

The effect of urban renewal processes on urban belonging: The Case of Taşbaşı neighborhood and Fidangör street in Ordu province

Seyma Sengur^{1*}, Aslıhan Argan Sahin², Baglan Ozel Karaagac²

1Department of Landscape Architecture, Faculty of Agriculture, Ordu University, Ordu, Turkey.

2Department of Landscape Architecture, Institute of Science, Ordu University, Ordu, Turkey.

ABSTRACT

Landscape reflects the relationship between people and place. It emerges from the interaction of natural, cultural, perceptual and aesthetic components of our environment. The urban landscape, consisting of buildings and surrounding open spaces, has a dynamic structure that is constantly changing and developing. It offers individuals a perceptual experience about the city they live in, with its natural, cultural and historical landscape values. Each city has its own natural, cultural and historical characteristics and is integrated with many meanings such as the values, traditions and cultures of its inhabitants. This situation enables individuals to develop a sense of place attachment over time and to feel like they belong to that city. Every piece of the city contains the city itself and its memory. Urban spaces are therefore closely linked not only to urban memory but also to urban identity and urban place attachment. However, over time, urban spaces change due to many problems such as physical obsolescence, loss of function, and loss of economic value, and are redefined and planned through practices such as urban renewal and urban transformation through local governments. While such interventions can negatively affect the place attachment of individuals living in the city. With the research, the effect of urban renewal works carried out in Taşbaşı neighborhood, which has urban protected status in Altınordu District of Ordu Province, and Fidangör Street, the most central street of the city, on the urban place attachment levels of residents was measured by face-to-face survey method. The size of the research sample was determined as 300 people based on the ratio of 1/1000 people. The individuals in the sample were randomly selected and the questionnaire was applied face to face. The data were analyzed using non-parametric statistical methods in the SPSS program. As a result of the research, 155 participants (51.5%) evaluated Taşbaşı Neighborhood as highly influential in terms of urban identity, while 159 participants (52.8%) considered Fidangör Street to be highly influential in the same regard. The impact of urban renewal projects on urban identity and sense of belonging was evaluated positively by the majority of the sample group. The study revealed that Ordu Province is perceived as a livable city, and the majority of the residents feel a strong sense of belonging to Ordu.

KEYWORDS

Perception, Place attachment, Ordu-Fidangör street, Ordu-Taşbaşı neighborhood, Residents.

Kentsel yenileme süreçlerinin kentsel aidiyete etkisi: Ordu ili Taşbaşı mahallesi ve Fidangör caddesi örneği

ÖZET

Peyzaj, insan ve yer arasındaki ilişkiyi yansıtır. Çevremizin doğal, kültürel, algısal ve estetik bileşenlerinin etkileşiminin bir ürünüdür. Yapısal ve onu çevreleyen açık alanlardan oluşan kent peyzajı sürekli değişim ve gelişim halinde olan dinamik bir yapıya sahiptir. Doğal, kültürel ve tarihi peyzaj değerleri ile bireylere yaşadığı kent hakkında

Cite: Sengur, S., Argan Sahin, A., & Karaagac Ozel, B. (2016). The effect of urban renewal processes on urban belonging: The Case of Taşbaşı neighborhood and Fidangör street in Ordu province. *Ordu University Institute of Social Sciences Journal of Social Sciences Research*, 16(3), Article Number 1. 1749307. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1749307>

algısal bir deneyim sunmaktadır. Her kent, kendine özgü doğal, kültürel, tarihi özelliklere sahip olup yaşayanların değerleri, gelenekleri, kültürleri gibi pek çok anlam ile bütünleşmektedir. Bu durum zaman içerisinde bireylerin aidiyet duygusunun oluşmasını ve o kente ait hissetmesini sağlamaktadır. Kente dair her parça, kentin kendisini ve belleğini barındırmaktadır. Kentsel mekanların her biri yalnızca kent belleği ile değil aynı zamanda kentsel kimlik ve kentsel aidiyet ile doğrudan ilişkili mekanlardır. Ancak zaman içerisinde kentsel mekanlar fiziki olarak eskime, işlevini kaybetme, ekonomik olarak değerini yitirme gibi pek çok sorun doğrultusunda değişime uğramakta olup yerel yönetimler aracılığıyla kentsel yenileme, kentsel dönüşüm gibi uygulamalarla yeniden tanımlanmakta ve planlanmaktadır. Ancak bu uygulamalar kentte yaşayan bireylerin aidiyet duygusunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Araştırma ile Ordu İli Altınordu İlçesi'nde yer alan kentsel sit koruma statüsündeki Taşbaşı mahallesi ve kentin en merkezi caddesi olan Fidangör caddesinde gerçekleştirilen kentsel yenileme çalışmalarının yerel halkın kentsel aidiyet düzeylerine olan etkisi yüz yüze anket yöntemi ile ölçülmüştür. Araştırma örnekleminin büyüklüğü 1/1000 kişi oranına dayanarak 300 kişi olarak belirlenmiştir. Örneklemdeki bireyler rastgele seçilmiş ve anket yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarının analizi ve yorumlanması SPSS programında parametrik olmayan istatistiksel değerlendirme metotları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Taşbaşı Mahallesi'ni 155 kişi (%51,5) kentsel kimlik açısından oldukça etkili olarak değerlendirirken, Fidangör caddesini ise 159 kişi (%52,8) kentsel kimlik açısından oldukça etkili olarak değerlendirmiştir. Kentsel yenileme çalışmalarının kent kimliğine ve kentsel aidiyete olan etkisi ise örneklem grubunun çoğunluğu tarafından olumlu değerlendirilmiştir. Araştırmada Ordu ili yaşanabilir bir kent olarak algılanmakta ve yerel halkın çoğunluğunun kendisini Ordu'ya ait olarak hissettiği saptanmıştır.

ANAHTAR KELİMELER

Algı, mekânsal aidiyet, Ordu-Fidangör caddesi, Ordu-Taşbaşı mahallesi, mahalle sakinleri.

Introduction

The concept of landscape was first defined approximately 200 years ago by the German geographer Alexander von Humboldt (1769–1859) as “all the characteristics of a piece of land” (Howard et al., 2013, p. 38). In simple terms, landscape reflects the relationship between humans and space and is a product of the interaction among the natural, cultural, perceptual, and aesthetic components of our environment (Image1) (Tudor, 2014, p. 6).



Image 1 What is landscape? (Tudor, 2014, s 10).

The interaction between humans and space is commonly examined in three dimensions: cognitive, behavioral, and emotional. In the cognitive dimension of space, individuals define the characteristics of environmental elements such as landform, hydrology, weather and climate, soil, and land cover/flora and fauna through aspects such as color, texture, and form. In the behavioral dimension, the cultural and social aspects of landscape emerge, namely the functional relationships and activities between humans and the environment. Emotional interaction, beyond the appearance and identification of environmental elements, points to a sense of place attachment/belonging through sound, smell, touch, feeling, preferences,

cooperation, and memories (Low & Altman, 1992, p. 5; Tudor, 2014, p. 10). Within this context, one of the most important concepts in the relationship between humans and space is “place attachment/belonging.” Place attachment refers to “the emotional bond that people establish with a particular environment or setting” and has been discussed over time within the framework of various concepts such as topophilia (Tuan, 1974), place identity (Proshansky et al., 1983), insidedness (Rowles, 1980), sense of place or rootedness (Chawla, 1992), environmental embeddedness, and community sentiment and identity (Hummon, 1992) (Low & Altman, 1992, p. 3).

The concept has been examined by many disciplines including Anthropology, Sociology, Geography, Environmental Psychology, and Landscape Architecture. One of the pioneering scholars in landscape architecture, John Brinckerhoff Jackson, stated in his book *A Sense of Place, a Sense of Time* that “sense of place is something we ourselves create; it is the result of habit or tradition.” In the field of environmental psychology, Fritz Steele defined sense of place in his work *The Sense of Place* as “the particular experience a person has in a specific setting (feeling stimulated, excited, joyful, expansive, etc.).

“Place attachment/belonging is expressed as the emotional bond established with places where individuals feel comfortable, peaceful, and secure and tend to remain. It is a multidimensional and complex phenomenon that encompasses the interaction of emotion, perception, and behavior that individuals develop with their environment (Proshansky et al., 1983, p. 59; Low & Altman, 1992, p. 253; Hidalgo & Hernández, 2001, p. 274; Williams & Vaske, 2003, p. 838; Hernández et al., 2007, p. 310; Chow & Healey, 2008, p. 363; Lewicka, 2011, p. 209).

The places to which individuals become attached differ in terms of scale. People may develop attachment to smaller-scale places such as rooms or apartments, as well as larger-scale places such as cities or countries (Low & Altman, 1992, p. 5). The concept of place attachment is identified with the concept of belonging through the relationship established with space. In the literature, these concepts emerge within emotional and behavioral dimensions and become identified with individuals at the human scale (Jorgensen & Stedman, 2001, p. 233; Şentürk & Gülersoy, 2019, p. 147).

Cities possess a dynamic structure consisting of built environments and surrounding open spaces that are continuously changing and developing. Through their natural, cultural, and historical landscape values, cities provide individuals with a perceptual experience of the place in which they live. Each city has unique natural, cultural, and historical characteristics and integrates with various meanings such as the values, traditions, and cultures of its inhabitants. Over time, this situation contributes to the formation of individuals’ sense of belonging and their feeling of attachment to that city. At the urban scale, attachment refers to individuals perceiving themselves as part of the city, forming both functional and emotional bonds, and developing a sense of responsibility toward it (Kyle et al., 2004, p. 216; Jorgensen & Stedman, 2001, p. 238; Vorkinn & Riese, 2001, p. 249; Sancar & Severcan, 2010, p. 298; Ayazlar & Ayazlar, 2016, p. 1453; Solak, 2017, p. 21).

Every component of a city contains the city itself and its memory. Urban spaces are closely associated with memory, identity, and place attachment. However, over time, urban spaces undergo transformation due to many problems such as physical deterioration, loss of function, and economic depreciation. Through local governments, they are redefined and reorganized via practices such as urban renewal, urban transformation, rehabilitation, gentrification, and revitalization. Attachment to a place inherently includes feelings of protection and concern for that place. Therefore, such practices may negatively affect the sense of attachment of individuals living in the city, and people who are strongly attached to a place may develop resistance toward its transformation (Vorkinn & Riese, 2001, p. 249; Manzo & Perkins, 2006, p. 336; Mihaylov & Perkins, 2014, p. 71).

Neighborhoods and streets/avenues are urban scales where urban renewal practices are frequently implemented. A neighborhood is an urban area characterized by high levels of social interaction resulting from the social diversity and the identities of its residents. Similarly, streets and avenues are spaces where people spend a significant part of their daily lives and possess distinctive identities (Çakı, 2017, p. 32).

Streets/avenues and neighborhoods are urban spaces of different scales where the relationship between urban attachment and urban renewal practices can be observed through the perceptions of residents. This study investigates the effects of urban renewal practices in Taşbaşı Neighborhood, a designated conservation area in Altınordu District of Ordu Province, and on Fidangör Avenue, one of the city's main arteries, using face-to-face survey methods.

