

ÇEVRESEL ÖZELLİKLER VE YER DUYGUSU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN KULLANICI İHTİYAÇLARI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: BİR YER OLARAK HACIBAYRAM MEYDANI VE ÇEVRESİ ÖRNEĞİ

Investigation of The Relationship Between Environmental Attributes and Sense of Place in The Context of User Needs: The Case of Hacıbayram Square and Its Surroundings as A Place

Başak YURTSEVEN¹ 

Dicle OĞUZ¹ 

¹ Ankara Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye |
Ankara University, Department of Landscape Architecture, Ankara, Türkiye

Özet

Tarihi kent merkezleri, bir şehrin ilk yerleşim alanı olan, tarihsel, kültürel, mimari ve toplumsal özelliklerini koruyarak günümüze ulaşmış yerlerdir. Öte yandan küreselleşme ve kapitalizmin etkisiyle yenilenmeye ihtiyaç duyan bu mekânlarda yer kaybının ortaya çıkması söz konusudur. Bu açıdan, tarihi kent merkezlerinde yer duygusunun sürdürülmesi ve korunması büyük bir öneme sahiptir. Yer duygusu; anlam, deneyim ve kimliği kapsayan, insanların ihtiyaçlarına yanıt verme durumu olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yerin sahip olduğu çevresel özelliklerin, yer duygusunun ölçülmesinde kullanılan yer bağlılığı, yer bağımlılığı ve yer kimliği ile ilişkisini kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik olarak ortaya koymaktır. Çalışmanın yönteminde, “Çevresel Özellikler Ölçeği” geliştirilmiş ve “Yer Duygusu Ölçeği” kullanılmıştır. Bu yöntem çerçevesinde, Hacıbayram Meydanı’nın ne derece “kaliteli bir yer” olduğu, yenileme sürecinin kullanıcılar üzerindeki yer duygusunu nasıl etkilediği kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda ortaya konmuştur. Sonuç olarak, düşük gelirli katılımcıların yere daha yüksek bağlılık gösterdikleri, kullanıcıların yeri çoğunlukla işlevsel olarak tercih ettikleri, 61 yaş ve üzeri kullanıcılar üzerinde yer bağlılığının/aidiyetin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hacıbayram Meydanı’nda geleneksel dokunun değiştiği, uzun süreli kullanımların oluşmadığı bir yere dönüştüğü görülmüştür. Aynı zamanda, yerin sahip olduğu dini niteliklerin yer bağlılığını güçlendirdiği, kullanım alanlarının yeterli olmasının, erişimin kolay olmasının yer bağımlılığını artırdığı, yerin sembolik değerinin yüksek olmasının yer kimliğini olumlu yönden etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre, kullanıcıların yeri sahiplenmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: kentsel yenileme, yer duygusu, çevresel özellikler, kamusal alan, tarihi kent merkezi, mekân kalitesi, kullanıcı ihtiyaçları

Received | Gönderim:
10.05.2025
Revised | Düzeltme:
23.06.2025
Accepted | Kabul:
27.06.2025

Correspondence | İletişim:
basakyurtseven1@gmail.com

DOI: [10.5281/zenodo.15789255](https://doi.org/10.5281/zenodo.15789255)

Copyright © 2025 by the
authors. This article is an open
access article distributed under
the terms and conditions of the
[Creative Commons Attribution](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
(CC BY) license.

Abstract

Historical city centres are the first settlement areas of a city that have survived to the present day by preserving their historical, cultural, architectural and social characteristics. On the other hand, there is a loss of place in these places, which are in need of renewal due to the effects of globalization and capitalism. In this respect, maintaining and preserving the sense of place in historical city centres is of great importance. Sense of place is defined as the state of responding to people’s needs, including meaning, experience and identity. In this context, the main purpose of the study is to reveal the relationship between the environmental attributes of the place and place attachment, place dependency, place identity, which are used in the measurement of sense of place, in terms of user needs. In the methodology of the study, “Environmental Attributes Scale” was developed and “Sense of Place Scale” was used. Within the framework of this method, the extent to which Hacıbayram Square is a “quality place” and how the renovation process affects the sense of place of the users were revealed in line with user needs. As a result, it was found that low-income participants showed higher attachment to the place and users mostly preferred the place functionally, and place attachment was higher among users aged 61 and over. It has been observed that the traditional fabric of Hacıbayram Square has changed and turned into a place where long-term uses do not occur. Also, it has been determined that the religious qualities of the place strengthen place attachment, the adequacy of usage areas and easy access increase place dependence, and the high symbolic value of the place positively affects place identity. According to these results, recommendations are presented for users to take ownership of the place.

Keywords: urban renewal, sense of place, environmental attributes, public space, historical city centre, quality of space, user needs

1. GİRİŞ

Tarihi kent merkezleri, sahip oldukları kentsel dokular ve geleneksel yaşam biçimleri ile kente dair en fazla anı ve anlamı içinde barındıran yerlerdir. Lowenthal (1985), tarihi kent merkezlerini kentin geçmişine yönelik çağrışımlar yapan; hikâyeleriyle “bilinmeyi”, “bilinen” haline getiren yerler olarak vurgulamaktadır. Bu tanımlama, tarihi kent merkezlerinin “yer” ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Mekânsal niteliği, ulaşılabilirliği ve estetik değeri yüksek, süreklilik içeren, bağlantıları güçlü mekânlar yer ile kurulan bağları güçlendirmektedir (Alver, 2007). Ancak zaman zaman eskiye, yıpranan ve işlevini yitirmiş tarihi kent merkezleri, birtakım değişim ve dönüşümlere maruz kalmakta ve yer değişim gösterebilmektedir. İşlevsel, fiziksel, sosyal ve ekonomik yenilemeyle birlikte, tarihi kent merkezleri iç içe geçen yeni bir kentsel yapılanma sürecine girerken, bu süreç yeni sorunların da başlangıcı haline gelmektedir (Akkar Ercan, 2016), çünkü yaşanan bu değişimler insan deneyiminde ve yer üzerinde dönüşümlere sebep olmaktadır. Bu bağlamda, yerin meydana gelmesinde etkili olan birtakım niteliklerin ortadan kalkması olarak ifade edilen, aynı zamanda tarihi kent merkezlerinde gördüğümüz tektipleşmenin ürünü olarak nitelendirilen “yer kaybı (*loss of place*)” meydana gelmektedir (Relph, 1976; akt. Akkar Ercan, 2016). Bu durum mekânsal strüktürlerin kaybolmasına ve insanların o “yer”e ait duygularının değişmesine neden olmaktadır. “Yer duygusu (*sense of place*)” olgusu, insan-çevre arasında ilişkinin kurulmasıyla ortaya çıkan; anlam, günlük

deneyimler, kimlik ve tarihselliği içeren; yaşamı daha görünür hale getiren; bireylerin tüm ihtiyaçlarına ve duygularına cevap verme durumu olarak ifade edilmektedir (Norberg-Schulz, 1980; Relph, 1976). Kısaca, yer duygusu oluşumunu, kültürel değerler, davranışlar, eylemler ve toplum etkilemektedir, bu bağlamda bir yerin kendine özgü niteliklere ve karaktere sahip olması, o yeri yaşanır kılmaktadır ve sezgi ön plana çıkmaktadır. Literatür araştırmaları sonucunda, yerin fiziksel ve işlevsel özelliklerinin kurgulanmasını takip eden süreçte onu tanıma ve tanımlama süreci gelmektedir. Belirtilen tanımlama sürecinde insanoğlu yer’e anlamlar yüklemekte, onu kutsallaştırmakta, dolayısıyla inanç, ihtiyaç ve/veya bağları doğrultusunda yeniden kurgulamaktadır (Relph, 1976; Canter, 1977; Punter, 1991; Montgomery, 1998). Yer ile insan arasındaki bu karşılıklı ilişki; yer duygusu olarak anılan duygularla görünür hale gelerek içerisinde yaşanan yer’e ayırt edici özellikler yüklemeye başlamaktadır (Relph, 1976). Bu bağlamda, yerin fiziksel bir bütün oluşturduğu, onu kullananlar aracılığıyla şekillendirildiği ve yine onu kullananların deneyimleri sonucunda yaşam tarzı ve alışkanlıklar gibi değişkenleri yansıtarak kültürü kuşaktan kuşağa aktaran bir araç haline geldiği söylenebilmektedir. Relph (1976) için yer duygusu, “fiziksel çevre, etkinlikler ve anlam” dan oluşmaktadır. Literatürde yer duygusu, yer bağlılığı (*place attachment*), yer bağımlılığı (*place dependence*) ve yer kimliği (*place identity*) üzerinden tartışılmaktadır (Jorgensen ve Stedman, 2001; Williams vd., 1992; Lewicka, 2010; Lalli, 1992). Yer duygusunun zamana ve küresel faktörlere bağlı olarak değişimi kaçınılmazdır. Yer duygusunu oluşturan bazı niteliklerin de bu süreçte değişim geçirmesi beklenen bir durum olmalıdır. Burada önemli olan tarihi kent merkezlerinde yer duygusunun nasıl korunması ve sürdürülmesi gerektiğidir. Bu bağlamda, dünyada kültürel etkinlikleriyle göz önünde olan Glasgow, Dublin, Rotterdam gibi kentler, eski sanayi ve liman bölgelerindeki kullanılamaz duruma gelmiş, köhnemiş mekânların yeniden canlandırma uygulamaları ile tekrar işler hale getirirken, Edinburgh ve Utrecht gibi kentlerde ise çöküntü mekânlar daha çok yer duygusunu güçlendiren koruma çalışmaları kapsamında ele alınmıştır (Akkar Ercan, 2006). Buna ek olarak, İtalya’nın Verona ve Bolonya kentleri daha bütüncül bir korumaya sahiptir (Tekin, 2021). Özellikle, bu kentler, binaları yaşatan topluluğu, geleneksel üretim biçimlerini de bu koruma programına dâhil eden, yeri hem soyut hem de somut yönleriyle ele alan, kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlayan bir canlanmayı sağlamıştır (Tekin, 2021). Uygulanan bu çalışmalarla, kullanıcılar üzerinde yer duygusunun yaratılması amaçlanmıştır.

Norberg-Schulz (1993) “*The Concept of Dwelling*” adlı kitabında, günümüz kentlerinin giderek değişmeye başladığını, insanların ihtiyaçlarının tam olarak karşılanamadığını ifade etmektedir. Bu kapsamda, yenileme sürecinde, kullanıcı ihtiyaçlarının yer duygusu üzerindeki etkisinden bahsetmek gerekir. Özellikle, insanların bağlanabilecekleri, ilişki kurabilecekleri, kendileriyle özdeşleştirebilecekleri ve hatırlayacakları, fiziksel ve sosyal özellikleri ile kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan yerler, hem insan-çevre arasındaki bağın kurulması hem de yer duygusunun oluşması açısından önem taşımaktadır (Williams vd., 1992). Maslow’un (1954) ortaya koymuş olduğu “İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisi” ne göre, insanların bir yer içindeki yaşamının fizyolojik, toplumsal ve psikolojik rahatsızlıklara uğramadan karşılanması gerekmektedir (Maslow, 1954). Bu kapsamda insan ve yer arasında oluşan etkileşimli süreç yerin anlamının ortaya çıkarılması ve yer duygusunun yaratılması ile sonuçlanmaktadır. Çevresel psikoloji çalışmalarında, insan-yer ilişkisinin nasıl kurulduğu ve kentsel mekânın sunduğu niteliklerin neler olduğu ve olması gerektiği sorgulanmaktadır. Bu kapsamda ele alınan çalışmaların başında, *Project for Public Spaces*-Kamusal Mekânlar İçin Projeler (PPS)’in ortaya koymuş olduğu, başarılı kentsel mekânları yer bağlamında ele alan çalışmaları ön plana çıkmaktadır (PPS, 2000; Whyte, 2000).

Kentsel yenilemenin toplumsal yenilenme ve fiziksel sürdürülebilirliği bir arada ele alamaması; belediyelerin yenileme çalışmaları esnasında sınırlı yetkilerinin bulunması; kentsel çevrede nitelikli mekânların üretilmemesi ve sosyo-kültürel ve toplumsal boyutun ihmal edilmesi, buna bağlı olarak mekânsal ayrışmanın ve toplumsal farklılaşmanın oluşması gibi durumların, belli bir süre sonra tarihi kent merkezlerinin çöküntü mekânlara dönüşmesini ve bu yerlerin insan ihtiyaçlarını tam anlamıyla karşılayıp karşılayamadığını düşündürmektedir (Alver, 2007). Bu bağlamda, tarihi kent merkezleri, yaşanabilir, sağlıklı ve çağdaş yaşam standartlarından uzak, yere uygun olmayan kullanım biçimlerine bağlı olarak, birtakım fiziksel, sosyal, ekonomik yapıdan olumsuz yönde etkilenmektedir (Tekeli, 2003). Bu çalışmanın amacı, Ankara-Hacıbayram Meydanı ve çevresinde, yenileme sonrası yerin sahip olduğu çevresel (konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler, sosyalleşme) özelliklerin (Maslow, 1954; Whyte, 2000; Marcus ve Francis, 1990; PPS, 2000), yer duygusunun ölçülmesinde kullanılan yer bağlılığı, yer bağımlılığı ve yer kimliği (Jorgensen ve Stedman, 2001; Lewicka, 2010; Lalli, 1992; Williams ve Vaske, 2003) ile ilişkisini kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik olarak ortaya koymaktır. Nicel araştırma tasarımı ile Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yaşayanların ve çalışanların (zorunlu kullanıcılar) ve Ankara'nın farklı yerlerinden gelen ziyaretçilerin (gönüllü kullanıcılar) yeri kullanım tercihleri, yer duygusunun oluşmasında, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özellikleri açısından ne derece kaliteli bir yer olduğunun tespit edilmesi, bununla bağlantılı olarak kullanıcılar üzerindeki yer bağlılığının, yer bağımlılığının ve yer kimliğinin ölçülmesi ve yenileme sonrası Hacıbayram Meydanı ve çevresinin sunduğu çevresel özellikler ve yer duygusu arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, araştırma soruları aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

- Yenileme sonrası, bir “yer” olarak Hacıbayram Meydanı ve çevresinin kullanıcılara sunduğu çevresel özellikler ve yer duygusu kentsel mekânda nasıl farklılaşmaktadır?
- Yerin sunduğu çevresel özelliklerin ve yer duygusunun zorunlu/gönüllü kullanıcılar üzerindeki etkisi nasıldır?
- Kullanıcıların demografik özelliklerinin çevresel özellikler ve yer duygusu üzerindeki etkileri nasıldır?
- Yerin sunduğu çevresel özelliklerin yer duygusu üzerindeki etkileri nedir?

