



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**DOKTORA
TEZİ**

**KENT TURİZMİNDE MEKANSAL TERCİHLER,
DENEYİMLER VE MEKANIN DÜZENLENİŞİ
ÜZERİNE İLİŞKİLER: İSTANBUL TARİHİ
YARIMADA ÖRNEĞİ**

CEREN AVCI

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

ŞUBAT 2019



**KENT TURİZMİNDE MEKANSAL TERCİHLER, DENEYİMLER VE
MEKANIN DÜZENLENİŞİ ÜZERİNE İLİŞKİLER: İSTANBUL TARİHİ
YARIMADA ÖRNEĞİ**

Ceren AVCI

**DOKTORA TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

ŞUBAT 2019

Ceren AVCI tarafından hazırlanan “Kent Turizminde Mekansal Tercihler, Deneyimler Ve Mekanın Düzenlenişi Üzerine İlişkiler: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı/ Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı, DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Azize HASSAN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum

Başkan : Prof. Dr. İbrahim BİRKAN

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Atılım Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Prof. Dr. Ahmet TAYFUN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Doç. Dr. Gonca GÜZEL ŞAHİN

Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Atılım Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum

Tez Savunma Tarihi: 22/02/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Doktora Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Figen ZAFİF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,
- bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Ceren AVCI
22/02/2019

KENT TURİZMİNDE MEKANSAL TERCİHLER, DENEYİMLER VE MEKANIN DÜZENLENİŞİ ÜZERİNE İLİŞKİLER: İSTANBUL TARİHİ YARIMADA ÖRNEĞİ

(Doktora Tezi)

Ceren AVCI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Şubat, 2019

ÖZET

Bu çalışmada kent turizmi kapsamında İstanbul tarihi yarımada'yı ziyaret eden turistlerin mekansal tercih ve deneyimlerinin turistlerin demografik özelliklerine ve bulunulan mekana göre bir farklılık gösterip göstermediği; ayrıca mekansal tercihlerin mekansal deneyimler üzerinde, mekansal deneyimlerin ise mekanın düzenlenişi üzerinde bir etki gücünün bulunup bulunmadığının saptanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda 2017 yılının ilk 5 ayı içerisinde İstanbul tarihi yarımada'yı en çok ziyaret eden ilk 5 milletten toplamda 613 turist araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Cinsiyete göre mekansal tercih ve deneyimlerin bir farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için bağımsız t testleri yapılmış, katılımcıların gelirlerine, mesleklerine, milliyetlerine ve bulunulan mekana göre mekansal tercih ve deneyimlerin bir farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için one way anova analizleri uygulanmıştır. Turistlerin mekansal tercihlerinin mekansal deneyimler ve mekansal deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığının tespiti için ise regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda katılımcıların cinsiyetlerine göre mekansal tercihlerinde anlamlı bir fark olduğu fakat mekansal deneyimlerinde anlamlı bir farklılık olmadığı; gelir, milliyet ve bulunulan mekana göre mekansal tercihlerin anlamlı bir farklılık gösterdiği ve meslek, gelir, milliyet ve bulunulan mekana göre mekansal deneyimlerinde anlamlı bir farklılık olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca keşfedici turist tercihlerinin duygusal, zihinsel, duyumsal, kültürel, sosyal ve fiziksel deneyimler üzerinde etki gücünün olduğu; örnek toplayıcı turist tercihlerinin zihinsel deneyimler, duyumsal deneyimler, kültürel deneyimler, fiziksel deneyimler üzerinde etki gücünün olduğu; duygusal, zihinsel, kültürel, sosyal ve fiziksel deneyimlerin dışsal işlevler üzerinde etki gücünün bulunduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda çalışma sonuçları alanda gerçekleştirilmiş diğer çalışmaların sonuçlarıyla kıyaslanarak bulgular tartışılmış, tüketici araştırmaları kapsamında geliştirilen öneriler sunulmuştur.

Bilim Kodu : 1169

Anahtar Kelimeler : Kent Turizmi, Tarihi Yarmada, Mekansal Tercihler, Mekansal Deneyimler, Mekanın Düzenlenişi

Sayfa Adedi : 213

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Azize HASSAN

THE RELATIONSHIP ON SPATIAL PREFERENCES, EXPERIENCES AND SPACE
ARRANGEMENT IN URBAN TOURISM: ISTANBUL HISTORICAL PENINSULA

SAMPLE

(Ph.D. Thesis)

Ceren AVCI

GAZI UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

February, 2019

ABSTRACT

In this study, it was aimed to investigate whether the spatial experience and the spatial preferences of the tourists who visited Istanbul historical peninsula differ according to the demographical characteristics of the tourists and the places they are in; it is also aimed to determine whether spatial preferences have an effect on spatial experiences and spatial experiences have an effect on the arrangement of space. In this direction, 613 tourists from the first 5 nations that visited the historical peninsula of Istanbul most in the first 5 months of 2017 constituted the sample of the study. Independent t tests were conducted to determine whether spatial preferences and experiences differed according to gender, one way anova analyzes were applied to determine whether the spatial preferences and experiences differed according to participants' incomes, professions, nationalities and the place that they are in. Regression analyzes were performed to determine whether spatial preferences of tourists have an effect on spatial experiences and spatial experiences have an effect on the arrangement of space. As a result of the analysis, there was a significant difference in the spatial preferences of participants according to gender, but there was no significant difference in spatial experiences; spatial preferences were found to show a meaningful difference according to income, nationality and the place that the tourists in and that the spatial experiences according to profession, income, nationality and the place that the tourists in were significantly different. In addition, exploratory tourist preferences have an effect on emotional, mental, sensory, cultural, social and physical experiences; sampler tourist preferences have an effect on mental, sensory, cultural, physical experiences; emotional, mental, cultural, social and physical experiences have an effect on external functions. In this context, the results of the study were compared with the results of the other studies conducted in the field and the findings were discussed, suggestions were submitted in scope of consumer researches.

Science Code : 1169

Keywords : Urban Tourism, Historical Peninsula, Spatial Preferences, Spatial Experiences, Spatial Arrangement

Page Number : 213

Supervisor : Prof. Dr. Azize HASSAN

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında beni yalnız bırakmayan, yönlendirmeleriyle yolumu çizen, yardımlarıyla önümü açan, önerileriyle çalışmayı zenginleştiren sayın danışman hocam Prof. Dr. Azize HASSAN'a,

Sundukları katkılarla çalışmamı biçimlendiren sayın jüri üyeleri Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAAŞ ve Prof. Dr. Ahmet TAYFUN'a,

Çalışma ile titizlikle ilgilenen Dr. Arş. Gör. Aysen ERCAN İŞTİN, Dr. Arş. Gör. Ahmet UŞAKLI ve Dr. Öğr. Üyesi Sedat ÇELİK'e,

Bu süreçteki zorlukları aşmamı sağlayan ve desteklerini benden esirgemeyen Davut Okumuş'a ve canım aileme

teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. MEKAN VE KENT	5
2.1. Mekan	5
2.1.1. Mekanın Tipleri.....	5
2.1.2. Uzam ve Mekan.....	7
2.1.3. Mekanın Üretimi	8
2.1.4. Mekansızlık	12
2.2. Kent	14
2.2.1. Kentsel Mekan.....	15
2.2.2. Kentte Değişim.....	17
2.2.3. Kent ve Toplumsal Yaşam	23
2.2.4. Kent Modelleri.....	26
2.3. Beşeri Coğrafya.....	27
2.3.1. Davranışsal Yaklaşımlar.....	28
2.3.2. Peyzaj	29
2.3.3. Davranışsal Araştırmalar	31
2.4. Kentsel Tasarım	33
2.4.1. Kentsel Tasarımda Görsellik	37

	Sayfa
2.4.2. Mimari	39
2.4.3. Mimari Üsluplar	41
2.4.4. Planlama	46
2.4.5. Kent Deneyimi.....	49
2.5. Kent Turizmi	58
3. TERCİHLER	65
3.1. Tercihler ve Çevre.....	65
3.2. Konuyla İlgili Yapılmış Önceki Çalışmalar.....	70
4. DENEYİMLER.....	77
4.1. Deneyim ile İlişkili Kavramlar.....	80
4.2. Deneyimler ve Otantiklik	86
4.3. Deneyimler ve Beden	92
4.4. Konuyla İlgili Yapılmış Önceki Çalışmalar.....	98
5. KENT TURİZMİNDE MEKANSAL TERCİHLER, DENEYİMLER VE MEKANIN DÜZENLENİŞİ ÜZERİNE İLİŞKİLER.....	107
6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER	109
7. YÖNTEM.....	111
7.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	149
7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	149
7.3. Bulgular.....	150
8. SONUÇ VE ÖNERİLER	177
KAYNAKLAR	191
EKLER.....	209
Ek -1. Anket Formu	210
ÖZGEÇMİŞ	212

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1.1. Yapılan Çalışmalar ve Kaynakçalar	3
Çizelge 7.1. Mekansal tercihler ölçeği ortak varyans analizi sonuçları.....	151
Çizelge 7.2. Mekansal tercihler ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları	151
Çizelge 7.3. Mekansal tercihler ölçeği faktör analizi sonuçları.....	152
Çizelge 7.4. Mekansal düzenleniş ölçeği ortak varyans analizi sonuçları.....	152
Çizelge 7.5. Mekansal düzenleniş ölçeği KMO ve Bartlett test sonuçları.....	153
Çizelge 7.6. Mekansal düzenleniş ölçeği faktör analizi sonuçları	153
Çizelge 7.7. Mekansal deneyim ölçeği ortak varyans analizi sonuçları	154
Çizelge 7.8. Mekansal deneyim ölçeği KMO ve Bartlett test sonuçları.....	155
Çizelge 7.9. Mekansal deneyimler ölçeği faktör analizi sonuçları	155
Çizelge 7.10. Katılımcıların tanımlayıcı bilgileri	157
Çizelge 7.11. Ölçekler arasında ilişkiyi tespit etmeye dönük korelasyon analizi sonuçları.....	166
Çizelge 7.12. Keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimler üzerindeki etkisi	168
Çizelge 7.13. Keşfedici turist tercihlerinin zihinsel deneyimler üzerindeki etkisi	169
Çizelge 7.14. Keşfedici turist tercihlerinin duyumsal deneyimler üzerindeki etkisi	169
Çizelge 7.15. Keşfedici turist tercihlerinin kültürel deneyimler üzerindeki etkisi	170
Çizelge 7.16. Keşfedici turist tercihlerinin sosyal deneyimler üzerindeki etkisi.....	170
Çizelge 7.17. Keşfedici turist tercihlerinin fiziksel deneyimler üzerindeki etkisi.....	171
Çizelge 7.18. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duygusal deneyimler üzerindeki etkisi	171
Çizelge 7.19. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin zihinsel deneyimler üzerindeki etkisi	171
Çizelge 7.20. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duyumsal deneyimler üzerindeki etkisi	172
Çizelge 7.21. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin kültürel deneyimler üzerindeki etkisi	172

Çizelge	Sayfa
Çizelge 7.22. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin sosyal deneyimler üzerindeki etkisi	173
Çizelge 7.23. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin fiziksel deneyimler üzerindeki etkisi	173
Çizelge 7.24. Duygusal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi	174
Çizelge 7.25. Zihinsel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi.....	174
Çizelge 7.26. Duyumsal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi	175
Çizelge 7.27. Kültürel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi	175
Çizelge 7.28. Sosyal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi	175
Çizelge 7.29. Fiziksel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi	176

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar açıklamalarıyla birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
ASEB	Aktiviteler, ortamlar, deneyimler, faydalar
SPSS	Sosyal bilimler için istatistik paketi
SWOT	Güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WTCF	Dünya Turizm Kentleri Federasyonu

1. GİRİŞ

Büyüyen küresel hareketlilik ve kentsel yapının gelişimini kolaylaştıran insanlar arası bilgi paylaşımı, kentsel turizme yönelik artan bir talebe yol açmıştır. Turizmin kent mekanları ve kentsel yaşam tarzı üzerinde dönüştürücü bir etkisi olmuştur. Kent turizmi kentin gündelik yaşamında sosyal normlar ve kültürel kodların yayılmasına katkıda bulunmuştur. Kent ve kentte sunulan hizmetler, yoğunlaşmış bir biçimde birarada bulunmaktadır. Bu yoğunlaşma alışveriş merkezleri, kent simgesi kültürel kurumlar, ikonik manzaralar ve tarihi bir anlamlılığa sahip mekanları içerebilmektedir. Dolayısıyla bu alanlar turist bölgesi olarak geçen belirli mekansal, kültürel, ekonomik ve sosyal kimlikler edinebilmektedir.

Turist bölgeleri gündelik yaşamdan yalıtılmış, bir meta olarak kendini sunan alanlardır. Fakat günümüzde gündelik yaşamın geçtiği kent parçaları ve turist bölgeleri arasındaki ayırım bulanıklaşmıştır. Otantik olanın peşinde olan turist, sahne gerisinde ne olup bittiğiyle de ilgilenmektedir. Tüm turiste yönelik deneyim sağlayıcıların sahneleme performansıyla var olduğu bir ortamda turistin var olan kimliğinden ayrı bir kimliğe bürünmesi gibi otantik dışavurumlar turist baloncuğunun dışında gerçekleşen edimlerdir. Böylece kentin gündelik kısmı da turist bakışına maruz kalarak dönüşmekte ve deneyimler doğrultusunda şekillenmektedir.

Deneyimin içerisinde gerçekleştiği mekan, farklı tercihlerin etkilediği bir boyuttur. Mekansal tercihler ekonomik ve sosyo-kültürel çevre tarafından öğretildiği gibi bireyin algısı ve öğrenmesi doğrultusunda da oluşabilmektedir. Mekansal tercihler davranışı etkilediği kadar, deneyimleri de etkilerler ve bu deneyimler de mekanın düzenlenişi hakkında bir söz sahibi olurlar.

Turistik deneyim, turizm mekanının yapı ve biçimi ile ayrılmaz bir özellik sergilemektedir. Bakış, bakılan objeyle edinilen deneyimler arasında aracılık işlevi üstlenmektedir. Deneyimler, bakıştan yansıyan mekana ilişkin bir çerçeve çizmektedir. Planlama ve mimari ile buluşan bakılan öge, bakıştan yansıyan deneyimleri betimlemektedir.

Mimariyi şekillendiren iki unsur işlev ve biçimdir. Modern mimaride işlev ve biçim bir gösteren-gösterilen ilişkisi sergilerken postmodern mimaride işlev ve biçim birbirinden bağımsız hale gelmiştir. Bağımsızlaşan işlev ve biçim parçalanmış ve kitsch (çirkin ve

zevksiz) bir mimari üslubun doğmasına vesile olmuştur. Bedenden bağımsız olmayan deneyimler, bedenın açtığı yolda bu yeni üslubun doğmasına katkı sunmuştur. Planlamada ise, iyi bir planlama için tüm cevapların kendi bünyemizde var olması, planlamada bireysel ve toplumsal deneyimlerin önemine ışık tutmaktadır.

Kentin fiziksel yapısına sokaklar, meydanlar, evler, rekreatif alanlar, peyzaj unsurları gibi öğeler dahil iken sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına ticaret, din, askeri amaçlar dahildir. Bu sosyo-ekonomik ve kültürel yapı kenti değiştirir ve dönüştürür. Bir kentin biçimi, işlevi ve sembolik olarak değeri kentin toplumsal yapısında kayıtlıdır. Toplumsal yapı din, ırk, sınıf gibi kültürel bağlamlardan etkilenen bireyler tarafından oluşturulur. Toplumsal yapının mimari ile olan ilişkisi belirli güç ilişkileri üzerinden olmaktadır. Güç ilişkileri, bireylerin deneyimledikleri olguları mimariye aktararak bir sentez oluşturmakta, ayrıca hegemonyanın olduğu alanlarda deneyimleri de biçimlendirmektedir. Belirli bir toplum içerisinde yer alan bireylerin tercihleri ve zevkleri bu güç ilişkilerince oluşmaktadır. Mekanın üretimi ekonomik, sosyal, politik ve kültürel süreçlerden etkilendiği kadar üretilen mekan ekonomik, politik, sosyal ve kültürel süreçleri etkilemektedir.

Kültürel değerler, sosyal anlamlar ve kişisel deneyimlerle belirlenen mekanda şekillendirme ve şekillendirilme işlevi çift yönlüdür. Birey, ilişki kurduğu mekanın özelliklerince belirlenmekte ve kurduğu ilişki boyunca mekanı belirlemektedir. Bu belirleme kentin fiziksel özelliklerinin yapımında insan etkisini göz önünde bulundurmaktadır. İnsanın yaşadığı her mekansal deneyim, kentin fiziksel ve sosyo-kültürel özelliklerinin oluşmasında etki sahibidir. Deneyimler mekanın şekillendirilmesinde ve düzenlenmesinde söz sahibidir.

İnsan algısı ve deneyimleri doğrultusunda dünyanın mekanlar aracılığıyla bilinebileceğini öne süren humanist coğrafyacılar, mekanda deneyimlerin ve algıların izdüşümüne rastlanacağı varsayımıyla bu doğrultuda bir sav geliştirmişlerdir. Deneyim ve algıların yansımaları olan mekanlar, algı ve deneyimlerin çoklu doğasıyla gerçekliğe ilişkin bir tablo oluşturacaktır.

Çizelge 1.1. Yapılan Çalışmalar ve Kaynakçalar

Çalışmanın konusu	Kaynaklar
Mekânın üretimi	Lefebvre (2014), Madanipour (1996), Taşçı (2012), Yırtıcı (2005)
Mekân tipleri	Orhan (2015), Ovalı (2012), Rapoport, (1977), Relph (1976)
Mekân ve uzam	Cresswell (2008), Hunziker, Buchecker ve Hartig (2007)
Kentsel mekânlar	Alver (2012a), Aytaç (2012), Edwards, Griffin ve Hayllar (2009) Palabıyık (2012)
Kentte değişim	Büyükçivelek (2017), Dündar (2002), Hall (2006), Pacione (2005), Sennett (2013)
Kent ve toplumsal yaşam	Dias ve Ramadier (2015), Moughtin, Oc ve Tiesdell (1999)
İnsan-doğa çalışmaları	Schroeder (2007)
Çevresel psikoloji	Di Masso, Dixon ve Pol (2011), Gidlow, Jones, Hurst, Masterson, Clark-Carter, Tarvainen, Smith ve Nieuwenhuijsen (2016), Morton, van der Bles ve Haslam, (2017), Sullivan, Stewart ve Diefendorf, (2015)
Kentsel tasarım	Araabi (2017), Bal (2017) Ellin (1999), Marshall (2009), Marshall (2016), Rofe ve Stein (2011), Schurch (1999)
Kentsel mimari	Carmona, Heath, Oc ve Tiesdell (2003), Lang (2005), Norberg-Schulz (1976), Rossi, (1982), Siemiatycki (2015), Wilkinson (2015)
Kentsel planlama	Bağlı (2012), Gehl (2010) Park ve Evans (2016)
Kent deneyimi	Biddulph (2014), Cilliers ve Timmermans (2016), Griffin, Hayllar ve Edwards (2009), Johansson, Sternudd ve Kärrholm, (2016), Joye ve Devitte (2016), Lung-Amam (2013), Lynch (2015), Rapoport (1977), Shach-Pinsley, Fisher-Gewirtzman ve Burt (2011), Yacobi, Ventura ve Danzig (2016)
Kent turizmi	Alaeddinoğlu (2002), Dellaert, Borgers ve Timmermans (1995), Fairstein ve Judd, (1999), Falk ve Katz-Gerro (2017), Forgas-Call, Palau-Saumell, Sanchez Garcia ve Callarisa-Fiol (2012), Hall ve Page (2006), Ismail ve Baum (2006), Kokosalakis (2009) McNeill (2008), Metro-Roland (2011), Mommaas (2004), Pearce ve Pearce (2017) Selby (2004), Vidal (2014)
Çevresel tercihler	Apostolakis (2003), Ikemi (2005), Poria, Biran ve Reichel (2007), Terkenli, (2002)
Turizm deneyimi	Agapito, Valle ve Mendes (2014), Campos, Mendes, Valle ve Scott (2015), Cetin ve Bilgihan (2016), Connell ve Meyer (2004), Guachalla (2016), Hoarau-Meenstra ve Eide (2016), Jennings (2006), Jensen, Lindberg ve Østergaard (2015), Knobloch, Robertson ve Aitken (2016), Laing, Wheeler, Reeves ve Frost (2014), Larsen (2007), Lin ve Kuo, (2016), Oh, Fiore ve Jeoung (2007), Ritchie ve Hudson (2009), Sfandla ve Björk (2013), Socia (2016), Tung ve Ritchie (2011), Tussyadiah ve Zach (2012), Volo (2009)
Deneyimler ve otantiklik	Bohlin ve Brandt (2014), Edensor (2000), Fu, Kim ve Zhou (2014), Knudsen, Rickly ve Vidon (2016;)), Lu, Chi ve Liu (2015), Pearce ve Moscardo (1986), Reisinger ve Steiner (2006), Uriely (2005), Wickens, (2016)
Deneyim ve bileşenleri	Chronis (2015), Matteucci, (2014), Rodaway (1994)

Gerçekleştirilen çalışmalar, bir mekân olarak kent, kentin sosyo-ekonomik, politik ve kültürel yaşamı, kentsel biçim ve imajlar, turizm ve kentin birleşimi neticesinde ortaya çıkan olgular, kent mekânlarına yönelik turistik tercihler ve kent mekânının deneyimlenmesine ışık tutmuştur.

Tezin amacı:

- Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duygusal deneyimler, duyumsal deneyimler, sosyal deneyimler, fiziksel deneyimler, kültürel deneyimler ve zihinsel deneyimler üzerindeki etki gücünün;
- Keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimler, duyumsal deneyimler, sosyal deneyimler, fiziksel deneyimler, kültürel deneyimler ve zihinsel deneyimler üzerindeki etki gücünün;
- Göz gezdirici turist tercihlerinin duygusal deneyimler, duyumsal deneyimler, sosyal deneyimler, fiziksel deneyimler, kültürel deneyimler ve zihinsel deneyimler üzerindeki etki gücünün;
- Sosyal deneyimler, duygusal deneyimler, fiziksel deneyimler, zihinsel deneyimler ve kültürel deneyimlerin ise kolaylaştırıcı işlevler, dışsal işlevler ve içsel işlevler üzerindeki etki gücünün belirlenmesidir.

Ayrıca turistlerin mekansal tercihleri, mekansal deneyimleri ve mekanın düzenlenişinin turistlerin cinsiyetleri, mesleki durumları, gelir seviyeleri, mensubu oldukları millet ve buldukları mekana göre farklılık gösterip göstermediğinin tespiti de tezin amaçları arasındadır. Böylelikle turist tercihleri, deneyimleri ve mekanın düzenlenişinin turistlerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği ve mekansal tercihlerin mekansal deneyimler üzerinde, mekansal deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerinde etki gücünün olduğunun ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Söz konusu çalışmanın gerçekleştirilmesi neticesinde mekansal tercihler, mekansal deneyimler ve mekanın düzenlenişi üzerinde etki güçlerinin tespit edildiği ilk nicel çalışmanın yapılacağı öngörülmektedir. Mekanları düzenleyenler için önemli bir kaynak olabilecek bu çalışma aynı zamanda turistlerin psikolojik olarak boyutlandırılmasında da tüketici davranışları açısından ek bilgi sağlayacaktır. Çalışmanın varsayımları arasında İstanbul'u ziyaret eden turistlerin belirlenmiş bölgelere ziyaretlerinin kent turizmi kapsamında ele alındığı sayılabilir. Çalışmanın sınırlılıkları arasında ise bölgeyi ziyaret edecek turist sayısının bilinmemesinden dolayı örneklemin bir önceki yılki turist sayısı baz alınarak belirlenmesi, kent turizmi kapsamında gece eğlenceleri, alışveriş, kongre-fuar-organizasyon ziyaretleri boyutlarının alınmayarak kültür gezilerinin öncelikli kılınması, araştırmanın İstanbul'a en çok gelen ilk beş uyruk üzerinde gerçekleştirilmesi ve diğer milletleri kapsamaması sayılabilir.

2. MEKAN VE KENT

Fiziksel mekan, algısal mekan, kavramsal mekan, davranışsal mekan, sembolik mekan, sosyal mekan, matematiksel mekan, deneyimsel mekan, mimari mekan, doğal mekan ve varoluşsal mekan gibi farklı tiplerden oluşan mekan, kültürel değerler, sosyal anlamlar ve kişisel deneyimlerle donanır ve toplumların bir yansımasını oluşturur. Toplumun kent yaşamıyla da derin bağları vardır. Bir birim mekan olarak kentler, üretim ilişkileri ile politik ve dini faktörlerin etkisi altında oluşurlar. Kentler fiziksel objeler olarak varolsalar da, bireyler tarafından objektif halleriyle algılanmazlar. Bu nedenle bir kentin hem objektif fiziksel bir yapısı hem de öznel bilişsel ve algısal bir yapısı olduğu kabul edilmelidir. Turizm, kentin objektif fiziksel yapısından etkilendiği kadar turistlerin bilişsel ve algısal yapıları doğrultusunda da şekillenir. Hatta turistik mekanların daha çok imgesel yönlerinin ağır bastığı söylenebilir. Kentsel turizm alanları, bu imgelerin iç içe geçtiği bir gösterge alanı sunmaktadır.

2.1. Mekan

Mekan, ücretsiz, kullanılabilir ve boş alan ya da saha anlamına gelmektedir. (www.en.oxforddictionaries.com). Aynı zamanda dünya atmosferinin dışındaki fiziksel evren, her şeyin var olduğu ve harekete geçtiği yükseklik, derinlik ve genişliğin boyutları (www.en.oxforddictionaries.com) olarak da tanımlanmaktadır. Mekan, Arapça'dan dilimize geçen ve "kevn" yani olmak kökünden türeyen bir kelimedir. Genellikle oturulan yer anlamında kullanılmakla birlikte bulunulan çevre, ortam, yaşanan dünya ve kainat anlamlarını da içermektedir (Palabıyık, 2012: 548). Dahası "olmak, meydana gelmek, sonradan olmak, zamansız ve devamlı olmak, belli bir şekle girmek ve varlık" gibi anlamlara gelmektedir (Bağlı, 2012: 18).

2.1.1. Mekanın Tipleri

Öncelikle fiziksel alan, yani doğa, kozmos; ardından (mantığın ve biçimsel soyutlamanın da dahil olduğu) zihinsel alan, nihayet toplumsal alan gelir. Mesken konut, 'habitat', mimariyi ilgilendirir. Kent, kent mekanı, bir uzmanlığa bağlıdır: şehircilik. Daha geniş bir mekan olan toprağa gelince, bu, farklı bir yetkiye, planlamacıların, ekonomistlerin yetki alanına bağlıdır. Bu terimler ya meçhul bir kod oluştururlar ve bunları düşüncenin yeniden

oluşturması ve açıklaması gerekir; ya da düşünce, bu malzemelerden ve bu materyalden yola çıkarak bir mekan kodu inşa edebilir. Her iki durumda da düşünce bir ‘mekan sistemi’ inşa eder. (Lefebvre, 2014: 42-47). Ovalı’ya göre ise (2012: 48) sınırlanan ve matematiksel değerlerle ifade edilebilen hacim ‘fiziksel mekan’ı tanımlamaktadır. Bunun yanında duyu organlarıyla algılanabilen ya da görülebilen ‘algısal mekan’ (sensori-motor mekan) bulunmaktadır. Algıladığımız mekana ilişkin olarak zihnimizin içinde taşıdığımız imaj, biliş haritasına ilişkin mekan ‘kavramsal mekan’ı (temsili mekan) oluşturmaktadır. İçinde hareketlerimizi gerçekleştirdiğimiz, kullandığımız, davranışlarımızı etkileyen mekan ise ‘davranışsal mekan’ı tanımlar. Mekanın yüklendiği anlam mekan tipini belirlemektedir. Mekan türleri ise mekanın sınırlarının eksikliği ve katılığı ile tanımlanabilmektedir.

Mekan, üç boyutlu fiziksel mekandan daha fazlasıdır. Farklı zamanlar ve farklı bağlamlarda farklı türden mekanlarla ilişki içerisinde olunur ve bunların çakışması önemli bir tasarım konusudur. Mekanda en temel ayrım insan olan ve insan olmayan mekan arasındadır. Öyleyse mekanlar tasarlanmış ve tasarlanmamış olarak da ayrıştırılabilirler. İki alternatif kural sistemi iki farklı türden mekan anlayışı sunar. İlki soyut geometrik mekan, ikincisi ise profan mekandan ayrı olan, ikamet edilebilirlik sunmak için bazı kozmik modeller veya prototipler kullanan kutsal mekandır. Söz konusu mekansal kategoriler sembolik mekanın alanındadır. Daha geniş bir anlamda sembolik mekan anlamlı mekanın bir alt kategorisi olarak alınabilir. Hareket mekanıyla ilişkili bir biçimde davranışsal mekan veya aksiyon mekanından söz edilebilir. Bu, fiziksel ve coğrafi çevre içerisinde insanların çalıştığı ve etkide bulunduğu operasyonel bir çevreden söz etmek demektir. Operasyonel çevre içerisinde insanların doğrudan bilinçli olduğu ve sembolik bir anlam verdiği algısal çevre, ve insanların yalnızca farkında olmadığı, bazı davranışsal yanıtların da yer aldığı davranışsal çevre yer alır. Sosyal gruplar tarafından kullanılan ve bu grupların davranış örüntüleri ile algılarını gözetken söz konusu mekan, sosyal mekan olarak isimlendirilebilir (Rapoport, 1977: 13). Matematiksel mekan, boyut, uzaklık, ölçek gibi, mekandaki ilişkilerin kesin ölçümü ile bağlantılı fikirleri yansıtır. Fiziksel mekan daha değişken olup tüm bir evreni mekan olarak değerlendirir. Fiziksel mekan matematiksel mekan ile ilişki içerisinde ve kavramsallaştırılması hem bizim mekandan neyi anladığımızla alakalıdır, hem de konumsal ve görecelidir. Sosyo ekonomik mekan bölgelerin mekansal analizini ve mekana yerleşmiş sosyo ekonomik olguları gözetir. Davranışsal mekan mekanları algılama ve kullanım biçimlerine odaklanır. Deneyimsel mekan, yaşanan ve deneyimlenen

mekanın kullanımınıdır (Relph, 1976: 12). Mekanı sınırlandıran öğelerin farklılığına göre mimari mekân ve doğal mekan ayrımı yapılır. Bu öğeler, duvarlar, tavanlar, döşemeler, sütunlar, kolonlar ve kirişler ise mimari mekandan söz edilmektedir. Bu öğeler, yeryüzü, gökyüzü, ufuk, çalılık, ağaçlar ve bulutlar ise doğal mekandan söz edilebilir. Mimari mekanın ya da doğal mekanla birlikte mimari mekanın özel durumu olan kentsel mekanlar ise sokaklar, binalar ya da bunlarla birlikte yeşil mekanlar, ağaçlar vb. ile sınırlanmaktadır (Orhan, 2015: 7). Varoluşsal ya da yaşanan mekan, bir kültürel grubun üyeleri olarak dünyaya dair somut deneyimlerimizde bize görülen mekanın içsel yapısıdır. Varoluşsal mekan bilinçli varlıklar arasında var olur ve bir grubun tüm üyelerinin tabi olduğu bir yanı vardır çünkü grup üyelerinin hepsi ortak bir dizi deneyimler, göstergeler ve semboller vasıtasıyla sosyalleşirler. Bu nedenle varoluşsal mekanın anlamı, bireysel algısal mekandaki anlamların toplanmasından ziyade birey tarafından deneyimlenen kültürdedir. Varoluşsal mekan insan faaliyetleri tarafından devamlı yaratılır ve yeniden yapılır. Bu mekan, insan niyetinin kendisini dünyaya kazıdığı mekandır. Böyle yaparak, kentlerin, köylerin, evlerin ve peyzajların inşası yoluyla anlamlılığın örüntü ve yapılarını yaratır (Relph, 1976: 12).

Sosyal ve varoluşsal mekandan bahsedildiğinde mekandan neyin anlandığı, içerisinde gerçekleştirilen deneyimler ile alakalıdır. Deneyimler davranışa ve davranışın içinde gerçekleştiği mekana gönderme yapmaktadırlar. Farklı tercihler farklı deneyimlerin var olmasında etkili olacaktır. Farklı deneyimler olduğu kadar farklı mekan tipleri de bulunmaktadır. Kent turizminde de deneyimin içerisinde gerçekleştiği mekan deneyimsel mekandır. Deneyimsel mekan içerisinde turistler zihinsel, kültürel, sosyal, duygusal, duyumsal ve fiziksel etki gücüne sahip göstergeler tarafından koşullanır ve deneyim sahası içerisinde kentin yeniden üretilmesine katkı sunarlar.

2.1.2. Uzam ve Mekan

Uzam, mekandan daha soyut bir kavramdır. Uzamdan bahsedildiğinde dış mekan veya geometrik mekan anlaşılır. Mekanların arasında uzamlar bulunmaktadır. Uzam, anlama sahip olmayan bir alan olarak mekandan ayrılır. Uzam, hayatsal bir durum olarak insan hayatı için temel koordinatları üretir. İnsan, uzamın bir bölümüne anlam verdiğinde, uzam, mekan haline gelir (Cresswell, 2008: 7). Uzam modunda insanlar peyzajı biyolojik ihtiyaçları doğrultusunda algılar ve uzamın araçsal kullanımına odaklanırlar. Mekan

modunda insanlar peyzajı öz düşünüm (deneyimler, edinimler) ve sosyal entegrasyon (değerler, normlar, semboller, anlamlar) yoluya algırlarlar. Bireyler ve gruplar bir uzamla yakınlaştıkça ve onu kültürel değerler, sosyal anlamlar ve kişisel deneyimlerle bağlantılandırdıkça uzam, mekana dönüşür (Hunziker vd., 2007). Mekan kavramı genellikle ait olma ve mekana duygusal olarak bağlanma unsurlarını içerir. Mekan, kök salma ve özellikli bir mekanla kimlik edinme veya bilinçli bir birleşme hissini niteler. Genellikle bireylerin özel bir bölge veya gruba bağlı olarak aidiyet hissi ihtiyacını tamamladıkları öne sürülmektedir. Mekanlar insanlar arasında paylaşılan deneyimlerin sağlayıcısı olarak zaman içerisinde bir süreklilik oluşturmaktadır (Carmona ve diğerleri, 2003: 97). Mekanın spesifik formu belirli yaşam biçimlerinin ve farklı kültürel konumların yansıdığı birer ayna gibidir. Bu noktada mekansal olan, aynı zamanda belirli aidiyetlerin, belirli statü, sınıf ya da yaşam duruşu içinde olanların kendilik değerlerine göre biçimledikleri, kendilikleri yansıtan yerler olmaktadır (Aytaç, 2012: 522). Kendilikler mekanı şekillendirirken aynı zamanda mekan da kendilikleri şekillendirmektedir. Daha geniş ve matematiksel bir kavram olan uzamda, uzamın kendilikleri şekillendirmesi söz konusuysen, kültürel değerler, sosyal anlamlar ve kişisel deneyimlerle tanımlanan mekanda şekillendirme ve şekillendirilme işlevi çift yönlüdür. Birey, ilişki kurduğu mekanın özelliklerince belirlenmekte ve kurduğu ilişki boyunca mekanı belirlemektedir. Bu belirleme yollar, kenarlar, işaret imgeleri gibi unsurların yapımında insan etkisini göz önünde bulundurmaktadır. İnsanın yaşadığı her mekansal deneyim, söz konusu unsurların biçimlenmesinde etki gücüne sahiptir. Deneyimler mekânın şekillendirilmesinde ve düzenlenmesinde söz sahibidir.

2.1.3. Mekanın Üretimi

Fiziksel ve mental mekandan ayrı bir sosyal süreç olarak görülen mekânın kırılğan ve statik halidir. Eğer fiziksel ve mental mekânlar sosyal olarak üretiliyorsa öyleyse her ikisi de mekânın üretim sürecine konu olmaktadır. Bu mekânlar tanımsal olarak mekânın daha kapsamlı bir kavramlaştırmasının bileşenleridir. Bir fiziksel mekân, gelişim sürecindeki kompleks bürokratik ve finansal sistemler tarafından üretilmekte ve gündelik yaşamın anlamı ile alakalı olarak kullanılmaktadır. Fiziksel ve mental ile fiziksel ve sosyal mekân arasında geleneksel ikilikleri kullanmanın bir gereği yoktur. Daha birleşik bir yaklaşım mekânı objektif, sosyal ve psikolojik boyutlarıyla bir fiziksel mekân olarak görebilir. Toplumun algıladığı, yarattığı ve kullandığı eş zamanlı yönlendirilmiş mekân, entegre bir

kavramsallaştırmanın ürünüdür. Mekanın bu kavramsallaştırılması, maddesel bir mekan için sosyal ve psikolojik bir bağlam sağlayarak mekanın maddesel olmayan kavramsallaştırmalarının yarattığı kısıtları dengelemek adına en doğrudan yaklaşımdır. (Madanipour, 1996: 30).

Mekan, aynı zamanda toplumsal olayların içinde geçtiği sosyal bir olgudur. Kuşkusuz mekan, özellikle toplumsal bir olgu olarak alındığında sadece ekonomik ve maddi süreçler ile açıklanamaz. Üstyapı olarak adlandırılabilir paradigmatik yapılanmalar, kültürel değerler ve alışkanlıklar, felsefi değerler ve metafizik bir boyutu da barındırmaktadır. Örneğin en büyük mekan ölçeği olarak coğrafyanın mekanı ele alındığında, kapitalist ekonominin akışkanlığının her türlü coğrafyaya yayıldığı, bölgeler arası farklılıklar yarattığı, bu farklılığı kendi karlılığını artırmak için kullandığı görülür. Diğer bir ölçek olarak 'yer' kavramı da bu değişimden etkilenir. Bugün artık kendine özgü farklılıklar barındıran yerler, sadece kendi yakın çevreleri ile değil, uzaktaki ekonomik ve toplumsal etkiler ile kurulan düğüm noktalarına dönüşmüştür (Yırtıcı, 2005: 1-13).

Mekan, hangi ölçekte olursa olsun (kentsel/mimari vb.) sosyal yapının sadece temsili ya da yan ürünü değildir. Mekan kurgusu, sosyal yapıyı ve hatta onu oluşturan farklı katmanları da etkileyen bir boyuttur. Dolayısıyla sosyal yapı ile mekan arasındaki ilişki karşılıklıdır (Orhan, 2015: 6). Mekanı paylaşanların alışkanlıkları, kültürel özellikleri, profilleri vs. büsbütün mekanın yeniden inşasında belirleyici rol oynar (Aytaç, 2012: 504). Mekan kimliği, bir mekanla duygusal/sembolik bağları tanımlar ve bireyin kendi fiziksel dünyasıyla ilişkili kimliğini tanımlayan kendilik boyutlarını niteler. Mekan bağlılığı, bir mekanın, bireyin ihtiyaç ve hedeflerini tatmin etme derecesini tanımlar ve duygusal bir doğadan ziyade işlevsel bir doğaya sahiptir. Bir mekanın anlamlı sosyal ilişkileri beslemesi ve sürdürmesi potansiyeli sosyal bağ olarak tanımlanır. Sosyal bağ, mekan kimliği ve mekan bağlılığının yanı sıra mekan aidiyetinin bir başka boyutudur (Budruk ve Stanis, 2013). Literatürde mekan kimliğini saptayan dört çeşit yaklaşım vardır. Bunların ilki 'genişletilmiş benlik' olarak sunulan yaklaşımdır. Burada mekanlar, bilişsel olarak kendiliğin bir parçası olarak deneyimlenirler. İkinci yaklaşım, ekolojik benlik kavramı etrafındadır ve çevresel kimlik kavramıyla da tanımlanır. Burada bireyler fiziksel çevreye uyma konusunda öznel bir duyum geliştirir veya fiziksel çevrenin bir parçası olurlar. Üçüncü yaklaşım, bireyin kendisi ve mekan ile olan uyumudur; mekan bir şekilde bireye benzer veya bireyin karakteri ve değerleriyle eşleşen bir durumdadır. Mekan benlik

uyumu, seyahat destinasyonu seçimleri, bir yerde ikamet edenlerin coğrafi alanlarına aidiyeti ve mimari tasarım bağlamında incelenmiştir. Dördüncü ve son yaklaşım, aidiyete yönelik mekan kimliğidir. Hümanist coğrafyacılar ve sosyal antropologların ufuk açıcı çalışmalarıyla bir mekana duygusal aidiyet insan-mekan bağlarının en belirli yönleri olup literatürde mekansal aidiyet olarak geçmektedir (Droseltis ve Vignoles, 2010).

Mekanın üç unsuru vardır. Üretimi ve yeniden üretimi, nispi bir bağlılık içinde sürekliliği sağlayan her toplumsal oluşuma has özgül yerleri ve mekansal kümeleri kapsayan mekansal pratik; üretim ilişkilerine, bunların dayattığı düzene ve dolayısıyla bilgilere, işaretlere, kodlara, cephesel ilişkilere bağlı mekan temsilleri; toplumsal yaşamın yasadışı ve yeraltı tarafına bağlı, aynı zamanda muhtemelen mekan kodu olarak değil, temsil mekanlarının kodu olarak tanımlanabilecek sanata da bağlı karmaşık sembolizmleri içeren temsil mekanları (Lefebvre, 2014: 63).

Mekanlar, verili mekansal yapı unsurları veya insan aktivitesini dışarıdan belirleyen bir unsur değildir. Daha çok sosyal olarak üretilen ve sosyal olarak yeniden üretilen oluşumlardır. Mekanın anlamının içindeki objelerle tanımlandığı doğrudur. Peyzaj bizi saran mekanın bir sunumu olarak görülebilir ve toplumunun kültürel kodlarından ilham alan hayalgücünün sosyal ve kültürel coğrafyasını niteler (Kokosalakis, 2009: 19). Mekan, hangi ölçekte olursa olsun sosyal yapının sadece temsili ya da yan ürünü değildir. Mekan kurgusu, sosyal yapıyı ve hatta onu oluşturan farklı katmanları da etkileyen bir boyuttur (Palabıyık, 2012: 548).

Mekan hiçbir zaman boş değildir ve hem insan niyeti ve hayalgücünden, hem mekanın karakteristiğinden sağlanan bir içerik ve öze sahiptir. Bu tür bir varlık bildiren mekan, insan yapımı yapılar, sokaklar, peyzajlar ile deneyimlenebilir. Varlık bildiren mekandaki deneyimler, çok baskın ve yoğun olabilir. Genellikle algısal mekandaki deneyimlerimiz kısa süreli ve istisnasızdır ve şeylerin doğallığının bir parçası olarak kabul edilir. Yine de bu yüzden önemsiz değillerdir çünkü mekana dair bu kişisel deneyimler, çevrenin ve peyzajın bize verdiği anlamın çoğunluğunun temelidir. Belirli rastlantı ve deneyimler yoluyla algısal mekan, alanlar veya özel kişisel anlamlılık merkezleri içerisinde farklılaşır. (Relph, 1976:11)

Tarihin ilk zamanlarından günümüze kadar morfolojik olarak hangi tür malzemelerden, hangi doğal şartlar altında yapılmış olduğunun araştırılmasından daha önemli olan o mekanın hangi kentsel algı ile yapıldığıdır. Bu algı aynı zamanda toplumun hayat biçiminin de mekana yansması ve onun üzerinden kenti kimliklendirmesi anlamına gelmektedir. Bu, sosyal mekanın sadece fiziksel üretim araçlarıyla değil, o toplumu kuran ilişkiler örtüsüyle anlamlandırılabilmesi için böyledir. Mekanın üretimi ve günümüz için daha geçerli bir sav olan tüketimi, toplumların öncelikleri çerçevesinde gerçekleşir. Öncelik çoğu zaman üretim ilişkileri diye adlandırılan ekonomik bir tercih olmakla birlikte, zaman zaman politik, askeri, dini ve başka şekillerde de karşımıza çıkabilmektedir (Taşçı, 2012: 58). Örneğin bu tez çalışmasında da mekanın düzenlenişinin turist tercihleri ve deneyimleri üzerinden şekillendirildiği hipotezine yer verilmiştir.

Mekana yönelik temel olarak üç yaklaşımdan bahsedilebilir. Bunlar tanımlayıcı yaklaşım, sosyal yapısalcı yaklaşım ve fenomenolojik yaklaşımdır. Tanımlayıcı yaklaşım, dünyayı, her biri özgün ve özel birimler olarak çalışılabilecek bir dizi mekan olarak görür. Sosyal yapısalcı yaklaşım da mekanların özellikleriyle ilgilenir fakat yalnızca daha genel süreçlerin altında yatan örnekler olarak ilgilenir. Marksist, feminist ve post yapısalcı yaklaşımlar bahsi geçen yaklaşımı temel alır. Mekanın sosyal olarak yapılandırılmışlığı, mekanın ataerkillik, heteroseksizm, post kolonyalizm ve diğer yapısal koşulların bağlamı altında, yapımın geniş süreçlerinin örnekleri olduğunu gösterme kaydı ile mekanın kendine özgü özelliklerinin açıklanmasını da içerir. Fenomenolojik yaklaşım ne özellikli mekanların özgün özellikleriyle ilgilenir, ne de özellikli alanların yapılanmasında içerilen sosyal güç türleri ana konudur. Daha çok mekan içerisindeyken insan varoluşunun özünün tanımlanmasının peşindedir. Söz konusu yaklaşım ‘mekanlar’la daha az, ‘Mekan’ ile daha fazla ilgilidir. Beşeri coğrafyacılar, yeni hümanistler ve olgubilimsel filozofların mekana yönelik geliştirdikleri yaklaşım budur (Cresswell, 2008: 51).

Kapitalist ekonomide, elde edilen artı değeri öbür sınıflı toplumlarda olduğu gibi üretici olmayan tüketim türünde kullanma yönünde değil de, üretkenliği geliştirmede kullanma yönünde güçlü bir güdülenme vardır. Bu durumun temelinde sermayenin ve piyasanın rekabetçi yapısı bulunmaktadır. Bu yapı içinde üretim metotlarını sürekli dönüştürme yönünde, öbür sınıflı toplumlarda olmayan bir dinamizm mevcuttur. Ekonomi alanındaki zeminsizlik, devamlı kurma ve yıkma diyalektiği kaçınılmaz bir şekilde modern dünyanın diğer alanlarına, toplumsal ve kurumsal örüntülere, kültürel dizgelere, insanın içinde

bulunduğu anı temel alma biçimlerine, gündelik yaşama ve onun içinde geçtiği mekan formatlarına da sızar (Yırtıcı, 2005: 33).

Başka bir bakış açısına göre mekansal organizasyonun temel prensipleri iki tür olgu halindedir. Bunların ilki insan bedeninin hali ve yapısı, ikincisi insanlar arası ilişkilerdir. Birey, bedeni ve diğer insanlarla samimi deneyiminin dışında mekanı organize eder ve mekan bireyin biyolojik ihtiyaçları ve sosyal ilişkileri ile uyumlu hale gelir ve bu ihtiyaç ve ilişkileri besler (Tuan, 1977: 34). Mekanlar insan düzeni ve doğal düzenin bir birleşimi, dünyasal deneyimlerin anlamlı bir merkezidir. Özgül konumlar, peyzajlar ve topluluklardan ziyade belirli ortamlardaki deneyimler ve niyetler tarafından tanımlanırlar. Mekanlar soyutlamalar veya kavramlar değil, yaşanan dünyada doğrudan deneyimlenen olgulardır ve bu nedenle anlamlar, gerçek nesnelere, süregelen faaliyetler ile doludurlar. Mekanlar, bireysel ve topluluksal kimliğin önemli kaynaklarından ve insanların derin duygusal ve psikolojik bağlarının bulunduğu insan varoluşunun temel merkezlerindedir (Relph, 1976: 141).

Bir mekanın üretimi altyapı olarak bilinen, ekonomi güdümlü mekansal pratik ve üstyapı olarak bilinen mekan temsilleri ile temsil mekanları arasındaki ilişkilerin bir ürünüdür. Mekan üretimi, ekonomik, politik ve sosyal ve kültürel süreçlerden etkilendiği kadar, üretilen mekan, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel süreçleri etkilemektedir. Turist mekanı organize ederken biyolojik ihtiyaçlar, sosyal ilişkiler ve psikolojik bağlarını kullanmaktadır.

2.1.4. Mekansızlık

Mekanın anlamının homojenleşmesi ve yitimi, küreselleşme ve küresel bir mekanın yaratımı süreçleriyle bağlantılıdır. Küresel sermaye hareket ederken yerel toplumlar hareket edememektedir. Bu süreçte sermaye, mekandan yana endişelerini yitirmiştir. Anonim ve kişisel olmayan ekonomik güçlerin etkisiyle yerel mekanın kaderi artan bir biçimde uzaktan tanımlanır olmuştur. Küreselleşmeyle beraber kitle üretim, pazarlama ve tüketiminin bir sonucu olarak kültürleri ve mekanları homojenize eden ve standartlaştıran, aşkın, dışlayan ve yerel kültüre zarar veren bir kitle kültürü sahneyi almıştır. Tüm bunlar imalatçılar, hükümetler, uzman tasarımcılar tarafından formüle edilmiş olup kendilerine kitle medyası tarafından rehberlik edilmekte ve iletişime açılmaktadır (Carmona ve

diğerleri, 2003: 101). Modern dünyada, tırmanarak büyüyen, otantik bir ilişki yetersizliği ile damgalı ve insanların varoluşsal içyüzlerine izin vermeyen bir mekansızlığın genel koşullarıyla çevriliyizdir. Mekansızlığı yaratan etmenlerden biri mobilitedir. Amerikan ev sahiplerinin her üç yılda bir ev değiştirmesi evin anlamlılığını azaltmış, modern dünyanın büyüyen bir problem olan mekansızlığında temel bir rol oynamıştır. Mekansızlığın yaratılmasında bir diğer faktör, çekicilikleri teşvik eden modern seyahat ve turizmdir. Mekanlara bağlanmayan ve çevre peyzajından ayrılan otoyollar, mekanın imhasında üzerlerine düşen kısmı yerine getirmişlerdir. Yükselen mobilitenin çeşitli biçimleri kitle kültürü ve mekanla otantik ilişkinin etkisini azaltan kitle değerleri ile bağlantılandırılmış, mekan ‘öteki tarafından yönlendirilir bir biçimde’ dünya üzerindeki geçici bağlantılara benzer hale gelmiştir. Mobilite ve kitle kültürü irasyonel ve yüzeysel peyzajların önderliğini yapmıştır (Cresswell, 2008: 45). Turizmin, homojenleştirici bir etkisi vardır ve her yerdeki etkisi aynı görünür. Yerel ve bölgesel peyzajın tahribi ve bunların geleneksel turist mimarisi, yapay peyzajlar ve sahte mekanlarla yer değiştirmesi turizmin bir sonucudur. Turistik peyzajlar Jackson tarafından ‘öteki tarafından yönlendirilmiş mimari’ olarak sınıflandırılmıştır. Bu mimari, dışarıdakiler, izleyiciler, gelen geçenler ve tüm tüketiciler tarafından yönlendirilmektedir. Bu tür bir mimarinin toplam etkisi, içerisinde yaşayan ve çalışanlara neredeyse hiçbir şey önermeyen, fakat egzotik dekorasyon, şatafatlı renkler, grotesk süslemeler ve dünyanın en popüler mekanlarından tarzların ve isimlerin ödünç alındığı tatil arazileri veya tüketici arazileri olarak kendini ilan eden öteki tarafından yönlendirilmiş mekanların yaratımıdır (Relph, 1976: 93).

Bu bölümde mekan, mekan tipleri, mekan ve uzam, mekanın üretimi ve mekansızlık üzerinde durulmuş, kısaca mekanın neyi kapsayıp kapsamadığı ve sosyal bir olgu olarak bireyin sosyal ve kültürel özellikleri tarafından etkilendiği; aynı zamanda sermaye, imalatçılar, hükümetler tarafından da yeniden üretildiği ortaya konmuştur. Bireyin sosyalliği ve kültürü ile bağlantılı bu değişkenlerin tümüyle mekan karşılıklı bir değişim/dönüşüm ilişkisi içerisinde. Bu dönüşümü daha iyi anlayabilmek adına bireylerin ve toplumların mekanı olan kenti incelemek bir sonraki bölümün konusu olmuştur.

2.2. Kent

“Kent, nüfusunun çoğu ticaret, sanayi, hizmet ve yönetimle ilgili işlerle uğraşan, genellikle tarımsal etkinliklerin olmadığı yerleşim alanı, site” (www.tdk.gov.tr) olarak tanımlanmaktadır. “Fertler arası ilişkilerde geleneksel ilişkilerden çok rasyonel davranışların ağırlıkta olduğu, özellikle sanayi ve benzer alanlardaki işlerin ağırlık kazandığı, günümüze has bir yerleşme biçimi ve topluluk türü” (dergipark.ulakbim.gov.tr) olarak da tanımlanabilir. Meşhur bir sözde dile getirildiği gibi “içiniz nasılsa dışınız da öyledir”. Bu sebeple kentler temelde metafizik vakalardır (Demirci, 2012: 71). Kent ne tek başına yapılar, binalar sistemidir ne de tek başına insani/toplumsal hayatın akışıdır. Her iki unsurun birbirine geçtiği, birbirini dokuduğu, birbirine anlam kattığı ilginç bir birleşimin adıdır kent (Alver, 2012a: 10).

Urry’e göre (1985: 44), sosyal dünya mekan-zaman varlığından oluşmuş olup bu varlıklar arasında karşılıklı bağımlılığı gerçekleştiren veya gerçekleştirilmeyen mekansal/geçici örüntülere dayalı olarak bir güç oluşturmuştur. Mumford’a göre insanlığın en büyük keşiflerinden biri olan kentler, kralın dinsel güçleri de bünyesinde toplamaya başlamasıyla oluşmaya başlamış ve ilk kentler ekonomik olduğu kadar dinsel bir kaygının da eseri olmuşlardır. Gerek Batı, gerekse Batı dışı kentsel gelişimlere bakıldığında, önemli üç unsurun; ticaret, askeri amaçlar ve din olgusu olduğu görülecektir. Bu üç tür örgütlenme, kentleri ortaya çıkarmış, zaman içinde oluşan farklılaşmalar ise kentsel mekana yansıtılarak değişikliklere yol açmıştır. Din ve askeri etkenlerin hangisinin daha önce etkin olduğu tam olarak tespit edilemese de ticari mekan örgütlemesinin ikisinden sonra geldiği söylenebilir. (Taşçı, 2012: 58-59).

Kentler fiziksel objeler olarak varolsalar da, içinde yaşayanlar tarafından objektif olarak yapılandırılmış halleriyle algılanmazlar. Bu nedenle hem kentin objektif fiziksel bir yapısı, hem öznel ve bilişsel bir yapısı olduğu kabul edilmelidir (Pacione, 2005: 26). Kentin objektif fiziksel yapısı içinde sokaklar, meydanlar, evler, rekreatif alanlar ve peyzaj unsurları müdahil olmakta iken öznel ve bilişsel yapıya kentin sosyo-ekonomik ve kültürel bileşenleri dahildir. Söz konusu sosyo-ekonomik ve kültürel bileşenler ticaret, askeri amaçlar, din gibi olgular iken bu olgular sürekli kent ile bir etkileşim halindedir, kentleri değiştirir ve dönüştürür. Kent turizminde de turistin öznel ve bilişsel yapısı fiziksel yapıya bir referans olmaktadır. Turistin algısı, deneyimleri ve bakışı her bir gösterenin (mimari

yapıtlar, sokaklar, müzeler, işaret öğeleri) gösterilenleriyle beraber (gösterenlerin işaret ettiği, zihinde canlanan her türlü anlam) oluşturduğu bir göstergeler dizgesini oluşturmaktadır. Bu göstergelerin her biri, sembolik bir anlam oluşturmaktadır. Kent turizmi de bu sembolik anlamların bir toplamından meydana gelmektedir.

2.2.1. Kentsel Mekan

Kentsel mekanlar modern temsil, gösterge ve işaretlerin diline yatkınlık göstermeleri açısından adeta modernliğin kutsal mekanları gibidirler (Aytaç, 2012: 507). Kentsel mekan, genel anlamda yerleşim yerlerindeki yapılar arasında kalan tüm mekanlar olarak tanımlanabilir. Farklı cephelerde geometrik olarak sınırlandırılmış alanlardır; ölçeklerine göre farklı adlandırılırlar. Kentsel mekanlar çeşitli boyut ve özellikte bileşenlerle donatılır. Noktasal, çizgisel, düzlemsel ve/veya üç boyutlu olarak bulunan bu bileşenler; bileşenlerin yarattığı denge, doku, tekrar, ritm, egemen olma, süreklilik, kademelenme olgularıyla irdelendiğinde kent mekanının okunabilirliğini sağlar. Herhangi bir dış mekan, biçimsel ve estetik niteliklerinin okunabilirliği ölçüsünde kentsel mekan olarak algılanabilir. (Palabıyık, 2012: 547).

Kentsel kimlik tanımlarında toplumsallık ön plana çıkarken bireysellik göz ardı edilmektedir. Oysa bir sanatçının veya mimarın eserinde vücuda gelen şahsi içsel imgeler zaman içinde toplumun tamamı tarafından benimsenip, kent kimliğinin bir parçası olarak görülebilmektedir. Kuşkusuz her eser sahibi, eserinde kendi iç dünyasından bir şeyler yansıtır. İç dünyasının dinamikleri kısmen topluma bağlı olsa da, bireyin kendi yaratılışından kaynaklanan, başka hiç kimsede olmayan ve başka hiçkimse tarafından algılanıp değiştirilemeyecek bazı özellikler taşımaktadır. Bir kentsel mekanı meydana getiren bireylerin de içlerindeki bu farklı algıyı bir biçimde mekana yansıttıkları söylenebilir (Taşçı, 2012: 56).

Kent biçimi kentsel peyzaj kavramı ile karşılanmış, Smailes tarafından geliştirilen bu kavram peyzajın kentsel eşdeğeri olarak kullanılmış, yapılı alanların görünür biçimlerini kapsamıştır. Kentsel peyzajın üç bileşeni sokak planları veya düzenleme, yapıların mimari tarzı ve tasarımları ile arazi kullanımıdır. Her bir bileşen bölümünün geometrisi ve bazı daha detaylı yönleri kentsel biçim olarak tanımlanmıştır. Mimari ilgi sıklıkla kentin fiziksel bünyesi ile estetik ve işlevsel boyutları üzerine odaklanmış, kent, iradenin dışavurumu ve

bir sanat yapıtı olarak hareketin ve sükunetin mimarisi tarafından yapılandırılmıştır (Madanipour, 1996: 33). Kentte her şey bir işaret yerine geçer, her şeyin bir anlamı vardır, her şey duygu ve ifade taşır (Alver, 2012a: 25). Bazı yazarlar kentsel biçimi iki boyutu ile, fiziksel boyutun alt dalları olan sokak örüntüleri ve farklı alanlar uyarınca ele almış, bazıları ise üç boyutlu bir biçimde, farklı yükseklik ve biçimlerin heykelsi ifadesi ve silüeti olarak incelemiştir. Kentsel mekanın morfolojik unsurları sokaklar ve meydanlar, bloklar, köşeler ve kentsel bölümün diğer biçimleridir. Mimarlık tarihinde geçmişin kentsel biçimleri morfolojik bileşen parçalarına göre çalışılmıştır ki bu parçalar arasında şatolar ve köşkler, duvarlar ve geçitler, sokaklar ve sirkülasyon alanları, pazar yerleri, kiliseler ve genel kent yapıları yer almaktadır. Diğer, temel olarak coğrafyasal kol, kentsel biçimin ana bileşeninin arazi kullanımı olduğunu vurgulamakta ve kentsel mekana işlevsel bir yorum getirmektedir (Madanipour, 1996: 33). Kentin bedeninin her bir uzvu hem gerçeklik hem de imgesel boyutuyla öne çıkar. Her bir uzvun derin anlamları ve çok boyutlu bir imgesel dünyası bulunmaktadır. Söz konusu anlam ve imge elbette kentin toplumsal, kültürel ve insani yönleriyle alakalıdır ve ancak bu bağlamda bir karşılık üretmektedir. (Alver, 2012a: 25). Sistem teorisine göre kentsel biçim bir kent sistemi içerisindeki bireysel unsurların düzeni veya mekansal örüntüsüdür. Bu unsurlar yapılı çevre, binalar ve arazi kullanımını içerdiği gibi aynı zamanda sosyal gruplar, ekonomik aktiviteler ve kamu kurumlarını da içermektedir. Etkileşimler vesilesiyle bu bireysel unsurlar işlevsel mevcudiyetler veya alt sistemlere entegre olmaktadır. Davranış örüntüleri veya altsistemler içerisindeki etkileşim, kentsel biçimle kaplı ve altsistemi kentsel sistemle bağlantılandıran örgütsel kurallar dizisiyle birleştiğinde kentsel mekansal yapıyı oluşturur. (Madanipour, 1996: 33). Kentsel mekan her zaman kişiselleştirilmiş ve duygusal anlamlarla doludur (Edwards ve diğerleri, 2009: 99). Kentsel mekanın bireyde bir karşılık uyandırabilmesi, kentsel mekanın anlam ve imgesinin okunabilirliğiyle alakalıdır. Söz konusu anlam ve imge, yapılı çevre ve sosyal gruplar, ekonomik aktiviteler ve kamu kurumlarının yarattığı kentsel biçim içerisinde okunurluk kazanmaktadır. Okunan bir kent, bireyin algı dünyasında kişiselleştirilmekte ve duygusal anlamlarla dolu bir hale gelmektedir. Öyleyse kentsel mekanın varolabilmesi için mekanın denge, doku, tekrar, ritm gibi bileşenleriyle bireyde bir karşılık uyandırması ve sosyo- ekonomik ve politik altyapının kentsel yapıyla birleştiği örgütsel kurallar dizisinin içerisinde bir yer bulması gerekmektedir. Kent turizminde de mekanın kişiselleştirilmişliği ve duygusal anlamlarla yüklü bir halde bulunuşu destinasyon kişiliği veya marka kişiliği gibi terimlerle ifade bulmaktadır. Destinasyon kişiliği, destinasyonla bağlantılı insan özelliklerini ifade etmektedir (Chi, Pan ve Chiappa, 2018: 150). Buna göre turist

destinasyonu, kendi kişilik özelliklerinden yola çıkarak algılamakta ve destinasyona bir kişilik kazandırmaktadır. Böylece okunur bir alan haline gelen destinasyon, bireyde bir karşılık uyandırabilmektedir.

2.2.2. Kentte Değişim

Antik dönemde var olmuş en önemli imparatorluklardan biri Pers İmparatorluğu'dur. Gelişmiş yol ağları ve posta sistemi eyaletleri imparatorluk başkenti olan Persepolis'e bağlamaktadır. Kent yalnızca konut ve depolama alanlarından oluşmamaktadır. Persepolis, savaş ekonomisiyle ilişkili asker kışlalarının varlığıyla ve zenginliğin bir göstergesi olan av parkı, yapay göl gibi kullanımlarla da ön plana çıkmaktadır. Yunan polisi ise bir kentten çok kent devletini temsil etmektedir. Kentin, çevresindeki kırsal alanla kurduğu yönetsel ve işlevsel bağlantılar çok güçlüdür. Yunan kentlerinin siyasi ve iktisadi kalbini agora oluşturmaktadır. Agora, merkezi konumu nedeniyle sanat, ticaret, spor, eğlence, tapınma gibi birçok kentsel etkinliğe ve bu etkinliklere ilişkin yapılara alan sunmaktadır. Bu bağlamda Milet, planlanmış ilk kent olarak tarihe geçmiştir. Izgara düzeninde plana sahip olan kentin merkezinde agora ve onu çevreleyen kamusal yapılar bulunmaktadır. Kentin iki limanından birinde ise ticaret agorası yer almaktadır. Topografaya uyumlu yerleşmiş tiyatro ise jimnazyumla karşılıklı bu limanı çevrelemektedir (Büyükcivelek, 2017: 70-73)

Sennett (2013: 22-23) erken Hristiyanlık döneminde birisi dünya kentinin görülebilir suretini oluşturan, diğeri ise tanrısal kenin gölgesi yerine geçen iki biçimle karşılaşıldığından bahsetmiştir. Gözünün gördüğünün peşine düşen Hristiyan'ın Tanrı'yı bulacağına inanılmaktadır. Böylece dinsel görme, cam ve taşla biçimlenen bir içsel yaşama yol açmıştır.

Roma İmparatorluğu'nda kentler çok etkin çalışan bir yol ve köprü sistemiyle birbirine bağlanmaktadır. Ayrıca önemli kentlere su kemerleriyle temiz su taşınırken bazılarında ise kanalizasyon sistemi ile kirli sular kent dışına taşınmaktadır. Romalılar imparatorluğu korumak ve geliştirmek adına kastrum adını verdikleri askeri kamplardan binlerce inşa etmişlerdir. Kastrumların standart planları bulunmaktadır. Bu planın kent duvarıyla tanımlanan dış çeperi kare ya da dikdörtgen olmakta, içi ise ızgara plan düzeninde örgütlenmektedir. Dış çeper duvarlarının orta noktalarından açılmış kentin dört girişi kentin içinde dökümanus (doğu batı eksenli) ve kardo (kuzey güney eksenli) olarak

adlandırılan iki ana cadde olarak devam etmektedir. Bu iki cadde kentin tam merkezinde dik açıyla birleşerek Yunan kentlerindeki agoranın karşılığı olan Roma forumunu oluşturmaktadır. Yerleşkedeki diğer önemli yapılar da (tiyatro, arena, tapınaklar vd.) hem savunma, hem erişim olanakları gözetilerek forum etrafında şekillenmektedir. Kent içinde bulunan ve dokümanus ile kardoya paralel şekillenen ikincil caddeler ise insulae denen konut yerleşimlerinin yer aldığı dikdörtgen yapı adalarını oluşturmaktadır (Büyükcivelek, 2017: 75).

İleride manevi yaşam ile dünyasal yaşam arasında oluşan çelişki bireyi parçalamış, kent, gelecekteki bir şeyin kehanetvari sureti olarak anlamlandırılmıştır. (Sennett, 2013). Manevi iç ile dünyasal dışı yaratan mekanları Ortaçağ inşaatçılığında da görmek mümkündür. Kilise binasının kütesinin kocamanlığı, içi renkli ışıklarla, tütsüyle ve şarkılarla doldurulan devasa boşluğu, manevi içi idrak ettirme amacına yöneliktir. Kutsal bilinçlilik ile dünyevi kayıtsızlık arasında bir boşluk açılmıştır (Sennett, 2013: 28-35).

Orta Çağ Avrupası'ndaki kentlerin birçok ortak özelliği vardır ve bu özellikler 'Orta Çağ kenti' olarak tanımlanabilecek yerleşimler için ayırt edici özellikler sunar. Ortak özelliklerin başında surlar, kent kapısı ve kuleler gelmektedir. Yatayda duvar nedeniyle sınırlanan büyüme, kentlerde yoğunluk artışını ve dikey büyümeyi zorunlu kılmıştır. Duvarın içine girildiğinde ikinci önemli kentsel öge olan ve Orta Çağ gündelik yaşamının geçtiği sokak ve meydanlarla karşılaşılır. Ticari sokakların genişleme eğilimi ve yer isteği ise kentlerdeki en yaşamsal etkinlik olan pazar meydanlarının gelişmesine olanak sağlamıştır. Sokakların genişlemesiyle oluşan diğer boşluklar ise kilise, adliye ya da belediye binasıyla birlikte çalışan meydanları oluşturmuştur (Büyükcivelek, 2017:79)

Bütünlük yaratmada kullanılacak akıcı kentsel biçim şehir meydanıdır. Aydınlanma dönemi meydanlarında toplanma görsel bütünlüğün toplumsal altyapısı gibi kullanılırdı. Aydınlanma plancıları insanlığın karmaşıklığı ve süreksizliğine iki şekilde hitap etmeye çalışıyordu. Önce kenti kendine özgü bir alan olarak görmek, sonra da kentteki toplumsal olarak bütünleşmiş meydanı daha büyük bütünlüklerle yani kent ile kırın, insan ile doğanın bütünlükleriyle birleştirmek (Sennett, 2013: 114). Kent çeperini genişleten, savunma açısından en uygun geometriye göre tasarlanmış kent surları Rönesans kentinin en önemli özelliklerinden biri olmuştur. Kentlerin büyümesi doğrusal ana yolların yapılması fikrinin de yaygınlaşmasına neden olmuştur. Önceleri daha çok işlevsel yanı ön planda tutularak

kullanılan ızgara plan ise Rönesans döneminde de benimsenen estetik tek biçimcilik yönünde yapılan tercihle kullanımını sürdürmüştür. Kamusal binalarla, konut alanlarıyla ya da ticari binalarla çevrelenen, yaya ve taşıt dolaşımını hızlandıran ve odak oluşumunu destekleyen açıklıklar da Rönesans kentini Orta Çağ kentinden ayıran özelliklerden olmuştur. Simetriye verilen önem, anıtsal binaların odak olarak kullanılması, tekil binaların ortak mimari dille bütünleşmesi ve perspektif kuramının sorgulanamayacak keskinlikte kullanılması bu dönemin temel mimari ve şehircilik değerlerindedir. Rönesans şehirciliğinin temel elemanları ise kent surları, doğrusal ana yol, ızgara planda gelişen mahalleler ve çevrelenmiş alanlardır (Büyükcivelek, 2017: 81). Çevrenin nötralize edilmesindeki bu karşı konulmaz gücün kökleri biraz da insanları çevrelerine olabildiğince nötr bir şekilde davranmaya iten eski bir mutsuzluğa, zevk korkusuna uzanır. Ortaçağ Katolikliği'nin iç mekanı fizikseldir, insanların paylaşabileceği bir yerdir. Püritanizmin iç mekanı ise en radikal bireyciliğin yeridir ve kavranamazdır. Puritan gözü ancak kendi içini görebilirdir. Dışarıda hiçbir şey yoktur. Kişisellikten yoksunluk, soğukluk ve boşluk Protestan çevre dilinin esasını oluşturan sözcüklerdir. Izgara modern zamanlarda çevreyi nötralize eden bir plan olarak kullanılmıştır. (Sennett, 2013: 65).

1600'lerin başıyla birlikte değişen siyasi yapı Rönesans'ın estetik yaklaşımında da değişiklikler yaşanmasına olanak sağladı. Barok olarak adlandırılan bu yeni dönemde Rönesans'la özdeşleşen tasarım değerlerinin ölçek, süsleme ve değer üzerinden abartılarak uygulanmaya devam ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Önceki döneme ilişkin en temel değerlerden biri olan doğrusal ana yol, Barok dönemle birlikte daha da uzadı ve genişledi. Izgara plan ise adaların genişlemesiyle varlığını korudu ancak değişen ölçek algısıyla kapalılık hissi bir oranda önemini yitirdi (Büyükcivelek, 2007: 82). Doğal özellikler, doğanın ızgaranın önüne çıkardığı nehir ve göller gibi aşılmaz görünen engeller bile sanki bu mekanik, gaddar geometrinin boyunduruğu altına sokamayacağı hiçbir şey yokmuş gibi tesviye edilerek ya da drenajla suyu boşaltılarak şehir plancıları tarafından yok sayılmıştır. Izgaranın kendine bulduğu yer budur işte. Tıpkı satranç tahtası gibi, üzerinde ekonomik rekabet oyunu oynanacak bir yerdir; bir nötrlüğün, çevreyi her türlü değerden yoksun kılarak elde edilen bir nötrlüğün yeridir. (Sennett, 2012: 65-76).

Yoğunlaşan taşıt trafiğinin düzenlenmesi, sağlıklaştırma için altyapı yatırımlarının yapılması ve kentsel açıklıkların sağlık açısından değerlendirilmeye başlanması bu döneme özgü yeni sorunların oluştuğunu gösterirken; odakların doğrusal eksenlerle birleştirilmesi

ve odaklarda açık alan (meydan, park, bahçe) oluşumu konusunda Barok dönemi tasarım ilkelerinin benimsenmesini yansıtır (Büyükcivelek, 2017: 85).

Sanayi devrimiyle beraber, etrafa ayrıcalık ışınları yayan bir yer, bir sahne ya da imaj olarak görünebilir otorite yerleri oluşmaya başlamıştır. Kentsel tasarımdaki ya da mekandaki açık seçikliğin görsel biçimleri artık öznel yaşamla ilgili pek fazla bir şey vaat etmemekte ya da ihtiyaç duyanların yaralarını iyileştirmemektedir. Hristiyan kentinin sığınağı, başka insanların giremeyeceği, iyi tasarlanmış yerlerdeki bir rahatlık duygusuna indirgenmiştir. Boş olduğu için güvenlidir; net bir şekilde belirlendiği için güvenlidir bu yerler (Sennett, 2013: 51).

Farklı bir bakış açısına göre [kentte] ilk aşama, XVI. yüzyılın başlarından XIX. yüzyıla değin süren, yerel olarak düzenlenmiş işletmeler arasında süren serbest pazar ekonomisi ve hükümet kurallarıyla serbest bırakılmış bırakınız yapsınlar ekonomik gelişimi ile karakterize edilen rekabetçi kapitalizmdir (Pacione, 2005: 4). Modernitenin üretim biçimi olarak benimsediği Fordist üretim sürecinde artı değer oluşumuna giden tüm koşullar yaratılmıştır. Buna göre rekabete dayalı kapitalist üretimdeki artı değer oluşumunun sermaye birikiminde fazlalığa neden olması ile önce aşırı mal üretimi gerçekleşir, sonrasında fiyatlarda, işgücü- sermaye artı değerlerinde düşüş meydana gelir. Bu, birinci sermaye döngüsü olarak adlandırılırken çelişkilerin önüne geçilmek üzere ekstra kaynakların ikinci bir sermaye döngüsü içine katılmaları gerekecektir. Bu sermaye döngüsünün ise yapılaşmış mekan üzerindeki yatırımlar üzerinden yapılması, böylelikle üretim, sirkülasyon, mübadele ve tüketim amaçlarına uygun bir fiziksel peyzaj yaratımı ile desteklenmesi söz konusudur (Dündar, 2002: 27).