In Taşbaşı Neighborhood, the “Street and Pavement Renewal Project” was implemented between 2021 and 2022, followed by the “Facade Rehabilitation and Restoration Project” between 2022 and 2023. In Fidangör Avenue, the “Fidangör Avenue Renewal Project” was carried out in 2023. Within the scope of these projects, numerous urban renewal practices were implemented, including the restoration of historical facades, renovation of shop facades, infrastructure and pavement works compatible with the historical texture, and the creation of cultural route axes. All these practices have the potential to create significant effects on urban identity and urban attachment. The study area was therefore selected in order to reveal how urban renewal is perceived by residents and to emphasize the importance of this process in planning practices.

Material

The main study area consists of Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Avenue in the Altınordu district of Ordu Province. Taşbaşı Neighborhood has an urban conservation status and covers an area of 24.5 hectares. Fidangör Avenue, which is 968 meters long, is one of the oldest and busiest avenues in the city (Image 2). In addition to spatial data, the study draws on data collected through face-to-face surveys with residents of Altınordu.

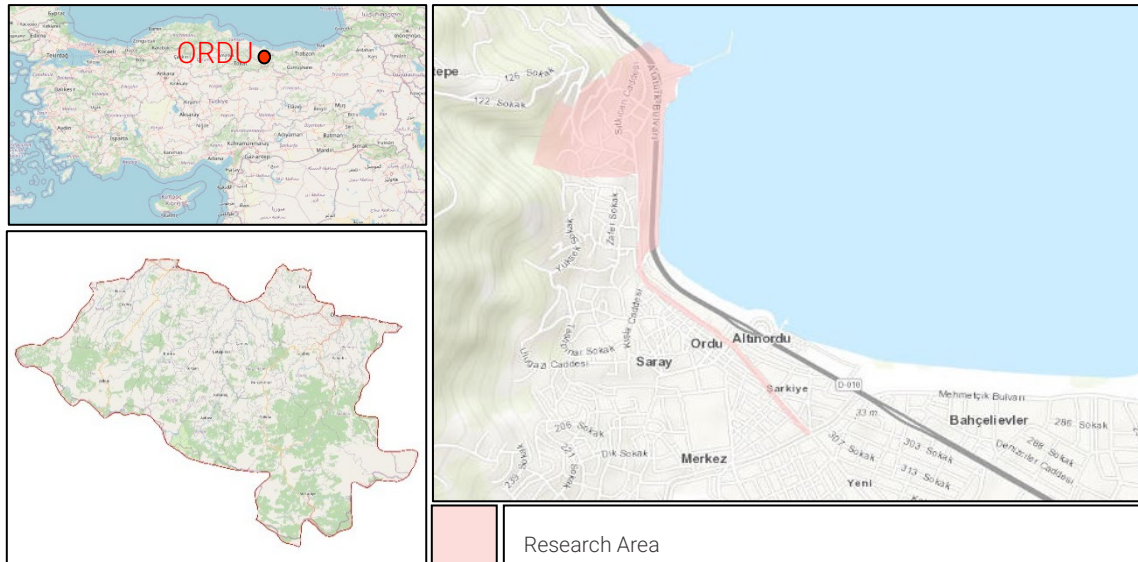


Image 2 Geographic location of research area and boundaries

Method

This study employs a quantitative research design to examine the effects of renewal practices in Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Avenue on residents' sense of attachment. The sample size of the study was determined according to the population of Düz Neighborhood, where

Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Avenue are located. According to 2024 data, the population of Taşbaşı Neighborhood is 1,194, while the population of Düz Neighborhood is 1,510 (TÜİK, 2024). In calculating the ideal sample size representing the population, (Kline, 2015, p 16) stated that sample size demonstrates sensitivity at ratios of 5:1 or 10:1. Accordingly, it was decided that the ideal sample size for the sampling points based on neighborhood populations would be 300 participants.

Simple random sampling was used as the sampling technique. Individuals in the sample were selected randomly, and the questionnaire was administered face-to-face. Since the implementation process was not expected to have either a positive or negative effect on the findings, no restrictions regarding day, time, or similar factors were imposed during the survey process.

Within the scope of the study, data obtained from a 33- item questionnaire conducted with 300 randomly selected participants were analyzed using the SPSS software program. Based on the findings, the awareness of residents regarding the concept of urban attachment was measured, and the effects of the renewal practices carried out within this context were determined.

This study was conducted with the approval of the Ordu University Social and Humanities Research Ethics Committee (Decision No: 2022-207, Date: 27 October 2022).

Findings

According to the survey conducted within the scope of the study, 47.3% of the participants were female and 52.7% were male. Five different age categories were established in the study. Of the participants, 6% were between the ages of 0–18, 36.3% were between 19–30, 30% were between 31–40, 23.7% were between 41–65, and 4% were over the age of 65. In general, the distribution indicates that the majority of participants belonged to the younger age group.

Within the scope of the study, four different categories were determined for educational level. Previous survey studies have shown that a higher level of education enables participants to make more sensitive, careful, and dedicated choices. In this context, 23 participants had primary/middle school education (7.6%), 85 had high school education (28.3%), 154 had undergraduate degrees (51.4%), and 38 had postgraduate education (12.7%). Overall, the sample has a relatively high level of education.

Occupational status was also analyzed. Five different occupational categories were identified. Among the participants, 107 were employed in the public sector (35.7%), 18 were homemakers (6%), 39 were retired (13%), 95 were students (31.7%), and 41 were unemployed (13.6%). In general, the majority of the participants were employed in the public sector. The distribution of the participants according to their demographic characteristics is presented in Table 1.

Table 1 Demographic characteristics of the participants

Demographic Characteristics	N	%
Gender		
Female	142	47.3
Male	158	52.7
Age		
0–18	18	6
19–30	109	36.3
31–40	90	30
41–65	71	23.7
≥65	12	4
Educational Status		
Primary–Middle School	23	7.6

High School	85	28.3
Undergraduate	154	51.4
Postgraduate	38	12.7
Occupation		
Public Sector	107	35.7
Homemaker	18	6
Retired	39	13
Student	95	31.7
Unemployed	41	13.6
Total	300	100

As mentioned in the literature review, the concept of urban attachment is directly related to the length of residence in a city and the extent to which individuals feel they belong to that city. In this context, participants were first asked whether they had knowledge about the concept of urban identity. Subsequently, issues such as being a native of Ordu, length of residence in Ordu, feeling attached to the Ordu Province, perceiving Ordu as a livable city, and knowledge of the natural and cultural characteristics of Ordu were evaluated within the framework of urban attachment.

Among the participants, 216 (71.4%) stated that they were knowledgeable about the concept of urban identity, whereas 84 (28.6%) indicated that they had no knowledge of the concept. A total of 228 participants (75.7%) were natives of Ordu, while 72 participants (24.3%) were not. Five different categories were established regarding the duration of residence in Ordu. Accordingly, 43 participants had lived in Ordu for 1–5 years (14.4%), 44 for 6–15 years (14.6%), 96 for 16–30 years (31%), 94 for 31–50 years (31.4%), and 23 for 51–80 years (7.6%).

In terms of belonging, 231 participants (76.7%) stated that they felt attached to Ordu, while 69 (23.3%) did not. Similarly, 215 participants (71.4%) perceived Ordu as a livable city, whereas 85 (28.6%) did not. Regarding knowledge of the city's characteristics, 205 participants (68.4%) reported being informed about the natural and cultural characteristics of Ordu Province, while 95 participants (31.6%) indicated limited or no knowledge. This distribution is presented in Table 2.

Table 2 Participants' level of knowledge about Ordu Province and duration of residence in Ordu

Variables	N	%
Are you a native of Ordu?		
Yes	228	75.7
No	72	24.3
Duration of residence in Ordu		
1–5 years	43	14.4
6–15 years	44	14.6
16–30 years	96	31
31–50 years	94	31.4
51–80 years	23	7.6
Knowledge of the concept of urban identity		
Yes	216	71.4
No	84	28.6
Feeling of belonging to Ordu Province		
Yes	231	76.7
No	69	23.3
Perception of Ordu as a livable city		
Yes	215	71.4
No	85	28.6

Variables	N	%
Relationship between the natural and cultural components of Ordu Province and urban identity		
Yes	205	68.4
No	95	31.6

Among the natural environmental components reflecting the urban identity of Ordu, 147 participants identified Boztepe (48.8%), 50 identified hazelnut orchards (16.6%), 58 identified the sea (19.3%), 9 identified the location itself (3%), 11 identified Çambaşı Plateau (3.7%), 1 participant identified Çiseli Waterfall, Kùpkaya Canyon, Yoroz Urban Forest, Gaga Lake, and Asarkaya Urban Forest (1%), 8 identified Perşembe Plateau (2.7%), and 4 identified Ulugöl Nature Park (1.3%) as natural environmental components (Image 3).

Among the built environment components, participants' preferences are as follows: 56 participants identified Taşbaşı Neighborhood (18.6%), 40 identified Taşbaşı Cultural Center (13.3%), 23 identified Osman Paşa Fountain (7.6%), 10 identified Yalı Mosque (3.3%), 94 identified the cable car (31.4%), 13 identified the traditional serender structures (4.3%), 24 identified Sırıpasha Street (Fidangör) (8%), 19 identified Kurul Castle (6.3%), 14 identified Bolaman Castle and Hazinedaroğlu Mansion (4.7%), and 6 identified the Theater Building (2%) as preferred built environment components. The visual representation of these findings is presented in Image 4.

As the final evaluated component, participants' perceptions of social environmental elements are as follows: 94 identified rural life (31.2%), 59 identified fishing (19.6%), 43 identified the Black Sea theatre tradition (12.6%), and 84 identified the May 7 Festival (27%) as key social environment components (Image 5).