Araştırmada, yenileme sonrası Hacıbayram Meydanı ve çevresinin sosyal ve fiziksel özelliklerinin değerlendirilmesi, yer duygusunun ölçülmesi kapsamında ele alınan yer bağlılığı, yer bağımlılığı ve yer kimliğinin günümüzde kullanıcılar üzerinde nasıl tanımlandığının ortaya çıkarılması, yerin sunduğu çevresel özelliklerin yer duygusu ile ilişkisini ortaya çıkaracak olup, tasarım ve planlama sürecinin analiz aşaması için pratik fayda sağlanacağı öngörülmektedir. Örneklem alanına yönelik yapılmış olan araştırmalardan farklı olarak, yenileme sürecinden sonra Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin değerlendirilerek, bu özelliklerin yer duygusunu oluşturan bağlılık, bağımlılık ve kimlik bileşenleri üzerindeki etkileri ve yer duygusunun kullanıcılar için ne ifade ettiği araştırılmıştır. Buna ek olarak, çalışma tarihi kent merkezlerindeki yer duygusunun zaman içerisinde değişen siyasal, ekonomik, kültürel ve toplumsal şartlara bağlı olarak dönüşümünü ortaya koymayı, bununla birlikte kentsel tasarım süreçlerinin analiz aşamasına yol göstermeyi amaçladığı için önemlidir. Bu bağlamda, geleceğe yönelik olarak yapılacak kentsel yenileme projeleri kapsamına dahil vizyon ve yönetim planlarında “yer duygusu” olgusunun oluşturulmasına yönelik bir farkındalık oluşması düşünülmektedir. Ayrıca, Hacıbayram Meydanı ve çevresine yönelik yapılan literatür çalışmaları incelendiğinde, genellikle, kentsel dönüşüm sürecine dahil uygulama projelerinin irdelendiği, Hacıbayram Meydanı'nın kentsel mekân formundaki

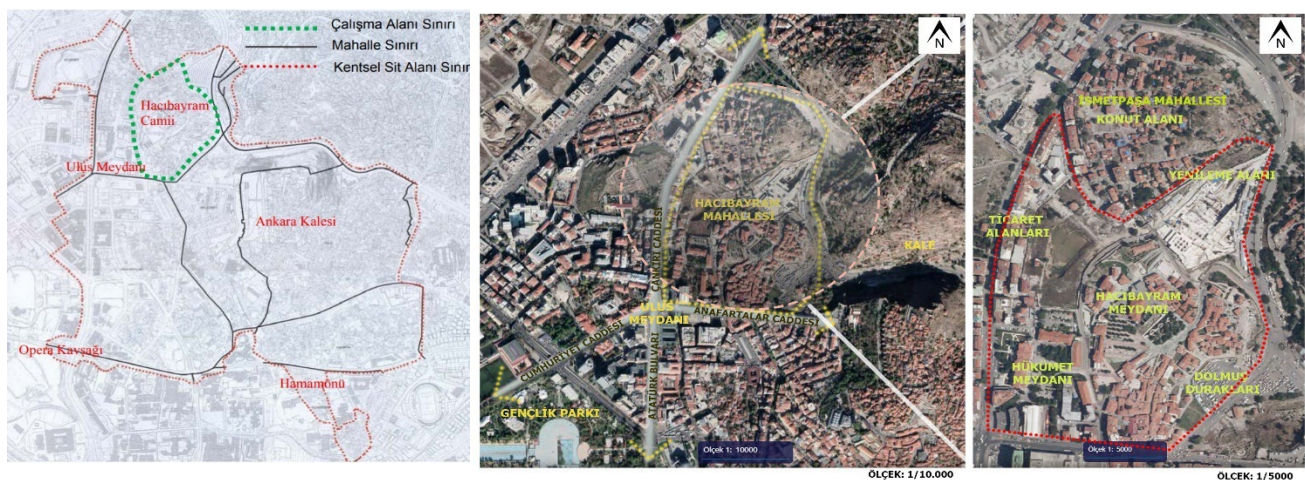
değişimleri tespit eden çalışmaların üretildiği görülmüştür. Bu doğrultuda, örneklem alanına yönelik yapılmış olan araştırmalardan farklı olarak, yenileme sürecinden sonra Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin değerlendirilerek, bu özelliklerin yer duygusunu oluşturan bağlılık, bağımlılık ve kimlik bileşenleri üzerindeki etkileri ve yer duygusunun kullanıcılar için ne ifade ettiği araştırılmıştır. Bu açıdan, çalışma kentlilerin bireysel belleğinde kalan bilgilerin açığa çıkarılması ve yer duygusunun tespit edilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma mevcut literatürde yeterince ele alınmamış olan yer duygusu ve çevre ilişkisi konusuna odaklanarak alandaki boşluğu doldurmaktadır.

Araştırma Hacıbayram Meydanı ve yakın çevresi ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, kullanılan örnekleme göre farklılık gösterebileceğinden araştırma bulguları, zorunlu (çalışanlar ve yaşayanlar) ve gönüllü (Ankara'nın farklı yerlerinden gelen ziyaretçiler-turistler kapsam dışı bırakılmıştır) kullanıcıların demografik özellikleri ve görüşleri ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma bulguları, araştırmanın yapıldığı Ocak-Mayıs 2023 arasındaki zaman dilimi ile sınırlandırılmıştır. Veri toplama sürecinde, bilgi paylaşmaya gönüllü olmayan, cevap vermeye çekinen, anket için vakit ayırmak istemeyen katılımcılar bir başka kısıt olabilir. Bununla birlikte, eksik doldurulan anket formları kapsam dışı bırakılmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

2.1. Materyal

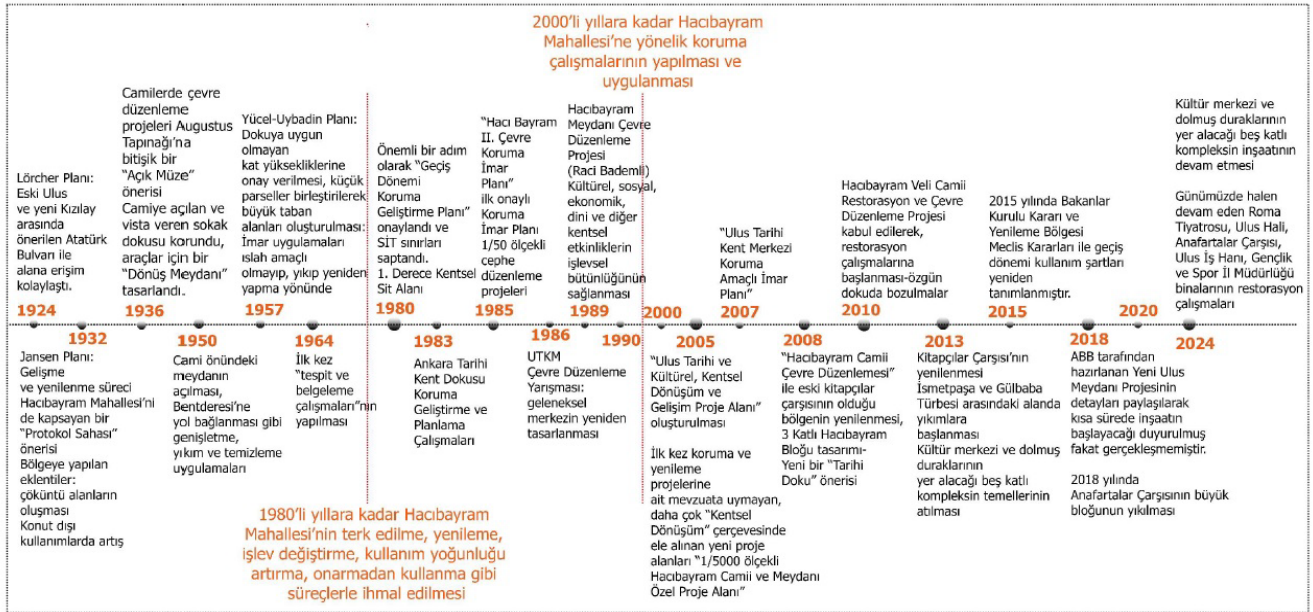
Araştırma alanı, “Hacıbayram Meydanı ve çevresi” olarak seçilmiştir. Hacıbayram Meydanı, Hacıbayram Mahallesi içinde yer almaktadır. Ulus Tarihi Kent Merkezi’nin kuzeyinde, Bentderesi, Hükümet ve Anafartalar Caddeleri ile Kevgirli Sokak arasında bulunmaktadır (Resim 1). Bölge, 2004 yılında “5366 sayılı Yıpranan Tarihi ve Kültürel Varlıkların Yenilenerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkındaki Kanun” uyarınca yenileme alanı ilan edilmiştir (Aytekin, 2020).



Resim 1. Çalışma alanı sınırı ve Hacıbayram Meydanı'nın kent içindeki mekânsal konumu.

Kaynak: Google Earth uydu görüntüsü altlığı kullanılarak yazarlar tarafından üretilmiştir.

Hacıbayram Meydanı'na, Lörcher planı ile 1924 yılında erişim kolaylaşmış, 1932 yılında gelişme ve yenileme süreci ile protokol sahası önerisi getirilmiştir. Bu dönemde, çöküntü alanlarının oluşması ve konut dışı kullanımlarının artması söz konusudur. 1936 yılında, meydanın ortasında konumlanan Augustus Tapınağı'na bitişik açık müze öneri getirilmiş, 1950 yılı ile meydan genişletme nedeniyle yıkım ve temizleme işlemleri başlamıştır. 1957 yılında, Yücel-Uybadin planı ile imar uygulamaları ıslah amaçlı değil, yıkıp yeniden yapma yönündedir. 1960'lı yıllarda ilk kez tespit ve belgeleme çalışmaları yürütülmüş, 1980'li yıllara kadar Hacıbayram Mahallesi terk edilme, yenileme, işlev değiştirme gibi süreçlerle ihmal edilmiştir. Bu yıllardan sonra geliştirme planları onaylanmış, alan I. derece kentsel sit alanı ilan edilmiştir. 1985 yılında, çevre koruma planları ile cephe düzenleme planları oluşturulmuş, çevre düzenleme çalışmaları yapılmıştır. 2000'li yıllara kadar, alanda koruma çalışmaları ve uygulamaları ön plandadır. 2000'li yıllardan sonra ise ilk kez mevzuata uymayan, kentsel dönüşüm çerçevesinde yeni proje alanları oluşturulmuş, yeni bir tarihi doku önerisi getirilmiştir. Bu durum özgün dokuda bozulmalara yol açmakla birlikte kullanım biçimlerinin değişmesine neden olmuştur. Günümüzde, bu bölgede yenileme çalışmaları devam etmektedir (Resim 2).



Resim 2. 1924 ve 2024 yılları arasında Hacibayram Meydanı ve çevresinin planlama ve yenileme süreci.

Kaynak: Yurtseven, 2024.

2.2. Yöntem

Nicel araştırma çerçevesinde anket/ölçek geliştirme çalışmasının yapılması planlanmıştır. İlk olarak örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Anketin uygulanacağı katılımcılar toplumun farklı kitlelerini (kadın, erkek) içerecek olup, örneklem büyüklüğü 2021 yılı nüfus verilerine göre tespit edilmiştir. 2021 yılı TÜİK'den alınan verilere göre, Hacibayram Mahallesi'nin 2021 yılı toplam nüfusu 7350 kişiden oluşmaktadır. Buna ek olarak, anket çalışmasına, "Ankara'nın farklı yerlerinden gelen ziyaretçiler" de dâhil edilmiştir. Bu bağlamda, ziyaretçileri kapsayan

örneklem grubundaki ana kütle büyüklüğü (N) 20.000 kişi olarak belirlenmiştir. Buradan yola çıkıldığında, Formül 1 üzerinden katılımcı sayısı hesaplanmıştır (Özdamar, 2003).

$$n = (N \cdot t^2 \cdot p \cdot q) / (d^2 \cdot (N - 1) + t^2 \cdot p \cdot q) \quad (\text{Formül 1})$$

N: Anakütle büyüklüğü (evren birim sayısı)

n: Örneklem büyüklüğü (örnekleme alınacak birey sayısı)

p: İlgilenilen olayın görülme olasılığı

q: 1-p (veya ilgilenilen olayın görülmemesi olasılığı)

d: örneklem hata oranı

t: %95 güven düzeyi (z test değeri 1,96)

ta, sd: α anlamlılık düzeyinde, serbestlik derecesine göre t tablosu kritik değeri (Özdamar, 2003)

$$n = (7350 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5) / (0,12^2 \cdot 7349 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5)$$

$$n = 94,81 \sim 95 \text{ (yaşayanlar ve çalışanlar)}$$

$$n = (20.000 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5) / (0,12^2 \cdot 20.000 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5)$$

$$n = 95,54 \sim 96 \text{ (ziyaretçiler)}$$

Araştırmada toplam örnekleme alınacak birey sayısı (n) en az 190,35 (yaşayanlar, çalışanlar ve ziyaretçiler) çıkarak yaklaşık 190 kişi olarak tespit edilmiştir. Araştırmada hata payı 0,1 (%10), güvenilirlik %95 olarak alınmıştır. Araştırmada p ve q değerleri (0,5) birbirine eşit olarak alınmıştır. Formüle göre yapılan hesaplamalarda en az 190 anketin yeterli olduğu bulunmuştur. Ancak, anketin geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak için Hacıbayram Meydanı ve çevresinde ulaşılabilen 250 kişiye rastgele seçim ve yüz yüze olarak anket sorularının yönlendirilmesine karar verilmiştir. Bu süreçte etik kurul onayı ve katılımcılardan bilgilendirilmiş onam formu alınmıştır. Veri toplama sürecinde, anket çalışmasına, 18 yaş üstü yetişkin bireylerin yanı sıra 65 yaş üstü bireylerin de dâhil edilmesine karar verilmiştir. Anket çalışması, Hacıbayram Meydanı ve yakın çevresinde ve çalışanların iş yerlerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan anket çalışmasında, kapalı uçlu sorular 5’li likert ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Veri analizi sürecinde, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin değerlendirilmesi kapsamında yapılan literatür araştırmaları sonucunda yere yönelik çevresel özellikleri ele alan ve araştırmanın amacına uygun bir ölçek bulunamamıştır. Bu yüzden, ilk aşamada, “Çevresel Özellikler Ölçeği” geliştirilmiş, geçerlik ve güvenilirlikleri alınmıştır.

2.2.1. Çevresel Özellikler Ölçeği’nin Geliştirilmesi

Yapılan literatür araştırmaları sonucunda araştırmanın amacına yönelik geçerli ve güvenilir bir ölçek oluşturulmaya başlanmıştır. Literatür araştırmalarında en çok kullanılan tekniklerden biri de Likert tarafından geliştirilen, uygulanması ve cevaplanması daha kolay olan Likert tipi ölçektir (Tezbaşaran, 1997). Bu açıdan, ölçek çalışmalarında, “kesinlikle katılmıyorum=1”dan “tamamen katılıyorum=5”a giden 5’li likert tipi ölçeğin kullanılmasına karar verilmiştir. Hacıbayram Meydanı ve çevresine yönelik geliştirilen “Çevresel Özellikler

Ölçeği”nin maddelerinin oluşturulması sürecinde, tümdengelim yöntemi kullanılmış olup, ilgili kuramlar incelenmiş ve araştırmaya temel oluşturacak yeni bir kavramsal çerçeve geliştirilmiştir. Yer ve yer duygusu olgularının oluşmasında etkili olan çevresel özellikler ile ilgili literatür geniş olarak taranmış ve madde havuzu oluşturulmuştur. Bu süreçte, konu ile ilgili uzman görüşleri de alınmıştır. Ölçek maddelerinin amacına ve hedeflenen gruba uygun olup olmadığı, maddelerin yapısal doğruluğu, uzmanlar tarafından değerlendirilmiştir. Hazırlanan ifadeler 15 kişilik bir örnekleme denetlenmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde, alınan eleştiriler doğrultusunda düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan araştırmaların sonunda, 37 maddeden oluşan madde havuzunun pilot çalışma için uygun olduğuna karar verilmiştir.