Ondokuzuncu yüzyılda işletme ölçekleri artış göstermiş, tüketici pazarları ulusal ve uluslararası olarak genişlemiş, işgücü pazarı, ücret-oran normları yayıldıkça daha organize olmuş ve ekonomi büyümesinde hükümet müdahalesi kamu işlerine duyulan düzenleme ihtiyacına yanıt olmuştur. Bu durum organize kapitalizmi ortaya çıkarmıştır. Ekonomik sistemin dinamizmi, Fordizm'in sahneye çıkmasıyla artış göstermiştir. Bu ekonomik felsefe kitle üretiminin montaj hattı teknikleri ve Taylorizm olarak bilinen bilimsel yönetim prensipleri üzerine kurulup, kitle tüketimiyle daha yüksek ücretler ve daha yüksek pazarlama teknikleri tarafından beslenmiştir (Pacione, 2005: 4). Hatta bir adım ötede üçüncü bir döngü daha bu sistemin sürekliliğini sağlamaktadır. Bu üçüncü döngü

işgücünün iyileştirilmesi için araştırma-geliştirme süreçlerine ilişkin yatırımlar ile sağlanmak durumundadır. Bu aşırı birikimin doğasına endekslenen bir döngü sistemidir. Böyle bir sistem toplumsal değişim süreçlerini de yönlendiren ve dolayısıyla sermaye birikimi ile kentlerin geleceğini belirleyen bir kurguya oturmaktadır (Dündar, 2002: 27). Kapitalizmin üçüncü aşaması II. Dünya Savaşı'nı takriben gelişme göstermiştir. Karlılık hedefiyle endüstriyel üretimden hizmet üretimine geçilmiş, standardize bir üretim yerine esnek üretim sistemlerinin gerektirdiği özelleşmeye geçilmiştir. Kapitalizmin bu hali ileri kapitalizm olarak isimlendirilir. İleri kapitalizme geçiş, ekonomide artan, ulusal hükümetler ve işçi birliklerinin kontrolünün ötesinde çalışma gösteren uluslararası şirketlerin küreselleşme eşliğinde yaşadığı dönüşümdür. Kapitalist ekonominin gelişmesi kentsel coğrafya açısından temel önemdedir; çünkü kapitalizmin her bir aşaması, ne üretildiği, nasıl üretildiği ve nerede üretildiğiyle ilgili değişiklikleri içerir. Bu 'yeni endüstriyel mekanlar' ve kentlerin yeni biçimleri anlamına gelir (Pacione, 2005 :4). Bu noktada kentlerin tümüne de bir sermaye olarak bakılabilir. Kentin kendisinin artı değerini yarattığı bir üretim alanı olması ve varolan toplumsal üretim biçiminin de yeniden üretildiği bir yer olması, altyapısıyla üretim ve hizmet işlevleriyle kentnin kendisinin bir sermaye birikimi olması ve kentsel alanın yarattığı rantlarla artı ürünün toplumda bölüşülmesini dolayısıyla sermaye birikimini etkilemesi, hepsi, kentsel yapının sermaye birikim süreçleri ile çok yönlü ve karmaşık bir ilişki içerisinde olduğunun göstergesidir. (Dündar, 2002: 27).

Kent, modern ve postmodern oluşumlarında da farklı özellikler sergilemektedir. Kentin yapısı bağlamında modern kent homojen işlevsel bölgeleme, baskın ticari merkez, merkezden uzakta olan arazilerin değerinde sabit bir azalma ile karakterize edilirken postmodern kent kaotik çoklu düğüm yapısı, yüksek derecede çarpıcı merkezler, geniş yoksulluk alanları, ileri teknoloji koridorları, banliyö sonrası gelişimlerle karakterize edilmektedir (Hall, 2006: 100). Postmodern kentlerde kentsel yaşam, üretimden ziyade tüketim süreçleriyle biçimlenmektedir. Ekonomik ve sosyal mekanın parçalanması kompleksite ve çok düğümlü yapılara öncülük etmiştir. Kenar kentlerin gelişimi özellikle hizmet alanında işsel kentsel bölgelerin endüstriyel üretimin merkezleri haline gelmesiyle yer değiştirmiştir. Merkez bölgeler tüketimin merkezi olarak yeniden keşfedilmiştir (Williams ve Lew, 2015: 176). Mimari, peyzaj bakımından modern kent işlevsel mimari ve tarzların kitle üretimi ile ilgiliyken postmodern kent eklektik kolajlar, olağanüstülük, oyunculuk, ironiklik, miras kullanımı, uzmanlaşmış pazarların üretimi ile ilgilidir (Hall,

2006: 100). Kentsel peyzaj mekanı temalandırma ve görsel ve estetik medyanın tanıtımıyla biçimlendirilmeye başlanmıştır. Kentsel peyzaj kolajlarla (göstergeler ve semboller) ve simülakra ile karakterize edilmeye başlanmıştır (Williams ve Lew, 2015: 176). Kentsel yönetimde modern kent sosyal amaçlarla kaynakların yeniden dağıtımı ve temel hizmetlerin kamusal teminini sağlamakta iken postmodern kent uluslararası sermaye ve yatırımların çekilmesi için kaynak kullanımından yanadır (Hall, 2006: 100). İş, boş zaman, kültür ve sosyal sınıf arasındaki geleneksel ayrımlar bulanıklaşmış fakat refah ve etnisite gibi ayrımlar sivrileşmiş ve mekanı savunma gibi mekanizmalarla dozları artırılmıştır. Kentsel nüfus yükselen bir biçimde heterojenleşmiş, mikro sosyal mekanlar olarak biçimlenmeye doğru yön almıştır (Williams ve Lew, 2015: 176). Modern ekonomi endüstriyel, kitle üretimi ve ölçek ekonomisine dayalı, üretim temelli postmodern ekonomi hizmet sektörü tabanlı, niş pazarlarda esnek üretim amaçlı, kapsam ekonomisine dayalı, küresel, telekomünikasyon temelli, tüketim yönlü, çevre alanlarda yeni gelişen mesleklere dayalıdır. Kültür ve toplum bakımından modern kentte sınıf ayrımları ve sınıf grupları içerisinde geniş ölçekte içsel homojenlik varken, postmodern kent yüksek derecede parçalı, hayat tarzı bölümlendirmesi yapılmış, yüksek derecede sosyal gruplaşmaya sahip ve tüketim örüntülerine göre ayrıştırılmış grupları içermektedir. (Hall, 2006: 100). Kent, hem olgusal hem de imgesel bir gerçekliktir. Somut bir olgudur; bellidir, aşıkardır. Ama aynı zamanda imgedir; bir gösteren, sembol ve aynadır (Alver, 2012a:10). Bu nedenle üretim ilişkileri değişkenlik göstermeye başladıkça kentin yapılanması da değişkenlik göstermeye başlamıştır. Ardından yapılan kent, üretim ilişkilerinin dönüşmesine hizmet etmeye başlamıştır. Öncelikle örneğin ilk çağ Hrsitiyanlığı'ndan Ortaçağ'a geçişte, Ortaçağ'dan Aydınlanma dönemine geçişte ve Aydınlanma döneminden modern döneme, modern dönemden postmodern döneme geçişte ekonomik ve sosyo-politik değişimler yaşanmış, bu değişimler olgusal bir gerçeklik olan kentin çağın gereklerine göre yapılanmasında öncü olmuştur. Ardından çağın gereklerine göre yapılan kentler, imgesel bir konumda olmalarının etkisiyle ekonomik ve sosyo-politik değişimlerin oluşturucusu konumuna gelmiştir. Kentlerin geçirdiği dönüşüm mekan temsillerini ve temsil mekanlarını etkilemiş, her ikisi ise mekansal pratiği etkilemeye başlamıştır. Kent turizmi, değişen ve dönüşen kentle beraber bir evrim geçirmiştir. Günümüzde postmodern ekonomiye dayalı kentlerde var olan kent turizmi, parçalı ve hayat tarzı bölümlendirmesi yapılmış bir yapı sergilemektedir.

2.2.3. Kent ve Toplumsal Yaşam

İnsan bir binanın yalnızca belli işlevleri yerine getirmesini değil, aynı zamanda belli bir dış görünüme sahip olmasını, bu dış görünüşüyle belli bir kavramı, belli bir dünya görüşünü ya da ruh halini yansıtmasını ister (Alver, 2012a: 25). Sosyo-semiyotik analiz ve mental haritalama analizi sembolik süreçlerin kentsel çevrelerde nasıl davranışı etkilediğini göstermektedir. Bu sembolik süreçleri detaylandırmak açısından Gottdiener, yeni bir kentçilik teorisi sunmak için göstergebilimin üç yönünü biraraya getirmiştir. Sosyo-semiyotik analiz ve mental haritalandırma doğrultusunda kentlerin anlaşılma biçimi, kamusal alanlardaki davranış örüntüleri ve topluluk duygusu ile bağlantılı sosyal ağlar yeni kentçilik teorisinin üç bileşenidir (Madanipour, 1996: 73).

1980'lerin ortalarından itibaren kent, çeşitli bilim insanlarınca, birbiriyle yakın ilişkili yaklaşımları takip ederek yeni kültürel coğrafya olarak tanımlanan alanın inceleme konusu olmuştur. Çeşitliliğine karşın, yeni kültürel coğrafya bünyesinde çalışan bilimciler, kentler, peyzajlar ya da yapıların maskesini düşürme kaygısı gütmüşlerdir. Kentler yalnızca insan yapımı unsurların toplaması değil, ideolojilerin yansıtıldığı, kültürel değerlerin ifade edildiği ve gücün kullanıldığı mekanlardır. Kentlerin, peyzajların ve yapıların anlamı, üreticiler, mimarlar, yapımcılar, planlayıcılar ve mülk sahipleri tarafından kentlerin içine kaydedilmiştir. Bu üreticiler kültürel bağlam ve sınıf bağlamı içerisinde konumlanırlar. Sonuç olarak bu anlamlar kendine özgü ve bireysel değil; sınıf, sermaye, ırk, din ve diğer bazı kültürel bağlamlardan kaynaklanan daha geniş bir pozisyonun yansımalarıdır. Kentlerin, peyzajların veya binaların anlamı çeşitli medya sunumları aracılığıyla öne sürülebilir. Yeni kültürel coğrafya savunucuları ve benzer yaklaşımlar, kentin ve bileşenlerinin daha az görünür veya görünmeyen süreçlerin görünebilir manifestosu ve kültürel konumlanma, ve bu kültürel konumlanmaların sembolik sunumu olarak düşünülebileceğini savunmuşlardır. Kentsel mekanın sembolik anlamını tanımlamada beşeri bilimler ve sosyal bilimlerden alınan yaklaşımları kullanmışlardır. Bu yaklaşıma göre örneğin kent bir metindir ve metine yaklaşım, peyzajın okunması üzerindedir (Hall, 2006: 3).

Taşçı'ya göre (2012: 65-66) Batılı hayat tarzı için imaj kentsel mekanın en belirleyici öğelerinden birisi iken İslam şehrinde ise işlev öncelikli konumdadır. İmaj / işlev unsuru iki düşünce siteminde de kentsel mekandaki görsel öğeleri de belirleyen faktörlerdendir.

Batı şehrinde heykeller ve görsel öğeler kentsel açık alanların en önemli öğeleri olurken, İslam şehrinde durum bu şekilde değildir. İslam ve Batı şehirlerini ortaya çıkaran düşünsel arka planın ne olduğuna da göz atılacak olursa, burada da temel bir farklılaşma göze çarpmaktadır. Batı hayat algısı Aristo'nun "Doğal Yer Düşüncesi" ne dayanırken, İslam hayat algısında hareket çok önemli bir yer tutmaktadır. İslam uygarlığını bir hareket uygarlığı olarak tanımlayan Braudel, "yollar onun zenginliği, varlık nedeni, uygarlığıdır. Yüzyıllar boyunca yolların sayesinde egemen bir konumda kalacaktır" (Braudel, 2008: 97'den akt. Taşçı, 2012: 66) diyerek gerek ticaret amaçlı ve gerekse fetihler için sürekli bir devinimden bahsetmektedir. İslam ve Batı şehirlerinde mekanı belirleyen bir diğer temel ayrışmanın da hayat tarzı olduğu söylenebilir. Batı hayat algısında hayatı açıkta, herkesin önünde yaşamak gayet doğal bir durumken, İslam hayat biçiminde ise mahremiyet önemli bir yer tutmaktadır. Bu durum hem kentsel, hem kamusal alanı, hem de özel alanı belirleyen en önemli unsurlardandır.

Sadece İslam kentinde değil, bütün kent yapılanmalarında cazibesi olan yapılara yakın durmak tabii bir yönelim olsa gerektir. Hal böyle olunca, cazibedar bir mekan olarak cami veya diğer mukaddes mekanların kullanım açısından kentin merkezini işaret etmesi de tabii bir durumdur ve İslam kentinde evlerin cami ve benzeri mukaddes mekanlara göre konum almış olduklarını söylemek, caminin etrafındaki boşluğu belirlediği anlamına gelmez. Buna göre, caminin de kibleye göre konum aldığını göz önüne alırsak, İslam kentinde neredeyse bütün yapıların kibleye göre konum aldığını söyleyebiliriz. Böyle bir düşünme biçiminin zorunlu sonuçlarından biri olmak üzere şu kolaylıkla ifade edilebilir: Bir kentin bedeni, kent nereye dönükse orasıdır (Pala, 2012: 44). Kente verilecek düzen aslında insan ve toplumsal ilişkilere verilmiş bir düzendir; kent üzerindeki bütün politikalar, uygulamalar, projeler doğrudan insan algısına, insan ilişkilerine ve toplumsal olana dönüktür (Alver, 2012a: 12).

Kentsel mekanın sunumu ve bireysel sosyal gidişat arasında sıkı bir ilişki bulunduğu Dias ve Ramadier (2015) tarafından ortaya çıkarılmıştır. Bilişsel temele dayalı gruplar oluşturarak –bireylerin şehrin sunumunu yapmalarına dayanarak- bir kısmı yükselen (şehir merkezindeki yerel yaşam), bir kısmı düşüşe geçen (şehir merkezine uzanan sembolik vizyon) ve sosyal gidişat sabitken sosyal pozisyonla bağlantılı (şehirdeki politik ve ekonomik güç) bu grupların sunumları sosyal gidişata sıkı bir biçimde bağlıdır. Öncelikli

sosyalizasyona (aile bağlamında) bağlı ikincil sosyalizasyonun (profesyonel bağlamda) mekansal biliş üzerinde güçlü bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Montgomery'e göre (1998) ise kentleşme veya başarılı bir kentleşme için atılması gereken bazı adımlar vardır. Montgomery bunları aktivite, imaj ve biçim başlıkları altında incelemiştir. Aktiviteler yaya akışı ve canlılığı yaratmak, cazibe merkezlerine insanları çekmek, ilk ve ikincil kullanımların çeşitliliğine ulaşmak, nüfus yoğunluğunu geliştirmek, çeşitli açılış saatleri ve akşam ekonomisini uyandırmak, insanları izleme ve sokak yaşamını geliştirmektir. İmaj unsuru okunabilirlik, hayal edilebilirlik, sembolizm ve hafıza, psikolojik erişim, alma gücü ve anlayışlılık prensiplerinden oluşmaktadır. Biçimde ise gelişim yoğunluğuna ulaşmak, karma kullanım için bölgelendirme, ince taneli yapılar, yapılı stokların adapte olabilirliliği, ölçek, bloklar ve geçirgenlikleri, sokaklarda bağlantı, görünürlük, kamusal alan, hareket, yeşil alan ve su alanları, kent simgeleri, görsel uyarım ve detaylara ilgi, imaj olarak mimari tarz gibi prensipler bulunmaktadır (Montgomery, 1998).

Dekorasyon, kültürel süreçlerin ve sosyal değerlerin bir yansıması veya belirtisi olarak görülür. Kent dekorasyonunun incelenmesi kentin nasıl işlediğini, hangi güçlerin kentteki yaşamı domine ettiği ve yerleşimcilerin neye değer verdiğini ortaya çıkarır. Bu nedenle dekorasyon, sosyal yapının hem bir sosyal sembolü hem de kanıtıdır. Örneğin kentin dekoratif silueti, şehri tutan toplumun sembolize edilmesi ve temsil edilmesine ek olarak, kentin organizasyonu ve güç yapıları hakkında da bilgi ve ipucu sağlar. Bu nedenle dekorasyon topluluk hayatının değerlerini temsil eden sosyal bir göstergesi olabilir. Bir bütünün ayrılmaz bir parçası olan bu göstergede değerler hiyerarşisi, güç ölçeğini temsil eden anlatım veya toplum içerisindeki kıdem düzeni bulunur (Moughtin ve diğerleri, 1999: 27).

Bir kentin mimari yapısının biçimi, işlevi ve sembol olarak değeri kentin toplumsal yapısında kayıtlıdır. Kentin toplumsal yapısı sınıf, sermaye, ırk, din ve diğer kültürel bağlamlardan etkilenen bireyler tarafından oluşturulmaktadır. Bu tür bir toplumsal yapının kentin mimari boyutu ile ilişkisi, belirli güç ilişkileri üzerinden olmaktadır. Ardından bu belirli güç ilişkilerine göre somutlanmış mimari, toplumsal yaşamın yeniden üretiminde rol oynamaktadır. Burada göz ardı edilmemesi gereken unsur, toplumsal yaşamın bir parçası olan bireysel deneyimlerin de kent mekanının düzenlenişini etkileyen unsurlardan biri

olduğudur. Bilişsel, kültürel, sosyal ve bedensel boyutları olan deneyimler, kentin üretiminde toplumsal olanın bir parçası olarak rol almaktadır.

2.2.4. Kent Modelleri

Burgess'in 1925 yılında geliştirdiği model olan eş veya ortak merkezli alanlar kuramı kentin merkezine bankalar, oteller, uzmanlaşmış çalışma ve eğlence alanlarından oluşan bir çekirdek koymaktadır. Bu çekirdeği çökmekte olan eski konut alanı ve konutların yerini almaya başlayan küçük sanayi çevrelemektedir. Üçüncü kuşakta çöküntü konut alanından kaçmayı başarmış ve işyerlerine görece kolay erişime sahip olan işçiler oturmaktadır. Ulaşım konusundaki olumsuzlukları karşılamayı göze almış olan daha varlıklı çalışanlar ise dördüncü kuşakta bulunan daha nitelikli konut alanında yerleşmiştir. En dış çeperde ise kentin en varlıklı kesimleri kentin sorunlarından arınmış olarak birbirinden genellikle bağımsız gelişim alanlarında yaşamaktadırlar. Bir başka deyişle modele göre kentin geometrik olarak da merkezinde yer alan merkezi iş alanını dairesel olarak çevreleyen, farklı sosyal grupların ve farklı işlevlerin bulunduğu birbirinden farklı yerleşim halkaları yer almaktadır. Bu halkaların her biri merkezden dışarı doğru artan bir sosyo-ekonomik kesiti barındırmaktadır. Her halka homojen bir sosyal sınıf, etnik köken ve konut tipi ile belirlenmiş yerleşim bölgelerini temsil etmektedir (Büyükcivelek, 2017: 88; Kaya, 2017: 367).

Hoyt, Burgess'in modelini geliştirerek kentsel alanların düzgün dairesel biçimlerde oluşmadığını vurgulamış ve o yıllarda giderek yaygınlaşan araba olgusunu göz önüne alarak kentsel gelişimin, merkezden ulaşım koridorları boyunca yayılan farklı arazi kullanımları ile takip edilebileceğini öne sürmüştür (Kaya, 2017: 368). Sektör kuramı, bir ulaşım odağı olan kent merkezinin diğer tüm kullanımlar üzerinde oluşan düzenleyici etkisini başka ulaşım odaklarının da olabileceği gerçeğiyle kırarak daha dinamik bir kent modeli üretmiştir (Büyükcivelek, 2017: 88).

Sektör modeli sonrasında Harris ve Ullman'ın ortaya koyduğu çok merkezli gelişim modelinde ise mekansal örgütlenme kurgusu biraz daha geliştirilmiştir. Kentlerin tek bir merkezden ışınlanan kuşaklar ya da eksenler olarak gelişmediğini; aksine kent içerisinde birden fazla işlevsel merkez olduğunu ve kentsel gelişimin bu farklı merkezler odaklı gerçekleştiğini açıklamışlardır (Kaya, 2017: 368). Kentte oluşan her alt merkez kendi

oluşturduğu etki alanıyla çevresindeki kullanımları şekillendirmektedir. Bu şekillenme kimi zaman kullanımların birlikte olmalarından kaynaklanan olumsuzlukları ortaya çıkarıp gruplar oluşturmakta, kimi zaman da birliktelikten kaynaklanan olumsuzluklar nedeniyle kullanımlar arası ayrışmalara neden olmaktadır (Büyükcivelek, 2017: 89). İnsanlar yalnızca doğadaki geometrik örüntülerin farkına varıp zihinlerinde soyut mekanlar yaratmazlar; duyguları, imajları, düşüncelerini cisimleştirirler. Sonuç mimari mekan ve daha geniş boyutta planlanmış kenttir (Tuan, 1977: 17).

Birbirlerine yakın olmalarına rağmen mimari ve coğrafyanın şehir olgusunu anlamaya yönelik farklı yaklaşımları vardır ve ilgilerinin farklı alanlarda olması her ikisi arasında derin bir boşluk yaratır. Kent mimarisi kenti fiziksel bir varlık olarak görme eğilimindeyken, kent coğrafyası, kent sosyolojisiyle beraber bu bünyenin içerisinde yaşayan insanlara odaklanmaktadır. Bu şekilde kent coğrafyası, kent mimarisinin bir boyutu olan kent bünyesinin çalışılmasından ziyade kentin mekansal yapısının çalışılması üzerinde durmaktadır.(Madanipour, 1996: 35).

Bu bölümde kentsel mekan, kentte değişim, kent ve toplumsal yaşam ve kent modellerine yer verilmiştir. Böylece kentin gerek kapitalist üretim ilişkileri içerisindeki sermaye olarak konumu, gerek kentin toplumsal ve bireysel olanla iç içe geçmişi ve bu şekilde yaratımı üzerinde durulmuştur. Takip eden bölümde beşeri coğrafya çalışmalarıyla bireyin mekan ve kent içindeki konumunun daha detaylı bir analizine geçilecektir.

2.3. Beşeri Coğrafya

Biçim ve süreç arasındaki ilişkiye odaklanmak ve mekansal örüntülere davranışsal süreçleri dahil etmek, coğrafyacıların ilgisini model yapımına yönlendirmiştir. Beşeri coğrafyada bu tür modeller en iyi şekilde konumsal ve mekansal analizin düşünce okulunda, yerleşim örüntüleri gibi fenomenler, geometrik örüntüler ve matematik dağılımlar gibi ekonomik aktivite konumları ile incelenmiştir. Beşeri coğrafyada normatif model yapımına ve doğa bilimleri tarafından takip edilen yolda model geliştirilmesine yönelik eleştiriler her daim varolagelmiştir. Bu eleştiriler iki yönden gelmiştir. İlki, alansal farklılaşmayı coğrafyanın çekirdeği olarak gören bölgesel coğrafyacılar; ikincisi, değerden bağımsız hedeflere sahip bilimsel yöntemin hem arzu edilir olmadığı, hem gerçekçi olmadığına inananların getirdiği eleştirilerdir. Modern niceliksel beşeri coğrafyayı pratik

edenler tarafından da eleştiriler yükselmiştir. Birçok normatif modelin gerçekçi olmadığı, gerçek hayat koşullarının kompleksliğini gözardı ettiği, rasyonel ekonomik davranış gibi idealize edilmiş bir farza yoğunlaşmaları eleştiri konusu olmuştur. Aynı zamanda birçok model fazlasıyla deterministik olup herhangi bir verili koşulda tek bir mantıklı davranışı çıktığı olarak almaktadır. Ayrıca indirgemeciler bulunup, her şeyi ekonomik geri dönüşüm boyutuna indirgeyen, dolayısıyla bireylerin farklı tutum ve motivasyonlarının olduğu ve farklı çevresel karakteristiklere göre çeşitli, sıklıkla ekonomik olmayan cevapların olduğunu gözden kaçırmaktadır. Beşeri coğrafyadaki niceliksel evrim sürecinden kaynaklı memnuniyetsizlik, disiplin içerisinde birçok gelişime yol açmıştır. Örneğin bazı araştırmacılar, bireylerin, yaşadıkları çevreyi bilmeleri vesilesiye çeşitli psikolojik süreçlere bakarak insan-çevre etkileşimini derinlemesine araştırmayı yeğlemişlerdir (Walmsley ve Lewis, 1993). Kısacası beşeri coğrafyacılar rasyonel ekonomik davranış, tek bir mantıklı davranışı çıktığı olarak alma, bireyin cevaplarının her koşulda ekonomik olduğu gibi varsayımlar doğrultusunda eleştiriye uğramışlar ve bu eleştiriler sonucunda çabalarını psikolojik boyuta entegre ederek insan-mekan etkileşiminin kapılarını aralamayı yeğlemişlerdir.

2.3.1. Davranışsal Yaklaşımlar

Her yerde geçerliliği olan bilimsel ilkeler uyarınca bir disiplin geliştirilmesi gerekliliğinden yola çıkarak uzamsal bilim ortaya çıkmış, beşeri coğrafyanın ana odağı olan bölge, uzam ile yer değiştirmiştir. Uzamsal bilim içerisinde mekan basitçe konumdur. Beşeri coğrafyanın gelişmesi, kısmen uzamsal bilim içerisindeki uzam üzerine yapılan yeni vurgunun bir sonucudur. Mekan ilk kez coğrafya araştırmalarında merkezi bir kavram haline gelmiştir. Bölgesel ve kültürel coğrafyadaki süregelen geleneklerin aksine hümanistler, kıta Avrupası felsefi geleneğinden, özellikle de fenomenoloji ve varoluşçuluktan ilham almıştır. Bu doğrultuda hümanistler, insan algısı ve deneyimleri doğrultusunda dünyanın mekanlar aracılığıyla bilinebileceğini öne sürmüştür. (Cresswell, 2008: 19). 1960 ve 1970'lerde beşeri coğrafya içerisinde davranışsal araştırmaların artışı daha kabul edilir bir hal almış, bu tür araştırmanın kaynağı ve bütünlüğü çalışma odaklarından birini oluşturmuştur. 1970'li yıllarda insan-çevre etkileşimindeki davranışsal araştırmalar bazı araştırmacıların 'davranışsal coğrafya' terimini kullanmasını beraberinde getirmiştir. Fakat birçok coğrafyacı tarafından bu durum kabul edilmemiştir. Böylece çalışmaların pozitivism ve hümanizm arasında dağılması konusu baş göstermiştir.

Pozitivist yaklaşımda coğrafyaya en yaygın aktarılan psikolojik terimler algı, bilinç ve öğrenmedir. Davranışsal coğrafya alanında yapılan erken çalışmaların büyük bir kısmı, bireylerin, çevre hakkında algıyla bilgi topladığını, bir değer sistemi içerisinde bu bilgileri geliştirdiğini (öğrenme), ardından kararların verildiği bilişsel bir imajın oluşturulduğunu farz eder. Hümanistik yaklaşımda ise hayalgücünün uygunluğu, değer ve inançların önemi, çevresel anlamın doğası ile mekan ve yerin anlamlılığı, hümanistik coğrafyacılar tarafından incelenen erken temalardandır (Walmsley ve Lewis, 1993: 11-13). İnsan algısı ve deneyimleri doğrultusunda dünyanın mekanlar aracılığıyla bilinebileceğini öne süren hümanistler, mekanda deneyimlerin ve algıların izdüşümüne rastlanacağı varsayımıyla bu doğrultuda bir sav geliştirmişlerdir. Deneyim ve algıların yansıması olan mekanlar, algı ve deneyimlerin çoklu doğasıyla gerçekliğe ilişkin bir tablo oluşturacaktır. Pozitivist yaklaşımda ise algı-öğrenme ve biliş boyutları davranışsal araştırmalarda kendine bir yer edinmiştir.

2.3.2. Peyzaj

Peyzaj, bir noktadan görülebilen dünya yüzeyi bölümlerini niteler. Yeryüzünün bir bölümünün maddesel topografyasının görüş kavramıyla birleştirilmesine odaklanır. Birçok tanımda gözlemci, peyzajın dışındadır. Bu, peyzajın mekandan farklılaştığı başlıca noktadır. Peyzaj, bir toprak parçasının biçimini niteler. Bu doğal veya insani, kültürel peyzaj olabilir. Peyzajlarda yaşanmaz; onlara bakılır (Creswell, 2008: 11). Coğrafyada kültürel peyzaj kavramı iletişim için aktif bir ortamdır ve yalnızca değer ve idealleri içermekle kalmaz aynı zamanda insan davranışını da etkiler. Peyzaj, uygun davranışın ortaya çıkmasını sağlaması açısından davranışsal ortam için bir sistem haline gelmiştir. Yapılı çevre eğer okunur, anlaşılır ve uyulursa sembolik enformasyonu içeren, kültürel enformasyonun ana biçimlerinden olan ve birçok sözlü olmayan mesajı ileten, paylaşılan kurallarla mutabıkça uygun davranışı açığa çıkaran bir unsurdur (Rapoport, 1977: 326).

Coğrafyacılar turistleri çeken kırsal ve peyzajın fiziksel özellikleriyle ilgilenmiştir. Sıklıkla kaynak değerlendirmesi ile ilgilenirler fakat ayrıca turistlerin yol açtığı çevresel hasar ve yozlaşma konusunda da kaygı güderler. Davranışta belirleyici bir faktör ve davranış üzerinde etkisi olması sebebiyle fiziksel çevre, psikologların da temel ilgi alanlarından biridir. Coğrafyacıların ilgi alanlarından olan çevresel algı, çevreye uyum, manzaraya turist tepkileri çevresel psikologların da temel ilgi alanlarıdır (Pearce, 1982: 12). Örneğin Sauer,

toprak parçasının peyzaj olarak keşfinde ayrı bir metodoloji kurmaya girişmiş ve toprak parçasının hem doğal, hem insani faktörlerce biçimlendirildiğini öne sürmüştür. Sauer'e göre peyzaj, birbirleri üzerinde hareket eden ve tepkimeye giren fiziksel ve kültürel etkilerin birleşimidir. İklim, bitki örtüsü, toprak türü, yerşekilleri ve hidroloji gibi fiziksel özellikler ile nüfus, konut tipi, üretim biçimleri, iletişim gibi kültürel unsurlar, kültürel peyzajı beraber meydana getirmiştir (Metro-Roland, 2011: 26).

Dünya, hayatın ortaya çıktığı hizmet taşıyıcısı ve varoluşun temelidir. Gökyüzü yüksek ve erişilemez olandır. Gökyüzünün öncelikle kozmik imaları vardır, dünyaysa insanın korunma ve yakınlık ihtiyacını tatmin eder. Dağ, dünyaya aittir fakat gökyüzüne doğru uzanır. Yüksek, cennete yakındır, iki temel unsurun biraraya geldiği bir buluşma noktasıdır. Dağlar bu yüzden bir kozmik kuşaktan diğerine geçiş noktaları olarak değerlendirilirler. Başka bir deyişle dağlar, kapsamlı peyzaj içerisindeki mekanlar, Olmak manifestosunun inşasını yapan mekanlardır. Ağaçta dünya ve cennet birleşmiştir; sadece ağacın zeminden yükselmesiyle alakalı mekansal hissiyat nedeniyle değil, büyümesinden ve canlı olmasından kaynaklı bir anlam da yüküdür ağaç. Bitki örtüsü genelde yaşayan gerçekliğin bir gösteresidir. Antik evrenin kökeni mitlerindeki cennet imajlarında diğer bir temel unsur sudur. İncil'in ilk kitabında Tanrı, kuru araziye dünya ve cennetin, ışık ve karanlığın, ayrılmasından sonra sudan ayırmıştır ve diğer evrenin kökeni mitlerinde su, diğer tüm biçimlerin kendinden geldiği kadim öğedir. XV. ve XVI. yüzyılın ideal peyzajları insan yerleşiminin konuşlandığı ve işlenmiş arazinin genişlediği merkezi olarak yerleştirilmiş bir göl veya nehir içerir. (Norberg-Schulz, 1976: 27). Regan ve Horn'un gerçekleştirdiği çalışmaya göre (2005) mod durumu doğada olma arzusunu etkilemektedir. Örneğin doğal su kaynaklarının yakınlarında bu durum pozitifdir (mutlu). Stres azaltma teorisine göre doğal çevreler stresin azaltılmasına yardımcı olur. Doğanın herhangi bir türü stresin azaltılmasıyla ilişkilidir fakat yeşil doğa, negatif mod deneyimlenirken doğal su kaynaklarından daha çok tercih edilmiştir. Kısacası peyzaj, yeryüzünün topografyasının bu topografyayı görüş ile biçimlendirilmiş halidir. Peyzaj iklim, bitki örtüsü, yerşekilleri gibi fiziksel unsurlara sahip olduğu gibi kültürel unsurlara da ev sahipliği yapmaktadır. Öyle ki, kültürel peyzaj neticesinde davranışta değişim meydana gelebilmektedir.

2.3.3. Davranışsal Araştırmalar

Mekanlar, insanlar ve durumlar gibi, her bir bireyde duygular uyandırır. Mekanları hoş giden mekanlar yapan içsel özellikler hakkında birçok şey bilinir ve bu bilgiler insan ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik mekan tasarımlarına müsaade eder. Fakat bu çalışmalarda göz ardı edilen nokta, insan yargılamalarının bağlama bağlı oluşudur. İnsanlar nadiren mekanları, kendini çevreleyen bağlamdan uzak olarak değerlendirirler. Yargılamada bağlama bağımlılık, enformasyon sürecinde temel bir yöndür. Blaison ve Hess (2016)'in gerçekleştirdiği çalışmada mekansal bağlamdaki değişimin nasıl insanların hedef mekanlarını değerlendirmeyi değiştirdiği ortaya konmuştur.

Schroeder (2007), Ortabatı Amerika'da gerçekleştirdiği çalışmada insan-doğa ilişkisini incelemiştir. İnsanların doğanın bir parçası ve doğadan ayrı olma durumları ve bu karşıt düşüncelerin, mekanların doğal ve insani yönlerinin insanların güncel deneyimleri ile nasıl ilişki içerisinde olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. İnsan-doğa ilişkisi arasındaki duygunun mekanların gestalt ölçütlerine nasıl nakledildiği ve bunun, insanın doğaya karşı ahlaki sorumluluk duygusunun yükselmesine neden olduğu gösterilmiştir.

Di Masso ve diğerlerinin çalışmasında (2011), doğanın retorik olarak karşıt yapılanmaları, Barcelona'da yerel güç savaşları ve kamusal alanın doğası üzerinde daha geniş ideolojik mücadeleler dahilinde bu mekanın amacı ve uygun hak sahipleri araştırılmıştır. Genelde daha çatışma dolu, aksiyon temelli, politik olarak yüklü olan mekanların çevresel psikoloji araştırmalarının birçoğunun ima ettiğiinden daha fazla anlam ve değere atıf yapan uygulamalarla söylemsel bir perspektifte ortaya çıkarıldığı iddia edilmektedir. Bağlantılı olarak çevresel psikologların, kamusal mekanın biçimlendirilmesinde rol çatışmasının zayıf bir kavramsallaştırılmasının (çevresel zevkler, tercihler ve değerlerde öznel farklılıklara odaklanarak) ve güçlü bir rol çatışması kavramsallaştırılmasının (erişim, eşitlik ve katılımdaki ideolojik mücadelelere odaklı) tamamlanmasına ihtiyaç duyduğu öne sürülmüştür.

Sullivan ve diğerlerinin çalışmasında (2015), psikolojik deneyimde yer ve zaman değişkenleri araştırılmıştır. Georg Simmel'in konuyla alakalı teorisi modernitenin dar bir ilgi alanı bulmasına karşılık araştırmacılar, Simmel'in modernizasyon, mekan, zaman ve psikoloji arasındaki bağlara yönelik görüşleri üzerinde durmuştur. Modernizasyonun

etkilerinin ortaya çıkarılması için Ortabatı Amerika'da ampirik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Simmel'in fikirlerine doğru orantıda daha ekolojik değişkenler (modernize edilmiş habitus), zaman ve hedefler arasında uyumlaştırma (modernize edilmiş bilinçlilik), kolektivist ve bireysel değerler ile mekansal bağlılık çıktıları arasında ilişkiler tespit edilmiştir.

Gidlow ve diğerlerinin çalışmasında (2016), katılımcıların üç alanda otuz dakikalık yürüyüşleri incelenmiştir. Bu alanlar kent alanları, doğal alanlar ve suyun olduğu doğal alanlardır. Otuz dakikalık yürüyüş, yürüyüş sonrası ve yürünen çevreden ayrıldıktan sonraki otuz dakika mola, bilişsel işleve, restorasyon deneyimine, tükürük kortizolüne (stres zamanında böbrek üstü bezler tarafından salgılanan hormon) ve kalp atışlarına göre ölçümlenmiştir. Sonuç olarak her üç bölgede yapılan yürüyüşün stresi azalttığı ortaya çıkmıştır.

Doğaya maruz kalma bilişsel kapasiteleri yeniden onarma ve içsel güdüsel durumları aktive etmekte bir rol üstlenir. Morton ve diğerlerinin (2017) araştırmasında bu etkilerin belirlenmesinde belirgin kimliklerin rolü incelenmiştir. Doğal çevre imajlarına maruz kalma, içsel arzuların dışsal arzular karşısındaki konumunu güçlendirmişken, sadece doğa belirgin kimliklerde merkezi iken, bilişsel kapasiteyi geliştirmiştir. Ters olarak doğa, belirgin kimlikle çelişkili iken, maruz kalmanın arzu ve biliş üzerinde zararlı bir etkisi olmuştur. Doğanın yeniden onarıcı potansiyeli kısmi olarak kimlikle bağlantılı sosyal ve psikolojik süreçler tarafından belirlenmektedir.

Simonsen (2012), fenomenolojinin yeni bir okumasını gerçekleştirmiş, bedeni fenomenal, yaşayan bir beden olarak ele almış, uyum ve uyumsuzluğun sosyal yaşam içerisindeki yönlendirimi ve olanakları üzerinde durmuş ve anti/posthümanist yaklaşıma fenomenolojik bir yolculuk gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak sosyal yaşamın deneyimsel boyutu, ötekinin kabulü ve insan failinin anlamlılığı ile yeni bir hümanizm anlayışı örmeye çalışmıştır. Puleo'ya göre (2014), herhangi bir felakette hasar görmüş mekanın yeniden yapımında sanatın kullanımı gibi humanistik bir faaliyet, bireysel boyutta zihin, beden ve çevre ile ilişkilerin onarımını sağlamakta, kolektif boyutta ise mekanın yeniden kurumuna olanak tanımaktadır.

Tezin bu bölümünde beşeri coğrafyacıların uğraş alanları ve bir paradigma dönüşümüyle pozitivist araştırmalardan hümanist ve fenomenolojik araştırmalara nasıl geçtikleri üzerinde durulmuştur. Bu çerçevede insan-coğrafya etkileşimini araştıran bakış açılarına ve çalışmalara yer verilmiştir. Böylece birey deneyimlerinin coğrafyada nasıl olabileceği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Tezin bundan sonraki kısmında kentsel tasarım üzerinde durulacak, mimari ve planlamanın kesişim noktasında yer alan tasarımın bireyin deneyimleri için ne anlama geldiği ortaya konulacaktır.

2.4. Kentsel Tasarım

Var olan ve iyi yapılandırılmış disiplinlerle örtüşmesi ile birleşerek, kentsel tasarımın yeni ortaya çıkan doğası, kentsel tasarımı yeterli bir şekilde tanımlamanın önüne perde çekmektedir. Sihirli bir dünya yeri kaplayan planlama ve mimarinin varolan uzmanlıklarında kentsel tasarım, bu ikisi arasında yer alır. Bu sihirli dünyada kent planlamacısı kentin fiziksel formuyla alakalı bir mimar değil, kentsel bir hayalcidir de. Bir hayalci olarak kentsel tasarımcı, mekanda yeni duyumları var etme ve yeniden yaratma ile ilgilidir. Bu nedenle kent planlaması deneyimsel duyumda sonuca varılan, önerilen ve hissedilendir. Kentsel tasarım, kentleri rekabetçi bir biçimde pozisyonlandıran, ekonomik sermayenin sembolik sermayeye çevrildiği girişimci hükümet politikalarının da uğraşlarında merkezidir. Kentsel tasarım projelerinin özünde olan sembolik sermaye, değiştirmek, tekrar canlandırmak veya tamamen kent kimliğinin yeni biçimlerini yaratmak bu projelerin bir yeteneği olarak tasarlanmıştır (Rofe ve Stein, 2011).

Kent tasarımı (Bal, 2007) özel girişimciler ve kamu kullanımı için mekanların yapımı ve yaratımıdır (s. 10). “Kentsel mekânda fiziksel, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik bağlamlarda çok boyutlu, kentsel detay irdeleme ve çözümlemelerini içeren ayrıntılı bir düzenleme yöntemidir (Kaplan’dan akt. Orhan, 2015: 14). “Kentsel tasarım, sosyal, politik, ekonomik, yönetsel ve fiziksel yapısı sürekli değişim içinde olan kentin, farklı kullandığı bina gruplarının ve bunları besleyen yaya hareketlerinin, servislerinin, bunların arasındaki mekânlar ve objelerin tasarımı eylemidir. Bu değişimlere bağlı olarak kentsel çevrenin biçim ve karakterinin yeniden düzenlenmesini ve değiştirilmesini sağlayan yaratıcı bir eylemdir (Orhan, 2015: 14).

Kent tasarımıyla ilgili tanımların mimarlık ve kent planlamacıları uzmanlıklarının tanımları altında yer aldığı görülmektedir. Bu nedenle kent tasarımının mimarlık ve kent planlama dallarının arasında konumlandığı ileri sürülebilir. İlk yerleşimlerden itibaren kentler, farklı türlerde davranış ve kanunların etkisi altında olmuştur. Düzenleyici unsurlar hareket akışının nasıl organize edileceği ve kamusal amaçlı mekanların nasıl tanımlanacağı gibi konular üzerinde durmuştur. Başarılı kent mekanlarının yaratılabilmesi için mühendisler, mimarlar, şehir planlamacıları gibi birçok disiplinden gelen uzmanlar şehir mekanının tasarımında karar verme sürecine müdahil olmuştur. Tarihsel olarak bir kentin fiziksel çevresi temel olarak mimarlık ve şehir planlamacılığının kontrolü altındadır. İlerleyen zamanlarda söz konusu alanlardan farklı uzmanlıkların ortaya çıkması ihtiyacı baş göstermiştir. Bu ihtiyaç, şehrin günlük yaşamındaki farklı problemlerin ortaya çıkmasıyla artmıştır. İlgili dönemde, şehir prosedüründe farklı ölçeklerde kararların alınması gerekmiştir. Bu noktada sadece mimarlık ve şehir planlamacılığı değil, başka uzmanlık alanları da bir bütün olarak yapıyı çevrenin doğasıyla baş etmekte yeterli olamamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak kent tasarımı da 60'lı yıllarda, şehir planlamacıları ve mimarlara yönelik eleştirel bir konum ile doğmuştur (Bal, 2007; Schurch, 1999).

Kentsel tasarım, 1956 yılında Harvard Üniversitesi'nde yapılan mimarlar, plancılar ve peyzaj mimarlarının katılmış olduğu bir kolokyum sonrasında bir bilim dalı olarak kabul edilmiştir. Daha sonraki yıllarda kent tasarımında rol alan diğer disiplinlerin çalışma alanına katılmasıyla kentsel tasarım disiplini çok boyutlu bir yapıya ulaşmıştır. Özellikle Avrupa ve Amerika'da son otuz yıl içerisinde, kentsel tasarıma bakış açısında, kavramsal boyutunda, kentlerde uygulanış biçimlerinde hızlı bir değişim ve gelişim yaşanmıştır. Kentsel tasarımın bu gelişim aşamalarına büyük etkileri olan kuramcıların, özellikle Christopher Alexander'ın kuramları temel alınarak, kente ve tasarımına karşı farklı bakış açıları oluşmaya başlamıştır. Sadece fiziksel mekan tasarımının kentsel tasarım kavramı içinde yer almasının doğru olmadığı görülerek, kültürel, sosyal, estetik vb. birçok bileşen bu sürece dâhil edilmiştir. Kentsel ölçekteki mekânsal düzenlemelerle ilgili olan bu disiplin, farklı aktörlerin de katılımıyla çok disiplinli bir çalışma ortamı haline gelmiş, tasarımcılar, kullanıcılar, yöneticiler ve girişimciler arasında ortak bir dil elde edilmesi amaçlanarak çalışmalar yapılmaya devam edilmiştir (Orhan, 2015: 17).

Avrupa'da 1960'lardan 1980'lere, özellikle 1965-1975 yılları arasında kentsel tasarım teorisinde büyük bir dönüşüm gerçekleşmiştir. İşlevselliğin negatif ve gerileyen bir ideoloji olduğunu geniş çaplı kabul eden birçok farklı eğilim ortaya çıkmıştır. Modern hareketin evrenselliğine karşı bu tepkiler kentsel altkültürlerin çeşitliliğine saygıyla bölgesel ve tarihi tarzların özgüllüğüne yönelik yenilenen bir ilgi ve kamusal anıtlar ile kentsel kurumların domestik mimariden ayrılması yönünde bir arzu ortaya sermiştir. Bu tepkiler ayrıca tek bir gerçekten ziyade birçok anlam ve okuma biçimi olduğunu varsaymış ve bunu yapıları formların sembolik boyutlarıyla ifade etme yoluna gitmiştir (Ellin, 1999: 23).

Kentsel tasarım, kamusal alanın fiziksel tasarımı olarak tanımlanmaktadır. Kamusal alan kentte özel olmayan, binaların özel alanının dışında, binalar arasındaki mekanı nitelendirir. Fakat bu tanımlama, her kent mekanının en önemli kısmını oluşturarak özel mekana yönelik bir ilgi eksikliğine yol açmaz mı? Eğer kentsel olan kentin kamusal kısımlarıysa, hem kamusal, hem özel boyutlarıyla kentsel mekanın tamamı ne olarak isimlendirilir? Öte yandan bazılarınca tasarım tanımı planlama tanımı ile eşdeğerde iken, küçük kentsel mekanların tasarımı olarak görülen kentsel tasarımı sanat ve mimarinin estetik ve mekansal kaygılarından ayrı düşünmek olanaklı görünmemektedir (Madanipour, 1996: 95).

Kentsel tasarımın nerede durduğuna ilişkin dört farklı yorumlama vardır. Bunların ilki, kent tasarımının yeni, ayrı bir alt bölüm olduğu yorumudur. İkinci yorum kentsel tasarımın, mimari üstyapının basitçe bir genişlemesi olduğudur. Başka bir deyişle bütün niyetler ve amaçlar için tercüme durumlarında işe yaramaz olmasına rağmen mimarinin eşdeğerlisidir. Üçüncü yorum, kentsel tasarımın bir karışım ya da karma ortam çeşidinde olmasıdır. Mimarinin artistik boyutu alınmıştır fakat peyzaj mimarlığı, kentsel mühendislik, sokak mobilyaları tasarımı gibi estetik olmayan işlevler veya sanatın diğer biçimleriyle karma hale getirilmiştir. Son olarak kentsel tasarım, bireyselleştirilmiş, kısıtlı uzman bir soyutlama yoluyla karşılaştırılarak mimariyle bina yapım sanatının üstyapısı halinde olabilmektedir. Buradan bakıldığında kentsel tasarım zayıf bir ilişki içerisinde değil, mimarinin artistik safkanlığına melez bir hısımdır. Bu durum, kentsel tasarımın sanat olarak görülme olasılığı ve hırsını büyütür (Marshall, 2016). Bakıldığında kentsel tasarımda üç tür farklı sanat görülür. Kentsel tasarımın çekirdek sanatı, kentsel ölçekte mimariye benzeyen üstyapıdır. İkincisi, yapıları çevre içerisinde karma ve sanatsal tasarım denilebilecek öğelerdir. Üçüncüsü, resmi olmayan kentselliğin sanatıdır. Kentsel tasarım

bir disiplin değil bir düşünme biçimidir. Ayırma ve basitleştirmeyle ilgili değil, sentezle ilgilidir (Marshall, 2009: 55).

Kentsel tasarımın yedi unsuru bulunmaktadır. Bunlar karakter, süreklilik ve kapalılık, kamusal alanların kalitesi, hareket rahatlığı, okunabilirlik, uyumluluk ve çeşitlilik. Karakter, kendine has bir kimliği olan bir mekanı, süreklilik ve kapalılık kamusal ve özel mekanların net bir şekilde ayırt edilebilirliğini, kamusal alanların kalitesi dış mekanların çekiciliği ve başarısına sahip bir mekanı, hareket rahatlığı kolay erişilebilir ve hareket imkanı olan bir mekanı, okunabilirlik net bir imaja sahip ve kolay anlaşılabilir bir mekanı, uyumluluk değişikliklere kolay ayak uydurabilen bir mekanı ve son olarak çeşitlilik farklı cinsler ve seçeneklerin var olduğu bir mekanı nitелеmektedir (Carmona ve diğerleri, 2003: 9)

Kentsel tasarım alanında dört ayrı teori tespit edilmiştir. Bunların ilki inovasyonun hizmetindeki teoridir. Bu yaklaşımda teori, inovasyona hizmet eder. Kentler inovasyon ve yeni deneyimler için birer alandır. Bilimsel formülasyon altındaki teori, özel kriterler ve bunların sonuçlarını saptamak adına bir araştırma gerektirir. Bilimsel teori, yöntem, burada daha çok sistematik olarak teorinin testini niteler. Bilimin ne olduğu ve bilimsel düzlemde teorinin nasıl bir işlev gördüğünden bağımsız olarak, kent tasarımının bilimsel olması yönünde beklenen bir teori eğilimi vardır. Bayağı problemleri kontrol adına geliştirilen teori, üçüncü teoridir. Bayağı problemler kompleks sistemler ve kullanışsız çözümlerle alakalıdır. Dördüncüsü, eleştiri öznesi olarak teoridir. Sosyal örgütlerin karşıt tarihsel kanunları, bürokratik rasyonalitesi ve ekonomik yetkinliklerinin dışavurumu olarak, kentlerin var olan pozisyonlarını onaylamak yerine eleştirel kentsel teori, kentsel mekanın politik ve ideolojik olarak aracılaştırılmış, sosyal olarak tartışmaya açık ve şekil verilebilir karakterini vurgular (Araabi, 2017).

Kentsel tasarım kentsel çevreleri şekillendirme ve yönetmeye yönelik çoğul disiplinli bir yaklaşımdır. Bu esnada hem şekillendirme süreci, hem şekillendirmeye yardımcı olan mekanlar ilgi alanındadır. Teknik, sosyal ve dışavurumcu kaygıların birarada oluşuyla kentsel tasarımcılar hem görsel ve sözlü iletişim biçimlerini kullanırlar, hem de tüm ölçeklerdeki kentsel sosyo-mekansal sürece dahil olurlar. Kentsel tasarım, mekanın üretim sürecinin bir parçasıdır (Madanipour, 1996: 117). Marshall'a göre (2016), kent planlaması, aynı türden sanatlar olan mimari, bahçe tasarımı iç tasarım ve peyzaj mimarlığı gibi

alanlarla ve yakın türden sanatlar olan görsel ve plastik sanatlar, katılımcı sanatlar, ortam tasarımı ve sanatlı tasarım gibi alanlarla ilişkili bir sanat türüdür. Örneğin Louis Kahn, kentsel tasarımı sosyal şiir tekniğine göre yorumlamış bir mimar olarak kentsel tasarıma ismini yazdırmıştır (Arkaraprasertkul, 2016). Dolayısıyla kentsel tasarım gerek sanat, gerek planlama, gerek mimari boyutlarıyla kenti şekillendirme ve düzenleme açısından söz sahibi bir faaliyet alanıdır. Kentin üretiminde de yeri bulunan kentsel tasarım, görsel ve sözlü iletişim biçimleri ile ifade bulmaktadır.

2.4.1. Kentsel Tasarımda Görsellik

Bir imajın biçimi ve tarzı inandırıcı görsel iletişimin özel ilgi alanındadır. Görsel içerikten daha güç algılanan bir biçimde bir anlam belirtir ve bakanda tepki uyandırır. Görsel tarzla ilgili birçok analiz gestalt teorisi ile biçimlendirilmiştir – gestalt teorisi, bir sunumun kendini tüm gözlemcilerle temel olarak aynı form ve biçimde sunduğunu buna rağmen bireylerin kültürel geri planları ve bireysel yatkınlıklarından dolayı bağlantı ve fantazilerin bu sunumlara karıştığını öneren psikolojik bir disiplindir. Söylev ve kinaye gibi sözlü retorik unsurlar, görsel retoriğe uygulanabilecek biçimlere çevrilebilirler. Bir imajdaki renkler, çizgiler, oluşumlar, bakış açıları, odaklar, tasarımlar ve ritimler bakana; duygular, iddialar, kavramlar, eleştiriler, temalar, fikirler ve kinayelerin varlığını çıkarsamada bulunacak bir zemin sağlar ve insan yapımı unsurların inşasını arzu ve eylemle bağlantılandırır (Poiani ve Stead, 2015).

Kentsel tasarımı çevrenin mekansal yönü olarak görmek yerine görsel olanla nitelendirmek yaygın bir durumdur. Mekanı anlama çabası içerisinde ilk başa gelenin görsel deneyim olmasından kaynaklı söz konusu algı anlaşılabilir. Objeler öncelikle görülür, ardından birbiriyle ilişkileri kavranır. Eğer bu kavrayış görsel anlama ile sınırlıysa, yalnızca biçimlere odaklanılır. Görünüşün ötesine geçildiğinde ise üç boyutlu bir deneyim olan mekansal anlama evresine geçilir. Bu mekan sadece görülmekten ziyade içine girilebilir. Aynı, mekanın tasarımına da uygulanır. Görünüşler değil, farklı amaçlar için kullanım adına mekanlar yaratılmaktadır (Madanipour, 1996: 99).

Anımsatıcı görsel imajlar genellemelere davetiye çıkarıp nedensel yorumlamaları meydana atarlar. Karşıtlıkların altını çizer ve sözlü anlatıcıların ardından gelen analogiler yaratırlar. Haritalar nedensel ilişkileri tanımlamak için özellikle etkilidir. Ayrıca görsel imajların

yanyana bulundurulması analogileri yaratabilip konumlar arası karşıtlıkları vurgular veya müdahale ve dönüşümden önce ve sonra tek bir konum alırlar. Örneğin bisiklet savunucuları trafiğin yoğun olduğu bir kentsel alanı daha önceden arabadan arındırılmış bir hali ile fotoğraf yoluyla yanyana getirerek kentsel yaşanabilirlikteki azalmayı vurgulayabilirler veya gayri menkul geliştiricileri çizimlerini lüks araçlar ve tarz giyimli insanlarla zihinlere yerleştirerek geliştirmeyi veya satmayı düşündükleri yapıyı çevrenin özel oluşunu iletebilirler. Diğer durumlarda, inandırıcı imajlar amaçlı olarak aldatıcı olabilir; görsel retorikle uyumlu bir biçimde bakanın düşünceliliğini alan ve kendisiyle alay eden bir parodiye dönüştüren, bakanın ilgisini bağlamaya çalışan durumlar sergilenebilir. Sembolizm, imaj içeriğinde bir başka önemli unsurdur. Bu, spesifik bir imaj ve soyut bir fikir arasındaki ilişki olarak anlaşılabilir (Poiani ve Stead, 2015).

Dekorasyon öğeleri cephe, sokak, köşe, ufuk çizgisi, zemin, kent simgeleri – heykel ve mobilyalar - ile şehirdeki renk olmak üzere yediye ayrılırlar. Görsel zenginlik pencere veya duvar elementlerinin karşıtlığı gibi veya bina materyalleri, renkleri, tonları ve özellikleri veya son olarak yüzeydeki ışık ve gölge karşıtlıkları gibi karşıtlıklara dayalıdır (Moughtin ve diğerleri, 1999: 38).

Gehl (2010), göz hizasında kent için on iki temel kalite kriteri önermiştir. Korunma, konfor ve haz aşamalarından oluşan bu boyutlar kısaca şöyledir: Korunma temel boyutunun ‘Trafik ve kazalara karşı korunma, kendini güvende hissetme’ alt boyutunda yayalar için güvenlik ve trafik için olan korkunun bertaraf edilmesi yer almaktadır. ‘Suç ve şiddete karşı korunma, kendini güvenli hissetme’ alt boyutunda canlı bir kamusal alan, sokakta gözler, gece ve gündüz örtüşen fonksiyonlar ve iyi bir ışıklandırma yer almaktadır. ‘Hoş olmayan duymal deneyimlere karşı korunma’ alt boyutunda rüzgar, yağmur-kar, soğuk-sıcak, kirlilik ve toz, gürültü, göz kamaştırıcı parlaklık bulunmaktadır. Konfor temel boyutunun ‘Yürümek için fırsatlar’ alt boyutunda yürümek için alan, engelsizlik, iyi bir yüzey, herkes için erişilebilirlik, ilgi çekici cepheler yer almaktadır. ‘Bekleme, ayakta durma için fırsatlar’ alt boyutunda kenar etkisi/ beklemek, ayakta durmak için çekici bölgeler, ayakta durmak için destek bulunmaktadır. ‘Oturmak için fırsatlar’ alt boyutunda oturma bölgeleri, manzara, güneş, insan avantajlarını faydalı hale getirme, oturmak için iyi mekanlar, dinlenmek için banklar yer almaktadır. ‘Görülebilecek fırsatlar’ alt boyutunda akılcı görüş uzaklığı, engelsiz görüş hattı, ilgi çekici manzara ve karanlık olduğunda ışık boyutları bulunmaktadır. ‘Dinleme ve konuşma’ alt boyutunda düşük gürültü düzeyi ve

konuşma alanları yaratabilecek sokak mobilyaları yer almaktadır. 'Oyun ve egzersiz fırsatları' altboyutunda yaratıcılık, fiziksel aktivite, egzersiz ve oyun davetleri, gece ve gündüz, yaz ve kış boyutları bulunmaktadır. Haz temel boyutunun altında 'Ölçek' altboyutunda bina ve mekanların insan ölçeğine göre tasarımı, 'İklimin pozitif etkilerine katılma fırsatları' altboyutunda güneş/gölge, ısı/soğukluk, hafif rüzgar unsurları yer amaktadır. 'Pozitif duyumsal deneyim' altboyutunda iyi tasarım ve detaylandırma, iyi materyaller, güzel bir manzara ve ağaçlar, bitkiler, su unsurları bulunmaktadır (Gehl, 2010: 239). Görsellik korunma, konfor ve haz gibi boyutlardan oluşabilmektedir. Ayrıca görsel retorik, sembolizm, görsel zenginlik gibi işlevlere sahip olabilir. Bu işlevler kentsel tasarımda görselliğin vurgulanması sonucu bir hayat kazanır.

2.4.2. Mimari

Profesyonel plancı ve mimarlarla kentleri inşa etmek ve kentlerin nasıl olacağı üzerine teoriler geliştirmek Rönesansla bir yankı oluşturmuştur. Bilinçli olarak dizayn edilmiş öğeler meydanlar ve kamusal alanları, sokak sistemlerini, varolan şehir uzantılarını ve tahkimatların yeniden geliştirilmesini içermektedir. Endüstri devrimine kadar kentsel gelişim bir dizi temel biçimle sınırlandırılmıştır. Ulaştırma yöntemleri ve hızlar yayalar, atlar ve at arabalarıyla sınırlıdır. Her bir şehir kendisine görece tutarlı bir görünüş kazandıran yerel materyaller ile inşa edilmiştir. Yapım yöntemleri taş ve kalas kullanımı ile sınırlıdır. Bu yöntem, yalnızca altı ya da yedi katı taşıyabilecek kapasiteye sahiptir. Daha uzun binalar yalnızca nadiren, özel amaçlarla yapılmaktadır. Özellikle 19. yüzyılda kapitalizmin gelişmesiyle yeni yapı materyalleri ve inşa teknikleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Diğer etkiler teknolojik gelişimleri (demiryolları, güvenlik asansörleri, dahili yakım ocağı makineleri) ve ilişkili sosyal ve ekonomik inovasyonları (hastaneler, geniş ofisler, oteller gibi sosyal kurumlar) içermektedir. Mimarlar ve mühendisler yeni talepleri karşılamak için yeni yapılar ve planlar üretmeye başlamıştır. Bu fikirler modernizm olarak bilinmektedir. (Carmona ve diğerleri, 2003: 21). Modernizm mimari ve planlamada XIX. yüzyılın sonu, XX. yüzyılın başında boy göstermiştir. XX. yüzyılın ortalarından itibaren modern kentsel planlama prensipleri, bölgelendirme kodları ve ideolojiler geniş bir biçimde merkezsizleşmenin önünü açmış, arazi kullanımlarını ayırmış, özel otomobillerin yükselen popülaritesi tarafından genişleyen bir hareket kabiliyeti sağlamıştır (Siemiatycki, 2015).

Kentsel yapının üç karakteristiği yerleşke, olay ve göstergedir. (Rossi, 1982: 7). Mimar, gösteren bir mekan inşa etmek istemektedir. Gösteren, gösterilen karşısında neyse form da işlev karşısında odur: form işlevi ifade etmekte, onu bildirmektedir (Lefebvre, 2014: 164). Ziyaretçilere deneyimlerini konumlandırma fırsatı veren ve bölgeyi tanınabilen işaretlerle tanımlayan, yapılar, bina cepheleri ve mimariden oluşan fiziksel biçimdir (Edwards ve diğerleri, 2009: 97). Neredeyse tüm Avrupa kentlerinde geniş saraylar, siteler veya kentin tüm parçalarını oluşturan ve işlevleri artık orijinalliğinden bağlantısız olan kümelenmeler bulunmaktadır. Birisi bu tür bir yapıyı ziyaret ettiğinde, her zaman yapıyla ilişkili bir dizi soru karşısında şaşkına döner. Özellikle bu tür bir yapının zaman içerisinde içerdiği işlevlerin çoğulluğu ve bu işlevlerin biçimden bağımsız olması sonucu vurgun yemiş gibi olur. Aynı zamanda bizi etkileyen, içinde yaşadığımız ve deneyimlediğimiz, kenti yapılandıran unsur, biçimdir (Rossi, 1982: 29). Şehir planlamasında köşe, özellikle kent köşesi kentsel alanın süsleme ve dekorasyonuna girişte geniş bir bağlam sunar. Kent alanının meydanının veya kamusal alanın süslemesi köşelerinin muamelesine bağımlı değildir. Anlamını ve estetik kalitesini biçiminden, cephesinden, yer düzleminden ve mobilyalardan alan sokak manzarası köşeler ve kavşaklarla büyük derecede renklendirilmiştir. Eğer dikkatli bir biçimde ele alınırsa önemli köşelere verilen tanınırlıkla kentin patikaları ve düğümleri kent simgeleriyle canlandırılır ve onlarla yaşayan ve çalışanlar için daha hafızada kalan bir yer edinir (Moughtin ve diğerleri, 1999: 157).

Bir turizm bölgesinde biçim ve yapı arasında bir ilişki vardır ve farklı çevreler, farklı türden davranışları teşvik etmektedir. Bir turizm bölgesinin mekansal özellikleri, belirli turistik performansları sağlayan bir sahne oluşturmaktadır (Edwards ve diğerleri, 2009: 98). Kent simgeleri, heykeller ve mobilyalardan bazıları muhteşem mimari anıtlar olan ve şehrin tepesini süsleyen bu objelerden birçoğu, kenti organize etme ve yapılandırmada temel kent imgeleridir. Diğerleri daha yerel kent simgeleri olup yabancıları yönlendirmek ve seyir halinde gitmeyi kolaylaştırır. Sokakta veya meydanda yer alan mobilyalar ve donatılar, atlı heykel, zafer kabartması, anıtsal sütun veya çeşmeler gibi muhteşem kentsel anıtlar bu türden simgeler olabilir. Alternatif olarak sokak mobilyaları, sokak lambası veya park tezgahı gibi daha faydaya yönelik fakat kentin dekorasyonunda daha az önemli olmayan unsurlar bu simgelere örnek gösterilebilir (Moughtin ve diğerleri, 1999: 157).

Mimari, gerçekliği biçimlendiren ve maddesel olanı estetik bir anlayışa adapte eden, değerini insan yapımı olmasından alabilecek bir olgudur. Bu durumda mimari yalnızca

insan koşullarının mekanı değil, fakat kendisi bizzat bu koşulların bir parçasıdır ve kentte anıtlar, bölgeler, konutlar, iskan edilmiş uzamdan ortaya çıkan tüm kentsel yapıtlar tarafından temsil edilir. (Rossi, 1982: 34).

Yapılar, sokaklara kimlik kazandıran en önemli bileşenlerden biridir. Sokak ve meydanlar binalara erişebilirliği sağlarken; binalar da yükseklikleri, cephe oranları, kütle hareketleri, çatı biçimleri, kullanılan malzeme ve detaylarıyla birlikte onları biçimlendirir (Palabıyık, 2012: 551).

Vitruvius'a göre üç sokak manzarası trajik, komik ve satiriktir. Her bir sokak manzarasının ayırt edilebilen bir dekoratif etkisi vardır. Trajik manzarada sokak, sütunlar, alınlıklar ve heykellerle çizilidir. Bu, klasik bir sokaktır. Komik manzara, sıradan insanın evi ile bir karşıtlık oluşturur ve balkonlarla, pencere dizileriyle ve konutlarla dekore edilmiştir. Satirik sokak ağaçlar, oyuklar, dağlar ve peyzaj tarzının diğer objeleriyle dekore edilmiştir. Kent sokağı üç işlevsel tarza göre gruplanır. İlk olarak tiyatrolar, konser alanları, müzeler ve hükümet binaları gibi kentsel binaların baskın olduğu kentsel sokaklar vardır. İkinci olarak ticari sokaklar gelir. Yerleşkesel sokaklar ise kent alanının en geniş kesimini oluşturur. (Moughtin ve diğerleri, 1999: 44). Mimarinin iki önemli bileşeni işlev ve biçimdir. İşlevler, sokak mobilyaları, sokak lambası ve park tezgahı gibi faydaya dönük ihtiyaçların giderilmesini sağlarken biçim, mimarinin, maddesel olanı estetik olanla birleştirme kaygısı üzerinde yükselir. Modernizmde işlev ve biçim bir gösteren-gösterilen ilişkisi sergilerken, postmodernizmde işlev biçimden bağımsızlaşmıştır. Birbirinden uzaklaşan işlev ve biçim, mimaride parçalanmış, geçirgenleşmiş, kitsch olana bürünmüş bir tarzı oluşturmuştur. Dolayısıyla yeni mimaride deneyimler de tercihlerin bir sonucu olarak parçalanmış, geçirgenleşmiş ve kitsch olandan yanadır. Belki de bunu en iyi açıklayan örnek bedensel deneyimlerdir. Görme, dokunma, tatma ve koklama öğelerini içeren bedensel deneyimler, yaşandığı gibi bir yer bulmak istemektedir. Bunun sonucunda şekillenen mimari, bedensel deneyimleri çeşitli ölçeklerde bölümlendiren bir yapı sergilemektedir.

2.4.3. Mimari Üsluplar

Argan ve Quincy'nin yazılarından etkilenen İtalyan ve İspanyol bir grup mimar ve teorisyen, kentsel yapıları tipoloji ve morfoloji yönünden ifade etmiş, yapıları ve kentleri

hafızanın tiyatroları addetmişlerdir. Neorasyonalistler habitatın temel biçimlerini bulmaya çalışmıştır. Tipolojiye dönüş, zihindeki arketipal, evrensel yapıların varlığını belirleyen yapısalcı düşünceden etkilenmiştir. Kentsel tasarıma çevrildiğinde bunlar, modernist mimarinin soyut platonik yapıları değil, endüstri öncesi kentlerin mevcut inşa edilmiş yapılarıdır. Tipoloji aynı zamanda işlevselciliğin yapısökümünü mimari ve kentsel tasarım için bir hedef olarak tasdik eden ve mimarinin okunmasını birçok yoruma açık bir metin olarak tasvip eden yapısökümcülüğten de etkilenmiştir. Bu bakış açısına göre mekanın anlamlılığı işlevinde veya biçiminde değil, kendisiyle bağlantılı hatıralarda yatmaktadır. Bu tür bir anlayış farklı çalışma alanlarının, özellikle antropoloji, kültürel coğrafya, kentsel tarih ve ekonominin mimari için önemli hale geldiğini açığa çıkarır. Avrupa Şehri'nin Yeniden Yapılanma Hareketi olarak bilinen hareketin ana temaları, tarihi merkezlerin, kolektif yaşamın arzu edilir modelleri olarak fiziki ve sosyal koruması, kent morfolojisinin öncül organize edici unsuru olarak kentsel mekan fikri, yeni mimari disiplin temelli tipolojik ve morfolojik çalışmalar, sokakları, meydanları ve kalacak yerleri yeniden yapılandırmaya yönelik acil ve kesin faaliyetlere izin verilmesinin teslimi hakkında artan farkındalık ve kolon, duvar, çatı gibi mimarinin öncelikli unsurlarının yeniden keşfidir (Ellin, 1999: 36).

Modernist kentsel tasarımda kent yukarıdan, soyut bir biçimde görülür, düzenlenmeye ve yönetime ihtiyacı vardır. Postmodern kent tasarımı kentin parçalarına, görülebilen yerlerine, bunların anlamı ve canlılığına odaklanır. Modernist kentsel tasarım sosyal olan ile de ilgilidir ve yeni teknolojilerin sosyal problemler için bir çözüm önereceği inancına sahiptir. Postmodern tasarım sosyal problemlerle ilgilenmez fakat tasarım sürecinde kamusal katılıma yönelik önemli bir baskı unsurudur. Postmodern kentsel tasarım modernizmin düzen ve geometriye yaptığı vurguyu reddeder ve çeşitlilik ve farklılık için gayret eder. Postmodern kentsel tasarım arazi kullanımında karışımı destekler ve modernizmdeki rasyonel olarak organize edilmiş bölümlerdeki ayrı arazi kullanımına karşıt olarak kentsel mekanlara canlılık verilmesinden yanadır. Postmodern kentsel tasarım eklektik bir tarza sahiptir ve çeşitli tarihi süreçlerden ödünç aldığı bir kenti tarihi ve mekansal bir süreç olarak görme gerçekliğine sahiptir. Modernist tasarım ise geçmişle bağlarını koparmış, yalnızca geleceğe bakmaktadır. Postmodern kentsel tasarım, tasarımın yer aldığı bağlama öncelik vermekte iken modernist bağlamı ve varolan sosyo-mekansal bünyeyi göz önüne almaz. Postmodern kentsel tasarım süslemeyi, çifte kodlamayı ve renkendirme desteklerken, modernizmin biçimde saflık ve beyaz renk vurgusundan

uzaktır. Postmodern kentsel tasarım yaya hareketini teşvik edip kentsel mekanda arabaların kontrol derecesini hesap ederken, modernist tasarım arabalara kentte merkezi bir rol atfedip yol yapım faaliyetlerine odaklanır. Postmodern kentsel tasarım sokakların, meydanların alçak binaların kentine dönmekten bahsederken modern tasarım yüksek yapılardan yanadır (Madanipour, 1996: 194).

Kentsel tasarımda yirminci yüzyıl Güzel Şehir akımıyla başlamıştır. Güzel şehir, baskın paradigma olarak kent geometrisine Barok bir yaklaşım içerir. Aynı zamanda deneycilik (gerçekçiler) ve rasyonalizm, gelişen modern hareketin dallarındandır. Bahçe Kent ve komşuluk birimleri, daha önceki akımları örnekleyip Tony Garnier'in City Industrielle'si, Le Corbusier'in kent tasarımı modelleri ve Bauhaus daha sonraki akımları örneklemektedir. Yirminci yüzyıl boyunca iki düşünce çizgisi arasında hala süregelen bir gerilim vuku bulmuştur. Ayrıca ticari işlevselciliğin kent tasarımları ve radikal geometrilerin keşifleri (temel olarak bina öçeğinde uygulanan) de aynı döneme denk gelmektedir. (Lang, 2005: 54).

Kozmik mimari, istikrar ve kesin düzen ile ayırt edilebilir bir mimari biçimdir. Entegre bir mantıki sistem olarak anlaşılabilir ve rasyonel ve soyut olarak görülebilir. Ne fantastik ne de pastoraldir. Biçimleri dinamik olmaktan ziyade statiktir. Dışavurumdan ziyade zorunlu olanı amaçlar. Kozmik mekan sıkı sıkıya geometrik ve düzenli bir örgü veya dikey eksenlerin kesişimi şeklinde somutlaşmıştır. Labirent mekan olarak isimlendirilmiş şekliyle tersine dönme olarak da bilinir. Labirent mekan herhangi bir tanımlanmış veya amaç odaklı yöne sahip değildir, herhangi bir başlangıcı veya bitişi yoktur. Güçlü kozmik mekanlar, sistemin net bir şekilde görselleştirilmesini talep ederler. İslam mimarisinde kozmik mimari en önemli tezahürünü bulur. İslam kenti, geometrik ve labirentsi mekanın kombinasyonundan oluşur. Temel kamu binaları dikey örgülere dayalıyken (cami, medrese vd.), özel konutların bulunduğu bölgeler, çöl merkezli İslam kültürünü ve Arap yerleşimlerinin sosyal yapısını dışavurur biçimde labirentsidir; dikey ve yatayların soyut varlığı, genel düzeni somutlar ve kozmik karaktere ilk imayı verir. İç mekanda bu karakter ideal bir dünyanın tezahürü ve bireyin çöl yolculuğunun hedefini belirten saf ışığın, bitki örtüsünün ve suyun renkleri olan beyaz, yeşil, mavinin bir cennetidir. Modern zamanlarda kozmik düzenin imajı, politik, sosyal ve ekonomik yapıları somutlaştıran mekansal sistem içerisinde yozlaşmıştır. (Norberg-Schulz, 1976: 73). Avrupa medeniyetindeki maddi kurumlar arası ilişkiler yerine İslam medeniyetinde insanlar ve gruplar arası ilişkiler

üzerine bina edilen yapılar söz konusudur. Geleneksel İslam şehirlerinde cami, modern zamanlardaki gibi sadece dini faaliyet alanı değil, aynı zamanda sarayı, medreseyi, çarşığı ve mahalleleri organik bir şekilde birbirine bağlayan bir oluşumdur (Demirci, 2012: 69-78).

