olduğunu belirlemeye yönelik matris ve değerler ortaya konulmuş ve buna bağlı hesaplanan özvektör değerine göre üniversite ve yüksek okul mezunu kitle için en önemli faktörün kişiselleştirme-kimlik olduğu söylenebilir.

Hedef kitlenin eğitim durumu temel faktörü değerlendirme faktörlerinin her birine ait özvektörlerin bir matris olarak bir araya getirilmesi ve bunun Tablo 6'de verilen özvektör değeri ile çarpılmasıyla sadece eğitim temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün hedef kitle açısından ne derecede önemli olduğu belirlenmiştir. Matrislerin çarpımı ve buna bağlı olarak ortaya çıkan değerler Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sadece hedef kitlenin eğitim durumları temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün ne oranda uygun olduğunu belirlemeye yönelik çarpım ve alternatifler

İlköğretim	Lise	Meslek lisesi	Üniversite	Özvektör	Alternatifler
0.735	0.735	0.655	0.147	x	0.046 = 0.657
0.207	0.207	0.290	0.787		0.348
0.058	0.058	0.055	0.066		0.076
					0.530

Tüm bu hesaplamalar ışığında hedef kitlenin eğitim durumları dikkate alındığında en uygun faktörün mahremiyet ve içe dönüklük olduğu söylenebilir. Çalışmanın bir sonraki aşamasında hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirmeler ile psiko-sosyal faktörlerin kendi içlerinde karşılıklı değerlendirmeleri yapılmıştır. Hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini için değerlendirme faktörlerinin karşılıklı puanlanmasında yine anket sonuçlarından yararlanılmıştır. Bu puanlama ve matrise ilişkin değerler Tablo 8'da verilmiştir.

Anket sonuçlarına bağlı olarak yapılan bu değerlendirme sonucunda psiko-sosyal faktörlerin belirlenmesine yönelik hedef kitlenin tasarım beklentileri içinde en önemlisinin geleneksellik-kültür ve estetik-kalite olduğu ortaya çıkmıştır. Bu aşamadan sonra hedef kitlenin eğitim durumlarına bağlı her değerlendirme faktörü için birer birer hangi alternatifin ne oranda uygun olduğu belirlenmiştir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri dikkate alındığında kullanım kolaylığı faktörünün psiko-sosyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik matris ve değerler belirlenmiş ve hesaplanan özvektör değerine göre kullanım kolaylığının psiko-sosyal parametreler ile çaprazlanmasından en önemli psiko-sosyal faktörlerin mahremiyet-içe dönüklük ve kişiselleştirme-kimlik olduğu söylenebilir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri dikkate alındığında geleneksellik-kültür faktörünün psiko-sosyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik matris ve değerler belirlenmiş ve hesaplanan özvektör değerine göre geleneksellik-kültür faktörünün psiko-sosyal parametreler ile çaprazlanmasından en önemli psiko-sosyal faktörlerin kişiselleştirme olduğu söylenebilir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri dikkate alındığında mekan-işlev zenginliği faktörünün psiko-sosyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik matris ve değerler belirlenmiş ve hesaplanan özvektör değerine göre mekan-işlev zenginliği faktörünün psiko-sosyal parametreler ile çaprazlanmasından en önemli psiko-sosyal faktörlerin kişiselleştirme-kimlik olduğu söylenebilir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri dikkate alındığında kimlik-kendine özgü olma faktörünün psiko-sosyal parametreler ile karşılıklı değerlendirilmesine yönelik matris ve değerler belirlenmiş ve hesaplanan değerine göre kimlik-kendine özgü olma faktörünün psiko-sosyal parametreler ile çaprazlanmasında tüm psiko-sosyal faktörlerin eşit ağırlıkta olduğu söylenebilir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri dikkate alındığında estetik ve kalite faktörünün psiko-sosyal parametreler ile

karşılıklı değerlendirilmesine yönelik matris ve değerler belirlenmiş ve hesaplanan özvektör değerine göre estetik-kalite faktörünün psiko-sosyal parametreler ile çaprazlanmasında kişiselleştirme-kimlik psiko-sosyal faktörünün en önemli olduğu söylenebilir. Hedef kitlenin tasarımdan beklentileri temel faktörü değerlendirme faktörlerinin her birine ait özvektörlerin bir matris olarak bir araya getirilmesi ve bunun Tablo 8'da verilen özvektör değeri ile çarpılmasıyla sadece hedef kitlenin tasarımdan beklentileri temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün hedef kitleyi temsil etmekte ne oranda uygun olduğu belirlenmiştir (Tablo 9).