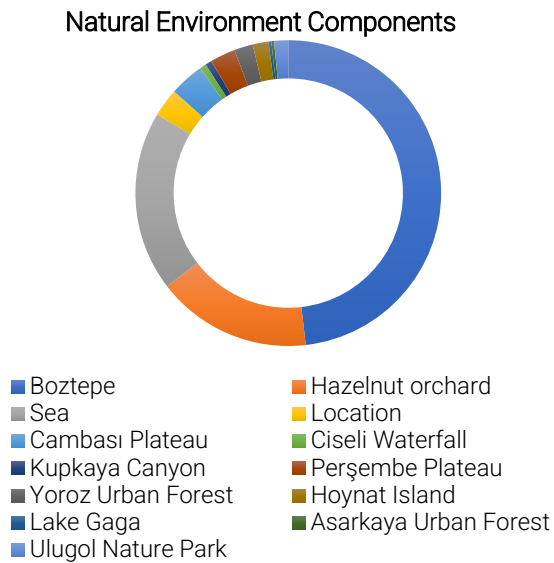


Image 3 Natural environment components of Ordu Province

Built environmental components of Ordu Province

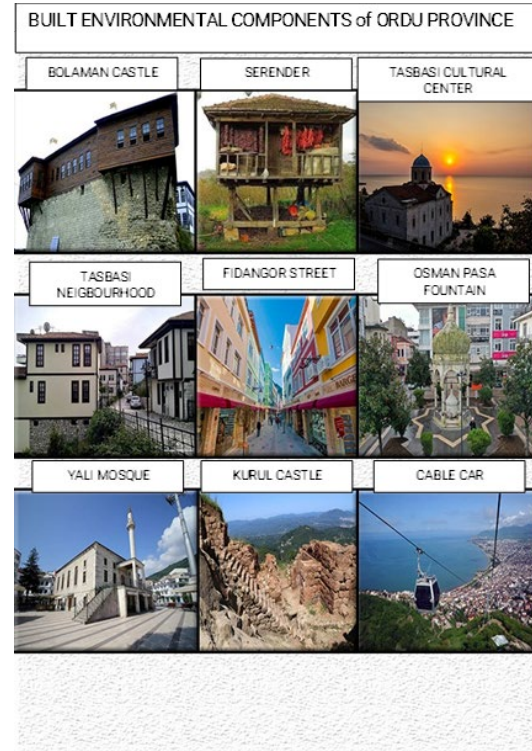
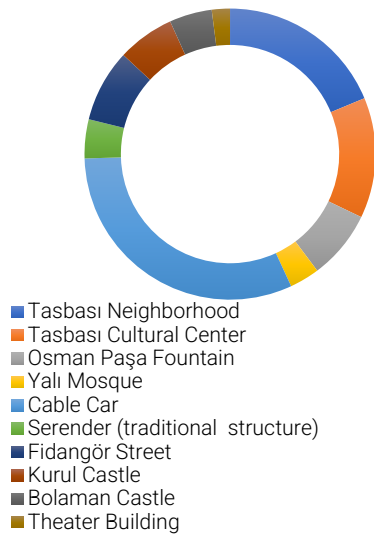


Image 4 Built environmental components of Ordu Province

Social Environmental Components

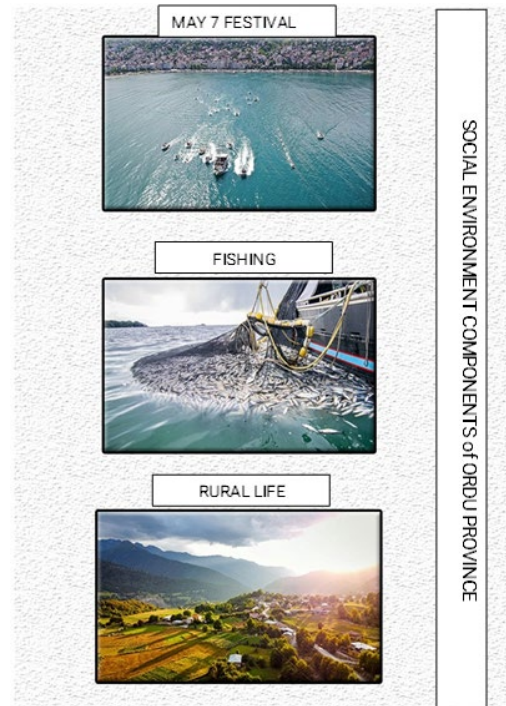
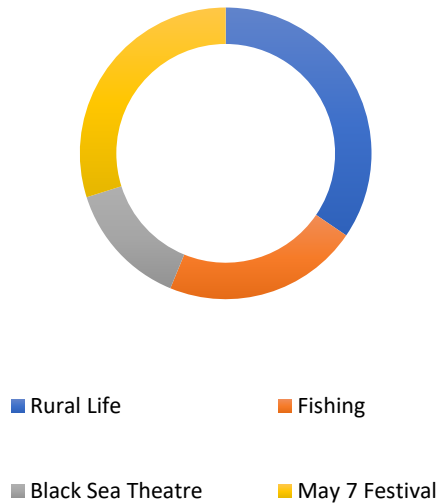


Image 5 Social environment components of Ordu Province

When asked about the contribution of Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street to identity formation, 155 respondents (51.5%) considered Taşbaşı Neighborhood to be highly influential in terms of urban identity, while 159 respondents (52.8%) evaluated Fidangör Street as highly influential in this regard. The formation of urban identity in both Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street is shaped by characteristic features such as historical fabric, built environment,

cultural, social, architectural, and natural components. These characteristics were evaluated separately in terms of their level of influence.

For Taşbaşı Neighborhood, 169 participants (55.8%) identified historical fabric as the most prominent characteristic, while 54 (17.9%) selected cultural structure, 36 (12%) built environment, 24 (8%) architectural structure, and 17 (6.3%) natural structure. For Fidangör Street, 102 participants (33.9%) identified the built environment, 81 (26.9%) social structure, 59 (19.6%) cultural structure, 36 (12%) historical fabric, 14 (4.7%) architectural structure, and 8 (2.9%) natural structure as the defining characteristics.

Participants also evaluated Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street in terms of visit frequency, accessibility, and modes of transportation. These findings are presented in Tables 3 and 4. Regarding Taşbaşı Neighborhood, 179 participants (59.5%) reported visiting it whenever possible, 194 (64.5%) stated that they did not experience difficulties in accessing the area, and 115 (38.2%) indicated that they accessed it by private vehicle.

For Fidangör Street, 95 participants (31.6%) reported visiting it very frequently, 232 (77.6%) stated that they did not experience difficulties in access, and 125 (41.5%) indicated that they accessed the street on foot.

Table 2 Participants' frequency of visits to Taşbaşı Neighborhood, transportation difficulty, and mode of access

Frequency of visits	N	%
Whenever possible	179	59.5
Transportation difficulty		
No	194	64.5
Mode of transportation		
Private vehicle	115	38.2

Table 3 Participants' frequency of visits to Fidangör Street, transportation difficulty, and mode of access

Frequency of visits	N	%
Very frequent	95	31.6
Transportation difficulty		
No	232	77.6
Mode of transportation		
On foot	125	41.5

From the participants' perspective, perceptions regarding the former condition of Taşbaşı Neighborhood, the restoration/urban renewal interventions implemented in the area, and the resulting changes in perceptions of the neighborhood were evaluated. While 154 participants (51.2%) were not familiar with its previous condition, 146 (48.8%) reported prior knowledge.

Regarding the urban renewal interventions carried out in Taşbaşı, participants expressed their views as follows: 147 (48.8%) indicated a positive transformation, 125 (41.5%) reported a neutral perception, and 28 (9.7%) stated that the area had undergone a negative transformation.

Following these assessments, participants' perceptions of Taşbaşı Neighborhood's identity were evaluated. In this context, 118 participants (39.2%) stated that a new identity had emerged, 106 (35.2%) reported a neutral view, 35 (11.6%) believed that the neighborhood had lost its identity, and 26 (8.6%) indicated that a weak identity had formed. These findings are presented in Image 6.

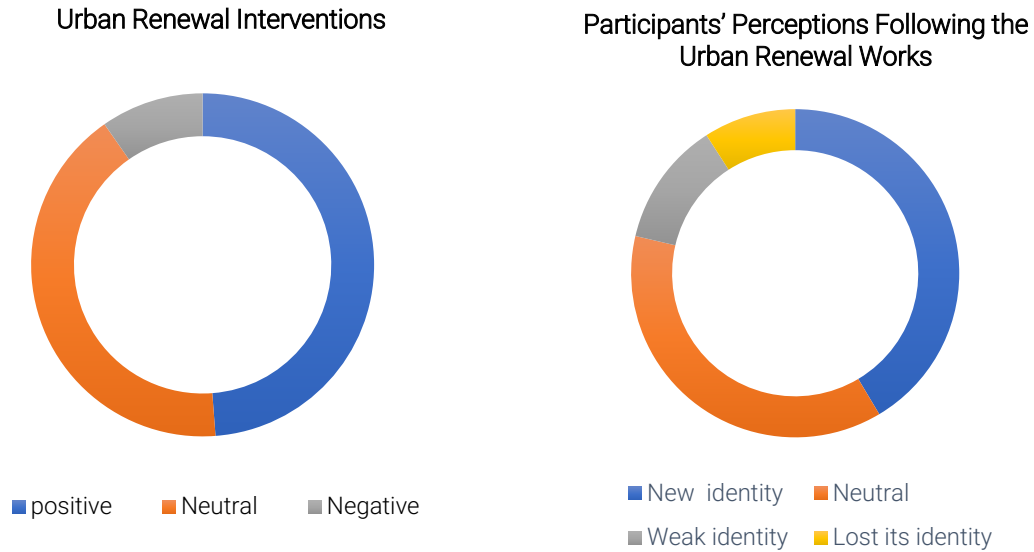


Image 6 Urban renewal interventions in taşbaşı neighborhood and participants' views on the outcomes

From the participants' perspective, perceptions regarding the former condition of Fidangör Street, the facade and ground improvement project implemented in the area, and the resulting changes in perceptions of the street were evaluated. Accordingly, 224 participants (74.4%) stated that they were familiar with the former condition of Fidangör Street, while 76 participants (25.6%) reported that they did not know its previous condition.

Regarding the facade and ground improvement project implemented on Fidangör Street, participants expressed their views as follows: 185 (61.5%) indicated a positive transformation, 93 (30.9%) reported a neutral perception, and 22 (7.6%) stated that the area had undergone a negative transformation.

In terms of the resulting perceptions of Fidangör Street's identity, 167 participants reported the emergence of a new identity, 70 (23.8%) expressed a neutral view, 30 (10%) stated that the street had lost its identity, and 33 (9.7%) indicated that a weak identity had formed. These findings are presented in Image7.

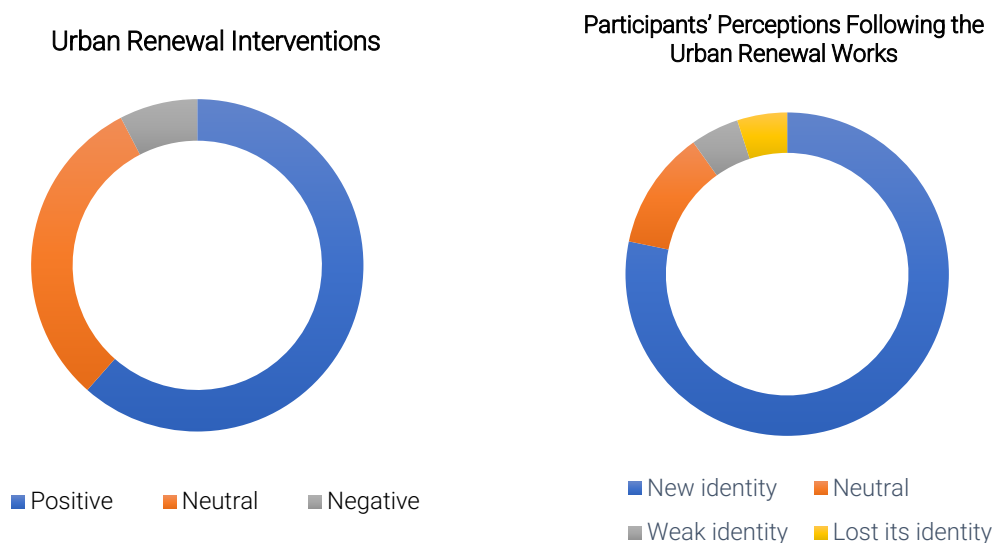


Image 7 Urban renewal works in fidangör street and participants' perceptions of the outcomes

Conclusions and recommendations

Urban belonging can be understood through social and cultural structure, historical fabric, architectural characteristics, and the natural environment. In the Ordu Province, Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street—integrated within these characteristics—were evaluated within a selected sample group to determine the extent to which urban belonging is effective. Most participants reported being familiar with the concept of urban identity. The fact that most of the sample group consists of residents of Ordu also contributes to the formation of a sense of belonging to the city. In addition, participants' feeling of attachment to Ordu and their perception of the city as a livable place are influential in the development of urban belonging.