2.2.2. Pilot Çalışma-Çevresel Özellikler Ölçeği’nin Geçerlik ve Güvenirliği

Pilot çalışma kapsamında, Çevresel Özellikler Ölçeği’nin test edilmesi ve alt boyutlarının belirlenmesi için açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin yapılmasına karar verilmiştir. Veriler öncelikle açıklayıcı faktör analizine (AFA) tabi tutulmuş, daha sonra ortaya çıkan yapının geçerliliği farklı bir gruptan toplanan yeni verilerle doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile incelenmiş ve son olarak aynı grubun verileri ile ölçeğin iç tutarlılık güvenirlik katsayısı (Cronbach Alfa) hesaplanmıştır. AFA’dan önce, hazırlanan ölçek soruları, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde, zorunlu ve gönüllü kullanıcıları kapsayan, 165 katılımcıya uygulanmıştır. İlk olarak, 37 maddeden oluşan Çevresel Özellikler Ölçeği’nin “yapı geçerliliğini” test etmek amacıyla AFA’nın yapılmasına karar verilmiştir. Yapılan incelemede, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ölçüm değeri 0,851, Bartlett testi ki-kare değeri 2933,668, serbestlik derecesinin ise ,666 olup anlamlı olduğu ($p=0,000$, $p<0,05$) tespit edilerek örneklemin faktör analizine uygun olduğu ortaya konulmuştur. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı test edildikten sonra, ölçeğin faktör yapısının incelenmesi için Temel Bileşenler Analizi (*Principal Components Analysis*) ve Varimax döndürme yönteminden faydalanılarak AFA yapılmıştır. Analiz sürecinde öncelikle özdeğeri 1’in üzerinde olan tüm boyutlar ele alınmış, ilk aşamada boyut sayısı değiştirilmemiştir. Bu bağlamda, 37 madde AFA’ya tabi tutulmuş, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerine ilişkin boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Yapı incelendiğinde özdeğeri 1’den büyük dokuz boyutun ortaya çıktığı görülmüştür. Buna ek olarak, “toplam açıklanan varyans” boyutların karar verilmesinde dikkate alınmaktadır. Ortaya çıkan boyutların toplam varyansın %46,82’sini açıkladığı tespit edilmiştir. Çevresel Özellikler Ölçeği’nin, AFA sonucunda dokuz boyuta ayrıldığı görülmüş, başlangıçta boyut sayısında indirgeme yapılmamıştır. Diğer yönden, literatür araştırmalarına bağlı olarak dört boyutlu bir yapının elde edilmesi düşünülmüştür. Ön çalışmada yapılan analizler de göz önünde bulundurularak farklı boyut ya da boyutların da yapıya dâhil olabileceği öngörülmüştür. Analiz sonrası oluşturulan yapının bu haliyle teorik alt yapıyı desteklemediği belirlenerek, yapıyı olumsuz etkileyen maddelerin tespitine gidilmiştir. Verilerin korelasyon matrisi incelendiğinde, gözlemlenen değişkenler arasında ilişki olup olmadığı ele alınarak, inceleme sonrasında veri grubunda bazı maddelerin birbirleriyle yüksek oranda ilişkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Hem özdeğer (*Eigen-value*) istatistiği hem toplam açıklanan varyans hem de yamaç birikinti grafiği (*scree plot*) incelendiğinde, çözümün 5 boyuta işaret ettiği tespit edilmiştir. Ancak varimax rotasyon işlemi uygulanarak maddeler analiz edilmiş, düşük, binişliklik gösteren, uygun bir boyut oluşturmayan maddeler (7 madde) analizden çıkarıldığında, korunması gereken boyut sayısı 4 olarak belirlenmiştir. AFA sonucunda, 30 maddeden oluşan 4 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. AFA’dan sonra elde edilen yapının geçerliliğinin sağlanması ve ortaya konulan yapının doğruluğunun test edilebilmesi için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmasına karar

verilmiştir. Doğrulayıcı Faktör Analizinde, AFA’dan elde edilen ölçek, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde zorunlu ve gönüllü kullanıcıları içeren 170 katılımcıya uygulanmıştır. DFA ile elde edilen ölçeğin boyutlandırılması ayrı ayrı yapılandırılmış ve boyutların altında yer alan maddelerin uyum düzeylerine bakılmıştır. Bununla birlikte, ölçekte bazı maddelerin boyutlar altında faktör yükü düşük oran aldığı ve uyumsuz olduğu tespit edilerek, 8 maddenin veri setinden çıkarılmasına karar verilmiştir. Çevresel Özellikler Ölçeği, son olarak 22 madde 4 boyut olarak hazırlanmıştır. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde değerlendirilecek çevresel özelliklerin neler olması gerektiği ve hangi konuların ele alındığı; Maslow’un (1954) ihtiyaçlar hiyerarşisi, PPS’in (2000) kaliteli yer özellikleri doğrultusunda belirlenmiştir. Bu kapsamda, Çevresel Özellikler Ölçeği’nin 1. alt boyutu, “konfor ve görsel imaj”, 2. alt boyutu, “erişim ve ulaşılabilirlik”, 3. alt boyutu, “kullanım ve etkinlikler”, 4. alt boyutu, “sosyalleşme” olarak tanımlanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Boyutlar ve madde yüklemeleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Alt Boyutlar	Maddeler	Faktör Yükleri
Konfor ve Görsel İmaj (6 madde)	S1 Bu alanda yer alan oturma elemanlarının (banklar vb.) rahat ve kullanışlı olduğunu düşünüyorum.	0,81
	S2 Bu alanda yer alan zemin döşemelerinin yürümek için rahat ve kullanışlı olduğunu düşünüyorum.	0,77
	S3 Hacıbayram Meydanı ve çevresinin temiz ve bakımlı olduğunu düşünüyorum.	0,76
	S4 Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kendimi güvende hissediyorum.	0,74
	S7 Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yer alan eski Ankara evlerinin mimari tarzının değiştiğini düşünüyorum.	0,24
	S9 Hacıbayram Veli Cami ve Türbesi’nin geçmiş yıllara göre değişime uğradığını düşünüyorum.	0,25
Erişim ve Ulaşılabilirlik (8 madde)	S14 Taşıt yolları ile bölgeye erişim rahatça sağlanmaktadır.	0,68
	S15 Yeşil alanlar/ağaçlar alana erişimimi desteklemektedir.	0,54
	S16 Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kolayca yol ve yön bulabiliyorum.	0,73
	S17 Hacıbayram Veli Cami’nin çevresinde yer alan yürüyen merdivenler ve asansörler alana erişimimi desteklemektedir.	0,69
	S18 Hacıbayram Meydanı’nın altında yer alan katlı otopark alanı kullanım için yeterlidir.	0,41
	S19 Hacıbayram Meydanı’nda ve çevresinde neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.	0,48
	S20 Hacıbayram Meydanı’na giriş noktaları belirgin ve yeterlidir.	0,64
	S30 Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yer alan mekânların herkes tarafından rahatlıkla kullanılabilirliğini düşünüyorum.	0,70
Kullanım ve Etkinlikler (4 madde)	S11 Hacıbayram Veli Cami ve Türbesi’nin, ibadet etmek (namaz kılmak, dua etmek vb.) açısından kutsal bir alan olduğunu ve dini bir merkez niteliği taşıdığını düşünüyorum.	0,70
	S26 Bu alanda yer alan cami ve türbeler alanı daha çok kullanmamı sağlıyor.	0,62
	S31 Çevreme burayı ziyaret etmeleri için öneririm ve gelecekte de ziyaret etmek isterim.	0,82
	S36 Buraya başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.	0,80

Tablo 1 (devamı)

Alt Boyutlar	Maddeler	Faktör Yükleri
Sosyalleşme (4 madde)	S24 Bu alanda yer alan oturma mekânları (kebabçılar, kahve evleri, lokmacılar vb.) alanı daha çok kullanmamı sağlıyor.	0,44
	S32 Hacıbayram Meydanı ve çevresine özgü geleneklerin, törenlerin, festivallerin, şenliklerin geçmişten bugüne sürdürülmeye devam ettiğini düşünüyorum.	0,59
	S33 Hacıbayram Meydanı’nın çevresinde yer alan Aşevlerinin buranın geleneksel anlamını/değerini ön plana çıkardığını düşünüyorum.	0,76
	S34 Hacıbayram Meydanı ve çevresinde insanların etkinlikleri/aktiviteleri grup halinde veya birden çok insan ile gerçekleştirdiğini düşünüyorum.	0,73

Doğrulamalı Faktör Analizinin yapılmasında LISREL programından faydalanılmıştır. DFA yapılırken, LISREL yardımıyla ölçek modelleri yol (*path*) diyagramına dönüştürülmüş, modelin uygunluğu (*model fit*) için gerekli ölçütler incelenmiştir. DFA sonucunda ortaya çıkan 22 maddelik ölçeğin son halinde, LISREL analizi sonucunda 7 ve 9. maddeler arasında modifikasyon önerilmiş, bu maddelerin içerik olarak birbirlerine çok benzediği ve aynı boyutta yer aldıkları görüldüğünden bu maddelerin hata varyansları eşitlenmiştir. Ki-kare serbestlik derecesi oranının (1,51) beklenen düzeyde, RMSEA değerinin (0,055) beklenen düzeyde, CFI değerinin (0,98) beklenen düzeyde, NFI değerinin (0,93) beklenen düzeyde ve GFI değerinin (0,86) beklenen sınırın bir miktar altında olduğu görülmektedir. AFA ve DFA sonuçları birlikte ele alındığında ölçeğin yapı geçerliğinin 22 madde ve 4 boyut şeklinde sağlandığı görülmüştür. DFA ve madde analizinden sonra ortaya çıkan ölçeğin güvenilirliğini belirlemek amacıyla iç tutarlılık analizlerinden olan “Cronbach’s Alpha” yöntemi uygulanmıştır. 22 maddeden oluşan ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı 0,896 olduğu belirlenmiştir. 1. alt boyutun (konfor ve görsel imaj) Cronbach Alfa katsayısı 0,768, 2. alt boyutun (erişim ve ulaşılabilirlik) Cronbach Alfa katsayısı 0,815, 3. alt boyutun (kullanım ve etkinlikler) Cronbach Alfa katsayısı 0,840, 4. alt boyutun (sosyalleşme) Cronbach’s Alfa katsayısı 0,712 olarak belirlenmiştir. Ölçek ve boyutlar bağlamında değerlendirildiğinde ölçeğin yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

2.2.3. Yer Duygusu Ölçeği

Yer duygusu ölçeği, yere bağlılık düzeyi (duygusal bağlılık), yere bağımlılık düzeyi (işlevsel bağlılık) ve yer kimliği düzeyi (duygusal ve sembolik bağlılık) ile ilgili soruları içermektedir. Kullanıcıların Hacıbayram Meydanı ve çevresine ne düzeyde bağlı olduklarını anlamak amacıyla, Jorgensen ve Stedman (2001) tarafından geliştirilen Yer Duygusu Ölçeği (*Sense of Place Scale*)’nin kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırmada Jorgensen ve Stedman’ın (2001) yer duygusunun ölçülmesinde kullandığı yer bağlılığı, yer bağımlılığı yer kimliği ölçeklerinde yer alan 12 madde (bağımlı değişkenler) seçilmiştir. Bu ölçek üç alt boyuttan oluşmakta ve her alt boyut dört maddeyi içermektedir (Jorgensen ve Stedman, 2001). Ölçeğin toplam geçerliliği (Cronbach’s Alpha) 0,94’tür (Jorgensen ve Stedman 2001). Bu ölçeğin alt boyut geçerlilikleri sırasıyla yer bağlılığı 0,90, yer bağımlılığı 0,87, yer kimliği 0,93 şeklindedir (Jorgensen ve Stedman, 2001). Jorgensen ve Stedman (2001) tarafından İngilizce olarak geliştirilen ölçeğin Akgül Yalçın (2012) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmıştır. Araştırmada Akgül Yalçın (2012) tarafından Türkçeye uyarlanan “Yer Duygusu Ölçeği”nin kullanılmasına karar verilmiştir. Bu bölümde, ölçek

“kesinlikle katılmıyorum”dan “tamamen katılıyorum”a doğru giden 5’li likert tipi bir ölçek ile hazırlanmıştır. Yer duygusu ölçeğinin bu araştırmadaki güvenilirliğine ilişkin sonuçlarda üç boyut için ayrı ayrı Cronbach Alfa değeri hesaplanmıştır. Yer kimliğinin, 0,80; yer bağlılığının, 0,90; yer bağımlılığının ise 0,72 değere sahip olduğu görülmüştür. Cronbach Alfa değerlerinin tüm boyutlarda 0,70’in üzerindedir. Bu bulgulara göre bu araştırmada kullanılan yer duygusu ölçeğinden elde edilen verilerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Nitel veri analizi ile çalışma alanı olan Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özellikleri ile yer duygusu arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle demografik bilgilerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Ardından, çevresel özellikler ve yer duygusuna ilişkin bulgular ele alınarak, tüm veriler arasındaki ilişki ortaya konmuştur.

3.1. Demografik Bilgilerden Elde Edilen Bulgular

Çalışmada, ilk olarak katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ortaya koyulurken, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık ortalama hane geliri, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin Ankara’nın hangi ilçeleri tarafından tercih edildiği ortaya çıkarılmıştır. Anket çalışması, 250 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların 118’si kadın, 132’si ise erkektir. Hacıbayram Meydanı ve çevresini ziyaret eden katılımcıların %31,2’sinin (n=78) 18-30 yaş aralığında olduğu ve yeri en çok bu yaş grubunun ziyaret ettiği, en düşük katılımın ise 61 yaş ve üzerinde %9,6 (n=24) olduğu, katılımcıların gelir durumlarının genelde 5.000-14.999 TL %50 (n=125) aralığında değiştiği tespit edilmiştir. Katılımcıların öğrenim durumlarının değişkenlik gösterdiği ve en sık görülen öğrenim durumunun lise %31,1 (n=76) ile lisans %30,7 (n=75) düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Şekil 1 incelendiğinde, Hacıbayram Meydanı ve çevresine çeşitli ilçelerden gelen katılımcıların olduğu, en sık katılımcı gelen ilçenin %21,6 (n=27) ile Keçiören ilçesi olduğu, en az katılımın ise %0,8 (n=1) ile Elmadağ, Kızılcahamam, Polatlı ve Bala ilçelerinden olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçiler, Hacıbayram Meydanı ve çevresine genellikle Ankara’nın merkez ilçeleri tarafından gelirken, Ankara’nın batısından (Nallıhan, Beypazarı, Gündül, Çamlıdere, Kazan, Ayaş), güneyinden (Haymana, Şereflikoçhisar, Evren) ve kuzeybatısından (Akyurt, Kalecik) gelen ziyaretçilere rastlanmamıştır.

3.2. Çevresel Özelliklerin Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Öncelikle, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin değerlendirilmesi kapsamında hazırlanan Çevresel Özellikler Ölçeği’nde yer alan maddelerin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, tüm değişkenler için verilerin normal dağıldığı görülmüş ve bundan sonraki analizlerde parametrik testlerin kullanılabileceği kabul edilmiştir. Konfor ve görsel imaj boyutunda, 250 katılımcıdan elde edilen maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları incelendiğinde, S3: “Hacıbayram Meydanı ve çevresinin temiz ve bakımlı olduğunu düşünüyorum” maddesinin 4,00’lük değer ile en yüksek, S4: “Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kendimi güvende hissediyorum” maddesi ise 3,62’lik değer ile en düşük ortalamaya sahiptir. Erişim ve ulaşılabilirlik ile ilgili maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları incelendiğinde, S9: “Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kolayca yol ve yön bulabiliyorum” maddesinin 4,00’lük değer ile en yüksek, S11: “Hacıbayram Meydanı’nın altında yer alan katlı otopark alanı kullanım için yeterlidir” maddesi 2,98’lik değer ile en düşük ortalamaya sahiptir. Kullanım ve etkinlikler boyutunda, maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları

incelendiğinde, S15: “Hacıbayram Veli Cami ve Türbesi’nin, ibadet etmek açısından kutsal bir alan olduğunu ve dini bir merkez niteliği taşıdığını düşünüyorum” maddesinin 4,47’lik değeri ile en yüksek, S16: “Bu alanda yer alan cami ve türbeler alanı daha çok kullanmamı sağlıyor” maddesinin 4,14’lük değeri ile en düşük ortalama değere sahip olduğu görülmüştür. Sosyalleşme boyutunda, maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları incelendiğinde, S21: “Hacıbayram Meydanı’nın çevresinde yer alan aşıevlerinin buranın geleneksel anlamını/değerini ön plana çıkardığını düşünüyorum” maddesi 3,92’lik değeri ile en yüksek, S20: “Hacıbayram Meydanı ve çevresine özgü geleneklerin, törenlerin, festivallerin, şenliklerin geçmişten bugüne sürdürülmeye devam ettiğini düşünüyorum” maddesi 3,15’lik değeri ile en düşük ortalama sahiptir.