Sadece hedef kitlenin tasarımdan beklentileri temel faktörü dikkate alındığında en önemli faktör kişiselleştirme olarak ortaya çıkmıştır. AHS için temel ve değerlendirme faktörlerine ilişkin karşılaştırmalar ve her değerlendirme faktörü ve temel faktör için ayrı ayrı alternatifler uygunluk sırasına göre belirlenmiştir. Sonra sıra, birinci setteki tüm faktörler için hangi alternatifin ne derece önemli olduğunun ve bu alternatife ne oranda yer verilmesi gerektiğini belirlemeye gelmiştir. Psiko-sosyal faktörlerin önem sırasına göre belirlenmesine yönelik set için hedef kitlenin yaş durumu, hedef kitlenin eğitim durumu ve hedef kitlenin tasarımdan beklentilerini içeren değerlendirme için ayrı ayrı tüm değerlendirme faktörleri dikkate alınarak hesaplanan alternatifler değerlerin bir araya getirilmesiyle oluşan matrisin, temel faktörlerin karşılaştırılması ile elde edilen özvektör değeri ile çarpılmasıyla birinci setteki tüm faktörler için hangi alternatifin ne derece önemli olduğunun ve bu alternatife ne oranda yer verilmesi gerektiği belirlenmiştir (Tablo 10).

Tüm faktörler göz önünde tutulduğunda kentsel tasarım çalışmaları açısından halkın genel beklentisi mahremiyet ve içe dönük bir yaşama mekanı olması olarak karşımıza çıkmıştır. Yaş grupları ve eğitim durumlarına bağlı olarak kentsel tasarımın şekillenmesinde etkili olması gereken temel faktörler Tablo 11'da verilmiştir.

Tablo 8. Hedef ve politikalar temel faktörüne ilişkin değerlendirme faktörlerinin karşılaştırılması

	KK	GK	Mİ	KO	EK
Kullanım kolaylığı-işlevsellik (KK)	1	1/7	1/5	2	1/7
Geleneksellik-kültür (GK)	7	1	3	7	2
Mekan,işlev zenginliği (Mİ)	5	1/3	1	5	1/3
Kimlik-kendine özgü olma (KO)	1/2	1/7	1/5	1	1/7
Estetik ve kalite (EK)	7	1/2	3	7	1
0051		Ümax	: 5.212		
0.422					
m = 0.166		CI	: 0.053		
0.039					
0.322		CR	: 0.047		

Tablo 9. Sadece hedef kitlenin tasarımdan beklentileri temel faktörü dikkate alındığında hangi faktörün hedef kitleyi ne oranda temsil ettiğini belirlemeye yönelik çarpım ve alternatifler

KK	GK	Mİ	KO	EK	özvektör	Alternatifler
0.455	0.207	0.257	0.333	0.257	0.051	0.249 A
0.455	0.735	0.638	0.333	0.638	X 0.422	= 0.658 B
0.090	0.058	0.105	0.334		0.166	0.093 C
			0.105		0.039	
					0.322	

Tablo 10. Birinci sete ilişkin tüm faktörler dikkate alındığında hangi alternatifin ne oranda uygun olduğunu belirlemeye yönelik çarpım ve alternatifler

Yaş	Eğitim	Tasarım Bekl.	özvektör	Alternatifler
0.452	0.697	0.249	0.400	0.4934 MAHREMİYET VE İÇE DÖNÜKLÜK
0.443	0.241	0.658	X 0.400	= 0.4052 KİŞİSELLEŞTİRME-KİMLİK
0.105	0.062	0.093	0.200	0.1014 ESTETİK-KÜLTÜR-MODA

Tablo 11. Farklı eğitim ve yaş gruplarına bağlı kentsel tasarımın şekillenmesinde etkili olması gereken temel faktörler

< 18	Estetik-kültür-moda
18-25	Mahremiyet ve içe dönüklük
25-35	Kişiselleştirme-kimlik
>35	Mahremiyet ve içe dönüklük
İlköğretim	Mahremiyet ve içe dönüklük
Lise	Mahremiyet ve içe dönüklük
Meslek lisesi	Mahremiyet ve içe dönüklük
Üniversite	Kişiselleştirme-kimlik