In this study, the relationship between participants' gender, age, educational status, and sense of belonging was analyzed using cross-table analysis. According to the results, a statistically significant relationship was found between gender and sense of belonging ($p = 0.02 \leq 0.05$). The importance of gender in concepts such as urban belonging and urban identity, and its meaningful relationship, has also been supported by many researchers (Riger and Lavrakas, 1971; Taylor et al., 1985; Şentürk and Gülersoy, 2019). As a result, women's sense of place attachment was found to be higher than that of men. Furthermore, participants' age ($p = 0.01 \leq 0.05$) and educational level ($p = 0.00 \leq 0.05$) were also found to influence their sense of place attachment, indicating a statistically significant difference in relation to the concept of urban belonging based on cross-table analysis results.

For Ordu, natural, built, and social environmental components were categorized into three main groups and further detailed under their respective subheadings. As a result, Boztepe, the sea, and hazelnut orchards were identified as prominent natural environmental components in defining urban identity. Similarly, Taşbaşı Neighborhood, Taşbaşı Cultural Center, and the cable car emerged as key elements of the built environment contributing to both urban identity and urban belonging, supporting the research focus. In terms of social environmental components, rural life, fishing, and May 7 (May 20) Festival are defining elements of the identity of Ordu. The determining features of urban identity are presented in Image 8.



Image 7 Determining characteristics of urban identity

The location of Taşbaşı Neighborhood within a designated urban conservation area supports, according to the survey results, the prominence of the historical fabric characteristic in the formation of urban identity. Similarly, the facade and ground improvement project implemented on Fidangör Street reinforces the prominence of the built environment characteristic in terms of urban identity. The findings suggest that the restoration works in Taşbaşı Neighborhood and the facade and ground improvement project on Fidangör Street led to a positive transformation and the emergence of a new identity. At the same time, the selected areas have tourism potential, which also positively influences their tourism attractiveness.

In the final section of the questionnaire, participants were asked whether Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street possess tourism potential and whether the implemented interventions (facade and ground improvement, urban renewal) affect this potential. According to the responses, 220 participants (73.4%) stated that both areas have tourism potential, while 80 (26.6%) stated that they do not. Furthermore, 192 participants (64.1%) indicated that these changes positively affected tourism potential, whereas 108 (35.9%) stated a negative impact.

In the last part of the survey, participants were asked to express their opinions regarding the emergence of a new identity for Taşbaşı Neighborhood and Fidangör Street.

Participants who believed that a new identity had emerged for Taşbaşı Neighborhood expressed the following views:

- The area, which was previously quiet and isolated, has become safer.
- It has contributed to the historical and cultural fabric.
- It has positively influenced urban identity.
- It has evolved into a more preferable socio-cultural space.
- It is now a tourism appeal.
- It has gained a high level of visual impact.
- It reflects a renewed version of the city while preserving its original character.
- It has gained momentum for cultural and artistic activities.
- It has acquired a more modern and vibrant appearance.

Participants who believed that a new identity had emerged for Fidangör Street expressed the following views:

- A modern and communicative visual character has become prominent.
- It is now more aesthetic, attractive, and positive.
- It offers improved walkability and encourages longer use.
- Its social environment has developed further in line with contemporary needs.
- It has gained vitality and become a more preferred street compared to the past.
- It has gained tourism momentum.
- It represents the city as a bright, vibrant, visually prominent, and lively street.
- It has added a new identity to the city.
- Changes in the built environment have contributed to improvements in architectural, social, and economic aspects.
- It has become a space where various social activities can be carried out together.

A sustainable sense of belonging in cities depends on factors such as trust, identity, and continuity. When individuals feel attached to a place, they integrate with that environment and develop a sense of belonging. In this context, the fact that the majority of participants reside in the Ordu Province further strengthens their sense of belonging. Urban identity, which plays a significant role in fostering belonging within the city, should be reshaped and transformed in social, cultural, communal, and architectural terms. As a result, it should be maintained sustainably.

Ordu is one of the most important living spaces in the Black Sea Region. It possesses significant socio-cultural, historical, and architectural values. In such a transforming city, all features that contribute to a sense of belonging should be preserved, functionally maintained, and aligned

with its architectural and cultural fabric to ensure sustainability and provide added value for future generations.

Conflict of interest declaration

Conflict of interest

The authors declare no competing financial interests, institutional affiliations, or personal relationships that could have influenced the work reported in this paper.

Funding

This research received no external funding.

Author contributions (CRediT)

Author 1 (Seyma Sengur): Conceptualization, Methodology, Investigation, Data curation, Formal analysis, Writing—original draft; Writing—review and editing, Visualization.

Author 2 (Aslıhan Argan Sahin): Conceptualization, Methodology, Validation, Supervision, Project administration, Writing—review and editing.

Author 3 (Baglan Ozel Karaagac, if applicable): Investigation, Resources, Data curation.

All authors have read and approved the final version of the manuscript.

Data availability statement

Data are available from the corresponding author upon reasonable request.

Ethics approval and consent to participate

This study was approved by the Ordu University Social and Humanities Research Ethics Committee:(Decision Number: 2022-207; Date: 27/10/2022)

Use of artificial intelligence (AI) tools

The authors disclose the use of AI-assisted tools in the preparation of this manuscript as follows: [english language editing]. AI tools were not used to generate or alter empirical data, produce analytical results, or shape the core findings and conclusions of the study. All AI outputs were reviewed and verified by the authors, who take full responsibility for the integrity, originality, and accuracy of the content.

TÜRKÇE SÜRÜM

Giriş

Peyzaj kavramı ilk kez yaklaşık 200 yıl önce Alman coğrafyacı Alexander von Humboldt (1769–1859) tarafından 'bir arazi parçasının tüm özellikleri' olarak tanımlanmıştır (Howard vd., 2013, s 38). Kısaca Peyzaj, insan ve mekân arasındaki ilişkiyi yansıtmakta olup çevremizin doğal, kültürel, algısal ve estetik bileşenlerinin etkileşiminin bir ürünüdür (Görsel 1) (Tudor, 2014, s 6).



Görsel 1 Peyzaj nedir? (Tudor, 2014, s 10).

İnsan ve mekân arasındaki etkileşim genel olarak bilişsel, davranışsal ve duygusal olarak üç boyutta ele alınmaktadır. Mekânın bilişsel boyutunda insan çevresel unsurların (arazi formu, hidroloji, hava&iklim, toprak, arazi örtüsü/flora&fauna) renk, doku, form gibi özelliklerini tanımlamakta olup davranışsal boyutta peyzajın kültürel/sosyal boyutu yani insan ve çevre arasındaki işlevsel ilişkiler, faaliyetler karşımıza çıkmaktadır. Duygusal etkileşim çevresel unsurların görünüşü ve tanımlanmasının ötesinde ses, koku, dokunma ve hissetme ile tercihler, iş birlikleri, hatıralar yoluyla yere bağlılığa/aidiyet duygusuna işaret etmektedir (Low and Altman, 1992, s. 5; Tudor, 2014, s. 10).

Bu kapsamda insan ve mekân ilişkisindeki en önemli kavramlardan biri 'yere bağlılık/aidiyet' kavramıdır. Yer bağlılığı, "insanların belirli bir çevre veya ortamla sahip olduğu duygusal bağı" ifade etmekte olup topofili (topophilia) (Tuan, 1974), yer kimliği (place identity) (Proshansky vd.,1983), içindelik (insidedness) (Rowles, 1980), yer duygusu ya da köklülük (sense of place or rootedness) (Chawla, 1992), çevresel gömülmüslük (environmental embeddedness), toplum duygusu ve kimliği (community sentiment and identity) (Hummon, 1992) gibi zaman içerisinde pek çok kavram kapsamında değerlendirilmiştir (Low and Altman, 1992, s. 3).

Kavram, Antropoloji, Sosyoloji, Coğrafya, Çevre Psikolojisi ve Peyzaj Mimarlığı gibi pek çok disiplin tarafından ele alınmıştır. Peyzaj mimarlığı alanında öncü çalışmaları olan John Brinckerhoff Jackson 'A Sense of Place, a Sense of Time' isimli kitabında 'Yer duygusu (Sense of place) kendimizin yarattığı bir şeydir. Alışkanlığın veya geleneğin bir sonucudur. Çevre psikolojisi alanında ise Fritz Steele 'The Sense of Place' adlı çalışmasında Yer duygusunu (sense of place) "Yer duygusu, bir kişinin belirli bir ortamda yaşadığı özel deneyimdir (uyarılmış, heyecanlı, neşeli, geniş kapsamlı vb. hissetmek)." olarak tanımlamıştır.

Yer bağlılığı/Aidiyet, bireylerin kendilerini rahat, huzurlu ve güvende hissettikleri ve kalma eğiliminde oldukları yerler ile kurulan duygusal bağ olarak ifade edilmekte olup çevreleriyle kurdukları duygu, algı ile davranış etkileşimini kapsayan çok yönlü ve karmaşık bir olgudur (Prohansky vd, 1983, s. 59; Low and Altman, 1992, s. 253 ; Hidalgo & Hernández, 2001, s. 274; Williams and Vaske, 2003, s. 838; Hernández vd., 2007, s. 310; Chow and Healey, 2008, s. 363; Lewicka, 2011, s. 209). Bireylerin bağlı olduğu mekânlar ölçek (büyüklük düzeyi) bakımından farklılıklar göstermektedir. Oda, apartman gibi daha küçük ölçekte yerlere bağlı olunabileceği gibi şehir, ülke gibi daha büyük ölçekte yerlere de bağlı olunabilmektedir (Low and Altman, 1992, s. 5).

Yere bağlılık kavramı aidiyet kavramı ile mekanla özdeşleşmektedir. Literatürde de duygusal ve davranışsal olarak karşımıza çıkmakta bu kavramlar çerçevesinde insan ölçeğinde

özdeşleşmektedir (Jorgensen and Stedman, 2001, s. 233; Şentürk, A.& Gülersoy N.Z., 2019, s. 147).

Kentler, yapısal ve onu çevreleyen açık alanlardan oluşan sürekli değişim ve gelişim halinde olan dinamik bir yapıya sahiptir. Doğal, kültürel ve tarihi peyzaj değerleri ile bireylere yaşadığı kent hakkında algısal bir deneyim sunmaktadır. Her kent, kendine özgü doğal, kültürel, tarihi özelliklere sahip olup yaşayanların değerleri, gelenekleri, kültürleri gibi pek çok anlam ile bütünleşmektedir. Bu durum zaman içerisinde bireylerin aidiyet duygusunun oluşmasını ve o kente ait hissetmesini sağlamaktadır.