Tablo 2. Çevresel özelliklere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Konfor ve Görsel İmaj	N	Ort. değ.	Std.sap
1. Bu alanda yer alan oturma elemanlarının rahat ve kullanışlı olduğunu düşünüyorum.	250	3,64	1,257
2. Bu alanda yer alan zemin döşemelerinin yürümek için rahat ve kullanışlı olduğunu düşünüyorum.	250	3,78	1,185
3. Hacıbayram Meydanı ve çevresinin temiz ve bakımlı olduğunu düşünüyorum.	250	4,00	1,130
4. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kendimi güvende hissediyorum.	250	3,62	1,311
5. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yer alan eski Ankara evlerinin mimari tarzının değiştiğini düşünüyorum.	250	3,75	1,196
6. Hacıbayram Veli Cami ve Türbesi’nin geçmiş yıllara göre değişime uğradığını düşünüyorum.	250	3,79	1,187
Erişim ve Ulaşılabilirlik	N	Ort. değ.	Std.sap
7. Taşıt yolları ile bölgeye erişim rahatça sağlanmaktadır.	250	3,82	1,340
8. Yeşil alanlar/ağaçlar alana erişimimi desteklemektedir.	250	3,72	1,192
9. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kolayca yol ve yön bulabiliyorum.	250	4,00	1,115
10. Hacıbayram Veli Cami’nin çevresinde yer alan yürüyen merdivenler ve asansörler alana erişimimi desteklemektedir.	250	3,94	1,114
11. Hacıbayram Meydanı’nın altında yer alan katlı otopark alanı kullanım için yeterlidir.	250	2,98	1,339
12. Hacıbayram Meydanı’nda ve çevresinde neler olduğunu uzaktan görebiliyorum.	250	3,37	1,206
13. Hacıbayram Meydanı’na giriş noktaları belirgin ve yeterlidir.	250	3,60	1,231
14. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yer alan mekânların herkes tarafından rahatlıkla kullanılabileceğini düşünüyorum.	250	3,91	1,228
Kullanım ve Etkinlikler	N	Ort. değ.	Std.sap
15. Hacıbayram Veli Cami ve Türbesi’nin, ibadet etmek açısından kutsal bir alan olduğunu ve dini bir merkez niteliği taşıdığını düşünüyorum.	250	4,47	,905
16. Bu alanda yer alan cami ve türbeler alanı daha çok kullanmamı sağlıyor.	250	4,14	1,138
17. Çevreme burayı ziyaret etmeleri için öneririm ve gelecekte de ziyaret etmek isterim.	250	4,30	1,098
18. Buraya başka bir arkadaşımı da getirmek istiyorum.	250	4,28	1,016
Sosyalleşme	N	Ort. değ.	Std.sap
19. Bu alanda yer alan oturma mekânları alanı daha çok kullanmamı sağlıyor.	250	3,42	1,290
20. Hacıbayram Meydanı ve çevresine özgü geleneklerin, törenlerin, festivallerin, şenliklerin geçmişten bugüne sürdürülmeye devam ettiğini düşünüyorum.	250	3,15	1,351
21. Hacıbayram Meydanı’nın çevresinde yer alan aşıevlerinin buranın geleneksel anlamını ön plana çıkardığını düşünüyorum.	250	3,92	1,076
22. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde insanların etkinlikleri/aktiviteleri grup halinde veya birden çok insan ile gerçekleştirdiğini düşünüyorum.	250	3,84	1,022

Tablo 2 incelendiğinde, tüm değişkenler için verilerin normal dağıldığı görülmüş ve bundan sonraki analizlerde parametrik testlerin kullanılabileceği kabul edilmiştir.

Konfor ve görsel imaj alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcıların %41,2’si oturma elemanlarının, %41,6’sı zemin döşemelerinin rahat ve kullanışlı olduğunu düşünmektedir. Kullanıcıların %39,2’si alanın bakımlı ve temiz olduğuna tamamen katılmaktadır. Kullanıcıların %32,2’si alanın güvenli olduğunu düşünürken, %10,4’ü bu ifadeye kesinlikle katılmamakta, güven konusunda endişe duymaktadır. Aynı zamanda, kullanıcıların %33,2’si eski Ankara evlerinin, %34’ü Hacı Bayram Veli Camii ve türbesinin geçmiş yıllara göre değiştiğine tamamen katılmaktadır (Resim 3).



Resim 3. Konfor ve görsel imaj alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Hacıbayram Meydanı ve çevresinde görsel uygunluğun, tarihi ve kültürel dokunun değişmesi gündemdedir (Resim 4).

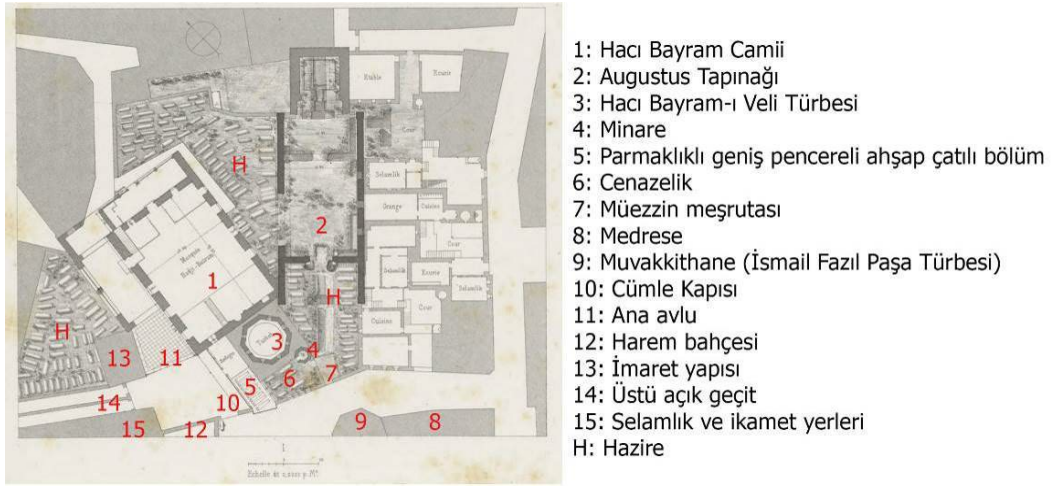


Resim 4. 1930’lu yıllarda Hacı Bayram Veli Camii’sine uzanan Hacıbayram Sokak (sol) ve günümüzdeki durumu (sağ).

Kaynak: Anonim, 1926.

Bu yönde vurgu yapan kullanıcılar meydan ve çevresinde yaşayan ve çalışan katılımcılar olup, bu bölgede uzun süre vakit geçirmiş, 50 yaş ve üzeri olan bireylerdir. Bölgede eski Ankara evlerinin tek tipleştirme çabası görülmektedir. Bu yapıların sokaklarda farklılaşan mekân organizasyonları ve cephe karakterleriyle görsel algıda

karmaşa yarattığı düşünülmektedir. Bölgede konut kullanımının azalmasından dolayı bölgede gece gündüz arası kullanım yoğunluğu farklılaşmaktadır. Genellikle, akşam geç saatlerde 60 yaş ve üstü bireyler yeri aktif olarak kullanmamaktadır. Gönüllü kullanıcılar için oturma elemanları ve zemin döşemeleri konforlu olmakla birlikte, kullanım açısından yeterlidir. Aynı zamanda, kullanıcılar yenileme sonrası eski Ankara evlerinin ve Hacı Bayram Veli Camii ve türbesinin değişime uğradığına tamamen katılmaktadır. Buna ek olarak, Augustus Tapınağı, yapısal ve kullanım özellikleriyle yerin ana karakterlerinden birini oluşturmaktadır, bu nedenle yapının tarihsellik, özgünlük ve estetik değeri bulunmaktadır. Diğer yönden, gönüllü kullanıcılar Augustus Tapınağı'nın kilise olarak bilindiğini ve insanların çok fazla farkında olmadıklarını dile getirmektedirler (Resim 5).



Resim 5. Augustus Tapınağı ve 1861 yılında yürütülen kazıların mevcut vaziyet planı.

Kaynak: Perrot vd., 1872.

Bu bağlamda Hacı Bayram Veli Camii'nin kullanım sıklığından dolayı bu durumun oluşması veya hafızada bu kalıntının yer etmemiş olması bu durumu mümkün kılmaktadır.

Erişim ve ulaşılabilirlik alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcılar %39,2'lik değer ile alana erişimin rahatlıkla sağlandığına tamamen katılmaktadır. Yeşil alanlar/ağaçlar %44'lük değer ile erişimi desteklemektedir. Kullanıcıların, %41,2'si alanda kolayca yol ve yön bulabildiğini, %38,8'i alandaki yürüyen merdivenlerin ve asansörlerin erişimi desteklediğini düşünmektedir. Kullanıcıların, %25,6'sı alandaki katlı otopark alanının kullanım için yeterli olup olmadığı konusunda kararsız kalmış, %19,6'ı kesinlikle katılmamıştır. Kullanıcıların %42'si alanın çevresini uzaktan rahatlıkla gördüğünü söylerken, %10,8'i bu ifadeye kesinlikle katılmamıştır. Kullanıcıların %42,8'i, meydana giriş noktalarının belirgin olduğunu düşünmektedir. Bununla birlikte, kullanıcıların %36,8'i alandaki mekânların herkes tarafından rahatlıkla kullanılabildiğine katılmaktadır (Resim 6). Yerin merkezi bir nitelik taşıması, yerin diğer merkezi noktalara fiziksel yakınlığı erişilebilirliği olumlu yönde etkilemektedir. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde otopark alanlarının hafta sonları ve özel günlerde yetersiz gelmesi ön plana çıkan konular arasındadır. Kullanıcıların yalnızca %42'si Hacıbayram Meydanı'nın çevresini uzaktan rahatlıkla gördüklerini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, yerin okunabilirliğine yönelik görüş farklılıklarının olduğu gözlenmektedir (Resim 7).



Resim 6. Erişim ve ulaşılabilirlik alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)



Resim 7. Hacıbayram Meydanı'nda erişimi destekleyen yürüyen merdivenler ve asansörlerden bazıları.

Kaynak: Yazar arşivi.

Kullanım ve etkinlikler alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcıların %64,4'ü Hacı Bayram Veli Camii ve türbesinin dini bir merkez niteliği taşıdığını düşünmekte, %48,8'i çevrede yer alan cami ve türbeleri sıklıkla kullanmaktadır. Ayrıca, kullanıcıların %57,6'sı çevrelerine alanı ziyaret etmeleri için önerirken, %6,4'ü kesinlikle önermemektedir. Kullanıcıların %53,6'sı alana başka bir arkadaşını getirmeyi vurgularken, %4'ü bu ifadeye kesinlikle katılmamaktadır (Resim 8). Kullanıcıların büyük çoğunluğu cami ve türbeleri, çay ocaklarını, çarşıları kullanım açısından tercih etmektedir. Kullanıcılar yerin dini bir nitelik taşıdığını savunmaktadır (Resim 9).



Resim 8. Kullanım ve etkinlikler alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)



Resim 9. Hacıbayram Meydanı'nın çevresinde sık kullanılan Tarihi Osmanlı Kafe (sol) ve meydandaki çarşıdan bazıları (sağ).

Kaynak: Yazar arşivi.

Sosyalleşme alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcıların %39,2'si alanda bulunan mekânlarda sosyalleştiğini vurgularken, %16,4'ü bu mekânları çok fazla tercih etmemektedir. Bunun dışında, kullanıcıların %26,4'ü alanda geçmişe yönelik festivallerin, şenliklerin sürdürülmeye devam ettiğini düşünürken, %23,6'sı bu ifadeye kararsız kalmış, %17,2'si kesinlikle katılmamıştır. Kullanıcıların %45,6'sı Hacıbayram Meydanı'nın çevresinde bulunan aşevlerinin geleneksel anlamını ön plana çıkardığını düşünürken, %46,4'ü insanların alanda grup halinde sosyalleştiklerine katılmaktadır (Resim 10). Bu bağlamda, yerin mekânsal organizasyonunun yeterli gelip gelmediği konusu ön plana çıkmaktadır. İnsanların yerlerle kurduğu ilişki düzeyine ve mekânsal değişkenlere bağlı olarak insanlar birbirleriyle etkileşime girmekte ve yere anlam yüklemektedir (Resim 11). Zorunlu kullanıcılar güvenliğe bağlı olarak zaman zaman insanlarla etkileşim konusunda tedirgin hissederken, gönüllü kullanıcılar bölgede kolayca iletişim ortamı yaratmaktadır. Yenileme sonrası ve pandemi süreci ile birlikte, meydan ve çevresinde etkinlik çeşitliliğinin azaldığı görülmektedir. Ziyaretçiler için meydanda yapılan en yoğun etkinlik hayır ve yardım amaçlı dağıtımların yapılmasıdır. Yenileme sürecinin bölgedeki sosyo-kültürel yapıyı değiştirmesi, yere özgü geleneksel kutlamaların yok olmasına neden olmaktadır.



Resim 10. Sosyalleşme alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)



Resim 11. Hacıbayram Meydanı'nda konferansa katılan bireyler (sol) ve bir okulun düzenlemiş olduğu geziye katılan öğrenciler (sağ)
Kaynak: Yazar arşivi.

3.3. Çevresel Özellikler Alt Boyutlarının Zorunlu/Gönüllü Kullanıcılar İle İlişkisi

Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin alt boyutları ile zorunlu ve gönüllü kullanıcılar arasındaki farklılıkları saptamak amacıyla bağımsız gruplar için t testi analizi yapılmış, sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Kullanıcılar arasındaki farklılıklar açısından Çevresel Özellikler Ölçeği alt boyutlarının ortalama değerleri, standart sapma değerleri ve t testi sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sapma	t	sd	p
Konfor ve görsel imaj	Mahallede yaşıyorum veya çalışıyorum.	125	21,28	5,16	-4,29	248,00	0,00*
	Mahallede ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	23,92	4,55			
Erişim ve ulaşılabilirlik	Mahallede yaşıyorum veya çalışıyorum.	125	27,59	6,44	-4,69	248,00	0,00*
	Mahallede ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	31,15	5,54			
Sosyalleşme	Mahallede yaşıyorum veya çalışıyorum.	125	14,29	3,80	-0,28	248,00	0,78
	Mahallede ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	14,42	3,46			
	Mahallede ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	14,34	4,50			
		N	Ortalama değer	Std. Sapma	t	sd	p
**Kullanım ve etkinlikler	Mahallede yaşıyorum veya çalışıyorum.	119	17,54	2,58	-2,00	234,00	0,05*
	Mahallede ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	117	18,15	2,12			

Yapılan analiz sonucunda, konfor ve görsel imaj ($t(248) = -4,29$; $p \leq 0,05$), erişim ve ulaşılabilirlik ($t(248) = -4,69$; $p \leq 0,05$), kullanım ve etkinlikler ($t(234) = -2,00$; $p \leq 0,05$) boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edildiği görülmektedir. Sosyalleşme boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Ortalamalar incelendiğinde, Hacıbayram Meydanı ve çevresine Ankara’nın farklı yerlerinden gelen ziyaretçilerin, bölgede yaşayanlara ve çalışanlara göre daha yüksek puana sahip oldukları ve anlamlı farkın Hacıbayram Meydanı ve çevresinde ziyaretçi olanların ($\bar{X} = 23,92$) lehine olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, Ankara’nın farklı yerlerinden gelen ziyaretçilerin, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin fiziksel niteliklerinden daha fazla memnuniyet duyduğunu göstermektedir.

3.4. Yer Duygusunun Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yer duygusunun değerlendirilmesi kapsamında kullanılan “Yer Duygusu Ölçeği’nde” yer alan maddelerin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4’de verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde verilerin normal dağılım gösterdiği ve bundan sonraki analizlerde parametrik testlerin kullanılabileceği tespit edilmiştir.