4.Tartışma ve Öneriler

Toplumların gelişmişlik düzeyi artıkça insanların ihtiyaçlar listesinin ilk sıralarında yer alan, güvenlik, barınma, sağlık gibi temel ihtiyaçlarını sağlamışlık oranı da yükselmektedir. Bu toplumlarda artık temel beklenti mekana ilişkin fiziksel konfor ve ergonomi gibi temel gereksinimlerdir ve yine bu bireyler psikolojik gereksinimlerinin de karşılanması beklentisi içindedirler. Aynı durum, gelişmekte olan toplumlarda eğitim-kültür ve gelir düzeyi yüksek olan bireyler için de geçerlidir. Mekan etrafımızı kuşatan ve yaşam kalitemizi doğrudan etkileyen ana elemanlardan birisi olduğuna göre, mekanın kalitesi sağlığımız kadar, psikolojimiz üzerinde de etkilidir. Bu bakımdan mekanların tasarımda unutulmaması gereken nokta, tasarımcının mekandaki estetik ve şiiresel boyutu ortaya koyabilecek tek sorumlu olması ve mekanı kullanacak insanların psikolojisi üzerinde düşünmesi gereğidir. Her tasarımcı, kullanıcılarının duyacağı, girince içinden çıkmak istemeyeceği mekanlar tasarlayabilmenin

sırrını araştırmak durumundadır. Yaşanmışların en güzeli ile hiç yaşanmamış mekanların araştırılması ve gün yüzüne çıkarılması tasarımcının baş sorumluluğudur.

Araştırmada yer alan yaş, eğitim ve tasarımdan beklentiler değişkenleri ile alternatiflerin nasıl etkileşim içinde olduğu ve sıralamada birbirlerine göre nasıl farklılıklar ile ortaya çıktığı tablolarda ve tabloların altında yer alan açıklamalarda verildi. Araştırmanın genel olarak ortaya koyduğu durum ise, yaş ve eğitim değişkenleri bir arada ele alındığında kişilerin üniversite mezunu olması ve yaş grubu olarak 25-35 arasında olması durumunda kentsel tasarımdan beklentilerinde kimlik-kişileştirme faktörünün öne çıktığı görülmektedir. Yaş değişkeninin bir alt grubu olarak belirlenen <18 grubunda ise estetik-kültür-moda kent tasarımında önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Genel yapı ise eğitim durumu ve yaşa göre aynı yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Bu yapı mahremiyet ve içe dönüklük faktörüdür. Araştırmanın ortaya çıkardığı bir durum olarak Türk insanı hala mahremiyet ve içe dönüklük duygusunu atamamıştır. Dolayısıyla insan faktörünü göz önüne aldığımızda yapılacak tasarımların benimsenebilmesi amacıyla bu amaca yönelik olarak oluşturulmaları gerçeği ortaya çıkacaktır. Kentsel mekan içerisinde dışa kapalı, içe dönük mekanlar insanlarımız tarafından daha çok beğenilecektir.

Kaynaklar

Akpınar, N. (1995). Madencilik Sonrası Alan Kullanım Alternatiflerinin Değerlendirilmesinde Bulanık Set Tekniğinden yararlanılması, AÜZF Araştırma Yayın No:1430, Ankara.

Altaş, N., & Özsoy, A. (1997). Spacial Adaptability and Flexibility as Parameters of user Satisfaction for Quality Housing, *Building Environment*, Vol:33, No:5, September.

Altaş, N. (1994). Kalite kavramı üzerine bir inceleme: Fiziksel çevrede kalite parametreleri modeli.

Altman, I., & Rogoff, B. (1987). World views in psychology: Trait, interactional, organismic, and transactional perspectives. In: D. Stokols and I. Altman, Editors, *Handbook of environmental psychology*, Vol. 1, Wiley, pp. 7-40, New York.

Altman, I. (1973). Some perspectives on the study of man-environment phenomena, *Representative Research in Social Psychology*, 4, pp. 109-126.

Altman, I., & Cheemers, M., (1980). *Culture and Environment* Monterey, CA: Brooks/Cole.

Aydınlı, S. (1993). *Mimarlıkta Estetik Değerler*, İ.T.Ü. Mimarlık Fak. Baskı Atölyesi, İstanbul.

Barker, R. (1968). *Ecological Psychology*, Stanford CA: Stanford University Press.

Berlyne, D. (1971). *Aesthetic and Psychobiology*, N.Y. Appleton Century Crofts, New York.

Brent, R., & Schwarz, B. (1999). *Aging, autonomy and architecture: Advances in assisted living*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, MD.

Canter, D. (1977). *The Psychology of Place* The Architectural Press Ltd, London.