Kentsel ölçekte aidiyet kavramı değerlendirildiğinde 'kentsel aidiyet' kişilerin kendilerini kentsel mekânın parçası olarak görmeleri, kente işlevsel ve duygusal açıdan bağlanmaları ve dolayısıyla kendilerini o mekân üzerinde hak ve sorumluluk sahibi hissetmeleri durumunu ifade etmektedir. (Kyle vd., 2004, s. 216; Jorgensen and Stedman, 2001, s. 238; Vorkinn and Riese, 200, s. 249; Sancar ve Severcan, 2010, s. 298; Ayazlar ve Ayazlar, 2016, s. 1453; Solak, 2017, s. 21).

Kente dair her parça, kentin kendisini ve belleğini barındırmaktadır. Kentsel mekanların her biri yalnızca kent belleği ile değil aynı zamanda kentsel kimlik ve kentsel aidiyet ile doğrudan ilişkili mekanlardır. Ancak zaman içerisinde kentsel mekanlar fiziki olarak eskime, işlevini kaybetme, ekonomik olarak değerini yitirme gibi pek çok sorun doğrultusunda değişime uğramakta olup yerel yönetimler aracılığıyla kentsel yenileme, kentsel dönüşüm sağlamlılaştırma, soylulaştırma, yeniden canlandırma gibi uygulamalarla yeniden tanımlanmakta ve planlanmaktadır. Bir yere bağlanma; koruma ve orası hakkında kaygı duyma hislerini içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla bu uygulamalar kentte yaşayan bireylerin aidiyet duygusunu olumsuz yönde etkileyebilmekte ve yaşadığı yere güçlü bir bağ ile bağlı olanlar, o yerin değişimine karşı bir tutum sergileyebilmektedir (Vorkinn and Riese, 2001, s. 249; Manzo and Perkins, 2006, s. 336; Mihaylov and Perkins, 2014, s. 71).

Mahalle ve sokaklar/caddeler kentsel yenileme çalışmalarının sıklıkla uygulandığı kent ölçekleridir. Mahalle içerdiği sosyal çeşitlilik ve bu çeşitliliği sağlayan ikamet edenlerinin kimliklerinin yansıtması sonucunda komşuluk ilişkilerinin yüksek olduğu kentsel bir alan olup sokaklar ve caddeler de benzer şekilde insanların gündelik yaşamlarının önemli bir kısmını geçirdikleri ve kendine özgü kimlikleri olan alanlardır (Çakı, 2017, s. 32).

Sokaklar/caddeler ve mahalleler kentsel aidiyet ile kentsel yenileme çalışmaları arasındaki ilişkinin yerel halk tarafından algılanışının gözlemlenebildiği farklı ölçekte kentsel mekanlar olup araştırma ile Ordu İli Altınordu İlçesi'nde yer alan kentsel sit koruma statüsündeki Taşbaşı Mahallesi ve kentin en merkezi caddesi olan Fidangör caddesinde gerçekleştirilen kentsel yenileme çalışmalarının yerel halkın aidiyet duygusu üzerine yaratacağı etki yüz yüze anket yöntemi ile ölçülerek ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Taşbaşı mahallesinde 2021-2022 yılları arasında 'Sokak ve Kaldırım Yenileme Projesi' ile 2022-2023 yılları arasında 'Cephe Sağlamlılaştırma ve Restorasyon Projesi' yürütülmüş olup Fidangör caddesinde ise 2023 yılında 'Fidangör Caddesi Yenileme Projesi' gerçekleştirilmiştir. Yürütülen projeler kapsamında tarihi cephelerin yenilenmesi, dükkân cephe yenileme, tarihi dokuya uygun altyapı ve döşeme çalışmaları, Kültürel rota akslarının oluşturulması vb. gibi pek çok kentsel yenileme uygulaması yapılmıştır. Tüm bu uygulamalar kentsel kimlik ve aidiyet üzerinde önemli etkiler oluşturabilecek potansiyele sahiptir. Kentsel yenilemenin yerel halk tarafından algılanışının ortaya konması ve bu sürecin planlama çalışmalarındaki öneminin vurgulanması amacıyla araştırma alanı olarak değerlendirilmiştir.

Materyal

Araştırmanın ana materyali Ordu İli Altınordu ilçesinde yer alan Taşbaşı Mahallesi ile Fidangör Caddesi oluşturmaktadır. Taşbaşı mahallesi kentsel koruma statüsünde olup 24,5 ha büyüklüğündedir. 968 m uzunluğundaki Fidangör Caddesi ise kentin en eski ve işlek caddesi

konumundadır (Görsel 2). Ordu İli Altınordu ilçesinde yaşayan yerel halk ile gerçekleştirilen yüz yüze anket yönteminden elde edilen veriler araştırmanın diğer materyalini oluşturmaktadır.



Görsel 2 Araştırma alanı konumu ve sınırları

Yöntem

Ordu İli Altınordu ilçesi yerel halkının Taşbaşı mahallesi ve Fidangör caddesinde gerçekleştirilen kentsel yenileme çalışmalarının aidiyet duygusu üzerine yarattığı etkinin ölçülmesi amacıyla nicel yöntem tekniği kullanılmıştır. Araştırma örnekleminin büyüklüğü Taşbaşı Mahallesi ve Fidangör caddesinin yer aldığı Düz Mahalle nüfuslarına göre belirlenmiştir. 2024 yılı verilerine göre Taşbaşı Mahallesinin nüfusu 1.194 kişi Düz mahalle nüfusu 1.510 kişidir (TÜİK, 2024). Evreni temsil edecek ideal örneklem büyüklüğü hesaplanırken örneklem büyüklüğünün 5:1 veya 10:1 oranında duyarlılık gösterdiği (Kline, 2015, s. 16) tarafından açıklanmıştır. Bu doğrultuda mahalle nüfusları baz alınan örneklem noktaları için ideal örneklem büyüklüğünün 300 kişi olacağına karar verilmiştir. Örneklem tekniği için de basit rastgele örneklem tekniği kullanılmıştır. Örneklemdeki bireyler rastgele seçilmiş ve anket yüz yüze uygulanmıştır. Uygulama sürecinin bulgulara olumlu ya da olumsuz bir etkisinin bulunmaması nedeniyle anket gerçekleştirilmesi aşamasında gün, zaman vb. sınırlamalar koyulmamıştır.

Araştırma kapsamında rastgele seçilen 300 kişiye 33 sorudan oluşan anketten elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Bulgulara dayanarak yerel halkın kentsel aidiyet kavramına ilişkin bilgi düzeyi ölçülmüş ve bu bağlamda yapılan yenileme çalışmalarının yarattığı etki belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma, Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun onayı ile gerçekleştirilmiştir (Karar No: 2022-207, Tarih: 27 Ekim 2022).

Bulgular

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışmasında katılımcıların %47,3 Kadın %52,7 si erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırma da beş farklı yaş kategorisi oluşturulmuştur. Bu kategorilerden 0-18 yaş aralığında %6, 19-30 yaş aralığında %36,3, 31-40 yaş aralığında %30, 41-65 yaş aralığında %23,7 ve 65 yaş üzerinde %4 katılımcılardan oluşmaktadır. Genel olarak katılımcıların yaş aralığına bakıldığında genç yaş grubunun fazla olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında eğitim seviyesi için dört farklı kategori belirlenmiştir. Gerçekleştirilen anket çalışmalarında eğitim seviyesinin yüksek olması katılımcıların daha hassas, dikkatli ve

özverili bir şekilde tercih yaptığını kanıtlamıştır. Bu bağlamda ankete katılan katılımcıların 23'ü ilkokul-ortaokul (%7,6), 85'i Lise (%28,3), 154'ü Lisans (%51,4), 38'i Lisansüstü (%12,7) eğitim seviyesine sahiptir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların demografik özellikler kapsamında meslek gruplarına bakılmıştır. Meslek grupları için beş farklı kategori belirlenmiştir. Ankete katılanların 107'si Kamu sektörü (%35,7), 18'i Ev hanımı (%6), 39'u Emekli (%13), 95'i öğrenci (%31,7) ve 41'i çalışmıyor (%13,6) şeklinde dağılım göstermiştir. Bu bağlamda genel olarak katılımcıların çoğu kamu sektöründe hizmet vermektedir. Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1 Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	N	%
Kadın	142	47.3
Erkek	158	52.7
Yaş		
0-18	18	6
19-30	109	36.3
31-40	90	30
41-65	71	23.7
65≥	12	4
Eğitim Durumu		
İlkokul-Ortaokul	23	7.6
Lise	85	28.3
Lisans	154	51.4
Lisansüstü	38	12.7
Meslek		
Kamu sektörü	107	35.7
Ev Hanımı	18	6
Emekli	39	13
Öğrenci	95	31.7
Çalışmıyor	41	13.6
Toplam	300	100

Literatür kısmında da bahsedildiği gibi kentsel aidiyet kavramı bir kentte yaşam süresi ile o kente ait hissetme ile doğrudan ilişkilidir. Bu kapsamda katılımcılara öncelikli olarak kentsel kimlik kavramı hakkında bilgi sahip olup olmadıkları sorulmuştur. Devamında ise Ordulu olması, Ordu'da geçirdikleri yaşam süresi, Ordu kentine ait hissetmeleri, Ordu kentinin yaşanabilir bir kent olması ve Ordu'nun doğal kültürel özellikleri gibi sorular kentsel aidiyet kavramı özelinde değerlendirilmiştir. Katılımcıların 216'sı (%71,4) kentsel kimlik kavramı hakkında bilgi sahibiyken, 84'ü (%28,6) bu kavram hakkında bilgi sahibi değildir. 228'i Ordulu (%75,7), 72 'si ise Ordulu değildir (%24,3). Ordu'da yaşam süresi için 5 farklı yıl kategorisi belirlenmiştir. Katılımcıların 43 'ü 1-5 (%14,4), 44'ü 6-15 (%14,6), 96'sı 16-30 (%31), 94'ü 31-50 (%31,4) ve 23'ü 51 -80 (%7,6) yıl aralığında Orduda yaşamaktadır.

Ankete katılanların 231'i kendine Ordu iline ait (%76,7), 69'u ise (%23,3) Ordu kentine ait hissetmemektedir. Katılımcıların 215'i (%71,4) Orduyu yaşanabilir bir kent olarak değerlendirirken, 85'i (%28,6) yaşanabilir bir kent olarak değerlendirmemektedir.