Tablo 4. Yer duygusu alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Yer kimliği	N	Ortalama değer	Std. sapma
1. Burası ile ilgili her şey beni yansıtıyor.	250	3,31	1,276
2. Bu yer benim tarzıma az uyum sağlıyor.	250	3,47	1,280
3. Bu yerde gerçekten kendim olduğumu hissediyorum.	250	3,83	1,151
4. Bu yer benim kim olduğumu/nasıl bir insan olduğumu yansıtıyor.	250	3,75	1,203
Yer bağlılığı	N	Ortalama değer	Std. sapma
5. Bu yerde olduğumda kendimi rahatlamış hissediyorum.	250	4,22	1,115
6. Bu yerde olduğumda kendimi çok mutlu hissediyorum.	250	4,19	1,114
7. Bu yer benim en çok bulunmak istediğim yer.	250	3,61	1,334
8. Uzun zaman bu yerden ayrı kalınca gerçekten çok özlüyorum.	250	3,65	1,327
Yer bağımlılığı	N	Ortalama değer	Std. sapma
9. Burası hoşlandığım/sevdiğim şeyleri yapmak için en iyi yer.	250	3,62	1,606
10. Hoşlandığım/sevdiğim şeyleri yapmak için bu yeri karşılaştırabileceğim başka bir yer yok.	250	3,03	1,597
11. Bu yer sevdiğim şeyleri yapmak için iyi bir yer değil.	250	3,81	1,629
12. Bu yer dışında tercih edebileceğim daha iyi yerlerde var.	250	3,56	1,554

Yer kimliği alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcıların %30,40’ı Hacıbayram Meydanı’nı ile ilgili her şeyin kendilerini yansıttığına katılırken, %11,20’si kesinlikle katılmadığını ve %20’si bu görüşe tamamen katıldıklarını belirtmişlerdir. Kullanıcıların %29,2’si alanın kendilerinin tarzına az uyum sağladığına katılırken, %6’sı ise bu ifadeye kesinlikle katılmamaktadır. Kullanıcıların %38,8’i Hacıbayram Meydanı ve çevresinde gerçekten kendileri gibi olduğunu, %6,80’i bu ifadeye kesinlikle katılmadığını ifade etmişlerdir. Kullanıcıların %35,2’si alanın kendilerinin nasıl bir insan olduğunu yansıttığını, %8’inin ise bu ifadeye kesinlikle katılmadıklarını vurgulamışlardır (Resim 12).



Resim 12. Yer kimliği alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Bu durum, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde değerlerin hızla değişmediği ve yok olmadığı ile ilişkilendirilebilir. Yinelenerek gerçekleştirilen deneyimler, yer kimliğini olumlu yönde etkilemekte, kullanıcıları büyük oranda yansıtmaktadır. Aynı zamanda, kullanıcılar bölgede kendileri gibi olabilmektedir. Diğer yönden, günümüzde etkinliklerin azalış göstermesi, Hacıbayram Meydanı'nı kültürel ve tarihsel anlamlarını, değerlerini indirgeyen bir yere dönüştürmektedir, çünkü süreklilik yer kimliğinin oluşmasında belirleyicidir (Resim 13).

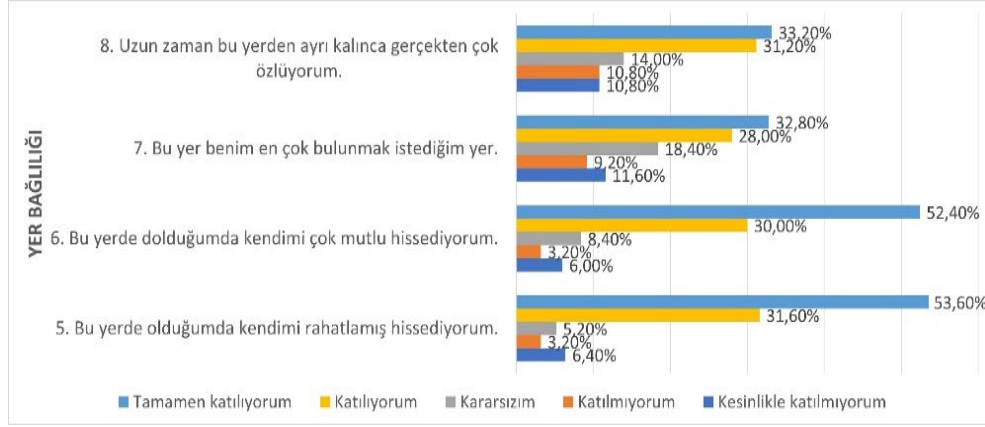


Resim 13. Yenilemeden önce Hacıbayram Meydanı'nın simgesi olan güvercinler (sol) ve günümüzdeki konumları (sağ).

Kaynak: Yazar arşivi.

Zorunlu ve gönüllü kullanıcılara göre, Hacıbayram Meydanı ve çevresini diğer yerlerden farklı kılan özellikler arasında yerin manevi değeri, tarihi ve sembolik özelliği ve evrensel niteliği ön plana çıkmaktadır. Bölgedeki dini figürlere ait türbeler kullanıcılar tarafından kimliklerine etki eden yerler olarak belirtilmektedir. Kullanıcılar yer ile özdeşleşmekte ve bu durum yerin ruhunun (*genius loci*) varlığını ortaya koymaktadır.

Yer bağlılığı alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, kullanıcıların %53,6'sı Hacıbayram Meydanı ve çevresinde tamamen rahatlamış, %52,4'ü ise mutlu hissetmektedir. Kullanıcıların %32,8'i alanın en çok bulunmak istedikleri yer olduğu ifadesine tamamen katılırken, %11,6'sı kesinlikle katılmadığını vurgulamıştır. Kullanıcıların %33,2'si alandan uzak kaldıklarında alanı özlediklerini ifade etmişlerdir, %10,8'inin ise alandan uzak kaldıklarında alanı kesinlikle özlememektedir (Resim 14).



Resim 14. Yer bağlılığı alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Kullanıcıların Hacıbayram Meydanı ve çevresinde çoğunlukla mutlu ve huzurlu hissetmeleri, yerden uzak kaldıklarında özlem duymaları, zorunlu kullanıcıların uzun süre vakit geçirdiklerinden dolayı yere aşına olmaları yer ile duygusal bağların oluştuğunu kanıtlamaktadır. Gönüllü ve zorunlu kullanıcılar için Hacıbayram Meydanı ve çevresinin manevi bir değere sahip olması ve yerin kullanıcılar için özel bir anlam taşıması yer bağlılığını büyük oranda etkilemektedir. Her iki kullanıcı grubu, Hacıbayram Meydanı ve çevresini manevi değerlere sahip bir kamusal açık alan olarak görmektedir (Resim 15).



Resim 15. Cuma günleri Hacıbayram Meydanı'nın kullanım biçimleri.

Kaynak: Yazar arşivi.

Yer bağımlılığı alt boyutunda yer alan maddelerin dağılımları incelendiğinde, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kullanıcıların %47,2'si sevdikleri şeyleri yapmak için alanın en iyi yer olduğuna tamamen katılırken, %21,6'sı bu ifadeye kesinlikle katılmamaktadır. Kullanıcıların %31,6'sı alanı karşılaştıracakları başka bir yer yok ifadesine kesinlikle katılmazken, %28,8'i tamamen katıldığını belirtmiştir. Kullanıcıların %59,6'sı alanda sevdikleri şeyleri rahatlıkla yapabildiklerini vurgularken, %20,4'ü alanda sevdikleri şeyleri yapamadıklarını ifade etmiştir. Kullanıcıların %44,8'i Hacıbayram Meydanı dışında tercih edebilecekleri yerlerin olduğuna tamamen katılırken, %19,2'si bu ifadeye kesinlikle katılmamıştır (Resim 16). Hacıbayram Meydanı kullanıcılarının sosyal, ekonomik ve kültürel durumlarındaki farklılıklar toplumsal ve mekânsal kümelenmelerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Günümüz koşullarında, yere yapılan müdahalelerin insandan bağımsız değerlendirildiği, zorunlu kullanıcıların psikolojik konforlarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu durum, kullanıcıların bu yer dışında başka mekânları da tercih etmelerine sebep olmaktadır.



Resim 16. Yer bağımlılığı alt boyutunda yer alan ifadelerin dağılımı. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

3.5. Yer Duygusu Alt Boyutlarının Zorunlu/Gönüllü Kullanıcılar İle İlişkisi

Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kullanıcılar üzerindeki yer duygusu alt boyutları ile zorunlu ve gönüllü kullanıcılar arasındaki farklılıkları saptamak için bağımsız gruplar t testi analizi yapılmış, sonuçlar Tablo 5’de sunulmuştur. Yapılan analiz sonucunda, yer duygusu alt boyutları (bağlılık, bağımlılık, kimlik) ve zorunlu/gönüllü kullanıcılar üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 5. Kullanıcılar arasındaki farklılıklar açısından Yer Duygusu Ölçeği alt boyutlarının ortalama değerleri, standart sapma değerleri ve t testi sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sapma	t	sd	p
Yer kimliği	Hacıbayram Mahallesi'nde yaşıyorum/çalışıyorum.	125	14,18	4,10	-0,81	248,00	0,42
	Hacıbayram Mahallesi'nde ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	14,58	3,69			
Yer bağlılığı	Hacıbayram Mahallesi'nde yaşıyorum/çalışıyorum.	125	15,17	4,54	-1,93	248,00	0,06
	Hacıbayram Mahallesi'nde ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	16,21	3,98			
Yer bağımlılığı	Hacıbayram Mahallesi'nde yaşıyorum/çalışıyorum.	125	13,73	4,89	-1,04	248,00	0,30
	Hacıbayram Mahallesi'nde ziyaretçiyim. Ankara'nın başka yerinden geliyorum.	125	14,34	4,50			

3.6. Demografik Özellikler ile Çevresel Özellikler ve Yer Duygusuna İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması

Araştırma bulgularının son aşamasında, çevresel özellikler ve yer duygusu alt boyutlarının yaşa ve ortalama hane gelirine göre nasıl farklılaştığı, çevresel özellikler alt boyutlarının yer duygusu alt boyutları üzerindeki etkilerinin ne yönde değişim gösterdiği tespit edilmiştir.

3.6.1. Çevresel Özellikler Alt Boyutlarının Yaşa Göre Farklılaşması

Çevresel özellikler alt boyutlarının (konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler, sosyalleşme) kullanıcıların yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü (*one-way*) ANOVA analizi kullanılmış, inceleme sonucunda çıkan farkların hangi grupların lehine olduğu ise Post-Hoc testleri (Tukey) kullanılarak belirlenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 6’da ve Tablo 7’de verilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde, 61 yaş ve üzeri grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarının ($\bar{X}=25,83$), 18-30 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=22,76$), 31-40 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=22,73$) ve 41-50 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=22,46$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde yüksek olduğu görülmüştür. Diğer alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>,05$). Bu noktada, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin değerlendirilmesi konusunda daha çok 61 yaş ve üzeri kullanıcılar ön plana çıkmaktadır.

Tablo 6. Yaşa göre Çevresel Özellikler Ölçeği alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sapma	Min.	Maks.
Konfor ve görsel imaj	18-30 yaş	71	22,76	3,89	10,00	30,00
	31-40 yaş	49	22,73	4,70	10,00	30,00
	41-50 yaş	56	22,46	4,96	9,00	30,00
	51-60 yaş	36	23,64	3,63	15,00	30,00
	61 yaş ve üzeri	24	25,83	4,40	14,00	30,00
Erişim ve ulaşılabilirlik	18-30 yaş	71	29,85	5,60	13,00	40,00
	31-40 yaş	49	30,00	5,75	10,00	40,00
	41-50 yaş	56	28,63	5,63	14,00	38,00
	51-60 yaş	36	31,17	6,00	12,00	40,00
	61 yaş ve üzeri	24	31,42	3,67	24,00	40,00
Kullanım ve etkinlikler	18-30 yaş	71	17,92	2,25	12,00	20,00
	31-40 yaş	49	17,80	2,15	11,00	20,00
	41-50 yaş	56	17,68	2,64	10,00	20,00
	51-60 yaş	36	18,00	2,19	13,00	20,00
	61 yaş ve üzeri	24	17,88	2,94	11,00	20,00
Sosyalleşme	18-30 yaş	71	14,56	3,44	6,00	20,00
	31-40 yaş	49	15,49	3,20	6,00	20,00
	41-50 yaş	56	13,89	3,43	7,00	20,00
	51-60 yaş	36	15,25	3,17	9,00	20,00
	61 yaş ve üzeri	24	13,58	3,45	8,00	20,00

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların konfor ve görsel imaj alt boyutunda yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir [$F(4,231) = 2,990$; $p<,05$]. Anlamlı farklılık olan boyutlarda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Tukey Post Hoc analizi yapılmıştır. Yapılan Post-hoc testi sonucunda anlamlı farkın 18-30 yaş ile 61 yaş ve üzeri, 31-40 yaş ile 61 yaş ve üzeri ve 41-50 yaş ile yine 61 yaş ve üzeri grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, 61 yaş ve üzeri olan katılımcılarda Hacıbayram Meydanı ve çevresinin konfor ve görsel imajı daha etkilidir.

Tablo 7. Yaşa göre Çevresel Özellikler Ölçeği alt boyutlarının ANOVA ve Post-Hoc testi (Tukey) sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

ANOVA		Kareler Top.	sd	Kareler ort.	F	p	Anlamlı farklar
Konfor ve görsel imaj	Gruplar arası	226,880	4,000	56,720	2,990	0,020	18-30 yaş <61 yaş ve üzeri;
	Grup içi	4382,048	231,000	18,970			31-40 yaş <61 yaş ve üzeri;
	Toplam	4608,928	235,000	0,000			41-50 yaş <61 yaş ve üzeri
Erişim ve ulaşılabilirlik	Gruplar arası	204,136	4,000	51,034	1,662	0,160	
	Grup içi	7093,254	231,000	30,707			
	Toplam	7297,390	235,000	0,000			
Kullanım ve etkinlikler	Gruplar arası	2,908	4,000	0,727	0,127	0,973	
	Grup içi	1326,291	231,000	5,742			
	Toplam	1329,199	235,000	0,000			
Sosyalleşme	Gruplar arası	106,909	4,000	26,727	2,382	0,052	
	Grup içi	2591,650	231,000	11,219			
	Toplam	2698,559	235,000	0,000			

3.6.2. Çevresel Özellikler Alt Boyutlarının Ortalama Hane Gelirine Göre Farklılaşması

Çevresel özellikler alt boyutlarının (konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler, sosyalleşme) kullanıcıların ortalama hane geliri değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü (*one-way*) ANOVA analizi kullanılmış inceleme sonucunda çıkan farkların hangi grupların lehine olduğu ise Post-Hoc testleri (Tukey) kullanılarak belirlenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 8’de ve Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 8. Ortalama hane gelirine göre Çevresel Özellikler Ölçeği alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sapma	Min.	Maks.
Konfor ve görsel imaj	5.000-14.999 TL	117	23,41	4,44	9,00	30,00
	15.000-29.999 TL	88	23,08	4,34	10,00	30,00
	30.000 TL ve üzeri	31	22,23	4,65	11,00	30,00
Erişim ve ulaşılabilirlik	5.000-14.999 TL	85	30,74	5,19	14,00	40,00
	15.000-29.999 TL	123	29,59	5,85	12,00	40,00
	30.000 TL ve üzeri	80	28,00	5,78	10,00	37,00
Kullanım ve etkinlikler	5.000-14.999 TL	85	17,98	2,24	10,00	20,00
	15.000-29.999 TL	123	17,70	2,67	10,00	20,00
	30.000 TL ve üzeri	80	17,71	2,05	15,00	20,00
Sosyalleşme	5.000-14.999 TL	85	14,78	3,57	7,00	20,00
	15.000-29.999 TL	123	14,58	3,11	6,00	20,00
	30.000 TL ve üzeri	80	14,00	3,47	6,00	20,00

Ortalamalar incelendiğinde ise 5.000-14.999 TL grubunda olan puan ortalamalarının ($\bar{X}=30,74$), 15.000-29.999 TL grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=29,59$), 30.000 TL ve üzeri grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=28,00$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 8). Diğer alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır ($p>,05$).