Kent tasarımını mimari tasarımla uzlaştıran diğer ilkörnekler eski yapıtlar ve Rönesans'ı işaret eder. İtalya ve İspanya'da özellikle yaygın olan üslubun abartılması en yüksek estetik ideal olarak taklidin klasik unsurunu niteler. Neorasyonalizm gibi neoklasisizm de fiziksel biçim ve bağlantılı anlamlarına odaklanır ve emsallerin ve tipolojilerin çalışılması yoluyla keşfedilen ebedi tasarım özelliklerini göz önüne alır. Fakat neorasyonalizm kolaj üretirken neoklasisizm hiyerarşi ve aksel düzenleme üretir. Ayrıca neorasyonalizm çoğalan (marjinal) faaliyetleri uygularken, neoklasisizm yaygın yeniden yapılandırmayı uygular. Neoklasisistler otonominin temel prensibini küçümsemişler ve hiyerarşinin kuralları ve sınırlandırma tarafından yönetilen kompozisyon prensipleriyle Barok mekansal ardışıklığını yeniden keşfetmişlerdir (Ellin, 1999: 38).

Romantik mimari güçlü bir atmosfer şeklinde karakterize edilir. Fantastik ve gizemli şekillerde ortaya çıkabilir, aynı zamanda samimi ve pastordur. Genelde yaşayan ve dinamik karakteriye ayırt edilir ve dışavurumu amaçlar. Biçimleri organizasyondan ziyade büyümenin sonuçlarıdır ve yaşayan doğanın biçimlerini andırır. Romantik mekan geometrik olmaktan ziyade topolojiktir. Kentsel düzlemde bu temel biçimlerin yoğun, belirsiz kümeler, özgür ve çeşitli bir dizi olması anlamına gelir. Romantik mimarinin atmosferi ve dışavurumcu karakteri formal kompleksite ve tezatlık vasıtasıyla elde edilmiştir. Basit, anlaşılır hacimlerden kaçınılmış, bunlar, hattın güç ve dinamizm olduğu yerde şeffaf, çatisal yapılara dönüştürülmüştür. Bu tür bir yapılandırma mantiki olsa da, üyelerinin çokluğu, detaylandırmadaki farklılık ve özgür süslemenin tanıtımı bağlamında irrasyonel olarak tezahür etmişlerdir. İç ve dış ilişkisi de kompleks olup romantik bina ve yerleşimler tırtıklı ve vahşi bir silüet olarak karakterize edilmiştir. Işık, makul bir unsur olmaktan ziyade çeşitlilik ve atmosferi vurgulamak için kullanılmıştır. Yakın geçmiş mimarisinde romantik karakter tamamen temsili almış ve muazzam bir şekilde yorumlanmış halini Art Nouveau üslubunda bulur (Norberg-Schulz, 1976: 73). Sanatçıların Art Nouveau tarzını yaratmasına birkaç farklı etmen yol açmıştır: Victoria sanatına karşı çıkarak karışıklığın azaltılması ve doğal formların daha fazla araştırılması yönünde bir çağrıda bulunan William Morris ve John Ruskin'in fikirlerinin etkisi; güçlü bir grafik

içeriğe ve zengin renklere sahip Japon sanatına yönelik Avrupa’da başlayan yeni moda ve Çek sanatçı Alfons Mucha’nın yapıtları – Paris gibi belli başlı uluslararası merkezlerde çokça kullanılan posterleri, dolaşık kıvrımlara, çiçek imgelerine ve tensel kadın güzelliğine yönelik bir akım başlatmıştır. Art Neouveau etkisi en güçlü şehirlerde hissedilmiş, üst sınıflara ait konutların ve zengin ve kültürlü müşteriler çekmek için güzel, çağdaş modellere rağbet eden otel gibi binaların tasarımında yaygın biçimde kullanılmıştır. Kıvrımları süslemede bina düzenlemesine göre daha yararlı olmuştur; binaların çoğunda düz çizgiler ve dik açılardan oluşan duvarlar ve bölmeler yer alır. Ama Art Nouveau’dan etkilenmiş olan bir mimar kıvrımları diğer herkesten daha etkin kullanmayı akıl etmiştir. (Wilkinson, 2015: 92-94).

Açık mimari temasının varyasyonlarından biri, kullanıcının son noktayı koyacağı açık veya yarı tanımlanmış yapılar üretmektir (Ellin, 1999: 40). Örneğin refüj pikniği kentsel tasarımın dışında şekillenmemiş, kentsel tasarımın içinde kendiliğinden varolmuştur. Kullanıcılar, meydan okuyan yerleşim birimlerinde mekanları biçimlendirmiş ve yapmışlar, normatif düşüncenin dışında davranmışlardır. Kamusal mekanları planlama ve yaratmanın geleneksel yolları kullanıcı ihtiyaçlarını gidermeye yetmemiş ve kullanıcılar, kurumsal düzene meydan okuyan mekan yapımlarında yer almaya devam etmiştir. Bu bağlamda, bilim insanları ve uygulayıcılar arasında tasarlanan mekan ve yaşanan mekan arasındaki, ya da temsil mekanları ve mekan temsilleri arasındaki ayrımın üstesinden gelmek için güçlü bir arzu belirlemiştir (Sankalia, 2014). Modern mimari, postmodern mimari, neoklasist mimari, neorasyonalist mimari, kozmik mimari, romantik mimari ve açık mimari gibi ögelere göre biçimlenen mimari üsluplar kenti şekillendirmenin anahtarları olmuştur. Modern mimaride düzen ve geometriye yapılan vurgu önde gelirken, postmodern mimaride çeşitlilik ve farklılığa bir yönelim belirlenmiştir. Neoklasist mimaride hiyerarşi ve eksenel düzenleme mevcutken neorasyonalist mimaride kolaj üretimi baskındır. Kozmik mimaride geometrik ve düzenli bir örgü ile dikey kesenlerin keşişimi vuku bulmakta iken romantik mimaride dışavurum amaçlı, samimi ve pastoral bir hava vardır. Son olarak açık mimaride kullanıcının son noktayı koyacağı açık veya yarı tanımlanmış yapıların üretimi söz konusudur. Her bir mimari üslup farklı tercih ve deneyimlerle şekillendirilmiş olup biçimin farklı türlerine denk gelmektedir.

2.4.4. Planlama

Planlamanın giderek kamusal bağlamındaki sorunlar karşısında aciz kalmasıyla kentsel tasarım da daha kısa vadeli, daha uygulanabilir olan ve postodernite ile yoğun biçimde tartışılmaya başlanan 'kimlik' ya da 'çoğulculuk' gibi kavramları bünyesinde barındırma potansiyeli taşıyan bir eylem alanı olarak gündeme gelmektedir. Bu çerçevede içerisinde kentsel tasarımın iki yönü olduğu, bir taraftan modernizmin açıkta bıraktığı farklılık, çoğulluk ya da çeşitlilik temelli bir yaklaşımla bireyi ön plana çıkaran bir düşünceye temellendiği, diğer taraftan mekanın metalaştırılması ve pazarlanması anlamında ekonomik birikim koşullarınca yönlendirilen bir araca indirgenmesinin aynı zamanda birey haklarının da yok edilmesi anlamına gelebileceği öne sürülebilecektir. (Dündar, 2002: 6).

Kentsel yönetimin beş yönetsel fonksiyonu vardır: planlama, organize etme, işe alma, liderlik etme ve kontrol. Üretim, sosyal sorumluluk, esneklik gibi geleneksel yönetimin birçok prensibi, eşit biçimde kent yönetimi için de kabul edilebilirdir. Kent yönetimi, temel altyapı, barınma ve işe erişimle eşleşen nüfus büyümesini sağlama alan politikalar, planlar, programlar ve pratikleri göz önünde bulundurur. Kent yönetiminin özü, kentin kent gelişim hedeflerine varması için kaynakların gelişim, yönetim ve koordinasyonunda aktif bir rol almasıdır. Kent yönetiminde iki geniş yaklaşımdan bahsedilmiştir. Bunların ilki, mekansal planlama geleneğinden gelen altyapı, iş, kalınacak yerler ve diğer kent fonksiyonlarının konumunu gözeterek yaklaşımıdır. İkincisi, küresel ekonomide kenti daha rekabetçi bir hale getiren, performans ve hesap verebilirlikle ilgili neo-liberal politikaların gelişimiyle bağlantılı yeni kamusal yönetim yaklaşımıdır. Araştırmacılar, kent yönetiminin aslen neo-liberal düşünceyle bağlantılı olmadığını, yeni ortaya çıkan politika ve felsefelere adapte edilme ihtiyacı içinde olduğunu belirtmişlerdir (Pearce, 2015).

Kentsel tasarım ekonomik gelişim, sosyal adalet, mesken biçimlerinin seçimi, çeşitli ulaşım araçlarına erişim, tarihi kentsel bünyelerin uyumlaştırılarak yeniden kullanımı gibi çeşitli konuları kapsamaktadır (İnam, 2011). Kentsel tasarım ve kentsel planlama, birkaç birbirinden çok farklı ölçek düzeyini içermektedir. Geniş ölçekte bütünsel bir yaklaşım köşeler, işlevleri ve trafik olanaklarını içermektedir. Bu, uzaktan görülen kent veya havadan perspektiftir. Orta ölçek gelişim ölçeği, şehirdeki bireysel bölümlerin ve köşelerin nasıl tasarlanacağı, binaların ve kent mekanının nasıl organize olacağını içeren ölçektir. Bu kentsel planlama, alçaktan uçan helikopter perspektifidir. Üçüncü olarak küçük ölçek,

insan peyzajı ölçeği gelir. Bu, kent mekanı deneyimini göz düzeyinde kullanacak olan insan kentidir. Burada ilginç olan şehrin geniş hatları veya binaların olağanüstü yerleşimi değil, şehirde yürüyen veya kalanlar tarafından sezilen insan peyzajının kalitesidir (Gehl, 2010: 195).

Doğu Batı arasındaki farklılığın yansıdığı somut alanlar ontoloji, mekan ve zamandır. Konunun mekansal bağlamı olan mimari açısından baktığımızda en açık farkın kent planlamacılığı alanında kendini hissettirdiği görülür. Sözelimi İslam kent planlamacılığında boşluk, bir nesnenin etrafındaki boş alan olmadığı gibi, o boşluğu o nesne de belirlemez. İslam tasavvurunun kent anlayışında kenti kent yapan, yalnız evler değil bütün bu faaliyetlerin içinde barındığı yapılar, yapı grupları ve bunları birbirine bağlayan ulaşım, altyapı, sosyal donanım sistemleri ve bunları tevzi eden, işleten kuruluşların bütünüdür. İslam kültüründe kent ve kent imajı, aslında biraz da cennet tasavvurunun yansımasıdır. Batıda ise her boşluğa kocaman bir anıt dikilir ve boşluğu belirleyen de o anıttır. Boşluğun mutlaka doldurulması aslında dolaylı olarak, insanın çevresini belirleme çabasıdır. Bu bağlamda Batı kentleri özellikle Rönesans'tan itibaren bir 'üst otorite'nin mutlak gücünü yansıtacak şekilde –malzeme farklılığı şeklinde değil de belirlenmiş ve aşırı kuralcı bir şekilde şekillenmiştir (Bağlı, 2012: 21).

İnsan vücudu, duyumlar ve hareketlilik, insanlara iyi bir kent planlaması sunmak için anahtar unsurlardır. Tüm cevaplar burada, kendi bedenimiz içindedir (Gehl, 2010: 59).

Kentlerde çağdaş tercihler ızgara planlı kent blok örüntüleri ve geçirgen sokak düzenlemeleri üzerine kuruludur. Böylesi bir tercih net iken, niçin hiyerarşik, ayrılmış, içe dönük düzenlemelerin vuku bulduğu da ayrı bir gerçekliktir. Bu tür düzenlemelerin yaygınlığı göz önüne alındığında geçirgenliği azaltmaya yönelik aktif bir direnç gerekmektedir. Eğer yüksek düzey bir geçirgenlik sağlanmışsa, gerektiği durumda tasarım ve yönetim ile, ayrışma bunun daha sonraki sonucudur. Geçirgenliği sağlamak için tüm sokaklar yol gösterici olmalı ve başka sokak ve mekanlarda sona ermelidir. Böylesi bir prensip geçirgen ızgaralar yaratabilecektir. (Carmona ve diğerleri, 2003: 86).

Kentsel Tasarım Rehberleri için temelde üç hedef kitleden söz etmek mümkündür. Bunlardan birincisi, karar vericiler ve profesyonelleri içeren gruptur. Söz konusu hedef grup, 'kentsel çevreyi' karar üretme eylemleriyle doğrudan etkiler; ilgili bakanlık

kuruluşlarından, yerel yönetimlere kadar uzanan bürokratlar grubu olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda, yerel yönetimlerde çalışanlar da bu grubu temsil etmekte ve karar ortamında yer almaktadırlar. İkinci grup ise ‘kentsel tasarım’ üzerinde doğrudan etkisi olan ve bu konuda çalışanlar, danışmanlar, tasarımcılar, uzmanlar ve uygulayıcılardır. Bu grupta kentsel tasarım sürecinde özellikle tasarım boyutunda aktif olan kesim tanımlanmaktadır. Kentsel çevreyi üretmek ve kaliteli çevre yaratmak için çalışan planıcı, mimar, kent tasarımcısı, peyzaj mimarı, girişimci, hukukçu ve finansal kesim söz konusu grubun en önemli temsilcileridir. Üçüncü grup ise kentlilerdir. Kentsel çevre kalitesinde etkin olan, gelişmede referans oluşturan, yapılı çevreye ilişkin karar verme sürecine katılan kesimdir. Söz konusu kararlar sürecin gelişiminde etkin katılım gerektirmektedir. Bu bağlamda, karar ortamında etkin olmak, süreci izlemek, önce danışman devamında ise kararda oy kullanan olmak gerekmektedir. Etkin bir tasarım sürecinde katılımı önemli olan amaç ve ilkelerle sürekli buluşmak ve izlemek gerekmektedir (“Kentsel Tasarım Rehberleri / Cilt II: İçerik”, 2016).

Amerika ve Avrupa durumlarında olduğu gibi kamu-özel partnerliği yönetimindeki özelleştirmeden ayrı bir biçimde Türkiye’de kentsel dönüşüm bağlamında, merkezi olarak konumlanmış kamusal alanlar üzerinde artan bir baskı vardır. Diğer modellerden ayrı bir biçimde söz konusu Ekdi ve Çıracı’nın çalışmasında (2015), kamusal alanın farklı boyutları arasında net bir ilişki tespit edilmiştir. Özellikle kullanıcı aktiviteleri ve canlılık arasında ve kontrol derecesi ve kullanıcının güvenlik algılaması arasında güçlü bir ilişki vardır.

Kent tasarımı, insan davranışı ve iyi olma hali üzerinde yapı tasarımının etkisini hafifletebilmektedir. İki çevresel stres etkisi kalabalık ve gürültünün; mesken, okul, iş ve kente gelme mekanlarında bulunan insanlar üzerindeki etkisi ölçülmüş, bu iki stres etkeni sıklıkla insanlar üzerinde etkili ve uygun bir şekilde tasarlanmazsa ters etki yaratabilecek etkinlikte bulunmuştur. Bunun önüne geçmek için uygun bir akustik tasarım, yarı kamuya açık alanlar ve yürünebilir alanlar gibi öneriler geliştirilmiştir (Park ve Evans, 2016).

Turizmin kentsel biçim üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Tarihi olarak üretici hizmetleri, dağıtım ve imal edilen ürünleri üzerine uzmanlaşmış eski endüstriyel kentler, turist destinasyonu kentlerin mekansal organizasyonundan ayrılmaktadır. Büyük mağazacılık ve ürün üretimi faaliyetleri, eski endüstriyel merkezlerin limanları etrafında kümelenmişken, lüks oteller ve son teknolojiye sahip meskenler, çağdaş turist kentlerinin kıyıları boyunca

uzanmıştır. Çekirdekleri, ofis kullanımlarından ziyade perakendecilik ve eğlence tesisleri tarafından domine edilmekte, merkezi olarak konumlanmış işçi sınıfı mesken bölgelerine ender olarak rastlanılmaktadır. Sonuç olarak kent merkezi, o yerin sakinlerinden ziyade hali vakti yerinde ziyaretçilere ait hale gelmiş, bu durum işçi sınıfı meskenlerinin kentin çekirdeğinden dışlanmasına neden olmuştur. Turist alanları arzu edilmeyenlerden korunmasına rağmen, kentin diğer kısımlarının bozulmasına müsaade edilmiş, ve bu mekanlar kriminal faaliyetlerin, kuralsızlığın, fiziki çürümenin merkezleri haline gelmiştir. (Fainstein ve Gladstone, 1999: 23). İyi bir planlama için tüm cevapların burada, kendi bedenimiz içinde olması deneyimleri akla getirmektedir. Deneyimlerden yola çıkarak hazırlanmış bir kent planlamasının başarısız olması için hiçbir neden bulunmamaktadır. Öte yandan turist merkezlerinin dışında kalan yerler için fiziki ve manevi çürüme, planlamanın yetersiz olduğu durumlardan birini yansıtmaktadır. Yeterli düzeyde bir planlama için kent yönetiminin de başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi elzemdir. Altyapı, iş ve kalınacak yerlere yönelik planlama ve düzenlemeleri içeren kent yönetimi ancak tüm paydaşlarca gayret gösterildiği takdirde işlev kazanacaktır. Bürokratlar grubu ve uygulayıcıların ürettiği kent planları bireyi ve ihtiyaçlarını baz aldığı ölçüde başarılı olacaktır. Söz konusu planlar yalnızca belirli bir kesime yönelik olarak değil, belirli bir mekanda bulunan tüm bireylerin deneyimlerine yönelik olduğu müddetçe kapsayıcı olacaktır.

2.4.5. Kent Deneyimi

Mekanlar, öngörü-performans ve hatırlama döngüsü içerisinde varlık kazandıkları zaman turist mekanları haline gelirler. Turistik mekanlar sermaye, kişiler, nesnelere, işaretler ve bilginin şebekelenmiş hareketleri doğrultusunda ekonomik, politik ve kültürel olarak üretilmiştir (Urry ve Larsen, 2011: 119). Kartezyen anlayışın ve daha sonra da İtalya’da Rönesans’ın filizlenmesiyle birlikte insan, gözünü doğaya çevirmiştir ve bu, yeni bir “doğa kitabı metaforu”nu doğurmuştur. Doğa kitabı metaforu temelde doğayı, üzerinde ‘değişiklik yapılabilir’ ve ‘değişim seyri öngörülebilir’ anlayışını besleyerek, onun somut verimlilikler sağlanabilir bir alan olmasına da neden olmuştur. Bizim onu algılamada kullandığımız teknikler ve onun bizim tekniklerimizi belirlemede oynadığı rol üst üste ötüşerek oluşmaktadır. Yazarın deyişine göre “İçimdeki kainatı keşfedebilmem, dışımdaki dünyanın anlaşılabilmesine, yorumlanabilmesine bağlı; oradaki koşulların uygunluğuna bağlı”dır (Bağlı, 2012: 15).

Lynch'e göre (2015: 52-53) kent imgesinin beş bileşeni vardır. Bunlar yollar, kenarlar, bölgeler, düğüm/odak noktaları ve işaret öğelerinden oluşurlar. Yollar sokaklar, yaya yolları, toplu taşıma alanları, kanallar ve demiryolları olabilir. İnsanlar hareket halindeyken kenti gözlemler ve bu yollar üzerinde diğer çevresel öğeleri algılayabilir ve bütünle ilişkisini kurarlar. Kenarlar, gözlemciler tarafından ulaşım aksları olarak kullanılmayan doğrusal öğelerdir. İki bölge arasında sınır işlevi görür, sürekliliği doğrusal olarak bölerler. Kıyıları, demiryolları, gelişme bölgesi sınırları ve duvarlar kenar öğelerine örnektir. Bölgeler iki boyutlu alanlar olarak algılanır ve kentin orta ve/veya büyük ölçekli bölümlerini oluştururlar. Gözlemci psikolojik olarak bu alanların içine girdiğini hisseder. Bunlar bazı ortak belirleyici karakterleriyle tanımlanabilirler. Düğüm/odak noktaları gözlemcinin kente girebilmesini sağlayan stratejik noktalardır. Öncelikle ulaşım sisteminde kesintilere neden olan kavşaklar olabilirler; kentin bir bölümünden diğerine geçiş noktalarını oluştururlar. Düğüm noktaları köşe başı faaliyetlerini barındıran ve kapalı bir meydanı oluşturan alanlarsa fiziksel özelliklerin veya kullanımların yoğunlaştığı alanlar olma özelliği taşır. Bu toplanma noktalarının bazıları bir bölgenin çekirdeğini ve faaliyet merkezini oluşturmaktadır. İşaret öğeleri diğer bir noktasal referans kaynağını meydana getirmektedir. Ancak harici öğeler olduklarından gözlemci bu oluşumların içine giremez. Bunlar çoğunlukla kolay tanımlanabilen fiziksel oluşumlardır; bir bina, bir işaret levhası, bir dükkan veya bir dağ gibi.

Bir kültürdeki insanlar göstergelerin karışıklığı, onların anlamlılığı ve anlamı için bir çerçeve adına ayırt edici semiyotik kaynaklar üretecektir. Kress, çerçeveleme dışında bir anlam olmayacağını ileri sürmüş ve bu çerçevelemenin sürecin sosyal bir etkisi olduğunu savunmuştur; dolayısıyla sosyal semiyotik iş başındadır. Bu çerçeveleme veya bir göstergenin yorumlandığı bağlam her bir durumda araştırılmaya muhtaçtır fakat kimlikle bağlantılı olarak özellikli faktörlerin oyun alanına gireceğini iddia etmek mümkündür. Bir imajdan türetilen anlam, yorumlamayı çerçeveleyen faktör sırası arasında karşılıklı etkileşimden ortaya çıkacaktır. Mekan yapımında yedi faktör bulunmaktadır (Biddulph, 2014):

- Bu faktörlerin ilki, imajı okuyan ya da üreten bireyin başarısı;
- Bir profesyonel veya daha geniş sosyo kültürel çevre tarafından biçimlendirilmiş ve sunumun biçim ve tarzları ile tanışık grafik kültürünün etkisi;

- İmajın biçimi ve içeriğinde aranan öncelikler üzerindeki profesyonel kültürün etkisi veya teorik yan anlamlar;
- Özellikle profesyonel olmayan aktörlerin çıkar ve endişelerini biçimlendiren eğitim, eğitimin ötesinde, sosyo-kültürel çevrenin deneyim ve özellikleri;
- Yapıların, örneğin, kullanımıyla anlamlı sermaye değeri,
- Değişim ve sembolik değer sunan, üretim ve tüketim biçimleri için ortam sunan politik ekonomi;
- Bireyin çeşitli sosyal pratikleri tarafından biçimlendirilen mekan veya yerin özellikleridir (Biddulph, 2014).

Öznel kent morfolojisi mekan kavramıyla ilişkilidir. Bilişsel bir yapı olarak kent, boyut, önem, anlamlılık açısından çeşitlilik gösteren bir dizi mekan olup birçok işaret tarafından tanımlanır ve net veya bulanık uçlara, geçiş eğimlerine sahiptir. Bu mekanlar yollarla bağlantılı olup bariyerlerle ayrılırlar ve yönleri içeren bazı konumsal çerçevelerle ve mekan/zaman uzaklıklarıyla ilişkilidirler. Her bir mekan, kendisi ile ilişkilendirilmiş değerler ve duygulara sahiptir, her bir rota ve bariyer kolaylık ve zorluğuna, pozitif ve negatif değerine göre değerlendirilmiştir. Bu yapılar, geniş veya dar gruplar ve davranışlar tarafından paylaşılıp işaretleri fark etme, anlama ve uymaya, objektif morfolojiden ziyade bu şemalara uymaya bağlıdırlar. Bu, davranışı etkileyen öznel çevredir. (Rapoport, 1977: 177).

Sokak modelleri, mekan tasarımı, zengin ayrıntılar ve yoğun deneyimler yaya yollarının kalitesini ve yürüyüş zevkini etkilemektedir. Şehrin kenarları da rol oynamaktadır. Yürürken bakılması için çok vakit vardır ve göz seviyesinde yakından geçilen zemin kat cephelerinin kalitesi tur kalitesi için özellikle önemlidir. Canlı şehirler için uğrak sokaklarda küçük birim ve birçok kapı yayalar tarafından gözlenmektedir. Dükkanları ve tezgahları olmayan yaya yollarında, dar birimler ilkesi ve birçok deneyim önemlidir. Konut önlerinde, ofislerde ve kurumlarda ön kapılar, bina ayrıntıları, peyzaj ve yeşillikler enteresan deneyimler olarak yürüyüşe önemli bir katkı yapabilir. Binaların birincil olarak dikey cephe ifadelerine sahip olması durumunda yürüyüş daha kısa ve yönetilebilir görülürken, güçlü yatay çizgili binalar mesafenin altını çizer ve güçlendirir (Gehl, 2010: 129).

Mekansal dönüşüm sosyal değişim tarafından etkilenmekte ve sosyal değişimi etkilemektedir. Bu durum, etkinin çeşitli ölçekleri ve derecelerinde yaşanmaktadır. Aradaki korelasyon kaçınılmazdır. Durum özellikle kentsel çevrenin yönetimi gibi kentsel tasarım bakış açıları veya arazi kullanımında değişiklik sonucu hissedilir. Daha geniş olarak, yapılı çevrenin sosyal ve psikolojik anlamlılığı, her ikisi arasındaki bağlantının gözlemlenebildiği yerdedir (Madanipour, 1996: 103). Mekanlar bu nedenle organizasyonlar, makineler ve özellikle yapıların şebekelenmiş ilişkileri doğrultusunda turist performanslarıyla yeniden üretilirler (Urry ve Larsen, 2011: 119). Aynı zamanda ne kadar örtülü olsa da mekansal pratik, öznelğin oluşumunu derinden etkiler (Aytaç, 2012: 516)

Otomobil istilasının ilk yıllarında, 1950'ler ve 1970'lerde, yol mühendisliği, yolların artan kapasitesi ve yayalar için kazaları önlemeye odaklanmıştır. Bunun için yayaların ayrı tutulması, üst ve alt geçitler vasıtasıyla yolların üstüne veya altına yönlendirilmesi ile sorun çözülmüştür. Bu, yayaların, yayageçitlerinin yanında olan merdivenlere bağımlı kılınmasına yol açmıştır. Planlayıcılar çabucak alt ve üst geçitlerin yayalar için çok popüler olmadığını ve ancak yol boyunca uzun parmaklıklar olduğu müddetçe işe yaradığını öğrenmişlerdir. Fakat bu durum yine de bebek arabası olanların, tekerlekli sandalyelilerin ve bisiklet sürücülerinin sorununu çözmemektedir. Altgeçitler karanlık olmalarıyla ek bir dezavantaj yaratmakla beraber insanların uzaklığı görememeleri sonucu bir güvensizlik duygusu oluşturmaktadır. Kısaca, genellikle masraflı altgeçit ve üstgeçitler iyi bir yaya peyzajının temel vaadleriyle anlaşmazlık içindedir. Mevcut vizyonlar açısından bakıldığında, insanları şehirlerde daha fazla yürümeye ve bisiklete teşvik etmek için, ana karayollarının geçilmesi gereken yerlerde sadece altgeçitler ve köprüler bu özel durumlara çözüm olabilir. Yayalar ve bisikletlilerin sokak seviyesinde kalması için diğer yollar ve sokaklar hakkında da çözümler bulunmalıdır. Entegre bir trafik modeli, kent sokaklarını daha arkadaşça bir hale getirirken, arabaların daha yavaş hareket ettiği, daha sık durakladığı daha güvenli bir model olacaktır (Gehl, 2010: 132).

Destinasyonlar arasındaki mesafenin azaltılması, seyahat biçimini etkileyen ve motorlu taşıt kullanımı ihtimalini azaltan ana değişkendir. Amerika'da gerçekleştirilen bir çalışmaya göre katılımcıların %40'ından fazlası yol 0.8 kilometre veya daha az ise yürümeyi tercih edeceklerini belirtmiştir. Yol 1.6 ve 2.4 kilometre arasında çıktığında yürüyüş tercihi eden nüfus %10'un altına inmektedir. Kentsel yapılı çevrede uzaklık üzerinde etkili olan üç değişken vardır: kentsel yoğunluk, karma arazi kullanımı ve

bağlantısallık. Yüksek şehir yoğunluğu destinasyonlar arası yaklaşık mesafeyi azaltıp motorlu olmayan seyahat biçimini artırır. Karma arazi kullanımında, iki tür erişilebilirliği biçimlendiren iki tür arazi kullanımı vardır. İlki, yerleşim yeri ulaşılabilirliği, kişinin meskeniyle çeşitli ev dışı aktivitelerin yakınlığıdır. Bu bağlamda, arazi kullanımı arttıkça kişinin meskeni ve çeşitli destinasyonlar arası mesafe kısılacak, dolayısıyla motorlu olmayan seyahat biçimi de artacaktır. İkinci arazi kullanım biçimi, destinasyon ulaşılabilirliğidir. Ev dışı aktivitelerin yüksek yoğunluğu, farklı destinasyonlar arası ulaşımı temin eder ve motorlu olmayan ulaşımı teşvik eder. Bağlantısallık açısından, bir destinasyona olan uzaklık kısa olmasına rağmen kuş bakışıyla sokak sistemi ve blok yapısında bariyerler varsa –eğrisel sokaklar ve çıkmazlar- bağlantısallık, daha uzun seyahat uzaklıklarını getirecektir. Karşıt olarak yüksek derecede bağlantılı bir sokak sistemi ve geçirgen blok yapısı, ızgara sokak planında var olduğu üzere destinasyonlar arası uzaklığı azaltacak ve yürümeyi teşvik edecektir (Vojnovic, Lee, Kotval-K, Podagrosi, Varnakovida, Ledoux ve Messina, 2013).

Yaya komforunda kaldırımlar da önemli bir rol oynamaktadır. Gelecekte kaldırımların kalitesi ve yüzeyi özellikle önemli olacaktır. Yüzeyin kaygan olmaması arzu edilebilir bir özelliktir. Geleneksel kaldırım taşları ve kırılmış doğal damtaşları, görsel karaktere sahiptir ama nadiren modern gerekliliklere uygundur. Eski kaldırım taşlarının muhafaza edildiği durumlarda yassı granitler de bu yapıya eklenmelidir. Bu durum tekerlekli sandalyelilere, bebek arabalarına, küçük çocuklara, yüksek topukla yürüyenlere göreceli bir konfor kazandırır (Gehl, 2010: 133).

Yacobi ve diğerlerine göre (2016), tasarım, estetik bir örtü altında kamusal alanın özelleştirilmesi ve istilasını kamufle eder. Bu nedenle sosyal karşıtlığın alternatif bir örüntüsü olarak aşağıdan yukarıya tasarım önemlidir. Sonuç olarak aşağıdan yukarıya tasarım otonom bir faaliyet şeklinde karakterize edilip gücü elinde bulunduranların çıkarlarıyla çatışan kişisel ve sosyal ihtiyaçları yansıtacaktır. Bu faaliyetler var olan sosyal ağlara dayalı olacak, resmi olmama ve kimliklerine rağmen dikte edilmiş sosyal düzenle uygunluk gerektiren devletin kontrolü tarafından kısıtlanacaklardır. Lung-Amam'a (2013) göre ise ekonomik, sosyal ve kültürel olarak üst sınıftan daha farklı olan yeni yerleşimcilere baskın tasarım, pratik, norm ve değerleri benimsetmektense daha adil bir planlama ve tasarım, çeşitli mekansal değerler, anlamlar ve biçimlerin birarada varolmasına müsaade eden yolların tatbik edilmesi daha uygun olabilir.

Bunlar, süreğen kaldırımlar, dar sokaklar, düşük hızlı otomobiller, yol üzerinde park edebilme, kaldırım kenarlarında ağaçlar, dışarıda yemek yenilen mekanlar, insan ölçeğinde sokak ışıklandırması ve minimal yapı gerileri olarak sınıflandırılmıştır (Vojnovic ve diğerleri, 2013). Gece çöktüğü zaman aydınlatma çok önemlidir. İnsanlarda ve yüzlerde iyi ışıklandırma, cepheler, nişler ve köşeler için gereken makul aydınlatma en önemli yaya yollarında gerçek ve deneyimlenen güvenlik duygusunu güçlendirmek için gereklidir. Yüzeyler ve basamaklar sayesinde yayaların güvenli bir biçimde manevra yapabilmeleri için kaldırımlarda da yeterli ışık bulunmalıdır (Gehl, 2010: 133). Genel olarak, yapı çevrede yaya güvenliği ve konforunu sağlayıcı çeşitli özellikler tespit edilmiştir.

Shach-Pinsley ve diğerleri (2011), görsel maruz kalma ve görsel açıklığın kent içerisinde niceliksel bir ölçümünü gerçekleştirmişlerdir. Sonuçlara göre kentsel çevrede binalar arası uzaklık, görsel açıklık ve görsel maruz kalmayı etkileyen ana bileşendir. Sokak düzeyi ve yapı katlar üzerine farklı bir yaklaşım geliştirilmesi gerektiği öne sürülmüştür. Sokak düzeyi ve yüksek katlardan görsel maruz kalmanın farklı anlamları bulunmuştur. Yukarıdaki katlar için görsel maruz kalma ve görsel açıklık sadece mesken sahiplerini etkilemektedir. Fakat sokak düzeyinde, insanların bitişik görüş açıları üzerinden hareket edebilecekleri dinamik bir kentsel durum yaşanmaktadır. Yapı kenarları görüş açıları, yüksek düzeyde görsel açıklık ve düşük düzeyde görsel maruz kalma skoru almıştır. Yapı kenarlarından uzakta konumlanan görüş açısı, dikey yapılara daha yakın olarak, görmek için göreceli olarak daha küçük eşitlikçi bir alan sağlamış ve yüksek görsel maruz kalma örüntüleri sergilemiştir. Bina sıraları sergileyen örüntü, düşük görsel maruz kalmaya olanak vermemiş ve yüksek görsel açıklık sergilemiştir. Sokak düzeyinde, görüş açıları, yüksek katlarda benzer görsel açıklıklar var etmiş fakat görüş açılarının büyük bir kısmı yüksek oranda görsel maruz kalmaya mahkum olmuştur. Bakış kaynağına göre dikey yapı morfolojisi yüksek düzeyde görsel açıklık ve düşük düzeyde görsel maruz kalmaya yol açmıştır. Aralarında dar uzaklıklar bulunan H biçimli yapılar düşük derecede görsel açıklık ve yüksek derecede görsel maruz kalmaya yol açmıştır. Parklar veya geniş gezi yerleri gerek görsel maruz kalma gerek görsel olarak açık olma sınıfında yer almıştır.

Ayakta durma genellikle kısa süreli bir aktivitedir. Bir kişinin ne kadar süreyle konforlu bir biçimde ayakta kalacağı ve alanın kalite gereksinimleri bu kısa süreli aktivite için çok önemli değildir. Yayalar her zaman ne olup bittiğine kısaca göz atmak için duraklayabilir. Yayaların daha uzun süre için duraklama ihtiyacı duyduğu durumlar ise farklıdır. Böylece

durmak için iyi bir mekan ihtiyacı duyulacaktır. İnsanlar bir süre nerede beklerlerse beklesinler, mekanların kenarları boyunca yer aramaya başlarlar. Bu fenomen 'kenar etkisi' olarak tanımlanabilir. Kenar yerleşimi birçok fayda sağlar. Her şeyi izlemek için önünde yer alan bir mekan, arka tarafınız kenara dönük olduğu için hiçbir şekilde arkadan gelmeyen sürprizler ve sıklıkla iyi bir fiziksel ve psikolojik destek sağlanan faydalardan bazılarıdır. Kenarlarda bulunma tercihi sıkı bir biçimde duyularımıza ve sosyal irtibat normlarımıza bağlıdır. Yabancılar arasında kenarlarda yerleşim bir kentte ekstradan önemlidir çünkü kimse yalnız beklediğine dair işaretlenmek istemez. Eğer bir cephenin yanında bekliyorsak, en azından bizi destekleyen bir şeyler vardır. Başka bir karakteristik davranış da 'piyano etkisi' olarak tanımlanan, kenar bölgesinde ziyaretçilerin mobilyalar, köşeler, sütunlar veya nişler bulacağı, kalışı destekleyen ve mekanın yalnızca duvar boyunca bir mekan olmasından öte iyi tanımlanmış bir mekan olarak tanımlamaya yardımcı olacağı etkidir. Kamusal alanlarda kenar bölgelerinde kalma için cephe detayları, ayrıntılı göstergeler ve malzeme de destek noktaları sunar (Gehl, 2010: 137-139).

Johansson ve diğerlerine göre (2016), bir yerde ikamet edenlerin yürümeyi seçme niyetleri veya yürümekten kaçınmaları, yapı binaların kompleksite ve estetik kalitesi, onarım ve düzen, yürüme rotalarında iyi korunmuş yeşillikler gibi algılanan kentsel tasarım kalitesiyle olumlu bir ilişki içerisindedir. Önemli olarak bu bağlantıya, yürümenin duygusal deneyimi aracılık etmektedir.

Şehir merkezinde uzun süre kalmaya ihtiyaç duyan insanlar, ayakta beklemeyi yorucu bulup oturacak bir yer arar. Öngörülen kalış süresi ne kadar uzunsa, bireyin oturacağı mekanı seçmesi de o kadar dikkatlice olur. İyi bir oturma yeri için gerekenler hoş bir mikroiklim, kişinin arka kısmının örtülü olduğu mekanın tercihen kenara iyi bir biçimde yerleştirildiği alanlar, iyi bir manzara, düşük gürültü düzeyi ve kirli olmayan bir ortamdır. Manzara özellikle önemlidir. Eğer mekan su, ağaçlar, çiçekler, iyi bir alan, iyi mimari ve sanat işleri gibi özel çekicilikler sunuyorsa, kişi, bunların iyi bir manzarasını isteyecektir. Aynı zamanda birey, alandaki yaşamın ve insanların da iyi bir manzarasını talep edecektir. Doğal olarak çekici manzaralar, mekandaki fırsatlara bağlıdır, fakat kent yaşamı ve insanların manzarasının ana çekicilikler olarak özel bir statüleri vardır (Gehl, 2010: 141).

Kentsel turizm bölgelerinin gerçekleştirilmesi gereken üç işlev vardır. Bunlar (Griffin vd., 2009: 50):

- Kolaylaştırıcı işlevler,
- Dışsal veya mekan bağlantılı işlevler ile
- İçsel veya ruhsal durumla bağlantılı işlevlerdir.

Kolaylaştırıcı işlevler bilinmedik bir çevrede turistlerin sahip olduğu ihtiyaçları yansıtır. Bölgeler göreceli olarak iyi bilinmeli ve kentin tanınan mekanlarından oluşmalıdır. Bölgeler tanıdık, diğer turistler ve hatta yerli halkla buluşmak için kolayca ayrımsanan yerler olmalıdır. Merkezi bir konum ve iyi ulaşım bağlantıları, bu işlevi besler. Güçlü bir referans noktası sağlayan kent simgeleri ve merkezi konum, turistlerin coğrafyaya uyumunu sağlamaktadır. Son olarak bölgeler turistlere, “sıkıştırılmış deneyim” olarak bilinen zaman ve harcama bağlamında verimli fırsatlar sağlamalıdır. Arzulanan aktivitelerin turizm bölgelerinde kümelenmesi turistin zaman ve çaba ekonomisini ve söz konusu sıkıştırmayı besler (Griffin ve diğerleri, 2009: 50).

Hızlı ve ince cevaplar gerektirmeyen mekansal uyum konularında, cinsiyet farklılığı mekansal mahremiyet ve stratejiler konusunda ortaya çıkabilir. Kadınların, mekansal enformasyonun belirsizliğine karşı toleransları daha düşük iken, mekansal ipuçlarının düzenlenmesinde erkeklerden daha fazla zorlanmışlardır (Picucci, Caffö ve Bosco, 2011).

Dışsal veya mekan bağlantılı işlevler turistlerin ziyaret ettikleri mekanla bağlantılanması, beğenisi ve idrakı ile ilgilidir. Bu bağlamda mekan, sadece bölgeden ziyade kentin geniş bir destinasyonudur. Turist bölgeyi deneyimlemek için kenti ziyaret etmez, kenti deneyimlemenin önemli bir parçası olduğu için bölgeyi ziyaret eder. Bölge, turistin bağlantıyla ilgili duyguları veya mekanı deneyimlemesi için bir aracı işlevi görür. Turistlerin, mekanı kapsamlı bir şekilde anlamaları için yeterli zamanları olmadığında bölgeler kenti daha okunabilir ve kavranabilir kılar. Turistin bakış açısından başarılı bir bölge, kentin özünü ele geçiren ve ileten bir karikatürdür. Bu tasvir kesin olmak zorunda değildir, ikna edici olması yeterlidir (Griffin ve diğerleri, 2009: 51).

Tarih boyunca sanat; anıtlar, heykeller, çeşmeler, yapı detayları ve dekorasyonlarıyla kente değerli bir kalite katkısı sunmuştur. Sanat güzellik, anıtsallık, önemli olayları hatırlama,

toplumdaki hayat üzerine yorumlar, aynı türden yerleşik insanlar ve kent yaşamını sürprizler ve mizahla birlikte temasa geçirmiştir. Kent mekanı, sanat ve insan arasında bir arayüz olarak önemli bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Kent politikasının kurma ve geçici işlere yaptığı vurgu, deneyimlerin çekici seçiciliğine ve öngörülemezliğe değerli katkılar sunmuştur. Kentin birçok dar şeritleri ve kemeraltıları boyunca değişen artistler yoğunluk, fantezi ve mizahla kenti dekore etmişler, ancak bu birkaç aylığına olmuştur. Ardından başka artistler, başka geçitlerde çalışmaya davet edilmişlerdir. Her zaman bakılacak yeni şeyler vardır (Gehl, 2010: 179).

Cilliers ve Timmermans'ın (2016) çalışmasına dayanarak açık kamusal alanların en önemli karakteristikleri mekanın estetik değeri, peyzaj unsurları, davetkar bir mekan yaratmak ve sosyalliği göz önünde bulundurmaktır. Üç alan çalışması da estetiğin önemi ve görsel olarak çekici bir mekan yaratmanın öneminde birleşmiştir. Bu, renk unsurları, doğayı ve doğal unsurları birleştirme, kent kültürünü kucaklayan çekici bir mekan ve bir mekan duygusu yaratma şekillerinde ifade bulmuştur. Yeşil kamuya açık alanlar sadece peyzaj veya kentlerin ekolojik değerini yaratma açısından değil, estetik değerlere katkı ve sosyal dinamiklerin yaratılmasıyla kent deneyimine de katkı sunmaktadır.

İçsel veya ruhsal durum işlevleri, bölgelerin turistlere kendilerini nasıl hissettirdiği ile bağlantılıdır. Genel olarak bölgeler, turiste, bir ortamda turist olma duygusu veya hissini edindirir. Seyahatte turist, turizm deneyimi doğrultusunda, ruhsal durumunda arzu edilen değişikliğe erişmeyi umut eder. Bölgeler, bu değişikliğe erişimde, kent içerisinde değişken mekanlar sunarlar. Bölgeler, normal kente tezat oluşturan, turistin kaçabileceği, sığınabileceği, rahatlayabileceği ve kentin hay huyunun dışında kalabileceği mekanlar sunarlar. Burada turist, içinde olduğu fiziksel mekanla bağlantıyı değil, olmayı arzu ettiği mental mekana varma arayışındadır. Fiziksel mekan olan bölge, uygun atmosferi yaratarak ya da turist için belirli fırsatlar sağlayarak bu arayışın neticelenmesine katkıda bulunur. Ayrıca bölgeler yerlilerin, gerçekte ne iseler öyle gözlemlenmeleri ve kendileriyle karşılaşmaları için uygun fırsat sağlarlar (Griffin ve diğerleri, 2009: 53).

Geniş ölçekli uygarlaşmadan itibaren insanlar yüksek mimari yapılar inşa etmektedir. Joye ve Devitte'in çalışmasında (2016), bireyleri çok yüksek binaların imajlarına maruz bırakarak bireylerde dehşete kapılma duygusunun uyanıp uyanmadığı araştırılmıştır. Bu duyguyla sıkı bir biçimde bağlantılı olan davranışsal bir yanıt olarak 'donma' davranışının

koru duygusuna öncülük edip etmediği incelenmiştir. Alçak binalarla karşılaştırıldığında yüksek binalar, katılımcılar tarafından dehşete kapılma duygusunu daha çok yaşatmış ve vücutsal olarak daha hareketsiz kılmıştır.

Tezin bu bölümünde 1960'larla sesini duyuran kentsel tasarım, kentsel tasarımın unsurları, turistik mekanların ekonomik, politik ve kültürel olarak üretimi, kent imgeleri, davranışı etkileyen öznel çevre, yayaların güvenli bir biçimde manevra yapabilme olasılıkları, kentsel planlama, modernist, postmodernist, barok, kozmik, romantik, açık, neorasyonalist ve neoklasist mimari ile ziyaretçilere deneyimlerini konumlandırma fırsatı veren mimari konuları üzerinde durulmuştur. Tezin bir sonraki aşamasında kent turizminin ne olduğu ve yapılı doğası üzerinde durulacaktır.

2.5. Kent Turizmi

2050 yılından itibaren dünya nüfusunun %70'inin kentlerde yaşayacağı ve kentlerin dünya ekonomisine 30 trilyon dolar katkı sunacağı tahmin edilmektedir. Büyüyen küresel hareketlilik, bilgi bombardımanı, kentsel yapının gelişimini kolaylaştıran insanlar arası bilgi paylaşımı, son yıllarda kent turizmi talebinin daha yüksek düzeylere çıkmasına sebep olmuştur. Diğer turizm türleriyle karşılaştırıldığında kent turizmi hizmetleri daha yüksek standardize edilmiş ürünlerdir ve online yer ayırtma cihazları vasıtasıyla satın almaya hazır bir haldedirler. Temel olarak kolay erişiminden dolayı, kentler, kısa molalar için ve seyahat davranışındaki genel eğilimle mükemmel derecede eşleşen geniş boyutlu kültürel deneyimler sunma konusunda ideal destinasyonlardır (United Nations World Tourism Organization [UNWTO] ve World Tourism Cities Federation [WTCF], t.y.). Turistlerin kentleri ziyaret etmeleri hususunda dokuz motivasyon unsuru bulunmuştur. Bunlar aile ve akrabaları ziyaret, iş seyahatleri, konferans veya sergilere katılma, eğitsel sebepler, kültürel turizm ve miras turizmi, dini seyahat, özel olaylara katılma, alışveriş ve günlük gezilerdir (Hall ve Page, 2006).

Kent turizmi/kentsel turizm olarak adlandırılan ve kentlerin bütün kaynaklarının kullanıldığı bu turizm çeşidi, turizm sektörünün en önemli turizm çeşidi haline gelmiş ve kentlerin çekiciliğinin artırılmasında ve zenginleşmesinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır (Alaeddinoğlu, 2012: 314). Kentsel turizm kentin ekonomik, fiziksel ve sosyal yeniden yapılanmasında, sermaye yatırımlarını çekmede, fiziksel çevrenin

geliştirilmesinde, yerleşkeçileri arasında gurur yaratmasında faydalı olsa da, tüm kentsel hastalıklar için derde deva olamamaktadır (Kokosalakis, 2009: 11).

Kentsel alanlarda turizm, kentlerin çoklu doğası, kent turizminin çok boyutlu karakteri ve kent temelli seyahatin çok amaçlı motivasyonları ile ayrılmaktadır. Sonuç olarak turizm talebinin birçoğu şehrin diğer fonksiyonları tarafından yaratılmakta, ürün ve hizmetlerin birçoğu ilk olarak kent sakinlerine sağlanmakta, çok geniş bir failer kümesi doğrudan veya doğrudan olmayarak gelişim sürecinde yer almaktadır (Pearce, 1998)

Kent ziyaretlerinde kültür, en önemli motivasyondur (Falk ve Katz-Gerro, 2017; Ismail ve Baum, 2006). Kentsel alanlar ziyaretçiye kentsel mirasın eklettif bir karışımını, güçlü bir görsel peyzajı ve ticaret ve boş zamana dayalı deneyimsel fırsatları sunmaktadır (Guachalla, 2016). Bir yandan kentsel turizmin gelişmesi, son zamanlarda kentsel çevre üzerinde iz bırakmış radikal değişikliklerle ilgiliyken, bu radikal değişiklikler sonucu, yeniden endüstrileşmenin yol açtığı, üretim birimlerinin tüketim birimleri haline gelmesi ve sonucunda yeni endüstrilerin ortaya çıkması, sadece maddesel metalar üretmeyen, kentsel topluluğa yeni öznel deneyimler sunan bir yapı ortaya çıkarmıştır. Turizm bir sektör olarak kentsel ekonominin itici gücü ve bir boş zaman aktivitesi olarak yeni kültürel deneyimler yaratan bir alan olmuştur (Kokosalakis, 2009: 8).

Kentsel turizmde birçok eleştirmen hem ekonomide hem mekan imgeleminde turizmin önemli rolünü kabul etmiştir. Turizm çalışmaları içerisinde beliren yeni bir kavram, kentsel coğrafya ve sosyolojiden ödünç alınmış turizm çalışmaları arasında ortaya çıkan bağlantıları anlamaya yardımcı olan dünya kenti kavramıdır. Ama bu kavramın ortaya çıkması turizm perspektifinden, teorik eleştiri derecesiyle yeterli düzeyde entegre ve tartışmalı bir alan yaratıldığı anlamına gelmemektedir. Dünya kenti ölçeği ve yapılı çevresi turizmin kompleks bir mozaik olan mikrocoğrafyalarını yükselişe geçirmiş, kısmen spesifik kullanıcı grupları tarafından tüketim açısından ortak karakteristiklerle kültürel köşeler, bölgeler, alanlar gibi kavramlara dayanarak bazen turist, günübirlikçi ve yerleşimciler arasındaki ayrımı bulanıklaştırmıştır. Yeni genişleyen dünya kentleri bugün ve gelişmekte olan ekonomilerde yarın, boş zaman tüketimi için içsel coğrafyalar yaratacaktır. Bu mikrocoğrafyalar, değişen yapılı çevrede ortaya çıkan mekan, kültür, uzam ve tüketim arasındaki bağlantılarda hala gelişmektedir (Ashworth ve Page, 2011). Araştırmasında Hughes (1998), yerel coğrafyaları yaratmada turizmin aktif rolüne

değınmiş, turizmin, mekan temsillerinin bir aracısı olduğunu belirtmiştir. Turizm, turistleri çekmek ve pazar payını elinde tutmak için mekanları sürekli olan bir teşebbüsle farklılaştırmaktadır. Büyüyen küresel kültürel homojenleşmeyle birlikte yerel turist acentaları, mekansal ayırt ediciliklerini ve kültürel özelliklerini öne sürmek için çabalamakta, her bir mekanı çekici bir turist destinasyonu olarak pazarlamaktadır (Hughes, 1998). Kentler çeşitli biçimlerde yeniden biçimlendirilirler. Turist ve eğlence olanakları beraber simbiyotik bir ilişki içerisinde bulunur. Kent merkezindeki kurumsal binalar, sıklıkla varlıklı mekansal çakışmalar yaratır: alışveriş merkezleri, restoranlar ve barlar turistlere hizmet verdiği gibi şehir merkezinde çalışan profesyoneller ve haftasonu banliyödeki işi ile evi arasında gidip gelenlere de hizmet sunar. Birçok şehirde, iyi tanımlanmış bir perimetre turist mekanını kentin geri kalanından ayırır. Suçun, yoksulluğun ve kentsel yozlaşmanın bulunduğu kent bölümleri, turiste yönelik misafirperverliğe izin vermezken, özelleştirilmiş alanlar görsel turist sunumları olarak öne çıkarılırlar. Bu, kentin kamuya açık olan kısmını oluşturup, ziyaretçileri, insanların yaşayıp çalıştıkları özel mekanlardan korur ve farkına varmalarını sağlar. Bu alanlar turist baloncukları yaratıp seyahat edenleri kuşatır ve böylece turist güvenli, korunmuş ve normalleştirilmiş bölgelerde kalır (Judd, 1999: 36). Öte yandan turist bölgelerini çalışmak, şehirdeki belirli mekanların çalışılması anlamına gelmektedir. Bu mekanların bazıları, özellikle büyük şehirlerde, deneyimin, kentsel sözlüğü içerisine yerleşmiş amaçlar için turist ve yerlilerin komünal bir mekanı paylaştıkları gündelik yaşamın kentsel bünyesinin bir parçası olarak biçimlenir. Diğer bölgeler kasıtlı olarak, mekanın Fordist tipteki yeniden üretimini yaratma potansiyeliyle şehrin gündelik deneyiminden ayrı olarak konuşlanırlar. Birçok turizm bölgesi bu ikisinin arasında bir yerde konumlanır ve her birinin ziyaretçiler için deneyim yaratma potansiyeli mevcuttur (Hayllar, Griffin ve Edwards, 2009: 11).

Yeni ekonomik değişimlerle gelen kent yapısıyla 'esnek sermaye', 'esnek işgücü' anlaşılmalı çalışılmıştır. Bunların içine hizmet işgücü olarak tanımlanan, yüksek derecede beceriye sahip, iyi ücret ödenen, etkili ve güvenli çalışanlar dahildir. Araştırma ve geliştirme veya pazarlama ve yönetim alanında çalışan bu işgücüne karşılık hizmet görevlerini yerine getiren vasıfsız bir işgücü de ortaya çıkmıştır. Kent terimlerinde bu değişiklikler merkezi işletme bölgeleri olarak yeniden geliştirilmiştir. Yeni bir kentleşme terimi hoşnutlukla ilgilidir. Yiyeceklerden, ilaçlardan, merasimden veya festivallerden duyulan hoşnutluk duygusu kent terimlerine 'tüketim bileşiği' olarak geçmiştir ve kent bölgeleri hoşnutluk için yapılandırılmaya başlanmıştır (Mullins, 1990).

Kentsel turizm hareketinde her ne kadar birçok değişken etkili ise de, asıl belirleyici değişkenin kentin tarihi dokusu olduğu rahatlıkla söylenebilir (Alaeddinoğlu, 2012: 314). Kültür ve kültürel ürünlerin ticarileşmesi, kültürel endüstriler içerisindeki kültürel üretimden yeniden yapılması, hesap verme zorunluluğuna karşılık yükselen talebe uygun olarak hkmetin kültüre daha fazla yatırım yapması ve paranın değerine yönelik gösteriler, kültürel tüketimin daha geniş bir insan topluluğu tarafından yapılması ve kültürel üretim eğitiminde genişleyen fırsatlar gibi gelişmeler, turizmde kültürel unsurun yükselişine yol açmıştır (Kokosalakis, 2009: 14).

Turizm zerine inşa edilmiş bir ekonomi yaratmayı hedefleyen bir kent kendisini, görsel tüketimin hayal alanı olarak planlandırmak durumundadır. Bireyler, bir kentin özünü oluşturan mirası, mimariyi ve kültürü deneyimlemeyi ummaktadır (Fainstein ve Judd, 1999: 7). XIX. yüzyılın ortalarından itibaren ilk olarak Avrupa'da, daha sonra dünyanın geri kalanında turizm kent mekanlarını ve kentli yaşam tarzını biçimlendirmiştir. Kent turizmi kentlerin gündelik yaşamlarında sosyal kurallar ve kültürel modellerin yayılmasına katkıda bulunmuştur. Daha genel olarak kent turizmi modernizm ve kozmopolitanizm fikriyle bağlantılı kent modelinin yayılmasında önemli bir rol stenmiştir (Vidal, 2014: 119). Burada önemli olan ortak fiziksel ve iletişimsel bir altyapının kullanımıyla kültür, boş zaman ve turizm arasındaki sinerjidir. Bu durum daha olağanüstü, ama aynı zamanda mülkiyet hakkı uygulamalarıyla beraber markalanmış mekanların işaret olarak genellenmesi işlevinde kentsel deneyimlerin yerel olarak paketlenmesi ve markalanmasına hizmet eder. Bu nedenle söz konusu mekanlar, ilgiyi çekme ve sonraki mekansal gelişim potansiyelleri ile varsayılmaktadır. Burada, kültürel kümelenme stratejileri fonksiyon yerine dekor olarak hareket eden bir kentin ilgi için artırılmış rekabet bağlamında süreğen olağanüstülük ve sahnelemenin kentsel ambiyans ve atmosferi ile bağlantılandırılabilir ve bir parça olarak anlaşılabilir (Mommaas, 2004).

Kent ve kentte sunulan hizmetler, kentsel turist aktiviteleri için bir yer paylaşımı sağlamakta, birçok kentsel destinasyonda turist ziyaretleri dağınık olmaktan ziyade yoğunlaşmış bir halde bulunmaktadır. Bu yoğunlaşma ikonik manzaralar, alışveriş alanları, kent simgesi kültürel kurumlar ve tarihi bir anlamlılığa sahip mekanları içerebilmektedir. Benzer ya da farklılaşmış türlerin çekicilikleri turizm bağlantılı hizmetlerin yakınında toplanmakta iken, bu alanlar, turist bölgesi olarak bilinen belirli mekansal, kültürel, sosyal ve ekonomik kimlikler edinmektedir. Kentsel turizm bölgesi, mekansal, işlevsel ve

yerleşmiş psiko-sosyal boyutları ile tanımlanmaktadır. Son boyut, bireyin psikolojik olarak bölgeye dahil oluşuyla ilgilidir (Hayllar ve diğerleri, 2009: 9).

Kent alanları ve turist alanları arasında ortak yaşamsal bir ilişki vardır. İlk terim çalışanların ve ikamet edenlerin işlevsel ve kültürel kentnin bir parçası olan peyzajı kapsamakta iken, bir sonraki terim kültürel yerleşkeler, restoran ve oteller, hediyelik eşya dükkanları ve özel turist alanlarını içeren turist kentnin bir parçası olan peyzajla ilgilidir. Turist baloncuğu ya da turist katmanı fikri yeni değildir. Kent alanları ve turist alanlarının kesişme noktasında bayağı turist noktası yer almaktadır. Kent alanlarıyla kaynaşma duygusu, gündelik yaşamın banal yönlerinin önem verilmesi gereken yerlere dönüşümü olarak bayağı turist noktasının bir fonksiyonudur (Metro-Roland, 2011).

Kent turizminde araştırma yöntemleri üzerinde duran Pearce ve Pearce (2017), yansıtımlı teknikler ve yargı görevleri yapan tekniklerden dördünü incelemiştir. Yansıtımlı teknikler arasında tematik idrak ve bilişsel haritalandırma yaklaşımı varken, yargı görevleri kapsamına üçleme yargılaması görevi ve sadece farkedilebilir farklılıklar değerlendirmesi girmektedir. Tematik idrak, belli belirsiz, muğlak imajlardan hikayeler inşa etmeyi içerir. Çeşitli sahnelere eşlik eden gösteri kartları bulunur. Buradaki varsayım, bireyin, belirsiz ipuçlarını anlamlandırmada kendi duygu ve güdülerini kullanacağıdır. Bilişsel haritalandırma yaklaşımı, bir yerde ikamet edenlere şehirlerinin taslak haritalandırmasını çizdirme yoluyla başlamıştır. Bu bilgiler kentsel biçimin güçlüklerini ve zayıflıklarını tanımlamaya yardımcı olmakta kullanılmıştır. Üçleme yöntemi, kişilerin yapılanmalarına ulaşmada bir yaklaşım olarak kullanılmıştır. Yöntemde soru formatı şu şekildedir: Hong Kong, Londra ve Roma'yı göz önüne alınız. Hangi yönlerden Hong Kong ve Roma birbirine benzer fakat Londra'dan farklılaşır? Hangi yönlerden Hong Kong ve Londra birbirine benzer fakat Roma'da farklılaşır? Hangi yönlerden Roma ve Londra birbirine benzer fakat Hong Kong'tan farklılaşır? İkinci teknik sabit uyaran tekniğidir. Burada bir uyaran sabit tutulurken değiştirilen diğer uyaranların standarttan daha mı iyi daha mı kötü olduğu test edilir.

Selby (2004), repertuar çizelgesi tekniği ve anketler ile mekan tüketicilerinin bilgisine odaklanarak hümanistik kavram ve yöntemler üzerinde durmuştur. Mekan bilgisine haiz tüketicilere odaklanmanın, turizm coğrafyacılara, kent turizmi peyzajı ve sunumlarının yaşanan gerçekliği ve günlük okumaları yansıttığı için faydalı olduğunu ifade etmiştir.

Kentlerde otellerin rolüyle ilgili bir çalışma gerçekleştiren McNeill (2008), çağdaş otellerin modern tüketici toplumunda yaşanan aykırılık ve eşitsizlikleri yansıttığını ifade etmiştir. Üretilen alanın bir unsuru olarak otelin yirminci yüzyıl kentleşmesinde merkezi bir rolü olduğunu ifade eden McNeill (2008), otelleri modernitenin bir ikonu, kent yaşamının farklı kurumlarıyla aynı yolda olarak gördüğünü ifade etmiştir. Otellerin, hatta elit otellerinin dahi kent içerisinde mekansal ve sosyal anlamlılığının tanıtlarında es geçildiğini belirten araştırmacı, belki de bunun, otellerde kalanların geçiciliğinden kaynaklandığını belirtmiştir. Fakat oteller, kentin tüketim mekanlarına parsellediği kuşatılmış alanlarda kalmaya devam etmekte ve büyümektedir. Son olarak otellerin kamusal alanlarla ilgisini belirlemeye yönelik araştırmacı, butik otellerin bireyleri, kozmopolitan bir kentçilikle otellerin eski paradigmasına mı döndüreceğini, yoksa yeni keşfedilen kent merkezlerinin demokrasisinde sınıf farklılıklarının derin biçimlerinin mi görüleceği sorusunu sorarak tartışmayı sonlandırmıştır.

Bireylerin, belli bir kenti ziyaret etmek için seyahat etme olasılığı, kültürel nedenlerle seyahat etme olasılıklarıyla anlamlı ve pozitif bir korelasyona sahiptir. Ayrıca bu seçimlerin her ikisi de anlamlı bir şekilde sosyo ekonomik ve demografik karakteristiklere bağlıdır ki bu karakteristikler kişinin ikamet ettiği yerin yerel nüfusu, bölgesel gayrisafi yurtiçi hasıla ve ikamet edilen ülke unsurlarıdır. Beceri gerektiren mesleklerde çalışanlar, kadınlar ve kentte yaşayanlar kent ve kültürün harmanlandığı ziyaretlere daha meyillidir. Kent turları ve kültürel ziyaretler konusunda, ülkeler arası da önemli farklılıklar mevcuttur. Yüksek düzeyler, küçük ve refah ülkesi olan Batı Avrupa ülkelerini kapsarken, kenti ve kültürünü ziyaret etme düzeyi güney ve güneydoğu ülkelerinde düşüktür. Yaşa göre, yalnızca şehir turları düşme gösterirken, yalnızca kültür turlarında artış gözlemlenmiştir. Yalnızca kültürel ziyaretlerle kalifiye işgörenler ve bölgesel gelir olumlu bir korelasyon sergilemiştir. Kent ve kültürel ziyaretler yaş, kalifiye işgören olma durumu ve bölgesel gelir düzeyi dışında aynı özellikleri taşımaktadır (Falk ve Katz-Gerro, 2017).

Hollandalı turistlere Paris'te yapılan bir araştırmada gündüz aktiviteleri olarak en çok tercih edilen aktivitelerin manzara izleme ve alışveriş olduğu ortaya konmuştur. İkinci olarak turistler, aktivite paketlerinde birkaç aktiviteyi kombine etme yoluna gitmişlerdir. Üçüncü olarak gece aktiviteleri gündüz aktivitelerinden oldukça bağımsız bir şekilde tercih edilmiştir (Dellaert ve diğerleri, 1995).

McKercher (2008), uzaklığın destinasyon seçimini etkilediğini ortaya koymuştur. Uzaklık, sosyo-demografik faktörler, zaman ve maliyet uygunluğu faktörleri, bireyin küçük veya geniş bir çevrede yer almak istemesi gibi kümülatif etkileri nitelendirmektedir. Aynı şekilde nihai destinasyon seçimi, turistin ihtiyaçlarını tatmin etmek için sunulan özelliklerden etkilenmek zorundadır.

Forgas- Coll ve diğerleri (2012), gerçekleştirdikleri araştırmada kentle ilgili algılanan değerlerin tatmin ve sadakatın öncülü olduğunu ortaya çıkarmıştır. Algılanan değerlerin duygusal sadakat ve tatminin duygusal sadakat üzerindeki etkisi bulgulanmıştır. Ayrıca milliyetin, değişkenler arasında moderatör etkisi saptanmıştır.

Bugün İstanbul, ekonomik ve ticari ilişkilerde uluslararası ağların yoğun bir şekilde işlediği ulusal bir merkez olarak gelişmektedir. İstanbul bu özellikleri ve hizmet sektöründe sahip olduğu rekabet avantajları ile bölgesel bir finans ve turizm merkezi olmaya adaydır (Alaeddinoğlu, 2012: 323).

Tezin bu aşamasında büyüyen kent turizminin 'dünya kenti' felsefesiyle artan işlerliği, turistler için kentlerde özel olarak yaratılan mekanlar ve gündelik kent yaşamıyla ilişki içerisinde olan turistlerin 'banal' olarak nitelendirilebilecek mekanları üzerinde durulmuş; bir kenti ziyaret etmede asıl unsur olan kültür ile İstanbul'un başarılı bir kent turizmi sunmaya aday yönü üzerinde durulmuştur. Böylece turist deneyimlerinin yer aldığı bir mekan olarak kentlerin bir turizm merkezi olarak değişen ve dönüşen ekonomik ve sosyo-kültürel yapıda aldığı yer netleştirilmeye çalışılmıştır. Tezin bundan sonraki bölümünde turistlerin mekansal tercihleri üzerinde durulacaktır.

3. TERCİHLER

Tercihler “kişinin motivasyonlarından etkilenerek bir dizi seçim arasında seçme yapmak” olarak tanımlanmıştır (Krider, Arguello, Campbell ve Mora, 2010: 783). Başka bir bakış açısına göre neyin seçilip neyin reddedileceği bireyin tercihlerine bağlıdır. Bu nedenle tercihler, seçmeden farklıdır ve onlardan önce gelir. Seçim gerçekleştiğinde seçili alternatif, en yüksek tercihe sahip alternatiftir (Krider ve diğerleri, 2010). Çeşitli kent ekoloji modellerinin farklı sosyal karakteristikleri içerdiği öne sürülmektedir. Bu modeller etnik statü, ailevi statü ve ekonomik statüyü dikkate alarak biçimlenirler ve etkileşimleri kentsel sosyal mekanı yaratır. Yaşam tarzı tercihleri ve çevresel tercihleri kullanmak ve bu tercihleri, alanların fiziksel ve sosyal karakteristikleriyle ilişkilendirmek kentleri anlamaya yardımcı olur. (Rapoport, 1977: 91). Tercihler, kişinin motivasyonlarından etkilenmekte ve yapacağı seçimleri etkilemektedir. Mekana yönelik tercihler kişilerin yaşam tarzı tercihleri ve çevresel tercihlerinden yola çıkmaktadır. Mekanların fiziksel ve sosyal karakteristikleri, mekansal deneyim tarafından etkilenir ve mekansal tercihler, mekansal deneyimleri oluşturur.

3.1. Tercihler ve Çevre

Birçok değerlendirme aleti ve tekniği, doğal peyzaj tercihlerini, kent peyzajı ve insan yapımı yapılardan daha sık incelemiştir (Bernasconi, Strager, Makey ve Hasenmyer, 2009). İnsan ve kentsel kimlik ilişkisi güçlü bir ilişki olup, insan gerek doğrudan ve gerekse inşa ettiği çevre üzerinden kentsel kimliğin oluşmasına etki etmektedir. Bu oluşumda toplumların hayat tarzlarının mekana yansımalarının yanında bireysel tercihlerin de etkisinin olduğu söylenebilir (Taşçı, 2012: 63). Turist rol tercihlerinin altında yatan temel gösterge olarak psikolojik ihtiyaçların bulunabileceği ortaya konmuştur (Gibson ve Yiannakis, 2002). Araştırmacılar daha önceki deneyimlerin ve aşinalığın önemini vurgularken, bireylerin en çok aşına olduğu peyzajları tercih ettiğine atıfta bulunmaktadır. Bu araştırmalar, bu çevrelerde vuku bulan aktiviteler ve bu aktiviteler sırasında orada bulunan sosyal aktörler tarafından etkilenen mekansal çevreye yüklenen anlamı vurgularlar (Kyle, Mowen ve Tarrant, 2004). Turist görüşüne tabi olarak çağdaş peyzajlar kamu tercihlerine, pazar tanıtımlarına ve yeni kültürel değerlere göre değişirler. Bu nedenle, doğaları ve işlevleri tarafından, mekanın yeni küresel kültürel ekonomisi için en doğrudan, anlık ve anlamlı coğrafi anlatımı oluştururlar (Terkenli, 2002: 234) Otantiklik hem talep, hem arz

tarafınca ayırt edilebilir bir paradigmadır. Buna bağlı olarak, ilki insanların tercihleri ve beklentileriyle ilgili iken ikincisi algılar ve gezilen objeler ile ilgilidir. Bu nedenle bir elde destinasyon imajı algısı, diğer elde bireysel tercihler, kültürel miraslara daha fazla birey çekebilmek için çağdaş pazarlama teknikleriyle etkileşimde olacak otantikliğin özellikleridir (Apostolakis, 2003).

Belirli bir ortamda bir bireyin yaptığı tercihlerin bir kısmı bireyin koşullarına ve niteliklerine (ego, kişilik, hedef ve değerler, mümkün olan kaynaklar, geçmiş deneyimler, hayatta bulunulan aşama) bağlıdır. Bilgisayar bilimlerinden alınan bir anaolojiyle bu nitelikler fiziksel bağlantı (hard-wired) kapsamındadır. Herhangi bir verili ortamda bireylerin yaptığı seçimler öğrenilen nitelikleri kapsayan toplum ve kültüre de bağlı olup, bilgisayar analojisinden devam edilirse programlanmış (soft-wired) olarak isimlendirilirler. (Carmona ve diğerleri, 2003: 107). Bağka bir bakış açısına göre de yapılı çevre 'hardware' olarak isimlendirilirken, bu çevrenin içinde olduğu sosyo-ekonomik sistem 'software' adını almaktadır (Madanipour, 1996: 33). İstekler ve davranışlar nadiren tamamen çakışır. Bireylerin seçimleri, konumsal fırsatlar, arzulanan çevre veya kaynak kıtlığı gibi nedenlerle eyleme dönüşmeyebilir. Uyuşmazlık, bilgi eksikliğinden de kaynaklanıyor olabilir. Kentleşmenin kendisi, kentlerin organizasyonu ve davranış kısmi olarak tercihlere dayanır (Rapoport, 1977: 82). Mekansal davranış, diğer davranışlar gibi sadece tercihler tarafından tanımlanmaktadır. Bu tercihler gözlemlendikleri mekansal sistemin doğasından bağımsız olmayıp girişimciler için bu tercihlerin değiştirilmesi kesin bir hedeftir fakat sonuç bu değildir. Sonuç, mekansal sistemlerin sahip olmadıkları stabilliğe mekansal tercihlerin sahip olmasıdır.

Turist tercihleri ve duyumları tekrarlı olarak rehberlik kitapları, televizyon ve postkartlardan aldıkları bilgi tarafından ağır bir biçimde yapılandırılır (Xue, Manuel-Navarrete ve Buzinde, 2014). Kaplan ve Kaplan (1982'den akt. Carmona ve diğerleri, 2003: 134)'ın çevresel tercih çerçevesine göre, tercihlerde dört boyut bulunmaktadır. İlk iki boyut var olan, hazır olan boyutlardır ki içlerine uygunluk ve kompleksite dahildir. Uygunluk, kolay organize edilebilen ve yapılandırılabilen çevreleri kapsarken, kompleksite bireyleri mekana bağlı tutabilme özelliğidir. Gelecekte vaad edilen boyutlar ise okunurluk ve gizemliliktir. Okunabilirlik, bireylerin kaybolmadan çevreyi keşfedebileceklerini nitelerken, gizemlilik çevreler keşfedildiğinde yeni bilgiye ihtiyaç duyulur hale gelmesi

ile ilgilidir. Uygunluk ve okunabilirlik duygu uyandıran boyutlar iken, kompleksite ve gizem katılım içeren boyutlardır

Toplumların öncelik ve önemlilik açısından tercihleri mekan açısından da farklı özelliklerde yapıların oluşmasına neden olmuştur. Osmanlı'da şehirleri meydana getiren yapılar iki türdür. Birincisi, sürekli değişen aile yapısına uygun olarak geçici (ahşap) malzeme ile yapılan evler. İkincisi idari, dini ve toplum hizmeti gören 'yerleşik' yapılara uygun kalıcı (taş-mermer) malzemeyle yapılan han, hamam, çarşı vb.dir (Bağlı, 2012: 21). Gizemlilik, peyzajın algılanan tercihlerine yönelik önemli bir öngörüdür. Ikemi'nin çalışmasında (2005), gizemliliğin etkilerinin, peyzajla karşılaştırılarak evlerin cephelerinin tercih edilmede nasıl artırıldığına ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Çalışmada katılımcılardan iki ağaç arasında kalan 12 fotomantaj ev cephesinin üç uyarıcı duruma göre tercih edilmesi istenmiştir. Yüksek gizemlilik konumunda ağaçlar evin iki köşesini de kaplamaktadır. Düşük gizemlilik konumunda evin her iki köşesi kapatılmış kalsa da, köşelerin orta noktaları yaprakların arasından az bir şekilde görünmektedir. Orta gizemlilik koşullarında sadece bir köşenin orta kısmı görülebilir. Sonuçlara göre yüksek gizemli ev cepheleri en fazla tercih edilen değişken olmuştur. Ayrıca ev cephelerindeki yenilikler, gizemlilik için, ev görünümünün tercih edilmesini artırmada en yüksek yardımı sunmaktadır. İnsanlar kısıtlara ve belli bir seçimler dizisine göre hareket ederlerken, bir çevreyi tercih ettiklerinde aynı zamanda o çevreden ayrılıp ayrılmayacaklarını da seçerler. Bu durum kısmi olarak bireylerin kültür ve alt kültürlerine bağlı iken, yaşa, kişiliğe, yaşam tarzına ve yaşam döngüsüne göre de değişkenlik gösterir (Rapoport, 1977: 90).