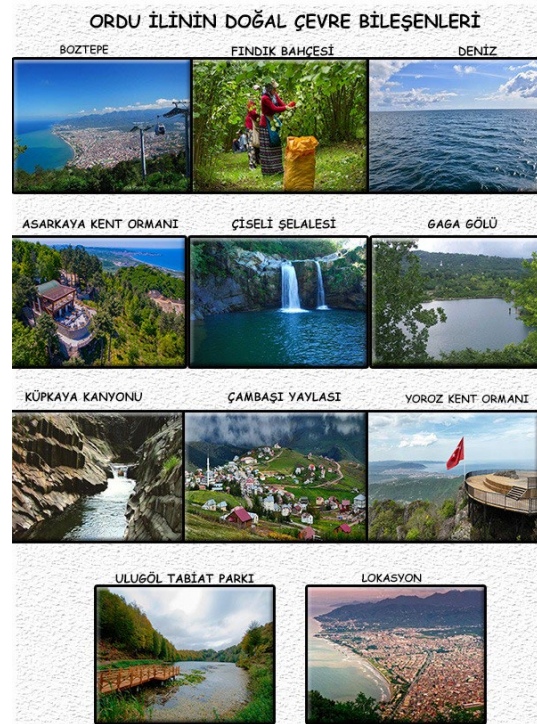
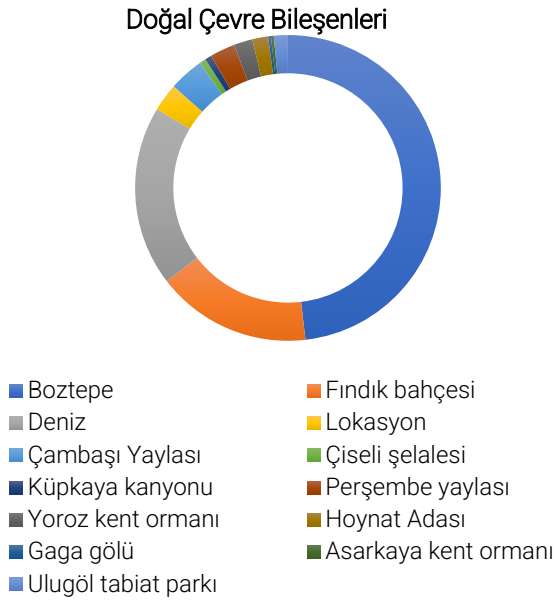
Katılımcıların 205'i (%68,4) Ordu ilini doğal ve kültürel özellikleri hakkında bilgi sahibiyken, 95'i (%31,6) kentin doğal ve kültürel özellikleri hakkında bilgi sahibi değildir. Bu dağılım Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2 Katılımcıların Ordu İli hakkında bilgi düzeyleri ve Ordu'da yaşam süreleri

Ordulu 'musunuz?	N	%
------------------	---	---

Evet	228	75.7
Hayır	72	24.3
Ordu'da yaşam süresi		
1-5	43	14.4
6-15	44	14.6
16-30	96	31
31-50	94	31.4
51-80	23	7.6
Kentsel kimlik kavramı		
Evet	216	71.4
Hayır	84	28.6
Ordu İline ait hissetme durumu		
Evet	231	76.7
Hayır	69	23.3
Ordu İlının Yaşanabilir kent algısı		
Evet	215	71.4
Hayır	85	28.6
Ordu İli doğal ve kültürel bileşenleri ile kentsel kimlik ilişkisi		
Evet	205	68.4
Hayır	95	31.6

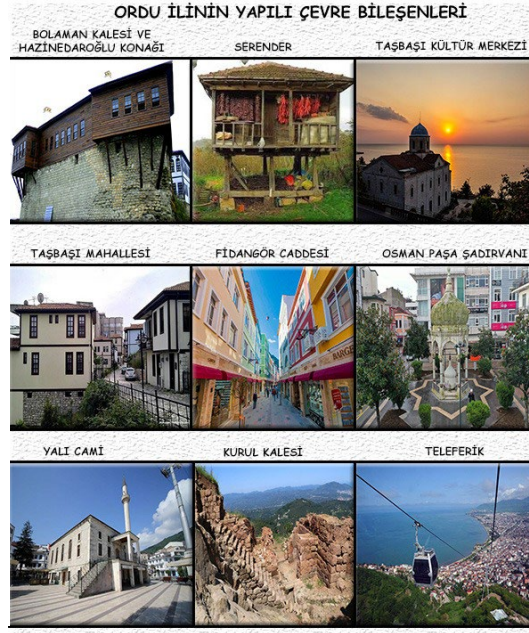
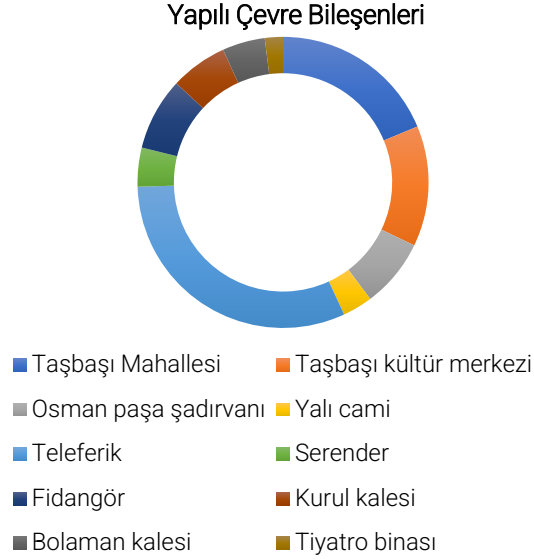
Ordu kent kimliğini yansıtan doğal çevre bileşenlerinde katılımcıların 147 'si Boztepe (%48,8), 50'si Fındık bahçesi (%16,6), 58'i deniz (%19,3), 9'u Lokasyon (%3), 11 'i Çambaşı Yaylası (%3,7), 1'i Çiseli şelalesi, Küpkaya kanyonu, Yoroç kent ormanı, Gaga gölü ve Asarkaya kent ormanı (%1), 8'i Perşembe yaylası (%2,7) ve 4'ü Ulugöl tabiat parkını (%1,3) doğal çevre bileşeni olarak tercih etmiştir.



Görsel 3 Ordu ilinin doğal çevre bileşenleri

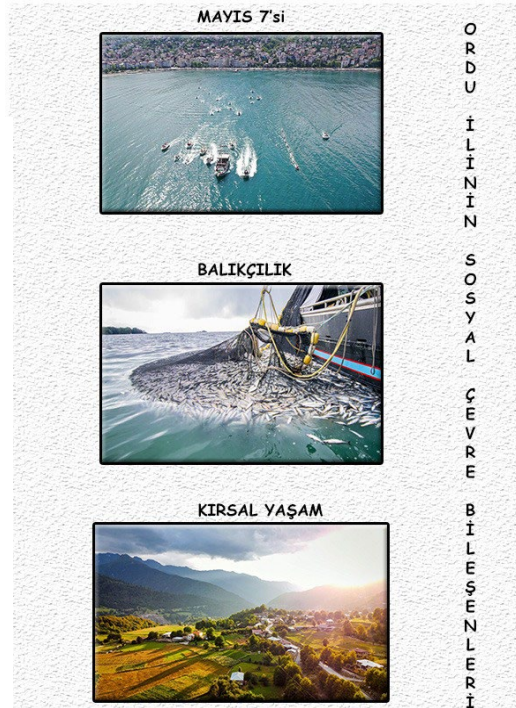
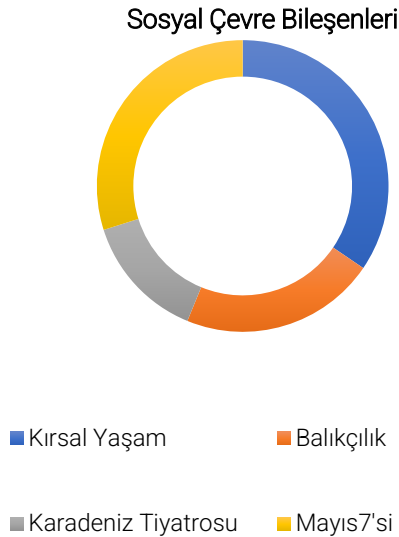
Yapılı çevre bileşenlerinde ise katılımcıların tercihleri şu şekildedir; 56 kişi Taşbaşı Mahallesi (%18,6), 40 kişi Taşbaşı kültür merkezi (%13,3), 23 kişi Osman Paşa şadırvanı (%7,6), 10 'u Yalı

camii (%3,3) 94'ü teleferik (%31,4), 13'ü serender (%4,3), 24'ü Sırrıpaşa caddesi (Fidangör) (%8), 19'u Kurul kalesi (%6,3), 14'ü Bolaman Kalesi ve Hazinedaroğlu Konağı (%4,7) ve 6'sı Tiyatro binasını (%2) tercih etmiştir. Bu ifadelerin şekilsel olarak gösterimi Görsel 4'te ifade edilmiştir.



Görsel 4 Ordu ilinin yapıli çevre bileşenleri

Son değerlendirilen bileşen olarak katılımcıların sosyal çevre bileşenleri ise şu şekildedir; 94'ü Kırsal yaşam (%31,2), 59'u balıkçılık (%19,6), 43'ü Karadeniz tiyatrosu (%12,6) ve 84'ü Mayıs 7'si (%27) olarak değerlendirmiştir (Görsel 5).



Görsel 5 Ordu ilinin sosyal çevre bileşenleri

Taşbaşı ve Fidangör caddelerinin kentsel kimlik oluşturmada ne düzeyde etkili olduğu sorusu katılımcılar açısından değerlendirildiğinde Taşbaşı Mahallesi 155 kişi (%51,5) kentsel kimlik açısından oldukça etkili olarak değerlendirirken, Fidangör caddesini ise 159 kişi (%52,8) kentsel

kimlik açısından oldukça etkili olarak değerlendirmiştir. Taşbaşı Mahallesi ve Fidangör caddesinin kentsel kimlik oluşturmada tarihi doku, yapı çevre, kültürel, sosyal, mimari ve doğal yapı gibi karakteristik özellikler etkili olmaktadır. Bu özelliklerin hangi düzeyde etkili oldukları katılımcılar açısından ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Taşbaşı Mahallesi için katılımcıların 169'u (%55,8) tarihi doku karakteristik özelliğini belirlerken, 54'ü (%17,9) kültürel yapı, 36'sı (%12) yapı çevre, 24'ü (%8) mimari yapı ve 17'si (%6,3) doğal yapı özelliğini tercih etmiştir. Fidangör caddesi için ise katılımcıların 102'si (%33,9) yapı çevre, 81'i (%26,9) sosyal yapı, 59'u (%19,6) kültürel yapı, 36'sı (%12) tarihi doku, 14'ü (%4,7) mimari yapı ve 8'i, (%2,9) doğal yapı özelliğini belirlemiştir.

Taşbaşı mahallesi ve Fidangör caddesini katılımcılar ziyaret sıklığı, ulaşım konusu ve ulaşım biçimleri açısından değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirmeler Tablo 3 ve 4'te ifade edilmiştir. Taşbaşı mahallesinin ziyaret sıklığında katılımcıların 179'u (%59,5) fırsat buldukça olarak tercih ederken, bu mahalleye ulaşım konusunda katılımcıların 194'ü (%64,5) güçlük çekmediğini belirtmiş ve ulaşım biçimi olarak 115'i (%38,2) kendi aracıyla ulaşım sağladığını belirtmiştir.