- Canter, D. (1988). *Environmental Perspectives*, Avebury.
- Carp, F. (1987). Environment and aging. In: D. Stokols and I. Altman, Editors, *Handbook of environmental psychology*, Vol. 1, Wiley, pp. 329–360, New York.
- Cohen, U., & Weisman, G. (1991). *Holding on to home: Designing environments for people with dementia*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, MD.
- Craik, K. (1973). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 24, pp. 403–422.
- Cücenoglu, D. (1996). *İnsan ve Davranışı, Psikolojinin Temel Kavramları Remzi Kitabevi, İstanbul*.
- Çabuk, A. (1996). *Turizm-Çevre İlişkisi: Gündem 21 Kapsamında Turizmde Çevre Bilinci Kazandırılması Üzerine Bir Araştırma*, Ankara.
- Gins, A., & Gins, M. (1979). *The Mechanizm of Meaning*, Hanry N. Abrams Inc. Publishers, New York.
- Göregenli, M. (2003). Sürgünün Sonu ya da Eve Dönüş, *Tol Dergisi*, Kış 2003.
- Holahan, C. (1986). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 37, pp. 381–407.
- İmamoğlu, V. (2003). Mekan ve İnsan Psikolojisi, *Tol Dergisi*, Kış 2003.
- Ittelson, W. (2003). *Environment Perception and Contemporary Conceptual Theory*, New York Seminar Press.
- Lawton, M., & Nahemow, L. (1973). Ecology and the aging process, In: C. Eisdorfer and M.P. Lawton, Editors, *Psychology of adult development and aging*, American Psychological Association, Washington, DC.
- Lawton, M., (1986). *Environment and aging*, Center for the Study of Aging, Albany, New York.
- Lawton, M., & Simon, B., (1968). The ecology of social relationships in housing for the elderly, *Gerontologist* 8, pp. 108–115.
- Moore, K., VanHaitma, K., Curytob, K., & Sapersteinc, A., (2003). A pragmatic environmental psychology: A metatheoretical inquiry into the work of M. Powell Lawton, Volume 23, Issue 4.
- Moos, R., & Lemke, S. (1994). *Multiphasic environmental assessment procedure: A user's guide*, Department of Veterans Affairs and Stanford University Medical Center, Palo Alto, CA.
- Morval, J. (1981). *Çevre Psikolojisine Giriş*, çev. Nuri Bilgin.
- Nasar, J. (1989). Symbolic Meanings of House Styles “Environment and Behaviour”, v.21 n.3, May 89 pp. 235-257.
- Proshansky, H. (1976). Comment and environmental and social psychology, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2, pp. 359-363
- Proshansky, H. (1978). The city and self-identity. *Environment and Behavior*, 10, pp. 147-169.

İlke, F., İnceoğlu, M., Çabuk, A. (2020). Çevre Planlaması ve Yönetimi İçin Psiko-Sosyal Gereksinimlerin Ahs (Analitik Hiyerarşi Süreci) Yöntemi Kullanılarak Belirlenmesi. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics, (ABE)*, 2 (2): 50-65.

Rapoport, A. (1990). A cross-cultural aspects of environmental design. I. Altman, C. Wohlwill. Ed., *Human Behavior and Environment: Culture and Environment*. New York: Plenum, pp.7-46.

Rapoport, A. (1969). *House Form and Culture* Prentice-Hall, INC., Englewood Cliffs, N.J.

Rapoport, A. (1977). *Human Aspects of Urban Form* Pergamon Press Oxford, New York, Toronto, Sydney Paris, Frankfurt.

Regnier, V., & Pynoos, J. (1987). *Housing the aged: Design directives and policy considerations*, Elsevier, New York.

Russell, J., & Ward, L. (1982). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 33, pp. 651–688.

Saaty, T., L. (1980). *The Analytical Hierarchy Process*, Mc Graw Hill, New York.

Saegert, S., & Winkel, G., (1990). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 41, pp. 441–477.

Stokols, D. (1978). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 29, pp. 253–295.

Stokols, D. (1987). Conceptual strategies of environmental psychology. In: D. Stokols and I. Altman, Editors, *Handbook of environmental psychology* Vol. 1, Wiley, pp. 41–70, New York.

Sundstrom, E., Bell, P., Busby, P., & Asmus, C. (1996). Environmental psychology, *Annual Review of Psychology* 47, pp. 485–512.

Şentürk, A. (1995). *Mimaride Estetik Olgusu*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi, İstanbul.

Uluoğlu, B. (2003). Tasarlama Araştırmaları – Biliş Çalışmaları İlişkileri Üzerine Bir İrdeleme, *Tol Dergisi*, Kış 2003.