Bireylerin çevresel tercihlerinde farklılıklar bulunmaktadır ve farklı kültürler ve alt kültürler arasındaki bu farklılıklar bilişsel tarz, eğitim ve deneyime göre değişkenlik göstermektedir. Planlayıcılar ve tasarımcıların çok özel değerler, yetenekler ve dünyayı görüş biçimine göre bir grup oluşturdukları umulabilir ve kendileri ile kamunun çevresel kaliteyi değerlendirmeleri arasında temel farklılıklar olduğu öngörülebilir. Örneğin tasarımcılar, kamudan daha yüksek oranlarda kompleksite ve belirsizliği tercih ederken bireyler daha iyi bildikleri çevrelerde daha iyi ayırım yapabilirler. İsveçli tasarımcılarla kamunun 'memnuniyet' değerlendirmeleri arasında farklılıklar vardır. Amerika'da plancılar ve kamunun mekansal organizasyonları değerlendirmeleri çok farklıdır. Plancılar kümelenmiş binalarla kapanmış kent alanlarını tercih ederken, kamu açık ve dağınık gelişimleri tercih eder. İngiltere'de de tasarımcılar ve kamu arasında benzer ayrımlar söz

konusudur. Tasarımcılar kapalı, yapılandırılmış, bütünlük içindeki yerleşimlerden hoşlanmakta iken kamu tercihi serbest duran, ayrı, açık düzenlemelerden yanadır (Rapoport, 1977: 52).

Farklı ziyaretçilerin bölgeyi deneyimlemesi farklı ziyaretçi tiplerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Hayllar ve Griffin (2005), Avustralya'nın The Rocks bölgesinde gerçekleştirdikleri çalışmada bir bölgeyi ziyaret eden üç tür turist tipine yer vermişlerdir. Bunlar keşifçiler, göz gezdiriciler ve örnek toplayıcılarıdır. Keşifçiler, bir bölgenin görünüşünün ötesine geçmeyi, kendi yolunu bulmayı ve içsel nitelikleri keşfetmeyi isteyen turist tipleridir. Ziyaret sıkı bir biçimde planlanmış değil, tesadüfen keşiflere yer veren, amaçsız fakat umutlu bir ziyarettir. Keşifçi için bölgenin çok çeşitli dokuları olmalı, bu dokular basit ve açık olmamalıdır. Bölge, risk alınmayacak bir şekilde kaybolma fırsatı sunmalıdır. Göz gezdiriciler daha önceden belirlenmiş rotaları takip etmeyi ve somut ve görülebilir çekiciliklere odaklı bir gezintiyi tercih eden turist tipleridir. Örnek toplayıcılar, kapsamlı bir biçimde bölgeyi deneyimlemektense özel çekicilikleri ziyaret edebilecekleri ve mola yerlerinde duraklayabilecekleri bir turistik bölgeyi tercih etmektedir (Griffin ve diğerleri, 2009: 55). Plog'un turist rolleri modeli (Griffith ve Albanese, 1996) de turist tercihlerindeki farklılıkları ortaya çıkarmak için kullanılmıştır. İnsanların bu eğri üzerinde nereye yerleştikleri, tercih ettikleri seyahat ürünlerinin türü, ziyaret etmekten hoşlandıkları mekanlar, destinasyonda seçtikleri seyahat deneyimleri ve kendisinin ilgisini çeken tanıtım yollarını içeren seyahat davranışının birçoğunu açıklar (Lepp ve Gibson, 2008). Jerusalem'de gerçekleştirilen bir çalışmada iki tür turist tipine değinilmiştir. İlk grup, kendi miraslarını ziyarete ilgi duyan ve temel olarak kendi mirasına maruz kalan turist tipidir. Duygusal deneyimlere ilgiyle bağlantılı, kenti ziyaret etme konusunda yüksek bir motivasyon ile karakterize edilirler. Mirası yorumlama sağlandıkça, bu turistler kimlik inşa edici turistlere dönüşür, öncelikle kendi miraslarını duymayla ilgilenir ve ortada olan mirasa kendi bakış açılarını yansıtır. Dahası, kendi anlatıcılarını dinlemekle ilgilidirler. Araştırmacı turistler kenti ziyaret etmekle daha az motive olurlar. Duygusal deneyime ilgileri düşüktür ve temel olarak öğrenmeyle motive olurlar. İlk tipe karşıt olarak araştırmacı turistler daha çok başkalarının mirasıyla ilgilenir ve kendi kişisel miraslarına bağlantılı olmayabilen alanları ziyaret ederler. Kimlik yaratıcı turistlerden farklı olarak bu grup, alanın tarihini farklı kültürel kaynaklardan duymayı tercih eder (Poria ve diğerleri, 2007).

Zins'in (2010: 97) çalışmasında kent turistleri tercihlerine göre beş farklı alana ayrılmıştır. Bunların ilki, kent mimarisi ile eğlence ve olayları içeren kültürel sunum ile karakterize edilen turistlerdir. Ortalama kent turistiyle karşılaştırıldığında, ulaşım ve konaklamayı içeren düşük ücretli paketler söz konusu turistler için önemli görünmektedir. Ardından gelen turist türü birçok alanda düşük beklenti düzeyine sahip turistlerdir. Diğer turist türleriyle karşılaştırıldığında kültürel sunum en az ilgiyi çekerken, peyzaj ve doğa tek baskın yöne sahiptir. Bu gezginler atipik kent turisti olarak görülür. Üçüncü kesim konaklamaya odaklıdır. Konfor, temizlik, canayakın hizmet sunucuları ve genel kalite önemlidir. Kent mimarisi ve diğer kültürel unsurlar da belirli bir öneme sahiptir fakat diğer kesimlerde olduğu kadar değildir. Dördüncü kesim, en büyük amaçlara sahip turistlerdir. Bu kesime ait kent turistlerinin en yüksek ihtiyaçları kültürel deneyimlerdir. Dilekleri, destinasyona ulaşılabilirlik ve destinasyonda uygun kamu ulaşırma altyapısının olmasıyla yüksek beklentiler olarak tezahür etmektedir. Yiyecek içeceklerin ve yürüme yollarının kalitesi ve konaklamaya ilişkin ortalama beklentiler açığa vurulmuştur. Yerel halkla iletişim ve halkın canayakınlığı yüksek beklentiler arasında yer almıştır. Son kesim, diğer kesimler arasında en yüksek amaca sahip kesimdir. Barış ve sessizlik, spor tesisleri, çocuklar için fırsatlar ve düşük bütçeli bir konaklama bulma arayışı içerisindedirler. Kültürel sunum öncelikli ilgi alanı değildir. Kişisel tercihler ve deneyimler insanın mekan ile olan ilişkisini etkilerken, bu kişisel tercihler daha geniş bir bağlamın ürünü olarak görülebilirler (Hunziker ve diğerleri, 2007).

Kyle, Mowen ve Tarrant'a göre (2004), bireylerin özgül bir çevreye atfettiği anlam, bu çevre yapıları veya doğal olsun veya olmasın, bireyi, ortamı ve daha geniş sosyal dünyayı içeren etkileşimli bir süreçtir. Bu bulgular, bireylerin özgül bir çevreye atfettikleri anlamların bu çevrelerde olan aktiviteler ve bu aktiviteler sırasında varolan sosyal aktörler tarafından etkilendiğini vurgulamaktadır. Tercihler öğrenilmektedir. Bireyler etkin bir biçimde işlevsel olmak için doğal çevreye müdahil olma ihtiyacı duyduklarında, bu ihtiyaç ve tercihlerin kökeni yaşam boyu sosyalleşme sürecinin ürünleridir. Bir mekanın düzenlenişi, toplumların ekonomik ve sosyo-kültürel süreçlerinden oluşan hayat tarzlarının yanısıra bireysel tercihler tarafından da üretilen bir yapıdır. Bireysel tercihler yüksek oranda bireyin psikolojisi tarafından etkilenirler. Ayrıca turist tipleri ile mekana yönelik tercihler arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bireyler, tercihlerine göre sınıflandırılmaktadır. Tercihler, deneyimlerin olduğu kadar davranışın üzerinde de belirli

bir etki gücüne sahiptir ve söz konusu tercihler ekonomik ve sosyo-kültürel çevre tarafından öğretildiği kadar bireyin algısı ve öğrenmesi doğrultusunda oluşmaktadır.

3.2. Konuyla İlgili Yapılmış Önceki Çalışmalar

Cook, Bose ve Main (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada gençlerin kırsal alanlarda yürürkenki tasarım kalite tercihleri araştırılmıştır. Yürüme esnasında yapılı çevrenin objektif özelliklerinin yaygın ölçümü nüfus yoğunluğu, arazinin karma kullanımı, sokak bağlantıları, kaldırım devamlılığıdır. Çevre tasarımı fiziksel olarak park gibi aktif mekanlara erişim sağlıyor olabilir, fakat bireylerin güvenlik ya da tasarım gibi kalite algıları, sağlıklı bir yaşam tarzının takibine engel olabilmektedir. Bu nedenle fiziksel altyapı (objektif özellikler) dışında yapılı çevrenin çekicilik algısı da kişilerin yürüme ile ilgili kararlarını etkileyebilmektedir. Kent içerisinde yürümeyi tercih edenler zevk, sanat, işaretler, aktiviteler, yapılar, kültür, ışıklandırma, müzik, güvenlik, sosyal kalite gibi unsurları ön plana çıkarırken kırsal alanda yürümeyi tercih edenler sessizlik, ıssızlık, barış içinde olma, hayvanlar, doğanın sesi, doğanın kokusu, inanların kokusu ve bitki örtüsü gibi unsurların kırsal alanda yürüme üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Kent içerisinde yürümeyi tercih edenler için ihtiyaç olarak ilk sırada güvenlik, ikinci sırada sosyal etkileşim fırsatları ve üçüncü sırada bakım ve diğer spesifik tasarım kaliteleri yer almıştır.

Staats ve Hartig (2004) ile Hartig ve Staats'ın (2006)'ın çalışmalarında sosyal bağlamın etkileri hakkında öneriler ve tercihlerde psikolojik restorasyon ihtiyacı doğal mekanlar ve kent mekanları bağlamında incelenmiştir. Tercihler, her bir çevrede yürüyüş esnasındaki restorasyonun olasılıkları hakkında inançlar ve verili farklı restorasyon ihtiyaçları arasında restorasyonun gelişimi bazında çerçevelenmiştir. Dikkat yorgunluğu, doğal çevrenin kentsel çevreye oranla daha fazla tercih edilmesine neden olmuştur. Arkadaşlarla yürüme, kentsel çevreye tercihi artırmış fakat doğal çevrede bu tür bir etki yaratmamıştır.

Gerçekleştirilen bir çalışmada destinasyon imajının yalnızca turistlerin destinasyon tercihlerinde değil fakat destinasyon markasıyla bağlantılı ürün tercihleri üzerinde de etkili olduğu bulgulanmıştır (Lim ve Weaver, 2012). Araştırmacıların Pekin'deki hutongteller üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, tercihlerin final kararı vermede önemli bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre hutongtel misafirleri üzerinde sekiz hutongtel

tercih faktörü belirlenmiştir. Bunlar hizmetler ve yer ayrıtımlar, Pekin deneyimleri, özel banyolar, duş alma yerleri, hutong ambiyansı, genç hostel tesisleri, modern ve ekonomik konaklama, turizm çekiciliklerine yakınlık ve çevredeki yemek ve eğlence olanaklarıdır. Bu faktörler temelinde dört ayrı misafir bölümlendirmesi yapılmıştır: manzaracılar, konaklama arayanlar, sırt çantalı gezginler ve Pekin hayat tarzı deneyimcileri (Liu, Wu, Morrison ve Ling, 2013).

Park, Lee ve Yoon'un gerçekleştirdiği çalışmada (2012), Güney Kore'de yeni deneyimler, kaçış, yerellik, öğrenme, sosyalleşme ve aileyle eğitici zaman geçirme gibi özelliklere göre turistler fayda arayışına göre bölümlendirilmiş, kırsal turistlerin hangi konaklama türlerini, hangi mevsimleri, hangi bilgi alma kaynaklarını tercih ettiği belirlenmiştir. Yiannakis and Gibson (1992'den akt. Petrick, 2002; Foo, McGuiggan ve Yiannakis, 2004), Cohen'in çalışmasını daha geniş bir yorumlamayla genişleterek, turist rol tercihlerini aslında psikolojik ihtiyaçların bir fonksiyonu olarak gören seyahat rolü tercih anketi geliştirmişlerdir. Buradan on üç ayrı turist rolüne ulaşılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme kullanılarak aşinalık-yabancılık, uyarılar-huzur ve yapı-bağımsız olma boyutları açığa çıkarılmıştır. Bu tipoloji önceki çalışmalardan daha geniş olsa da, yenilik yapısının tamamını yakalayamadığı öne sürülebilir. Cohen (1972) ve Mo, Havitz ve Howard (1994), uluslar arası turist rol ölçeği geliştirmişlerdir. Destinasyona yönelik boyutlar turistlerin yeni ve yabancı uluslar arası destinasyonları tercihlerini belirtmektedir. İkinci boyut olan seyahat hizmetleri boyutu, yabancı bir ülkeyi ziyarette hangi kurumsallaşmış turizm hizmetlerini müşteri tercih eder bunu yansıtır. Son olarak sosyal bağlantı boyutu yabancı bir ülkeyi ziyarette yerel halkla kurulan bağlantının genişlik ve çeşitliliğiyle bağlantılı tercihleri ölçer (Petrick, 2002).

Temsili tüketici (turist), farklı alternatiflerle karşılaşır ve faydasını maksimize etmek için bir destinasyon seçer. Turist faydayı, belirli bir destinasyonda zaman harcamakla elde eder. Fayda, kabul edilebilir bir iklim, mükemmel bir manzara ve/veya sosyo-kültürel özelliklerden kaynaklanır. Bu özellikler, destinasyondaki diğer mal ve hizmetlerle beraber tüketilir. Turistin fayda işlevi, yurtdışına seyahat etme tercihlerini temsil eder ve diğer mal ve hizmetler zayıf olarak birbirinden ayrılabilir. Ayrılabilirlik, müşteri harcamalarını gruplara böldürmeyi işaret eder böylece bir gruptaki tercihler diğer gruplardan bağımsız bir biçimde tanımlanabilir (Divisekera, 2003). Çekme gücü, bölgeye has bir çekim olup turistleri destinasyona çekendir. Destinasyonun algılanan çekiciliğiyle bağlantılı ve

destinasyonun somut karakteristikleri ve özellikleriyle yapılandırılmıştır. Bu faktörler ne zaman, nerede ve nasıl insanların seyahat ettiklerinde etkilenecek tanımları ve destinasyonun özellikleri ve çekicilikleriyle bağlantılıdır. Çekme faktörleri, seyahat biçimi tercihleri veya destinasyon seçimini açıklamakta yardımcı olabilirler (Pansiri, 2014).

Tran ve Ralston (2005)'un çalışmasında iki etki tespit edilmiştir. İlki macera turizmine erişim ihtiyacı ve tercihleri arasında diğer kültürel turizme duygusal yakınlık ihtiyacı ve tercihler arasındadır. Farklı araştırmacılara göre tatil seçiminde üç anahtar öngören bulunmaktadır ve bunlar arzular, motivasyon ve imajdır. Bu modelde motivasyon doğrudan tercihleri etkilemektedir. Başka araştırmacılar destinasyon seçimi ve yeniden ziyaret etme motivasyonu arasında ilişki tespit etmişlerdir. Sonuçlar, seçimin destinasyon sadakati tarafından etkilendiğini, destinasyon sadakatının da motivasyon, imaj ve deneyimler tarafından etkilendiğini ortaya çıkarmıştır. Kişiliğin doğrudan seçimleri etkilemesinden, kişilik ve motivasyonun doğrudan olmayan bir biçimde boş zaman tercihlerini kurguladığı bulgulanmıştır.

Ayrık seçim yaklaşımının kullanıldığı bir çalışmada, alternatif paket destinasyonlar için tüketici tercihleri, imaj ve destinasyon değeri üzerindeki etki saptanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak ana terörist şoklarının hem seyahat kararını hem de turizm ürününün özellikleri için tercihleri etkilediği soucuna ulaşılmıştır (Arana ve Leon, 2007).

Seoul, Kore'de gerçekleştirilen bir araştırmada hem zevk için seyahat hem iş seyahati yapanlarda, Kore'ye yakın yerlerden gelenlerin (örneğin Japonya) daha somut özelliklere (alışveriş) ilgi gösterdikleri saptanmışken, Kore'ye uzak yerlerden gelenlerin (Avrupa ve Kuzey Amerika) somut olmayan özelliklere (yerel kültür) daha çok değer verdikleri bulgulanmıştır. Toplam seyahat harcamasında, yakın ve uzak yerlerden gelenler hesaba katılmadan, iş için seyahat edenlerin daha fazla harcamada bulunduğu ortaya çıkmıştır. Aktiviteye yapılan harcamayla spesifik bir aktivite tercihi doğrudan bir ilişki içerisinde bulunmamıştır (Suh ve McAvoy, 2005). Aynı şekilde Avustralya'nın Queensland bölgesinde gerçekleştirilen bir çalışmada ilk kez gelen ziyaretçilerin daha önce yöreye gelmiş ziyaretçilere nazaran daha çok yerel turizm aktivitelerini tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Yerel turizm aktivitelerinin bir parçası olmayı tercih edenlerde doğa temelli aktiviteleri deneyimleme de daha yüksek bir ilgi görmüştür. Yerel ürünleri satın almayı tercih edenler ise yerel aktivitelere katılmayanlar arasında çoğunluk göstermiştir (Pabel,

Prideaux ve Thompson, 2017). Başka bir çalışmada, İsveçli yürüyüşçülerin zaman içerisinde değişen karakteristik, tercih ve deneyimlerinde konaklamaya, hizmetlere, işaretlenmiş yürüyüş rotalarına ve ulaşılabilirliğe verilen önemin arttığı ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin söz konusu mekanda geçirdikleri zamanı azalttıkları bulgulanmıştır (Wall-Reinius ve Back, 2011). Bangkok'u bir turist destinasyonu olarak seçmekte sosyodemografik özelliklerin ve seyahat karakteristiklerinin ölçümlendiği bir araştırmada, yüksek eğitim seviyesine sahip turistlerin dinlenme ve profesyonel amaç gibi tercihlerle Bangkok'u daha çok ziyaret ettikleri bulgulanmıştır. Ayda 1000 dolardan daha az kazananlar için Bangkok daha çok boş zamanı geçirme noktası olarak tercih edilmişken, ayda 5000 dolardan daha fazla kazananlar için Bangkok profesyonel sebeplerle ve daha çok diğer bölge veya ülkelere transfer amacıyla tercih edilmiştir. Ev hanımları ve emekliler, kamu çalışanları, kendi hesabına çalışanlar ve öğrencilerle karşılaştırıldığında, Bangkok daha çok boş zaman geçirme amacıyla tercih etmiştir. Asyalı turistler Bangkok'u boş zaman geçirme ve profesyonel amaçlı olarak daha yoğun tercih etmişken, Avrupalı ve Amerikalı turistler Bangkok'u diğer bir mekanı ziyaret etmeden önce bir durma noktası olarak tercih etmişlerdir (Suttikun ve diğerleri, 2016).

Turist davranışının farklı yönlerine odaklanıldığında ortaya çıkan modeller üç grup altında toplanabilir. Bunların ilki, destinasyon seçiminde karar verme süreci modelleridir. İkincisi turizm deneyim modelleri, üçüncüsü turist davranışının bileşenlerini gözetten modellerdir. İlk grup modeller destinasyon seçilimi ve tatil seçiminde kompleks ve birbirine bağlı olan karar verme süreçlerini açıklamaya odaklanmıştır. Bu modellerde özel olarak tercihlerin üzerine eğilmemiştir. Turist davranışına eğilen modellerde tercihler, tutumları ve algıları gözetten unsurlardan biri olmuştur. Seyahat edenlerin tercihlerinin nasıl doğrudan davranışla bağlantılı olduğu bu modellerde gösterilmiştir. Seyahat seçimleri algısı ve birçok destinasyon, üç önemli unsura bağlıdır. Bunlar kişisel tercihler, geçmiş seyahat deneyimleri ve söylentilerdir. Tercihler bireyin kişiliğinden temel alıp tatminin spesifik biçimlerine doğru yönelirler. Bir seyahat destinasyonuna ilişkin turist tercihi, dışsal ve içsel düzeylerde geniş biçimde ayrılan bir dizi faktöre dayalıdır. Dışsal faktörler kültürel norm ve değerleri, aile ve referans gruplarını, finansal statüyü ve sosyal sınıfı içerirler. İçsel düzeyde tercihin belirleyici faktörleri kişilik, hayat tarzı, öğrenme ve motivasyonu içerir. Araştırmacılar, tatil seçimini etkileyen faktörleri özetlemişlerdir ve ihtiyaçlar, motivasyonlar, tercihler ve hedefler arasındaki ilişkileri saptamışlardır. Bu modelde bireysel ihtiyaca ve bireyin aktivitesinin tatmin edici bir tarzda itme faktörü olarak işlev

görmesine dayanarak motivasyonlar, öncül unsurlar olarak ortaya çıkmıştır. Fakat daha spesifik kararlar ve seçimler hem içsel, hem dışsal karakteristiklere sahip gezginin kişisel tercihlerince belirlenmiştir (Suh ve McAvoy, 2005). İçsel karakteristikler bireyin hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri nitelerken, dışsal karakteristikler sosyal olarak konumlandırılmış öğelerdir (Hsu, Tsai ve Wu, 2009). Daha önceki deneyimler ve geçmişte alınan bilgiler, tercihlerde açığa çıkar (Suh ve McAvoy, 2005).

Mussalam ve Tajeddini (2016), uzun ve kısa tatil deneyimlerinde destinasyon çekicilik özelliklerinin farklılaştığını ortaya koymuştur. Birey, seçilmiş alternatifin çekici özelliklerini ve seçilmemiş alternatifin çekici olmayan özelliklerini abartarak [davranışa yönelik] uyumsuzluğu giderme çabası içerisindedir. Bilişsel uzaklık ve tüketici davranışı bağlamında tüketici, özel bir mağazayı seçtikten sonra kararını rasyonalize etmeye başlayacak ve seçili mağazanın alternatifler arasından daha yakın olduğu sonucuna varacaktır. Çalışmada görüldüğü gibi, davranışsal bir modelin kurulumu doğrultusunda, bu tür bir ilişkinin en azından tüketici mekansal davranışı boyutunda var olduğu ortaya çıkmıştır (Cadwallader, 1975).

Tutum ve çevre yapı olarak kabul edildiğinden beri, çok sıkı bir şekilde bağlantılıdır. Aynı sorun bireyin bilişsel çevresine yönelik bilgiden gelen bireyin davranışını veya tercihlerini öngörmeye de geçerlidir. Öncelikle her bir durumun bilişsel mekanı kanonik olarak tercih mekanı ile ilişki içerisindedir. İkinci olarak bilişsel mekanların tercih mekanlarıyla aynı türden yapısal ilişkileri vardır. Sonuç olarak analizin bu kısmı, durumların göreceli arzu edilebilirliğini göz önüne alan karar vericiler tarafından tercihlere çevrildiğinde, bilişsel mekanlarda benzer yapılar teşhis etmiştir (Lloyd, 1976).

Thill ve Sui (1993), mental haritalandırma ve belirsizliğin mekan tercihlerindeki yerini ölçtükleri araştırmada, genel olarak davranışsal araştırmalarda aralıklı ölçeğin sıralı ölçeğe göre daha yeterli olduğunu bulgulamıştır. Wu ve Pearce (2013), yerli gençlerin hangi turistleri tercih ettiği üzerinde durmuştur.

Araştırmacılar seyahatte turist seçimini etkileyen altı değişken saptamıştır. Bunlar pazarlama değişkenleri (ürün, tasarım, fiyatlandırma, reklam ve tanıtım kanalları), turist değişkenleri (daha önceki deneyimler, aile yaşam döngüsü, gelir, yaş, hayat tarzı, değer sistemi ve motivasyon), destinasyon farkındalığı, destinasyonun etkili bir birleşimi, turist

destinasyon tercihleri ve spesifik durumsal değişkenlerdir (isim almış bir tatil, isim almış bir tatil paketi, seyahat için algılanan ihtiyaç). En önemli özellik fiyat olarak görülürken, kümelenme düzeyinde daha az öneme sahip koşul politik stabilitedir. Takip edenler sırasıyla daimilik zamanı, destinasyon özellik türleri, kültürel sunum, boş zaman sunumu ve gece eğlencesidir. Destinasyonun türü iki düzey için (dağ ve şehir) pozitif bir etkiye sahipken ve tüketicilerin toplam tercihini artırmışken, plaj, negatif bir değere sahip olup toplam tercihi düşürmüştür (Vukic, Kuzmanovic ve Stankovic, 2014).

Akalın, Yıldırım, Wilson ve Kılıçoğlu'nun çalışmasında (2009), Ankara'da, özel bir banliyö kooperatifinde beş farklı diziden aile evleri cepheleri incelenmiştir. Her bir ev ilk yapıldığında aynı görüntüye sahip olsa da, daha sonra cepheleri, sahipleri tarafından değiştirilmiştir. Çalışma, tercih oranının U biçimli bir ilişki göstererek orta derecede değiştirilmiş evlerde daha yüksek olacağını ne sürmektedir. Aynı zamanda algılanan kompleksite ve algılanan etkileyiciliğin doğrusal bir ilişki sergileyeceğini, kompleksite düzeyi değişirken algılanan kompleksitenin yükselip algılanan etkileyiciliğin düşeceğini öngörmektedir. Kompleksite ve tercih arasında U biçimli ilişki saptanmış olup, orta derecede kompleksiteye sahip cephelerin daha az veya daha fazla kompleksiteye sahip cephelerden daha fazla tercih edildiği ortaya çıkmıştır. En fazla çekiciliğe sahip cepheler en fazla kompleksiteye sahip cepheler olarak yer almış fakat bu durum daha fazla tercih edildikleri anlamına gelmemiştir.

Van Oel ve Van den Berkhof'un gerçekleştirdiği çalışmada (2013), havaalanı yolcu alanarında tüketicilerin mekan dizayn tercihleri araştırılmıştır ve tercihler arasında eğrisel çatı, kavisli düzenleme, yeşilliklerin varlığı, Hollanda'nın ayrıksılığını yansıtacak dekorasyonların bulunmaması, sıcak bir ışıklandırma, geniş boyutlar ve beyaz materyaller sayılmıştır. İşaretlerin tasarım tercihinde bir etkisi bulunmamıştır.

Tezin bu bölümünde mekansal tercihlerin nasıl ve nelerden oluştuğu ele alınmıştır. Aynı zamanda tercihlerin nasıl ölçülebileceği ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Tezin bundan sonraki kısmında turistlerin mekansal deneyimleri üzerinde durulmuş, deneyimlerin tercihler ve mekanın düzenlenişi ve kentsel tasarım ile ne tür ilişkiler içerisinde olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.



4. DENEYİMLER

Kentsel deneyim için bütüncül bir sunum yoktur. Bu, kent turizminin diğer disiplinlerin bir karışımı ve bu sebeple kendi başına bir disiplin olarak değerlendirilmemesinden kaynaklı olabilir. Kent çalışmalarının turizm araştırmalarıyla ilişki kurulması ihtiyacı, tamamen tatmin edici sonuçlara yol açmamıştır. Hem teorik hem pratik olarak kentsel turizm bir yanda sosyal ve kültürel kentsel değişimlerden etkilenmekte, diğer taraftan turizmin kendi gelişiminin etkisi altında kalmaktadır (Kokosalakis, 2009: 8). Öyle ki şehirde her şey işaret yerine geçer, her şeyin anlamı vardır, her şey duygu ve ifade taşır. Bu bakımdan bir gezgin, seyyah, yürüyüşçü, flaneur kenti adımlarken pek çok cümle ile, kelime ve söz düzeniyle dolayısıyla bütün bir algı ve hayat ile yüz yüze gelir. Geçirdiği deneyim müthiştir; elde ettiği hasıla son derece kıymetlidir (Alver, 2012b: 483). Deneyim çeşitli unurları içerir ve duygusal, fiziksel, entelektüel ve ruhsal anlamda karışık duygular yaratır (Sheng ve Chen, 2012). Kentsel bölgelerde turizm deneyimlerinin kompleksliği, her bir bölgede sunulan fiziksel özelliklerin kombinasyonuna bir cevap ve geniş ölçekteki turist yorumlamalarının bir ürünüdür (Krolikowski ve Brown, 2009: 127). Deneyim ve davranış ayrılmaz bir şekilde yapı ve biçim ile bağlantılıdır (Edwards ve diğerleri, 2009: 99). Tüketim, fantazilerin, duyguların, eğlencenin istikrarlı bir akışı olarak görülmeye başlanmış ve deneyimsel görüş olarak isimlendirilmiştir (Holbrook ve Hirschman, 1982). Urry ve Larsen'e göre (2011) dil gibi bakış da sosyo-kültürel olarak çerçevelenmiştir. Yalnızca bir şeye bakmayız, daima şeylerle kendimiz arasındaki ilişkiye bakmaktayızdır. Bakış, dünyayı yansıtmaktansa sıralayan, biçimlendiren ve sınıflayan bir performanstır. Mekansal deneyim özneyi etkin, mekanı ise edilgen bir nesne konumuna itmek yerine; özne, mekan, zaman ve yaşam boyutlarının karşılıklı etkileşiminin bir bütün olarak algılanmasıyla gerçekleşmektedir (Palabıyık, 2012: 552). Modern mimari biçim ve işlevi gözetmekteyken, deneyim ekonomisinde tasarım deneyimlere odaklı olup belli hisler oluşturur. Anahtar ne yapıldığından ziyade ne olunduğu haline gelmiştir (Urry ve Larsen, 2011: 122).

Ritchie ve Hudson (2009), turizm deneyimi çalışmalarını altı başlık altında sınıflandırmışlardır. Bunların ilki, 'temel akım' olarak bilinen, turizm deneyiminin özünü anlamaya ve tanımlaya yönelik kavramsal çalışmalardır. İkincisi, 'düşünce akımı' olarak tanımlanan, turistlerin deneyim arayışı davranışını anlamaya yönelik çalışmalardır. Üçüncüsü, turizm deneyim çalışmalarında kullanılan özgül yöntemlerle bağlantılı materyal ve araştırma çalışmalarıdır. Dördüncüsü, turizm ve çekicilik deneyimlerinin özgül

türlerinin doğasını anlamaya ve keşfetmeye dayalı çalışmalardır. Beşincisi temel tatmin edici, kaliteli, olağanüstü ve hatırlanabilir deneyimlerin yönetimini gerektiren turizm arz sisteminin tasarımını ve geliştirilmesini içeren yönetsel kaygılarla gerçekleştirilmiş çalışmalardır. Altıncısı deneyim düşüncesinin evrimsel izi olarak biçimlenmiş çeşitli düzey ve türlerdeki deneyimlerin ayrılmasına yönelik çabalara odaklı çalışmalardır.

Gündelik yaşamda coğrafya temelli teknolojilerin kullanımı, bir mekanı diğerinden ayırmakta ve referans noktaları bulunmasında önemli bir rol oynamıştır. Uzaklığın ve yönün bilinebilirliği, mekan boyunca hareketlerin tanınabilirliği ve izini sürmeyi sağlamıştır. Farklı işaret öğeleri ve rotalar, mekanın kolay anlaşılabilirliğini beraberinde getirmiştir. Böylelikle mekan deneyimleri daha anlamlı hale gelmiş, mekanlara duygusal aidiyet durumu güçlenmiştir. Turizm deneyiminin biçimlendirilmesinde de coğrafya temelli teknolojilerin kullanımı, destinasyonun farklı unsurlarına yönelik bir deneyim kazandırmıştır. Coğrafya temelli teknolojilerin kullanımıyla insanlar, destinasyondaki diğer bireylerle de iletişim halinde olabilmiş, destinasyonla bağlantılı farklı bilişsel süreçleri yaşamıştır. Turizm destinasyonuna yönelik duygusal aidiyet de oluşmuştur. Böylece anlamlı bir turizm deneyimi edinilmiştir (Tussyadiah ve Zach, 2012).

Ek, Larsen, Hornskov ve Mansfeldt (2008)'e göre deneyim tasarımı dört boyuttan oluşmaktadır. Fiil anlamında tasarlamak, bir şeyin şekillendirildiği statik biçimdir ve iki alt boyutu vardır. İlki, kontrol edilmiş eğlencedir. Burda deneyim zaman ve mekanda tanımlanır ve turist için tasarlanır. İkincisi kontrol edilmiş keşiftir. Deneyim zaman ve mekanda tanımlanmaz ve turist için tasarlanır. İsim anlamında tasarım, dinamik olarak bir şeyleri biçimlendirmektir ve iki alt boyutu vardır. İlki, kontrol edilmeyen eğlencedir. Burda deneyim zaman ve mekanda tanımlanır ve turist tarafından tasarlanılır. İkincisi, kontrol edilmeyen keşiftir. Burda deneyim zaman ve mekanda tanımlanmaz ve turist tarafından tasarlanılır. Fiil anlamında tasarlamak üretici temelli iken, isim anlamında tasarım tüketici temellidir.

Bir turist fiziksel, duygusal ve entelektüel olarak deneyim sürecine müdahil olur. Bu müdahil olmanın son düzeyi akıştır. Akışta turist zaman ve mekan kavramlarını yitirir ve müdahil olduğu aktiviteye çok derin olarak odaklanır. Bu perspektif turisti bir performansçı, turizm destinasyonunu da bir sahne olarak görür ve deneyimin yaratılması için de her iki unsur birbirine bağımlıdır (Cetin ve Bilgihan, 2016). Araştırmacıların

çalışmalarında kültürel turist deneyimleri sosyal etkileşim, yerel otantik ipuçları, hizmet, kültür/miras ve meydan okuma başlıkları altında toplanmıştır.

Somut tüketici ürünlerinin pazarlanmasında tüketici odaklı yaklaşım uygulanmasına rağmen, bu durum sadece son yıllarda hizmet sektörüne uygulanmaya başlamıştır; özellikle de turizm ve boş zaman sektörüne. Bu durum, ziyaretçi perspektifine odaklanma ile sonuçlanmıştır. Ziyaretçi uzun bir süredir turizm ve boş zaman hizmetlerinin pasif bir tüketicisi olarak görülmüştür. Fakat ziyaretçinin fiili olarak 'sosyal bir bukalemun' olarak görülmesi, çevredeki değişikliklere adapte olması ve kendi deneyimini inşa etmede aktif olması, sosyal bilimcilerin turizm tüketimi ve yer aldığı bağlam arasındaki ilişkinin anlaşılmasının değişimini başlatmıştır. Bazı araştırmacılar, turizm mekanlarının altyapısının çeşitli unsurlarca nasıl yaratıldığını, fakat bu yaratımın turistin kendisine ait olan profiller, aksiyonlar, düşünceler ve duygular tarafından da gerçekleştirildiğini ortaya koymuştur (Kokosalakis, 2009: 16).

Sfandla ve Björk (2013), hizmet teorileri ve turizm deneyimlerinden yararlanarak turizm deneyim ağı olarak öne sürdükleri kavramsallaştırmayı gerçekleştirmişlerdir. Turizm deneyiminin öznelliğini ve nesnelliğini birleştiren mantık akışı olarak değer çizgisi düşüncesinin nasıl birlikte yaratıldığı üzerinde durulmuştur. Değer yaratımı hem firmalar, hem turist perspektifinden ele alınmıştır. Turizm deneyim ağı, aktif aktörler, etkileşimleri ve birbirine bağımlılıkları tarafından inşa edilmektedir. Özgünlüğü, hizmet yönetiminde turistleri içeren yapılandırılmış prosedürlerden örneklendirilmektedir. Turizm deneyim ağı, deneyimleri besleyen aktörlere bağımlıdır. Deneyimleri beslemek, ürün ve hizmetleri değere çeviren ilişkisel bir süreç sonucunda turistleri içine almak, zaman içerisinde değerlerin deneyime dönüşmesini sağlamaktır. İnteraktif yaklaşım, deneyim tedarik zincirinde, değeri birlikte yaratmanın doğrusal bir ilişki ile gerçekleştiğini ve eklenen değer ve değişim değerinin yalnızca ağ içindeki turistlere izin verdiğini ortaya koyar. Turizm deneyim ağı, ilişkileri doğrusal olmayan bir biçimde şekillendirir çünkü değeri birlikte yaratma kesişen ilişkilere doğru hareket eder. Destinasyon bilgi ve deneyimleri sadece mekan imaj teorisinin gelişimine katkıda bulunmaz, ayrıca turizmin amaçları için güçlü bir kent markasına ilerleme yolunda tutarlı ve gerçekçi kent imajlarının nasıl geliştirileceği ve tanıtımının yapılacağı hakkında daha bilgilendirilmiş kararlara olanak verirler (Papadimitriou, Kaplanidou ve Apostolopoulou, 2015). Turistik deneyim turizm mekanının yapı ve biçimi ile ayrılmaz bir özellik sergiler. Her zaman nesnelere aramızdaki ilişkiye

bakan ‘turistik bakış’, mekanın deneyimlenmesi esnasında nasıl üretildiğinin bir işaretidir. Bakış, bakılan objeye dönük deneyimlerle bakılan obje arasında aracılık işlevi üstlenir. Deneyimler, bakıştan yansıyan mekanın biçim ve yapısını yorumlar ve bakılan mekana ilişkin bir çerçeve çizerler. Ardından planlama ve mimari ile buluşan bakılan obje (turistik mekan), bakıştan yansıyan deneyimleri betimler.

4.1. Deneyim ile İlişkili Kavramlar

Turist deneyimi çalışmalarında iki geniş akademik perspektif bulunmaktadır. İlki gündelik yaşam deneyimlerinin karşıtı olan zirve turistik deneyimlerine odaklanan sosyal bilim yaklaşımıdır. İkincisi, tüketici temelli deneyim üzerindeki vurguyla turist merkeziliğinde temellenen ve destekleyici tüketici deneyimlerine entegre edilmiş, zirve deneyimi besleyen aktivitelerden türetilmiş taşımacılık, konaklama, yiyecek tüketimi ve diğer ek hizmetleri konu edinen pazarlama/yönetim yaklaşımıdır. Sosyal bilimci yaklaşım motivasyonları, aktiviteleri, ilgileri, anlamları ve tutumları, otantikliği arayışı ve öznel deneyimlere odaklanmayı içerirken, tüketici deneyimi yaklaşımı turist tarafından deneyimlenen kalite veya tatmine bakarak turizm aktivitelerinin farklı tipolojilerini keşif, insan etkileşimlerinin önemi, aşinalığın etkisi, daha önceki bilgi ve geçmiş deneyimler ve dışsal uyarıcıların rolünü içerir (Volo, 2009).

Müşteri deneyimi, ‘deneyim ekonomisi’ modelinden alınmış, pazarlama için yeni olan bir yaklaşımdır. Pine ve Gilmore (1998) hizmet temelli modelden çıkarılmış yeni bir tür model olarak deneyim ekonomisini gündeme getirmiştir. Yeni teknoloji ve pazardaki rekabetçi güçler tarafından tetiklenen bu ortam yüksek müşteri beklentisi ve maliyetleri etkileme ile sonuçlanmıştır. Değer eklenmiş hizmet ve belirsiz bir pazarda işletmelerin farklılaşması yeni bir paradigma doğurmuştur. Ekonomik değer ilerlemesi sebebiyle dört aşama ortaya çıkmıştır. Bu aşamalar metalar, ürünler, hizmetler ve deneyimlerdir. Bu ilerleme aşamasında deneyim aşaması daha çok duygusal, fiziksel, entelektüel, veya ruhsal düzeylerde bireyin bağlanabildiği olaylarda içerilen kişinin hafızasında kendini geliştiren kişisel özelliklerden oluşmuştur. Pine ve Gilmore’a göre (1998) turist deneyimleri eğlenme, öğrenme, kaçış ve estetik boyutlarından oluşmaktadır.

Bu bakış açısına göre hizmetler sahne, ürünler sahne malzemesi olarak müşterilere hatırlanabilir olaylar yaşatmak üzere kurulmuştur. Bu, deneyimlerin organize edilebileceği

ve mühendisliğinin yapılabileceği öncülünden çıkarılmış bir yaklaşımdır ve algılanan otantikliğin, birçok turist deneyiminin özünde olduğu görüşüne karşıdır. Algılanan otantiklik, objektif standartlara göre değerinin biçilmesindense otantikliğin bakanın gözünde yargılandığı postmodern argümana gönderme yapmaktadır (Laing ve diğerleri, 2014). Deneyim ekonomisine göre tüketiciler ürün ve hizmetleri tüketmek yerine özgün deneyimler aramaktadır çünkü yüksek düzey ürün ve hizmet kalitesi tüketicilerin seçimlerini farklı kılmamaya başlamıştır. Özgün ve hafızada kalıcı deneyimlere yönelik bu yeni talep, firmaların, zaten tutarlı ve yüksek düzey işlevsel kaliteye erişmiş ürün ve hizmetlerine ayırt edici bir değer yüklemektedir. Turizm bir sahneleme deneyimidir, sahnelenmiş deneyimler satar ve turizmin merkezi yaratıcı aktivitesi turistik deneyimin yaratılmasıdır (Oh ve diğerleri, 2007). Turist deneyiminin sahnelendiğine ilişkin karşı bir argüman, deneyimin yapılandırılmamış, kazara ve organik bir olay olduğuna ilişkin yorumdur. şans eseri keşfedilmiş anlarda birey, turist olmayı açar ve kendini keşfin harikalığında kaybeder. Bu, turist deneyiminin planlanmasını ve öngörülmesini imkansız hale getirir. Bu bakış açısı, destinasyonun turist deneyimini biçimlendiren ve destekleyen unsurları geliştirmekte oynadığı rolü ve deneyimlerin karşılıklı yaratılması olgusunu gözden çıkarır (Laing ve diğerleri, 2014).

Pine ve Gilmore'un (1998') modeline göre ise dört çeşit deneyim vardır ve bu deneyimler müşterinin içeriminin düzey ve biçimine göre değişkenlik gösterir. Katılım aksisinde pasif katılım eğlenme ve estetik boyutlarını içerirken aktif katılım eğitim ve kaçış boyutlarını içerir. Destinasyon aktivitelerinde pasif bir biçimde yer alan turist destinasyonun performansına doğrudan etkide bulunmasa da, aktif katılımcı, kendi deneyimi haline gelmiş performans veya olayı kişisel olarak etkiler. Yutma ve tutulma aksislerinde turist tipik olarak eğlence ve eğitim sunumlarını yutarken, destinasyon çevresinde tutulma yaşar ve bu estetik ve kaçış deneyimleriyle sonuçlanır. Yutma "deneyimi akla getirerek kişinin ilgisinde yer edinmek" ve tutulma "fiziksel olarak ya da fiilen deneyimin kendisinin bir kısmı olmak" anlamlarında kullanılmıştır.

Deneyim, katılımcılar tarafından hissedilen öznel mental durum olarak tanımlanmıştır (Musa, Mohammad, Thirumoorthi, Moghavvemi ve Kasım, 2015: 236). Aho'ya göre (2001) deneyimler duygusal, bilgilendirici, pratik ve dönüşüm boyutlarından oluşmaktadır. Larsen (2007) ve Jennings (2006), deneyimlerin seyahat öncesi, seyahat esnası ve seyahat sonrasında oluştuğuna değinmiş, deneyimlerin beklentilerden ve olaylardan etkilendiğini

ve yeni tercihler ve beklentiler için bir temel yaratarak bireyin hafızasında kaldığını ve yapılandırıldığını ifade etmişlerdir. Turizm için turist deneyimi “bireyin, turist aktivitesiyle ilgili daha önceden başlayan (planlama ve hazırlık), yerinde devam eden (destinasyondayken) ve seyahat sonrasında da süren (anımsama) öznel değerlendirmeleri ve süregelen olaylar (duygusal, bilişsel, davranışsal) bütünüdür” (Tung ve Ritchie, 2011: 1369). Bireyler derin bir içerim hissettikleri, yoğun konsantre oldukları, özbilinçlilik eksikliği yaşadıkları, benliğin aşkınlığını yaşadıkları uygun deneyimler arayışındadır ve bu deneyimler doğası itibariyle ödüllendirici deneyimlere öncülük eder. Deneyim anında gerçekleşen bir durum değil kompleks bir süreçtir ve çoğul gruplar içerir, zaman içerisinde gelişir ve geleceğe kadar değerini sürdürür (Andereck, Bricker, Kerstetter ve Nickerson, 2006).

Turist deneyimi ve mekan algısı, fiziksel çevre ile de bağlantılıdır ve fiziksel çevre tarafından etkilenir (Guachalla, 2016). Birey, özgül bir çevreyle ilişki halindeyken, enerjilerin değişimine olanak kılan bir etkileşim oluşur ve uyarıcılardan çıkarım oluşmaya başlar. Aslında duyular (göz, kulak, burun, deri ve tat alma organlarının aktivasyonu) bireyi çevreleyen dünyada algısının öncülü olarak hareket eder ve bu, bilinçli duygusal deneyimle sonuçlanan duyumusal girdilerin seçilmesi, organize edilmesi, yorumlanması doğrultusunda işleyen süreçtir. Kısmi olarak yönetilebilen dışsal çekme faktörlerinden ayrı olarak turist deneyiminin psikolojik etkileri, bireylerin şekillendirdikleri ve deneyimlerine anlam ekledikleri algısal sürecin yalnızca çevresel karakteristikler ve uyaran koşulları ile ilgili değil, içsel psikolojik süreçler ile de ilgili olduğu vurgulanmıştır. Bu nedenle deneyimler varoluşsal ve bireyde şekillendirilmiştir. Deneyim kişilik, kültürel geri plan, bilgi, öz kimlik, duygusal durumlar, hafıza, aşinalık düzeyi, uzmanlık, dahiliyet ve psikolojik özgüllük gibi bireysel karakteristikler tarafından etkilenmektedir (Agapito ve diğerleri, 2014).

Connell ve Meyer’e göre (2004), turist deneyimi, geniş bir faktörler dizisi tarafından etkilenmekte, bu faktörlerden bazıları destinasyonla ilgili değil fakat ziyaretçinin modu ve durumuyla ilgili olmaktadır. Turist deneyimi bireysel, çevresel, durumsal ve kişiyle bağlantılı faktörlerden etkilenebildiği gibi diğer bireylerle iletişim düzeyi tarafından da etkilenebilmektedir. Deneyim, beklentilerden etkilenebileceği gibi, ziyaret öncesinde ziyaretçinin sahip olduğu daha önceden edinilmiş fikirler, ziyaretçinin kültürel kökeni ve daha önceki sosyalleşmeler tarafından da etkilenebilmektedir. Bu bireysel faktörler tüketici

temelli deneyimi modellerken, daha önceki ürün deneyimi ve beklentileri tatmini veya tatmin olmamayı belirler.

Bir destinasyonu deneyimlemek turiste sunulan tüm olayların ve aktivitelerin destinasyon için bir değer ve değerlendirme oluşunu içerir. Turist karar verme süreci açısından turistin destinasyon deneyimine yönelik algısı değerler, güdüler, tutumlar gibi satın alma öncesi karar parametrelerinden etkilenebilir. Destinasyonda sergilenen deneyim, kuvvetli hatıralar, tekabül eden psikolojik uyarılma, tüm destinasyon kalitesine yönelik pozitif algı ve sonuç olarak turist tatmini ile sonuçlanabilir (Oh ve diğerleri, 2007).

Tung ve Ritchie (2011), deneyimleri hatırlanabilir kılan dört boyuta ulaşmıştır. Bunlar duygulanım, beklentiler, dolaylılık (sosyal ilişkiler, entelektüel gelişim, kendini keşfetme ve fiziksel mücadele gerektiren unsurlar) ve anımsamadır. Ziyaretçilerle kişisel meşguliyet ve kişisel bağlantı, turist deneyiminin kalbinde yatan unsurlardır. Deneyimler yüksek derecede kişisel, öznel olarak algılanan, soyut ve süregiden olgulardır (Laing ve diğerleri, 2014).

Fenomenolojik paradigma ve somutlaştırılmış deneyim, uygulama ve performans kavramları turizm araştırmalarında ana unsurlardan birini beslemiştir ve dikkati turist deneyimine yöneltmiştir. Peyzaj, turizm ve anlama yönelik yeni yaklaşımlar turistlerin deneyimlediği, anladığı ve sadece turist bakışı doğrultusunda anlam vermediği bakışı genişletmiş, aynı zamanda dünyayla aktif bir etkileşim doğrultusunda işaretlerin ve imajların kendi anlamlarını kavrama yolunu açmıştır. Fiziksel, entelektüel ve bilişsel aktivite ve bakış yanında duyumsal deneyim vurgulanmıştır (Soica, 2016).

Turizm, deneyim için bir pazar yeridir ve turistler, deneyimin gerçekleşeceği mental mekanlar yaratırlar. Bu tanımlama deneyimi çok kişisel olsa ve deneyimi yaşayan kişi dışında gözleme doğrudan erişime müsaade etmeyen bir yapı sergilese de turist deneyimini yeniden tanımlama için bir teşebbüstür. Bütüncül müşteri deneyimi iki özellikten yapılmış gibi görünmektedir. Bunların ilki tüketicinin tamamen farkında olduğu olgubilimsel düzey, ikincisi dönüşüm ve öğrenmenin gerçekleştiği bilişsel düzeydir. Deneyim geçici olarak değiştirilmiş ve konumlandırılmış duyum, algı, yorumlama ve sıralanımın önceki ve sonraki vakaları tarafından ve duyum, algı ve hafıza arasında vuku bulan tüm olaylardan oluşturulur (Volo, 2009).

Muhafazakar turist deneyimi tanımlaması, sadece ziyaret etme, görme ve hayatı farklı bir modda yaşamayı niteler. Bireylerin kişisel bir yol ile zevkli, çekici ve hatırlanabilir olarak katıldıkları olayları içerir. Farklı araştırmacılar deneyimi, ziyaretçilerin öznel değerlendirmesi ve seyahatin öncesinde başlayan, seyahat sırası devam eden ve seyahat sonrasında da kapsayan turist aktiviteleriyle bağlı süregelen olaylar olarak tanımlamıştır. Deneyimlerin analizi, ASEB modelinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Model faaliyetlerin, ortamların, deneyimlerin ve faydaların analizine dayalıdır. Geleneksel SWOT analizinin geliştirilmiş bir yoludur (Musa, Najmin, Thirumoorthi ve Taha, 2017). Beeho ve Prentice (1997)' e göre, ASEB, özellikli bir çekiciliğin ziyaretinde neyin kazanıldığı ve tüketildiğine ilgi gösterir. Ayrıca ziyaretçilerin ziyaretten ne istediği ve beklediğiyle de ilgilidir. ASEB, daha geleneksel ortamlara ve aktivitelere odaklı olmayı besleyen değil, neyin deneyimlendiği ve bu deneyimlerin nasıl yararlı olabileceğiyle ilgili çekirdek ürün tüketiminin kavramsallaştırılmasıdır.

Tan (baskıda), turist deneyimlerinin tekrar ziyaret etme durumunu ve destinasyon imajını pozitif olarak etkilediğini öne sürmüştür. Deneyimin kaçış boyutu, destinasyonu ilk ziyaret edenler ve tekrar ziyaret edenler üzerinde tekrar ziyaret etme durumunu pozitif olarak etkileyen tek değişken olmuştur. Destinasyonu tekrar ziyaret edenler üzerinde, kaçış ve destinasyon imajı arasında (sıcak ilkbaharlar ve su sporları) pozitif bir ilişki daha saptanmıştır. Destinasyon imajı üzerinde estetik ve eğlence deneyiminin etkisi, her iki ziyaretçi grubu için de geçerli olan iki diğer yol ile sınırlanmıştır. Eğlence deneyiminin destinasyon imajı üzerindeki etkisi bot sürüşü; estetik deneyimin destinasyon imajı üzerindeki etkisi altyapı ile sınırlanmıştır. Öğrenme deneyimi tekrar ziyaret edenlerin bot sürüşü ve altyapı destinasyon imajı unsurları ile sıcak ilkbaharlar ve su sporları destinasyon imajı unsurlarına katkıda bulunmuş; ilk kez ziyaret edenlerin de duygusal destinasyon imajına katkı sunmuştur.

Lin ve Kuo 'nun araştırmasında (2016), çoklu gösterge- çoklu neden yaklaşımı, dinamik bir süreç olan, turistlerin uyarılarına akış ve pozitif duygulara evrildiği turist deneyiminin yapısını kavramsallaştırmada uygulanmıştır. Sonuçlar psikolojik sürecin turist deneyiminin algılanan değer üzerindeki etkisi, algılanan değer tatmin üzerindeki etkisi, tatminin sadakat niyetleri üzerinde etkisi şeklinde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Tatmin, sadakat niyetinin en güçlü öncülüdür. Ayrıca turist deneyim modelinde yalnızca algılanan değer ve tatmin birarada değerlendirildiğinde turist davranışları anlaşılabilir.

Turistler deneyimi kişisel bir süreç olarak yorumlayıp böyle görebilirler. Anlam yaratımı, bireysel, sosyal ve kültürel anlamların düzenlenme biçiminin bir karışımı olarak yapılandırılır (Jensen vd., 2015). Günümüzde her bir birey için sosyal aksiyon, sosyal bir rolü yerine getirmek ve programlanmış gibi davranmak değil, deneyimlerin inşasıdır. (Caru ve Cova, 2003: 273). Schmitt (1999)'e göre beş çeşit deneyim vardır. Söz konusu deneyimler duysal deneyimler, duygusal deneyimler, yaratıcı-bilişsel deneyimler, fiziksel deneyimler, davranışlar veya hayat tarzları ve sosyal aidiyet deneyimleri olarak sınıflandırılmıştır. Deneyimler, bireyin halet-i ruhiyesi ve duygularından olduğu kadar kültürel ve sosyal altyapısı tarafından da etkilenirler (Laing ve diğerleri, 2014). Aynı zamanda davranışı da etkilerler (Carr ve Sequeira, 2007).

Campos ve diğerlerine göre (2015), turistin yerleşkesinde deneyimi beraber yaratmanın kavrsamsal çerçevesine göre deneyim alanında ilk olarak deneyim etkileyicileri bulunmaktadır. Bunlar fiziksel (mimari ve peyzaj, karşılaşma yeri düzenlemeleri ve kullanılabilir mekanlar, mobilyalandırma ve temizlik) sosyal (çalışanlar, diğer ziyaretçi ve müşteriler, arkadaşlar ve akrabalar) ve organizasyonel (çalışan yetenekleri, teknik ve işlevsel kalite) etkileyicilerdir. Turist, fiziksel, mental aktif katılım ve özne ve çevreyle etkileşimin arasındadır. Fiziksel ve mental aktif katılım, kişisel kaynakların, yeteneklerin ve stratejilerin fiziksel ve bilişsel aktivitelerde kullanımı anlamına gelmektedir. Aktif katılım ve etkileşim, duyumlar, algılar, düşünceler, imajlar, ilgi, duygular ve hisler, içerim gibi, turistin psikolojik durumu ve süreçlerini etkiler. Tüm bunlar da deneyimin hatırlanabilirliğine yol açar. Deneyimler farklı nedenlerle ayrışır. Herkes aynı şeyi hafızada kalıcı bulmayabilir hatta aynı aktivite farklı nedenlerle hafızada kalabilir. Hafızada kalıcı deneyimlere katkı sağlayıcı unsurlar değişkendir ve tüketim bağlamına bağlıdır. Turistler aynı aktivitelere katıldıklarında bile farklı deneyimler yaşamakta ve özellikle duygular ve anlamın önemine vurgu yapmaktadır. Önceki çalışmalar hatırlanabilir deneyimlerin bilişsel yönlerine değinse de ve turizm alanı geniş bir biçimde hedonizmle kafasını meşgul etse de, müşteriler deneyimlerinden daha fazlasını istemekte, hedonik zevkten öte tatillerinden daha fazlasını beklemektedir. Çeşitli bağlamlardaki geniş bir turist grubunun en iyi deneyimleri anlamlı deneyimlere daha çok vurgu yapan iyi olma haliyle bağlantılıdır (Knobloch ve diğerleri, 2016).

Değerler ve endişeler, deneyim temelli turizm sektöründe inovasyonun itici gücü olabilmektedir (Hoarau-Heemstra ve Eide, 2016). Chen (2014), gerçekleştirdiği

araştırmada yatak-kahvaltı sistemiyle işleyen otellerde atmosferin, müşteri deneyimi ve değeri üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu saptamıştır. Ayrıca müşteri deneyimi, müşteri değeri ve müşteri gönüllü performansı ile olumlu bir ilişki içerisinde. Deneyimler duyumsal, duygusal, bilişsel, sosyal ve davranışlar ve hayat tarzları olmak üzere ayrılmaktadır. Bu deneyimler bireylerin psikolojik özelliklerinden olduğu kadar sosyal ve kültürel geri planı ve düşünceleri tarafından da etkilenebilmektedir. Deneyim aynı zamanda fiziksel çevre tarafından da etkilenmekte ve fiziksel çevreyi etkileyebilmektedir. Olumlu deneyimler mekana yönelik olumlu çıktıların üretilmesine katkı sunarken olumsuz deneyimler mekanın yeniden düzenlenmesinde etki sahibidir. Turizm deneyimleriyle ilgili olarak farklı bakış açıları mevcuttur. Eğitim, kaçış, estetik ve eğlenme boyutları altında toplanan turist deneyimi seyahat öncesinde, seyahat esnasında ve seyahat sonrasında olmak üzere de ayrıştırılmıştır. Kent turizmi deneyimi için ise belirlenmiş herhangi bir deneyim boyutu bulunmamaktadır. Turistlerin turist baloncukları içerisine girmelerinden ziyade gündelik kent yaşamıyla da tanışacağı kentsel banaliteyi deneyimleme fırsatı bulacağından hareketle deneyimlerin günlük hayatı da kapsayacak şekilde ele alınması bir gerekliliktir. Bu nedenle bu çalışmada deneyimler duyumsal, duygusal, bilişsel, sosyal ve kültürel olarak ayrıştırılmıştır.

4.2. Deneyimler ve Otantiklik

Turistler MacCannell'a (1973'ten akt. Tung ve Ritchie, 2011) göre yapmacık olaylarla kolayca tatmin olmayıp deneyimlerde otantiklik aramaktadır. Cohen (1979) turizm deneyimini anlamak için fenomenoloji yaklaşımını kullanmış ve seyahat motivasyonlarının, turistlerin deneyim arayıcı davranışlarını tamamen açıklamadığı sonucuna varmıştır. Turizm deneyimini, insanlar ve onların toplam dünya görüşü arasında, hangi topluma ait olduklarını göz önünde bulundurarak merkezlerinin konumuna bağımlı olarak tanımlamıştır. Farklı araştırmacılar, turist deneyimindeki varoluşsal otantikliğin objelere bağlı değil, faaliyetlerde içerilen kişisel duygulara bağlı olduğunu ileri sürmüştür.

Örneğin kültürel turist deneyiminde iki tür bakış açısı vardır. İlki, turistleri, turistik gettolarda hapis gibi algılayan, özel kentsel dışa kapalı yerleşim bölgeleri ve sonuç olarak yüzeysel olarak ya da yabancılaşmış dünyanın genişletilmiş hali olarak karakterize edilen deneyimdir. Diğer bakış açısı kültür turistini bir hacı, kent turizmini de otantiklik arayışı ve yabancılaşmış dünyadan kaçış olarak görür (Wickens, 2016).

Elands ve Lengkeek'e göre (2012), turist deneyiminin doğasına dayanarak ve 'oranın dışında olmak' kavramının geliştirilmesiyle turizmin gündelik gerçeklikten uzaklaşma yolu oluşu üzerine bir teori geliştirilmiştir. Deneyim, bilinçli bir farkındalıkla göreceli olarak sabit mental yapılara yerleşmiş ve turist pratiklerine derhal yanıt için dinamik bir önkoşul olarak dışavurulmuştur. Bu önkoşullar, teorik olarak farklı deneyim biçimlerine çevrilmiş ve çalışmada ampirik bir karşılık bulmuştur.

Tüm performanslar kültürel ve sosyal olarak zaman ve mekanda konumlanmıştır. Günlük performansların normatifliği, tarihi ve coğrafi yerleşikliğinin spesifik yaklaşımını maskeler. Sınıf, cinsiyet, etnisite ve diğer etkilerin karakterleri farklı turistler tarafından mekanlara getirilir ve dışavurulur. Bu doğrultuda sosyal performans, insanlar ve ziyaret edilen mekanlar arasındaki tarihi ilişki ve kültürde konumlanır. Turizmin bir diğer etkisi zamanın sınırlarını çizmek, olağanüstüyü olağan zamandan ayırmak, iş ve görevden salıverilen bir rahatlama ve oyun sürecidir. Turizmin bu geçici kavramsallaştırmaları hoş giden performans ve aktiviteler hakkında kavramlar içerirler. Bu kavramlar salıverme fikri ve böylece daha otantik bir kendiliğinin ortaya çıkması, bireyin kişiliğinde farklı, geliştirilmemiş bir yönün farkına varılma arzusu, veya bir bağlamda, kimsenin kişi hakkında beklentilere uyduramayacağı yeni bir rol edinme gibi kavramlardır (Edensor, 2000).

Gündelik kentsel sosyal gerçeklik ve turist çekiciliklerinin yanyana bulunması, kentsel turizm deneyiminde varolan bir unsurdur. Kentel turizm yönetimi ve planlamasında turizm unsurunun kentin diğer işlevlerinden daha öncelikli bir yer edinmesi esas problemlerden biridir. Bu durum 'turist baloncukları'nın yaratılmasıyla sonuçlanmıştır ve banliyö ziyaretçileri için rahatsız edici olabilecek kentsel hastalıklardan herhangi bir ipucu taşıyan kentsel baloncukları silmeyi planlamaktadır. Kentsel turizmin bu sterilize edilmiş versiyonu kentsel mekanların özgün değerinde ve kentsel turizm deneyiminde arzu edilmeyen sonuçlar yaratabilecektir (Kokosalakis, 2009: 10).

Küreselleşmiş ve markalaşmış ticari ağırlama mekanlarında turist deneyiminde evde olanın ve yabancı olanın birleşmesi söz konusudur. Destinasyon bağlamında bu ürünlerin tüketiminin sosyal ve psikolojik işlevleri vardır ve tanınabilen, güvenli ve erişilebilir mekanlar daha geniş bir destinasyon deneyimine yardımcı olur (Osman, Johns ve Lugasi, 2014).

Sosyal yaşam dramacı bir yaklaşıma ve sosyal bağlamlar doğrultusundaki rollerin yapılandırılmasına dayalıdır. Etkilerin stratejik sahne yönetimi, ön sahnelerde, sosyal ortamlarda bireylerin özellikli anlam ve değerleri ürettiği alanı niteleyip, aktörlerin maskelerinin, arka sahnenin domestik güvenirliliğine gelindiğinde düştüğünü karakterize eder. Kaçınılmaz surette bu araçsal aksiyonlar yapay, stilize edilmiş ve tanınabilir. Bu performanslar meta sosyal açılımlar ile sosyal normlar ve yapılagelişleri yeniden üretirler ve kültürel varsayımların ayırt edici somutlaştırması olarak tanımlanırlar. Kendini yönetime rağmen performansların kodlanması –neyin uygun olduğu, eylemlerin sırası, kimin yer alacağı- katımcıları gözleyen ve bilgi veren ve senaryoları muhafaza eden ana personel tarafından düzenlenir. Performansı yönlendirme yoluyla anlamı ve eylemi sentez etme ile kültürel gücün kullanımı, sağduyulu bir pratik yaratarak kültürel normları yeniden doğrular (Edensor, 2000).

Lacancı psikanalizde yabancılaşma ve otantikliği incelemek, otantikliğin bir fantezi olduğu sonucuna çıkar. Fantezi, hoşnutluğun bilgi alanındadır ve gerçeğe karşılaşmaktan kaçınan bir işlevi vardır. Böylece tüm fantaziler gibi otantiklik de önemli bir işlevi yerine getirir. Bu, kişiyi teminat altına alan bir fantazidir; hayat, temel bir yabancılaşmayla karakterize edilmesine rağmen belirli mekanlarda bu tür bir yabancılaşma, turist olarak ziyaret etme, öğrenme, taklit etme ve yeniden yaratabilme alanlarında yoktur. Bu fantazilerin her biri turizm alanlarının, temsil çevrelerinin ve performansların yerini tutar. Lacan'ın öznellik ve yabancılaşmayla ilgili fikirlerini göz önünde tutarak otantiklik, fantezi olarak, deneyim için motivasyondan daha fazlası, yabancılaşmadan doğan daha derin psikolojik taleplerle bağlantılıdır (Knudsen ve diğerleri, 2016).

Uriely (2005), geçmişte turist deneyiminin gündelik yaşam deneyimlerinden ayrı tutulduğunu fakat günümüzde turistik deneyimlerin gündelik yaşamda da yaşanabildiğini, iş ve turizm arasındaki ayrımın giderek bulanıklaştığı, geçmişte turistlerin belli biçimlerde sınıflandırıldığı fakat artık turistlerin çoklu amaçlar için seyahat ettikleri, deneyimin sadece sektör tarafından biçimlendirilip turistlerin pasif katılımcılar olmadıkları, objektif otantikliğin de yapılandırılmış otantikliğin de sektör tarafından sağlandığı görüşünde olduğunu fakat varoluşsal otantikliğin (turistlerin kendilerini gündelik yaşamdan daha özgürce ifade edebildikleri otantiklik türü) bulunduğunu öne sürmüştür.

Otantiklik, Pearce ve Moscardo'nun çalışmasında (1986) dokuz bölüme ayrılmıştır. Bunların ilki, turistin, sahne arkası insanlarıyla sahne arkası bölümlerde karşılaşmasıdır. İkincisi turistin, sahne önü insanlarıyla sahne önü bölümlerde yüzyüze gelmesidir. Burada hem insanlar, hem ziyaret edilen çevre not alınmaktadır. Otantikliğin üçüncü sınıflandırması, sahne önü insanlarıyla sahne arkası bölümlerde karşılaşmaktır. Bu, çevreyi değerlendirmede rehberin veya turist personelinin turisti asiste etmesi ile yaşanan bir durumdur. Çevre ve personel, bu sınıflandırmada önemlidir. Dördüncü sınıflandırmada, turist, sahne önünde sahne arkası insanlarını görmektedir. Ortam ve insanlar ikili bir rol oynar gibi görünmektedir. Bu sınıflandırmada hem çevrenin otantikliği, hem karşılaşılan insanlar görünürdür. Beşinci sınıflandırmada turist sahne arkası insanlarıyla karşılaşmaktadır. Bu tür bir turist deneyiminde çevrenin net bir rolü yoktur ve uzaktan bir arka plan sunar. Altıncı sınıflandırmada turist sahne önü insanlarıyla karşılaşır fakat yer alınan çevresel ortamın rolüne çok az vurgu yapılmıştır. Yedinci kategoride vurgu, insanların ziyaret ettiği çevreye ve sahne arkasını keşfeden turistlere yöneliktir. Sekizinci sınıflandırmada turistin sahne önü bölümüyle karşılaşması ve ortamdaki insanlara yönelik az bir vurgu yapması söz konusudur. Dokuzuncu kategoride otantiklik, turist deneyimlerinin sadece bir yönüdür. Birçok tatil deneyiminde sahne önü, sahne arkası ayrımı alakasız ve uygunsuzdur. Otantiklik, birçok turist deneyimini sınıflandırmada anahtar kavram olsa da, tartışılan kavramsal sistem bazı durumları kapsamamaktadır. Turistlerin tatil deneyiminden tatmin duyup duymadıkları, turist çevresinin doğasının tamamıyla değerlendirilmesi, turistin bu çevreye yönelik algısı ve turistlerin otantikliğe ihtiyacı ve tercihinine göre değişkenlik göstermektedir.

Fu ve diğerlerinin (2014) gerçekleştirdiği Çin'in bir müzesinde gerçekleştirdikleri çalışmada, mirasın otantikliğinin çoklu biçimlerde yapılandırıldığı ve desteklendiği ortaya konmuştur. Zanaat mirasının otantikliği üç biçimde beyan edilmiştir. Bunlar objeler, modern teknoloji ve varislerin zanaatkarlığı sergilemesi ve öğretmesidir. Kopyaların orjinalleriyle değiştirilmesi, soyut olmayan mirasın 'objektif otantiklik' ile kanıtlanması müzelerde gerçekleşebilecek bir durum değildir. Modern teknolojinin kullanımıyla turistlerin duymusal zevklerinin zenginleştirilmesi turist deneyimleri için 'sahnelenmiş otantikliğin' yaratılmasına müsaade etmektedir. Ticari bir süreç doğrultusunda varislerin zanaat gösterisi ve öğretimi turistlere 'varoluşsal otantiklik' sağlamaktadır.

Jauhari ve Sanjeev'in çalışmasında (2010), ruhsal ve kültürel turizmin de iyi bir destinasyon yönetimine sahip olması gerektiği ortaya konmuştur. Konaklama, lojistik, tapınağı ziyaret esnasında teknolojinin ve çoklu müşteri hizmet noktalarının iyi bir deneyim için önemli olduğu ortaya konmuştur.

Bohlin ve Brandt'in çalışmasında (2014), e- rehberlerin teknolojik etki ve iletişimsel düzeyleri değerlendirilmiştir. Çalışma alternatif anlatıcı, meta anlatıcı, otantiklik ve yorumlama bölümlerine ayrılmıştır. Buna göre dört yerleşkede e-rehberlerin rolü tespit edilmeye çalışılmıştır. İlk yerleşkede alternatif anlatıcılıkta her bir yerleşkenin çocuklar için de bir hikayesi olduğu, rota boyunca her bir durma noktasında daha fazla bilgiye erişimin seçilebileceği belirtilmiştir. Meta anlatıcı boyutunda 1670-1730 arası kısa bir zaman aralığına değinilmiş, tarih üzerine doğrusal bir bakış açısı oluşturulmuş, insanların durumları merkeze alınmıştır. Otantiklik boyutunda, tarihi bir kişinin rehber olması öne çıkarılmıştır. Yorumlama boyutunda kışkırtma güçlü, ilişki kurma zayıf, ortaya çıkarma zayıf, cisimleştirme zayıf olarak bulgulanmıştır. İkinci yerleşkede alternatif anlatıcılık boyutunda sadece tek bir hikayenin içerildiği vurgulanmış, meta anlatıcılık boyutunda 1630-1940 arası orta uzunlukta bir tarih aralığına değinilmiş, tarih üzerine doğrusal bir bakış açısı oluşturulmuş, bireylere odaklı ilginç hikayelerin anlatıldığı ortaya konmuştur. Otantikliğe insan yapımı malzemelerle etkileşim aracılığıyla varılmıştır. Yorumlama boyutunda kışkırtma güçlü, ilişki kurma güçlü, ortaya çıkarma zayıf, cisimleştirme güçlü olarak bulgulanmıştır. Üçüncü yerleşkede alternatif anlatıcılık boyutunda rehber olan tarihi kişiye dayalı alternatif hikayelerin seçimi öne sürülmüştür. Meta anlatıcılık boyutunda 1880-1920 arasında kısa bir tarih aralığına değinilmiş, tarih üzerine doğrusal bir bakış açısı oluşturulmuş, politik taraf analiz edilmemiş, mikro düzey veriler kullanılmış, sosyal reformların ardında sınıf savaşının temel neden olduğu bakışı yansıtılmıştır. Otantiklik boyutunda, tarihi bir kişinin rehber olması öne çıkarılmıştır. Yorumlama boyutunda kışkırtma güçlü, ilişki kurma güçlü, ortaya çıkarma zayıf, cisimleştirme zayıf olarak bulgulanmıştır. Dördüncü yerleşkede alternatif anlatıcılık boyutunda tarihi süreçle genel olarak alakalı ek bilgilere erişim; meta anlatıcılık boyutunda 1700- M.Ö. 500 yılları arasında uzun bir tarih aralığında tarihin döngüsel oluşuna ve dünyanın diğer kısımlarıyla bağlantıya odaklanılmıştır. Otantikliğe insan yapımı objelerle etkileşim vasıtasıyla varılmış, yorumlama boyutunda kışkırtma zayıf, ilişki kurma zayıf, ortaya çıkarma güçlü, cisimleştirme zayıf olarak bulgulanmıştır.

Yang (2011), Çin’de etnik temalı bir parkta turistlerin deneyimlerini değerlendirmesi ve kültürel otantiklik hakkında algıları üzerine çalışmasını şekillendirmiştir. Birçok turist yerleşkeden hoşnut kalmış ve genel olarak deneyimlerinden zevk almıştır. Azınlık kültürünün paketlenmiş hali birçoğu tarafından takdir edilmiştir. Turistlerin otantiklik algısı ve tatmini, anlamlı bir şekilde bireysel arka planları tarafından etkilenmiştir.

Lu ve diğerlerine (2015) göre algılanan otantiklik ve turistlerin yerel aktivitelere katılma deneyimi Çin’deki Litchi Bay destinasyonunun imajının biçimlendirilmesine doğrudan katkı sunmaktadır ve turistlerin destinasyon aktivitelerine katılımı turist tatminiyle doğrudan ilişki halindedir. Destinasyon imajı doğrudan algılanan otantiklik ve turist tatmini arasında aracı rolü oynamakta, turistlerin destinasyon aktivitelerine katılımı ve tatmini arasında kısmi aracılık rolü oynamaktadır.