Fidangör caddesinin ziyaret sıklığında katılımcıların 95'i (%31,6) çok sık olarak tercih ederken, bu caddeye ulaşım konusunda katılımcıların 232'si (%77,6) güçlük çekmediğini belirtmiş ve ulaşım biçimi olarak 125'i (%41,5) yaya olarak ulaşım sağladığını ifade etmiştir.

Tablo 3 Katılımcıların Taşbaşı mahallesine ziyaret sıklığı, ulaşım güçlüğü ve biçimi

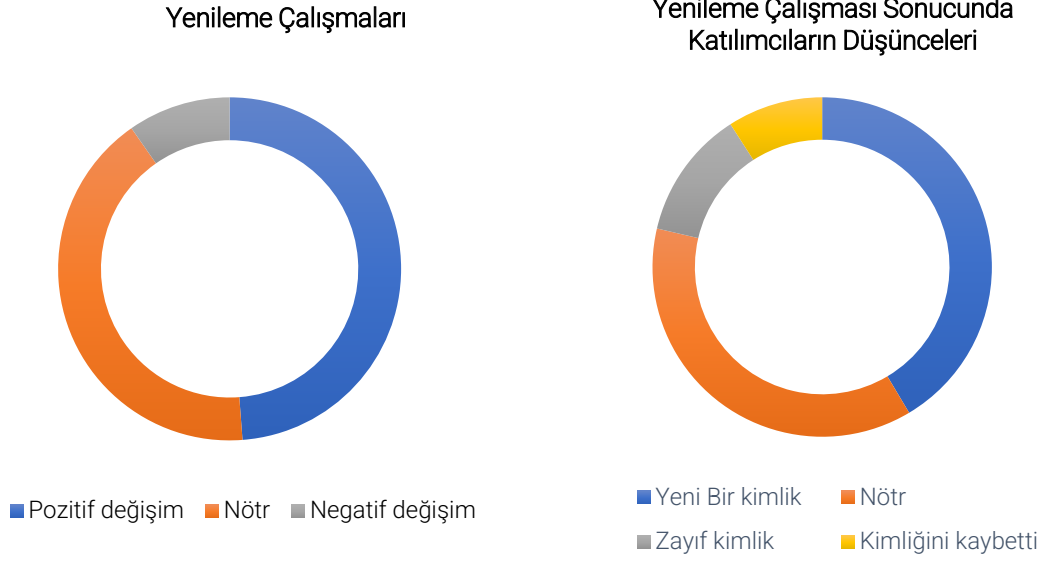
Ziyaret sıklığı	N	%
Fırsat buldukça	179	59.5
Ulaşım güçlüğü		
Hayır	194	64.5
Ulaşım biçimi		
Kendi aracım	115	38.2

Tablo 4 Katılımcıların Fidangör caddesine ziyaret sıklığı, ulaşım güçlüğü ve biçimi

Ziyaret sıklığı	N	%
Çok sık	95	31.6
Ulaşım güçlüğü		
Hayır	232	77.6
Ulaşım biçimi		
Yaya	125	41.5

Katılımcılar açısından Taşbaşı Mahallesi'nin eski hali ve bu mahallede uygulanan restorasyon/kentsel yenileme çalışmaları ve bu çalışmalar sonucunda bu mahalle hakkında oluşan düşünceler değerlendirilmiştir. Bunun neticesinde katılımcıların 154'ü (%51,2) Taşbaşı'nın eski halini bilmediklerini, 146'sı (%48,8) bu mahallenin eski halini bildiklerini ifade etmiştir.

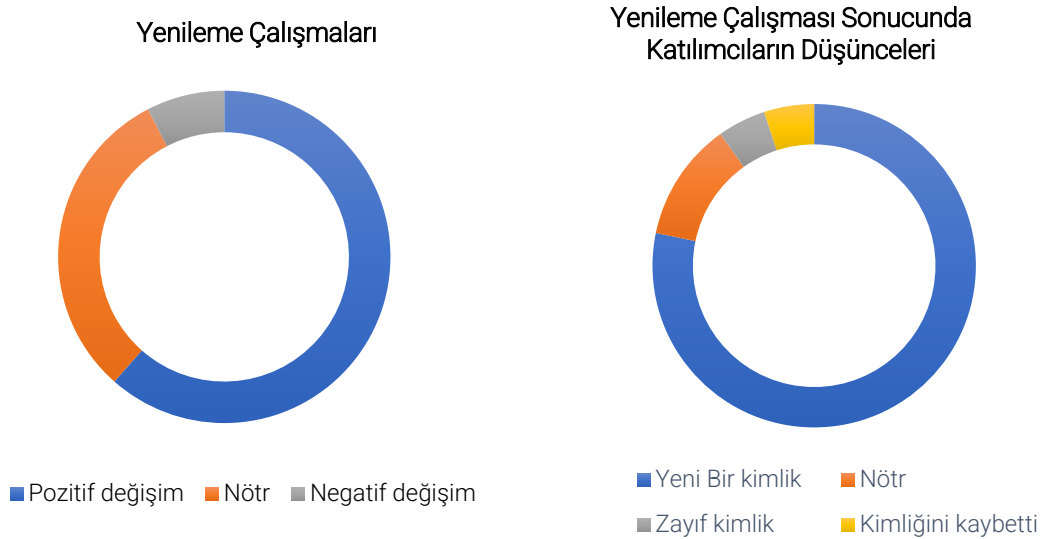
Taşbaşı'nda gerçekleştirilen yenileme çalışmalarında ise katılımcılar düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir; 147'si (%48,8) pozitif değişim, 125'i (%41,5) Nötr ve 28'i (%9,7) negatif bir değişim geçirdiğini belirtmiştir. Bu düşüncelerin devamında Taşbaşı Mahallesi için katılımcıların 118'i (%39,2) yeni bir kimlik oluştuğunu, 106'sı (%35,2) Nötr, 35'i (%11,6) kimliğini kaybettiğini ve 26'sı (%8,6) zayıf bir kimlik oluştuğunu ifade etmiştir. Bu ifadeler Görsel 6'da belirtilmiştir.



Görsel 6 Taşbaşı Mahallesi yenileme çalışmaları ve çalışma sonucunda katılımcıların düşünceleri

Katılımcılar açısından Fidangör caddesinin eski hali ve bu mahallede uygulanan cephe/zemin iyileştirme projesinin yarattığı değişim ve bu değişim sonucunda Fidangör Caddesi hakkında oluşan düşünceler katılımcılar açısından değerlendirilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların 224'ü (%74,4) Fidangör caddesinin eski halini bildiklerini, 76'sı (%25,6) bu caddenin eski halini bilmediklerini ifade etmiştir.

Fidangör caddesinde gerçekleştirilen cephe ve zemin iyileştirme projesinde katılımcılar düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir; 185'i(%61,5) pozitif değişim, 93'ü (%30,9) Nötr ve 22'si (%7,6) negatif bir değişim geçirdiğini belirtmiştir. Bu düşüncelerin devamında bu cadde için katılımcıların 167'si (%156,5) yeni bir kimlik oluştuğunu, 70'i(%23,8) Nötr, 30'u (%10) kimliğini kaybettiğini ve 33'ü (%9,7) zayıf bir kimlik oluştuğunu ifade etmiştir. Bu ifadeler Görsel 7'de belirtilmiştir.



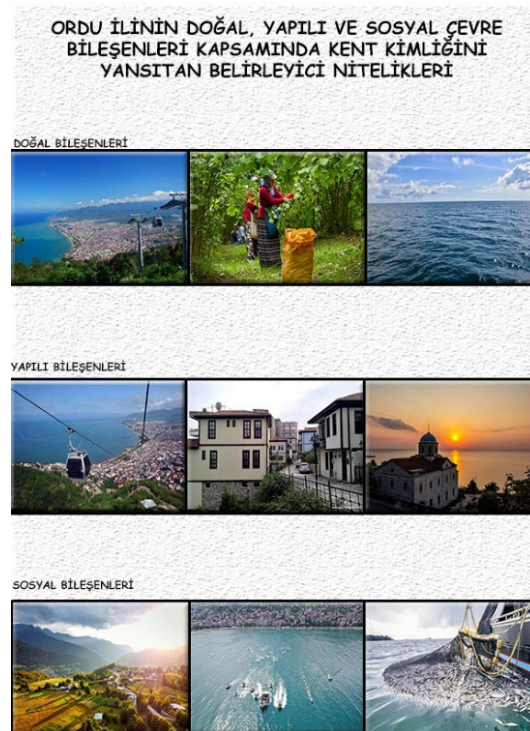
Görsel 7 Fidangör Caddesi yenileme çalışmaları ve yenileme sonucunda katılımcıların düşünceleri

Sonuç ve öneriler

Kentsel aidiyet kavramı bir kentin sosyal ve kültürel yapısı, tarihi dokusu, mimari yapısı ve doğal yapısı gibi etmenler özelinde incelenabilmektedir. Ordu kenti içinde, bu özellikler dâhilinde bütünleşen Taşbaşı Mahallesi ve Fidangör Caddesi kentsel aidiyet kavramının ne düzeyde etkili olduğunu belirlemek amacıyla belirlenen örneklem grubunda değerlendirilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu kentsel kimlik kavramı hakkında bilgi sahibi olduklarını ifade etmişlerdir. Örneklem grubunun büyük çoğunluğunun Ordulu olması kente ait aidiyet kavramının oluşmasında etkilidir. Aynı zamanda katılımcıların kendilerini Ordu İline ait hissetmeleri ve bu kenti yaşanabilir bir kent olarak değerlendirmeleri kentsel aidiyetin oluşmasında etkilidir.

Çalışmada, katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumları ve aidiyet duyguları arasındaki ilişki Cross table analizi ile gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre cinsiyete göre anlamsal açıdan istatistiki olarak $p:0.02 \leq 0.05$ ($p \leq 0.05$) bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyetin kentsel aidiyet, kentsel kimlik gibi kavramlarda önemini ve anlamsal açıdan bir ilişkisinin olduğu birçok araştırmacı tarafından da desteklenmektedir (Riger and Lavrakas, 1971; Taylor et al., 1985; Şentürk ve Gülersoy, 2019) Sonuç olarak, kadınların mekâna aidiyet duyguları erkeklere göre daha yüksek olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, katılımcıların yaş $p:0.01 \leq 0.05$ ($p \leq 0.05$) ve eğitim durumlarının $p:0.00 \leq 0.05$ ($p \leq 0.05$) mekâna aidiyet duygularını etkilediği ve kentsel aidiyet kavramı üzerinde anlamsal bir farklılığın olduğu Cross Table analiz sonuçlarına göre değerlendirilmiştir.