Tablo 9. Ortalama hane gelirine göre Çevresel Özellikler Ölçeği alt boyutlarının ANOVA ve Post-Hoc testi (Tukey) sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

ANOVA		Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p	Anlamlı farklar
Konfor ve görsel imaj	Gruplar arası	34,758	2,000	17,379	0,885	0,414	
	Grup içi	4574,170	233,000	19,632			
	Toplam	4608,928	235,000	0,000			
Erişim ve ulaşılabilirlik	Gruplar arası	201,331	2,000	100,665	3,305	0,038	30.000 TL ve üzeri <5.000-14.999 TL
	Grup içi	7096,059	233,000	30,455			
	Toplam	7297,390	235,000	0,000			
Kullanım ve etkinlikler	Gruplar arası	4,528	2,000	2,264	0,398	0,672	
	Grup içi	1324,671	233,000	5,685			
	Toplam	1329,199	235,000	0,000			
Sosyalleşme	Gruplar arası	14,894	2,000	7,447	0,647	0,525	
	Grup içi	2683,665	233,000	11,518			
	Toplam	2698,559	235,000	0,000			

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcıların erişim ve ulaşılabilirlik alt boyutunda ortalama hane gelirine göre istatistiksel olarak anlamlı fark tespit edilmiştir [$F(2,233) = 3,305$; $p<,05$]. Anlamlı farklılık olan boyutlarda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Tukey Post Hoc analizi yapılmıştır. Yapılan Post-Hoc testi sonucunda anlamlı farkın 30.000 TL ve üzeri ile 5.000-14.999 TL arasında olduğu tespit edilmiştir. Düşük gelir grubuna sahip kişiler yere daha çok erişim sağlamakta, ulaşım konusunda daha fazla memnuniyet duymaktadır. Meydan ve çevresi düşük gelir grupları tarafından daha fazla tercih edilmektedir.

3.6.3. Yer Duygusu Alt Boyutlarının Yaşa Göre Farklılaşması

Yer duygusu alt boyutlarının (yer bağlılığı, yer bağımlılığı, yer kimliği) kullanıcıların yaş değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmış ve Tablo 10'da ve Tablo 11'de gösterilmiştir.

Ortalamalar incelendiğinde 61 yaş ve üzeri grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarının ($\bar{X}=17,50$), 18-30 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=14,68$), 31-40 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=16,65$) ve 41-50 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=16,09$), 51-60 yaş grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=16,83$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 10).

Tablo 10. Yaşa göre Yer Duygusu Ölçeği alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sap.	Min.	Maks.
Yer kimliği	18-30 yaş	71	13,79	3,61	4,00	20,00
	31-40 yaş	49	15,41	3,37	8,00	20,00
	41-50 yaş	56	14,07	3,84	4,00	20,00
	51-60 yaş	36	15,53	3,86	4,00	20,00
	61 yaş ve üzeri	24	15,92	3,72	7,00	20,00
Yer bağlılığı	18-30 yaş	71	14,68	4,31	4,00	20,00
	31-40 yaş	49	16,65	2,98	8,00	20,00
	41-50 yaş	56	16,09	4,16	4,00	20,00
	51-60 yaş	36	16,83	3,80	4,00	20,00
	61 yaş ve üzeri	24	17,50	2,78	10,00	20,00
Yer bağımlılığı	18-30 yaş	71	14,28	4,88	5,00	20,00
	31-40 yaş	49	14,06	4,54	6,00	20,00
	41-50 yaş	56	14,48	4,20	6,00	20,00
	51-60 yaş	36	13,56	5,14	6,00	20,00
	61 yaş ve üzeri	24	13,29	4,41	6,00	20,00

Tablo 11 incelendiğinde, yer bağlılığının yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı fark yarattığı tespit edilmiştir [$F(4,231) = 3,858$; $p < .05$]. Anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğunun tespit edilebilmesi için yapılan Post-Hoc analizi sonucunda Bonferroni düzeltmesi ile elde edilen yeni anlamlılık değerine göre yer kimliği yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark yaratmamıştır. Anlamlı farkın 18-30 yaş ile 31-40 yaş, 18-30 yaş ile 51-60 yaş ve 18-30 yaş ile 61 yaş ve üzeri gruplar arasında olduğu tespit edilmiştir. Yaş değişkenine göre, 61 yaş ve üzeri olan katılımcılarda yer bağlılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yer bağlılığının yaş faktörü ile doğrudan ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo 11. Yaşa göre Yer Duygusu Ölçeği alt boyutlarının ANOVA ve Post-Hoc testi (Tukey) sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

ANOVA		Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p	Anlamlı farklar
Yer kimliği	Gruplar arası	165,690	4,000	41,422	3,080	0,017	*
	Grup içi	3106,188	231,000	13,447			
	Toplam	3271,877	235,000	0,000			
ANOVA		Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p	Anlamlı farklar
Yer bağlılığı	Gruplar arası	224,452	4,000	56,113	3,858	0,005	18-30 yaş < 31-40 yaş; 18-30 yaş < 51-60 yaş; 18-30 yaş < 61 yaş ve üzeri
	Grup içi	3360,205	231,000	14,546			
	Toplam	3584,657	235,000	0,000			
Yer bağımlılığı	Gruplar arası	36,764	4,000	9,191	0,425	0,790	
	Grup içi	4991,012	231,000	21,606			
	Toplam	5027,775	235,000	0,000			

3.6.4. Yer Duygusu Alt Boyutlarının Ortalama Hane Gelirine Göre Farklılaşması

Yer duygusu alt boyutlarının kullanıcıların ortalama hane geliri değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmış ve Tablo 12’de ve Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Ortalama hane gelinine göre Yer Duygusu Ölçeği alt boyutlarının ortalama ve standart sapma değerleri. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

		N	Ortalama değer	Std. Sapma	Min.	Maks.
Yer kimliği	5.000-14.999 TL	85	15,06	3,50	4,00	20,00
	15.000-29.999 TL	123	14,47	3,84	4,00	20,00
	30.000 TL ve üzeri	80	13,81	4,17	4,00	20,00
Yer bağlılığı	5.000-14.999 TL	85	16,72	3,59	4,00	20,00
	15.000-29.999 TL	123	15,72	4,16	4,00	20,00
	30.000 TL ve üzeri	80	14,39	3,82	4,00	20,00
Yer bağımlılığı	5.000-14.999 TL	85	13,92	4,76	5,00	20,00
	15.000-29.999 TL	123	14,00	4,28	6,00	20,00
	30.000 TL ve üzeri	80	14,84	5,11	6,00	20,00

Ortalamalar incelendiğinde 5.000-14.999 TL grubunda olan puan ortalamalarının ($\bar{X}=16,72$), 15.000-29.999 TL grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=15,72$), 30.000 TL ve üzeri grubunda yer alan katılımcıların puan ortalamalarından ($\bar{X}=14,39$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 12). Diğer alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 13. Ortalama hane gelinine göre Yer Duygusu Ölçeği alt boyutlarının ANOVA ve Post-Hoc testi (Tukey) sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

ANOVA		Kareler toplamı	sd	Kareler ortalaması	F	p	Anlamlı farklar
Yer kimliği	Gruplar arası	44,559	2,000	22,280	1,609	0,202	
	Grup içi	3227,318	233,000	13,851			
	Toplam	3271,877	235,000	0,000			
Yer bağlılığı	Gruplar arası	147,712	2,000	73,856	5,007	0,007	30.000 ve üzeri <5.000-14.999 TL
	Grup içi	3436,945	233,000	14,751			
	Toplam	3584,657	235,000	0,000			
Yere bağımlılık	Gruplar arası	21,274	2,000	10,637	0,495	0,610	
	Grup içi	5006,501	233,000	21,487			
	Toplam	5027,775	235,000	0,000			

Tablo 13 incelendiğinde, yer bağlılığı alt boyutunda ortalama hane gelinine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir [$F(2,233) = 5,007$; $p<,05$]. Anlamlı farklılık olan boyutlarda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Tukey Post Hoc analizi yapılmıştır. Yapılan Post-Hoc analizi sonucunda anlamlı farkın

30.000 TL ve üzeri ile 5.000-14.999 TL arasında olduğu tespit edilmiştir. Düşük gelirli katılımcıların Hacıbayram Meydanı ve çevresine daha yüksek oranda bağlılık/aidiyet gösterdiği belirlenmiştir. Sosyo-ekonomik düzey ile yere bağlanma arasında dolaylı bir ilişki bulunmaktadır.

3.7. Çevresel Özellikler Alt Boyutlarının Yer Duygusu Alt Boyutları Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi

Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özellikler alt boyutları olan konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler, sosyalleşme ile yer duygusu alt boyutları olan yer kimliği, yer bağlılığı, yer bağımlılığı arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Regresyon analizi sürecinde öncelikle değişkenlere ilişkin betimsel istatistikler belirlenmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. İlk olarak, yer kimliği bağımlı değişkeni ile bağımsız değişkenler arasında regresyon denklemi oluşturabilecek korelasyon değerleri olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 14). Bu işlemlerin ardından bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık (*multicollinearity*) olup olmadığı değerlendirilmiş ve tüm değerlerin 0,80’den küçük olduğu görülmüştür.

Betimsel istatistikler incelendiğinde ortalama ve standart sapma değerlerinde normalin dışında bir durum olmadığı tespit edilmiştir. Dağılımların normalliği regresyon analizi için önemli bir ölçüt olup sosyal bilimlerde dağılımın normal sayılabilmesi için özellikle çarpıklık katsayısının -1,5 ile +1,5 arasında olması beklenir. Tüm değişkenlerde çarpıklık değerinin beklenen değer aralığındadır. Tablo 14’de tüm değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Pearson Korelasyon Katsayısı ile incelenmiştir.

Tablo 14. Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

	Yer kimliği	Konfor ve görsel imaj	Erişim ve ulaşılabilirlik	Kullanım ve etkinlikler	Sosyalleşme
Yer kimliği		,353**	,435**	,395**	,262**
Konfor ve görsel imaj			,570**	,313**	,245**
Erişim ve ulaşılabilirlik				,394**	,415**
Kullanım ve etkinlikler					,197**
Sosyalleşme					

* : $p < ,05$ ** : $p < ,01$

Tablo 14 incelendiğinde bağımlı değişken olan yer kimliği ile konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler ve sosyalleşme alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu gözlenmiştir ($p < ,05$). Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon incelendiğinde en fazla orta düzeyde anlamlı korelasyon olduğu görülmektedir. Çevresel özelliklerle yer kimliği arasındaki ilişki düzeyleri yüksekten düşüğe doğru sırasıyla “erişim ve ulaşılabilirlik”, “kullanım ve etkinlikler”, konfor ve görsel imaj” ve “sosyalleşme” olarak belirlenmiştir. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve yer kimliği arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu bağlamda, çevresel boyutların yer kimliği üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmıştır.

Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık incelendiğinde bağımsız değişkenler arasındaki tüm korelasyon değerlerinin 0,80’den küçük olduğu, bu nedenle çoklu doğrusallık olmadığı gözlenmiştir. Yer kimliği puanları ile Çevresel Özellikler Ölçeği’nin alt boyutları arasında incelenen çoklu doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15. Yer kimliği ile bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	0,638	1,698		0,375			
Erişim ve ulaşılabilirlik	0,222	0,041	0,331	5,361	0,000	0,435	0,331
Kullanım ve etkinlikler	0,414	0,097	0,264	4,274	0,000	0,395	0,270
R=0,5; $R^2=0,25$ F (2,233)= 38,5 p<,05							

Tablo 15 incelendiğinde, çoklu doğrusal regresyon analizinde, katılımcıların yer kimliği puanlarını en iyi yordayan değişkenin “erişim ve ulaşılabilirlik” ile “kullanım ve etkinlikler” olduğu görülmektedir (p<,05). Bu değişkenler yer kimliği boyutundaki varyansın %25’ini açıklamaktadır. Bu bağlamda, çevresel boyutlardan ikisinin yer kimliği üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya konmuştur. Analiz sonuçlarına göre oluşan regresyon denklemi şu şekildedir:

$$\text{Yer kimliği} = 0,638 + 0,222 \cdot \text{erişim ve ulaşılabilirlik} + 0,414 \cdot \text{kullanım ve etkinlikler}$$

Yer bağlılığının regresyon analizi sürecinde öncelikle değişkenlere ilişkin betimsel istatistikler verilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasında regresyon denklemi oluşturabilecek korelasyon değerleri olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 16). Bu işlemlerin ardından bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık (*multicollinearity*) olup olmadığı değerlendirilmiş ve tüm değerlerin 0,80’den küçük olduğu görülmüştür.

Betimsel istatistikler incelendiğinde, ortalama ve standart sapma değerlerinde normalin dışında bir durum olmadığı tespit edilmiştir. Tüm değişkenlerde çarpıklık değerinin beklenen değer aralığındadır. Bu veriler doğrultusunda değişkenler arasındaki korelasyon değerleri ele alınmıştır. Tablo 16’da tüm değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Pearson korelasyon katsayısı ile incelenmiştir.

Tablo 16. Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

	Yer bağlılığı	Konfor ve görsel imaj	Erişim ve ulaşılabilirlik	Kullanım ve etkinlikler	Sosyalleşme
Yer bağlılığı		,348**	,361**	,499**	,171**
Konfor ve görsel imaj			,570**	,313**	,245**
Erişim ve ulaşılabilirlik				,394**	,415**
Kullanım ve etkinlikler					,197**
Sosyalleşme					

* : p<,05 ** : p<,01

Tablo 16 incelendiğinde, bağımlı değişken olan yer bağlılığı ile konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler ve sosyalleşme alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu gözlenmiştir (p<,05). Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon incelendiğinde en fazla orta düzeyde anlamlı korelasyon olduğu

görülmektedir. Çevresel özellikler ile yer bağlılığı arasındaki ilişki düzeyleri yüksekten düşüğe doğru sırasıyla “kullanım ve etkinlikler”, “erişim ve ulaşılabilirlik”, konfor ve görsel imaj” ve “sosyalleşme” olarak belirlenmiştir. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve yer kimliği arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Buna bağlı olarak, çevresel boyutların yer bağlılığı üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmıştır. Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık incelendiğinde bağımsız değişkenler arasındaki tüm korelasyon değerlerinin 0,80’den küçük olduğu, bu nedenle çoklu doğrusallık olmadığı gözlenmiştir. Yer bağlılığı puanları ile Çevresel Özellikler Ölçeği’nin alt boyutları arasında incelenen çoklu doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Yer bağlılığı ile bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	-0,958	1,758		-0,545			
Kullanım ve etkinlikler	0,709	0,096	0,432	7,428	0,000	0,499	0,438
Konfor ve görsel imaj	0,188	0,051	0,213	3,657	0,000	0,348	0,233
R=0,54; $R^2=0,29$ F (2,233)= 47,45 p<,05							

Tablo 17 incelendiğinde, çoklu doğrusal regresyon analizinde, katılımcıların yer bağlılığı puanlarını en iyi yordayan değişkenin “kullanım ve etkinlikler” ile “konfor ve görsel imaj” olduğu görülmektedir (p<,05). Bu değişkenler yer bağlılığı boyutundaki varyansın %29’unu açıklamaktadır. Bu bağlamda, çevresel boyutlardan ikisinin yer bağlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya konmuştur. Analiz sonuçlarına göre oluşan regresyon denklemi şu şekildedir:

$$\text{Yer bağlılığı} = -0,958 + 0,709 \cdot \text{kullanım ve etkinlikler} + 0,188 \cdot \text{konfor ve görsel imaj}$$

Yer bağlılığının regresyon analizi sürecinde öncelikle değişkenlere ilişkin betimsel istatistikler verilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasında regresyon denklemi oluşturabilecek korelasyon değerleri olduğu sonucuna varılmıştır (Tablo 18). Bu işlemlerin ardından bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık (*multicollinearity*) olup olmadığı değerlendirilmiş ve tüm değerlerin 0,80’den küçük olduğu görülmüştür.

Tablo 18. Değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

	Yer bağımlılığı	Konfor ve görsel imaj	Erişim ve ulaşılabilirlik	Kullanım ve etkinlikler	Sosyalleşme
Yer bağımlılığı		,114**	,135**	,174**	,085**
Konfor ve görsel imaj			,570**	,313**	,245**
Erişim ve ulaşılabilirlik				,394**	,415**
Kullanım ve etkinlikler					,197**
Sosyalleşme					

*: p<,05 ** : p<,01

Betimsel istatistikler incelendiğinde, ortalama ve standart sapma değerlerinde normalin dışında bir durum bulunamamıştır. Tüm değişkenlerde çarpıklık değerinin beklenen değer aralığındadır. Bu veriler doğrultusunda değişkenler arasındaki korelasyon değerleri ele alınmıştır. Tablo 18’de tüm değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Pearson korelasyon katsayısı ile incelenmiştir.