Gerçekte, herkesçe görünme ya da herkese açık olma hali, bireyleri, toplumsal kabul görme kıstaslarını dikkate almaya, onay görücü edimler, temsiller içine girmeye ya da dramaturjik performans sergilemeye götürmektedir. Bu realite, mekanlarda temsiliyet bulan sosyalitenin ve sosyal davranış örüntülerinin bir bakıma kurmaca, inşa olunmuş, toplumsalın baskısına yüksek oranda açıklıkla karakterize olmuş performatik gösterimler olduğunu göstermektedir (Aytaç, 2012: 514).

Reisinger ve Steiner (2006)’in gerçekleştirdiği çalışmada otantik bir turizm deneyiminde tur rehberlerinin rolü incelenmiştir. Formel olmayan danışman rehberlerin rol modelliği, bilgilendirilmeden ve yönlendirilmeden keşifte bulunmak isteyen gençler için kullanılabilir olarak kabul edilmiştir. Bazı turizm biçimleri anlam için arayışta olma haliyle örtüşmektedir. Bu nedenle kılavuz ve araçların rehberlik tarzı önemlidir. Rehberler artık yol bulucular değil fakat turistlere gördüklerinde anlam bulmalarına yardımcı olanlardır. Eğer rehberlerin, liderlik ettikleri gruba yaşları ve kültürel geri planları uygunsa, bilgilendirici ve organize edici olmaktan çok arkadaşlık ve kaynak olma rollerine adapte olabilirlerse; turistlere deneyimlerinin ne anlama geldiği ve bunlara karşı nasıl bir yaklaşım sergilemeleri gerektiğinden öte deneyimlenen dünyayla kişisel bağlantı teşvik edilirse, formel olmayan danışman rehberler otantik bir turizm deneyimini sağlayacaktır. Otantiklik, turizmin sahnelenen performansın arka planında yer alan bir olgudur. Sahnelenen performansta sergilenen anlam ile eylemin sentezi ve kültürel kodların bu senteze müdahil oluşu var olan kültürü yeniden doğrular. Otantik olanda ise henüz

keşfedilmemiş, yorumu açık bir yön bulunur. Artık turistik mekanlarda evde olan ve yabancı olan arasındaki ayrımın bulanıklaştığı koşullarda, otantik olanla buluşmak daha sık olasılığa sahiptir. Otantik olanın objelere bağlı değil bireyin iç dünyasından kaynaklandığı fikri otantikliğe öznel bir anlam yükler. Bahsi geçen deneyimler olduğu takdirde, otantikliğin öznel oluşu anlaşılabilir. Otantik bir deneyim kişiye çevresinden uzaklaşma duygusu, beklentilere uymayan daha yeni bir benlik, kişilikte keşfedilmeyen bir yönün açığa çıkarılması gibi çıktılar sağlayacaktır. Bu nedenle sahne gerisinde vuku bulan otantik deneyim, sahne performansının normatifliği ve kısıtlayıcılığından uzak bir deneyim türünün gerçekleştirilmesine olanak tanıyacaktır.

4.3. Deneyimler ve Beden

Mekan bedenlere hükmeder; jestleri, yol ve güzergahları buyurur ya da yasaklar. Bu amaçla üretilmiştir; onun anlamı ve erekliliği budur (Lefebvre, 2014: 163). Deneyim, materyal beden ve sosyal olarak yapılandırılmış bedenin kesişiminde bilinebilir. Gerçeğin doğası, bedenselleştirilmiştir. Örneğin görsel özürlü olan turistler, diğer turizm deneyiminde diğer turistlerle aynı faydayı görebilirler fakat ancak turizm sektörü ve topluluğu, bedenselleştirilmiş anlayışı yansıtan turist deneyimlerini sağladığı ölçüde bu durum gerçekleşebilir (Small, Darcy ve Packer, 2012). Mekan, bedenden yola çıkarak algılanır, yaşanır ve üretilir. Maddi alemdeki etkileri, aletleri ve nesnelere üretmeden önce, kendini beslenerek üretmeden ve bir başka bedeni doğurarak kendini yeniden üretmeden önce, her canlı beden bir mekandır ve kendine ait bir mekanı vardır. Tersinden söylersek mekan yasaları, yani mekan içindeki ayırt edilebilirliğin yasaları, canlı bedenin ve enerjilerinin serpilip gelişmesinin yasalarıdır. Bedenler, enerjilerin serpilip gelişmesi mekanı üretir, ve mekanların hareketiyle –mekan yasalarına göre- kendilerini üretirler (Lefebvre, 2014: 180-189).

Duygular, bedenlerin neler yapabileceğini şekillendirir. Duygular bedenlerin sıfatları olur. Duygular hem şekillendirdikleri nesnelere hakkındadır hem de nesnelere temaslarıyla şekillenirler (Ahmed, 2015: 13-16). Gerçekleştirilen çalışmalar, duygusal durumun optimal boş zaman deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası olduğunu bulgulamışlardır (Andereck, 2006: 83). Turizm ve boş zaman hizmetlerini tüketimde turistler sadece profesyonel hizmetler değil duygusal deneyimlerinin tatminini de arzu etmektedirler. Tatmini duygusal deneyimlerle ölçmede geleneksel hizmet kalitesi ve tatmin araştırmaları gündem dışıdır

çünkü bu modeller bilişsel bileşenlere dayalı olup müşteri tatminindeki duygusal yönleri ihmal ederler (Brunner-Sperdin, Peters ve Strobl, 2012). Araştırmacılar çalışmalarında, çevresel psikolojide varolan teorileri ve ampirik kanıtları dikkate alarak duygusal durum ve tatmini etkileyen farklı hizmet ortamları boyutları arasındaki ilişkileri açıklayan bir model geliştirmiştir. Duygusal durumun önemini ortaya çıkarmak amacıyla misafirlerin otel ortamındaki hizmet tüketimleri değerlendirilmiştir. Boş zaman deneyimi, donanım ve insan faktörlerinin yüksek kaliteli otellerde müşterilerin duygusal durumlarını etkilediği ortaya çıkarılmıştır.

Agapito ve diğerleri (2014) gerçekleştirdikleri çalışmada, turist deneyimlerini kırsal deneyim, genel kumsal deneyimi, doğa temelli deneyim ve dengelenmiş deneyim olarak dörde ayırmıştır. Her bir tema, spesifik bir duyumla ilgili olsa da, bir duyunun baskınlığı durumu söz konusu olmamıştır. Bu, turist deneyimlerinin çoklu duyumsal doğasına bir kanıt sunmuştur.

Bedenin turizmdeki anlamı çeşitli perspektifler tarafından ele alınmıştır. Bunların ilki, bedenin kimlikle ilişkilendiği biçimdir. İkincisi, somutlaşmış turist pratiklerinin turist mekanını nasıl yapılandığı ve bu mekanı anlama biçimleridir. Üçüncüsü, somutlaşmış pratiklerin katılımı nasıl şekillendirdiği veya turizm mekanının kullanımınıdır (Williams ve Lew, 2015).

Beden, fiziksel yapısı ve kendi duyumsal kapasiteleri aracılığıyla dünyaya uyum sağlar. Beden, mekanın, uzaklığın, ölçeğin değerini anlayabileceğimiz temel bir ölçüttür. Bedenin ve parçalarının hareket yeteneği, çevreyi keşfetme ve değerlendirme potansiyeli ile ihtiyaçların tatmini için konum değiştirme seçeneği sunar. Uyumlu bir sistem olarak beden çeşitli duyum kipleri tarafından yaratılan duyumsal deneyimlerin bütünleştirilmesini ve koordine edilmesini sağlar; ayrıca bir bütünlük ve bölümler arası ilişki hissi verir (Rodaway, 1994: 31).

Urry ve Larsen'e göre (2011) dil gibi bakış da sosyo-kültürel olarak çerçevelenmiştir. Bakış, dünyayı yansıtmaktansa sıralayan, biçimlendiren ve sınıflayan bir performanstır. Kentsel turizm deneyiminin üretim ve tüketiminde 'bakış' konsepti anlayışı artırsa da, bu, cismanileşmiş deneyimi tamamıyla anlamaya yetmez. Ziyaretçiler çevreleriyle etkileşim içerisindeyken bilişsel süreçler yaşarlar, ama bedenlerinin mekan içerisindeki durumu,

çevreleriyle kurdukları kontaklar, duyularını kullanımları dışsalın içselleştirilmesidir. Kent özellikle cismanileştirilmiş deneyim için bir uyarıcı sunar. Bu deneyim duyulara, duygulara ve hayalgücüne bir yükümlülük getirir. Ortamın fizikselliği, sırayla anlam sunan duygular ve hayalgücünü yaratır. Yaratılan duygular ziyaretçinin beklentileri ve daha önceki bilgilerine tekabül eder (onaylayıcı duygusal harita) veya ortam tarafından sunulan anlatıcıyla karşı karşıya gelmeye (reddedici duygusal harita) yol açabilir (Kokosalakis, 2009: 24).

Matteucci (2014), İspanya'da turistlerin yaşadığı flamenko deneyimini araştırdığı çalışmada disipline edilmiş bedenlerin, özsaygı arayışında oldukları; ikincil olarak bedenlerin kendini dışavurma ve kendini keşfetme ihtiyacıyla konumlandırıldığını; üçüncü tür olarak bedenlerin, flamenko aracılığıyla kendilerini diğer gruplardan farklılaştıran bireylerin tüketici bedenleri olduğunu ve varolan sosyal yapılara karşı çıktığını belirtmiştir.

Chronis (2015), ABD Ulusal Askeri Parkı'nda gerçekleştirdiği çalışmada, rehberli turlardaki kinestetik tüketim deneyimini incelemiştir. Rehberlerin, destinasyondaki turizmin sahnelenmesinin etkileyici rol alıcılardan biri olarak rehberlerin çalışmasına odaklandığı, üç tür yeni sahneleme yöntemi olduğunu ifade etmiştir ki bunlar iletişimsel, materyal ve beden-mekan sahnelemeleridir. Beden-mekan sahnelemesinde mekansallaştırma, mevzilenme ve düzenleme olmak üzere üç kümelenme bulunmaktadır.

Popüler fotoğraf örneğini kullanarak, temsil edilenler üzerine odaklanma, bazı önemli süreçlerin gözden kaçmasına ve bazı sosyal ideolojilerin yeniden üretilmesine neden olmaktadır. İlk olarak, belki de şaşırtıcı bir biçimde görsel teoride sıklıkla kaybedildiği iddia edilen deneyim kalitesini fotoğraf, yeniden eski haline getirmeye yardımcı olur. İkincisi, bu somutlaştırılmış deneyim, teknolojiler ve epistemolojiler yoluyla görsel dünyanın aracılığını vurgular. Üçüncüsü, pratikler üzerine çalışmak, metalaştırılmış biçimlerin karşısında olarak otantik popüler deneyimi yerleştirir. Bu fikirler, popüler turist fotoğrafçılığına referansla takip edilirler. Toplamda bu tür bir yaklaşım yeni yollarla zamana ve turist mekanlarına odaklanmaktadır. Sonuç olarak manzaraların görsel algısına bakılmasına gerek yoktur fakat somutlaşmış, teknolojik iç algının görüşlerine gereksinim vardır. Otantik/metalaşmış tuzağından kaçmak için varlık aracılığına değil, yerinden edilmiş bir deneyim aracılığıyla düşünülmalıdır (Crang, 1997).

Patika ve yol ağları, uzantısı oldukları bedenler gibi somut bir mekan oluştururlar. Sembolik ve pratik bu nitelenmiş mekan, kendisini ilgilendiren mit ve öykülerin taşıyıcısıdır. Öncelikle beden, analizin güzergahı üzerinde belirlendiğinde, kendini ne felsefi özne ne de nesne olarak verir, ne dış bir çevreye karşı duran bir iç çevre ya da yansız mekan olarak, ne de bölümle ya da parçalarla bu mekanı işgal eden mekanizma olarak verir. O ‘mekansal beden’ olarak kendini verir. Bir mekanın ürünü ve üretimi olan mekansal beden, bu mekandan derhal belirlenimler edinir: simetriler, etkileşimler ve karşılıklı eylemlilikler, eksenler ve düzlemler, merkezler ve periferiler, somut yani mekansal-zamansal karşıtlıklar... Bu maddilik mekandan, yayılan ve kullanılan enerjiden kaynaklanır. İncelikli enerji yayan ve alan araçlar duyu organlarının içinde, toplayan ve atan kanallar ise beynin içinde yer alır. Organik beden bu bileşimi de doğrudan doğruya mekansal oluşuma bağlıdır. Her canlı organizma kendi ‘ortam’ında, ‘çevre’sinde – mekanında- ürettiği dönüşümler içinde yansır, kırılım geçirir (Lefebvre, 2014: 211)

Beden kullanımı tipolojisinde dört adet faaliyet sorusu bulunmaktadır. Kontrol, beden faaliyetlerinin ne kadar öngörülebilir olması gerektiği ile ilgilidir. Arzu eksikliği ve üretimi ikinci sorudur. Bedenin diğerleriyle ilişkisinin bulunması üçüncü sorudur. Beden kapalı ve tekil midir veya ikicil ve diğer bedenlerle karşılıklı bir yapım ilişkisine mi sahiptir sorusu, bedenin diğerleriyle ilişkisine ilişkin bir sorudur. Son olarak kendisiyle olan ilişki, beden bilinçliliği kendi varoluşu ile ilişkilenebilir mi, yoksa bu bedensellikle ilişkilenebilir mi sorusu dördüncü sorudur. Bu dört soru beden kullanımını veya beden kullanım tarzlarını temsil etmektedir. Bunlar disipline edilmiş beden, yansıtan beden, baskın beden ve iletişimsel bedendir (Rodaway, 1994: 34).

Beden, sosyal bir yapılanmadır ve güç ile kimliği bazı etkili yollarla gösterir. Bedenler sosyal direncin olduğu gibi dahil etme ve dışarıda bırakmanın da sosyal alanlarıdır. Kimlik, performansın dışında varlık bulamaz ve insanların dünya hakkında yarattığı duygular ve bu dünya içerisindeki pozisyonları doğrultusunda bedensel pratiklerle bağlantılıdır. Turist bedeni ve ilişkili kimlik ve performans olmadan birçok turist mekanı, turistik olmayan mekanlardan ayırt edilemez (Williams ve Lew, 2015: 245).

Bedenin yaratıcı kapasitesini kanıtlamaya gerek yoktur. Beden bunu mekan içinde gösterir, sergiler. Çok sayıda ritm iç içe girer. Beden içinde ve bedenin etrafında, tıpkı bir suyun

yüzeyinde ya da akışkan bir kütlede olduğu gibi ritimler kesişir, birbirlerini keser, üst üste biner, mekana bağlanırlar (Lefebvre, 2014: 219).

Görüş, insanda en baskın duyumdur. Çok daha fazla bilgi sağlar, mekanların, diğer duylara nazaran daha etkin biçimde algılanması ve kullanılmasını sağlar. Görsel çevre algısı mekan, uzaklık, dokusal değişimler, ışık kalitesi, renk, biçim, kontrast değişimlerini algılama konusunda daha güvenilirdir (Rapoport, 1977: 186). Görme, görünüşlerin yaratıcı bir yorumlamasıdır, insan ve şeylerin temsili içinde aydınlatılmış yüzey örüntülerinin çevrimi için içine girer. Görüş, diğer duyumlar gibi insan ve çevre karşılaşmasında aracılık eder. Bireysel nesnelere, bu nesnelere mekan içerisinde düzenlenişinin ve kendi bedenlerimizden yola çıkan, nesnelere boyut ve biçimleri ile mekandaki diğer nesnelere ve kendimizden yola çıkan beden pozisyonu ve hareketinin yüzey karakteristiklerinin ayırt edilmesini mümkün hale getirir. Görsel algı hem gözün fizyolojisini, hem beynin aktivitelerini kapsar. Görsel ipuçlarının kodları sosyal olarak mutabık kalınmış biçimlerde yorumlanır. Görsel coğrafya bu nedenle yalnızca fizyolojik olarak değil, kültürel olarak da tanımlanmaktadır (Rodaway, 1994: 117).

Koku, belirsiz olmasına rağmen ilkel ve duygusal olarak içerilen bir duyumdur. Mekanla ilgili güçlü hatıraların uyanmasında ana işlevi görebilir ve kesinlikle mekan duygusunu zenginleştirir. Koku ayrıca sosyal olarak tahsis edilmiş anlamları da karşılar (Rapoport, 1977: 186). Koklama duygusu, kendine özgü kokuları tanımlamak ve kokuları belirli kaynaklarla veya belirli durumlarla bağlantılandırmayı içerir. Koklama duygusu, fiziksel algılamaya ve mental faaliyetlere dahildir; koku hafızası genellikle uzun süreli ve kesindir. Koklama duygusu genel olarak hatırlamada ve şimdiki ile geçmiş deneyimlerin birliğinde önemli bir role sahiptir. Uyarlanabilir bir duygu durumudur, yeniliklerle uyarılır, aşinalık ve alışkanlıklarla köretilir. Duygularla güçlü bir şekilde bağlantılıdır (Rodaway, 1994: 64).

Akustik mekan konumsal olmayan ve küresel bir haldedir ve çevreyi dolduranların uç noktaları yoktur: nesnelere ziyade mekana vurgu yapar. Geçici ve odaklanmamış olmasından dolayı bağlam, eksikliğe meyillidir ve duyma görüşün devamlılığıyla karşılaştırıldığında akışkandır. Duymada görsel yerleştirme ve yönlendirmenin kesinliği eksiktir. Ayrıca daha pasif olup aynı zamanda sözel enformasyon ve insan iletişimi için bir kaynak teşkil eder (Rapoport, 1977: 187) Duymakla dinlemek birbirinden farklıdır.

Duymak, işitsel bir algı veya titreşimi kaydetmektir. Dinlemek ise işitsel olguya ilgi göstermek, muhtemelen bu olguları tanımlamaktır (Rodaway, 1994: 97).

Derinlik ve mekan algılamasında önemli olan görsel dokunun yanısıra dokunmayla deneyimlenen bir doku da vardır. Dokunmayı parmaklar aracılığıyla gerçekleştirmek bir gayretin ürünü ise de ana doku deneyimi ayakların atındadır. Böylece yumuşak ve sert, düz ve pürüzlü; çimen, yosun, taş, beton, kömür, çakıl taşı, kum, çamur ve ahşap ayırt edilebilir (Rapoport, 1977: 187). Dokunma, kişi ve dünya arasında bir temas gözetir. Dokunma, pasif ve aktif bir katılımdır ve salt karşıt bir yanyanalık değildir. Haptik sistem, çevrenin ana karakteristiklerinin ve bu çevrede veya dünyada ayrı bir mevcudiyet olarak bulunan mekanımızın ayrıştırılması yeteneğini bize verir, bu aynı zamanda dünya ve bizim aramızda duygusal bir bağdır. Dokunma, dünya ve kişi arasında bir tür iletişimdir; bilişsel bir konumlanmadan ziyade maddesel bir durumdur (Rodaway, 1994: 44).

Bireyin bir bedende konumlanması, bir bedende olmak aynı zamanda daha ileri araştırmaları garanti eder. Beden, mekandaki beden, mekanda olmak özgün, özel, tekil olanı ortaya çıkarır. Aşama aşama bedenler ilişkiselleşir ve özellikli biçimde alanlara ayrılırlar. Aslında mekanlar da aynı aşamadan geçerler. Mekanlar, ölçekler, sınırlar, coğrafya ve jeopolitika ile belirli alanlara ayrılırlar. Bedenler ve mekanlar, uzamsal kayıtlarının üretimi ve güçle ilişkileri doğrultusunda meydana gelirler. Bedenler ve mekanlar meydana çıktıkları sosyal ve uzamsal ilişkilerin girift ağları uyarınca birarada oluşur ve içerilmiş özneleri oluştururlar (Nast ve Pile, 1998: 2).

Beden yalnızca mekanda değil, aynı zamanda bir mekandır. Bedeni mekan olarak düşünmenin üç yolu vardır. İlki, kültür tarafından işaretlenen ve dönüştürülen bir yüzeydir. İkincisi, dünyayla bağlantı kurmada ve dünyayı deneyimlemede bir temeldir. Üçüncüsü, fiziğin mekanının sınırlarını çizer (Valentine, 2001: 23).

Merleau-Ponty (akt. Selby, Hayllar ve Griffin, 2009: 192-193) deneyimin, dünyada yerleşme biçimimiz ve vücutlarımız vesilesiyle anlaşılabilirliğini öne sürer. Merleau-Ponty'e göre ne bireyler etraflarındakiler hakkında tamamen bilgi sahibidir, ne de psikolojik olarak çevrelerini inşa etmektedir. Turizm bağlamında, turistin tüm varoluşuna ve kendisi etrafındaki çevreyi kalıba dökme işlemine bakılmalıdır. Turistin konumlandığı, bakılan ve açık olan kent, biçimini yaratır ve turist gördüklerini, daha ilgi çekici ve sahip

olduğu tarih bilgisiyle tutarlı hale getirmek için bu biçimi yeniden düzenler. Bu boyutta turistin bölge deneyimi turistin fiziksel dünyayı biçimlendirmeye ve yeniden biçimlendirmeye yardımcı olan bireysel ve kolektif görme biçimleri ile diyalektik bir ilişki halindedir.

Beden, mekandaki örüntülerin oluşturucusudur. Görme, tatma, duyma, koklama ve dokunma duyularından oluşan beden, geçirdiği dönüşümler neticesinde mekanda yansır. Her beden aynı zamanda bir mekandır. Beden, duyu organlarıyla iletişim kurduğu mekanı tanımlar ve dönüştürür. Mekan yasaları, canlı bedenin serpilip gelişmesinin yasalarıdır. Her canlı organizma kendi mekanında geçirdiği kısımlar ölçüsünde dönüşüm geçirir. Kentlerde varolan bir birim mekandır. Kimlik ve performansla belirlenen turistik kent mekanlarında beden, duyu organlarını kullanarak mekanı bilişsel olarak tanımlar ve gerek mevcut olana uyum sağlar, gerek bedenin mekan içindeki durumu, çevreyle kurulan kontak ve duyuların kullanımı yoluyla dışsalın içselleştirilmesini sağlarken, deneyimin bir parçası konumundadır.

4.4. Konuyla İlgili Yapılmış Önceki Çalışmalar

Kültür, seyahat ve turizm deneyimi araştırmalarında iki nedenle mühim bir rol oynamaktadır. İlk neden kültürün görme, etkileşim, hissetme ve yansıtma yoluyla deneyimlenmesi; ikincisi kültürün, küresel düzeyde turist güdü, seçim, niyet ve satın almaları üzerinde en güçlü etkileri sergileyen olgulardan biri olarak algılanmasıdır. Turizm bağlamında kültürün değerlendirilmesinde kültürel dünya görüşü kayda değerdir çünkü ziyaretçiler algısal filtreleri aracılığıyla kendi kültürlerinin paylaşılan değer ve inançlarına dayalı olarak kültürel deneyimler içerisine girmektedir. Uluslararası ziyaretçiler, değer ve davranışları da içeren kendine referanslı bir sistem olarak kendi kültürlerini kullanırlar. Farklı bir kültürü değerlendirirken turistler, turizm deneyimlerini yorumlamada kendi kültürlerine dayanmaya meyillidirler. Araştırmacılar, gerçekleştirdikleri çalışmada Hanok adı verilen Güney Kore'ye özgü evlerde kalan ziyaretçilerin öğrenme/aydınlanma, duygusal bağlanma ve değer/hoşnutluk deneyimlerini ölçümlemişler, duygusal bağlantı en çok Avrupalılar'da yüksek çıkmışken Amerikalılar değer/hoşnutluğu en önemli deneyim boyutu olarak ortaya sermişlerdir. Çinli katılımcılar öğrenme/aydınlanma deneyiminin yapı içerisinde en güçlü deneyim biçimi olduğunu belirtmişlerdir. Tatminin en güçlü

belirleyicisi değer/hoşnutluk olarak bulgulanmıştır. Duygusal bağlanma ikinci güçlü öngörücü olarak ortaya çıkmıştır (Kang vd., 2016).

Cole ve Scott'ın (2004) gerçekleştirdiği çalışmada tatmin, doğasında ardışık ve birikimli olan turizm deneyimi bağlamında tasarlanmıştır. Bu deneyimin dört boyutu ortaya çıkarılmıştır. İlki performans kalitesi, ikincisi deneyim kalitesi, üçüncüsü genel tatmin ve dördüncüsü tekrar ziyaret etme niyetidir. Çalışmada, deneyim kalitesinin aracılık rolü tespit edilmiştir. Performans kalitesinin deneyim kalitesine öncülük yaptığı durumda, turist deneyimi birikimlidir ve tatmin ile tekrar ziyaret etme niyetine katkı sunmaktadır. Deneyim kalitesi, performans kalitesi ve genel tatmin arasındaki ilişkiye doğrudan aracılık etmektedir.

Seyahat etme motivasyonu, algılanan deneyim değerine katılım ve seyahatle ilgili bilgi, turistlerin algılanan deneyim değerlerinin öncülleri olarak kabul edilmiştir. Sonuçları ise turist tatmini ve gelecekteki davranışsal niyet olarak ortaya konmuştur (Prebensen, Woo ve Uysal, 2014).

Forgas-Coll ve diğerlerinin (2017) Barselona'da Picasso Müzesi ve Miro Vakfı'nda gerçekleştirdiği çalışmada ziyaret deneyimi, hizmet kalitesi ve müdahil olma, tatminin öncülleri olarak bulgulanmıştır. Tatmin, müze ziyaretçilerinin davranışsal niyetini etkilemektedir. Ek olarak ziyaretçilerin sanata müdahil olma düzeyi, algılanan kalitenin etkisini ve turist tatmini deneyimini negatif olarak modere etmektedir.

Abdelazim ve Alajlani (2016), Suudi Arabistan'daki Janadriyah Festivali ile ilgili olarak turist deneyimlerini ölçümleyen bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada festivaldeki hizmetlerin kalitesinin ve geçmiş deneyimlerin tatmin ile anlamlı bir ilişkisinin bulunduğu, imaj ve tatmin arasında anlamlı bir ilişki olduğu, imaj ve davranışsal niyet ile imaj ve ağızdan ağıza iletişim arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu ortaya konmuştur.

Xiao-Ting ve Bi-Hu'nun (2012) Çin'deki Yaz Sarayı'nda gerçekleştirdikleri araştırmalarında zaman coğrafyasında zaman-mekan yolu yöntemini kullanarak turistlerin mekansal-zamansal davranışlarının turistlerin zamansal davranış faktörleri, mekansal davranış faktörleri, faaliyet seçim faktörleri ve yol karakteristikleri faktörleri ile tanımlanıp belirlenebileceğini ortaya çıkarmıştır. Zamansal davranış faktörleri kümeleme analizine en

geniş katkıda bulunmuş, zaman-mekan gerilimi olgusu turistlerin davranışlarında net bir biçimde varolmuştur. Turistlerin kalış süreleri, çıkış sürelerinin sınırlamalarındaki artışla beraber net bir düşme eğilimi göstermiştir.

Juan ve Chen (2012)'in Tayvan gemi seyahatlerinde karar üzerindeki etkiler ve deneyimlerin incelendiği çalışmalarında, seyahati planlama deneyimi esnasında seyahat fiyatı ve süresi temel etkiler olmuşken, seyahat esnasındaki deneyimlerde gezginler farklı hizmetleri kullanmıştır. Yiyecek ve içecek hizmetleri (yiyecek ve içeceklerin kalitesi ile çeşitlilikleri, ek hizmetlerin varlığı, akşam yemeği ortamı, bekleme zamanı/kalabalık, arkadaşların fikri, hizmet özellikleri) ile boş zaman olanakları (yapacak hiçbir şeyin olmaması, ek hizmetlerin varlığı, ekipmanların kalitesi, bekleme zamanı/kalabalık, arkadaşların fikri, kişisel fiziksel durum, kişisel ilgi, hizmet özellikleri) çok deneyimlenen hizmetlerden olmuşken bunu aktiviteler ve eğlence (kişisel ilgi, programın kalitesi, ilave bedellerin varlığı, bekleme zamanı/kalabalık, arkadaşların fikri, kişisel fiziksel durum), hizmet olanakları (ilave bedellerin varlığı, ekipmanların kalitesi, bekleme zamanı/kalabalık, yenilik, dil engeli), kıyadaki turlar (yenilik, fiyat, tur kalitesi, arkadaşların fikri, dil engeli) takip etmiştir. Genel tatmin ile en çok ilişkili değişkenler fiyat, hava koşulları, yerleşik hizmetler, hizmet özellikleri, arkadaşların arzuları olmuşken; tekrar satın alma niyetiyle en çok ilişkili değişkenler fiyat, yerleşik hizmetler, arkadaşların arzuları, hizmet özellikleri ve hava koşulları olmuştur.

Sarra, Di Zio, Cappucci (2015), madde cevap modeliyle, turistlerin algı ve tatmin deneyimlerini ölçmüştür. Madde cevap modeli, demografik ve seyahat davranışı karakteristiklerinin verili destinasyon özellikleri üzerindeki etkisini saptamaya yardımcıdır. Coğrafya referanslı madde cevap modeliyle turist tatmininin coğrafi olarak farklılaşan ölçümleri de gerçekleştirilmiştir.

Zakrisson ve Zillinger (2012), coğrafi konumlandırma sistemi teknolojisini kullanarak hesaplanan uzaklık ölçümlerinden kümeleme analizi yapmış ve üç hareket örüntüsü tespit etmiştir. Kışın gerçekleşen turistik olaylar, yazın gerçekleşen turistik olaylar, yazın destinasyon ve kışın destinasyon olmak üzere dört ayrı bileşenin hepsinde üç hareket örüntüsü geçerliliğini korumuştur. Coğrafi konumlandırma sistemi kişinin bulunduğu enlem, boylam ve yüksekliği kaydetmiş, bu bilgilerden toplam seyahat uzaklığı, boylam uzaklığı, enlem uzaklığı ve yükseklik uzaklığı ölçümlenmiştir. Z- dönüştürülmüş uzaklık

ölçümü, hiyerarşik kümeleme analizi için gerçekleştirilmiştir. Her bir kümelemede ortaya çıkan örüntünün doğasının daha iyi anlaşılabilmesi için Google haritalandırma sisteminden her bir katılımcı için hareket örüntüsü haritaları oluşturulmuştur. Her bir kümeleme için haritalardaki benzerlik ve farklılıklar turistik hareketi anlamak için incelenmiştir. Anketin ilk sayfasında olayın gerçekleştiği yer ve destinasyon için katılımcıların gün içerisinde nerede en pozitif ve negatif deneyimlerini yaşadığını işaretlemesi beklenen haritalar hazırlanmıştır. Bu deneyimlerin nelerden oluştuğunu kendi kelimeleriyle ifade etmeleri beklenmiştir. Anketin ikinci sayfasında katılımcıların gün içerisinde bir adet en pozitif bir adet en negatif deneyime yönelik duygusal reaksiyonlarının derecelendirilmesi istenmiştir. Kümeleme analizine göre turistler ana çekicilik ziyaretçileri, uzmanlar ve gezginler olarak sınıflandırılmıştır. Kışın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek pozitif duygu değerini gezginler belirtmişken, yazın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek pozitif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmiştir. Yaz destinasyonuna yönelik en yüksek pozitif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmişken, kış destinasyonuna yönelik en yüksek pozitif duygu değerini gezginler belirtmiştir. Kışın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek negatif duygu değerini gezginler belirtmişken, yazın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek negatif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmiştir. Yaz destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerini gezginler belirtmişken, kış destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerini uzmanlar belirtmiştir.

Karuru ve diğerleri (2017), Kenya'daki dört ve beş yıldızlı otellerde gerçekleştirdikleri çalışmada ambiyans, iletişim, destinasyon, misafirperverlik, ürün, hizmet ve değer boyutları altında inceledikleri yedi faktörlü tüketici deneyimi temelli pazarlama modelinde ambiyans stratejisinin nakit akışıyla, iletişim stratejisinin pazar payını artırmakla, destinasyon stratejisinin karlılığı artırmakla, ürün stratejisinin rekabetçi avantajı artırmakla, misafirperverlik stratejisinin pazara nüfusu artırmakla doğrudan ilişkisini ortaya çıkarmıştır. Müşteri tatmini hizmet stratejisi ve rekabetçi pozisyon arasında tam aracılık görevi görürken, dolaylı olarak servis stratejisi ve rekabetçi avantaj, pazara nüfuz etme, satış hacmi ve pazar payını etkilemektedir. Değer stratejisi yatırım karlılığını doğrudan azaltmakta, yatırım karlılığı dolaylı olarak strateji ve hisse senedi fiyatları arasında aracılık rolü üstlenmektedir. Satış hacmi ve pazara nüfuz müşteri tatmini ve yatırım karlılığı arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolü görmekte, satış hacmi ve rekabetçi pozisyon müşteri tatmini ve karlılık arasındaki ilişkiye kısmi olarak aracılık etmektedir. Misafirlerin en çok hatırladıkları deneyimler atmosfer; misafirperverlik ve çevre; misafirperverlik ve atmosfer;

misafirperverlik; yiyecekler; atmosfer, çevre ve misafirperverlik; eğlenme olanakları ve yiyecekler; msafirperverlik, atmosfer ve eğlenme olanakları olmuştur.

Gazley ve Watling'in çalışmasında (2015), kendini ifade etme düzeyi yükseldikçe, turistlerin ürünleri tüketiminin daha dışavurumcu olduğu ortaya çıkmıştır fakat deneyimler için aynısı söz konusu değildir. Çalışmaya göre sembolik deneyimler ve ürünler sosyal karşılaştırmayla bağlantılıdır. Dürtüleri yüksek olanlar, yeni şeyleri yaparken ürünlerin ve deneyimlerin anlamıyla daha az ilgilidir. Ürünlerin, turistin rolünün tanımlanmasıyla anlamlı bir ilişkisi vardır fakat deneyimler için aynı durum söz konusu değildir. Aynı zamanda deneyimler ve seyahatle bağlantı arasında olumlu bir ilişki vardır fakat ürünler için aynı durum söz konusu değildir. Gündelik yaşamdan kaçış söz konusuysa ürünler ve deneyimler turist için daha anlamlı bir hale gelmektedir.

Birenboim (2016), bir müzik festivali esnasında gençlerin öznel anlık deneyimlerini cep telefonlarına yüklenen bir uygulamayla araştırmış, bu vesileyle objektif veriler ve öznel verilerin karşılaştırılması imkanını yaratmıştır. Sheng ve Chen (2012)'in gerçekleştirdiği araştırmaya göre müze ziyaretçilerinin deneyim beklentileri beşe ayrılmaktadır. Bunlar kolaylık ve eğlenme, kültürel eğlence, kişisel tanılama, tarihi hatıralar ve kaçıştır.

Pearce ve Zare'ye göre (2017), tüketici deneyimlerini genişletmek için ortamı değiştirme ve hizmet tedariki turizm ağırlama ve olay deneyiminde ayırt edici bir bileşendir. Bu ilgi alanında faaliyet gösteren eğitimciler meydan okuma gerektiren bir durumla karşı karşıyadır. Meydan okuma, bir dizi öğrenme fırsatı arasında mezunları üstün deneyimler yaratma becerileriyle güçlendirme konusundadır. Çalışmada, turist deneyimini anlamının kavramsal kökleri üzerinde durulmuş, alandaki anahtar yönelimler dikkate alınmış ve deneyimin orkestra modelinin değeri öne sürülmüştür. Hizmet tasarımı konusundaki temel prensipler özetlenmiştir. Bunlar bir gruba içerden yaklaşım, gerçekçi ve sürdürülebilir seçeneklerin göz önüne alınması, tüketici bölümlendirmesinin kullanımı ve zaman üzerinden mekanın kullanımının takibidir. Tasarımın tasarlanması, yaratma ve iletişimde yardımcı olarak kullanılan gereçler vurgulanmıştır.

Ankor'a göre (2012), seyahat, yeni fikirler yaratan farklılıklarla karşılaşma anları sunduğu, bu nedenle bireyler için dünyada olmanın yeni algılarını geliştirdiği bir olgudur. Ötekinin rolü –farklılık ve bilinmeyen- karşılaşmanın seyahat deneyiminin incelenmesinde

önemlidir ve Levinas'ın ötekiyle yüzyüze karşılaşma felsefesi, farklılığa yanıt veren ilişkinin anlaşılmasında kavramsal bir çerçeve sunmaktadır. Çalışmada seyahatçilerin interaktif yanıtlarını mekana getiren ve araştırmanın bir parçası olmakla karşılaşan, seyahat deneyiminin geçici doğasını sunma teşebbüsünde olan esnek ve yorumlayıcı bir yöntem kullanılmıştır.

Austin'in çalışmasında (2002) tarihi olarak hassas alanlarda, ziyaretin doğası belirlenmeye çalışılmıştır. Ziyaretçinin alandaki duygusal durumu, alandan daha önceki beklentiler ve alanın sunumu ve yorumlanmasından öğrenildiği ve algılama gibi unsurlar, ziyaretin doğasını etkileyen deneyimler olarak ele alınmıştır.

Chen, Leask ve Phou'ya göre (2016), sembolik, deneyimsel ve işlevsel tüketimin destinasyon bağlılığı ve tatminine olumlu bir etkisi olmakta, sembolik ve deneyimsel tüketimin etkisi işlevsel tüketimden daha fazla görünmektedir. Çalışmada deneyimsel turizm öğrenme, kaçış ve hedonizm boyutlarıyla ele alınmıştır.

Mehmetoğlu ve Engen (2011), Pine ve Gilmore'un dört bileşenden oluşan deneyim modelini bir müzik festivali ve bir müze gezintisi sırasında test etmişler ve ampirik olarak modelin geçerliliğini kanıtlamışlardır. Jennings ve diğerleri (2009), turizm deneyiminin ne olduğunu betimleyen bir literatür çalışması yapmışlardır.

Binkhorst ve Dekker (2009), farklı ortamlarda turist deneyiminin nasıl tüketiciyle birlikte yaratılacağı üzerinde durmuştur. Kim ve Fesenmaier'in çalışmasında (2014) elektrodermal faaliyetlerin incelenmesi sonucu tur esnasında ziyaretçilerin duygusal deneyimleri ölçümlenmiştir. Böylece turizmin süreğen ve münferit bir deneyim olduğu açıklığa kavuşmuştur.

Lucia-Palacioz, Perez-Lopez ve Polo-Redondo'nun çalışmasına göre (2016), süpermarketlerde yaşanan bilişsel ve duygusal deneyimler davranışsal çıktıyı etkilemektedir. Prentice ve diğerleri (1998), bir endüstriyel miras parkında ziyaretçilerin deneyimlerini ve elde ettikleri faydaları ölçümlenmiştir. Rekreatif deneyimin farklı boyutları ve çeşitli faydalar ele alınmış, deneyim ve fayda üzerinde etkisi olan unsurlar açığa çıkarılmıştır. Deneyimler ve faydalar bakımından sınıflandırılmış tüketici grupları, ziyaret etme motivasyonları ve sosyo demografik özelliklerine göre tanımlanmıştır.

Turist tatmin deneyimlerinin ölçümlendiği bir araştırmada, tek yönlü akım yöntemi turist deneyimleri açısından farklılaştırılmış sonuçlar sunmuştur. Altı Norveç cazibe merkezinden yerinde anket toplanmış, genel tatmin göz önünde tutularak cazibe merkezlerinde sadece minör farklılıklar saptanmıştır. Diğer taraftan tek yönlü akım yöntemi, bu merkezlerde duygusal yanıtların anlamlı ve farklılaştırılmış bir görüntüsünü ortaya çıkarmıştır. Sonuçlar, farklı ülkelerden gelen turistler için ilginç farklılıklar sergilemiş, biliş ve duygu arasındaki ilişkiyi gözeten bilişsel teori tarafından yapılan temel varsayımlara destek sağlamıştır (Vitterso vd., 2000).

Turist deneyimi tek taraflı olarak ya bir zirve deneyimi, ya da tüketici deneyimi olarak anlaşılabilir. Yemek deneyiminin detaylı bir incelemesinin yapıldığı çalışmada (Quan ve Wang, 2004), söz konusu deneyimin spesifik durumlara bağımlı olarak zirve bir turistik deneyimi olarak da, destekleyici bir tüketici deneyimi olarak da varolabileceğini söz konusu araştırma ortaya çıkarmıştır (Mkono, Markwell ve Wilson, 2013).

Kültürel imaj, kültürel çekicilikler, yayma ve tanıtım, yiyecek tarihi, deneyim faaliyeti boyutlarıyla beş model ile Hakka kültürel mirasına ilişkin turist deneyimleri açıklanmıştır. Çalışmada mutfak turizminin rolü ve mutfak turizmi deneyimlerinin geçmişte nasıl iletildiği araştırılmıştır. Özgün kültürlerin korunması ve çok kültürlülüğü muhafaza etmek adına, Hakka kültürünün mirası yiyecek yoluyla deneyimlenebilir. Turizm deneyimi yemeğin tanıtımı ve üretimine yönelik olsa da, Hakka mutfağının ardındaki anlam ve tarih hem kültürel transferi, hem eğitimi kapsamaktadır. Etkileşimli deneyimler esnasında aile ve çocuğu veya arkadaşlar arasında işbirliği ilişkileri duygusal alışverişlere ve bağıntılara öncülük edebilmektedir (Lee, Chao ve Lin, baskıda).

Pearce ve diğerlerine göre (2013), turist deneyimi duyumsal, duygusal, bilişsel, ilişkisel ve davranışsal boyutlardan oluşmaktadır. Bağımsız gelen turistler ve tur paketi ile birlikte gelen turistler arasında ayrıştırma yaptıkları araştırmalarında araştırmacılar, duyumsal ve duygusal deneyimlerde turistler arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. İlişkisel boyutta grup turistleri, çalışanlarla daha olumlu bir ilişki geliştirmiştir. Davranışsal boyutta bireysel turistler, kentin iç kısmını keşfetmeye daha çok ilgi göstermiştir. Bilişsel boyutta grup turistleri, özgül yerinde deneyimlerden daha fazla tatmin duymuşlardır.

Tezin bu aşamasında özel olarak kent düzleminde, genel olarak turistik tüketim düzeyinde varolan deneyimler ilişkileriyle birlikte ele alınmış, mekan ve beden, mekan ve duygular üzerinde durulmuş, turistik deneyimde varolan otantiklik boyutu açığa çıkarılmış ve deneyimin tatmin, sadakat, tekrar ziyaret etme niyeti gibi değişkenlerle ilgisi ortaya konmuştur. Tezin bundan sonraki kısmında yöntem boyutuna yer verilmiştir. Yöntemde öncelikle, Henderson'ın (2017) gerçekleştirdiği çalışmaya göre on bir ülke arasından gelen ziyaretçiler bakımından sekizinci sırada yer alan İstanbul'un tarihi yarımada bölgesine yönelik bilgiler verilmiştir. Kent turizmindeki turist deneyimlerinin anlaşılabilmesi açısından tezin başından itibaren öncelikle kentin içerisinde yer aldığı yerleşik boyut olarak mekan, ardından kent, onun ardından kent turizmi ve turistlerin mekansal tercihleri, son olarak turist deneyimlerine yer verilmiştir. İstanbul, Türkiye'de kent turizminin en yoğun yaşandığı il olması dolayısıyla çalışmada alan araştırması yapılacak il olarak seçilmiş, ortaya çıkan tablonun somut bir değerlendirmesinin yapılabilmesi adına İstanbul'un tarihi yarımada bölgesi araştırma bölgesi olarak seçilmiştir. Tarihi yarımada'nın araştırma bölgesi olarak seçilmesinde söz konusu mekana gelen turist yoğunluğunun da fazla olması etkili olmuştur. Ardından araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama tekniği ve kullanılan ölçekler üzerinde durulmuş, böylece yöntem kısmı tamamlanmıştır.



5. KENT TURİZMİNDE MEKANSAL TERCİHLER, DENEYİMLER VE MEKANIN DÜZENLENİŞİ ÜZERİNE İLİŞKİLER

Kent turizmi, kentin gündelik yaşamında oluşan sosyal normlar ve kodları yayma etkisiyle beraber kent yaşamının şekillenmesine katkı sunmuştur. Turistler, kent turizminin oluşturucu etkisine maruz kalmıştır. Kent turizminde mekansal tercihler, kent yaşamının verdiği biçimle meydana gelmiştir. Ekonomik ve sosyo kültürel çevre tarafından etkilenen tercihler, yine ekonomik ve sosyo kültürel çevre içerisinde vuku bulan deneyimlerle sıkı bir ilişki halindedir. Deneyimler, turist mekan içerisinde hangi doğrultuda hareket etmeyi tercih ediyorsa o doğrultuda oluşmaktadır. Mekanın düzenlenişi ise turistlerin, edindikleri deneyimleri mekana yansıtması sonucu somutlaşmaktadır. Deneyim yüklü bir turist, kendi algı haznesinden süzülen göstergeler aracılığıyla mekanı şekillendirmektedir. Sonuçta tercihler deneyimler üzerinde, deneyimlerse mekanın düzenlenişi üzerinde söz sahibi olmaktadır. Ayrıca tercih yoğunluğu arttıkça deneyim yoğunluğu artmaktadır. Sonuç olarak kent turizminde mekansal tercihler, deneyimler ve mekanın düzenlenişi bileşik bir yapı sergilemektedir. Bu doğrultuda, araştırmanın yöntem ve bulgularına takip eden bölümde yer verilmiştir.



6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Çalışmanın önceki kısımlarında da değinildiği gibi mekanın düzenlenişi üzerinde mekansal tercihlerin ve mekansal deneyimlerin etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla yapılandırılan araştırma modeline Şekil 6.1’de yer verilmiştir:



Şekil 6.1. Araştırma modeli

- H₁:** Mekansal tercihlerin mekansal deneyimler üzerinde etkisi vardır.
- H₂:** Mekansal deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerinde etkisi vardır.
- H₃:** Mekansal tercihler cinsiyete göre değişkenlik göstermektedir.
- H₄:** Mekansal tercihler mesleğe göre değişkenlik göstermektedir.
- H₅:** Mekansal tercihler gelire göre değişkenlik göstermektedir.
- H₆:** Mekansal tercihler milliyete göre değişkenlik göstermektedir.
- H₇:** Mekansal tercihler bulunulan mekana göre değişkenlik göstermektedir.
- H₈:** Mekansal deneyimler cinsiyete göre değişkenlik göstermektedir.
- H₉:** Mekansal deneyimler mesleğe göre değişkenlik göstermektedir.
- H₁₀:** Mekansal deneyimler gelire göre değişkenlik göstermektedir.
- H₁₁:** Mekansal deneyimler milliyete göre değişkenlik göstermektedir.
- H₁₂:** Mekansal deneyimler bulunulan mekana göre değişkenlik göstermektedir.



7. YÖNTEM

Yedi tepe üzerine kurulmuş olan İstanbul, düzgün bir kent planına sahip değildir. Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi geniş caddeler, birbirine paralel sokaklar ve geometrik bir düzen yoktur. Kentte yaşayan halkın bile zaman zaman adres bulma problemi yaşadığı İstanbul'da, turistlerin yalnız başlarına hareket etmesi çok zorlaşmaktadır. Kenti ziyaret eden turistler için hazırlanmış kent haritaları da, cadde ve sokak isimlerinin değişmesinden dolayı güncellenmek zorunda kalmakta ve yeterli olmamaktadır (Şarkaya İçellioğlu, 2014).

2017 yılının ilk beş ayında İstanbul'a en çok gelen ziyaretçilerde ilk beşi sırasıyla Almanya, İran, Rusya Federasyonu, Suudi Arabistan ve Irak paylaşmıştır (www.istanbulkulturturizm.gov.tr). 2018 yılında da aynı eğilimin sürmesi beklentisiyle araştırma Alman, Fars, Rus, Arap ve Iraklı turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Tarihi yarımada bölgesinde Topkapı Sarayı ve çevresi, Ayasofya ve çevresi, Sultanahmet ve çevresi, Yerebatan Sarnıcı ve çevresi, Cağaloğlu Hamamı ve çevresi, Divanyolu, Çemberlitaş ve çevresi, Kapalıçarşı ve çevresi, Beyazıt Meydanı ve çevresi, Laleli ve Aksaray, Süleymaniye Camisi ve çevresi, Zeyrek ve Vefa, Fatih, Çarşamba ve Kariye Müzesi ve çevresi araştırma mekanları olarak belirlenmiştir. Araştırma bölgesinin tarihi yarımada olarak belirlenmesinin sebebi İstanbul'a gelen turistlerin çoğunluğunun gezip görmek için tarihi yarımada bölgesini seçmesi ve bu bölgede yer alan kent turizmi mekanlarının daha yoğun olmasıdır.

Topkapı Sarayı

Topkapı Sarayı 2016 yılında toplam 1.250.251 turist tarafından ziyaret edilmiştir (www.istanbulkulturturizm.gov.tr). Topkapı Sarayı, Saray-ı Cedid veya Yeni Saray'da sarayın bulunduğu yer, pagan çağları İstanbul'unun akropolü, 'zeytinlik' denilen bir bölgedir. Hristiyanlık çağlarında 1474-1479 yılları arasında bitirilen yapıya daha sonra birçok ekler eklenmiş, her devrin gereksinimlerine göre şekil almış, giderek büyümüştür. Saray surları, Sepetçiler Kasrı'ndan Marmara kıyısındaki Ahır Kapısı'na kadar sahil surları olarak uzanır. Bu sahil surları üzerindeki kapıların en ünlüleri kuşkusuz bu büyük saraya şimdiki adını veren Top Kapısı ve Balıkhane Kapısı'dır. Buradan Batı'ya, İshak Paşa yokuşuna tırmanan surlar, sarayın asıl girişi olan Bab-ı Hümayun kapısına, oradan da Soğukçeşme Kapısı'na ulaşır. Bu noktadan sonra da Alay Köşkü'ne varır (Hürel, 2015: 157). Osmanlı

padişahları I. Abdülmecit'e kadar bazı istisnalar dışında sürekli Topkapı Sarayı'nda yaşamışlardır. Dolayısıyla saray yaklaşık dört yüz yıl boyunca kullanılmıştır. Bu süre içinde de, sürekli değişmiştir. Kimi binaları, yangın gibi nedenlerle ortadan kaybolurken, her zaman yeni binalar da eklenmiştir (Belge, 2013: 50). Topkapı Sarayı toplam yedi kapılıdır. Bizans şehrinin ilk tepesine kurulmuştur. Sarayı çevreleyen surlar Bizans surlarıdır. Saray bahçesinin bir bölümü Gülhane Parkı'na, bir bölümü ise İstanbul Arkeoloji Müzesi'ne ev sahipliği yapmaktadır. 1926 yılında müze olmuştur (Tonguç ve Yale, 2012: 4).

Fetihten sonra Osmanlılar İstanbul'un su tesisatını genişletip geliştirmiş, bütün mahallerde birçok çeşme yapmışlardır. Bunların büyük bir kısmını devlet, bir kısmını da hayırsever özel kişiler yaptırmıştır. Birkaç tip çeşme vardır. En yaygın olanı bir duvara sırtını vermiş, çoğu zaman kitabeli ve oymalı bir taş ve yalaktan oluşan 'duvar çeşmesi'dir. Bazı çeşmeler sokak köşelerinde olmakta ve 'köşe çeşmesi' denilen bu tipe genellikle biraz daha özen gösterilmektedir. Bir de 'meydan çeşmesi' vardır ki, özellikle XVIII. yüzyılda bunları bir anıt gibi süsleyip püsleme adeti yaygınlaşmıştır. Bu tarihler Osmanlı mimarisine Batı'dan barok etkilerin yoğun bir biçimde geldiği tarihlerdir. Topkapı Sarayı'nın girişindeki III. Ahmed Çeşmesi de barok üsluplu erken XVIII. yüzyıl meydan çeşmelerinin en çarpıcı örneğidir (Belge, 2013: 50).

Bab-1 Hümayun yani Saltanat Kapısı Fatih Sultan Mehmed'in sarayı yaptırırken konan kitabesi, II. Mahmud ve Sultan Abdülaziz tuğraları ile süslenmiştir. (Tonguç ve Yale, 2012: 4). Bab-1 Hümayun'u Kapıcılar Bölüğü korumuştur. Buradan girilen birinci avluda sarayın dışsal işlevlerinin görüldüğü binalar vardır. Hastane, limonluk, fırınlar, odun depoları, darphane, silahhane gibi binalar ve kapıcıların, burada görevli saray hizmetkarlarının koğuşları buradadır (Belge, 2013: 51; Tonguç ve Yale, 2012). Çok geniş bir bahçe şeklindeki bu avlunun en eski ve anıtsal yapısı bir Bizans kilisesi olan Aya İrini'dir (Hürel, 2015: 158-159). Avludaki Aya İrini Kilisesi ilk olarak 330'lu yıllarda Büyük Konstantin tarafından inşa edilmiştir, 537 yılında yeniden yapılmıştır. Fetihten bir süre sonra silahların bakım ve onarımının yapıldığı cephanelik olarak kullanılmaya başlanmıştır. XIX. Yüzyılda ise Osmanlı'nın ilk müzesi burada kurulmuş ve Aya İrini askeri müze olmuştur. (Tonguç ve Yale, 2012: 5). Aya İrini, İstanbul'da atrium kısmı ayakta kalmış tek Bizans kilisesidir. Planı bazilikadan Yunan haçına geçişin iyi bir örneğidir. Orta neften sütunlarla ayrılan yan neflerde, orta yerde, ana kubbeyi ve doğudaki

küçük kubbeyi tutan kalın duvarlar belirir. Apsisteki sade haç İkonoklazm döneminden, narteksteki mozaik kalıntıları ise muhtemelen İustinianos zamanındandır (Belge, 2013: 51).

Bu Bab-1 Hümayun kapısının İstanbullular'ın gözünde farklı bir anlamı da vardır eskiden. Girişin sağ ve solundaki çengellere asılan veya gümüş tepsilere konan vurulmuş başlar halka sergilenmektedir. İple boğulan bazı suçluların cesetleri de kapı önünde yola atılmaktadır. (Hürel, 2015: 158). Saltanat Kapısı'na yakın ve Alay Meydanı olarak da bilinen I. Avlu geçmişte herkese açıktır ve belirli zamanlarda halk ve devlet erkanı burada buluşmaktadır. Cülus ve ulufelerin dağıtıldığı avlu birçok önemli törene de sahne olmuştur. Avluya 'Yeniçeri Avlusu' da denmektedir. Duvarları çevreleyen binalar depo amaçlı kullanılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 5).

Sağ tarafa girince Sultanahmet Matbaa Meslek Lisesi görülüyor. Burası depo-müzesi haline getirilmiştir (Hürel, 2015: 160). Çinili Köşk'ten ileriye doğru devam edildiğinde Gülhane Parkı'nın girişine gelinir. Burada, Topkapı ile ilgili bir başka bina da Alay Köşkü. II. Mahmud tarafından zamanında yapılan bu köşkten padişah çeşitli geçitleri seyredebilmektedir. Alay Köşkü'nün biraz aşağısında saray suruna bitişik bir binanın bodrumunda, Ayios Therapon ayazması vardır. Gülhane Parkı'na girer ve deniz yönünde yürünürse bir zaman sonra Saray'ın kuzey kapısının dışında Bizans'ın belli başlı dikilitaşlarından Gotlar Sütunu'na gelinir. Hangi imparator zamanında olduğu kesinleşmemekle birlikte, III. Yüzyıl sonlarında barbar Gotlar'a karşı kazanılmış bir zaferi kutlamak için dikildiği anlaşılmaktadır. Gülhane Parkı'nın dışında ve üstünde küçük bir cami bulunan yapıya değinelim. Bu, bölgede sıralanan bir dizi başka köşkle birlikte Topkapı Sarayı'na aittir ve o köşklere geriye bir tek o kalmıştır. Saray muhafızı bostancılarının Sepetçiler Bölüğü tarafından yapıldığı için Sepetçiler Köşkü adıyla tanınır. Mimarı Davud Ağa'dır. Yakında restore edilen deniz kenarındaki bu bina şimdi Uluslararası Basın Merkezi haline getirilmiştir (Belge, 2013: 53).

Kapının her iki yanında sivri külah şeklinde kuleleri bulunan giriş Bab-1 Selam yani Selam Kapısı'dır. Seng-i ibret denilen ibret taşları da bu kapının önünde bulunmaktadır. Cellatların vurduğu bazı kelleler bu taşların üzerinde, halkın görmesi için sergilenmektedir (Hürel, 2015). Birinci Avlu'nun sağ duvarı dibinde, ikinci kapıya yakın bir noktada bir çeşme bulunuyor ve eskiden cellatlar kılıç ve palalarını burada yıkıyordu. Hattın üzerinde

“Allah’tan başka ilah yoktur ve Muhammed onun elçisidir” yazılıdır. Kapının üzerinde Sultan II. Mahmud’un ve III. Mustafa’nın tuğraları da yer almaktadır. (Tonguç ve Yale, 2012: 7). İkinci avluda sağ taraf boyunca mutfak binaları uzanmaktadır. Binlerce insanı doyuran bu mutfaklar oldukça geniş bir alanı kaplamaktadır. Bu kanat, sıra sıra kubbe ve bacalarıyla Sarayburnu silüetinin çok tanıdık bir parçasını oluşturmaktadır. Şimdi bu binalarda mutfak aletlerinin yanısıra sarayın zengin porselen ve cam eşya takımları da sergilenmektedir. Bunların arasında Çin porselenleri de önemli yer tutmaktadır. (Belge, 2013: 53). İkinci Avlu, yani Divan Meydanı’nda selvi ağaçları, Has Ağır, Raht-ı Hümayun Hazinesi, sol yanda Beşir Ağa Camisi, ve sultanların atlarına bakmakla yükümlü imrahorların odaları vardır. (Hürel, 2015: 161; Tonguç ve Yale, 2012: 7). Kapının devamındaki sütunların arkasında sultan ve ailelerinin at arabaları sergilenmektedir. Göz alıcı saçaklarıyla, sarayın en görkemli yapılarından olan Kubbealtı veya Divan denilen iki kubbeli yapının sağ yandaki bölümü ikinci görevli ve hizmetliler için, sol yandaki asıl kısım da toplantıların yapıldığı, başta sadrazamın oturduğu bölümdür (Hürel, 2015: 161). Bu kısım İznik Çinileri ile süslüdür. Dış hazine, Divan’ın yanında yer almaktadır. Divan’a kuzey yönünden bitişik çok kubbeli yapı olan dış hazine günümüzde, XIII. yüzyıldan XX. yüzyıla dek kullanılan çeşitli silahların, zırhların, çeşitli savaş aletlerinin sergilendiği dış hazine binasıdır. Yeniçeriler’e üç ayda bir ulufelerin dağıtıldığı bu yere sadrazam törenle gelmektedir. Harem kısmında ise Zülüflü Baltacılar Koğuşu, Dolaplı Kubbe, Şadırvanlı Sofa, Kara Ağalar Taşlığı, Kadınefendiler Taşlığı, Cariyeler Avlusu, Valide Sultan Dairesi ve Sultan Hamamı bulunmaktadır. Sultan’ın kendi daireleri Harem’in en büyük odası olan Hünkar Sofası’nın tam ortasında yer almaktadır. Duvarlar Hollanda’dan ithal edilen mavi ve beyaz Detf seramikleriyle kaplanmıştır. III. Murad Has Odası, I. Ahmed Odası, III. Ahmed Odası burda yer almaktadır. Şömine ve revzen camlarla dekore edilmiş Çifte Kasırlar buradadır. Bu odalar şehzadelerin eğitimi için kullanılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 13).

Saadet Kapısı yani Bab’üs Saade üçüncü avludur ve sultanın özel yerleri bu kısımda bulunur. Sağ tarafta Akağalar Dairesi, Seferli Koğuşları, Enderun Mektebi, hazine dairesi, kiler ve Has Oda koğuşları vardır. III. Ahmed’in yaptırdığı kütüphane, çeşme, IV. Yüzyıldan kalma olduğu söylenen bir güneş saati buradadır. Kutsal emanetlerin sergilendiği Hırka-ı Saadet Dairesi de burda bulunmaktadır. (Hürel, 2015: 165). Saadet Kapısı Birun ve Enderun arasındaki irtibatı sağlayıcı kapıdır. Ramazan, bayramlar ve özel günlerde sultanın tahtı kapının önüne serilen bir halının üstüne konmakta, tebaasının

padişaha hürmetlerini sunması sağlanmaktadır. Üçüncü avluda arz odası yani taht odası bulunmaktadır. Padişahların sadrazamları Divan toplantısından sonra dinleyip o günkü toplantıyla ilgili bilgi aldığı, aynı zamanda yabancı ülke elçilerini kabul ettiği yer burasıdır. (Belge, 2013: 54; Tonguç ve Yale, 2012: 15). Arz Odası'nın hemen arkasında III. Ahmet'in XVIII. yüzyıl başında yaptırdığı zarif kütüphane binası görülür. Avlunun güneydoğu köşesini oluşturan binalar Enderun-u Hümayun olarak kullanılmış, Hristiyan ailelerden devşirilen kapıkullarının en yetenekli görülenleri devlet yöneticisi olmak üzere burada yetiştirilmiştir. Enderun'un yayıldığı yerlerin bir kısmı şimdi müzenin idari odaları olmuştur (Belge, 2013: 54). Padişah kıyafetlerinin sergilendiği Seferli Koğuşu da buradadır. Hazine Koğuşu, I. Oda'daki abanoz taht, Sultan I. Ahmed tahtı, Nadir Şah Tahtı ve Bayram Tahtı ile, II. Oda, Kanuni'ye ait fildişi ayna ile, III. Oda, Kabe'den İstanbul'a getirilen altın şamdanlar ile, IV. Oda, Topkapı hançeri, kaşıkçı elması, altın beşik ve Hz. Osman kılıcı ile burada yer almaktadır. Hasoda Koğuşu kutsal emanetler dairesidir. Hz. Muhammed'e ait kılıç ve yay, Sakalı-1 Şerif, Hırka-i Saadet, Sancak-1 Şerif, dört halifeye ait kılıçlar, Musa'nın asası, Davut'un kılıcı, Vaftizci Yahya'nın kafatası ile gün boyunca burada okunan Kuran birleşir. (Tonguç ve Yale, 2012: 17). Saray içinde birkaç cami vardır. Fatih zamanından kaldığı sanılan Ağalar Camii, Has Oda'nın hemen yanındadır. Şimdi burası da bir yazma kitap sergileme mekanıdır (Belge, 2013: 54).

Üçüncü avludan dördüncü avluya geçilen kapıların orta yerinde hat ve minyatür yapıların sergilendiği kapı bulunur. Dördüncü avluda köşkler ve Sofa-1 Hümayun denilen mermer süs havuzu vardır (Hürel, 2015: 67). I. Murat'ın Bağdat ve Revan Köşkleri'ni hem mimari hem de iç süsleme bakımından gerçekten olağanüstü zariftir (Belge, 2013: 54). Sünnet Odası'nın dış yüzeyini kaplayan çiniler görülmeye değerdir. Baş Lala Kulesi buradadır (Hürel, 2015: 167).

Hisarpeçe duvarından aşağı doğru inen bahçeler, bu güzel avlunun Marmara Denizi'ne bakan köşesindeki Sofa Camisi'ni görür. (Hürel, 2015: 169). Ortadaki Sofa Köşkü, bu alanda, III. Ahmed'in Lale Devri'nde düzenlediği lale bahçesinde belki de bu güzel çiçekleri daha iyi seyredilebilmek için yapılmış bir binadır. (Belge, 2013: 55). Sofa Camisi yeni klasik üslupla inşa edilmiştir. Önündeki terastan Boğaziçi manzarası seyredilebilmektedir. Sultan Abdülhamid'in Mecidiye Köşkü, Batılı stilde mobilyalarla döşeli imiş fakat bu mobilyalar III. Osman tarafından parçalattırılmıştır. İnşaatı 1858'de

bitmiş, iç mekan süslemeleri Barok unsurlarını yansıtmaktadır (Belge, 2013: 55; Hürel, 2015: 169).

İstanbul Arkeoloji Müzeleri

İstanbul Arkeoloji Müzeleri 2016 yılında 187.523 turist tarafından ziyaret edilmiştir (www.istanbulkulturturizm.gov.tr). İstanbul Arkeoloji Müzeleri bir zamanlar Topkapı Sarayı'nın bir parçası olan alanda kurulmuştur. Üç binadan en büyük olanı 1881 senesinde müzenin kurulması sorumluluğunu da üstlenen Osman Hamdi Bey'in inşa ettirdiği ve Arkeoloji Müzesi olarak adlandırılan revaklı bina. Girişte sol tarafta kalan binada bir zamanlar Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırlarındaki ülkelerle ve Asur, Babil ve Mısır'dan ilginç parçaların sergilendiği Eski Şark Eserleri Müzesi yer alıyor (Belge, 2013: 52; Tonguç ve Yale, 2012). Üçüncü bina Çinili Köşk, 1472 senesinde Fatih Sultan Mehmed için onun görkemine yakışır bir tarzda inşa edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 25). Buradaki son derece zengin eserler eski Mısır'dan yakın tarihlere kadar bu topraklarda var olmuş uygarlıkların çok uzun zamanlar içinde yarattığı değerleri temsil etmekte ve zaten kendi kendilerini anlatmaktadırlar. Buradaki müze için dünyanın en zengin müzelerinden biri olduğunu söylemek abartma olmaz. (Belge, 2013: 52).

Osman Hamdi Bey'in kafasındaki müzecilik fikri, 1846 yılından beri örnekleri önce Aya İrini'de sonra Çinili Köşk'te görülen müzecilik anlayışından çok farklıydı. Bunu çok iyi anlayan Levanten mimar Alexandre Vallaury ana binayı yapmakla görevlendirildiği zaman içeride sergilenen Ağlayan Kadınlar Lahdi eserini kendisine model olarak almıştır. Lübnan'ın Sidon Nokropolü'nden çıkarılan lahitler bile ziyaretçileri etkilemeye yeter. Lahitlerin arasında Hellenistik mezar sanatlarını yansıtanları en ilginç olanları. Girişin sağ tarafındaki kanat Efes, Afrodisias, Milet, Tralles gibi Anadolu'daki belli başlı arkeolojik alanlardan getirilmiş Greko-Romen heykelleri barındırıyor. Müzedeki Marsyas heykeli de çok başarılı bir şekilde betimlenmiş. Mitolojik bir hikayede Kral Midas, Marsyas'ın flütü Apollo'nun çaldığı lire göre daha iyi çaldığını söyleyince Apollo hışımla Marsyas'ın derisini yüzmüş. Diğer önemli heykeller arasında Büyük İskender ve Hermafrodit heykelleri sayılabilir. (Tonguç ve Yale, 2012: 23). İkinci katta daha çok küçük nesnelere ve takı türü başka buluntular, tabletler, silahlar ağırlıktadır. Kutsal eşyalar, kaplar, takılar, metal eşyalar, araba koşumları, silah uçları, bemalar (konuşma kürsüleri), heykeller gerçekten harikuladedir. Fresko ve mozaik parçaları, Haliç'in zinciri, Cenevizlileri'in

Galata Kulesi'ne ait çan, ilk Bizans imparatoru Arcadius'un büstü, iki bin yıllık inci kolyeler, bilezikleriyle tam anlamıyla büyüleyici bir yerdir (Hürel, 2015: 112).

Birinci katta Hadrian Heykeli, devamında Troya'dan çıkan büyüleyici bulgular, Gordion'da bulunan Frig eserleri, Hititler'den kalma taş işçiliği örnekleri vardır. Üçüncü katta Osmanlı dönemindeki Ortadoğu'dan kalma ve Kıbrıs'tan çıkarılan eserler bulunmaktadır. Suriye'den bazı figüratif mezar taşları ve Lübnan'dan boğa kafası oymalarının da yer aldığı geniş bir koleksiyon burada sergilenmektedir. Zemin katın arka tarafında Üsküdar ve Yenikapı'dan çıkarılan bulguların olduğu kısım da bu bölümde bulunuyor (Tonguç ve Yale, 2012: 24).

Çinili Köşk, asıl sarayını burada kurmaya karar veren Fatih Mehmet'in yaptırdığı ilk köşktür. Döneminin güzel binalarından biridir. (Belge, 2013: 52). Aslen Fatih'in cirit müsabakalarını izlemesi için yaptırılmıştır. (Tonguç ve Yale, 2012: 25). Bütün binayı süsleyen güzel çinilerde Selçuklu etkileri hala ağırlıklıdır; hem desenlerde, hem de mavi ve turkuaz renklerde (Belge, 2013: 52). Köşk, Seçüklular zamanından kalma eserlerden Kütahya ile Çanakkale çinileri ve seramiklerinin moda olduğu XVIII ve XIX. yüzyılın eserlerine kadar geniş bir dönemi kapsıyor. (Tonguç ve Yale, 2012: 25). Çinilerle kaplı bina, bu özelliğine uygun şekilde çini müzesi haline getirilmiştir. XII. Yüzyıldan günümüze kadar Türk çiniciliğinin en seçkin örnekleri burada sergilenmektedir (Belge, 2013: 52).

Ayasofya ve Çevresi

Ayasofya Müzesi 2016 yılında toplam 1.225.677 kişi tarafından ziyaret edilmiştir (www.istanbulkulturtruizm.gov.tr). Anlamı kutsal bilgeliktir. 1093 yıl Bizans kilisesi, 480 yıl da cami olarak kullanılmıştır. İlk olarak düz ahşap çatılı, planı uzunlamasına doğuya doğru giden bir tür bazilikal kilise olarak 360 yılında açılmıştır. O dönem İstanbul'da Romalılar hüküm sürmektedir. Bu yapı yanınca bu kez kubbeli şekilde inşa edilen II. Ayasofya, 415 yılında açılmıştır. Koyun motifleriyle bezeli, üçgen formunda dev boyutta bir giriş alınlığı vardır. Hitap kürsüsü de vardır. Yine yanınca 537'de Bizans imparatorlarından biri tarafından açılmıştır (Hürel, 2012). 532-537 yılları arasında 10 bin işçi ve 100 ustanın yapımında çalıştığı kilise, dönemin iki en önemli mimarı Trallesli matematikçi ve fizikçi Anthemios ve Miletli mimar Isidoros tarafından tasarlanmıştır

(Tonguç ve Yale, 2012: 27). 558 yılındaki depremle kubenin doğu kısmı çökmüştür. Daha sonra kubbe altı metre kadar yükseltilmiştir. Bu kubbeyi kırk pencerele bir kasnak taşımaktadır. Kiliseyi ise toplam yüz yedi sütun taşır (Hürel, 2015: 183). O zamana kadar genellikle yuvarlak planlı binalarda başarıyla kullanılan kubbe, dört köşe bir bazilikal binanın üzerine oturtulmuştur. Dolayısıyla yuvarlak kubbe aşağıdaki dikdörtgene pandantiflerle bağlanmaktadır. Ama asıl dahiyane yenilik, kubbenin iki yanına yapılan iki yarım kubbeye merkezi mekanın genişletilmesidir. Bu, binanın içinde durup bakan insana muazzam bir genişlik duygusu vermektedir (Belge, 2013: 32). Bin yetmiş adet penceresi bulunmaktadır. Orta mekan boşluğu yetmiş beş metreye yetmiş metrelik bir dikdörtgendir. Ayasofya'nın kubbesinin büyümelerden önceki çapı otuz bir bin altı yüz on iki metredir. Bu çaptan doğan kubbe çevresi doksan dokuz virgöl otuz bir metre veya üç yüz on sekiz Bizans ayağıdır. Üç yüz on sekiz Latin ebced hesabıyla Hz. İsa'nın karşılığıdır (Hürel, 2015: 184). Bu yapının yanında Fatih İstanbul'u fethedene değin Rum Ortodoks Patrikhanesi olarak kullanılmış patrikhanenin merkezi bulunmaktadır. Fatih şehri aldığı ilk iş kiliseyi camiye çevirmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 27). Müslümanlar kendi inançları gereği tasvirleri kaldırmışlar, mozaiklerin üstüne badana çekmişlerdir. Zamanla bu yeni camiye dört minare yapılmıştır; içine mihrap, minber gibi Müslüman ibadetinin öğeleri konmuştur. 477 yıl boyunca Ayasofya Müslümanlar'ın bir numaralı ibadethanesi olarak kullanılmıştır (Belge, 2013: 33). 1935 yılında ise cami Atatürk'ün emriyle müzeye çevrilmiştir. Tarihleri Jüstinyen dönemine uzanan dokuz devasa kapı iç narteksten ana salona doğru uzanmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 28). Kuzeydeki üçü, suçluların kendilerini affettirmek için girdiği kapılardır. Güneydekileri ise sıradan İstanbul halkı kullanmıştır. Dış narteksten beş kapılı iç nartekse geçilmektedir. Bu kapının üzerinde uzunlamasına üçgen biçimli bir tabut görülmektedir. Bu nartekte bazı Bizans taş eserleri, vaftiz çanağı gibi buluntular sergilenmektedir (Hürel, 2015: 186). 1933'te badana altında bulunmuş bir mozaikte Konstantinos ve İustinianos kucağında İsa'yı tutan Meryem'e İstanbul surlarını ve Ayasofya'yı armağan etmektedirler (Belge, 2013: 33). En önemlisi ise ortadaki uzun İmparator Kapısıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 28). Orta kapının üzerinde sağ eliyle Kutsayan İsa mozaiği görülmektedir (Belge, 2013: 34). Ahşapların Nuh'un gemisinden alındığı rivayet edilir (Hürel, 2015: 187). Bu kapının üzerinde mozaikte tahta oturmuş İsa ile ona secde eden İmparator VI. Leo tasvir edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 28). Narteksten nefe girildiğinde loşluk ve pek çok pencereden süzülen ışık herkesin ilk ve sarsıcı izlenimini oluşturur. Ayrıntılar yavaş yavaş seçilir hale gelir. Kubbe ve yarım kubbeler, kasnaktaki kırk pencere, yarım kubbelerdeki, duvarlardaki pencereler. Arka

planları daha da mistik bir loşluğa bürünen kolonadlar. Yukarıdan sakıtılmış muazzam kandiller, kenarlardaki küpler vb. sırasıyla görüş alanına girer (Belge, 2013: 34). Kubbeyi Yunanistan'daki Tesalya'dan getirtilen yeşil mermerden yapılmış sekiz büyük sütun desteklemektedir. Orjinal kubbe depremlerde zarar görünce 558 yılında bugünkü kubbe yaptırılmıştır. Yarım kubbenin sağındaki kemerde Melek Cebrail'i tasvir eden mozaik görülür, karşı duvarı süsleyen Melek Mikail mozaigi ise silinmiş gibidir. Nefte bulunan ve hayranlık uyandıran diğer eserler arasında azizler, Genç Ignatios, Altın ağızlı Yuhanna ve Ignatios Theophoros'u betimleyen mozaikler vardır (Tonguç ve Yale, 2012: 28). Kubbenin pandantiflerinde resmedilmiş figürler ise meleklerdir (Belge, 2013: 34). Güneybatı'daki çıkış kapısının üzerinde ise karşısında kocaman bir ayna konmuş olan Meryem ve mimarların resimleri bulunmaktadır.