Ordu kenti için doğal, yapı ve sosyal çevre bileşenlerinin üç kategoride değerlendirilip bu üç kategorinin kendi konu başlığı altında öze indirgenmesi sonucunda doğal çevre bileşenlerinden Boztepe, Deniz ve Fındık bahçesinin kent kimliğini belirlemede ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda yapı çevre bileşenlerinden Taşbaşı Mahallesinin, Taşbaşı kültür merkezinin ve Teleferiğin kentsel kimlik ve kentsel aidiyet kavramlarında ön plana çıkmış olması araştırma konusunu da destekler niteliktedir. Sosyal çevre bileşenlerinde ise Kırsal yaşam, balıkçılık ve Mayıs 7'si (20 Mayıs) Ordu Kenti'nin kimliğini belirleyici niteliktedir. Kent kimliğinin belirleyici nitelikleri Görsel 8'de ifade edilmiştir



Görsel 8 Kent kimliğinin belirleyici nitelikleri

Taşbaşı Mahallesi'nin kentsel sit alanı içerisinde yer alması kentsel kimliği oluşturmada anket sonuçlarına göre tarihi doku karakteristiğinin ön plana çıkmasını destekler niteliktedir. Aynı zamanda fidangör caddesinin de Cephe ve zemin iyileştirme projesi gerçekleştirildikten sonra kentsel kimlik açısından yapı çevre karakteristiğinin ön plana çıkmasını desteklemektedir. Taşbaşı Mahallesi'nde gerçekleştirilen restorasyon çalışmaları ve Fidangör caddesinde gerçekleştirilen cephe ve zemin iyileştirme projeleri pozitif bir değişime ve yeni bir kimliğe sebep oldu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda belirlenen alanlar turizm potansiyeli barındırmaktadır ve bu durum da turizm potansiyelini de olumlu yönde etkilemektedir.

Anketin son kısmında Taşbaşı Mahallesi ve Fidangör Caddesinin turizm potansiyeli barındırma durumu ve belirlenen iki alanda gerçekleştirilmiş olan çalışmaların (Cephe ve zemin iyileştirme, kentsel yenileme) turizm potansiyelini etkileyip etkilemediği soruları katılımcılar açısından değerlendirilmiştir. Katılımcıların 220'si (%73,4) iki alanın turizm potansiyeli barındırdığını 80'i (%26,6) turizm potansiyeli barındırmadığını ifade etmiştir. 192'si (%64,1) gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda bu değişimlerin turizm potansiyelini olumlu yönde etkilediğini 108'i (%35,9) olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir.

Anketin en son bölümünde katılımcılara Taşbaşı Mahallesi ve Fidangör Caddesi için yeni bir kimlik oluştuğunu düşünüyorsanız düşünceleriniz nelerdir soruları sorulmuştur. Bu bağlamda Taşbaşı Mahallesi için yeni bir kimlik oluştuğunu düşünen katılımcılar düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir;

- Restorasyon öncesi sakin ve ıssız olan alan daha güvenli bir yer haline dönüşmüştür.
- Tarihi doku kültürüne katkı sağlamıştır.
- Kent kimliğini olumlu yönde etkilemiştir.
- Sosyo-kültürel açıdan daha tercih edilebilir bir mekân haline gelmiştir.
- Turistik açıdan cazibe merkezi konumuna gelmiştir.
- Etkileyiciliği yüksek bir hal almıştır.
- Kentin aslına uygun olarak yenilenen bir yüzü haline gelmiştir.
- Kültürel ve sanatsal etkinlikler için çok daha ideal bir ivme kazanmıştır.
- Daha modern ve canlı bir görünüm kazanmıştır.

Fidangör Caddesi için yeni bir kimlik oluştuğunu düşünen katılımcılar ise düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir;

- Modern iletişime açık bir görsellik ön plana çıkmıştır.
- Daha estetik, ilgi çekici ve pozitif bir hal almıştır.
- Yaya sirkülasyonu açısından ulaşılabilir ve daha fazla zaman geçirilebilir bir cadde olmuştur.
- Çağdaş yaşamın gereksinimleri göz önüne alınarak Fidangör caddesinde sosyal ortam daha fazla gelişmiştir.
- Kente bir canlılık katmıştır ve aynı zamanda eski zamana kıyasla daha çok tercih edilen bir cadde kimliği oluşmuştur.
- Turistik açıdan bir ivme kazanmıştır.
- Aydınlık, iç açıcı, canlı, görselliği ön planda olan şehri en iyi temsil eden bir cadde konumundadır
- Kente yeni bir kimlik katmıştır.
- Yapılı çevrenin değişimiyle mimari dokuda, sosyal çevrede ve ekonomik yönde ivme kazanmıştır.
- Birçok sosyal aktiviteyi birlikte yapabileceğiniz bir alan oluşmuştur.

Kentlerde sürdürülebilir bir aidiyet duygusu oluşturmak için güven duyma, benlik gibi kavramlar etkili olmaktadır. Kişi bir mekâna ait hissettiğinde o alanla bütünleşir ve aidiyet duygusunu ortaya çıkarır. Bu kapsamda katılımcıların çoğunluğunun Ordu kenti özelinde yaşam sürmeleri aidiyet duygusunu daha da canlandırmaktadır. Kent özelinde aidiyet duygusunu bandıran kent kimliği

önemli derecede etkileyen alanlar sosyal, kültürel, toplumsal ve mimari olarak değiştirilmeli ve dönüştürülmelidir. Bunun sonucunda da sürdürülebilirliği korunarak devam ettirilmelidir. Ordu ili Karadeniz bölgesinin en önemli yaşam alanlarından birisidir. Hem sosyokültürel açıdan hem de tarih ve mimari açısından önemli değerlere sahiptir. Böylesine değişen ve dönüşen bir kentin aidiyet duygusu barından bütün özellikleri korunmalı, işlevlendirilmeli ve mimari dokusuna, kültürüne yakın olarak gelecek nesillere önemli artılar sağlaması için sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

Çıkar çatışması beyanı

Çıkar çatışması

Yazarlar, bu çalışmada sunulan araştırmayı etkileyebilecek herhangi bir bilinen finansal çıkar, kurumsal bağlantı ya da kişisel ilişki bulunmadığını beyan eder.

Finansman

Bu araştırma için dış finansman desteği alınmamıştır.

Yazar katkıları (CRediT)

Yazar 1 (Şeyma ŞENGÜR): Kavramsallaştırma; Yöntem; Araştırma/İnceleme; Veri düzenleme; Biçimsel analiz; Özgün taslak yazımı; Yazım—gözden geçirme ve düzenleme; Görselleştirme.

Yazar 2 (Aslıhan ARGAN ŞAHİN): Kavramsallaştırma; Yöntem; Doğrulama; Denetim; Proje yönetimi; Yazım—gözden geçirme ve düzenleme.

[Yazar 3 varsa (Bağlan ÖZEL KARAAĞAÇ):] Araştırma/İnceleme; Kaynaklar.

Tüm yazarlar makalenin yayımlanan son hâlini okumuş ve onaylamıştır.

Veri erişilebilirliği

“Veriler, makul talep üzerine sorumlu yazardan temin edilebilir.”

Etik kurul onayı ve katılımcı onamı

Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Onay/Karar Numarası: 2022-207 Tarih: 27/10/2022

Yapay zekâ (YZ) araçlarının kullanımı

Yazarlar, bu makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ destekli araçların kullanımına ilişkin beyanı aşağıdaki şekilde sunar: [İngilizce dil düzenleme]. Yapay zekâ araçları, ampirik verilerin üretilmesi/değiştirilmesi, analiz sonuçlarının oluşturulması veya çalışmanın temel bulgularının ve sonuçlarının şekillendirilmesi amacıyla kullanılmamıştır. Yapay zekâ çıktıları yazarlar tarafından kontrol edilmiş ve doğrulanmıştır; içeriğin bütünlüğü, özgünlüğü ve doğruluğuna ilişkin sorumluluk tamamen yazarlara aittir.

Kaynakça

- Ayazlar, G., & Ayazlar, R. A. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumunda aidiyet duygusu ve yaşam tatmininin rolü [The role of sense of belonging and life satisfaction on local people's attitude towards tourism effects]. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451–1470.
- Chow, K., & Healey, M. (2008). Place attachment and place identity: First-year undergraduates making the transition from home to university. *Journal of Environmental Psychology*, 28(4), 362–372. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.02.011>
- Çakı, F. (2017). Aidiyet ve mekân olarak sokaklar: Balıkesir örnek olayı çerçevesinde bir tipoloji önerisi. *Çekmece İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Güleç Solak, S. (2017). Mekân-kimlik etkileşimi: Kavramsal ve kuramsal bir bakış.

- Hernández, B., Hidalgo, M. C., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 310–319. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.06.003>
- Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273–281. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
- Howard, P., Thompson, I., Waterton, E., & Atha, M. (Eds.). (2013). *The Routledge companion to landscape studies*. Routledge.
- Hummon, D. M. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place attachment* (pp. 253–278). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8753-4_12
- Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners' attitudes toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233–248. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0226>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting. *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 213–225. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2003.12.006>
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 207–230. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
- Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. In I. Altman & S. M. Low (Eds.), *Place attachment* (pp. 1–12). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4684-8753-4_1
- Manzo, L. C., & Perkins, D. D. (2006). Finding common ground: The importance of place attachment to community participation and planning. *Journal of Planning Literature*, 20(4), 335–350. <https://doi.org/10.1177/0885412205286160>
- Mihaylov, N., & Perkins, D. D. (2014). Community place attachment and its role in social capital development. In L. C. Manzo & P. Devine-Wright (Eds.), *Place attachment: Advances in theory, methods and applications* (pp. 61–74). Routledge.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57–83. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(83)80021-8)
- Riger, S., & Lavrakas, P. J. (1981). Community ties: Patterns of attachment and social interaction in urban neighborhoods. *American Journal of Community Psychology*, 9, 55–66. <https://doi.org/10.1007/BF00896360>
- Rowles, G. D. (1980). Growing old "inside": Aging and attachment to place in an Appalachian community. In N. Datan & A. Ginsberg (Eds.), *Transitions of aging* (pp. 153–170). Academic Press.
- Sancar, F. H., & Severcan, Y. C. (2010). Children's places: Rural–urban comparisons using participatory photography in the Bodrum peninsula, Turkey. *Journal of Urban Design*, 15(3), 293–324. <https://doi.org/10.1080/13574809.2010.488030>
- Şentürk, A., & Gülersoy, N. Z. (2019). Aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma etkileşimi bağlamında kullanıcı sürekliliğinin irdelenmesi: Kadıköy Moda örneği. *Megaron*, 14(1), 145–159. <https://doi.org/10.14744/megaron.2019.82534>
- Taylor, R. B., Gottfredson, S. D., & Brower, S. (1985). Attachment to place: Discriminant validity, and impacts of disorder and diversity. *American Journal of Community Psychology*, 13, 525–542. <https://doi.org/10.1007/BF00992247>
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*. Prentice-Hall.
- Tudor, C. (2014). *An approach to landscape character assessment*. Natural England.
- TÜİK (Erişim tarihi: 14.10.2025).
- Vorkinn, M., & Riese, H. (2001). Environmental concern in a local context: The significance of place attachment. *Environment and Behavior*, 33(2), 249–263. <https://doi.org/10.1177/0013916501332004>
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, 49(6), 830–840. <https://doi.org/10.1093/forestscience/49.6.830>