Tablo 18 incelendiğinde, bağımlı değişken olan yer bağımlılığı ile konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler ve sosyalleşme alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu gözlenmiştir ($p<,05$). Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon incelendiğinde en fazla orta düzeyde anlamlı korelasyon olduğu görülmektedir. Çevresel özelliklerle yer bağımlılığı arasındaki ilişki düzeyleri yüksekte düşüğe doğru sırasıyla “kullanım ve etkinlikler”, “erişim ve ulaşılabilirlik”, konfor ve görsel imaj” ve “sosyalleşme” olarak belirlenmiştir. Korelasyon analizi ile çevresel faktörler ve yer bağımlılığı arasındaki ilişkilerin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, regresyon analizi yapılarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Böylelikle çevresel boyutların yer bağımlılığı üzerindeki etkileri ortaya çıkarılmıştır. Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık incelendiğinde bağımsız değişkenler arasındaki tüm korelasyon değerlerinin 0,80’den küçük olduğu, bu nedenle çoklu doğrusallık olmadığı gözlenmiştir. Yer bağımlılığı puanları ile Çevresel Özellikler Ölçeği’nin alt boyutları arasında incelenen çoklu doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Yer bağımlılığı ile bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları. (Yazarlar tarafından üretilmiştir.)

Değişken	B	Std. Hata B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	8,022	2,254		3,560			
Kullanım ve etkinlikler	0,339	0,125	0,174	2,708	0,007	0,174	0,174
R=0,17; $R^2=0,03$ F (1,234)= 7,33 $p<,05$							

Tablo 19 incelendiğinde, çoklu doğrusal regresyon analizinde, katılımcıların yer bağımlılığı puanlarını en iyi yordayan değişkenin “kullanım ve etkinlikler” olduğu görülmektedir ($p<,05$). Bu değişken yer bağımlılığı boyutundaki varyansın %0,03’ünü açıklamaktadır. Bu bağlamda, kullanım ve etkinlikler alt boyutunun yer bağımlılığı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu istatistiksel açıdan ortaya konmuştur. Analiz sonuçlarına göre oluşan regresyon denklemi şu şekildedir:

$$\text{Yer bağımlılığı} = 8,022 + 0,339 \cdot \text{kullanım ve etkinlikler}$$

Bu sonuçlar kapsamında, yer kimliğinin erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler alt boyutlarıyla, yer bağımlılığının konfor ve görsel imaj, kullanım ve etkinlikler alt boyutlarıyla, yer bağımlılığının ise kullanım ve etkinlikler alt boyutuyla doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, yenileme sonrası Hacıbayram Meydanı ve çevresinin sunduğu çevresel özellikler ile yer duygusu kapsamında ele alınan yer bağımlılığı, yer bağımlılığı ve yer kimliği arasında doğrusal bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Özellikle kentsel yenileme sürecine dâhil olan tarihi kent merkezleri çoğunlukla tahrip ve yok olma durumuyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum, tarihi kent merkezlerinde yer ile kurulan bağları, yere karşı hissedilen duyguları zaman zaman değiştirmektedir. Bu bağlamda, insanların bağlanabilecekleri, ilişki kurabilecekleri, çevresel özellikleri ile kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayan nitelikli yerlerin yaratılması, hem insan-çevre ilişkisinin kurulabilmesi hem de yer duygusunun korunabilmesi açısından önem taşımaktadır. Yapılan literatür çalışmaları sonucunda, tarihi kent merkezlerinin fiziksel ve sosyal özelliklerinin, yer duygusu ile ilişkisini inceleyen çalışmaların eksikliği dikkat çekmiş, bu bağlamda Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinin yer duygusuna etkisi araştırılmıştır. Bu araştırmada, Hacıbayram Meydanı ve çevresini kullanan ziyaretçiler, meydan çevresinde çalışanlar ve yaşayanlar üzerindeki yer duygusunun varlığı sorgulanmış ve yer bağlılığını, yer bağımlılığını ve yer kimliğini hangi değişkenlerin etkilediği kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda tespit edilmiştir. Yenileme sonrası, yerin sunduğu çevresel özelliklerin yer duygusu ile ilişkisi ortaya konarak, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin anlamı anket çalışmasından elde edilen bulgular ile ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Nicel verilerden elde edilen bulgular değerlendirilmiş, temel sonuçlar şu şekilde özetlenmiş ve çeşitli öneriler getirilmiştir;

- Ziyaretçiler, Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özelliklerinden daha fazla memnuniyet duymaktadır.
- Yapılan incelemelerde, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde 61 yaş ve üzeri kullanıcılar üzerinde yer bağlılığının/aidiyetin daha yüksek olduğu, gençler (40 yaş ve altı) üzerindeki aidiyetin düşük olduğu belirlenmiştir. Yaş arttıkça, kişiler yer ile daha fazla bağ kurmakta ve vakit geçirilen bölgeye daha fazla bağlılık duymaktadır (Schwirian ve Schwirian, 1993). Bu sonuç, literatürdeki sonuçlarla uyumaktadır.
- Kullanıcıların erişim ve ulaşılabilirlik alt boyutunda ortalama hane gelirine göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu bağlamda, düşük gelirli katılımcıların Hacıbayram Meydanı ve çevresine daha yüksek oranda bağlılık/aidiyet gösterdiği belirlenmiştir. Lewicka’ya (2010) göre, sosyo-ekonomik yapı ile yer bağlılığı arasında dolaylı bir ilişki bulunmaktadır. Yüksek gelir grubuna sahip bireylerin mobilizasyonlarının yüksek olması nedeniyle yer bağlılığı üzerinde olumsuz bir etki yaratabileceği düşünülürken, düşük gelire sahip kişilerin yere bağlılıklarının daha güçlü olduğu vurgulanmaktadır (Lewicka, 2010; Brown vd., 2003). Ankara kalesinden başlayan yerleşim, gelişim ve yenilenmeye bağlı olarak, Ulus’tan koparak Kızılay çevresine doğru ilerlemiştir. Ticaretin ve bürokrasinin Kızılay’a doğru gelişmesi, sanayinin de bu yöne doğru eğilim göstermesine neden olmuştur. Buna bağlı olarak, gelir düzeyi yüksek olan bireyler kentin kalabalığından uzaklaşmak için kentin dış çevrelerine taşınmışlardır (Tekeli, 2003). Diğer yünden, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde rant talepleri sonucu yerinden edilmelere bağlı olarak bölgede sosyo-ekonomik yapı değişiklik gösterse de, yer, çoğunlukla düşük gelire sahip katılımcılar tarafından kullanılmaya devam etmektedir. Bu sonuç, çalışmanın varsayımını desteklemekte ve literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırıldığında dikkat çekicidir. Aynı zamanda, bu katılımcılar alana daha çok erişim sağlamakta, ulaşım konusunda daha fazla memnuniyet duymaktadır. Yerin merkezi bir nitelik taşıması, yerin diğer merkezi noktalara fiziksel yakınlığı ve kısa sürede ulaşım kolaylığı sağlaması erişilebilirliği olumlu yönde etkilemektedir. Bununla birlikte, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde bulunan asansörler ve yürüyen merdivenler, özellikle 65 yaş ve üstü kullanıcıların erişimini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, yerin her yaş grubunun erişimine yönelik tasarlandığını ve bu yöndeki ihtiyacı karşıladığını söylemek mümkündür.

Bununla birlikte, Hacıbayram Meydanı ve çevresi, Ankara’nın merkez ilçeleri tarafından daha fazla ziyaret edilmektedir, yere yakınlık faktörünün yer bağlılık/aidiyet üzerinde etkisinin olduğunu söylemek mümkündür.

- Nicel veriler kapsamında, kullanıcıların fiziksel çevredeki tatmin düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Her iki kullanıcı grubunun da Hacıbayram Meydanı’ndan uzak kaldıklarında özlem duymaları yer ile duygusal bağların oluştuğunu kanıtlamaktadır. Harris ve Ullman (2002), bireylerin kendilerini yansıtan ve temsil eden yerlere daha fazla aidiyet gösterdiklerini, kendilerini o yerin bir parçası olarak gördüklerini ifade etmektedirler. Buna paralel olarak, bireyler rahat, huzurlu ve güvende olduklarında, yeri korumakta ve yere anlam yüklemektedirler (Brown vd., 2003; Hidalgo, 2013; Hay, 1998). Bu bulgular, literatürü destelemektedir. Yer bağlılığını olumlu yönde etkileyen ve yere bağlanma nedenleri arasında öne çıkan konulardan biri de yerin sahip olduğu dini niteliklerdir. Hacı Bayram Veli Camii ve türbesi ile Augustus Tapınağı’nın Hacıbayram Meydanı’nda manevi bir odak noktası yaratması, yeri potansiyel bir çekim merkezine dönüştürmektedir. Bu açıdan meydan kullanıcılar açısından ilgi duyulan, merak uyandıran bir mekâna haline getirmiştir. Bunun sonucunda kullanıcılar mekânı deneyimlemekte, buna bağlı olarak bölgede kullanım çeşitliliği oluşmaktadır. Yer, insanlar üzerindeki bağlılığı olumlu yönde etkileyerek, insanın temel ihtiyaçlarından biri olan aidiyet duygusunu tatmin etmektedir. Bir yerin popüler ve potansiyel bir çekim merkezi olmasının, yere duyulan aidiyet/bağlılık ile yüksek oranda ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu bulgular, beklentileri karşılamakta, daha önce yapılan çalışmaları desteklemektedir.
- Her iki kullanıcı grubu için Hacıbayram Meydanı ve çevresinde yaşanan güven eksikliği, yer bağlılığını ve yer bağlılığını olumsuz yönde etkilemektedir. Güven duygusunun oluştuğu davranış temelli tasarımların göz önünde bulundurulması, yer duygusunun korunmasına ve yerin sahiplenilmesine yardımcı olacaktır. Bu konuda, Avustralya, Amerika, Kanada gibi ülkeler, çevresel tasarım yoluyla güvenliğin sağlanmasına ve suçun önlenmesine yönelik rehberler hazırlamaktadır (Armitage ve Monchuk, 2019). Erişim kontrolü, peyzaj tasarımları, sokak aydınlatması, bölgesel güçlendirme ve yönetim gibi ilkeler üzerinden güvenliğin sağlanması amaçlanmaktadır (Armitage ve Monchuk, 2019). Bu konuda, Avrupa Kentli Hakları Deklarasyonu ile “suçun önlenmesi bir gereksinim olmaktan öte kentte yaşayanların bir hakkı olarak görülmekte ve bu nedenle Avrupa yerleşmelerinde yaşayan kentlilerin sahip oldukları hakların başında güvenlik hakkı geldiği belirtilmektedir” (Çınar, 2012). Deklarasyon, güvenliğin yetersiz olduğu bölgelerin, düşük yer kalitesine sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu açıdan, kullanıcılar üzerindeki yer duygusunu güçlendirmek için meydan ve çevresinde güvenliğin sağlanması gerekli görülmektedir.
- Hacıbayram Meydanı ve çevresinde gündelik yaşam pratikleri çok fazla değişiklik göstermemektedir ve kullanıcılar birbirini tekrar eden eylemlerle dolu bir yaşantıya sahiptir. Sosyal medyanın gündelik yaşama dâhil olması ve insanların gündelik yaşantısının gittikçe özel alanlarda geçmesi, kamusal alanın fonksiyonları sınırlandırmaktadır. Bu kapsamda, Hacıbayram Meydanı ve çevresi geçip gidilen bir yere dönüşmektedir. Dijital çağın getirmiş olduğu bireysellik ve minimalist yaşam biçimi, bireylerin kendi içine kapanmasını gündeme getirmekte, bu durum yer bağlılığını azaltmaktadır. Bu kapsamda, yerin kullanıcılarını bir arada tutmak ve farklı etkinliklere ev sahipliği yaparak kamusal yaşantıyı daha dinamik ve sağlıklı hale getirmek önem taşımaktadır. Jorgensen ve Stedman (2001), yer bağlılığının kişisel etkilere dayalı olduğunu vurgulamaktadır. Hacıbayram Meydanı ve çevresinde her iki kullanıcı grubu da kendilerini yerin bir parçası olarak gördükleri bölgelerde aidiyet geliştirmekte, mekânlarda kendilerine ait izler

oluşturmakta ve o yere anlam yüklemektedir. Bu bulgu, Harris ve Ullman’ın (2002), Hidalgo ve Hernandez’in (2001), Hay’ın (1998) çalışmaların desteklemektedir.

- Gönüllü ve zorunlu kullanıcılar için Hacıbayram Meydanı ve çevresinin manevi bir değere sahip olması ve yerin kullanıcılar için özel bir anlam taşıması yer bağlılığını büyük oranda etkilemektedir. Her iki kullanıcı grubu, Hacıbayram Meydanı ve çevresini bir ibadet mekânı ve manevi değere sahip bir kamusal açık alan olarak görmektedir. Farklı medeniyetlerin iç içe geçtiği canlı bir temsil sunan yerlerden biri olan Hacıbayram Meydanı, yerin görsel imajını ve sembolik değerini ön plana çıkararak, kimliği olumlu yönde etkilemektedir. Bölgedeki dini figürlere ait türbeler kullanıcılar tarafından kimliklerine etki eden yerler olarak belirtilmekte ve kullanıcılar bu figürler üzerinden kimliklerini tanımlamaktadır. Hacıbayram Meydanı, çoğunlukla kişisel kimliğinde dini inançları baskın olan insanlar tarafından kullanılmakta, kullanıcılar yere anlam yükleyerek yer ile özdeşleşmektedir. Bu bağlamda, yer kimliğinin geçmişe dayanması, geçmişten günümüze yerin bir inanç merkezi olmaya devam etmesi, yerin önemli dini figürlere ev sahipliği yapması, yer kimliği inşasında önemli bir rol oynamaktadır.
- Buna ek olarak, yasal olarak içine girilemeyen, bulunduğu meydanla ilişkisi görsel temas dışında sınırlanmış olan Augustus Tapınağı’nın, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojisi kullanılarak erişilebilir kılmak, alan kullanıcılarının yapıyla olan ilişkisini güçlendirmeye ve yapının bir bütün olarak algılanabilir hale getirmeye yardımcı olabilir. VR (sanal gerçeklik) gözlükler sayesinde kullanıcılar kalıntıların yeniden inşasını deneyimleyerek tarihi kentin önemini ve bulunduğu döneme ait yaşamı üç boyutlu olarak algılayabilmektedir. Bu teknikler ve teknolojiler sayesinde kültürel mirasın aktarımı, toplumların kültür ve kimliklerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılması mümkün olabilir. Örneğin, İsveç, dünya miras alanının korunması sürecinde, “Kültürel Mirasa Erişim Projesi” kapsamında, miras alanlarının daha çok bilinmesini ve tanınmasını amaçlamıştır (Swedish National Heritage Board, 2006). Bu proje kapsamında, arşivsel envanterlerin, haritaların ve çizimlerin sayısallaştırılması, yapıların dijital katalog haline getirilerek herkes tarafından erişilebilir olması sağlanmıştır. Bu anlamda, meydan ve çevresinde yer alan arkeolojik kalıntıların ve Augustus Tapınağı’nın sahip olduğu materyallerin sayısallaştırılarak farklı kültürel birikime sahip insanların bilinçlendirilmesi önem taşımaktadır.
- Hacıbayram Meydanı ve çevresinde, kullanım alanlarının yeterli olması, ulaşım ve erişimin kolay olması, yerin karma bir kullanıma sahip olması yer bağımlılığını artırmaktadır. Diğer yünden, Hacıbayram Meydanı çevresinde yerin okunabilirliğinin zayıf olması bağımlılığı azaltmaktadır. Bu kapsamda, yerin fonksiyonel gereksinimleri tam olarak sağlanamamaktadır. Bu açıdan, okunabilirliğin düşük olduğu bölgelere doğru yönlendirme elemanlarının yerleştirilmesi, kullanıcıların yeri daha iyi algılamalarına, anlamlandırmalarına ve değerlendirmelerine yardımcı olacaktır.
- Hacıbayram Meydanı ve çevresinde açık yeşil alanların yetersiz olması, kullanıcılar tarafından belirtilerek, yer duygusunu olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda, bölgede açık yeşil alanların artırılarak, bitkisel ve yapısal peyzaj öğelerinin yer alacakları alan ile form, renk, doku gibi özellikler açısından uyumlu ve işlevsel olması sağlanabilir. Ayrıca, bölgede ziyaretçilerin yapıları rahatça gezebilecekleri ve izleyebilecekleri bir çevre düzeni yaratılmalıdır. Konfor ve görsel imajın güçlendirilmesi, yer bağımlılığının artırılması açısından önem taşımaktadır.
- Hacıbayram Meydanı ve çevresinin çevresel özellikler alt boyutlarının (konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik, kullanım ve etkinlikler, sosyalleşme) yer duygusu alt boyutları (yer bağıllığı, yer bağımlılığı,