Ayasofya'nın altı kanatlı meleği Serafım, Tanrı'nın tahtını koruyan altı kanatlı en üst sıradaki melektir. 1739'da nefin sağına kütüphane yaptırılmıştır. Bergama'da bulunan yaklaşık 2300 yıllık iki büyük küp ana nefe yerleştirilmiştir. Yarım kubbenin yanına mahfil yaptırılmıştır. Allah, Muhahmed, Ebu Bekir, Ömer, Osman, Ali ve Ali'nin oğulları Hasan ve Hüseyin'in isimlerinin hat sanatıyla yazılı olduğu sekiz yuvarlak tablo aynı dönemde galeriye asılmıştır. Batı galerisi imparatoriçe ve maiyeti için ayrılmıştır. İmparatoriçe locasının biraz ilerisinde yer alan ve bilinmeyen bir zamanda bilinmeyen bir amaçla galeriye yerleştirilen kapılar üzerilerindeki anahtar kabartmalardan dolayı Cennet ve Cehennem kapıları olarak adlandırılmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 30).

Yan galerilerde II. İonnes Komnenos, Macar asıllı eşi Eirene ve çocukları görünür (Hürel, 2012: 188). Bir diğer freskte İmparator IX. Konstantin Monomachos ve eşi Zoe'yi takdis edişi gösterilmektedir. İmparatoriçe Zoe, birçok evlilik yapmış olmasına rağmen 50'li yaşlarına kadar bekar olarak yaşamıştır. O yaşlardan sonra ilk evliliğini yaptığı Romanos Argyrosla beraber tasvir edildiği Ayasofya'daki mozaik panel ölümsüzleştirmiştir Zoe'yi. Ancak kocalarının ölümünden dolayı yaptığı her evlilikte mozaikteki Zoe'nin yüzü sabit dururken kocasına ait yüz kazınıp yenisi resmedilmiştir (Belge, 2013: 35; Tonguç ve Yale, 2012: 31). Sol galeride kubbe pandantifleri (kubbeyi altındaki dikdörtgen mekana bağlayan büyük üçgen bingiler) üzerinde dört büyük melek figürü bulunmaktadır (Hürel, 2015: 188).

Vaftizci Yahya ve Meryem Ana'yı tüm insanlar adına Hz. İsa'dan şefaet isterken gösteren Dosis olarak adlandırılan alt tarafı yok olmuş bir mozaik müzede yer almaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 31). II. Bayezid devrinde Topkapı Sarayı tarafındaki taş minare eklenmiştir. III. Murat zamanında iki minare daha yaptırılmıştır. Sinan ayrıca kesme taştan desteklerle, payandalarla yapının çökmemesi için bazı ilaveler yapmıştır. III. Murat iç mekandaki abdest urnelerini Bergama'dan getirtmiştir. I. Mahmut iç mekanda kütüphane yaptırmıştır. Mihrap yakınlarındaki şamdanları Süleyman koydurtmuştur. Kubbe altında ve ana nefin üst köşelerinde yeşil zemin üzerine altın yazıyla Allah, Hz. Muhammed ve halifelerin isimleri yazılmıştır. Çıkıştaki avluda bulunan sıbyan mektebi ve şadırvan I. Mahmut döneminde tamamlanmıştır (Hürel, 2015: 191).

Türkler Ayasofya'ya gerçekten çok değer verdikleri için pek çok padişah, şehzade ve hanım sultan türbesi caminin bahçesinde yer almaktadır (Belge, 2013: 35). Girişin sağında Ayasofya'nın vaftizhanesi olarak yapılan ama daha sonra I. Mustafa ve Deli İbrahim'in türbeleri haline getirilen bina vardır. Yanındaki türbe ise II. Selim, Nurbanu Sultan, III. Murat'ın öldürülen beş oğlu için yapılmıştır. Son türbe III. Mehmet ve eşi Handan'a aittir (Tonguç ve Yale, 2012: 32).

Bahçede, XIX. Yüzyıl ortasında Ayasofya'yı restore eden Fossati kardeşlerin yaptığı muvakkithane, I. Mahmut zamanından şadırvan, sayısız sütunlar, daha önceki Ayasofya girişinin kalıntıları, kuzey duvarına bitişik imaret, bir de sevimli kahve vardır (Belge, 2013: 35). Khalke ya da Bronz Saray olarak da bilinen Büyük Saray'ın ana girişine ve Patriklik Sarayı'na açılan meydanın ortasına ilerleyen yıllarda Jüstinien bir at heykeli yaptırmıştır. Arkeoloji Parkı, 1846 yılında Abdülmecit'in Fossati kardeşleri burada Darülfünun binası yapılması için görevlendirmesiyle yapıma başlanmıştır. 1863'te tamamlanan bina Kırım Savaşı esnasında Fransızlar tarafından hastane olarak kullanılmıştır. 1933 yılında yanana kadar da Adalet Sarayı olarak hizmet vermiştir. Soğukçeşme Sokağı Topkapı Sarayı'nın dış duvarları ve Ayasofya arasındaki sokaktır. Parke taş döşeli sokak trafiğe kapalıdır. İstanbul Kitaplığı ve Sarnıç Restoran'a ev sahipliği yapmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 34).

Sultanahmet ve Çevresi

Bugün Sultanahmet Meydanı adıyla bildiğimiz çevre, yani tarihi yarımada'nın batı ucu, İstanbul'un en eski bölgesidir. Efsanevi Byzas'ın ya da ilk kurucu kimse onun şehrini burada kurduğu anlaşılmaktadır. Pagan İstanbul'un Akropolis'i bugün Topkapı Sarayı'nın kapladığı yumuşak yükselti üzerine yapılmıştır. O Akropolis'ten günümüze hiçbir iz kalmamıştır. İstanbul oldukça eski zamanlardan beri geniş bir imparatorluğun başkenti olduğu için şehrin bu bölgesi de yalnız onun değil, aynı zamanda bütün imparatorluğun merkezi olarak tasarlanmıştır. Bunu en iyi anlatan anıt, şimdi Ayasofya'nın karşısındaki köşede, su terazisinin yanında, mütevazı bir şekilde duran Milion taşıdır. Burası Doğu Roma İmparatorluğu'nun başkentinde dünyanın başladığı yer, dünyanın 'sıfır noktası' olarak kabul edilmiştir (Belge, 2013: 29). Tarih merkez dikilitaşların bulunduğu Hipodrom denilen düzlüktür. Hipodrom sözcüğünün tam karşılığı at meydanıdır ve bu alan yüzyıllar boyu hatta Osmanlı döneminde de bu isimle anılmıştır. Daha sonra bir süre Ahmediye denilen hipodrom alanı ve çevresi, Cumhuriyet'ten sonra çevresiyle birlikte Sultanahmet Meydanı olarak anılmaya başlanmıştır. Bu meydan, geniş halk kitlelerinin toplanma mekanıdır. (Hürel, 2015: 153). İmparatorluk merkezinin en önemli binaları da burada toplanmıştır: imparatorluğun somut temsilcisi tabii ki imparatordur. Onun oturduğu ve bütün devlet işlerini yerine getirdiği saray buradadır; saray, şehrin ve imparatorluğun siyasi merkezidir. İmparatorluğun en büyük kilisesi, dolayısıyla dini merkezi (yani Ayasofya) buradadır; kutsalın yanında, dünyevi eylemin merkezi olarak, en belirleyici toplumsal eğlencenin yapıldığı Hipodrom da gene buradadır (Belge, 2013: 29).

At Meydanı'nın, yani Antik Hipodrom'un doğu tarafında, turistlerce Mavi Cami diye bilinen Sultan Ahmet Camii vardır. Sultan Ahmet Camii'ni çağlayan gibi birbirini kovalayan kubbeleri ve yarım kubbeleri, binanın ve avlunun köşelerini belirleyen altı zarif minaresi, kubbe ve minarelerin altın kaplı alemleriyle belirginleşen hoş grisi, ulu ama olağanüstü uyumlu oranları ile şehirdeki en heybetli selatin cami olduğu konusunda hemen hemen herkes hemfikirdir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 123). Mimar Sedefkar Mehmet Ağa tarafından Sultan I. Ahmed için 1609-1616 yılları arasında inşa edilmiştir. Hipodrom'a açılan kapının üstünde asılı bir zincir dikkat çekicidir. Avluya giren padişahlar zincire çarpmamak için kafalarını eğmektedirler. Dolayısıyla zincir padişah'tan daha büyük olan Allah'ın varlığını hatırlatıp camiye giren herkesin eşit olduğunun altını sembolik olarak çizmektedir. Zinciri geçince, ana girişin üzerinde görülen kitabe XVII. yüzyıl

Osmanlı gezgini Evliya Çelebi'nin babası Derviş Mehmed tarafından yazılmıştır. Cami, birçok önemli sosyal işlevi olan külliye'nin diğer yapıları arasında en önemli parçadır. Hastane, kervansaray ve mutfak günümüze ulaşmamış ama Sultan I. Ahmed'in Türbesi, Arasta ve tüm ihmal edilmişliğiyle medrese durmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 40). Avlu klasik tarzdadır, yirmi altı sütun üstüne oturtulmuş otuz kubbe ile örtülü bir revakla çevrilidir. Avlunun ortasındaki şık sekizgen şadırvan artık sadece dekoratiftir. Abdest dış avluda, avlunun kuzey ve güney duvarlarının bir kısmını oluşturan hoş arkadın altındaki musluklarda alınır. Elli bir metre uzunluğunda, elli üç metre genişliğindeki alan yaklaşık olarak karedir, dört sivri kemer ve dört yumuşak çizgili bingî üzerine oturan yirmi üç buçuk metre çapında, kırk üç metre yükseliğindeki kubbe ile örtülüdür. Doğu ve batıda yarım kubbeler vardır, bunların iki yanında daha küçük yarım kubbeler bulunur. Buraya kadar Ayasofya'ya benzer ama Sultan Ahmed'in içinde, kuzey ve güneydeki kemerlerin altında alınlıklar yerine iki tane daha yarım kubbe bulunur, böylece dört yapraklı yonca planı oluşur. Camiye iki yüz altmış penceresinden ışık akar. Burada ana renk, caminin İngilizce 'Mavi Cami' ismine kaynak olan parlak mavidir. İç dekorasyonda özgün ve güzel olan, duvarların aşağı kısımlarındaki, özellikle de galerilerdeki çini kaplamalardır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 125).

Bütün camilerde olduğu gibi cemaatin namaz kıldığı alan geniş ve ferah tutulmuştur. Marmara Adası'ndan getirilen en kaliteli mermerden yapılan mihrap ve minber ise adeta sanat şaheserleri, mihrap selvi motiflerinin işlendiği mermerle bezenmiştir. Minber ise kabartmalı ve altın yıldız kakmalı tasarlanmıştır. Padişahın namaz öncesi ve sonrası dinlenmesini sağlayan küçük kasır ilk kez bu camide hünkar mahfiline eklenmiştir. Kapılar ve pencere kepenklerinde ise sedef ve fildişi kakmalı ahşap kullanılmıştır. Tüm bu zarif detaylar arasında bir zamanlar yağ kandillerini taşımak için tasarlanmış ancak bugün elektrik ampulleri ile aydınlık sağlayan, yere yakın asılmış muhteşem avize büyüklüğü ve güzelliği ile misafirleri çarpmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012:42).

Sultan I. Ahmed'in büyük kare türbesi güney yönünde, mesresenin hemen arkasındadır. Burada Sultan I. Ahmed'in yanı sıra, eşi Kösem ve oğulları IV. Murat, II. Osman ve Şehzade Bayezid gömülüdür (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 127). Çağdaşlarından farklı bir mimari üslubun kullanıldığı türbe, zarif kalem işleriyle bezenmiş, çini ve ahşap işçiliğinin en güzel örnekleriyle süslenmiştir. Çini panoların üstüne yazılmış ayetlerle türbe çepeçevre donatılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 42).

Türk ve İslam Eserleri Müzesi

Türk ve İslam Eserleri Müzesi 2016 yılında 73.221 kişi tarafından ziyaret edilmiştir (www.istanbulkulturturizm.gov.tr). Cihan şahı olarak kabul edilen Kanuni bu sarayı Sadrazamı olan Pargalı İbrahim Paşa'ya hediye etmiştir. Hanedan dışında bir kişinin edinebildiği ve günümüze ulaşan tek Osmanlı sarayı olan bu muhteşem yapının tam tarihi bilinmemektedir. Geçen zaman içinde İbrahim Paşa Sarayı da değişik amaçlar için kullanılmış; farklı zamanlarda tapu dairesi ve hapishane olmuştur. Restorasyondan sonra Divanhanesi de olmak üzere bina halka açılmıştır. Müzenin halı koleksiyonu dünyanın en iyilerinden biri olarak kabul edilmektedir. 1155 yılında Cizre'de yapılmış Ulu Cami'den getirilen muhteşem ahşap kapı adeta bir şaheserdir. Bağdat ve Samara'daki Abbasi halifelerinin saraylarından alınan parçalar koleksiyonun en önemli eserlerindedir. XIII. Yüzyıla ait sınırsız seramikler, harika bronz kutular ve ibrikleri de içeren geniş bir Selçuklu koleksiyonu misafirlerin yoğun ilgisini çekmektedir. İstanbul'un başka yerlerinden buraya getirilen objeler de vardır. Rüstem Paşa, Sultan II. Selim ve Sultan I. Ahmed'in türbeleriyle Ayasofya kütüphanesinden alınan XVI. ve XVII. tarihli sedef kakmalı Kuran kutuları, Pertevniyal Valide Sultan Camii'nden getirilen XIX. Yüzyıl sonuna ait altın sürahi ve ibrik, XIX. Yüzyıl Beykoz camları eserler arasında önemi yerlere sahiptir (Tonguç ve Yale, 2012: 52-53). Müze halı bölümü, el yazmaları ve hat sanatı bölümü, ahşap eserler bölümü, taş sanatı bölümü, keramik ve cam bölümü, maden sanatı bölümü ile etnografya bölümlerinden oluşmaktadır (www.istanbul.net.tr). Müzenin etnografya kısmı avlunun sonunda bulunmaktadır. İlk bölümde Adana ve yöresinin geleneksel Karaçadır göçebelerinin tüm renkleri görülebilmektedir. Çadır ve içindeki el dokuması kilimler, yastıklar, çuvallar geçmiş hayatlardan kesitler sunmaktadır. Müzenin bu bölümünde XIX. yüzyılda Türkiye yaşamını gösteren canlandırmalar yapılmıştır. Günümüz insanının kullandığı plastik hamam tasları ve terliklerin yanında hepsi birer sanat eseri kıvamında olan tarak, ayna, sabunluk ve bunları koydukları metal çantayla içleri sedef kakmalı takunyalar görüldüğünde zamanın zarafetine şapka çıkartılacaktır (Tonguç ve Yale, 2012: 52-53).

Yerebatan Sarnıcı

Antik çağda ve ortaçağda yapılmış bütün şehirler için kuşatılma tehlikesi vardır. Kuşatılmanın başlıca sorunları da yiyecek ve içecek kaynaklarının tükenmesidir. Roma ve

Bizans imparatorları bu sorunu çözmek için şehri kurarken büyük yeraltı sarnıçları yaptırmışlardır. Yerebatan Sarnıcı bunların en büyüğüdür (Belge, 2013: 44). Ünlü Bizans imparatoru I. Jüstinyen'in 532 yılında Büyük Saray'a su sağlamak için yaptırdığı Yerebatan Sarnıcı halk arasında Yerebatan Sarayı olarak da adlandırılmaktadır. Seksen milyon metre küp su kapasitesine sahip sarnıca, yirmi beş kilometre uzaktaki Belgrad Ormanı'ndan bir dizi kemer ve tüneller aracılığıyla su getirilmiştir. Bin beşyüz yaşındaki bu yapı, yüzkırk metreye yüz yetmiş metrelik bir alana dağılmış, on iki sütunluk yirmi sekiz sıraya dizili toplam üç yüz otuz altı sütundan oluşmuştur. Sütunların çoğu on iki metre yükseliktir ve üstlerinde Korint ile Dorik üsluplarında sütun başı vardır (Tonguç ve Yale, 2012: 55). Osmanlılar durgun sudan hoşlanmazlar, hele bunu içmeye hiç yanaşmamışlardır. Bir kuşatma tehlikesi de yaşamadıkları için sarnıçlara ihtiyaçları olmamıştır. Hatta koca Yerebatan Sarnıcı'nın varlığı fetihten bir yüzyıl sonrasına kadar unutulmuştur (ama buralarda evleri olanlar bodrumlarından aşağıya kova sarkıtıp su çekmekte ve hatta balık avlamaktadır). Sarnıç yeniden bulunduğu suyu saray bahçelerini sulamakta kullanılmıştır (Belge, 2013: 45). Sarnıcın en sonunda sütun kaidesi olarak kullanılan iki Gorgon başı kabartması görülebilir. Birinin ters, birininse düz olduğuna bakılırsa, bu başlar sadece o zamanlarda sütunları yükseltmek amacıyla platform olarak kullanılmıştır. Yunan mitolojisine göre Gorgonlar kendilerine bakan insanları taş çeviren, yeraltı dünyasının yılan başlı üç dişi canavarıdır. Bunların içinden sadece Medusa'nın ismi bilinmektedir; Medusa kendine bakanları taş çevirmektedir. Bilgelik tanrıçası Athena'nın kalkanını ödünç alan Perseus, kalkanın önüne ayna koymuş ve Medusa'ya tutmuştur. Kendini aynada gören Medusa kurbanlarıyla aynı sonu paylaşmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 55- 56).

Cağaloğlu Hamamı

Cağaloğlu Hamamı I. Mahmud zamanından kalma, Ayasofya Kütüphanesi'ne gelir sağlamak için yapılan bir binadır ve özellikle turistler arasında en popüler hamamlardan biridir. Bunda, turistlerin zorunlu geçiş yollarına yakın olmasının payı bulunmakla birlikte binanın güzelliğini de unutmamak gerekir. Yakın zamanda hamamın sahibi burayı ayrıca küçük bir barla da takviye etmiştir (Belge, 2013: 111). Yerebatan Sarayı'nın biraz ilerisinde olan Cağaloğlu Hamamı, birçok ünlü ziyaretçiyi ağırlamıştır. Muhtemelen İstanbul'daki hamamların en güzeli olan Cağaloğlu diğerleriyle kıyaslandığında o kadar eski değildir. 1741 yılında Sultan I. Mahmud tarafından yaptırılmıştır. Odun ve su kıtlığına

neden oluyor diye büyük hamam yapımını kısıtlayan kanundan kısa bir süre önce inşa edildiği için son büyük Osmanlı Hamamı olarak tarihe geçmiştir. Barok tarzındaki yapı klasik hamam mimarisinden hemen ayırt edilmektedir. Sıcaklıktaki sekiz mermer sütunlu kubbesi, ortadaki sekizgen göbekteşi ve kubbeli halvet hücreleri bu farklılığı ortaya koymaktadır. Bu hamamı farklı kılan özelliklerinden biri de suyu ısıtmak için Ayvalık'tan getirtilen zeytin çekirdeklerinin kullanılmasıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 59).

Hamamdan trafik ışıklarına doğru yüründüğünde T.C. Ziraat Bankası için yapılmış bir bina görülür. Binanın önünde bankanın kurucusu ve ıslahatçı bir politikacı olan Midhat Paşa'nın büstü bulunmaktadır. Kurucusu olduğu Emniyet Sandığı binası da buradadır. Tasarruf ve kredi sağlamaya yönelik ilk Türk kurumunun çok da eski olmayan bir binası olmak dışında bir özelliği yoktur bunun. Yolun karşısında ise 1595-1597 yıllarında Davut Ağa'nın yaptığı Hadım Hasan Paşa Medresesi bulunmaktadır. İleride gene solda eskiden varken yıkılan, yakınlarda yeniden yapılan böylece de Ortodoks Müslümanlar için büyük sevinç kaynağı olan Cezeri Kasım Paşa Camii var. İran Konsolosluğu İtalyan mimar Domenica Stampa tarafından 1866 yılında yapılmış muhteşem bir binada yer almaktadır (Belge, 2013: 112; Tonguç ve Yale, 2012: 60).

Caddeye devam ettiğinizde konsolosluğun yanında 1897 senesinde Alexandre Vallauray tarafından Düyun-u Umumiye için I. Ulusal Mimari tarzında yapılan büyük bina görülmektedir. Düyun-u Umumiye, Osmanlı İmparatorluğu'nun fiilen iflas ettiği ve yabancılar tarafından yönetildiği 1882 tarihinde kurulmuştur. 1923'te Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla beraber binaya gerek kalmamıştır. Birçok şirket binaya talip olmuş fakat Atatürk, burasının okula dönüştürülmesini ve 'Genç Türklerin' tarihlerini öğrenerek burada yetişmelerini istemiştir. 1964'ten itibaren karma eğitim vermesine rağmen ismi hala İstanbul Erkek Lisesi olarak geçmektedir (Tonguç ve Yale, 2012: 60). Cağaloğlu Meydanı'ndan sağa yüründüğünde Nuruosmaniye Camii'ne ve sonra da Kapalıçarşı'ya gelinir. Meydanın biraz ilerisinde, sağda, dört köşe bir türbe var; mali işlere ve dalaveralara akli iyi erdiği için Abdülaziz'in birkaç sefer sadrazam yaptığı Rus elçisi İgnatiyef'e yakınlığıyla da tanınan ve bu yüzden bazen Nedimof diye anılan Mahmud Nedim Paşa'nın türbesi, daha ileride de, eski İstanbul Kız Lisesi, yeni adıyla Cağaloğlu Anadolu Lisesi vardır (Belge, 2013: 113).

Yürümeye Hoca Hanı Sokak boyunca devam edildiğinde Mimar Sinan'ın 1550'de yaptığı Rüstem Paşa Medresesi'ne varılmaktadır. Ana kapısının tüm ihtişamıyla dikkat çekeceği medrese, dıştan dörtgen olmakla birlikte içeri girilince sekizgen avlusuyla ilgi çekici. İstanbul Erkek Lisesi'nin devamında modern Türk tarihinde önemli bir rol oynayan ahşap bir yapı çarpılmaktadır göze. Burası II. Meşrutiyet döneminde (1909-1922) önemli bir rol oynayan Kırmızı Konak. İttihat ve Terakki Cemiyeti (Jön Türkler) Osmanlı İmparatorluğu'nun Almanların yanında I. Dünya Savaşı'na girmesi gerektiğine burada karar vermiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 61). Ana cadde üzerinde çeşitli XIX. yüzyıl yapıları bulunmaktadır. Bunlardan biri ünlü Saatli Maarif Takvimi'nin hazırlandığı, sol koldaki yeni restore edilen yapıdır. Cağaloğlu Anadolu Lisesi binası, eski TMTF binası da arada sayılabilir. Soldaki sokaklara sapıldığında gene böyle güzel binalara rastlanır; örneğin Çatalçeşme Sokağı'nda Bülbül Tefrik Paşa'nın konağıyken Cağaloğlu Akşam Kız Sanat Enstitüsü olan ve yakınlarda restore edilen bina, yakınındaki Kız Öğrenci Yurdu binası, Abdullah Cevdet'in İctihad'i yayımladığı bina, 'İctihad Evi' bunlar arasında sayılabilir (Belge, 2013: 113).

İran Konsolosluğu'ndan Ankara Caddesi boyunca aşağıya, sahile doğru yüründüğünde sağ kolda, tepenin üstünde Vali Konağı görülür. Topkapı Sarayı'nda yaşayan padişahlara hizmet eden sadrazamlar için yapılmış olan konak, Osmanlı Hükümeti'nin merkezidir. O yüzden binanın diğer girişi Bab-ı Ali diye adlandırılan Gülhane Parkı tarafındaki kapıdır. Başkentin 1923'te Ankara'ya taşınmasıyla birlikte bina valilere ev sahipliği yapmaya başlamıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 61).

Divan Yolu

Divanyolu Caddesi, adı üzerinde saraydaki "divan" a giden bir cadde sayıldığından çok eskiden beri bu adla bilinir. O zamanlar sarayın üst düzey görevlileri, şeyhülislam, sadrazamlar, vezirler, saray dışında yaşayıp, bu cadde üzerinde veya yakınında yaptırdıkları muhteşem ahşap konaklarda oturmaktadır. Sabah, saraydaki görevlerine de genellikle yürüyerek bu yoldan gider, akşam da aynı güzergahı izleyerek evlerine dönmektedirler (Hürel, 2015: 235). Eski zamanlarda Augustaion'dan (şimdiki Sultanahmet Meydanı) Dyrrachium Limanı'na (günümüzde Arnavutluk'taki Durres Limanı) uzanan 1000 kilometreden daha uzun olan Egnaita Yolu'nun bir parçasıdır Divan Yolu. IV. yüzyılda şehir surlarının inşa edilmesiyle birlikte ismi Via Regia (Kral Yolu) olarak

değiştirilmiş ancak halk arasında Mese (Anayol) olarak anılmaya devam edilmiştir. Bizans İmparatorluğu döneminde yol önemini yitirmiş, eski canlılığına yeniden kavuşması ise Osmanlılar zamanında Topkapı Sarayı'ndaki toplantılara gidip gelen vezirler ve sadrazamlar tarafından kullanılması sayesinde olmuştur (Tonguç ve Yale, 2012: 63). XIX. yüzyılda bu cadde, özellikle güney tarafında inşa edilen birbirinden değerli ve güzel konaklarla doludur. Şimdi çok büyük kısmı yoktur. Kalanlar da başka amaçlarla kullanılmaktadır (Hürel, 2015: 235).

Tramvay durağının karşısında II. Bayezid'in hazinebaşısı Firuz Ağa tarafından yaptırılmış küçük ama bir o kadar mükemmel mimariye sahip Firuz Ağa Camii var. Sekiz köşeli kasnak üzerine oturtulmuş zarif kubbesi ve üç kemerli revakıyla Bursa usulünü yansıtan cami tek minarelidir. Caminin bir başka özelliği ise imamının Sultanahmet imamı ile ezanı düet şeklinde okumasıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 63). Bu, şehirdeki en eski camilerden biri. Firuz Ağa Camii İstanbul'daki klasik öncesi dönemde, yani 1500'den önce inşa edilmiş birkaç camiden biri olması nedeniyle ilgi çekicidir. Bu mimari tarz İstanbul'un fethinden önce başkent Bursa'da gelişmiştir. Firuz Ağa Camii'nin formu son derece yalındır, 'tek mekanlı' cami tipindedir. Kare biçiminde bir oda, duvarlar üzerinde duran penceresiz bir kubbe ile örtülmüştür. Caminin önünde, tek mekanlı Bursa camilerinde tipik olan, üç açıklıklı son cemaat yeri vardır, minare ise alışılmışın tersine sol tarafta yer alır. Mermer bir lahitte gömülmüş olan Firuz Ağa'nın türbesi caminin yanındaki terastadır. Firuz Ağa Camii zarif küçük bir binadır. Belki de şehirdeki bu tip erken dönem camileri içinde en güzelidir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 150). Camiyi biraz geçince yolun gerisinde rastlanacak küçük parkta etrafa saçılmış tarihi kalıntılar vardır. Bunlar Bizanslı iki soylunun Antiochos ve Lausos'un saraylarından günümüze ulaşmıştır. Daha sonra burası Hristiyanlık'a olan inancından dolayı M.S. 300'lerde öldürülen Kalkedonlu Ayia Efimia'nın gömüldüğü yer olmuştur. Bu parkta İstiklal Marşı'nın yazarı şair Mehmet Akif Ersoy'un büstü de görülebilir. Divan Yolu'ndaki en önemli ama en az dikkat çeken anıtlardan biri olan Milion Taşı tam Yerebatan Sarmıcı'nın üzerinde bulunuyor. Milion Taşı'nın hemen sağında Osmanlı Su Terazisi'nin kalıntılarını ve Topkapı Sarayı'nın Haremağası olan Hacı Beşir Ağa tarafından 1744 yılında yaptırılan Beşir Ağa Çeşmesi görülebilir (Tonguç ve Yale, 2012: 63).

Türk Edebiyat Vakfı'na verilmiş ama giriş katında halı satılan bir bina var. Burası Cevri Kalfa İlkokulu'ydu. 1819'da Sultan II. Mahmud tarafından yaptırılan Cevri Kalfa İlkokulu,

İstanbul'da döneminin en büyük ilkokuludur. Harem'deki kızlardan biri olan Cevri Kalfa Yeniçeriler'in bir ayaklanması sırasında II. Mahmud'un hayatını kurtarmıştır. Sultan da adını okula vererek şükran borcunu ödemiştir. Kalfa da Osmanlı ahlakı gereği varlığının bir kısmını cami ve okul gibi hayır kurumları yaptırmakta kullanmıştır. Mahmud, öldüğünde Cevri Kalfa'yı kendi annesi Nakşidil Sultan'ın türbesine gömdürerek de minnetini belirtti. 1858'de kız okulu, 1930'da matbaa okulu ve 1945'te tekrar ilkokul olan bina, 1985'te Türk Edebiyatı Vakfı'na devredildi (Belge, 2013: 83; Tonguç ve Yale, 2012: 63).

Fuad Paşa Camii aslında son dönem Osmanlı mimarisini yansıtan mücevherlerden biri. Kubbesinin güzelliği, duvarlarını kaplayan işlemleri ile türünün en güzel örneklerinden biri olan sekiz köşeli cami, ıslahatçı Sadrazam Keçecizade Fuad Paşa tarafından yaptırılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 64). Fuad Paşa Abdüzaziz'in başlıca iki nazırından biriydi. Sadrazam olmadığı zamanlar Hariciye Nazırı olurdu. Nükteleriyle ünlüydü. Caminin karşısında şimdi sigortanın kapsadığı alan "Eski Hariciye Nezareti Sarayı" olmuştur. Peykhane Sokağı'ndan Sultanahmet'e doğru yürüyüp soldaki Babayani Sokağı'na sapsarsaki köşedeki eskice, mimari bakımdan çok da ilginç olmayan bahçeli yapı İran Okulu'dur. Okul tamamen İran devletine bağlıdır ve buradaki İranlı ailelerin çocukları için açılmıştır. Burası eskiden İran Hastanesidir. 1882'de Debistan-ı İraniyan adıyla kurulan okul Yeşildirek'teki yerine sığmayınca buraya taşınmıştır (Belge, 2013: 86).

Yerebatan Sarnıcı'ndan sonra şehrin ikinci büyük sarnıcı olan Binbirdirek Sarnıcı artık içinde su olmayan ve bin beş yüz kişi kapasiteli restoran olarak hizmet veren bir sarnıç. Günümüze ulaşan kısımları V. ve VI. yüzyıldan kalma. İçinde sadece iki yüz yirmi dört sütun var. Sarnıcın yüksekliği on beş metreye yaklaşır; dibi şimdi dolmuş durumda olduğuna göre eskiden daha da yüksektir. Bu uzunlukta yekpare taş bulunamadığı için sütunlar üst üste konulan ikişer parçadan oluşurlar. Sarnıçlardan pek hoşlanmayan Türkler burayı imalathane ve depo olarak kullanmışlardır. Sonradan bina boşaltılmıştır. Eskiden Eminönü Belediyesi olan binanın hemen altında da Şerefiye (Theodosios) Sarnıcı vardır. Sarnıç 2009 yılında restore edilmiştir (Belge, 2013: 85; Tonguç ve Yale, 2012: 64).

Sadrazam Saffet Paşa tarafından 1865 yılında Fossati Kardeşler'e yaptırılmış olan Basın Müzesi binasının 1983'te müze olması kararlaştırılmış. 1984-1988 yılları arasındaki restorasyonundan sonra hizmete açılmıştır. Basın müzesi, şehrin bu kısmının bir zamanlar

ülkedeki matbaa sanayisinin kalbi olduğunu hatırlatmaktadır. Buraya gelindiğinde 1870'lerden kalma devasa bir litografi (taş baskı) makinasını, aynı dönemden kalma ofset baskı makinasını ve ünlü gazetecilerin kameralarını görmek mümkündür (Tonguç ve Yale, 2012: 64).

Divanyolu'ndan Kapalıçarşı'ya doğru yüründüğünde Sadrazam Köprülü Fazıl Ahmet Paşa tarafından daha önce babasının inşa ettirdiği yakındaki külliye ek olarak 1676 yılında yapılan Köprülü Kütüphanesi bulunmaktadır (Hürel, 2015: 237). Yolun karşısında Sultan II. Mahmud, Abdülaziz ve II. Abdülhamid'in türbeleri görülmektedir. Bu türbelere ev sahipliği yapan bina, Dolmabahçe Sarayı, Mimar Sinan Üniversitesi binası, İstanbul Teknik Üniversitesi binası gibi binaları yapan ünlü Ermeni mimar Garabet Amira Balyan tarafından 1840'ta yapılmıştır. Ziya Gökalp'in mezarı da bu türbede bulunmaktadır. Köprülüler genelde Osmanlı imparatorluk tarihinin en seçkin ailesi olarak kabul edilirler. XVII. yüzyılın ikinci yarısı ile XVIII. yüzyılın başlarında bu aileden beş sadrazam çıkmış, bunlardan bazıları gelmiş geçmiş en başarılı sadrazamlar arasında yer almıştır. Köprülü külliyesinin kütüphanesi sütunlu sundurması, tuğla ve yaştan inşa edilmiş kubbeli okuma odası ile küçük, hoş bir binadır. Kütüphanede birçoğu dönemlerinde "Gaddar" Mehmet ve "Devletçi" Ahmet diye bilinen kurucularına ait önemli bir kitap ve el yazması koleksiyonu vardır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 153).

Çemberlitaş

XIX. yüzyılda Çemberlitaş doktorların ve avukatların yaşadığı popüler bir yerleşim bölgesi idi. XX. yüzyılda doğudan göç almaya başlayınca eski sakinleri yavaş yavaş burayı terk etmiştir. Döneminde Forum Konstantin Roma imparatorlarının, Pagan tanrılarılarının ve Hristiyan azizlerinin heykelleri ile çevrilidir. Etrafı büyüleyici tapınaklar ve köşkler süslemiştir. 330 yılında İmparator Konstantin Bizans'ı Roma İmparatorluğu'nun başkenti yapmaya karar verip adını Konstantinopolis olarak değiştirdi. Bugünün anısına Forum'un ortasına dev bir porfir sütun diktirmeye karar verdi. Dünyanın en büyük porfir sütunu olarak geçen otuz beş metrelik Çemberlitaş 416'daki depremden zarar görmüştür. Devrilmesini önlemek için etrafı demir halkalarla çevrilir. 1106 yılındaki fırtınada Konstantin'in heykeli düşüp parçalanınca, İmparator I. Manuel Komnenos yerine dev bir haç koydurur. Türkler'in fethinden sonra Fatih Sultan Mehmed hacı indirir. Çevredeki her şeyin yandığı 1779'daki yangından sonra ise sütun isten simsiyah olur. Böylelikle halk ona

'Yanık Sütun' demeye başlamıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 67). Bugünkü haliyle sütun on metre yüksekliğinde kaba taş örgülü kaide ve üzerindeki altı porfir silindirden oluşmaktadır; tepesinde on sıra taş örgü üzerinde mermer bir blok yer alır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 155).

Sütunun karşısındaki gösterişsiz kapıdan içeri girince kendinizi 1584'te Mimar Sinan tarafından yapılan ve şehrin en iyi hamamlarından biri olan Çemberlitaş Hamamı'nda bulursunuz. Hamam Üsküdar'daki Atik Valide Sultan Camii'ne vakıf olarak kurulmuştur. XVII. yüzyılda Köprülü Mehmed Paşa tarafından restore edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 68). Büyük kubbeli camekan üç kubbeli küçük oğukluğa açılır, oradan da hararete geçilir. Hararetin Cağaloğlu Hamamında ve diğer hamamlarda da görülen hoş bir düzenlemesi vardır; kare şeklindeki odada çember şeklinde dizili sütunlar kubbeyi taşıyan kemerleri destekler. Köşelerde küçük yıkanma yerleri vardır, her biri kubbelidir ve her birinin hoş bir kapısı vardır; yer döşemesi geometrik desenlidir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 154). Yolun hemen karşısındaki sekizgen mimariye sahip Köprülü Camii 1659-1660 yılları arasında bu güçlü aileden gelen ilk sadrazam olan Köprülü Mehmed Paşa ve oğlu Fazıl Ahmet Paşa için yaptırılmıştır. Cami ilk başta külliye'deki medresenin ders verilen bölümü olarak kullanılmıştır. Bu külliye'nin bir parçası da Çemberlitaş Hamamı'nın biraz aşağısındaki XVII. yüzyıl eseri olan Vezir Hanı. Sütunun öbür yanında II. Bayezid zamanında sadrazam olan harem ağası Atik Ali Paşa için 1496'da yapılan Atik Ali Paşa Camisi bulunmaktadır. Eser klasik üslupta yapılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 68). Pek alışılmadık bir planı vardır. Bir kemerle eşit olmayan iki parçaya ayrılmış dikdörtgen bir odadan ibaret. Batıdaki daha geniş kısım kubbe ile, doğudaki ise yarım kubbe ile kapatılmıştır; yarım kubbenin altında büyük bir apsinin içindeymiş gibi duran mihrap bulunmakta. Batı kısmının iki tarafında, kuzeyde ve güneyde küçük kubbelerle kapatılmış birer oda daha vardır (Sumner- Boyd ve Freely, 2016: 157).

Cami, türbe, sebil ve medreseden oluşan külliye'ye sahip Koca Sinan Mustafa Paşa Camii de 1569'ta Yemen'i fetheden sadrazam Sinan Paşa için yaptırılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 68). Bu güzel külliye'de herhalde en göze çarpan unsur, zengin mukarnas kornişi ve albenili pencereleri ile beyaz ve pembe taştan örülme, on altı kenarlı zarif türbedir. Medresenin kapısı yan sokaktadır, sivri kemerli revağıyla çok hoş bir avlusu vardır. Sebil de küçük sütunlar arasındaki bronz parmaklıkları ve saçaklı çatısıyla zarif bir yapıdır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 157). Ana cadde üzerindeki bir diğer eser olan Çorlulu Ali

Paşa Medresesi 1708 yılından kalmadır (Tonguç ve Yale, 2012: 68). Küçük bir cami ve medreseden oluşan bu külliye klasik ve barok tarzları arasındaki geçiş dönemine aittir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 158). Yolun karşısındaki Kara Mustafa Paşa Külliyesi ise 1669-1690 yılları arasında yaptırılmıştır. İçinde bir cami ve Yahya Kemal Beyatlı müzesi vardır (Tonguç ve Yale, 2012: 68). Cami yine klasik ve barok arasındaki geçiş dönemine aittir ve cami olarak kullanılan birkaç sekizgen yapıdan biri olması sebebiyle ilgi çekicidir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 158).

Kapalıçarşı

İstanbul'un ikinci tepesi üzerine kurulmuş Kapalıçarşı, her dem kalabalık altmış sokağı ve dört bin civarında dükkanıyla dünyadaki en eski ve en büyük çarşılardan biridir. Aslında her biri farklı ürünler üzerine ihtisaslaşmış, farklı çarşı dizilerinin yan yana sıralanmasıyla oluşmuştur. Çoğu genellikle iki katlı, çok odalı ve merkezi bir avluya açılan hanlar ve iki bedestenin bir kısmı günümüze aynen ulaşmış, zaman içerisinde birbirine bağlanıp bir çatıyla örtülmüş ve bugün gezmekte olunan geniş kompleks yaratılmıştır. Nuruosmaniye Kapısı'ndan Beyazıt Kapısı'na doğru giden ve dışarıdaki Yeniçeriler Caddesi'ne paralel olan tonozlu, geniş ana cadde, yani Kalpakçılar Caddesi çok sayıda kuyumcuya ev sahipliği yapmaktadır. Çarşı içerisinde çok sayıda deri, halı, tekstil, çanak, çömlek, antika ve hediyelik eşya dükkanı olduğunu söylemek mümkündür (Tonguç ve Yale, 2012: 71). Kapalıçarşı'daki sokak isimleri yüzyıllardır aynı yerde imalat ve satış yapmış loncalardan alınmadır. Serpuşçular Sokağı ve Tuğcular Sokağı gibi isimler bize çoktan yitip gitmiş meslekleri ve Çarşı'nın efsanevi oryantal atmosferinin son yıllarda kaybolduğunu hatırlatır. Yüz yıl önce Çarşı çok daha farklı ve ilginçtir, bugünkünden daha alışılmadık mallarla doludur. Ama şimdi bile, sıradan seri üretim malları Çarşı'ya girmiş olmasına rağmen, pek çok antik, yerel ve orijinal ve yerel ürün de mevcuttur. Aynı türden mallar satan dükkanlar genellikle belli sokaklarda toplanmıştır (Sumner-Boyd ve Freely, 2012: 169).

1461 yılında Fatih Sultan Mehmed zamanında yapılmış orijinal çarşı olan İç Bedesten, çarşı kompleksinin tam ortasında yer almaktadır. Eski Bedesten veya Cevahir Bedesteni olarak da adlandırılan bölüm, göz alıcı antikacılar ve kuyumcularla doludur (Tonguç ve Yale, 2012: 72). Çarşıdaki en ilginç ve pahalı malların bir kısmı burada satılır: genellikle eski ve zarif, her türden bakır ve pirinç eşyalar, antika kılıçlar ve silahlar, antika kuyum ve giyisiler, cam işleri, eski paralar, antik dönem ve Bizans işi toprak kap ve heykelcikler,

çiniler (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 171)... Nuruosmaniye Kapısı yakınındaki Sandal Bedesteni geçmişte lüks kumaş ve değerli taş satın almak isteyenlerin cennetidir. Şimdi ise paşmina, deri ve taklit kıyafet ile çantalar burada bulunmaktadır. Burası İç Bedesten'e göre daha az kalabalık olduğundan antik yapısı ve üçerlik dörder sıra halinde on iki massif payenin taşıdığı yirmi kubbesinin mimari özelliklerinin tadı doya doya çıkarılabilir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 171; Tonguç ve Yale, 2012: 73).

Bayezid Camii ve Kapalıçarşı'nın arasındaki avlunun etrafına sıralanmış ikinci el kitapçılar, özellikle kitap koleksiyoncularının ilgisini çekmektedir. Sahaflar Çarşısı, Kapalıçarşı'nın Beyazıt Kapısı'ndan çıkıldığında sağ kolda kolaylıkla bulunabilmektedir (Tonguç ve Yale, 2012: 73).

Nuruosmaniye Camii Osman'ın Nur'u anlamındaki ismini almıştır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 172). 1748-1755 yılları arasında Sultan I. Mahmud ve Sultan II. Osman tarafından inşa edilmiş olan Nuruosmaniye Camii'nin devasalığı ve külliyesi İstanbul'da Avrupa barok üslubunda yapılan ilk büyük cami olma özelliğini de taşımaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 74). Burada kemerler yuvarlak bir forma girmiştir. Hatta yan duvar revaklarında dantel gibidir bu kemer biçimleri. Özellikle iç mekanda renkli vitray pencereler ve mihrap duvarında yarım daire şeklinde, kiliselerdekine benzeyen mihrap çıkıntısı, taş işçiliğinde betimlenen barok oylumlar, deniz kabukları, kıvrımlı dallar ve yaprak motifleri o güne dek görülmuş şekiller değildir. Cami kubbe çapıyla İstanbul'un en büyük eserlerindedir. İki zarif minareye sahip eserin bulunduğu platform yükseltilmiştir (Hürel, 2015: 138). Birkaç basamakla çıkılan girişi ve sultan mahfiline ulaşan uzun rampası ilk görüşte dikkat çekicidir. Avlusundaki porfir lahit ve kütüphane ilginçtir (Tonguç ve Yale, 2012: 74).

İstanbul'un üslup karakterini vurgulayan ilk büyük anıtsal eser Mahmutpaşa Camisi'dir ve 1463 yılında II. Mehmed'in vezir-i azamı Mahmut Paşa tarafından yaptırılmıştır. Birbirine eşit iki kubbesiyle Bursa dönemi erken Osmanlı mimari üslubundaki iç mekanı genişletme çabalarının bir örneğini yansıtır. O devirde Türk mimarları henüz, ana mekanları genişletirken, bunun üzerini gereği kadar büyük ve tek bir kubbeye örtmekte zorlanıyorlardı. Burada mekan enine doğru da genişlerken, bu yan sahninlerin üzerini üçer kubbe örter. Orta sahından kopuk ve bağımsız gibi duran bu yan sahninlere kapılarla geçilir (Hürel, 2015: 136). Son cemaat yerine açılan sıra sütunlu revak ve daha sonra gelenen

dikdörtgen sahnın, her biri kendi kubbesi olan iki bölmeye ayrılmıştır. Her iki taraftaki odalar, geçmişte dervişlere kalacak yer sağlamıştır. Mahmud Paşa, sekizgen türbede yatıyor. Türbe, mavi ve turkuaz İznik çinileri ile kaplanmış ve bu yüzden de İran veya Orta Asya'dan buraya getirilip bırakılmış hissi vermektedir (Tonguç ve Yale, 2012: 74). Muhtemelen ilk dönem İznik ürünlerinden olan bu çinilerin İstanbul'da eşi benzeri yoktur (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 175).

Beyazıt Meydanı ve Çevresi

Beyazıt Camii 1501-1506 yılları arasında Fatih Sultan Mehmed'in oğlu II. Bayezid tarafından yaptırılmıştır. Yakub-Şah camiyi yaparken kendine model olarak Ayasofya'yı almış ve buna bir külliyyede olması gerekenleri eklemiştir; hamam, medrese, mektep ve imaret. Eser Fatih Camii'nden sonra yapılmış ama 1766 depreminde Fatih Camii'nin yıkılmasıyla İstanbul'daki en eski klasik cami olarak kalmıştır. Kırmızı somaki mermer ve granitten yapılmış yirmi büyük sütun avludaki şadırvanın etrafında kubbeli revaklar oluşturur (Tonguç ve Yale, 2012: 81). Revağın üzeri yirmi dört küçük kubbeyle örtülmüştür ve avluya üç muhteşem cümle kapısından girilir. Zemin çok renkli mermer ile döşenmiştir ve ortada güzel bezemeli şadırvan bulunur. Sütun başlıkları, kornişler ve nişlerde mukarnaslar işlenmiştir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 161). Yapının arkasındaki kabristanda II. Bayezid muhteşem bir türbede, kızı Selçuk Hatun ise daha mütevazı bir türbede yatmaktadır. Köşedeki türbesi pencerelerindeki zarif, yeşil demirlerden hemen tanınacak Tanzimat dönemi sadrazamlarından Koca Mustafa Reşid Paşa da buraya gömülmüştür. İstanbul'a büyük eserler bırakan Mimar Kemaleddin Bey hazirenin bir diğer sakinidir.

Caminin hemen karşısında 1832 yılında Sultan II. Abdülhamid tarafından kütüphaneye dönüştürülünceye dek imaret olarak kullanılan bina görülmektedir. 2009 yılında tamamiyle restore edilen bina, 1884 yılından beri Beyazıt Devlet Kütüphanesi olarak hizmet vermektedir (Tonguç ve Yale, 2012: 81-82). Beyazıt Devlet Kütüphanesi yüz yirmi bin cilt ve yedi bin el yazması içeren önemli bir kütüphanedir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 163).

Şehirdeki en büyük üniversite olan İstanbul Üniversitesi aynı zamanda en eski olanıdır. İlk önce Fatih Sultan Mehmed döneminde Fatih Camii'ndeki sekiz medrese kurulmuştur.

Beyazıt, Selimiye ve Süleymaniye camilerine bitişik olan medreseler ayrıca üniversitenin farklı fakültelerinin de öncülere olmuştur (Tonguç ve Yale, 2012: 82). Eskiden burada ilahiyat ve felsefenin yanısıra hukuk, tıp ve bilim fakülteleri de vardır. Ama imparatorlukta gerileme eğitimi de etkilemiştir. İlk seküler yüksek eğitim kurma girişimi Sultan I. Abdülmecit döneminde Tanzimat olarak bilinen reform hareketinin bir parçası olarak başlamıştır. İlk öğrencileri 1869 yılında kayıt olan Darülfunun adlı bu kuruluş, 1900 yılında bilim, tıp ve hukuk fakülteleri de dahil olmak üzere Avrupa üniversitelerini model olarak yeniden düzenlenmiştir (Sumner- Boyd ve Freely, 2016: 164). İstanbul Darülfunun adıyla kurulan ilk üniversite, 1923'te Cumhuriyet ilan edilince Beyazıt Meydanı'nın arkasındaki Seraskerat (Savaş Bakanlığı) binasına taşınmıştır. 1933 yılında İstanbul Üniversitesi adını almıştır. Üniversitenin bugün kullandığı binalar 1866 yılında Fransız mimar Auguste Bourgeois tarafından tasarlanmıştır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 164; Tonguç ve Yale, 2012: 82).

2008 yılında restore edilen Beyazıt Hamamı Bayezid Camii Külliyesi'nin bir parçası olarak yapılmıştır. Hamamın hemen arkasındaki Hasan Paşa Medresesi, Mimar Mustafa Çelebi tarafından 1745 yılında Sadrazam Tokatlı Hasan Paşa için yapılmıştır. Dış cephesinde kentteki en güzel kuş evlerinden biri görülmektedir. Ev, minaresi de olan cami şeklinde oyulmuştur duvara. Bir köşesinde yer alan muhteşem çeşmenin hat yazıları ise Hoca Ahmed Efendi'ye aittir. Bina şu anda İstanbul Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Enstitüsü'ne ev sahipliği yapmaktadır. Hasan Paşa Medresesi'ni geçip sola Vezneciler Sokak'a sapıp Şehzade Camii'ne doğru ilerlerken solda Kuyucu Murad Paşa Medresesi görülmektedir. 1606'da yapılan binayı İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nin kapısının arasından görmek mümkündür (Tonguç ve Yale, 2012: 83).

Laleli ve Aksaray

2009'da restore edilen taş ve tuğla kullanılarak yapılmış olan Laleli Camii külliyesi Sultan III. Mustafa için 1759-1763 yılları arasında barok üslubunda inşa edilmiştir. Laleli külliyesinden sebil ve imaret hala ayakta durmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 88). Bir platform gibi yükseltilmiş zeminler üzerine daha dar mekanlı, eninden çok yapının yüksekliğinin vurgulandığı, taş süslemelerin yoğunluk kazandığı, inceltilmiş minareleriyle ve dıştan bir rampayla çıkılan ve ana kütlede bağımsız gibi duran hünkar mahfiliyle, bu tür yapılar, Avrupa barok mimarisinin ülkemizdeki tipolojisini sergileyen unsurlardır (Hürel, 2015:

264). Bugüne ulaşabilen türbede ise III. Murad ve oğlu III. Selim yatmaktadır. Restore edilmiş Büyük Taş Hanı ya da diğer adıyla Çukurçeşme Hanı'nın da cami külliyesine ait olduğu düşünülmektedir (Tonguç ve Yale, 2012: 88). Caminin kubbesi sekiz sütuna dayanan kemerler üzerinde durur ve etrafındaki altı küçük yarım kubbe de ana kubbeyi destekler. Mihrap dışarıya çıkıntılıdır. Sekiz küçük sütunlu bir de şadırvanı bulunur avluda (Hürel, 2015: 264). Bodrum Camii, diğer adıyla Myrelaion Kilisesi 920-922 yılları arasında İmparator I. Romanos Lekaponos'un sarayının yanında inşa edilmiş küçük, şirin bir kilisedir. Bina XV. yüzyılda Mesih Ali Paşa tarafından camiye çevrilmiştir. Cami Bodrum adını altında bulunan ve caminin yüksekliğinin komşu binalarla eşit olmasını sağlayan mahzen ve sarnıçtan almıştır (Tonguç ve Yale, 2015: 88). Romanos kilise binasının altına 922'de ölen eşi Theodora'nın gömüldüğü mezar şapeli yaptırmıştır. Kilisenin ve manastırın yanında, bugünkü mermer terasın bulunduğu yerde, Rotunda olarak bilinen daha erken dönem Roma binasının temelleri üzerine bir de saray inşa ettirmiştir. Birkaç kez yanan bina 1965-1966'da altındaki şapel ile birlikte restore edilmiştir ve yine cami olarak hizmet vermektedir. Rotunda da restore edilip yeraltı çarşısı olarak açılmıştır (Sumner-Boyd ve Freely, 2012: 191). Yassı tuğla dokusu, yüksek pencere ve çok basık kubbesiyle tipik bir Bizans kilisesi olduğu ilk bakışta anlaşılmaktadır.

Valide Sultan Camii, II. Mahmud'un eşi ve Sultan Abdülaziz'in annesi Pertevniyal Valide Sultan için 1871'de yapılmıştır Eklektik tarzda yapılan ve ön yüzündeki süslemelerle dikkat çeken bu muhteşem yapı, klasik cami üslubundan oldukça farklı yapılmıştır. Küçük olmakla beraber yüksek kubbesi, tek şerefeli iki geniş minaresi, geniş iç mekanı dikkat çeken özelliklerinden bazılarıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 88-89). Bütün yüzeyler son derece zarif taş işçiliğiyle yoğun şekilde dantela gibi süslenmiştir. Ön görünümündeki üçgen alınlık Helenistik tapınakları andırmaktadır. Yüksek tanburlu kubbe ise bir kilise kubbesi tasarımını çağrıştırmaktadır. Kare planlı bir ana mekanı bulunur. Birer şerefeli, yivli zarif iki de minaresi vardır (Hürel, 2015: 268). Bunların yanısıra altın yaldız ve mavi renklerin kullanıldığı iç dekorasyonu takdiri fazlasıyla hak etmektedir. Aksaray tarafındaki kapısı ise Osmanlı taş oymacılık sanatının nadide örneklerinden biridir. Çeşme, kütüphane ve Valide Sultan için yapılan türbe külliyesinin diğer yapılarıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 89).

Fenari İsa Camii, diğer adıyla Konstantin Lips Manastırı Kiliseleri, 907 yılında yapılmıştır. Doğu duvarındaki yazıttan Meryem'e adandığı anlaşılmaktadır

(www.istanbulkulturturizm.gov.tr). Beş yarım kubbeli bir kilisedir. Kiliseyi diğerlerinden ayıran en büyük özellik dört şapele sahip olmasıdır. VIII. Michael Palaeologos'un eşi İmparatoriçe Theodora hemen yanda, kiliseye bitişik bir kilise daha inşa ettirmiştir. Hepsi biraraya geldiğinde iki kilise ve yedi yarım kubbeden günümüze kalan altı yarım kubbe olağan dışı bir görüntü sergilemektedir. Kilise XV. yüzyılda Fenari Ali Efendi tarafından derviş tekkesine dönüştürülmüş ve daha sonra da zamanın tanınmış saygın hocalarından Şeyh İsa tarafından kullanılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 90). Kuzeydeki ilk kilise dört sütunlu haç planlı bir yapıdır. XVII. yüzyılda sütunlar kaldırılmış, iki büyük kemerle kubbe desteklenmiştir. Güneydeki kilise ortası yüksek, dehlizli tiptedir. Apsis çıkıntıları tuğla süsleme açısından ilginçtir. Her iki kilisenin de bezeme açısından zengin olduğu, günümüze gelebilmiş çok az kalıttan anlaşılmaktadır (www.istanbulkulturturizm.gov.tr).

Süleymaniye Camii ve Çevresi

Süleymaniye Ayasofya'ya erişmek ve belki de onu aşma için yapılmış bir girişimdir. Zaten planı da onununkine oldukça yakındır; doğu batı aksındaki iki yarım kubbe, kuzey ve güneyde iki büyük kemer. Kubbe dört geniş paye üzerine oturmaktadır. Çapı yirmi altı buçuk metre, yerden yüksekliği de yaklaşık elli metredir. Dolayısıyla, Ayasofya'nın boyutlarını aşmamıştır. Ama bu, fiziksel bir durumdur; estetik açıdan Süleymaniye muazzam bir mimari eser olarak dünyanın en güzel anıtları arasında yer almaktadır (Belge, 2008: 140). Camideki dört dev sütundan ikisi Balbek ve İskenderiye'den gelmiştir, diğer ikisi ise İstanbul'daki eski yapılardan (Tonguç ve Yale, 2012: 100).

Güneyde ve kuzeyde payanda duvarları, biraz içeri, biraz da dışarı taşacak biçimde, duvarın içinde saklanmış, dışarıdaki ikişer katlı mahfillerle de göze çarpmayacak gale getirilmiştir. Doğu ve batıda zaten destek işi büyük ölçüde yarım kubbelere kaldığı için payandalar fazla kalın değildir ve göze batmaz. Kubbenin dört köşesinde, payelerin dıştaki devamı olan dört sekizgen kule, yarım kubbelerin altında çeyrek kubbelere vardır. Kubbe kavislerinin birbirleri üzerine kıvrılarak akışı son derece estetikdir (Belge, 2008: 140). Mimarbaşı cami avlusunun dört köşesine birer minare yerleştirmiştir. Bunlardan avluya bitişik olan ikisi üç şerefeli ve yetmiş altı metre yüksekliğinde, diğer ikisi ise ikişer şerefeli ve elli altı metre yükseliğindedir. Yirmi sekiz revağın süslediği avlunun ortasında bir süs havuzu yer almaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 100). İç mekanda genişlik duygusu kusursuzdur. Payandaların içeri taşan kısımları sütunlar üstüne oturan kemerlerle

bağlanmış ve böylece yan nefler oluşmuştur. İç mekanda büyük bir sadelik vardır. Yalnız mihrap tarafında, o da az miktarda çini kullanılmıştır. Burada ayrıca Sarhoş İbrahim adıyla bilinen dönemin ünlü cam ustasının vitrayları vardır. Camide kullanılan mermer sütunlar bütün ülke taranarak çeşitli yerlerden getirilmiştir. Levhalar, zamanın en iyi hattatları olan Ahmet Karahsari ile öğrencisi Hasan Çelebi'nin eserleridir (Belge, 2008: 140). Mihrabın iki yanına Fatıha suresi, ana kubbesine ise Nur suresi yazılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 100). Avlu revaklarında somaki, granit ve mermer kullanılmıştır. Toplam on olan şerefe sayısı, Süleyman'ın Osmanlı'nın onuncu padişahı, dört minare ise İstanbul'da hüküm süren dördüncü padişah olduğunu simgeler (Belge, 2008: 140). Mimar Sinan caminin iç mimarisinde iki özel teknik kullanmıştır. Farklı yerlere koyduğu küpler ve tuğlalar arasına bıraktığı boşluklarla yapının muhteşem bir akustiğe sahip olmasını sağlamıştır. Bir diğer yöntemle de kandillerden çıkan islerin tek bir noktada toplanması için hava akımı yaratmıştır. Çıkacak islerin camiye kirletmesini engellemiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 100).

Caminin mihrap duvarının arkasındaki avluda Kanuni'nin türbesi yer alır. Bu sekizgen türbe avlunun ortasına yerleştirilmiştir. Duvarları, İznik'in en güzel çinileriyle kaplıdır (Belge, 2008: 141). Mimar Sinan, kubbesine yerleştirdiği değerli taşlarla padişahın üstünde yıldızlı bir gökyüzü yaratmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 101). İçeride ayrıca Kanuni'nin kızı Mihrimah Sultan ve varlık göstermemiş iki padişah, II. Süleyman ile II. Ahmet gömülüdür. Avlunun köşesinde Kanuni'nin sevgili karısı Hürrem Sultan'ın daha küçük bir sekizgen olan gene çok güzel İznik çinileriyle donanmış türbesi vardır. Türbenin çevresindeki hazirede birçok tanınmış kişinin kabri bulunmaktadır (Belge, 2008: 141).

Osmanlı eğitim sisteminde en üst nokta demek olan Süleymaniye medreseleri Darül Hadis, Darü'ttıb, Mülazimler Medresesi ve diğer dört medreseden oluşmuştur (Tonguç ve Yale, 2012: 101). Bahçenin kuzeydoğu köşesinde sokaktan köşeye kırk beş derecelik bir açıyla gelip birleşen bir kanat vardır. Burası darülhadis, yani hadis öğretilen bir medresedir. Caminin bahçesiyle bu kanadın birleştiği noktada dersane olduğu tahmin edilen dikdörtgen bir oda var. Kanat boyunca da öğrencilerin kaldığı yirmi iki hücre uzanmakta. Süleymaniye yükseltisinin alt tarafında yani solda arasta, sağda altında gene dükkanlar bulunan iki medrese binası görülmekte. Bu iki medrese Salis ve Rabi (üçüncü ve dördüncü) caminin güney tarafına bakan Evvel ve Sani (birinci ve ikinci) medreseleriyle birlikte bir bütün oluşturmakta. Arkadaki bu iki medrese ile yokuşta aşağıda kalan Mülazimler Medresesi'nin mimarileri benzersiz ve son derece güzeldir (Belge, 2008: 141).

Külliyenin en çok zarar görmüş binası ise o dönemde teorik tıp eğitimi veren Darüttıb Medresesi. Medreseler İstanbul Üniversitesi'nin de temellerinin atıldığı yer olmuştur (Tonguç ve Yale, 2012: 101).

Zeyrek ve Vefa

Haliç'e doğru ilerlendiğinde önde ilkin Valens ya da Türkçe adıyla Bozdoğan Kemeri görülür. Kemer Roma zamanından kalmadır ve sadece 625 metresi günümüze ulaşan Bozdoğan Kemeri (Tonguç ve Yale, 2012: 109) İmparator Valens tarafından 375'te yaptırılmıştır. İstanbul'un üçüncü tepesiyle dördüncü tepesi arasında, Unkapı'ndan Yenikapı'ya kadar uzanan derin bir vadi vardır. Şehir dışından gelen ve Büyük Saray çevresine taşınması gereken suyu, bu çukur vadinin üstünden aşırarak için böyle büyük bir kemere ihtiyaç olmuştur. İstanbul'un ana su kaynağı başından beri Belgrat Ormanları'dır. Oradan çeşitli kemerler ve su yollarıyla Edirnekapı ve Eğrikapı çevresinden kent içine aktarılmaktadır. Kemerin büyük kısmı ayaktadır; en yüksek olduğu bölümde iki katlıdır ve caddeden yüksekliği yirmi metreyi bulur. Kemerden dökülen su, Süleymaniye ile Beyazıt camileri arasında kalan Nymphaeum Maximum denilen havuzda (Nimfaion Maksemi) toplanmakta ve buradan kentin çeşitli bölgelerine dağılmaktadır. Bu havuzun şimdi hiçbir izi yoktur (Belge, 2008: 185).

Atatürk Bulvarı'nın karşı tarafına geçince Küçükpazar'ın girişinde (Tonguç ve Yale, 2012: 112) XVIII. Yüzyıl sonlarından kalma Şebsefa Kadın Camii görülüyor. Fatma Şebsefa Kadın, I. Abdülhamit'in haremdeki kadınlardan biridir. Cami, yapıldığı zamanın özelliklerine uygun olarak barok üsluptadır. Yüksekçe olduğu için merdivenli ve beşik tonozlu bir son cemaat yerinden girilir. Taş ve tuğladan yapılmıştır (Belge, 2008: 185). Fatma Şebsefa Kadın'ın oğlu Şehzade Mehmed için 1787 yılında yaptırdığı mektep, camiye bitişik olarak inşa edilmiştir. Camiyi İMÇ Çarşısı'nın blokları arasında köşede görmek mümkündür. İMÇ Çarşısı'nın bloklarından biri şair-sanatçı Bedri Rahmi Eyüboğlu tarafından 1965 yılında yapılmış mozaiklerle süslenmiştir. Soyut bir çalışma olan duvar panosunda İstanbul'u üzerinde balıklar, kuşlar, minareler, kuleler ve kubbelerin olduğu kıvrımlı bir nehir olarak çok canlı bir biçimde canlandırmıştır Eyüboğlu (Tonguç ve Yale, 2012: 112).

Köprüye giden Atatürk Caddesi yapılırken (1950'lerde) epey tarihi bina feda edilmiştir. Modern zamanlarda yapılan binalar, bunu dengelemek istercesine az çok özenlidir. Solda Sedad Hakkı Eldem'in yaptığı Sosyal Sigorta binaları, sağda 1960'larda Belediye'nin yaptırdığı İstanbul Manifaturacılar Çarşısı var (Belge, 2008: 185). Sedad Hakkı Eldem'in etraftaki binalardan esinlenip modern malzemeler kullanarak yaptığı Sosyal Sigortalar Kurumu binası, kendisine 1986 Ağa Han Mimarlık Ödülü'nü kazandırmıştır. Ödülün en büyük sebebi binaların göze çarpmadan oradaki eski dokuyla uyum sağlamasıdır. SSK'nın hemen altındaki eski duvarlar şehirde yeraltına değil de yerüstüne yapılan tek sarnıç olan Zeyrek Sarnıcı'nı gizlemektedir ardında (Tonguç ve Yale, 2012: 110).

Çinili Hamam Sinan'ın eserlerinden ve ünlü Kaptan-ı Derya Barbaros Hayreddin'in hayratı olarak yapılmıştır. Çifte hamamdır ve iki kısmın kapıları da cephededir. Camekanın ortasında havuz bulunmaktadır. Hamamı bazı bölümlerini süsleyen çiniler belli ki orijinal değildir, sonraki yıllarda konmuştur (Belge, 2008: 186). Hamam, tuvaletlerin üstündeki gösterişli kemerleri ve süslü kubbeleriyle çağdaşlarından hemen ayrılmaktadır. Suyu sağlayan kuyu ve ahırlar artık görülme de hamamı sıcak tutmak için Külhanbey ve ekibinin sürekli odun attığı kazan dairesi hala ayaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 110).

Pantokrator bugüne kalabilmiş önemli Bizans kiliselerinden biridir. Kilise aslında üç kilisenin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Bu üç kilise de ayrıca, oldukça geniş bir manastır kompleksinin içindedir. Kompleksi ve ilk kilise olan güneydeki Pantokrator'u, II. Komnenos'un karısı İmparatoriçe Eirene yaptırmıştır. Eirene'nin ölümünden sonra imparator kocası burada bir kilise daha yaptırmaya karar verdi ve Pantokrator'un birkaç adım kuzeyinde Meryem'e adanmış bir kilise daha inşa ettirdi. Böylece birbirine çok yakın iki kilise ortaya çıkınca, İmparator Komnenos bunları birleştirmeye karar verdi ve aralarına, bu üçlünün en küçüğü olan üçüncü şapeli yaptırdı (Belge, 2008: 188). Pantokrator Manastırı'ndaki iki kilise, bir şapel, ruh hastalıkları hastanesi, normal hastane ile yaşlılar için bakımevi vardır. Şapel, Komnenoslar'ın aile mezarı olmuştur. 1204 yılındaki Haçlı Seferi sırasında kilisenin hazineleri yağmalanmış ve bazıları Venedik'e götürülmüştür. Bununla beraber, 1261 yılında Bizans imparatoru görevine iade edildiğinde Hodegetria Meryem'inin çok önemli ikonu buraya konmuş, 1453'te ise Kariye Müzesi'ne taşınmıştır. Fetihden sonra kiliseler camiye, manastır kompleksi ise medreseye dönüştürülmüştür. Semt adını Fatih dönemindeki okulun baş hocası olan Molla Zeyrek

Mehmet Efendi'den almıştır. İlahiyat okulu, Fatih Camii medreseleri tamamlanıncaya kadar eğitime burda devam etmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 111).

Bizans kilisesinden camiye çevrilmiş bir başka bina Pantepoptes Kilisesi ya da Eski İmaret Camii. Pantokrator 'her şeye kadir' demektir. Pantepoptes de 'her şeyi gören' anlamına gelmektedir. Kiliseyi, Komnenos hanedanının kurucusu olan Aleksios Komnenos'un annesi İmparatoriçe Anna Dalassena'nın XI. yüzyıl sonunda yaptırdığı bilinmektedir. Bir zamanlar oğluyla birlikte saltanat süren bu imparatoriçe sonunda bu kilisenin kadınlar manastırına çekilerek hayatını burada tamamlamış, ölünce de bu kilisenin içine gömülmüştür (Belge, 2008: 190). Kilisenin en çarpıcı özelliği harika tuğla işçiliğidir (Tonguç ve Yale, 2012: 112). On iki köşeli –ve her yüzü pencere- bir kasnak kubbeyi taşımaktadır. Bu pencereler içeriye de epey ışık vermektedir. Üç apsisin ortadakinin pencereleri Osmanlı zamanında değiştirilmiş ama yan apsislerin pencereleri ve mermer kornişleri durmaktadır. Narteksin üstünde çapraz tonozlar vardır. İç narteksin üstünde nefe açılan bir galeri yer almaktadır. Bu açılışa iki sütuna oturan güzel bir üçlü kemer vardır. Bu kilise de Yunan haçı planına göre yapılmış ama Osmanlı döneminde sütunların yerine payeler konmuştur (Belge, 2008: 190). 1453'teki fetih ardından cami olduktan sonra yolculara yiyecek dağıtan imarethane görevini üstlenmiş ve 'Eski İmaret Camii' adı verilmiştir. Bu görevine Fatih Camii yapılarına kadar devam etmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 112).

Şehzade Camii, Sinan'ın ilk anıtsal yapısıdır. Kanuni Süleyman'ın genç yaşta ölen oğlu Mehmed için yaptırıldığı söylenir. Sinan kubbeyi plan içinde dört payeye dayandırır ve bunun dışında hiç sütun kullanmaz. Böylece iç mekandaki genişlik etkisini alabildiğine artırır. Kubbeyi dört yanından dört yarım kubbeyle destekler. Dört köşede birer küçük kubbe, yarım kubbelerin iki yanında da daha küçük ikişer çeyrek kubbe vardır. İç mekânın sadeliğine karşılık Sinan, caminin dışını süslemek ve herhangi bir monotonluğa yer vermemek için çok çalışmıştır. Avlu aynı zamanda bir medresedir. Ortadaki şadırvanın IV. Mehmed tarafından yaptırıldığı biliniyor. Şehzade Mehmed'in sekiz köşeli güzel türbesinden başka, ünlü Rüstem Paşa'nın zengin çinili türbesi de buradadır (Belge, 2008: 137).

Şehzade Camii'ne giderken Dedeefendi Caddesi üzerinde 1872'de kurulan Vefa Lisesi yer almakta. Mimar Kemaleddin Bey tarafından 1920'lerde I. Ulusal Mimari tarzında yapılan

okulun içinde Şehit Ali Paşa Kütüphanesi vardır (Tonguç ve Yale, 2012: 113). Şehit Ali Paşa o dönemlerde, yurtdışına kitap satışlarını yasaklayan adamdı. 1715 yılında kurduğu kütüphane yapısı, 1894'ün o korkunç depreminde zarar gördü. Sonra onarıldı ve kitaplar da 1933 yılında Süleymaniye Kütüphanesi'ne taşındı (Hürel, 2015: 304).

XV. Yüzyıldan kalma bir caminin yerine yapılan günümüz Vefa Camii oldukça modern bir binadır. XV. Yüzyılda yaşamış evliya Şeyh Muslihiddin Vefa'nın türbesi burada olduğu için sadık müritlerin hala ilgi odağıdır. Yol geçildiğinde biraz ileride solda ise 1741-1742 tarihleri arasında yapılan Atıf Efendi Kütphanesi bulunmaktadır. Çalışanları için kalacak yeri de olan kütüphane geçmişte yirmi beş binden fazla parçadan oluşan muhteşem bir el yazması koleksiyonuna sahiptir (Tonguç ve Yale, 2012: 113). Kütüphanenin yanındaki köşede Rehabula Hatun Türbesi'ne bir göz attıktan sonra karşısındaki Tirendaz Sokağı'na sapınca öne Vefa Kilise Camii çıkmaktadır. Fatih'in hocası Molla Gürani'ye mal edilen bina, Ayios Theodoros adıyla X-XII. yüzyıllar arasında Yunan haçı planına göre yapılmıştır ama bazı parçaları, örneğin cephedeki sütun başlıkları ve kabartmalar da daha yeni olabilir (Belge, 2008: 138).

Fatih

İstanbul'un ilk selatin (sultan) camii ve külliyesi Fatih Camii, içinde medrese, misafirhane, hastane, aşevi, kütüphane barındırmıştır. 1453'te şehrin fethini takiben birçok Bizans imparatoru ve ailesinin de gömülü olduğu Havariler Kilisesi'nin kalıntıları üzerine yapılmıştır. Külliyei saran sağlam duvarlarından ötürü bir kale görünümündeki camiyi Atik Sinan isimli mimar tasarlamıştır. 1766'daki depremde çok zarar görmüş ve 1767-1771 yılları arasında Mehmet Tahir Ağa tarafından barok üslubunda yeniden yapılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 115). Fatih Camii ve külliyesinin 1463-70 arasında inşa edildiği anlaşılıyor. Demek ki fetihden on yıl sonra, Fatih Mehmed, şehirdeki büyük eserini yapmaya karar vermiştir. Mehmed Ağa Şehzade'den beri büyük camilere uygulanan klasik plana uyarak büyük kubbeyi dört yarım kubbeyle çevirmiştir. Böylece, Osmanlı mimarisinin gelişim çizgisinde çok önemli bir gedik ortaya çıkmaktadır. Fetihden sonra yapılmış ilk anıtsal binanın nasıl olduğu tam olarak tasavvur edilememektedir. Gene de eski kayıtlardan genel bir fikir edinilmektedir. Çemberlitaş'taki Atik Ali Paşa Camii gibi mihrap tarafında tek bir yarım kubbesi, iki yandaki galerilerin üzerinde üçer küçük kubbe olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bina dışarıdan oldukça büyük payanda duvarlarıyla

desteklenmiştir (Belge, 2008: 197). Orijinal camiden geriye avlunun, giriş kapısının, mihrabın ve minarelerin alt tarafının bir bölümü kalmış, külliye'nin de bir kısmı yıkılmıştır. Sadece sekiz medrese ve XVIII. yüzyıl Carullah Veliyüddin Efendi Kütüphanesi günümüze ulaşabilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 115).

Külliye'nin batı girişinde bir mektep ve bir kitaplık vardır fakat bunlar yıkılıp yok olmuştur. Karşıdaki avlu, caminin depremde yıkılmamış kısımlarından. İki sıra pencereli yüksek avluya yüksek, görkemli bir kapıdan geçerek girilmekte. Bu avluda külahlı bir şadırvan görülmekte. Mermer hazneli, sekiz mermer sütunlu bir şadırvandır bu. Avlu revakının sütunları, sütun başlıkları da güzel ama avluda en dikkate değer şey girişin olduğu duvardaki yeşil eğriboz taşı üstüne beyaz mermerle yazılan Fatıha ve Besmele'dir. Ayrıca iki kanatta da, bu sefer çiniyle Besmele ve Ayet el- Kürsi yazılıdır. Bu güzel hat örnekleri Yahya Sofi ile oğlu Ali Bin Sofi'nin eserleridir (Belge, 2008: 200). Restore edilen Tabhane'nin (derviş misafirhanesi) yirmi kubbesi sütunlarla desteklenmiştir. Tabhane'nin karşısında barok tarzdaki Nakşidil Valide Sultan Türbesi yer almaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 115). Yazılarını ünlü hattat Rakım Efendi yazmıştır. Caminin mihrap duvarının arkasında Fatih'in ve karısı ve Gülbahar Sultan'ın türbeleri var. Külliye'deki kuzeydeki dört medreseye Karadeniz, güneydekilere de Akdeniz Semaniye (yüksek öğrenim) medreseleri denir. İki kanatta da ortada kalan iki medrese bitişik ve tek blok yapmaktadır, onun sağındaki ve solundaki medreselerle arada geçiş yeri bırakılmıştır. Tam simetrik yapılmış olan bu medreselerde hücreler dikdörtgen avluyu üç yanından sarmaktadır. Girişler yandan ve girişin yanında bir bahçe vardır. Dershaneler de hücre olmayan kanatta yapılmıştır (Belge, 2008: 200-201).

Birçok ünlü, tarihi şahsiyetin gömülü olduğu Fatih Camii'nin türbelerinde görülen Osmanlı mezartaşı koleksiyonu Eyüp'tekiler kadar ihtişamlıdır (Tonguç ve Yale, 2012: 117). Fatih türbesinin arkasındaki hazirede Gazi Osman Paşa'nın türbesi ile onun hemen yanında Abidin Dino'nun dedesi, Dinozade Abidin Paşa'nın sekizgen yarı açık türbesi vardır. Hazirede ayrıca birçok önemli Osmanlı yatmaktadır: Sadrazam Mustafa Naili ve Abdurrahman paşalar, Ahmet Mithat Efendi ile Ali Emiri Efendi, Vahdettin zamanından Ali Rıza Paşa, hattat Yesarizadeler, Ahmet Cevdet Paşa bu isimlerden bazılarıdır. Külliye'nin güneydoğu köşesinde çok büyük olması gereken imaretin birkaç kalıntısı duruyor. Onun karşısına yapılmış olan kervansarayın bu kadar bile izi yoktur (Belge, 2008: 202).

Çarşamba ve Sultan Selim Camii

Fatih'in hemen yanında ama Fatih'ten daha muhafazakar olan Çarşamba, günümüzde yoğun dinsel ve geleneksel hayatın merkezi konumundadır. Adının kaynağı olarak anlatılan iki hikaye vardır: İstanbul'un fethinden sonra bölgenin Osmanlılaştırılması kapsamında Fatih, Karadeniz-Çarşamba'dan getirdiği insanları buraya yerleştirmiş ve semt Çarşamba adını almıştır. Diğer bir söylence ise her Çarşamba günü kurulan pazarın semte adını verdiği şeklindedir (Tonguç ve Yale, 2012: 121).

Fatih'ten gelen Yavuz Selim Caddesi'ne çıkıldığında hemen önde eski Çukurbostan, daha eski adıyla Aspar açık sarnıcı bulunmaktadır. Bizanslılar bununla birlikte üç tane büyük açık sarnıç yapmışlardır. Osmanlı döneminde ve belki daha da önceden bunların bostana dönüştüklerini bilinmektedir (Belge, 2008: 203). V. yüzyılda yapıldığı sanılan sarnıç adını Bizans imparatoru Leo'nun 471'de öldürttüğü General Aspar'dan almıştır. Osmanlı'dan beri halk arasında açık hava sarnıçlarına 'Çukurbostan' adı verilmiştir. Çarşamba'daki Aspar Sarnıcı da halk arasına 'Çukurbostan' olarak anılmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 123).

Yavuz Selim Camii Haliç'e yukardan bakan, harika manzaralı bir teras üzerine kuruludur (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 275). İstanbul'un en güzel camilerinden biri olmasına rağmen az tanınır bir yapıdır. Yedi tepeli şehrin beşinci tepesinin üzerine sadeliğin verdiği bir asaletle kurulan cami, yedi Selatin (Sultan) camiinden biri. Kanuni Sultan Süleyman tarafından babası Yavuz Sultan Selim için yaptırılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 122). Pencere üstlerinde erken İznik çinileri görülür. Caminin mimarisi son derece sadedir. Kocaman kubbe, doğrudan yirmi dört buçuk metrelik kare mekanın üstüne oturur ve ona pandandiflerle bağlanır. Bu kadar basit bir planla yapılmış en büyük kubbe herhalde budur. Üstelik kubbe oldukça basıktır ki, bunu yapmak daha ince mühendislik gerektirir (Belge, 2008: 204). Şehirdeki en albenili ve canlı avlulardan birine sahiptir: çeşitli mermer ve granitten sütunlar, çokrenkli kemer taşları, pencerelerin kemer aynalarını süsleyen en erken İznik döneminden çok güzel çiniler (turkuaz, koyu mavi ve sarı) ve uzun selvi ağaçlarıyla çevrili bir şadırvan (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 276). İç süsleme oldukça azdır; dışarıdaki çinilerin benzerini görürüz, duvarlar sıvalı bile değildir. Mihrap duvarında Kabe'den getirilmiş bir kumaş camekanda asılıdır. Hünkar mağfili de oldukça zevklidir (Belge, 2008: 204). Sultan mahfilinin altındaki tavanın bordürleri pu parlak dönemdeki

boyalı ve yaldızlı ahşap bezeme işlerinin son derece güzel ve zengin örnekleridir: beş veya altı bordürdeki derin ve zengin renkler, çiçek ve yaprak desenlerinin çeşitliliği oryantal bir halıyı anımsatmaktadır, ama bunlar altınla dokunmuştur. Büyük merkezi mekanın kuzey ve güneyinde köşede kubbeli dört küçük odaya açılan, kubbeli, haç formunda geçitlerden oluşan ekler bulunmakta. Bunlar yolculuk yapan dervişlere hizmet eden tabhanalardır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 276). Caminin mimarı bilinmemektedir. Yalnız Tahsin Öz, Acem Ali adında bir mimar olduğunu ileri sürmüştür. Arkadaki bahçelerde türbeler vardır. Bunların en ilginç olanı Selim'in ki. Selim'in türbesi sekizgendir. Çiniler, İznik'te tam da kırmızının bulunmasından önceki evrenin güzel örneklerindedir. Ortada Selim'in kocaman sandukası, sandukanın üstünde de bir o kadar kocaman kavuğu durur. Bunun yanındaki türbe Şehzadeler Türbesi olarak bilinir. İçinde Kanuni'nin iki oğluya iki kızı gömülüdür. Bunun da güzel çinileri vardır (Belge, 2008: 204). Sekizgen binadan biraz daha geriye doğru yerleştirilmiş kubbenin dairesel kasnağı üzerinde taş duvar üzerine kazınmış uzun bir kitabe bulunuyor. Buradaki revakta da fayans panolar mevcuttur, stilize çiçek desenli altıgen çiniler taş üzerine ayrı ayrı yerleştirilmiştir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 277). Denize daha yakın olan türbe ise Abdülmecit'e aittir. Camiyi güneybatı kapısından terk ederken, külliyyeden kalan son bina olan sıbyan mektebinin yanından geçilir. Eskiden çocuk kitaplığı olan bu yapı şimdi Kuran kursu haline getirilmiştir. Cami bahçesinin altında herhalde Bizans'tan kalma büyük sarnıçlar vardır (Belge, 2008: 204).

İsmail Ağa Camii, 1724 yılında Şeyh-ül İslam İsmail Efendi tarafından yaptırılmıştır. Ön tarafı Kabe'yi göremeyenler için bire bir Kabe ölçülerinde yapılmıştır (Tonguç ve Yale, 2012: 123). Cami dükkanlar üzerinde yapılmış olduğu için avlusuna merdivenle çıkılır. Girişin üstü eski sıbyan mektebidir. Avlunun arka tarafında da küçük bir darülhadis vardır. 1952'te restore edilirken genellikle aslına sadık kalınmış, ama bazı ayrıntılar zevksizleştirilmiştir. 1988'de ise namaz yerini genişletmek amacıyla beton ek yapılmıştır. Herhalde çok ender kaloriferli camilerdendir (Belge, 2008: 204).

Sultan Selim Camii'nden Edirnekapı'ya doğru giderken Fethiye Caddesi'nden sapılırsa küçük ama sevimli Murat Molla Kütüphanesi'ne varılmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 125). Murat Molla Kütüphanesi bahçe içinde, mütevazı bir kitaplıktır. XVIII. yüzyılın son çeyreğinde Damatzade Şeyh Murat Molla tarafından yaptırılmıştır. İlk yapıldığında aynı zamanda tekkedir. Girişte kitaplık memurları için yapılan bina bulunmaktadır. Asıl kitaplık sıralı taş ve tuğladan yaptırılmış kare planlı bir yapıdır. Ortasındaki kubbeyi taşıyan dört

sütunu Bizans başlıklıdır. Merkezi kubbenin dört yanında beşik tonozlar, köşelerde birer küçük kubbe bulunur. Kitaplığın yanında bulunan tekke binası yıkılmıştır. Az ileride solda, güzel bir bahçesi de olan Aya Yorgi Potira Kilisesi (Ayios Yeoryios Potiros) vardır. Eskiden Müslüman halk bunu Hızır İlyas Kilisesi adıyla tanımaktadır (Belge, 2008: 206).

‘Tanrı’nın Sevinçli Annesi Kilisesi’ Pammakaristos ya da şimdiki adıyla Fethiye Camii, XII. yüzyıl Bizans tuğla ve taş mimarisinin en güzel örneklerinden biridir ve geniş bir bahçe içindedir. Büyük kısmı cami olarak kullanılmaktadır, bir kısmı ise şimdi müze haline getirilmiştir. Theotokos Pammakaristos, XII. yüzyılda Ioannes Komnenos ve karısı Anna Doukaina tarafından yaptırılmıştır. ‘Pareklession’ (ikinci şapel) ise XIV. yüzyılın başında Mihail Glabas tarafından kendisinin ve ailesinin mezar şapeli olmak üzere eklenmiştir ve şu anda küçük bir mozaik müzesi olarak hizmet vermektedir (Belge, 2008: 207; Tonguç ve Yale, 2012: 124). Gene bu yüzyılda, kiliseyi bir ambulatuarla çevrelemek gereği duyulmuştur (Belge, 2008: 207). Kubbesi Hz. İsa ve 12 Havarisi’nin resimleriyle süslü, mihrabında ise Hz. İsa, Meryem Ana ve Haftızci Yahya, Son Yargı’daki Deesis olarak resmedilmiştir. Duvarlarda daha ziyade Doğu kilisesinin azizlerine ait mozaikler var, bir de Hz. İsa’nın Ürdün Nehri’ndeki Vaftiz Sahnesi. İmparator Alexius Komnenos ve tarihçi kızı Anna bu şapelde gömülüdür (Tonguç ve Yale, 2012: 124). Şehirde Kariye ve Ayasofya’dan sonra mozaikleriyle ünlü üçüncü Bizans kilisesidir. Bir süre Patrikhane’nin kilisesi olarak kullanıldıktan sonra 1591’de III. Murat’ın zamanında Gürcistan’ın ve Azerbaycan’ın fethedilmesiyle ‘Fethiye’ adlı camiye çevrilince, Ortodoks Patrikhanesi de Haliç kıyılarına taşınmıştır. Bu sefer, binayı camiye çevirmek için değişiklikler yapılmıştır. Bugün de cami olan daha geniş bölümde namaz mekanını genişletmek için çok şey değiştirilmiş, bu arada iç duvarlar yıkılmış ve bütün bunlar görünümü değiştirmekten öte bozmuştur da. Bu arada üçlü apsis de üçgen bir çıkıntı haline gelmiştir. Müze olan küçük şapel iyi onarım gördüğü için çok daha ilginçtir (Belge, 2008: 207).

Kariye Müzesi (Kariye Camii / Chora Kilisesi)

Bugünkü Kariye Müzesi Chora Kilisesi olarak inşa edilmiştir, adındaki Chora ise eski Yunanca’da ‘kırsal alan’ anlamına gelmektedir. Kilise, ilk inşa edildiği yıllarda Konstantin Surları’nın yani sınırların dışındadır. Theodosios Surları sınırları genişletmiş ve Kariye’yi surların içinde bırakmış ama kilisenin adı değişmemiştir (Tonguç ev Yale, 2012: 133). Chora yurt, mesken, diyar anlamına da geldiği için, kilisenin mozaiklerinde anıldığı gibi,

Hız. İsa Yaşayanların Diyarı ve Kutsal Bakire Sınırlanamayanın Meskeni'dir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 281).

Burda ilk inşa edilen kilise büyük bir depremde yıkılmıştır. Şu an görülen binayı 1077-1081 yılları arasında İmparator I. Alexios Komnenos, kayınvalidesi Maria Doukaina için yeniden yaptırmış, ancak kilise oğlu Isaac Komnenos zamanında büyük bir mimari değişim geçirmiştir. Haçlılar'ın 1204-1261 yıllarındaki istilası sırasında harabeye dönen yapı, 1315-1321 yılları arasında kuzey koridoru, dış narteks ve bir parekklesion (yan şapel) eklenerek genişletilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 134). Bu yapısal değişikliklerin yanı sıra kilisenin şimdiki dekorasyonlarının hepsi (mermer kaplama, mozaikler ve freskler) 1315-1321 döneminin ürünüdür. Bütün bunları Baş Logethetes (XII. yüzyıldan itibaren Bizans devlet düzeninde diğer yüksek devlet görevlilerini denetleyen ve koordine eden bir tür yüksek genel sekreter) Theodoros Metohites'e borçluyuzdur. Kilise XVI. yüzyılın başlarında Atik Ali Paşa tarafından camiye dönüştürülmüştür. Mozaikler ve freskler hiçbir zaman tamamıyla kaldırılmamıştır ama yüzyıllar içerisinde alçıyla, boyayla ve kirle kaplanıp pek çoğu depremlerle bozulmuştur. Şimdi mümkün olduğunca aslına sadık kalınarak yapılan muhteşem restorasyondan sonra tüm güzellikleriyle ışıdamaktadırlar (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 282). Cami, 1947'de müze haline getirilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 135).

Mozaikler ve freskler kentteki açık ara en önemli ve kapsamlı, dünyadaki en ilginç Bizans resimleri serisidir. Onları tam olarak anlamak için, sanatçının görülmesini istediği şekilde ikonografik düzeni takip etmek gerekir; yerleri ve konularıyla altı gruba ayrılırlar (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 283):

- 1- İç ve dış nartekslerdeki altı büyük ithaf ya da bağlılık panosu
- 2- İç narteksin iki kubbesindeki İsa'nın Soyağacı
- 3- İç narteksin ilk üç açıklığındaki Kutsal Bakire'nin Hayat Hikayesi Serisi
- 4- Dış narteksin kemer aynalarında İsa'nın Çocukluğu Serisi
- 5- Dış narteksin tonozlarında ve iç narteksin dördüncü açıklığında İsa'nın Hizmeti Serisi
- 6- Nefteki üç pano

Aslında Batılı ziyaretçiler dış narteksteki mozaiklerde betimlenen hikayelere kendi kiliselerinden aşınadır. Örneğin Bebek İsa'yı ziyarete gelen Üç Müneccim (Baltazar,

Melkior ve Gaspar adındaki üç bilge ya da kahin adam), Herod'un Masumların Katledilmesi niyetini öğrendikten sonra Meryem ve Yusuf'un Mısır'a Kaçışları son derece canlı bir şekilde tasvir edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 136).

İthaf ve bağlılık panolarından ilki iç nartekse giden kapının kemer aynasında Pantokrator (Kadir-i Mutlak) İsa panosudur. Kilise ilk olarak Pantokrator İsa'ya ithaf edilmiştir. Kitabe şöyle der: "İsa Mesih, Yaşayanların Diyarı" – burada kilisenin ismine ve Mezmur 116:9'a gönderme yapılmaktadır. "Yaşayanların diyarında, Rabbin önünde yürüyeceğim". İkincisi yukarıdakinin karşısında, binaya giriş kapısının üstünde yer alan Bakire ve Melekler panosudur. Kilise, ikinci olarak Kutsal Bakire'ye ithaf edilmiştir. Kitabe şöyle der: "Tanrı'nın Annesi, Sınırlanamayanın Meskeni" – burada da kilisenin ismine gönderme yapılmaktadır ve beden almanın gizemi anılmaktadır. Üçüncü pano, iç nartekste nefe açılan kapının üstündeki kemer aynasında yer alan Theodoros Metohites'in Kilisesini İsa'ya Sunuşu panosudur. Theodoros kilisesinin bir modelini tahtta outtran İsa'ya sunmaktadır. Resmi giyisiler içindedir; başında türban benzeri skiadion adı verilen şapka vardır. İsa için dış nartekste kiyle aynı kitabe mevcuttur, Theodoros'un kiyse şöyledir: "Kurucu, Hazine Bakanı Theodoros Metohites". Dördüncü pano Aziz Petrus, beşinci pano Aziz Pavlus, altıncı pano güney açıklığın doğu duvarındaki kapının sağında yer alan Deisis panosudur (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 285).

Dış nartekste Şeytan'ın Çölde İsa'yı Günaha Davet Etmesi'nin anlatıldığı betimleme gruplarının en büyüleyici olanı üst tonozlardan birinde dört ayrı mizansen şeklinde görülebilir: Şeytan İsa'dan Tanrı'nın oğlu olduğunu ispat etmek için önce taşları ekmeğe çevirmesini, sonra da Kudüs'teki bir kuleden kendini aşağı atmasını istemiştir. Son olarak onu ikna etmek için sadece kendisine tapması durumunda sonsuz zenginliği vaad etmiş. İsa'nın gençlik dönemine ait bu bölümde Vaftizci Yahya Ürdün Nehri kenarında insanlara İsa'yı tanıtmaktadır. Yabancı turistlerin aşına oldukları arasında İsa'nın mucizelerinden sahneler de var: Ekmekler ve balıklar, Kana'daki şarap, kör ve topal bir adamı iyileştirmesi. Bununla beraber İncil'in Ortodoksluğa özgü yorumlarındaki farklılıklar da göze çarpıyor: Örneğin İsa'nın doğumunu anlatan sahnede Batı versiyonlarında yer almayan yeni doğmuş İsa'ya banyo yaptıran kadınlar görülmekte (Tonguç ve Yale, 2012: 137).

İç narteksin kubbelerinde Adem'den Yakup'a kadar iki sıra halinde ataları, Davut soyunun on altı kralı ve soyağacı dışındaki diğer atalar yer almaktadır (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 285). Meryem Ana'nın hayatını anlatan sahenelerin bir kısmı görmeye alışık olduklarımızdan oldukça farklıdır. Örneğin bir tanesi Meryem Ana'yı bir melek tarafından beslenirken göstermektedir. Bir başka mozaikte Meryem Ana'nın on iki taliplisinin asaları önünde durmaktadır. Yusuf'a ait asa yeşerince Meryem'i alan Yusuf olmaktadır. Diğer talipliler Yusuf'un arkasında durmaktadır (Tonguç ve Yale, 2012: 139).

Neftteki üç panonun ilki Bakire'nin Uykuya Dalışı'nı resmeder. Cansız Bakire cenaze tezkeresinde yatmaktadır. Arkasında İsa Meryem'in kundaklanmış bebek olarak temsil edilen canını tutmaktadır. İsa'nın başının üzerinde altı kanatlı Seraf uçmaktadır. Çevresinde elçiler, müjdeciler ve ilk psikoposlar vardır. İkinci pano İsa'yı resmeder. Kitabe dış narteksteki gibidir. İsa'nın elindeki İncil'de Matta 11:28 ayeti; "Ey bütün yorgunlar ve yükleri ağır olanlar, bana gelin ve ben size rahat veririm" okunan sayfa açıktır. Üçüncü pano Hodegitria (Rehber) Bakire'yi resmeder. Kitabe dış narteksteki gibidir. Burada Meryem Hodegitria, Rehber, Öğretmen tipindedir; özgün olarak Aziz Luka tarafından doğrudan Meryem'e bakarak yapıldığı düşünülmektedir (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 294).

Parekklesion (mezar şapeli), kiliseden bağımsız bir bina hissi vermekte ziyaretçilerine. Genel olarak pastel renkler ile siyah ve beyazın tezatından oluşan freskler muhteşemdir. Parekklesion'a girer girmez apsiste Anastasis'in (Diriliş) etkileyici bir anlatımı görülmektedir. Ortada duran İsa, eliyle Adem ile Havva'yı lahitlerinden çıkartmaktadır. Ayaklarının altından uzanan kırık Cehennem Kapısı'ndan elleri bağlı şeytan görünmektedir. Beyaz sakallı Adem'in arkasında Vaftizci Yahya ve doğruluklarıyla bilinen krallar Davut ile Solomon durmaktadır. Havva'nın arkasında da Abel ve dürüst insanlar tasvir edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 142).

Diriliş Sahneleri'nin dışında Son Yargı: Cennet ve Cehennem, Tanrı'nın Annesi ve Onu Önceden Bildiren Simgeler, Azizler ve Şehitler kısımları yer almaktadır. Mezarlar kısmı ayrı bir bölümdür (Sumner-Boyd ve Freely, 2016: 301). Son Yargı tasviri, karar vermek üzere sağında iyilik dolu ruhlar ve solunda lanetlenmiş olanlarla oturan İsa'yı betimlemektedir. Sol tarafında, altta görülen kırmızı leke cehennemi ve suçluları bekleyen ateş nehrini simgeler. İsa'nın hemen altında Adem ve Havva, O'nun ikinci kez gelişine

kadar boş kalacak olan tahtın önünde diz çökmüş olarak resmedilmiştir. İsa'nın üstünde ise cennet bir meleğin sırtında yükselen dev bir beyaz salyangoz olarak sembolize edilmiştir (Tonguç ve Yale, 2012: 142).

7.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul'a Mayıs ayında gelen Alman, Fars, Rus, Arap ve Iraklı turistler oluşturmaktadır. Söz konusu milliyetlerin belirlenmesinde 2017 yılının ilk beş ayında İstanbul'a gelen turist yoğunluğunun Alman, Fars, Rus, Arap ve Iraklı turistlerden oluşması etkili olmuştur. Toplam 1.035.751 turistin evren büyüklüğünü oluşturduğu araştırmada, güvenilirlik düzeyi %95, güven aralığı 4 iken örneklem büyüklüğü 600 olarak hesaplanmıştır (www.surveysystem.com). 600 kişi arasında Almanlar'ın payı %31 ile 186 kişi, Farmlar'ın payı %25 ile 150 kişi, Ruslar'ın payı %15 ile 91 kişi, Araplar'ın payı %15 ile 90 kişi ve Iraklılar'ın payı %14 ile 83 kişi olarak belirlenmiştir. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmış, anketlerin yabancı dile çevrilmesinde 2 adet doktora öğrencisi, 1 adet çeviri şirketi ve araştırmacının kendisinden yararlanılmıştır. Verilerin toplanması 2018 yılının Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması esnasında araştırma şirketinden yardım alınmıştır. Veriler SPSS paket istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

7.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Turistlerin mekansal tercihleri ölçeği Griffin ve diğerleri (2009) nin çalışmasındaki turist tipleri yazınından elde edilmiştir. Griffin ve diğerlerine (2009) göre üç tür turist bulunmaktadır. Bunlar keşifçiler, göz gezdiriciler ve örnek toplayıcılarıdır. Turist tiplerinin mekansal tercihlere göre uyarlaması yapılmış ve yazından turistlerin tercihlerine göre ifadeler elde edilmiştir. Mekanın düzenlenişi boyutu yine Griffin ve diğerlerinin (2009) çalışmasından elde edilmiştir. Araştırmacılara göre bir mekanda şehri keşfetme sürecini başlatmak, biraraya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanın sağlanması, mekanın şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunma konusunda uygun alanı sağlaması, mekanın gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini yerine getirmesi mekanın kolaylaştırıcı işlevler boyutunda; mekanın gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeler sunması, mekanın şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktaları sunması,

mekanın hem bireyin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortam sunması, mekanın şehri, insanlarını ve şehrin tarihini daha iyi anlamayı sağlaması dışsal işlevler boyutunda; mekanın uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesinin sağlaması ve mekanın gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevre sağlaması içsel işlevler boyutunda yer almıştır. Anket ifadeleri söz konusu yazından türetilmiş ve madde madde ayrıştırılmıştır. Deneyim boyutunun ifadeleri literatür taraması neticesinde oluşturulmuş, Schmitt'in (1999) duyumsal, duygusal, bilişsel ve sosyal aidiyet deneyimlerine kültürel deneyimler eklenmiş ve ankete ifade olarak yansıtılmıştır. Deneyim boyutu ölçeği belirlenirken uzman görüşü baz alınarak oluşturulan ifadeler elemeye tabi tutulmuş, ölçekte eleme sonucunda elde edilen ifadeler kullanılmıştır. 50 adet anket üzerinde gerçekleştirilen pilot çalışmada ifadelerin anlaşılması ile ilgili herhangi bir soruna rastlanmamış ve anket çalışması devam ettirilmiştir.

7.3. Bulgular

613 anket üzerinden tanımlayıcı istatistikler yapılarak verilerin hatalı olup olmadığı kontrol edilmiş ve hatalar düzeltilmiştir. Ardından kayıp veri analizi yapılmış, eksik veriler tamamlanmıştır. Verilerin çoklu normal dağılıma uygun olup olmadığının testi için basıklık çarpıklık analizi yapılmıştır.

Ölçeğin tamamı için çarpıklık değeri $-.357$, basıklık değeri $.328$ 'tir. Mekansal tercih ölçeği için çarpıklık değeri $-.361$, basıklık değeri $.084$ 'tür. Mekansal düzenleniş ölçeği için çarpıklık değeri -1.035 , basıklık değeri 2.027 'dir. Mekansal deneyim ölçeği için çarpıklık değeri $-.431$, basıklık değeri 0.25 'tir. Çarpıklığın 2'den ve basıklığın 7'den düşük olması, verilerin normallik kriterlerini karşıladığının ve faktör analizine uygun olduğunun bir göstergesidir (Hong, Malik ve Lee, 2003).

Değişkenlerin çoklu normal dağılıma uygunluğu Bartlett Küresellik Testi'nin anlamlı olmasına da bağlıdır. Aşağıda gerçekleştirilen faktör analizleri sonucunda Bartlett Küresellik Testleri'nin de anlamlı olduğu görülmüştür.

Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak çok sayıdaki değişkeni daha az sayıda değişkene indirebilen çok değişkenli bir analiz tekniğidir. Faktör analizi çok sayıda

değişken kullanılarak yapılan ölçümlerle altta yatan gizil değişken yapısının ve boyutlarının belirlenmesi için kullanılır (İslamoğlu ve Alınçık, 2014:395). Kaiser-Meyer-Olkin testi faktör analizinin uygunluğunu test etmekte kullanılmaktadır. KMO testi değeri 0.5 ile karşılaştırılır. 0.5'ten küçükse ele alınan değişkenler için faktör analizinin uygun olmadığına karar verilir. Bartlett testi ise korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığının %95 güven ile hipotez testi sonucunu verir. $p < 0.05$ ise korelasyon matrisi birim matris değildir ve faktör analizi yapılabilir (Özdemir, 2008:285).

Faktör analizinden önce ölçeğin tamamının güvenilirliğine bakılmıştır. Ölçek için cronbach's alpha sayısı .942 olarak bulunmuştur. Ardından mekansal tercihler boyutundaki 8 ifade faktör analizine tabi tutulmuştur.

Çizelge 7.1. Mekansal tercihler ölçeği ortak varyans analizi sonuçları

	Faktör Yükleri
İF1: İçerisinde kendi yolunu bulabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,175
İF2: Plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,727
İF3: Risk almayacağım bir biçimde kaybolacağım bir turistik mekanı tercih ederim.	,760
İF4: Alan ile derinlikli ilişkiler geliştirmeyeceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,147
İF5: Somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanacağım bir turistik mekanı tercih ederim.	,597
İF6: Daha önceden belirlenmiş rotaları takip edeceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,674
İF7: Kapsamlı bir şekilde mekanı deneyimlemektense sadece özel çekicilikleri ziyaret edebileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,526
İF8: Mola yerlerinde duraklayabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	,452

1 ve 4. maddelerin faktör yükleri .45'in altında kaldığı için ilgili maddeler analizden çıkarılmıştır (Wentzell, 2008: 37).

Çizelge 7.2. Mekansal tercihler ölçeği KMO ve Bartlett testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0.752
Ki kare serbestlik derecesi (sd)	932,436
Bartlett Küresellik Testi	28
p	.000

KMO testinin 0.5'ten yüksek olması ve Bartlett testinin anlamlılık düzeyinin $p=.000$ olması, verilere faktör analizi uygulanabileceğinin ve ifadelerin çoklu normal dağılıma uygunluğunun bir göstergesidir.

Çizelge 7.3. Mekansal tercihler ölçeği faktör analizi sonuçları

Örnek toplayıcı turist tercihleri boyutu	Faktör 1	Faktör 2	Açıklanan toplam varyans
İF6: Daha önceden belirlenmiş rotaları takip edeceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	.821		%51
İF5: Somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanacağım bir turistik mekanı tercih ederim.	.770		
İF7: Kapsamlı bir şekilde mekanı deneyimlemektense sadece özel çekicilikleri ziyaret edebileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	.626		
İF8: Mola yerlerinde duraklayabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.	.616		
Keşfedici turist tercihleri boyutu			
İF3: Risk almayacağım bir biçimde kaybolacağım bir turistik mekanı tercih ederim.		.870	
İF2: Plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.		.823	

Mekansal tercih ölçeği iki boyutlu bir ölçek olarak ortaya çıkmıştır. 2. ve 3. ifadeler keşfedici turist tercihi ifadelerini, 5, 6, 7 ve 8. ifadeler örnek toplayıcı turist tercihi ifadelerini oluşturmaktadır. 5., 6., 7. ve 8. ifadelerin örnek toplayıcı turist tercihi ifadeleri altında toplanmasının sebebi, en çok faktör yüküne sahip olan ifadenin ölçeğin orijinalinde örnek toplayıcı turist tercihleri boyutu altında olmasından kaynaklanmıştır. Mekansal tercihler ölçeğinin cronbach's alpha katsayısı .733 olarak bulunmuştur. Örnek toplayıcı turist tercihleri boyutu için cronbach's alpha katsayısı .741 iken, keşfedici turist tercihleri boyutu için cronbach's alpha katsayısı .683'tür.

Çizelge 7.4. Mekansal düzenleniş ölçeği ortak varyans analizi sonuçları

	Faktör Yükleri
İF9: Bu mekan şehri keşfetme sürecini başlatmak, biraraya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlamakta.	.562
İF10: Bu mekan şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunma konusunda uygun alanı sağlamakta.	.579
İF11: Bu mekan gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini yerine getirmekte.	.550
İF12: Bu mekan gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeler sunmakta.	.562
İF13: Bu mekan şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktaları sunmakta.	.500

Çizelge 7.4. (devam) Mekansal düzenleniş ölçeği ortak varyans analizi sonuçları

	Faktör Yükleri
İF14: Bu mekan hem benim, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortam sunmakta.	.594
İF15: Bu mekan şehri, insanlarını ve şehrin tarihini daha iyi anlamayı sağlamakta.	.627
İF16: Bu mekan uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini sağlamakta.	.619
İF17: Bu mekan gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevre sağlamakta.	.620

Ortak varyansların .45'in üzerinde olması analizden herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek duyulmayacağı anlamına gelmektedir.

Çizelge 7.5. Mekansal düzenleniş ölçeği KMO ve Bartlett test sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0.914
Ki kare serbestlik derecesi (sd)	2780.136
Bartlett Küresellik Testi	36
p	.000

KMO testinin 0.5'ten yüksek olması ve Bartlett testinin anlamlılık düzeyinin $p=.000$ olması, verilere faktör analizi uygulanabileceğinin ve ifadelerin çoklu normal dağılıma uygunluğunun bir göstergesidir.

Çizelge 7.6. Mekansal düzenleniş ölçeği faktör analizi sonuçları

Dışsal İşlevler Boyutu	Faktör 1	Açıklanan toplam Varyans
Bu mekan şehri, insanlarını ve şehrin tarihini daha iyi anlamayı sağlamakta.	.792	%58
Bu mekan uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini sağlamakta.	.787	
Bu mekan gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevre sağlamakta.	.787	
Bu mekan hem benim, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortam sunmakta	.770	
Bu mekan şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunma konusunda uygun alanı sağlamakta.	.761	
Bu mekan şehri keşfetme sürecini başlatmak, biraraya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlamakta.	.750	
Bu mekan gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeler sunmakta	.749	
Bu mekan gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini yerine getirmekte	.741	
Bu mekan şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktaları sunmakta	.707	

Mekânsal düzenleniş ölçeği tek boyutlu bir ölçek oluşturmuştur. Ölçeğin tamamının ‘dışsal işlevler boyutu’ altında toparlanmasının sebebi, faktör yükü en fazla olan ifadenin söz konusu boyut altında yer almasından kaynaklanmıştır. Mekansal düzenleniş ölçeği için cronbach’s alpha katsayısı .905 olarak bulunmuştur.

Çizelge 7.7. Mekansal deneyim ölçeği ortak varyans analizi sonuçları

	Faktör Yüklere
İF18: Bu mekan içinde kaslarımın kasıldığını hissettim. 1	.599
İF19: Bu mekan içerisinde başımda bir ağırlık hissettim.2	.749
İF20: Bu mekan içerisinde bedenimde bir uyuşma hissettim.4	.778
İF21: Bu mekan içerisinde vücudumun bazı bölgelerinde yanma hissettim.5	.747
İF22: Bu mekan içerisinde midemin bulandığını hissettim.6	.773
İF23: Bu mekan içerisinde kalbimin daha hızlı çarptığını hissettim.7	.498
İF24: Bu mekan içerisinde içimin açıldığını hissettim.8	.822
İF25: Bu mekan içerisinde yüzümde bir tebessüm hissettim.9	.835
İF26: Bu mekan içerisinde hafiflediğimi hissettim.10	.807
İF27: Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler arasında bağlantı kurdum.12	.773
İF28: Bu mekanda kendim, diğer özneler ve objeleri analiz ettim.13	.819
İF29: Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında sonuçlara vardım.14	.885
İF30: Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında varsayımlarda bulundum.15	.868
İF31: Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında ilişkiler tespit ettim.16	.855
İF32: Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde birtakım alışkanlıklarımın harekete geçtiğini duydum.19	.741
İF33: Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde ırkıma, sınıfıma ve cinsiyetime yönelik yönlendirmelerin etkisi oldu.20	.793
İF34: Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde yaşadığım ve hayatımı sürdürdüğüm yerden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.21	.859
İF35: Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde aldığım eğitimden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.22	.811
İF36: Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde şimdiye kadar edinmiş olduğum değerlerin etkisi oldu.23	.804
İF37: Bu mekan benim için çekici.25	.771
İF38: Bu mekan benim için etkileyici.27	.814
İF39: Bu mekan benim için eğlenceli.28	.757
İF40: Bu mekan benim için rahatlatıcı.29	.772
İF41: Bu mekan benim için heyecan dolu.31	.692
İF42: Bulduğum mekanda sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyi yeterli.33	.868
İF43: Bulduğum mekanda görevlilerin iletişime geçme düzeyi yeterli.34	.871
İF44: Bulduğum mekanda görevlilerin yardımda bulunma düzeyi yeterli.35	.884
İF45: Bulduğum mekanda diğer turistler arkadaş canlısı.36	.666
İF46: Bulduğum mekanda diğer turistler saygılı bir davranış biçimine sahip.37	.643

Ortak varyansların .45'in üzerinde olması analizden herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek duyulmayacağı anlamına gelmektedir.

Çizelge 7.8. Mekansal deneyim ölçeği KMO ve Bartlett test sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0.928
Ki kare serbestlik derecesi (sd)	14804.953
Bartlett Küresellik Testi	378
p	.000

$p=.000$ anlamlılık düzeyinde KMO verisinin 0.928 olması, ölçeğin faktör analizi için uygunluğunun ve verilerin çoklu normal dağılıma uygunluk gösterdiğinin bir işaretidir.

Çizelge 7.9. Mekansal deneyimler ölçeği faktör analizi sonuçları

Duyusal Deneyimler Boyutu	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Açıklanan Toplam Varyans
Bu mekan benim için etkileyici	.765			%64
Bu mekan benim için çekici.	.754			
Bu mekan benim için eğlenceli.	.734			
Bu mekan benim için rahatlatıcı.	.723			
Bulduğum mekandaki diğer turistler saygılı bir davranış biçimine sahip.	.614			
Bu mekan benim için heyecan dolu.	.607			
Bulduğum mekanda diğer turistler arkadaş canlısı.	.587			
Zihinsel Deneyimler Boyutu				
Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında sonuçlara vardım.		.836		
Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında varsayımlarda bulundum.		.835		
Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında ilişkiler tespit ettim.		.807		
Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeleri analiz ettim		.774		
Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler arasında bağlantı kurdum.		.734		
Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde birtakım alışkanlıklarımın harekete geçtiğini duyumsadım.		.616		
Duyumsal Deneyimler Boyutu				
Bu mekan içerisinde bedenimde bir uyuşma hissettim.			.879	
Bu mekan içerisinde midemin bulandığını hissettim.			.869	

Çizelge 7.9. (devam) Mekansal deneyimler ölçeği faktör analizi sonuçları

Duygusal Deneyimler Boyutu	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Açıklanan Toplam Varyans
Bu mekan içerisinde başımda bir ağırlık hissettim.			.858	
Bu mekan içerisinde vücudumun bazı bölgelerinde yanma hissettim.			.858	
Bu mekan içerisinde kaslarımın kasıldığını hissettim.			.738	
Kültürel Deneyimler Boyutu	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Açıklanan Toplam varyans
Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde yaşadığım ve hayatımı sürdürdüğüm yerden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.	.860			% 15
Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde ırkıma, sınıfıma ve cinsiyetime yönelik yönlendirmelerin etkisi oldu.	.799			
Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde aldığım eğitimden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.	.783			
Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde şimdiye kadar edinmiş olduğum değerlerin etkisi oldu.	.780			
Sosyal Deneyimler Boyutu				
Bulduğum mekanda görevlilerin yardımında bulunma düzeyi yeterli.		.774		
Bulduğum mekanda görevlilerin iletişime geçme düzeyleri yeterli.		.768		
Bulduğum mekanda sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyi yeterli.		.720		
Fiziksel Deneyimler Boyutu				
Bu mekan içerisinde yüzümde bir tebessüm hissettim.			.820	
Bu mekan içerisinde hafıflediğimi hissettim.			.788	
Bu mekan içerisinde içimin açıldığını hissettim.			.771	

Duygusal deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .920, zihinsel deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .938, duygusal deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .890, kültürel deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .897, sosyal deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .948, fiziksel deneyimler için cronbach's alpha katsayısı .882 olarak bulgulanmıştır. Faktör analizi yapılırken ortak varyansın .50'nin üzerinde olmasına, binişik maddeler arasındaki farkın .100 olmasına ve faktör yüklerinin .45 üstü olmasına dikkat edilmiştir (Chiu ve Henry, 1990: 125).

Çizelge 7.10. Katılımcıların tanımlayıcı bilgileri

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	248	40.5
Erkek	365	59.5
Toplam	613	100
Meslek		
Yönetici	64	10.4
İlmi meslek sahibi	70	11.4
Kendi hesabına çalışan	82	13.4
Vasıflı çalışan	128	20.9
Vasıfsız çalışan	15	2.5
Emekli	87	14.2
Öğrenci	108	17.6
Çalışmıyor	59	9.6
Toplam	613	100
Gelir		
500-1500 dolar	289	47.1
1501-3000 dolar	179	29.2
3001-6000 dolar	91	14.8
6001-10000 dolar	22	3.6
10001-10001+ dolar	32	5.2
Toplam	613	100
Milliyet		
Almanya	141	23
İran	120	19.6
Suudi Arabistan	80	13.1
Irak	56	9.1
Rusya	102	16.6
Ukrayna	34	5.5
Diğer	114	18.6
Toplam	613	100
Bulunulan mekan		
Topkapı Sarayı ve çevresi	135	22
Ayasofya ve çevresi	52	8.5
Sultanahmet ve çevresi	63	10.3
Yerebatan Sarnıcı ve çevresi	30	4.9
Cağaloğlu Hamamı ve çevresi	25	4.1
Divanyolu	40	6.5
Çemberlitaş ve çevresi	40	6.5
Kapalıçarşı ve çevresi	53	8.6
Beyazıt Meydanı ve çevresi	27	4.4
Laleli ve Aksaray	26	4.2
Süleymaniye Camisi ve çevresi	27	4.4
Zeyrek ve Vefa	17	2.8
Fatih	24	3.9
Çarşamba	26	4.2
Kariye Müzesi ve çevresi	28	4.6
Toplam	613	100

Araştırma katılımcılarının 248'ini kadınlar (%40.5), 365'ini erkekler (%59.5) oluşturmuştur. 64 katılımcı yönetici (%10.4), 70 katılımcı ilmi meslek sahibi (%11.4), 82

katılımcı kendi hesabına çalışan (%13.4), 128 katılımcı vasıflı çalışan (%20.9), 15 katılımcı vasıfsız çalışan (%2.5), 87 katılımcı emekli (%14.2), 108 katılımcı öğrencidir (%17.6) ve katılımcıların 59'u (%9.6) herhangi bir işte çalışmamaktadır.

Ankete katılanların 289'u (%47.1) 500-1500 dolar arasında bir gelire, 179'u (%29.2) 1501-3000 dolar arasında bir gelire, 91'i (%14.8) 3001-6000 dolar arası bir gelire, 22'si (%3.6) 6001-10.000 dolar arası bir gelire, 32'si (%5.2) 10.001- 10.001 dolar ve üstü gelire sahiptir. Katılımcıların 141'i Almanya (%23), 120'si İran (%19.6), 80'i Suudi Arabistan (%13.1), 56'sı Irak (%9.1), 102'si Rusya (16.6) milliyetlerine mensuptur. Ankete katılanların 114'ü (%18.6) diğer milletlerin mensubu olduklarını belirtmiştir.

Anketi cevaplayanların 135'i (%22) Topkapı Sarayı ve çevresi, 52'si (%8.5) Ayasofya ve çevresi, 63'ü (%10.3) Sultanahmet ve çevresi, 30'u (%4.9) Yerebatan Sarnıcı ve çevresi, 25'i (%4.1) Cağaloğlu Hamamı ve çevresi, 40'ı (%6.5) Divanyolu, 40'ı (%6.5) Çemberlitaş ve çevresi, 53'ü (%8.6) Kapalıçarşı ve çevresi, 27'si (%4.4) Beyazıt Meydanı ve çevresi, 26'sı (%4.2) Laleli ve Aksaray, 27'si (%4.4) Süleymaniye Camisi ve çevresi, 17'si (%2.8) Zeyrek ve Vefa, 24'ü (%3.9) Fatih, 26'sı (%4.2) Çarşamba ve 28'si (%4.6) Kariye Müzesi ve çevresinde bulunmaktadır.

T testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler (Kalaycı, 2010: 74).

Yapılan bağımsız t testi sonucunda katılımcıların cinsiyetlerine göre mekansal tercihlerinde değişkenlik görüldüğü sonucuna varılmıştır. Cinsiyet için sig. değeri .000 olarak bulgulanmıştır. Söz konusu değerin 0.05 anlamlılık değerinin altında olması, katılımcıların cinsiyete göre mekansal tercihlerinde değişkenlik olduğunu ifade etmektedir. Böylece Hipotez 3 kabul edilmiştir.

Gerçekleştirilen bağımsız t testi sonucunda katılımcıların cinsiyete göre mekansal deneyimlerinde bir farklılık olmadığı bulgulanmıştır. Sig. değerinin .179 çıkması, 0.05 anlamlılık düzeyinin üzerinde bir değere işaret etmekte ve katılımcıların cinsiyete göre mekansal deneyimlerinde bir farklılık olmadığını ifade etmektedir. Hipotez 8 reddedilmiştir.

Katılımcıların mekansal tercihleri mesleklerine göre değişkenlik göstermemekte; gelir, milliyet ve buldukları mekana göre değişkenlik göstermektedir. Mesleğe göre mekansal tercihler boyutunda sig. değeri 0.05 anlamlılık değerinin üzerindedir, dolayısıyla anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Böylece hipotez 4 reddedilmiştir. Bu doğrultuda gelir, milliyet ve bulunulan mekana göre mekansal tercihler boyutlarında sig. değeri 0.05 anlamlılık düzeyinin altında saptanmış, dolayısıyla gelire göre mekansal tercihler, milliyete göre mekansal tercihler ve bulunulan mekana göre mekansal tercihler arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Hipotez 5, hipotez 6, hipotez 7 kabul edilmiştir. Farklılıkların daha ayrıntılı bir analizi için ilgili değişkenlere post-hoc analizleri uygulanmıştır.

Gelire göre 500-1500 dolar aylık gelire sahip olanlar ile 1501-3000 dolar aylık gelire sahip olanlar (ort. farklılık = -.74126, sig.= .000) ve 6001-10000 dolar aylık gelire sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. 500-1500 dolar gelire sahip olanların mekansal tercih ortalaması 4.4102, 1501-3000 dolar gelire sahip olanların mekansal tercih ortalaması 5.0953 ve 6001-10000 dolar gelire sahip olanların mekansal tercih ortalaması 5.0758'tir. 500-1500 dolar gelire sahip olanlar daha az keşifçi ve daha az örnek toplayıcı tercihlerde bulunmuşlardır. Başka bir deyişle geliri 500-1500 dolar arasında olanlar tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek, kaybolunabilecek, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilebileceği, sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği, mola yerlerinde duraklanabilecek bir turistik mekanı daha az tercih etmişlerdir. Gelir düzeyi 1501-3000 dolar olanlar ile gelir düzeyi 500-1500 dolar olanlar (ort. farklılık = .74126, sig. = .000) ve 3001-6000 dolar olanlar (ort. farklılık = .51406, sig. = .016) arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. 1501-3000 dolar kazananların mekansal tercih ortalaması 5.0953, 500-1500 dolar kazananların mekansal tercih ortalaması 4.4102 ve 3001-6000 dolar kazananların mekansal tercih ortalaması 4.6374'tür. Bu noktadan hareketle 1501-3000 dolar kazananların daha fazla mekanı keşfedici ve örnek toplayıcı tercihlerde bulunduğunu söylemek mümkündür.

İranlılar'ın Almanlarla (ort. farklılık = -.37434, sig. = .036), Araplarla (ort. farklılık = .99964, sig. = .000, Ruslarla (ort. farklılık = -.53187, sig. = .001),) ve diğer milletlerle (ort. farklılık = .77441, sig. = .000) arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. İranlılar'ın mekansal tercih ortalaması 4.2798'dir. Almanlar'ın mekansal tercih ortalaması 4.6542'dir. Araplar'ın mekansal tercih ortalaması 5.1397'dir. Ruslar'ın mekansal tercih ortalaması

4.8117 ve diğer milletlerin 4.9592'dir. Bu sonuçlar baz alındığında İranlılar'ın tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek, kaybolunabilecek, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilebileceği, sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği, mola yerlerinde duraklanabilecek bir turistik mekanı daha az tercih ettikleri sonucuna varılabilecektir. Araplar'ın Almanlar (ort. farklılık = .62530; sig. = .000), İranlılar (ort. farklılık = .99964, sig. = .000), Iraklılar (ort. farklılık = 1.34496, sig. = .000) ve Ruslar (ort. farklılık = .46777, sig. = .029) ile arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Araplar'ın mekansal tercih ortalaması 5.1397'dir. Almanlar'ın mekansal tercih ortalaması 4.6542'dir. İranlılar'ın mekansal tercih ortalaması 4.2798'dir. Iraklılar'ın mekansal tercih ortalaması 3.9345'tir. Son olarak Ruslar'ın mekansal tercih ortalaması 4.8117'dir. Dolayısıyla Araplar'ın tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek, kaybolunabilecek, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilebileceği, sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği, mola yerlerinde duraklanabilecek bir turistik mekanı daha fazla tercih ettikleri sonucuna varılabilir. Iraklılar'ın Almanlarla (ort. farklılık = -.71967, sig. = .000), Araplarla (ort. farklılık = -1.34496, sig. = .000), Ruslarla (ort. farklılık = -.87720, sig. = .000) ve diğer milletlerle (ort. farklılık = -1.11973, sig. = .000) arasında anlamlı farklılıklar olduğu bulgulanmıştır. Iraklılar'ın mekansal tercih ortalaması 3.9345'tir. Almanlar'ın mekansal tercih ortalaması 4.6542'dir. Araplar'ın mekansal tercih ortalaması 5.1397'dir. Ruslar'ın mekansal tercih ortalaması 4.8117'dir. Diğer milletlerin mekansal tercih ortalaması 4.9592'dir. Bu noktadan hareketle Iraklılar'ın Almanlar, Araplar, Ruslar ve diğer milletlere nazaran daha az keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihlerinde buldukları söylenebilir.

Bulunulan mekana göre mekansal tercihler incelendiğinde Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanlarla Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanlar (ort. farklılık = .95295, sig. = .001) ve Divanyolu ve çevresinde bulunanların (ort. farklılık = .65795, sig. = .017) mekansal tercihlerinde anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 4.9330, Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 3.9800 ve Divanyolu'nda bulunanların mekansal tercih ortalaması 4.2750'dir. Dolayısıyla Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanların Cağaloğlu Hamamı ve çevresi ile Divanyolu'nda bulunanlara nazaran keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihleri motifine daha bağlı kaldıkları söylenebilir. Ayasofya ve çevresinde bulunanlar ile Çemberlitaş ve çevresinde bulunanların (ort. farklılık = -.73878, sig. = .028) mekansal tercihlerinde anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Ayasofya ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 4.6279 iken Çemberlitaş

ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 5.3667'dir. Bu durumda Çemberlitaş ve çevresinde bulunanların Ayasofya ve çevresinde bulunanlara nazaran tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek, kaybolunabilecek, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilebileceği, sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği, mola yerlerinde duraklanabilecek bir turistik mekanı daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılabilir. Sultanahmet ve çevresinde bulunanların Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanlarla (ort. farklılık = .84878, sig. = .021) arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Sultanahmet ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 4.8288 ve Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 3.9800'dır. Dolayısıyla Sultanahmet ve çevresinde bulunanların Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanlara nazaran daha fazla keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihlerinde buldukları söylenebilir. Yerebatan Sarnıcı ve çevresinde bulunanlar ile Çemberlitaş ve çevresinde bulunanlar (ort. farklılık = -1.07222, sig. = .001) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yerebatan Sarnıcı ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 4.2944 ve Çemberlitaş ve çevresinde bulunanların mekansal tercih ortalaması 5.3667'dir. Bu noktadan hareketle Yerebatan Sarnıcı ve çevresinde bulunanların Çemberlitaş ve çevresinde bulunanlara nazaran daha az keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihlerinde buldukları söylenebilir. Cağaloğlu Hamamı ve çevresi ile Topkapı Sarayı ve çevresi (ort. farklılık = -.95295, sig. = .001), Sultanahmet ve çevresi (ort. farklılık = -.84878, sig. = .021), Çemberlitaş ve çevresi (ort. farklılık = -1.38667, sig. = .000), Kapalıçarşı ve çevresi (ort. farklılık = -.91308, sig. = .011) ve Kariye Müzesi ve çevresi (ort. farklılık = -1.06762, sig. = .007) ile arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Cağaloğlu Hamamı ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 3.9800, Topkapı Sarayı ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 4.9330, Sultanahmet ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 4.8288, Çemberlitaş ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 5.3667, Kapalıçarşı ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 4.8931, Kariye Müzesi ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 5.0476'dır. Dolayısıyla Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunan turistlerin Topkapı Sarayı ve çevresi, Sultanahmet ve çevresi, Çemberlitaş ve çevresi, Kapalıçarşı ve çevresi ile Kariye Müzesi ve çevresinde bulunan turistlere nazaran keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihlerinden daha az miktarda buldukları sonucu çıkarılabilir. Divanyolu'nda bulunan turistlerin Topkapı Sarayı ve çevresi (ort. farklılık = .65795, sig. = .017) ile Çemberlitaş ve çevresinde bulunan (ort. farklılık = -1.09167, sig. = .000) turistlerin mekansal tercihlerinde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Divanyolu'nda bulunan turistler için mekansal tercih ortalaması 4.2750'dir. Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunan turistler için mekansal tercih

ortalaması 4.9330'dur. Çemberlitaş ve çevresinde bulunan turistler için mekansal tercih ortalaması 5.3667'dir. Bu noktadan hareketle Divanyolu'nda bulunan turistlerin Topkapı Sarayı ve çevresi ile Çemberlitaş ve çevresinde bulunan turistlere nazaran daha az miktarda keşfedici ve örnek toplayıcı mekansal tercihlerde buldukları söylenebilir. Çemberlitaş ve çevresinde bulunan turistler ile Ayasofya ve çevresi (ort. farklılık = .73878, sig. = .028), Yerebatan Sarnıcı ve çevresi (ort. farklılık = 1.07222, sig. = .001), Cağaloğlu Hamamı ve çevresi (ort. farklılık = 1.38667, sig. = .000), Divanyolu (ort. farklılık = 1.09167, sig. = .000), Beyazıt Meydanı ve çevresi (ort. farklılık = .97160, sig. = .007), Laleli ve Aksaray (ort. farklılık = .91052, sig. = .020), Süleymaniye Camii ve çevresi (ort. farklılık = 1.07117, sig. = .001), Zeyrek ve Vefa (ort. farklılık = 1.02911, sig. = .024), Fatih'te (ort. farklılık = 1.12361, sig. = .001) bulunan turistler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Çemberlitaş ve çevresi için mekansal tercih ortalaması 5.3667, Ayasofya ve çevresi için 4.6279, Yerebatan Sarnıcı ve çevresi için 4.2944, Cağaloğlu Hamamı ve çevresi için 3.9800, Divanyolu için 4.2750, Beyazıt Meydanı ve çevresi için 4.3951, Laleli ve Aksaray için 4.4561, Süleymaniye Camii ve çevresi için 4.2955, Zeyrek ve Vefa için 4.3376, Fatih için 4.2431'dir. Dolayısıyla Çemberlitaş ve çevresinde bulunan turistlerin keşfedici ve örnek toplayıcı turist tercihlerinde daha fazla buldukları sonucuna varılabilir.

Katılımcıların mekansal deneyimleri mesleklerine, gelirlerine, milliyetlerine ve buldukları mekana göre değişkenlik göstermektedir. Mekansal deneyimlerin mesleğe göre değişkenlik göstermesindeki sig. değeri .007'dir. Mekansal deneyimlerin gelire göre değişkenlik göstermesindeki sig. değeri .000'dır. Mekansal deneyimlerin milliyete göre değişkenlik göstermesindeki sig. değeri .000'dır. Mekansal deneyimlerin bulunulan mekana göre değişkenlik göstermesindeki sig. değeri .000'dır. Sig. değerleri 0.05 anlamlılık değerinin altında yer alan bu değerlere göre mekansal deneyimlerin katılımcıların mesleklerine, gelirlerine, milliyetlerine ve buldukları mekana göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Böylece hipotez 9, hipotez 10, hipotez 11 ve hipotez 12 kabul edilmiştir. Farklılıkların daha ayrıntılı bir analizi için post-hoc testi uygulanmıştır.

Mesleğe göre yöneticiler ile kendi hesabına çalışanlar (ort. farklılık= -.58412, sig.= 022) ve öğrenciler (ort. farklılık= -.61630, sig.= 006) arasında mekansal deneyim anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yöneticiler için mekansal deneyim ortalaması 3.9591, kendi

hesabına çalışanlar için mekansal deneyim ortalaması 4.5432 ve öğrenciler için 4.5754 olmuştur. Bu durumda yöneticilerin yaşadıkları deneyimlerde daha az oranda duyumsal ve bedensel deneyime yer olduğu; kendileri, diğer objeler ve nesnelere hakkında bağlantı kurma, analiz etme, sonuçlara varma gibi işlemleri daha az oranda yerine getirdikleri; alışkanlıklarının, değerlerinin, eğitimlerinin, ırk, sınıf ve cinsiyetlerinin deneyimlerini daha az oranda etkilediği, mekanı daha az çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı buldukları; görevlilerin gösterdiği ilgiyi daha yetersiz gördükleri sonucuna varılmaktadır.

Gelire göre 1501-3000 dolar aylık geliri olanlar ile 3001-6000 dolar aylık geliri olanlar (ort. farklılık= 55124, sig.= 0.12) arasında mekansal deneyim anlamlı bir farklılık göstermektedir. Ayrıca geliri 3001-6000 dolar olanlar ile 6001-10000 (-.77394, sig.= .021) ve 10001-10001 üstü olanlar (-.80953, sig. = .002) arasında da anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Geliri 1501-3000 dolar olanlar için mekansal deneyim ortalaması 4.5041 ve geliri 3001-6000 dolar olanlar için mekansal deneyim ortalaması 4.0363'tür. Bu durumda gelir yükseldikçe katılımcıların mekansal deneyimlerinde bir düşüş olduğu söylenebilir. Geliri 6001-10000 dolar olanlar için mekansal deneyim ortalaması 4.8103 ve geliri 10001-10001 dolar ve üstü olanlar için mekansal deneyim ortalaması 4.8458 olmuştur. Dolayısıyla en düşük mekansal deneyim yaşayan grubun gelir düzeyi 3001-6000 dolar olan kesim olduğu söylenebilir.

Milliyete göre Almanlar'ın, Araplar (ort. farklılık = -.70837, sig = .000), Iraklılar (ort. farklılık = -.78409, sig = .000), ve diğer milletlerden olanlar (ort. farklılık = -.55248, sig. = .002) ile arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Almanlar'ın mekansal deneyim ortalaması 4.1147, Araplar'ın 4.4562, Iraklılar'ın 4.8988 ve diğer milletlerden olanların 4.6672 olmuştur. Bu durumda Almanlar'ın yaşadıkları deneyimlerde daha az oranda duyumsal ve bedensel deneyime yer olduğu; kendileri, diğer objeler ve nesnelere hakkında bağlantı kurma, analiz etme, sonuçlara varma gibi işlemleri daha az oranda yerine getirdikleri; alışkanlıklarının, değerlerinin, eğitimlerinin, ırk, sınıf ve cinsiyetlerinin deneyimlerini daha az oranda etkilediği, mekanı daha az çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı buldukları; görevlilerin gösterdiği ilgiyi daha yetersiz gördükleri sonucu ortaya çıkmaktadır. İranlılar'ın Araplar (ort. farklılık = -.60102, sig. = .001), Iraklılar (ort. farklılık = -.67674, sig. = .001) ve diğer milletlerden olanlar (ort. farklılık = -.44513, sig. = .046) ile arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. İranlılar'ın mekansal deneyim ortalaması 4.2221'dir. İranlılar'ın yaşadıkları deneyimlerde Almanlar'a benzediği

söylenbilir. Araplar'ın Almanlar (ort. farklılık = .70837, sig. = .000), İranlılar (ort. farklılık = .60102, sig. = .001) ve Ruslar (ort. farklılık = .46525, sig. = .048) ile arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Araplar'ın mekansal deneyim ortalaması 4.4562, Almanlar'ın 4.1147, İranlılar'ın 4.2221, Ruslar'ın 4.3578'tir. Araplar'ın Almanlar, İranlılar ve Ruslar'a nazaran daha yüksek yoğunlukta mekansal deneyimler yaşadıkları söylenbilir. Iraklılar'ın Almanlar (ort. farklılık = .78409, sig. = .000), İranlılar (ort. farklılık = .67674, sig. = .001) ve Ruslar (ort. farklılık = .54096, sig. = .028) ile arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Iraklılar'ın mekansal deneyim ortalaması 4.8988, Almanlar'ın 4.1147, İranlılar'ın 4.2221 ve Ruslar'ın 4.3578'tir. Iraklılar'ın Almanlar, İranlılar ve Ruslar'a nazaran daha yüksek yoğunlukta mekansal deneyimler yaşadıkları söylenbilir. Ruslar'ın Araplar (ort. farklılık = -.46525, sig. = .048) ve Iraklılar (ort. farklılık = -.54096, sig. = .028) ile arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ruslar'ın mekansal deneyim ortalaması 4.3578, Araplar'ın 4.4562 ve Iraklılar'ın 4.8988'dir. Ruslar'ın Araplar ve Iraklılar'a nazaran daha düşük düzeyde mekansal deneyimler yaşadıkları söylenbilir.

Bulunulan mekana göre mekansal deneyimler anlamlı bir farklılık göstermektedir. Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanların Divanyolu'nda bulunanlarla (ort. farklılık = .87753, sig. = .000) arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanların mekansal deneyim ortalaması 4.3454, Divanyolu'nda bulunanların mekansal deneyim ortalaması 3.4679'dur. Dolayısıyla Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanların Divanyolu'nda bulunanlara nazaran daha yüksek yoğunlukta mekansal deneyimler yaşadığı söylenbilir. Ayasofya ve çevresinde bulunanların Divanyolu'nda bulunanlarla (ort. farklılık = 1.12115, sig. = .000) arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Ayasofya ve çevresinde bulunanların mekansal deneyim ortalaması 4.5890 ve Divanyolu'nda bulunanların mekansal deneyim ortalaması 3.4679'dur. Böylece Ayasofya ve çevresinde bulunanların mekansal deneyimlerinin daha yüksek yoğunlukta olduğu söylenbilir. Sultanahmet ve çevresinde bulunanlar ile Divanyolu'nda bulunanlar (ort. farklılık = 1.07476, sig. = .000) arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Sultanahmet ve çevresinde bulunanların mekansal deneyim ortalaması 4.5426 ve Divanyolu'nda bulunanların mekansal deneyim ortalaması 3.4679'dur. Dolayısıyla Sultanahmet ve çevresinde bulunanların Divanyolu'nda bulunanlara nazaran mekansal deneyimlerinin daha yoğun olduğu söylenbilir. Yerebatan Sarnıcı ve çevresinde bulunanlar ile Divanyolu'nda bulunanlar (ort. farklılık = 1.29629, sig. = .000) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yerebatan Sarnıcı ve çevresindekiler için mekansal deneyim

ortalaması 4.7641 ve Divanyolu'nda bulunanlar için mekansal deneyim ortalaması 3.4679'dur. Böylece Yerebatan Sarnıcı ve çevresindekilerin Divanyolu'nda bulunanlara nazaran daha yüksek yoğunlukta mekansal deneyimler yaşadığı söylenebilir. Divanyolu'nda bulunanların Topkapı Sarayı ve çevresi (ort. farklılık = -.87753, sig. = .000), Ayasofya ve çevresi (ort. farklılık = -1.12115, sig. = .000), Sultanahmet ve çevresi (ort. farklılık = -1.07476, sig. = .000), Yerebatan Sarnıcı ve çevresi (ort. farklılık = -1.29629, sig. = .000), Çemberlitaş ve çevresi (ort. farklılık = -1.45315, sig. = .000), Beyazıt Meydanı ve çevresi (ort. farklılık = -1.05595, sig. = .003), Süleymaniye Camii ve çevresi (ort. farklılık = -.98330, sig. = .009), Fatih (ort. farklılık = -.95715, sig. = .021), Çarşamba (ort. farklılık = -.91960, sig. = .026) ve Kariye Müzesi ve çevresinde (ort. farklılık = -1.11250, sig. = .001) bulunanlarla arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Divanyolu'nda bulunanlar için mekansal deneyim ortalaması 3.4679, Topkapı Sarayı ve çevresinde bulunanlar için 4.3454, Ayasofya ve çevresinde bulunanlar için 4.5890, Sultanahmet ve çevresinde bulunanlar için 4.5426, Yerebatan Sarnıcı ve çevresinde bulunanlar için 4.7641, Çemberlitaş ve çevresinde bulunanlar için 4.9210, Beyazıt Meydanı ve çevresinde bulunanlar için 4.5238, Süleymaniye Camii ve çevresinde bulunanlar için 4.4512, Fatih'te bulunanlar için 4.4250, Çarşamba'da bulunanlar için 4.3875, Kariye Müzesi ve çevresinde bulunanlar için 4.5804'tür. Dolayısıyla Divanyolu'nda bulunanların söz konusu yerlerde bulunanlara nazaran mekansal deneyimlerinin daha az yoğun olduğu söylenebilir. Çemberlitaş ve çevresinde bulunanlarla Divanyolu (ort. farklılık = 1.45315, sig. = .000) ve Kapalıçarşı'da bulunanlar (ort. farklılık = .74044, sig. = .038) ile arasında anlamlı bir farklılık bulgulanmıştır. Çemberlitaş için mekansal deneyim ortalaması 4.9210, Divanyolu için 3.4679 ve Kapalıçarşı'da bulunanlar için 4.1806'dır. Böylece Çemberlitaş ve çevresinde bulunanların mekansal deneyimlerinin daha yoğun yaşandığı söylenebilir.

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Kalaycı, 2010: 115).

Çizelge 7.11. Ölçekler arasında ilişkiyi tespit etmeye dönük korelasyon analizi sonuçları

Örnek toplayıcı turist tercihleri	Pearson Correlation	1								
	Sig. (2-tailed)									
	N	613								
Keşfedici turist tercihleri	Pearson Correlation	.352**	1							
	Sig. (2-tailed)	.000								
	N	613	613							
Dışsal işlevler	Pearson Correlation	.335**	-.076	1						
	Sig. (2-tailed)	.000	.061							
	N	613	613	613						
Duygusal deneyimler	Pearson Correlation	.279**	.088*	.488**	1					
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.000						
	N	613	613	613	613					
Zihinsel deneyimler	Pearson Correlation	.325**	-.002	.461**	.686**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.953	.000	.000					
	N	613	613	613	613	613				
Duyumsal deneyimler	Pearson Correlation	.147**	.123**	.018	.028	.135**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.663	.491	.001				
	N	613	613	613	613	613	613			
Kültürel deneyimler	Pearson Correlation	.245**	.043	.336**	.507**	.533**	.213**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.291	.000	.000	.000	.000			
	N	613	613	613	613	613	613	613		
Sosyal deneyimler	Pearson Correlation	.347**	.195**	.377**	.741**	.580**	.063	.380**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.119	.000		
	N	613	613	613	613	613	613	613	613	
Fiziksel deneyimler	Pearson Correlation	.334**	.270**	.215**	.551**	.559**	.179**	.393**	.475**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	613	613	613	613	613	613	613	613	613

** korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı, * korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

Buna göre örnek toplayıcı turist tercihleriyle keşfedici turist tercihleri arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki, örnek toplayıcı turist tercihleriyle dışsal işlevler ve duygusal deneyimler, zihinsel deneyimler, sosyal deneyimler ve fiziksel deneyimler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki, duyumsal deneyimler ve kültürel deneyimler arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Örnek toplayıcı turist tercihleri arttıkça keşfedici turist tercihleri, dışsal işlevler, duygusal deneyimler, zihinsel deneyimler, sosyal deneyimler ve fiziksel deneyimler de artmaktadır.

Keşfedici turist tercihleriyle duygusal deneyimler arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişki, duyumsal ve sosyal deneyimlerle arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki, fiziksel deneyimlerle arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. İçerisinde turistlerin kendi yollarını bulabileceği bir turistik mekanı, plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı, risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenler, mekanın kendileri için çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı ve heyecan dolu deneyimlere sahne olduğunu düşünmüştür.

Dışsal işlevlerle duygusal deneyimler, zihinsel deneyimler, kültürel deneyimler ve sosyal deneyimler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki, fiziksel deneyimlerle pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki bulunduğu saptanmıştır. Şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya

gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlayan bir mekan, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırmak ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunma konusunda uygun alanı sağlayan bir mekan, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini yerine getiren bir mekan, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeler sunan bir mekan, şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktaları sunan bir mekan, hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortam sunan bir mekan, şehri, insanlarını ve şehrin tarihini daha iyi anlamayı sağlayan bir mekan, uluslararasılaşmış bir şehir merkezine nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini sağlayan bir mekan ve gezi ve keşif için daha özgür olunabilecek bir çevre sağlayan mekanda bulduklarını düşünenler zayıf derecede mekanın kendileri için çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı ve heyecan dolu olduğu; kendileri, diğer objeler ve özneler arasında bağlantı kurma, analiz etme, sonuçlara varma konusunda çabada bulunduğu; mekan içerisinde yapılan değerlendirmelerde alışkanlıkların ve değerlerin rol oynadığı ve mekanda sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyleri ile görevlilerin gösterdiği ilginin yeterli olduğu konusunda zayıf bir ilişki sergilemiştir.

Duygusal deneyimlerin zihinsel deneyimler, kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimler ile arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki, sosyal deneyimlerle arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Turistlerin mekanın kendileri için çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı ve heyecan dolu olduğu düşüncesiyle diğer objeler ve özneler arasında bağlantı kurma, analiz etme, sonuçlara varma deneyimi; mekan içerisinde yapılan değerlendirmelerde alışkanlıkların ve değerlerin rol oynaması; mekan içerisinde için açılması, yüzünde bir tebessüm hissetmek ve hafiflediğini hissetmek gibi fiziksel deneyimlerin yaşanması arasında orta düzeyde bir ilişki saptanmıştır. Duygusal deneyimlerle mekanda sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyinin yüksek olması ile görevlilerin gösterdiği ilginin yeterli olduğu gibi sosyal deneyimler arasındaki ilişki ise yüksek düzeyde çıkmıştır. Dolayısıyla duygusal deneyim yoğunluğu yükseldikçe sosyal deneyim yoğunluğunun da yükseldiği söylenebilir.

Zihinsel deneyimlerin duygusal deneyimlerle arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki, kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimlerle arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki görülmüştür. Zihinsel deneyimler arttıkça kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimler de artış göstermektedir.

Duyumsal deneyimlerin kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimlerle arasında pozitif yönlü çok zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Zayıf olsa da duyumsal deneyimler arttıkça kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimler de artış göstermektedir.

Kültürel deneyimlerin sosyal deneyimler ile fiziksel deneyimlerle arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki saptanmıştır. Dolayısıyla kültürel deneyimlerin yoğunluğu azaldıkça sosyal deneyimler ve fiziksel deneyimlerin yoğunluğunun da azalacağı söylenebilir.

Sosyal deneyimlerin fiziksel deneyimlerle arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulgulanmıştır. Buradan hareketle sosyal deneyimlerin yoğunluğu arttıkça fiziksel deneyimlerin yoğunluğunun arttığı da söylenebilir.

Regresyon analizi bir bağımlı değişkenin değerini bir bağımsız değişken ya da birden fazla bağımsız değişken kullanarak tahmin etmeye olanak veren bir yöntemdir. Regresyon analizi, ele alınan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ve yönünü belirlemeye yönelik bir analizdir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014: 356).