yer kimliği) arasındaki ilişki ampirik bulgular çerçevesinde değerlendirmiş ve aralarında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Yer kimliği puanlarını en iyi yordayan değişkenler erişim ve ulaşılabilirlik ile kullanım ve etkinlikler olduğu belirlenmiş olup, yer kimliği üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Yer bağlılığı puanlarını en iyi yordayan değişkenler kullanım ve etkinlikler ile konfor ve görsel imaj olduğu tespit edilmiştir. Hacıbayram Meydanı ve çevresinin fiziksel özelliklerinin yere bağlılık üzerindeki etkisi, sosyal özelliklere göre daha fazladır. Bu ilişki, Jorgensen ve Stedman'ın (2001) çalışmasını desteklemektedir. Buna ek olarak Hidalgo ve Hernandez (2001), yerin fiziksel özelliklerinden konfor ve görsel imaj değişkeninin, yer bağlılığının en önemli belirleyicileri olduğunu vurgulamaktadır. Yer bağımlılığını en iyi yordayan değişken ise kullanım ve etkinlikler olduğu belirlenmiştir. Stokols ve Shumaker (1981) ve Jorgensen ve Stedman (2001), yerin fiziksel ve sosyal özelliklerinin sunduğu olanakların yer bağımlılığı için önemini ifade etmektedir. Mekânların kullanım biçimi ve etkinliklere katılım yer bağımlılığını güçlendirerek, insanlar üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Bu sonuç, Stokols ve Shumaker'ın (1981) çalışmasını destekler niteliktedir. Yapılan çalışmada, kullanım ve etkinlikler, konfor ve görsel imaj, erişim ve ulaşılabilirlik alt boyutları yer duygusu alt boyutları üzerinde daha fazla etkili olurken, sosyalleşme alt boyutu daha az etkilidir. Bu anlamda, yer duygusunun oluşmasında Hacıbayram Meydanı ve çevresinin fiziksel özelliklerinin, sosyal özelliklerinden daha fazla ön planda olduğunu söylemek mümkündür. Yenileme sonrası Hacıbayram Meydanı ve çevresinin sunduğu çevresel özellikler ile yer duygusu kapsamında ele alınan yer bağlılığı, yer bağımlılığı ve yer kimliği arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Literatürdeki çalışmalar incelediğinde, yer duygusunun yerin fiziksel özellikleri (Stokols ve Shumaker, 1981), sosyal özellikleri (Brown vd. 2003, Lewicka 2010) veya her iki özellikte (Brown vd., 2003; Twigger-Ross ve Uzzell, 1996) ilişkili olarak araştırıldığı görülmektedir ve beklenen sonuçları desteklemektedir.

Günümüzde küreselleşme, piyasa mekanizması, iletişim teknolojilerinin ve mobilitenin artması gibi nedenlerle, Hacıbayram Meydanı ve çevresi geleneksel dokunun farklılaştığı, tarihi ve kültürel yaşama ilişkin değerlerin değiştiği, uzun süreli deneyimlerin ve kullanımların oluşmadığı, anlamlı sosyal ilişkilerin kurulamadığı, kamusal alanın yitirmeye başladığı bir yere dönüşmüştür. Bu durum, kullanıcıların fiziksel ve psikolojik doyuma ulaştıracak özgün ve yaratıcı yolların bulunmasına duyulan ihtiyacı artırmıştır. Yerin “yaşayan bir müzeye” dönüşmesi hem Hacıbayram Meydanı'nın sahip olduğu çevresel özelliklerin, hem de yerin ruhunun sürdürülmesine yardımcı olabilir. Tarihi yeniden yaratma pratiği, kültürel mirasın yeniden yorumlanmasına, tarihi ve sembolik yapıların açık hava müzesi gibi ziyaretçilere sunulmasına, gündelik yaşantının ziyaretçilere yönelik kurgulanmasına, ziyaretçilerin yerin gerçek sahipleri ile etkileşim kurarak değişen dinamikleri ve fırsatları deneyimlemelerine, toplumun kültürel inançlarının ve geleneksel becerilerinin yaşatılmasına, yapıların sahip olduğu değerlerin görünür, toplum tarafından sürekli deneyimlenebilir hale getirilerek, kültürel belleğin yeniden üretilmesine ve yerin sahiplenilmesine yardımcı olacaktır. Buna ek olarak, Hall ve Robertsan (2001), kamusal sanat eserlerini, estetik nitelikleri, toplumsal, öyküsel, kültürel özellikleriyle, insan ve yer arasında güçlü bağların kurulmasını, böylece yere aidiyet/bağlılık duymalarını sağlayan kentsel unsurlardan biri olarak ifade etmektedirler. Bu açıdan, yenilenen Hacıbayram Meydanı ve çevresinde, özellikle görsel temsil öğelerinin ön plana çıkarılmasıyla, yer duygusunun güçlenmesi sağlanabilir. Aynı zamanda, kamusal sanat, toplanma ve buluşma yerleri, kentsel odaklar yaratarak, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde referans noktaları (*landmarks*) oluşturarak, yerin okunabilirliğini, algılanabilirliğini artırarak, kimliğe katkıda bulunabilir (Roberts, 1998). Buna ek

olarak, Hacıbayram Meydanı ve çevresinde kamusal sanata önem verilmesiyle, yerel ekonominin kalkınması mümkün olabilir. Yere daha fazla turistlerin veya farklı gelir grubuna sahip insanların gelmesiyle, ticari alanlar ciddi derecede ekonomik kazançlar elde ederek, bölgede çalışanların ihtiyaçları karşılanabilir.

KAYNAKÇA

- Akgül Yalçın, E. (2012). *Yer Duygusu ve Peyzaj Değerleri Arasındaki İlişkinin Kampüsler Üzerinden Değerlendirilmesi* (Tez no 318191). [Doktora tezi]. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Akkar Ercan, M. (2006). Kentsel dönüşüm üzerine Batı'daki kavramlar, tanımlar, süreçler ve Türkiye. *Planlama Dergisi*, 2, 29-38.
- Akkar Ercan, M. (2016). Tarihi ve Kültürel Miras Alanlarında Devingen be Evrimsel Bir Yer Kimliği Kavramsallaştırması. *İdealkent Dergisi*, 7(20), 720-745.
- Alver, K. (2007). *Kent Sosyolojisi*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Anonymous. (1926). Ankara Fotoğraf, Kartpostal ve Gravür Koleksiyonu (Envanter No:1246). *Hacıbayram Caddesi*. Koç Üniversitesi VEKAM Kütüphanesi ve Arşivi, Ankara.
- Armitage, R. ve Monchuk, L. (2019). What is CPTED? Reconnecting theory with application in the words of users and abusers. *Policing: A Journal of Policy and Practice*, 13, 312-330. DOI: [10.1093/police/pax004](https://doi.org/10.1093/police/pax004)
- Aytekin, Ö. (2020). Tarihi Çevrede Koruma ve Peyzaj Yaklaşımları, Hacı Bayram Camisi Örneği. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 57-76.
- Brown, B., Perkins, D. ve Brown, G. 2003. Place attachment in a revitalizing neighbourhood: Individual and block levels of analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 23(3), 259-271. DOI:[10.1016/S0272-4944\(02\)00117-2](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00117-2)
- Canter, D. (1977). *The Psychology of Place*. London: Architectural Press.
- Çınar, E. (2012). *Fiziksel Mekân ve Güvenlik Algısı: İstanbul Boğaziçi Öngörünüm Alanı* (Tez no 351879) [Doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Hall, T. ve Robertson, I. (2001). Public Art and Urban Regeneration: Advocacy, claims and critical debates. *Landscape Research*, 26(1), 5-26. DOI: [10.1080/01426390120024457](https://doi.org/10.1080/01426390120024457)
- Harris, C. ve Ullman, E. (2002). *Kentin Doğası*. (B. Duru ve A. Alkan, çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Hay, R. (1998). Sense of Place in Development Context. *Journal of Environmental Psychology*, 18(1), 5-29. DOI: [10.1006/jevp.1997.0060](https://doi.org/10.1006/jevp.1997.0060)
- Hidalgo, M. (2013). Operationalization of place attachment: Aconsensus proposal. *Estudios de Psicología*, 34(3), 251-259. DOI: [10.1174/021093913808295190](https://doi.org/10.1174/021093913808295190)
- Hidalgo, M. ve Hernandez, B. (2001). Place attachment: conceptual and emprical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281. DOI: [10.1006/jevp.2001.0221](https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221)
- Jorgensen, B. ve Stedman, R. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitude toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248. DOI: [10.1006/jevp.2001.0226](https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0226)
- Jöreskog, K. ve Sörbom, D. (2001). *Lisrel 8: User's Reference Guide*. Scientific Software International Inc.
- Lalli, M. (1992). Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285-303. DOI: [10.1016/S0272-4944\(05\)80078-7](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80078-7)

- Lewicka, M. (2010). What Makes Neighborhood Different From Home and City? Effects of Place Scale on Place Attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 35-51. DOI: [10.1016/j.jenvp.2009.05.004](https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.05.004)
- Lowenthal, D. (1985). *The Past is a foreign country*. Cambridge: Cambridge Press.
- Marcus, C. ve Francis, C. (1990). *People Places: Design Guidelines For Urban Open Space*. USA: Van Nostrand Reinhold.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality* (Cilt 3). New York: Longman.
- Montgomery, J. (1998). Making A City: Urbanity, Vitality and Urban Design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93-116. DOI: [10.1080/13574809808724418](https://doi.org/10.1080/13574809808724418)
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli.
- Norberg-Schulz, C. (1993). *The Concept of Dwelling*. New York: Rizzoli.
- Özdamar, K. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Kaan Kitabevi Yayınları.
- Perrot, G., Guillaume, E. ve Delbet, J. (1872). *Exploration Archéologique de la Galatie et de la Bithynie: D'une partie de la Mysie de la Phrygie, de la Cappadoce et du Pont* (Cilt 2.cilt). Paris: Firmin-Didot.
- PPS (Project for Public Spaces). (2000). *How to Turn A Place Around: A Handbook of Creating Successful Public Spaces*. Project for Public Space.
- Punter, J. V. (1991). Participation in Planning: Theory, Attitudes, and Practice. *The Town Planning Review*, 62, 379-402.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion Limited.
- Roberts, M. (1998). Art in Public Realm. C. Greed ve M. Roberts (Der.), *Introducing Urban Design* içinde (ss. 116-129). Addison Wesley Longman Ltd.
- Schwirian K. P. ve Schwirian P.M. 1993. Neighboring, residential satisfaction, and psychological well-being in urban elders. *Journal of Community Psychology*, 21, 285-299. DOI: [10.1002/1520-6629\(199310\)](https://doi.org/10.1002/1520-6629(199310)21:3<285::AID-JCOP21285-299>3.0.CO;2-1)
- Stokols, D. ve Shumaker, S. (1981). People in places: A transactional view of settings. J. Harvey (Der.), *Cognition, social behavior, and the environment* içinde (ss. 441-488). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Swedish National Heritage Board. (2006). *Towards Future Heritage Management: The Swedish National Heritage Board's Environmental Scanning Report*. Riksantikvarieämbetet.
- Tabachnick B.G. ve Fidell L.S. (2007). *Using multivariate statistics*. (Fifth Edition). Pearson Education. Inc.
- Tekeli, İ. 2003. *Kentleri Dönüşüm Mekânı Olarak Düşünmek*. Kentsel Dönüşüm Sempozyumu, 11-12-13 Haziran (ss. 2-7). İstanbul: YTÜ Bas. Yay. Merkezi Matbaası.
- Tekin, G. (2021). Tarihi Kent Merkezlerinde Yeniden Canlandırmanın Kültürel Boyutu. *Milli Folklor*, 130, 84-95.
- Tezbaşaran, A. A. (1997). *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Twigger-Ross, C. ve Uzzell, D. (1996). Place and Identity Processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16(3), 205-220. DOI: [10.1006/jevp.1996.0017](https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0017)
- Ullman, J. B. (2001). Structural equation modeling. B. G. Tabachnick ve L. S. Fidell (Der.), *Using multivariate statistics – 4th edition* içinde (ss. 653–771). Allyn & Bacon.
- Whyte, W. H. (2000). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Project for Public Spaces.
- Williams, D. ve Vaske, J. (2003). The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of A Psychometric Approach. *Forest Science*, 49(6), 830-840. DOI: [10.1093/forestscience/49.6.830](https://doi.org/10.1093/forestscience/49.6.830)

- Williams, D., Patterson, M., Roggenbuck, J. ve Watson, A. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14(1), 29-46. DOI: [10.1080/01490409209513155](https://doi.org/10.1080/01490409209513155)
- Yurtseven, B. (2024). Çevresel Özellikler ve Yer Duygusu Arasındaki İlişkinin Kentsel Yenileme Alanları Üzerinde Değerlendirilmesi: Ankara-Hacıbayram Meydanı ve Çevresi Örneği (Tez no 884576) [Doktora tezi]. Ankara Üniversitesi, Ankara.

Acknowledgement | Teşekkürler

The article we have submitted is derived from PhD dissertation entitled “Evaluation of The Relationship Between Environmental Attributes and Sense of Place on Urban Renewal Areas: The Case of Ankara-Hacıbayram Square and Its Environment” which was completed in 2024. | Göndermiş olduğumuz makale ikinci yazar danışmanlığında birinci yazar tarafından Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalında 2024 yılında tamamlanmış olan “Çevresel Özellikler ve Yer Duygusu Arasındaki İlişkinin Kentsel Yenileme Alanları Üzerinde Değerlendirilmesi: Ankara-Hacıbayram Meydanı ve Çevresi Örneği” başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

Conflict of Interest Statement | Çıkar Çatışması Beyanı

There is no conflict of interest for conducting the research and/or for the preparation of the article. | Araştırmanın yürütülmesi ve/veya makalenin hazırlanması hususunda herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Financial Statement | Finansman Beyanı

No financial support that has been received for conducting the research and/or for the preparation of the article. | Bu araştırmanın yürütülmesi ve/veya makalenin hazırlanması için herhangi bir mali destek alınmamıştır.

Ethical Statement | Etik Beyanı

All procedures followed were in accordance with the ethical standards. In this study, an application was made to Ankara University, Science and Technology Sub Ethics Committee and it was decided that the research was ethically appropriate in the report dated 09.01.2023, meeting number 01, decision number 02 (56786525-050.04.04-791473). | Araştırma etik standartlara uygun olarak yapılmıştır. Bu çalışmada, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Alt Etik Kurulu’na başvurulmuş ve 09.01.2023 toplantı tarihli, 01 toplantı sayılı, 02 karar sayılı (56786525-050.04.04-791473) raporda araştırmanın etik olarak uygun olduğuna karar verilmiştir.

Copyright Statement for Intellectual and Artistic Works | Fikir ve Sanat Eserleri Hakkında Telif Hakkı Beyanı

In the article, copyright regulations have been complied with for intellectual and artistic works (figures, photographs, graphics, etc.). | Makalede kullanılan fikir ve sanat eserleri (şekil, fotoğraf, grafik vb.) için telif hakları düzenlemelerine uyulmuştur.