Çizelge 7.12. Keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit ve Bağımsız Değişken)	Standardize Edilmiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata					
Duyusal deneyimler	(Sabit)	2.491	.276		9.015	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.471	.055	.325	8.508	.000	1.000	1.000

R: .325 ; R²: .106; Düzeltilmiş R²: .104 ; Model için F: 72.390; p= .000; D-W: 1.860

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=72.390, p<0.05) olduğu görülmektedir. Duyusal deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R: .325). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .106 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, duygusal deneyimlerdeki değişimin %10.6'sının keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duygusal deneyimleri .471 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.13. Keşfedici turist tercihlerinin zihinsel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmemiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata					
Zihinsel deneyimler	(Sabit)	3.887	.236		16.481	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.330	.047	.272	6.990	.000	1.000	1.000
R: .272 ; R ² : .074; Düzeltilmiş R ² : .073 ; Model için F: 48.862; p= .000; D-W: 1.806								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=48.862, p<0.05) olduğu görülmektedir. Zihinsel deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R: .272). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .074 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, zihinsel deneyimlerdeki değişimin %7.4'ünün keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, zihinsel deneyimleri .272 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.14. Keşfedici turist tercihlerinin duyumsal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmemiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata					
Duyumsal deneyimler	(Sabit)	1.084	.210		5.160	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.214	.042	.202	5.093	.000	1.000	1.000
R: .202 ; R ² : .041; Düzeltilmiş R ² : .039 ; Model için F: 25.937; p= .000; D-W: 1.891								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=25.937, p<0.05) olduğu görülmektedir. Duyumsal deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R: .202). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .041 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, duyumsal deneyimlerdeki değişimin %4.1'inin keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duyumsal deneyimleri .202 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.15. Keşfedici turist tercihlerinin kültürel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Kültürel deneyimler	(Sabit)	2.986	.260		11.468	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.474	.052	.346	9.113	.000	1.000	1.000
R: .346 ; R ² : .120; Düzeltilmiş R ² : .118 ; Model için F: 83.046; p= .000; D-W: 1.844								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=83.046, p<0.05) olduğu görülmektedir. Kültürel deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R: .346). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .120 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, kültürel deneyimlerdeki değişimin %12'sinin keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duyuşsal deneyimleri .346 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.16. Keşfedici turist tercihlerinin sosyal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Sosyal deneyimler	(Sabit)	2.473	.293		8.452	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.366	.058	.245	6.256	.000	1.000	1.000
R: .245 ; R ² : .060; Düzeltilmiş R ² : .059 ; Model için F: 39.141; p= .000; D-W: 1.802								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=39.141, p<0.05) olduğu görülmektedir. Sosyal deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R: .245). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .060 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, sosyal deneyimlerdeki değişimin %6'sının keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, sosyal deneyimleri .245 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.17. Keşfedici turist tercihlerinin fiziksel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Fiziksel deneyimler	(Sabit)	1.752	.301		5.812	.000		
	Keşfedici turist tercihleri	.529	.060	.334	8.774	.000	1.000	1.000
R: .334; R ² : .112; Düzeltilmiş R ² : .110; Model için F: 76.975; p= .000; D-W: 1.621								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=76.975, p<0.05) olduğu görülmektedir. Fiziksel deneyimler ile keşfedici turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R:.334). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .112 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, fiziksel deneyimlerdeki değişimin %11.2'sinin keşfedici turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Keşfedici turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, sosyal deneyimleri .334 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.18. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duygusal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Duygusal deneyimler	(Sabit)	4.797	.180		26.650	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	-.002	.039	-.002	-.060	.953	1.000	1.000
R: .002; R ² : .000; Düzeltilmiş R ² : -.002; Model için F: .004; p= .953; D-W: 1.837								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamsız (F=.004, p>0.05) olduğu görülmektedir. Duygusal deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız (p>0.05) olduğu söylenebilir.

Çizelge 7.19. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin zihinsel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Zihinsel deneyimler	(Sabit)	5.167	.150		34.378	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	-.077	.033	.094	2.340	.020	1.000	1.000
R: .094; R ² : .009; Düzeltilmiş R ² : .0072; Model için F: 5.475; p= .020; D-W: 1.779								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=5.475$, $p<0.05$) olduğu görülmektedir. Zihinsel deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R:.094$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri $.009$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, fiziksel deneyimlerdeki değişimin $\%0.9$ 'unun örnek toplayıcı turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Örnek toplayıcı turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, sosyal deneyimleri $.094$ birim artırmaktadır.

Çizelge 7.20. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duyumsal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmemiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Duyumsal deneyimler	(Sabit)	1.723	.131		13.159	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	.095	.029	.133	3.305	.001	1.000	1.000
R:.133; $R^2:.018$; Düzeltilmiş $R^2:.016$; Model için $F:10.920$; $p=.001$; D-W: 1.853								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=10.920$, $p<0.05$) olduğu görülmektedir. Duyumsal deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R:.133$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri $.018$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, duyumsal deneyimlerdeki değişimin $\%1.8$ 'inin örnek toplayıcı turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Örnek toplayıcı turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duyumsal deneyimleri $.133$ birim artırmaktadır.

Çizelge 7.21. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin kültürel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmemiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Kültürel deneyimler	(Sabit)	4.635	.169		27.507	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	.156	.037	.169	4.235	.000	1.000	1.000
R:.169; $R^2:.029$; Düzeltilmiş $R^2:.027$; Model için $F:17.935$; $p=.000$; D-W: 1.811								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=17.935$, $p<0.05$) olduğu görülmektedir. Kültürel deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R:.169$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri $.029$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, kültürel deneyimlerdeki değişimin %2.9'unun örnek toplayıcı turist tercihleri ile açıklandığını göstermektedir. Örnek toplayıcı turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duyumsal deneyimleri $.169$ birim artırmaktadır.

Çizelge 7.22. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin sosyal deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata					
Sosyal deneyimler	(Sabit)	4.077	.186		21.949	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	.043	.041	.043	1.056	.291	1.000	1.000
R:.043; R ² :.002; Düzeltilmiş R ² :.000 ; Model için F:1.116; p= .291; D-W: 1.851								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamsız ($F=1.116$, $p>0.05$) olduğu görülmektedir. Sosyal deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız ($p>0.05$) olduğu söylenebilir.

Çizelge 7.23. Örnek toplayıcı turist tercihlerinin fiziksel deneyimler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standartize Edilmiş Katsayılar		Standartize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata					
Fiziksel deneyimler	(Sabit)	3.104	.190		16.356	.000		
	Örnek toplayıcı turist tercihleri	.288	.042	.270	6.923	.000	1.000	1.000
R:.270; R ² :.073; Düzeltilmiş R ² :.071 ; Model için F:47.927; p= .000; D-W: 1.669								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=47.927$, $p<0.05$) olduğu görülmektedir. Fiziksel deneyimler ile örnek toplayıcı turist tercihleri arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R:.270$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri $.073$ olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, fiziksel deneyimlerdeki değişimin %7.3'ünün örnek toplayıcı turist tercihleri ile açıklandığını

göstermektedir. Örnek toplayıcı turist tercihlerindeki 1 birimlik artış, duygusal deneyimleri .270 birim artırmaktadır. Böylece hipotez 1 kısmen kabul edilmiştir.

Çizelge 7.24. Duygusal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Dışsal işlevler	(Sabit)	3.699	.148		24.974	.000		
	Duygusal deneyimler	.361	.026	.488	13.802	.000	1.000	1.000
R: .488 ; R ² : .238 ; Düzeltilmiş R ² : .236 ; Model için F: 190.504; p= .000; D-W: 1.766								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=190.504, p<0.05) olduğu görülmektedir. Dışsal işlevler ile duygusal deneyimler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R= .488). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .238 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dışsal işlevlerdeki değişimlerin %23.8'inin, duygusal deneyimler ile açıklandığını göstermektedir. Duygusal deneyimlerdeki 1 birimlik artış, dışsal işlevleri .361 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.25. Zihinsel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Dışsal işlevler	(Sabit)	4.351	.110		39.636	.000		
	Zihinsel deneyimler	.280	.022	.461	12.829	.000	1.000	1.000
R: .461 ; R ² : .212 ; Düzeltilmiş R ² : .211 ; Model için F: 164.572; p= .000; D-W: 1.809								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=164.572, p<0.05) olduğu görülmektedir. Dışsal işlevler ile zihinsel deneyimler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R= .461). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .212 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dışsal işlevlerdeki değişimlerin %21.2'sinin, zihinsel deneyimler ile açıklandığını göstermektedir. Zihinsel deneyimlerdeki 1 birimlik artış, dışsal işlevleri .280 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.26. Duyumsal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Dışsal işlevler	(Sabit)	5.662	.077		73.820	.000		
	Duyumsal deneyimler	.014	.033	.018	.436	.663	1.000	1.000
R: .018 ; R ² : .000; Düzeltilmiş R ² : -.001 ; Model için F: .190; p= .663; D-W: 1.830								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=.190, p>0.05) olmadığı görülmektedir. Dışsal işlevler ile duyumsal deneyimler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız (p>0.05) olduğu söylenebilir.

Çizelge 7.27. Kültürel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Dışsal işlevler	(Sabit)	4.848	.102		47.527	.000		
	Kültürel deneyimler	.198	.022	.336	8.831	.000	1.000	1.000
R: .336 ; R ² : .113; Düzeltilmiş R ² : .112 ; Model için F: 77.989; p= .000; D-W: 1.829								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=77.989, p<0.05) olduğu görülmektedir. Dışsal işlevler ile kültürel deneyimler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (R= .336). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R² değeri .113 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dışsal işlevlerdeki değişimlerin %11.3'ünün kültürel deneyimler ile açıklandığını göstermektedir. Kültürel deneyimlerdeki 1 birimlik artış, dışsal işlevleri .198 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.28. Sosyal deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit) ve Bağımsız Değişken	Beta	Std. Hata	Beta	t	an Düz	Tole ran	V.I.F.
Dışsal işlevler	(Sabit)	4.546	.119		38.140	.000		
	Sosyal deneyimler	.221	.022	.377	10.059	.000	1.000	1.000
R: .377 ; R ² : .142; Düzeltilmiş R ² : .141 ; Model için F: 101.190; p= .000; D-W: 1.790								

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı (F=101.190, p<0.05) olduğu görülmektedir. Dışsal işlevler ile sosyal deneyimler arasındaki

ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R = .377$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri .142 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dışsal işlevlerdeki değişimlerin %14.2'sinin sosyal deneyimler ile açıklandığını göstermektedir. Sosyal deneyimlerdeki 1 birimlik artış, dışsal işlevleri .221 birim artırmaktadır.

Çizelge 7.29. Fiziksel deneyimlerin dışsal işlevler üzerindeki etkisi

Bağımlı Değişken	Model (Sabit ve Bağımsız Değişken)	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	Anlam Düzeyi	Tolerans	V.I.F.
		Beta	Std. Hata	Beta				
Dışsal işlevler	(Sabit)	5.173	.102		50.679	.000		
	Fiziksel deneyimler	.120	.022	.215	5.452	.000	1.000	1.000

R: .215 ; R^2 : .046; Düzeltilmiş R^2 : .045 ; Model için F: 29.726; $p = .000$; D-W: 1.752

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F = 29.726$, $p < 0.05$) olduğu görülmektedir. Dışsal işlevler ile fiziksel deneyimler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır ($R = .215$). Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı olan R^2 değeri .046 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, dışsal işlevlerdeki değişimlerin %4.6'sının fiziksel deneyimler ile açıklandığını göstermektedir. Fiziksel deneyimlerdeki 1 birimlik artış, dışsal işlevleri .120 birim artırmaktadır. Böylece hipotez 2'nin kısmen desteklendiği sonucuna varılabilir.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada mekansal tercih ve deneyimlerin cinsiyete, gelir seviyesine, milliyete ve bulunulan mekana göre değişkenlik gösterip göstermediği, mekansal tercihlerin mekansal deneyimler üzerinde etkisi, mekansal deneyimlerin mekansal düzenleniş üzerinde etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Ayrıca mekansal tercihler, mekansal deneyimler ve mekanın düzenlenişine ilişkin ilişkiler ortaya çıkarılmıştır.

Cinsiyete göre mekansal tercihler değişkenlik gösterirken mekansal deneyimlerin cinsiyete göre farklılaşmadığı bulgulanmıştır. Picucci, Caffò & Bosco'nun (2011) gerçekleştirdiği çalışmada cinsiyet farklılığının mekansal mahremiyet ve stratejiler konusunda ortaya çıkabileceği, kadınların, mekansal enformasyonun belirsizliğine karşı toleransları daha düşük iken, mekansal ipuçlarının düzenlenmesinde erkeklerden daha fazla zorlandıkları ortaya çıkmıştır. Mekansal ipuçlarının düzenlenmesinde tercihler söz konusudur. Tesadüfi keşiflerde bulunma, risk alınmayacak bir biçimde kaybolma, daha önceden belirlenmiş rotaları takip etme, sadece özel çekicilikleri ziyaret, somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanma, mola yerlerinde duraklanabilecek bir alan seçimi gibi noktalarda turistler cinsiyetlerine göre farklılık göstermiştir. Fakat duymusal, zihinsel, duygusal, kültürel, sosyal ve fiziksel deneyimler yaşanırken cinsiyete göre farklılık saptanmamıştır. Bu durumda mekansal stratejiler konusunda kadın ve erkekler benzerlik göstermiştir. Picucci ve arkadaşlarının (2011) gerçekleştirmiş olduğu çalışmanın kısmen desteklendiği söylenebilir. Dolayısıyla kadınlar daha fazla keşifçi ve örnek toplayıcı tercih örüntüleri sergilerken, bu durum erkeklerde daha azdır. Erkek turistlere yönelik olarak daha planlı ve belirli turistik faaliyetler, daha kapsamlı ziyaretler, daha soyut çekiciliklerin görülmesi ve daha bağımsız bir gezi gibi tercihler ön plana çıkmaktadır. Bunun için turla gelen turistler için erkeklere yönelik ve bayanlara yönelik olarak tur programlarında ayırtırmaya gidilmesi, bireysel gelen turistler için ise turizm büroları, broşürler, görsel ve işitsel kanallar aracılığıyla gezi için uygun yönlendirmenin sağlanması önerilmektedir.

Gelir seviyesi aylık 500-1500 dolar olan kesim daha az mekansal tercihte bulunurken, aylık 1501-3000 dolar kazananların mekansal tercih ortalamasının en yüksek olduğu bulgulanmıştır. Aylık 3001-6000 dolar kazanan kesim en düşük mekansal deneyim yaşayan grupken, gelir seviyesi aylık 10001-10001 dolar ve üstü olanlar en yüksek mekansal deneyim yaşayan grup olmuştur. Dolayısıyla gelir seviyesi düşük ve ortalama

olanlar için mekansal deneyimlerin çoğaltılması gerektiği söylenebilir. Gelir seviyesi düşük ve orta olanlar için mekansal düzenlemelerin yapılması, bunun için anketler ve soru formlarıyla turistlerin tercih edeceği mekansal özelliklerin belirlenerek bu grubun deneyim yoğunluğunu artıracak düzenlemelerin yapılması elzemdir. Bunun için bulunan mekanların içerisindeki görevlilerin daha ilgili olması için görevlilere eğitimler verilmesi, müzelerin etrafına gelir seviyesi düşük olan kesim için yiyecek-içecek ünitelerinin yapılması, müze ve tarihi alanlarda sesli tanıtım sistemlerinin uygun fiyatla turiste sunulması, mekanların gelen turistlerin beğenilerine göre düzenlenmesi, ferah, havadar, mekanın çevresindeyken turistlerin, iç dünyalarıyla bağlantı kurabilmeleri adına tamamen yabancılamadığı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

En yüksek yoğunlukta mekansal tercihlerin yapıldığı mekan Çemberlitaş ve çevresi, en az yoğun mekansal tercihlerin yapıldığı mekan Cağaloğlu Hamamı olarak bulgulanmıştır. Çemberlitaş ve çevresinde tesadüfi keşiflerde bulunma, risk alınmayacak bir biçimde kaybolma, daha önceden belirlenmiş rotaları takip etme, sadece özel çekicilikleri ziyaret, somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanma ve mola yerlerinde duraklanabilecek bir alan seçimi gibi unsurlar daha ön plandadır. Cook ve ark. (2014) gençlerin kentsel ve kırsal alanlarda yürürlerkenki tasarım kalite tercihlerini araştırmıştır. Kent içerisinde yürümeyi tercih edenler zevk, sanat, işaretler, aktiviteler, yapılar, kültür, ışıklandırma, müzik, güvenlik, sosyal kalite gibi unsurları ön plana çıkarırken sessizlik, ıssızlık, barış içinde olma, hayvanlar, doğanın sesi, doğanın kokusu, insanların kokusu ve bitki örtüsü gibi unsurların kırsal alanda yürüme üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Mevcut çalışmada da zevk, sanat, işaretler, aktiviteler, yapılar, kültür, ışıklandırma, müzik, güvenlik ve sosyal kalite gibi unsurların tercih yoğunluğunu etkilemiş olması mümkündür. Dolayısıyla Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde keşifçi ve örnek toplayıcı turist tercihleri dışındaki tercihlerin ön planda olduğunu söylemek mümkündür. Cağaloğlu Hamamı ve çevresindekiler daha az keşif yapabilecekleri, kapsamlı bir ziyarette bulunabilecekleri, somut ve görülebilir olan çekiciliklerin dışındaki çekim merkezlerini görebilecekleri bir geziyi tercih etmektedir. Bu nedenle turistler için hamam ve çevresinin detaylı bir biçimde ele alınacağı anlatımlar ve geziler ve daha soyut ilişkilerin kurulabileceği göstergelerin varlığı turistlerin tercihlerine denk düşecektir.

En yüksek yoğunlukta mekansal deneyim yaşayan grup Iraklılar olmuşken en düşük mekansal deneyim yaşayan grubun Almanlar ve İranlılar olduğu görülmüştür. Kang ve

diğerleri (2016) gerçekleştirdikleri çalışmada Hanok adı verilen Güney Kore'ye özgü evlerde kalan ziyaretçilerin öğrenme/aydınlanma, duygusal bağlanma ve değer/hoşnutluk deneyimlerini ölçümlemişler, duygusal bağlantı en çok Avrupalılar'da yüksek çıkmışken Amerikalılar değer/hoşnutluğu en önemli deneyim boyutu olarak ortaya sermişlerdir. Çinli katılımcılar öğrenme/aydınlanma deneyiminin yapı içerisinde en güçlü deneyim biçimi olduğunu belirtmişlerdir. Doğu – Batı ayrımı yapıldığında Avrupalılar'ın duygusal deneyime daha fazla, doğulu bir topluluk olan İranlılar'ın ve Iraklılar'ın ise zihinsel deneyime daha fazla odaklanmış olacakları söylenebilir. Fakat çalışma sonuçları Avrupalılar'ın mekansal deneyimlerinin tıpkı İranlılar gibi düşük olduğunu göstermektedir. Bir başka doğulu toplum olan Irak en yüksek duygusal, duygusal, zihinsel, kültürel, sosyal ve fiziksel deneyimleri yaşamıştır. İran'ın Persler'den bu yana uzanan geniş bir kültürel birikimi olmasının deneyimlere müdahil olma oranını düşürdüğü akla yatkın gelebilir. Almanlar'ın da belirli bir kültürel birikim sahibi olduklarını söylemek mümkündür. Fakat kültürel deneyimler kısmındaki 'bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde ırkıma, sınıfıma ve cinsiyetime yönelik yönlendirmelerin etkisi oldu' ya da 'bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde yaşadığım ve hayatımı sürdürdüğüm yerden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu' gibi ifadelerin bulunduğu boyutların da ortalamalarının düşük ortalaması başka sebepleri akla getirmektedir. Almanlar ve İranlılar'ın genel bir memnuniyetsizlik içinde bulunduğu sonucuna ulaşılabilir. Suh ve McAvoy'un çalışmasında (2005) Kore'ye yakın yerlerden gelenlerin (örneğin Japonya) daha somut özelliklere (alışveriş) ilgi gösterdikleri saptanmışken, Kore'ye uzak yerlerden gelenlerin (Avrupa ve Kuzey Amerika) somut olmayan özelliklere (yerel kültür) daha çok değer verdikleri bulgulanmıştır. Bu çalışmada ise Türkiye'ye yakın yerlerden gelen Iraklılar ile İranlılar arasında bir fark bulunmaktadır. Dolayısıyla Suh ve McAvoy'un çalışmasının desteklenmediği sonucuna varılabilir. Almanlar ve İranlılar'ın deneyim yoğunluğunu artırabilmek için iletişimde bulunulan görevlilerin daha ilgili ve düzeyli olmaları için eğitime tabi tutulmaları, turistin hem otantiği, hem tanıdık bir kültürü bir arada deneyimleyeceği mekanların sunulması, mekan içlerinde zihinsel uyaranların bulundurulması ve fiziksel deneyimlere açık mekanlar oluşturulması gerekmektedir.

En yüksek yoğunlukta mekansal deneyim yaşanan mekanın Çemberlitaş olduğu söylenebilir. En düşük yoğunlukta mekansal deneyim yaşanan mekan ise Divanyolu olmuştur. Yöneticiler en düşük mekansal deneyim ortalamasına sahipken; öğrenciler en yüksek mekansal deneyim ortalamasına sahip grup olarak bulgulanmıştır. Dolayısıyla

deneyimleri yöneticiler için çekici hale getirmenin bir gereklilik olduğu sonucuna varılabilir. Divanyolu aslen barındırdığı Köprülü Kütüphanesi, türbeler, Basın Müzesi, Binbirdirek Sarmıcı, İran Okulu, Fuad Paşa Camii ve Firuz Ağa Camii ile zengin bir kültürel birikime ev sahipliği yapmaktadır. Yönlendirme levhalarıyla turistlerin bölgedeki kültürel varlıkları ziyaret etmeleri sağlanabilecektir. Yol boyunca eskiden var olup şimdi kaybolmuş olan konaklar içlerinde restoranlar, hediyelik eşya dükkanları ve kafelerle yeniden inşa edilmelidir. Çemberlitaş'ın ise klasik ve barok tarzı camileri ve medreseleri, külliyesi, hamamı ile mevcut yapısını koruması gerekmektedir.

Tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek, risk alınmadan kaybolunabilecek, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilebileceği, sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği, somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanılabilecek, mola yerlerinde duraklanabilecek bir mekan tercihinde Iraklılar en düşük ortalama sergilemişken; en yüksek ortalama Araplar'a aittir. Dolayısıyla Iraklılar daha az keşif yapabilecekleri, kapsamlı bir ziyarette bulunabilecekleri, somut ve görülebilir olan çekiciliklerin dışındaki çekim merkezlerini görebilecekleri bir geziyi tercih etmektedir. Iraklılar'ın gezi programlarının bu doğrultuda ayarlanması gerekmektedir.

Çalışma bulguları incelendiğinde mekansal tercih ortalaması düşük olan grupların erkekler, Cağaloğlu Hamamı ve çevresinde bulunanlar, Iraklılar, aylık 500-1500 dolar arası kazananlar olduğu bulgulanmıştır. Mekansal deneyim ortalaması en düşük olan grubun Divanyolu'nda bulunanlar, yöneticiler, Almanlar ve aylık 3001-6000 dolar kazananlar olduğu saptanmıştır.

Erkekler, Iraklılar, aylık 500-1500 dolar arasında kazananlar ve Cağaloğlu ve Hamamı ve çevresinde bulunanlar için daha planlı, soyut çekiciliklere sahip, daha önceden belirlenmiş rotaların takip edilmeyeceği, kapsamlı bir şekilde mekanın deneyimlenebileceği alanlara ihtiyaç bulunmaktadır. Divanyolu'nda bulunanlar, yöneticiler, Almanlar ve aylık 3001-6000 dolar kazananlar için daha çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı ve heyecan dolu, görevlilerin beklenen hizmeti yerine getirdiği, turistin kendisi, diğer özneler ve objeler hakkında daha fazla zihinsel çıkarımlarda bulunabileceği mekansal deneyimlerin yaratılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Mekana bağlılığın sağlanması ve mekansal tatminin yaratılması için mekanların uygun göstergeler içinde konumlanması gerekmektedir. Dışsalın içselleştirildiği kodlar olarak ve kent turizminin oluşturulan kodları yayma etkisi

de göz önünde bulundurularak tercih ve deneyim yoğunluğu ve deneyimlerden çıkarılan anlam artırılmalı (Biddulph, 2014), bunun için peyzaj, mimari ve planlamadan yararlanılmalıdır. Ayrıca turistin içsel yapısının mutlaka göz önüne alınması gerekmektedir. Bunun için görüşmelerden faydalanılarak somut olan kent turizmi unsurlarının turist algısında ne anlama geldiği araştırılmalıdır. Verili mekanın turist tercihlerini ve turist deneyimlerini nasıl etkilediği üzerinde de durulmalıdır.

Keşfedici turist tercihleriyle duygusal deneyimler arasında pozitif yönlü yüksek bir ilişki bulunmaktadır. İçerisinde turistlerin kendi yollarını bulabileceği bir turistik mekanı, plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı, risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenler; mekanın kendileri için çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı ve heyecan dolu deneyimlere sahne olduğunu düşünmüştür.

Duygusal deneyimlerin zihinsel deneyimler, kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimler ile arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki, sosyal deneyimlerle arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Mekanı; çekici, etkileyici, rahatlatıcı, heyecan dolu bulan turistler, duygusal deneyimlerinin yoğunluğu arttıkça zihinsel, kültürel ve fiziksel deneyimlerinde de yoğunluk artışı yaşamıştır. Dolayısıyla duygusal deneyimlerin zihinsel, kültürel ve fiziksel deneyimlerde belirleyici olduğu söylenebilir. Bu durumun daha yüksek bir versiyonu sosyal deneyimler için geçerlidir. Duygusal deneyim yoğunluğu arttıkça sosyal deneyim yoğunluğu duygusal deneyimle sıkı bir korelasyon halinde artmaktadır. Bu noktadan hareketle duygusal deneyimlerin sosyal deneyimler için belirleyici olduğu ifade edilebilecektir.

Zihinsel deneyimlerin kültürel deneyimler ve fiziksel deneyimlerle arasında pozitif yönlü orta düzeyde bir ilişki görülmüştür. Turistin kendisi, diğer objeler ve nesnelere hakkında bağlantı kurması, analiz etmesi, ilişkiler tespit etmesi, varsayımlarda bulunması, sonuçlara varması ile mekanla ilgili yapılan değerlendirmelerde yaşanan yerden kaynaklı yönlendirmelerin; ırka, sınıfa ve cinsiyete yönelik etmenlerin; alınan eğitimin ve şimdiye kadar edinilen değerlerin etkisi olması arasında bir ilişki vardır. Turistler, kültürel geri planlarının etkisiyle zihinsel değerlendirmelerde bulunmaktadır. Mekan içerisinde yüzünde bir tebessüm hissetmek, hafiflediğini hissetmek, içinin açıldığını hissetmek gibi fiziksel deneyimlerle zihinsel deneyimler arasında bir ilişki saptanmıştır. Turistler olumlu fiziksel deneyimleri yaşadıkça zihinsel deneyimlerinin yoğunluğu da artmaktadır.

Duygusal deneyim yoğunluğunu artırmak, gerek turistlerin keşfedici tercihlerini, gerek zihinsel, kültürel ve fiziksel deneyimlerini artırmaktadır. Dolayısıyla duygusal deneyim yoğunluğunu artırıcı etkinliklerde bulunmak bir çözüm önerisi olabilir. Mekanı daha çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı, heyecan dolu bir yer haline getirmek, bunun için peyzajdan, mimariden, planlamadan faydalanmak turistlerin deneyim yoğunluğunun artırılması için bir fırsat olacaktır. Bunun için müzelerin uygun bir biçimde ışıklandırılması, hafif bir fon müziği uygulamasının başlatılması, müze çevrelerinde turistlerin tarihi ve kültürel anlamda meraklarını giderici objelerin yer aldığı dükkanların açılması, çevre düzenlemelerinin yapılması, kapalı mekan kent turizmi unsurlarının bulunduğu yerlerde uygun havalandırmanın sağlanması, müzeler ve tarihi eserlerin bulunduğu yerlerde eserlerin birbirlerini tamamlayıcı bir şekilde bir araya getirilmesi, zihinsel, duygusal ve fiziksel uyarımların sağlanacağı bir biçimde mekanların dizayn edilmesi, turistlerden buldukları mekanda yaşadıkları deneyimler hakkında geri bildirim alınacak bir mekanizmanın kurulması uygulanabilecek öneriler arasındadır.

Keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimler üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin mekanın heyecan dolu, çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı olmasını açıklama oranı %10.6'dır. Bu durumda keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimleri etkilediği sonucuna varılabilir. Zakrisson ve Zillinger (2012)'in çalışmasında kümeleme analizine göre turistler; ana çekicilik ziyaretçileri, uzmanlar ve gezginler olarak sınıflandırılmıştır. Kışın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek pozitif duygu değerini gezginler belirtmişken, yazın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek pozitif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmiştir. Yaz destinasyonuna yönelik en yüksek pozitif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmişken, kış destinasyonuna yönelik en yüksek pozitif duygu değerini gezginler belirtmiştir. Kışın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek negatif duygu değerini gezginler belirtmişken, yazın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek negatif duygu değerini ana çekicilik ziyaretçileri belirtmiştir. Yaz destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerini gezginler belirtmişken, kış destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerini uzmanlar belirtmiştir. Keşfedici turistler gezginler, örnek toplayıcı turistler ana çekicilik ziyaretçileri olarak düşünüldüğünde, kış destinasyonuna yönelik en yüksek pozitif duygu değerinin, kışın gerçekleşen turistik olaylar için en yüksek negatif duygu değerinin, yaz destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerinin

gezinler tarafından belirlenmiş olması, bu çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmemektedir. Yaz destinasyonuna yönelik en yüksek negatif duygu değerinin gezginlerde çıkması, yazın gerçekleştirilen bu çalışmada keşfedici turist tercihlerinin duygusal deneyimleri etkilemesi sonucu ile örtüşmemektedir.

Keşfedici turist tercihleri zihinsel deneyimleri az bir oranda etkilemektedir. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekan ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin mekanda kendi, diğer objeler ve nesnelere arasında bağlantı kurma, analiz etme, sonuçlara varma, varsayımlarda bulunma, ilişkiler tespit etme olgularını açıklama oranı %7.4'tür. Gazley ve Watling'in çalışmasında (2015), kendini ifade etme düzeyi yükseldikçe, turistlerin ürünleri tüketiminin daha dışavurumcu olduğu ortaya çıkmıştır fakat deneyimler için aynısı söz konusu değildir. Çalışmaya göre sembolik deneyimler ve ürünler sosyal karşılaştırmayla bağlantılıdır. Dürtüleri yüksek olanlar, yeni şeyleri yaparken ürünlerin ve deneyimlerin anlamıyla daha az ilgilidir. Ürünlerin, turistin rolünün tanımlanmasıyla anlamlı bir ilişkisi vardır fakat deneyimler için aynı durum söz konusu değildir. Aynı zamanda deneyimler ve seyahatle bağlantı arasında olumlu bir ilişki vardır fakat ürünler için aynı durum söz konusu değildir. Gündelik yaşamdan kaçış söz konusuysa ürünler ve deneyimler turist için daha anlamlı bir hale gelmektedir. Keşfedici turistlerin dürtülerinin yüksek olduğu söylenebilir. Dürtüleri yüksek olanların ürünlerin ve deneyimlerin anlamıyla daha az ilgili olması bu çalışmada da desteklenen bir sonuçtur. Turistin rolünün tanımlanması deneyimler için anlamlı bir sonuç yaratmamıştır. Keşfedici turistlerin gündelik yaşamdan kaçışı söz konusudur ve böylece ürünler ve deneyimler turist için daha anlamlı bir hale gelmektedir. Bu çalışmada da keşfedici turist tercihlerinin zihinsel deneyimleri açıklama oranı %7.4'tür. Gazley ve Watling'in çalışmasının (2015) kısmen desteklendiği söylenebilir.

Keşfedici turist tercihleri duygusal deneyimleri az bir oranda etkilemektedir. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekan ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin mekan içerisinde kaslarının kasıldığını, bedenlerinde bir uyuşma, midelerinde bulantı, başlarında bir ağırlık ve vücudun bazı bölgelerinde yanma hissetme durumlarını açıklama oranı %4.1'dir. Beden yalnızca mekanda değil, aynı zamanda bir mekandır. Bedeni mekan olarak düşünmenin üç yolu vardır. İlki, kültür tarafından işaretlenen ve dönüştürülen bir

yüzezdır. İkincisi, dünyayla bağlantı kurmada ve dünyayı deneyimlemede bir temeldir. Üçüncüsü, fiziğin mekanının sınırlarını çizmesidir (Valentine, 2001: 23). Kültür tarafından işaretlenen ve dönüştürülen bir yüzey olarak beden, burada da keşfedici turist tercihlerince oluşturulmuştur. Açıklama oranı az olsa da (%4.1) duyumların oluşturduğu bedenin keşfedici turist tercihlerince etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Keşfedici turist tercihleri, kültürel deneyimler üzerinde etkili olmaktadır. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin, mekan ile ilgili yapılan değerlendirmelerde alışkanlıkların harekete geçmesi, ırka, sınıfa ve cinsiyete yönelik yönlendirmelerin, yaşanan ve hayatın sürdürüldüğü yerden kaynaklı yönlendirmelerin, alınan eğitimden ve şimdiye kadar edinilmiş olan değerlerden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi olması durumunu açıklama oranı %12'dir. Turizm bağlamında kültürün değerlendirilmesinde kültürel dünya görüşü kayda değerdir çünkü ziyaretçiler algısal filtreleri aracılığıyla kendi kültürlerinin paylaşılan değer ve inançlarına dayalı olarak kültürel deneyimler içerisine girmektedir. Uluslararası ziyaretçiler, değer ve davranışları da içeren kendine referanslı bir sistem olarak kendi kültürlerini kullanırlar. Farklı bir kültürü değerlendirirken turistler, turizm deneyimlerini yorumlamada kendi kültürlerine dayanmaya meyillidirler (Kang ve diğerleri, 2016). Edinilen değerler, alışkanlıklar ve ırk, sınıf, cinsiyet gibi kültürel faktörler üzerinde tesadüfi keşiflerde bulunmak ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolmayı tercih etmek etkili olmuştur.

Keşfedici turist tercihleri sosyal deneyimler üzerinde etkili olmaktadır. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin, bulunulan mekanda görevlilerin yardımda bulunma, görevlilerin iletişime geçme ve sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyini yeterli bulması durumunu açıklama düzeyi %6'dır. Connell ve Meyer'e göre (2004), turist deneyimi, geniş bir faktörler dizisi tarafından etkilenmekte, bu faktörlerden bazıları destinasyonla ilgili değil fakat ziyaretçinin ruh hali ve durumuyla ilgili olmaktadır. Turist deneyimi bireysel, çevresel, durumsal ve kişiyle bağlantılı faktörlerden etkilenebildiği gibi diğer bireylerle iletişim düzeyi tarafından da etkilenebilmektedir. Bu noktada keşifçi turist tercihlerinin, diğer bireylerle iletişime geçme düzeyini belirleyen sosyal deneyimler üzerinde etkisi olduğu söylenebilecektir.

Keşfedici turist tercihleri, fiziksel deneyimler üzerinde etkili olmaktadır. İçerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenlerin, mekan içerisinde yüzünde bir tebessümle, mekan içerisinde hafiflediğini ve içinin açıldığını hissetme durumunu açıklama oranı %11.2'dir. Keşfedici turist tercihleri, kültürel deneyimlerden sonra en fazla fiziksel deneyimler üzerinde etkide bulunmuştur. Keşfedici turist tercihleri fiziksel deneyimlerin bir öncülüdür. Fiziksel deneyimler keşfedici turist tercihleri tarafından öngörülmektedir. Bu durumda içerisinde plana daha az yer verip tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek bir turistik mekanı ve risk alınmayacak bir biçimde kaybolunacak bir turistik mekanı tercih edenler yüzünde bir tebessüm hissetmiş, hafiflediğini hissetmiş ve içinin açıldığını hissetmiştir. Tesadüfi keşiflerde bulunma ve kaybolma olumlu fiziksel tepkileri de beraberinde getirmiştir.

Örnek toplayıcı turist tercihlerinin duyumsal (R^2 : .018), zihinsel (R^2 : .009) ve kültürel deneyimler (R^2 : .029) üzerindeki etkisi az bir orandadır. Duyusal deneyimler ile sosyal deneyimler üzerinde ise bir etki saptanmamıştır. Fakat fiziksel deneyimleri açıklama oranı %7.3'tür. Daha önceden belirlenmiş rotaların takip edileceği bir turistik mekan, somut ve görülebilir çekiciliklere odaklanılacak bir turistik mekan, kapsamlı bir şekilde mekanı deneyimlemektense sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği bir turistik mekan ile mola yerlerinde duraklanılabilecek bir turistik mekanı tercih etmek, mekan içerisinde yüzünde bir tebessüm hissetme, mekan içerisinde hafiflediğini hissetme ve içinin açıldığını hissetme durumları üzerinde etkili olmuştur.

Keşfedici turist tercihleri duyumsal, duygusal, zihinsel, kültürel, fiziksel ve sosyal deneyimleri öngörmüşken, örnek toplayıcı turist tercihleri duyumsal, zihinsel, kültürel ve fiziksel deneyimleri öngörmüştür. Böylece mekansal tercihlerin mekansal deneyimler üzerinde bir etkisi olduğu savunulabilir. Mekansal tercihleri etkileme yolu ile mekansal deneyimlerin daha yoğun yaşanması sağlanabilecektir. Keşifçi ve örnek toplayıcı turist tercihlerinin artırılması yolu ile duyumsal, duygusal, zihinsel, kültürel, sosyal ve fiziksel deneyimler üzerindeki etki gücü artırılabilir. Toplumsal yapının mimari ile olan ilişkisi belirli güç ilişkileri üzerinden olmaktadır. Belirli bir toplum içerisinde yer alan bireylerin tercihleri ve zevkleri bu güç ilişkilerince oluşmaktadır. Bu nedenle tercihlerin oluşumunda turistlerin sosyo-kültürel geri planları ile var olan mekanın ürettiği göstergeler etkili olmaktadır. Tesadüfi keşiflerde bulunulabilecek ve risk alınmadan kaybolunabilecek

bir turistik mekanı yaratmak için sokak planları ve düzenleme, yapıların mimari tarzı ve tasarımları ile arazi kullanımından yararlanılması gerekmektedir. Daha önceden belirlenmiş rotaların takip edileceği bir turistik mekan, somut ve görülebilir çekiciliklere odaklanılacak bir turistik mekan, kapsamlı bir şekilde mekanı deneyimlemektense sadece özel çekiciliklerin ziyaret edilebileceği bir turistik mekan ile mola yerlerinde duraklanılabilecek bir turistik mekanın deneyimleri açıklama gücü yeterli değildir. Dolayısıyla yeni rotaların oluşturulabileceği, soyut çekiciliklerin var olduğu, kapsamlı bir şekilde mekanın deneyimlenmesine olanak veren bir turistik mekanın yaratılmasının turist deneyimlerini daha fazla etkileyeceği sonucuna varılabilir.

Duygusal deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerindeki etki gücü %23.8'dir. Mekanı çekici, etkileyici, eğlenceli, rahatlatıcı, heyecan dolu bulma ve diğer turistlerin saygılı bir davranış biçimine sahip olması, arkadaş canlısı olması gibi unsurların mekanın şehri, insanlarını ve tarihini daha iyi anlamayı, uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevreyi, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunmak için uygun alanı, şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlaması; hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortamı, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeleri, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini ve şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktalarını sunması üzerindeki etki gücü yüksektir. Mekanı paylaşılanların alışkanlıkları, kültürel özellikleri, profilleri vs. büsbütün mekanın yeniden inşasında belirleyici rol oynar (Aytaç, 2012: 504). Mekanlar, verili mekansal yapı unsurları veya insan aktivitesini dışarıdan belirleyen bir unsur değildir. Daha çok sosyal olarak üretilen ve sosyal olarak yeniden üretilen oluşumlardır. Mekanın anlamının içindeki objelerle tanımlandığı doğrudur (Kokosalakis, 2009: 19). Mekanı olumlu duygusal özelliklerle tanımlayanlar mekanın işlevselliği, ayırt ediciliği ve otantikliği konusunda da olumlu görüşlerde bulunmuştur. Dolayısıyla mekanın sosyal olarak yeniden üretimi olumlu bir potada gerçekleşmiştir.

Zihinsel deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerindeki etki gücü %21.2'dir. Mekan içerisinde turistin kendisi, diğer objeler ve nesnelere hakkında sonuçlara varması, varsayımlarda bulunması, ilişkiler tespit etmesi, analiz etmesi, bağlantılar kurması ve mekan içerisinde yapılan değerlendirmelerde birtakım alışkanlıklarının harekete geçtiğini

duyumsamasının mekanın şehri, insanlarını ve tarihini daha iyi anlamayı, uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevreyi, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunmak için uygun alanı, şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlaması; hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortamı, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeleri, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini ve şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktalarını sunması üzerindeki etki gücü yüksektir. Tarihin ilk zamanlarından günümüze kadar morfolojik olarak hangi tür malzemelerden, hangi doğal şartlar altında yapılmış olduğunun araştırılmasından daha önemli olan o mekanın hangi kentsel algı ile yapıldığıdır. Bu algı, aynı zamanda toplumun hayat biçiminin de mekana yansması ve onun üzerinden kenti kimliklendirmesi anlamına gelmektedir. Bu, sosyal mekanın sadece fiziksel üretim araçlarıyla değil, o toplumu kuran ilişkiler örtüsüyle anlamlandırılabilmesi için böyledir (Taşçı, 2012: 58). Dolayısıyla turistlerin zihinsel deneyimlerinin mekanın işlevselliği, ayırt ediciliği ve otantikliği üzerinde etki gücünde bulunmuş olması bir tesadüf değildir. Toplumların zihinsel alışkanlıklarının mekanın düzenlenişine yansması, kent kimliğinin edinilmesinde belirleyici bir yere sahiptir.

Kültürel deneyimlerin mekanın düzenlenişi üzerindeki etki gücü %11.3'tür. Mekan içerisinde yapılan değerlendirmelerde yaşanan ve hayatı sürdürülen yerden kaynaklı değerlendirmelerin, ırka, sınıfa ve cinsiyete yönelik yönlendirmelerin, alınan eğitimden kaynaklı yönlendirmelerin ve şimdiye değin edinilmiş olan değerlerin etkisi olması gibi unsurların mekanın şehri, insanlarını ve tarihini daha iyi anlamayı, uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevreyi, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunmak için uygun alanı, şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlaması; hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortamı, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeleri, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini ve şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktalarını sunması üzerindeki etki gücü %11.3'tür. Kentler yalnızca insan yapımı unsurların toplamı değil, ideolojilerin yansıtıldığı, kültürel değerlerin ifade

edildiği ve gücün kullanıldığı mekanlardır. Kentlerin, peyzajların ve yapıların anlamı, üreticiler, mimarlar, yapımcılar, planlayıcılar ve mülk sahipleri tarafından kentlerin içine kaydedilmiştir. Bu üreticiler kültürel bağlam ve sınıf bağlamı içerisinde konumlanırlar. Sonuç olarak bu anlamlar kendine özgü ve bireysel değil; sınıf, sermaye, ırk, din ve diğer bazı kültürel bağlamlardan kaynaklanan daha geniş bir pozisyonun yansımalarıdır (Hall, 2006: 3). Turistlerin de kente, peyzajlara ve yapılara anlam verip kentleri, peyzajları ve yapıları yeniden ürettiği söylenebilir. Sınıf, sermaye, ırk, din, eğitim gibi bağlamlardan etkilenen turist bakışı, bakılan mekanı sınıflamakta ve bir çerçeve çizmektedir. Dolayısıyla kültürel deneyimlerin mekânın düzenlenişi üzerinde bir söz hakkına sahip olduğu söylenebilir.

Sosyal deneyimlerin mekânın düzenlenişi üzerindeki etki gücü %14.2'dir. Mekanda görevlilerin yardımda bulunma düzeyinin, iletişime geçme düzeylerinin ve sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyinin yeterli oluşu gibi unsurların mekânın şehri, insanların ve tarihini daha iyi anlamayı, uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekân duygusunun deneyimlenmesini, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevreyi, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunmak için uygun alanı, şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlaması; hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortamı, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeleri, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini ve şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktalarını sunması üzerindeki etki gücü %14.2'dir. Mekansal dönüşüm sosyal değişim tarafından etkilenmekte ve sosyal değişimi etkilemektedir. Bu durum, etkinin çeşitli ölçekleri ve derecelerinde yaşanmaktadır. Aradaki korelasyon kaçınılmazdır. Durum özellikle kentsel çevrenin yönetimi gibi kentsel tasarım bakış açıları veya arazi kullanımında değişiklik sonucu hissedilir. Daha geniş olarak, yapıli çevrenin sosyal ve psikolojik anlamlılığı, her ikisi arasındaki bağlantının gözlemlenebildiği yerdedir (Madanipour, 1996: 103). Dolayısıyla bağlam içerisindeki sosyal ilişkilerin mekânın düzenlenişini etkileyeceğini söylemek mümkündür.

Fiziksel deneyimlerin mekânın düzenlenişi üzerindeki etki gücü %4.6'dır. Mekan içerisinde yüzünde bir tebessüm hissetme, hafiflediğini hissetme, içinin açıldığını hissetme gibi olumlu fiziki deneyimlerin mekânın şehri, insanların ve tarihini daha iyi anlamayı,

uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevreyi, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunmak için uygun alanı, şehri keşfetme sürecini başlatmak, bir araya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlaması; hem turistin, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortamı, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeleri, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini ve şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktalarını sunması üzerindeki etki gücü %4.6'dır. Mekan, bedenden yola çıkarak algılanır, yaşanır ve üretilir. Maddi alemdeki etkileri, aletleri ve nesnelere üretmeden önce, kendini beslenerek üretmeden ve bir başka bedeni doğurarak kendini yeniden üretmeden önce, her canlı beden bir mekandır ve kendine ait bir mekanı vardır. Tersinden söylersek mekan yasaları, yani mekan içindeki ayırt edilebilirliğin yasaları, canlı bedenin ve enerjilerinin serpilip gelişmesinin yasalarıdır. Bedenler, enerjilerin serpilip gelişmesi mekanı üretir, ve mekanların hareketiyle –mekan yasalarına göre- kendilerini üretirler (Lefebvre, 2014: 180-189). Dolayısıyla fiziki deneyimlerin mekânın düzenlenişi üzerindeki etki gücü yadsınamaz.

Duygusal, zihinsel, kültürel, sosyal ve fiziki deneyimlerin mekânın düzenlenişi üzerindeki etkisi azımsanmayacak düzeydedir. Turizm bağlamında, turistin tüm varoluşuna ve kendisi etrafındaki çevreyi kalıba dökme işlemine bakılmalıdır. Turistin konumlandığı, bakılan ve açık olan kent, biçimini yaratır ve turist gördüklerini, daha ilgi çekici ve sahip olduğu tarih bilgisiyle tutarlı hale getirmek için bu biçimi yeniden düzenler. Bu boyutta turistin bölge deneyimi turistin fiziksel dünyayı biçimlendirmeye ve yeniden biçimlendirmeye yardımcı olan bireysel ve kolektif görme biçimleri ile diyalektik bir ilişki halindedir (Merleau-Ponty'den akt. Selby, Hayllar ve Griffin, 2009: 192-193).

Bu noktadan hareketle turistler için fiziksel, sosyal ve duygusal boyutta daha olumlu deneyimlerin yaratılmasının mekana bakan göz üzerinde de olumlu etkileri olacağı açığa çıkarılmıştır. Mekanın etkileyciliğinin, rahatlığının, çekiciliğinin, heyecan öğeleri barındırmasının, tebessüm ettirecek, içi açacak ve turistin kendisini hafiflemiş hissedeceği göstergelerin varlığının artırılması gerektiği söylenebilir. Bu doğrultuda mekanlar yeniden düzenlenirken turist bakışına açık bir sahne gibi tasarlanmalı, açık ve okunabilir olmalıdır. Otantik olmalı, turistin performansını sergileyebileceği bir alan oluşturmalıdır. Bu performanslar doğrultusunda mekânın yeniden düzenlenmesine olanak sağlanmalıdır.

Kent, geçmişten günümüze ekonomik, askeri, dini ve sosyo kültürel hareketlilikler doğrultusunda kademeli bir değişim sergilemiştir. Bu esnada sokak planları ve düzenleme, yapıların mimari tarzı ve tasarımları ile arazi kullanımında yenilikler baş göstermiştir. İşlevsel ve estetik yapıda meydana gelen bu dönüşümler, kent imgeleminde de değişikliklerin yaşanmasına sebep olmuştur. Öte yandan kentsel mekan kişiselleştirilmiş ve duygusal anlamlarla bezeli bir halde bulunmaktadır. Turizm açısından bu durum destinasyon kişiliğiyle bağlantılıdır. Turistlerin yapısı, her bir turistin destinasyonu içselleştirme ve destinasyona ilişkin bir anlam üretme durumunu etkilemektedir. Dolayısıyla turistin tercihleri ve deneyimleri, düzenlenmiş olan turistik mekandan daha farklı sonuçların alınmasına yol açmaktadır. Bu doğrultuda, hedef pazarın nasıl belirlendiği önemli olmaktadır.

İnsan, bir binanın yalnızca belirli işlevleri yerine getirmesini değil bir dünya görüşünü, bir ruh halini ve bir anlamı ifade etmesini istemektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada sırasıyla duygusal, zihinsel, sosyal, kültürel ve fiziki deneyimlerin mekanın düzenlenme algısında etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bulunulan mekanlara göre tercihler ve deneyimler farklılık göstermektedir. Her bir mekanın yansıttığı anlamın farklılık arz ettiği söylenebilir. Her bir mekan, belli ideolojilerin sergilendiği ve kültürel değerlerin ifade edildiği bir anlam sahasıdır. Bu doğrultuda çalışmada duygusal, sosyal, fiziksel, kültürel ve zihinsel deneyimlerin söz konusu ideolojileri ve kültürel değerleri etkilediği sonucuna varılmaktadır. Okunabilir, hayal edilebilir, sembolizm ve hafızayla yoğrulmuş, psikolojik erişime uygun mekanların ortaya çıkabilmesi için, bu mekanların ziyaretçilerinin deneyimlerine odaklanmak gerekmektedir.

Sonuç olarak belirli bir karaktere, süreklilik ve kapalılığa, kamusal alanların kalitesine, hareket rahatlığına, okunabilirliğe, uyumluluk ve çeşitliliğe yer yer sahip İstanbul tarihi yarımada bünyesinde gerçekleştirilen bu çalışmada, turistlere ziyaretlerini konumlandırma fırsatı veren yapıların ve çevresindekilerin biçimi kadar, bu öğelerin hangi anlam çerçevesinden geçtiği de önemli olmaktadır. Dolayısıyla tüketici bağlamında turistin ne tür mekansal tercihleri ve deneyimleri olduğunun incelenmesi, mimari yapıtın bir bütünlük sağlaması açısından önem arz etmektedir.

Daha sonraki çalışmalarda döngüsel bir doğrultuda tercihler, deneyimler ve mekanın düzenlenişi üzerindeki ilişkilerin incelenmesi söz konusu olabilir. Kent turizmi kapsamında ele alınan mekanların bütünlük bir biçimde değil tek tek analize tabi tutulması bundan sonraki çalışmalar için önerilebilecektir.

KAYNAKLAR

- Abdelazim, T. S. and Alajloni, A. A. (2016). "Towards Developing a Model to Assess the Experience of Visitors of the Janadriyah Festival, Saudi Arabia", *International Journal of Tourism Cities*, 2(1), 45-76.
- Agapito, D., Valle, P. and Mendes, J., (2014). "The Sensory Dimension of Tourist Experiences: Capturing Meaningful Sensory-informed Themes in Southwest Portugal". *Tourism Management*, 42, 224-237.
- Ahmed, S. (2015). *Duyguların Kültürel Politikası*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Aho, S. K. (2001). "Towards a General Theory of Touristic Experiences: Modelling Experience Process in Tourism". *Tourism Review*, 56 (3/4), 33-37.
- Akalm, A., Yıldırım, K., Wilson, C. and Kılıçoğlu, Ö. (2009). "Architecture and Engineering Students' Evaluations of House Façades: Preference, Complexity and Impressiveness". *Journal of Environmental Psychology*, 29, 124-132.
- Alaeddinoğlu, F. (2012). "Kent ve Turizm"., K. Alver (Ed.), *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, 309-340.
- Alver, K. (2012a). "Kent İmgesi". K. Alver (Editör), *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, 9-32.
- Alver, K. (2012b). "Bir Kenti Keşfetmek"., K. Alver (Editör), *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, 475- 496.
- Andereck, K., Bricker, K.S., Kerstetter, D. and Nickerson, N. P. (2006). "Connecting Experiences to Quality: Understanding the Meanings Behind Visitors' Experiences". In G. Jennings ve N. P. Nickerson (Eds.). *Quality Tourism Experiences*. Burlington ve Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, 81-987.
- Ankor, J. (2012). "The Complexities of Experience: A Critical Tourism Response". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19, 1-7.
- Apostolakis, A. (2003), "The convergence process in heritage tourism". *Annals of Tourism Research*, 30 (4), 795-812.
- Araabi, H. F. (2017). "Multiple Expectations: Assessing the Assumed Roles of Theory in Relation to Urban Design". *Journal of Urban Design*, 22 (5), 658-669.
- Arana, J. E. and Leon, C. J. (2007), "The impact of terrorism of tourism demand". *Annals of Tourism Research*, 35 (2), 299-315.
- Arkaraprasertkul, N. (2016). "The Social Poetics of Urban Design: Rethinking Urban Design through Louis Kahn's Vision for Central Philadelphia (1939–1962)". *Journal of Urban Design*, 21 (6), 731-745.
- Ashworth, G. and Page, S. J. (2011). "Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes". *Tourism Management*, 32, 1-15.

- Austin, N. K. (2002). "Managing Heritage Attractions: Marketing Challenges in Sensitive Historical Site". *International Journal of Tourism Research*, 4, 447-457.
- Aytaç, Ö. (2012). "Kent Mekanlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası". K. Alver (Ed.) *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, 503-528.
- Bağlı, M. (2012). "Modern Ontolojik Güven Bağlamında İnsan ve Mekan / Ev (Hane): Bir Mekan Sosyolojisi Denemesi". A. Can (Ed.). *Teori ile Pratik Arasında Mekan*, İstanbul: Şehir Düşünce Merkezi Şehir Yayınları, 13-40.
- Bal, U. (2007). *Utilization of Urban Design Principles in Designing the Urban Space – Case Studies in the Netherland and Turkey*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Beeho, A. J. and Prentice, R. C. (1997). "Conceptualizing the Experiences of Heritage Tourists: A Case Study of New Lanark World Heritage Village". *Tourism Management*, 18 (2), 75-87.
- Belge, M. (2008). *İstanbul Gezi Rehberi*. İstanbul: İletişim.
- Belge, M. (2013). *İstanbul Gezi Rehberi*. İstanbul: İletişim.
- Bernasconi, C., Strager, M. P., Makey, V. and Hasenmyer, M. (2009). "Assessing public preferences for design and environmental attributes of an urban automated transportation system". *Landscape and Urban Planning*, 90, 155-167.
- Biddulph, M. (2014). "Drawing and Thinking: Representing Place in the Practice of Place-making". *Journal of Urban Design*, 19 (3), 278-297.
- Binkhorst, E. and Dekker, T. D. (2009). "Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research". *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 18 (2), 311-327.
- Birenboim, A. (2016). "New Approaches to the Study of Tourist Experiences in Time and Space". *Tourism Geographies*, 18 (1), 9-17.
- Blaison, C. and Hess, U. (2016). "Affective Judgment in Spatial Context: How Places Derive Affective Meaning from the Surroundings". *Journal of Environmental Psychology*, 47, 53-65.
- Bohlin, M. and Brandt, D. (2014). "Creating Tourist Experiences by Interpreting Places Using Digital Guides". *Journal of Heritage Tourism*, 9 (1), 1-17.
- Brunner-Sperdin, A., Peters, M. and Strobl, A. (2012). "It is All About the Emotional State: Managing Tourists' Experiences". *International Journal of Hospitality Management*, 31, 23-30.
- Budruk, M. and Stanis, S.A.W. (2013). "Place Attachment and Recreation Experience Preference: A Further Exploration of the Relationship". *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1 (2), 51-61.
- Büyükcivelek, A.B. (2017). "Tarih İçinde Kent". S. S. Özdemir, Ö. B. Özdemir ve N. Uzun (Ed.). *Kent Planlama*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 37-94.

- Cadwallader, M. (1975). "A Behavioral Model of Consumer Spatial Decision Making". *Economic Geography*, 51 (4), 339-349.
- Campos, A. C., Mendes, J., do Valle, P. O. and Scott, N. (2015). "Co-creation of Tourist Experiences: A Literature Review". *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2015.181158.
- Carmona, M., Heath, T., Oc, T. and Tiesdell, S. (2003) *Public Places Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*. Oxford: Elsevier.
- Carr, J. C. and Sequeira, J. M. (2007). "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach". *Journal of Business Research*, 60 (10), 1090-1098.
- Caru, A. and Cova, B. (2003). "Revisiting Consumption Experience A More Humble but Complete View of the Concept". *Marketing Theory*, 3 (2), 267-286.
- Cetin, G. and Bilgihan, A. (2016). "Components of Cultural Tourists' Experiences in Destinations". *Current Issues in Tourism*, 19 (2), 137-154.
- Chen, C. F., Leask, A. and Phou, S. (2016). "Symbolic, Experiential and Functional Consumptions of Heritage Tourism Destinations: The Case of Angkor World Heritage Site, Cambodia". *International Journal of Tourism Research*, 18, 602-611.
- Chen, J. L. (2014). "The Impact of Bed and Breakfast Atmosphere, Customer Experience, and Customer Value on Customer Voluntary Performance: A Survey in Taiwan". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, DOI: 10.1080/10941665.2014.908228
- Chi, C. G. Q., Pan, L. and Chiappa, G. D. (2018). "Examining Destination Personality: Its Antecedents and Outcomes". *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 149-159.
- Chiu, L. H. and Henry, L. L. (1990). "Development and Validation of the Mathematics Anxiety Scale for Children". *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 23, 121-127.
- Chronis, A. (2015). "Moving Bodies and the Staging of the Tourist Experience". *Annals of Tourism Research*, 55, 124-140.
- Cilliers, E. J. and Timmermans, W. (2016). "Transforming Spaces into Lively Public Open Places: Case Studies of Practical Interventions". *Journal of Urban Design*, 21 (6), 836-849.
- Cohen, E. (1972). "Toward a Sociology of International Tourism". *Political Economics*, 39 (1), 164-182.
- Cohen, E. (1979). "A Phenomenology of Tourist Experiences". *Sociology*, 13 (2), 179-201.
- Cole, S. T. and Scott, D. (2004). "Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16 (1), 79-90.

- Connell, J. and Meyer, D. (2004). "Modelling the Visitor Experience in the Gardens of Great Britain". *Current Issues in Tourism*, 7 (3), 183-216.
- Cook, J. Bose, M. and Main, D. S. (2014). "Design Quality Preferences for Youth in a Rural Setting". *Journal of Urban Design*, 19 (2), 171-188.
- Crang, M. (1997). "Picturing Practices: Research through the Tourist Gaze". *Progress in Human Geography*, 21 (3), 359-373.
- Creswell, T. (2008) *Place: A Short Introduction*. USA: Blackwell Publishing.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. İstanbul: Bera Yayıncılık.
- Dellaert, B., Borgers, A. and Timmermans, H. (1995). "A Day in the City: Using Conjoint Choice Experiments to Model Urban Tourists' Choice of Activity Packages". *Tourism Management*, 16 (5), 347-353.
- Demirci, M. (2012). "İslam'da Şehir ve Şehrin Sosyal Dinamikleri"., K. Alver (Ed.), *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, s. 69-90.
- Di Masso, A., Dixon, J. and Pol, E. (2011). "On the Contested Nature of Place: 'Figuera's Well', 'The Hole of Shame' and the Ideological Struggle over Public Space in Barcelona". *Journal of Environmental Psychology*, 31, 231-244.
- Dias, P. and Ramadier, T. (2015). "Social Trajectory and Socio-spatial Representation of Urban Space: The Relation between Social and Cognitive Structures". *Journal of Environmental Psychology*, 41, 135-144.
- Divisekera, S. (2003). "A Model of Demand for International Tourism", *Annals of Tourism Research*, 30 (1), 31-49.
- Droseltis, O. and Vignoles, V. L. (2010). "Towards an Integrative Model of Place Identification: Dimensionality and Predictors of Intrapersonal-level Place Preferences". *Journal of Environmental Psychology*, 30, 23-34.
- Dündar, Ş. (2002). *Mekan Organizasyon bilimlerinin Yeniden Yapılanmasında Bir Araç Olarak Kentsel Tasarım*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Edensor, T. (2000). "Staging Tourism: Tourists as Performers". *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 322-344.
- Edwards, D., Griffin, T. and Hayllar, B. (2009). "Urban Tourism Precincts: An Overview of Key Themes and Issues", In B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (Eds.). *City Spaces Tourist Places: Urban Tourism Precincts*, Great Britain: Elsevier, pp. 95- 105
- Ek, R., Larsen, J., Hornskov, S. B. and Mansfeldt, O. K. (2008). "A Dynamic Framework of Tourist Experiences: Space-Time and Performances in the Experience Economy". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (2), 122-140.

- Ekdi, F. P. ve Çıracı, H. (2015). “Really Public? Evaluating the Publicness of Public Spaces in Istanbul by Means of Fuzzy Logic Modelling”. *Journal of Urban Design*, 20 (5), 658-676.
- Elands, B. H. M. and Lengkeek, J. (2012). “The Tourist Experience of Out-there-ness: Theory and Empirical Research, *Forest Policy and Economics*, 19, 31-38.
- Ellin, N. (1999). *Postmodern Urbanism*. New York: Princeton Architectural Press.
- Fainstein, S. S. and Gladstone, D. (1999). “Evaluating Urban Tourism”. D. R. Judd ve S. S. Fainstein (Eds). *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press, s. 21-34.
- Fainstein, S. S. and Judd, D. R. (1999). “Global Forces, Local Strategies and Urban Tourism”, In D. R. Judd ve S. S. Fainstein (Eds.), *The Tourist City*. New Haven: Yale University Press, pp. 1-20.
- Falk, M. and Katz-Gerro, T. (2017). “Modelling Travel Decisions: Urban Exploration, Cultural Immersion or Both?” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34 (3), 369-382.
- Foo, J. A., McGuiggan, R. and Yiannakis, A. (2004), “Roles tourists play: an Australian perspective”, *Annals of Tourism Research*, 31 (2), 408-427.
- Forgas- Coll, S., Palau-Saumell, Matute, J. and Tarrega, S. (2017). “How Do Service Quality, Experiences and Enduring Involvement Influence Tourists’ Behavior? An Empirical Study in the Picasso and Miró Museums in Barcelona”. *International Journal of Tourism Research*, DOI: 10.1002/jtr.2107.
- Forgas- Coll, S., Palau-Saumell, R., Sanchez-Garcia, J. and Callarisa-Fiol, L. J. (2012). “Urban Destination Loyalty Drivers and Cross-National Moderator Effects: The Case of Barcelona”. *Tourism Management*, 33, 1309-1320.
- Fu, Y., Kim, S. and Zhou, T. (2014). Staging the ‘Authenticity’ of Intangible Heritage from the Production Perspective: The Case of Craftsmanship Museum Cluster in Hangzhou, China. *Journal of Tourism and Cultural Change*, DOI: 10.1080/14766825.2014.983439.
- Gazley, A. and Watling, L. (2015). “Me, My Tourist-Self, and I: The Symbolic Consumption of Travel”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32 (6), 639-655.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Washington: Island Press.
- Gibson, H. and Yiannakis, A. (2002), “Tourist Roles: Needs and Lifecourse”. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 358-383.
- Gidlow, C. J., Jones, M. V., Hurst, G., Masterson, D., Clark-Carter, D., Tarvainen, M. P., Smith, G. and Nieuwenhuijsen, M. (2016). “Where to Put Your Best Foot Forward: Psycho-physiological Responses to Walking in Natural and Urban Environments” *Journal of Environmental Psychology*, 45, 22-29.

- Griffin, T., Hayllar, B. and Edwards, D. (2009). "Places and People: A Precinct Typology", In B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (Eds.), *City Spaces Tourist Places: Urban Tourism Precincts*. Great Britain: Elsevier, 39-62.
- Griffith, D. A. and Albanese, P. J. (1996), "An Examination of Plog's Psychographic Travel Model within a Student Population". *Journal of Travel Research*, 34 (47), 47-51.
- Guachalla, A. (2016). "Perception and Experience of Urban Areas for Cultural Tourism: A Social Constructivist Approach in Covent Garden". *Tourism and Hospitality Research*, 0 (0), 1-12.
- Hall, C. M. and Page, S. J. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. London and New York: Routledge.
- Hall, T. (2006). *Urban Geography*. London and New York: Routledge.
- Hartig, T. and Staats, H. (2006). "The Need for Psychological Restoration as a Determinant of Environmental Preferences". *Journal of Environmental Psychology*, 26, 215-226.
- Hayllar B., Griffin T. and Edwards D. (2009). "Urban Tourism Precincts: Engaging with the Field". In B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (Eds.), *City Spaces Tourist Places: Urban Tourism Precincts*. Great Britain: Elsevier, 3-18.
- Hayllar, B. and Griffin, T. (2005). "The Precinct Experience: A Phenomenological Approach". *Tourism Management*, 26, 517-528.
- Henderson, J. (2017). "Global Cities, Tokyo, Urban Tourism". *International Journal of Tourism Cities*, 3 (2), 143-157.
- Hoarau-Heemstra, H. and Eide, D. (2016). "Values and Concern: Drivers of Innovation in Experience-based Tourism". *Tourism and Hospitality Research*, 0 (0), 1-12.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982). "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun". *Journal of Consumer Research*, 9 (2), 132-140.
- Hong, S., Malik, M. L. and Lee, M. K. (2003). Testing Configural, Metric, Scalar, and Latent Mean Invariance Across Genders in Sociotropy and Autonomy Using a Non-Western Sample. *Educational and Psychological Measurement*, 63 (4), 636-654.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F. and Wu, H. H. (2009), "The Preference Analysis for Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan". *Tourism Management*, 30, 288- 297.
- Hughes, G. (1998). "Tourism and the Semiological Realization of Space". In G. Ringer (Ed.) *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism*. London: Routledge, 17-32.
- Hunziker, M., Buchecker, M. and Hartig, T. (2007). "Space and Place – Two Aspects of the Human-Landscape Relationship". *A Changing World*, 47-62.

Hürel, H. (2015). *İstanbul'u Geziyorum Gözlerim Açık: Bir İstanbul Kültürü Kitabı*. İstanbul: Kapı.

Ikemi, M. (2005). "The Effects of Mystery on Preference for Residential Façades". *Journal of Enviromental Psychology*, 25, 167-173.

İnternet:

<http://miniaturk.com.tr/m%C4%B0n%C4%B0atuerk/hakk%C4%B1m%C4%B1zda.aspx>, Son Erişim Tarihi: 13.08.2017.

İnternet: <http://www.istanbul.net.tr/istanbul-rehberi/istanbul-muzeleri/turk-ve-islam-eserleri-muzesi-ibrahim-pasa-sarayi/80/4>, Son Erişim Tarihi: 09.02.2018.

İnternet: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/>, Son Erişim Tarihi: 06.02.2018.

İnternet: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/49299,muze-ziyaretci-sayilarimiz-2016pdf.pdf?0>, Son Erişim Tarihi: 06.02.2018.

İnternet: <http://www.tas-istanbul.com/dersaadet/anitlar/>, Son Erişim Tarihi: 12.08.2017.

İnternet:

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59ae9290ab8f49.02586253, Son Erişim Tarihi: 05.09.2017.

İnternet: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/space>, Son Erişim Tarihi: 04.06.2017.

İnternet: <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>, Son Erişim Tarihi: 03.05.2018.

İnternet: Kentlerin Kültürün Gelişmesindeki Etkileri, dergipark.ulakbim.gov.tr/iusoskon/article/download/1023006269/1023005793, Son Erişim Tarihi: 05.09.2017.

İnternet: Unwto ve WTCF (t.y.), *City Tourism Performance Research*, <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/projectdescriptioncitytourismperformanceresearch.pdf> Erişim Tarihi: 05.09.2017.

İslamoğlu, H. ve Alnaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta.

İsmail, H. and Baum, T. (2006). "Urban Tourism in Developing Countries: in the Case of Melaka (Malakka) City, Malaysia". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17 (2), 211-233.

Jauhari, V. and Sanjeev, G. M. (2010). "Managing Customer Experience for Spiritual and Cultural Tourism: An Overview", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2 (5), 467-476.

Jennings, G. (2006). "Perspectives on Quality Tourism Experiences: An Introduction". In G. Jennings ve N. P. Nickerson (Eds.). *Quality Tourism Experiences*. Burlington ve Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, 1-22.

- Jennings, G., Lee, Y. S., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C. and Olleburg, C. (2009). "Quality Tourism Experiences: Reviews, Reflections, Research Agendas". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (2-3), 294-310.
- Jensen, Ø., Lindberg, F. and Østergaard, P. (2015). "How Can Consumer Research Contribute to Increased Understanding of Tourist Experiences? A Conceptual Review". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15 (1), 9-27.
- Johansson, M., Sternudd, C. and Kärrholm, M. (2016). "Perceived Urban Design Qualities and Affective Experiences of Walking". *Journal of Urban Design*, 21 (2), 256-275.
- Joye, Y. and Devitte, S., (2016). "Up Speeds You Down. Awe-evoking Monumental Buildings Trigger Behavioral and Perceived Freezing". *Journal of Environmental Psychology*, 47, 112- 125.
- Juan, P. J. and Chen, H. M. (2012). "Taiwanese Cruise Tourist Behavior during Different Phases of Experience". *International Journal of Tourism Research*, 14, 485-494.
- Judd, D. R. (1999). "Constructing the Tourist Bubble" In D.R. Judd and S. S. Fainstein (Eds.). *The Tourist City*. New Haven and London: Yale University Press, s. 35-53.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil.
- Kang, S. K., Lee, C. K. and Lee, D. E. (2016). "Examining Cultural Worldview and Experience by International Tourists: A Case of Traditional House Stay". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (5), 477-499.
- Kariru, A. N., Kambona, O. O. and Odhuno, E. (2017). "Enhancing Competitiveness Through Guests' Experiences: A Typology of Customer Experiences in Upscale Hotels". *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, <http://dx.doi.org/10.1080/15256480.2017.1289137>.
- Kaya, D. A. (2017). "Kentsel Coğrafya", S. S. Özdemir, Ö. B. Özdemir Sarı ve N. Uzun (Ed.) *Kent Planlama*. Ankara: İmge, 359-386.
- Kentsel Tasarım Rehberleri / Cilt II: İçerik, (2016). İstanbul: Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Kentsel tasarım Araştırma ve Uygulama Merkezi
- Knobloch, U., Robertson, K. and Aitken, R. (2016). Experience, Emotion, and Eudaimonia: A Consideration of Tourist Experiences and Well-being. *Journal of Travel Research*, 1-12.
- Knudsen, D. C., Rickly, J. M. and Vidon, E. S. (2016). The Fantasy of Authenticity: Touring with Lacan. *Annals of Tourism Research*, 58, 33-45.
- Kokosalakis, C. (2009). *Consuming Culture: The Experience of Liverpool's Urban Tourism Landscape*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Liverpool John Moores University, Liverpool.

- Krider, R. E., Arguello, A., Campbell, C. and Mora, J. D. (2010), "Trait and Image Interaction: In Ecotourism Preference", *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 779-801.
- Krolikowski, C. and Brown, G. (2009). "The Structure and Form of Urban Tourism Precincts: Setting the Stage for Tourist Performances". In B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (Eds.), *City Spaces Tourist Places: Urban Tourism Precincts* Great Britain: Elsevier., s.127-150.
- Kyle, G. T. , Mowen, A. J. and Tarrant, M. (2004). "Linking Place Preferences with Place Meaning: An Examination of the Relationship between Place Motivation and Place Attachment". *Journal of Environmental Psychology*, 24, 439-454.
- Laing, J., Wheeler, F., Reeves, K. and Frost, W. (2014). "Assessing the Experiential Value of Heritage Assets: A Case Study of a Chinese Heritage Precinct, Bendigo, Australia". *Tourism Management*, 40, 180-192.
- Lang, J. (2005). *Urban Design: A Typology of Procedures and Products*. Oxford: Architectural Press.
- Larsen, S. (2007). "Aspects of a Psychology of the Tourist Experience". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7 (1), 7-18.
- Lee, T. H., Chao, W. H. and Lin, H. Y. (article in press), "Cultural Inheritance of Hakka Cuisine: A Perspective from Tourists' Experiences". *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Lepp, A. and Gibson, H. (2008), "Sensation Seeking and Tourism: Tourist Role, Perception of Risk and Destination Choice". *Annals of Tourism Research*, 29, 740-750.
- Lim, Y. and Weaver, P. A. (2012). "Customer-based Brand Equity for a Destination: the Effect of Destination Image on Preference for Products Associated with a Destination Brand". *International Journal of Tourism Research*, 16, 223-231.
- Lin, C. H. and Kuo, B.Z.L. (2016). "The Behavioral Consequences of Tourist Experience". *Tourism Management Perspectives*, 18, 84-91.
- Liu, L., Wu, B., Morrison, A. M. and Ling, R. S. J. (2013). "Why Dwell in a Hutongtel? Tourist Accommodation Preferences and Guest Segmentation for Beijing Hutongtels". *International Journal of Tourism Research*, 17, 171-184.
- Lloyd, R. E. (1976). "Cognition, Preference, and Behavior in Space: An Examination of the Structural Linkages". *Economic Geography*, 52 (3), 241-253.
- Lu, L., Chi, C. G. and Liu, Y. (2015). "Authenticity, Involvement, and Image: Evaluating Tourist Experiences at Historic Districts". *Tourism Management*, 50, 85-96.
- Lucia-Palacioz, L., Perez-Lopez, R. and Polo-Redondo, Y. (2016). "Cognitive, Affective and Behavioral Responses in Mall Experience". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44 (1), 4-21.

- Lung-Amam, W. (2013). "That 'Monster House' is My Home: The Social and Cultural Politics of Design Reviews and Regulations". *Journal of Urban Design*, 18 (2), 220-241.
- Lynch, K. (2015). *Kent İmgesi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Madanipour, A. (1996). *Design of Urban Space: An Inquiry into a Socio-Spatial Process*. England: John Wiley & Sons.
- Marshall, R. (2009). "The Elusiveness of Urban Design: The Perpetual Problem of Definition and Role". In A.Krieger, W.S. Saunders (Ed.), *Urban Design*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 38-57.
- Marshall, S. (2016). "The Kind of Art Urban Design is". *Journal of Urban Design*, 21 (4), 399-423.
- Matteucci, X. (2014). "Forms of Body Usage in Tourists' Experiences of Flamenco". *Annals of Tourism Research*, 46, 29-43.
- McKercher, B. (2008). "Segment Transformation in Urban Tourism". *Tourism Management*, 29, 1215-1225.
- McNeill, D. (2008). "The Hotel and the City". *Progress in Human Geography*, 32 (3), 383-398.
- Mehmetoğlu, M. and Engen, M. (2011). "Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12 (4), 237-255.
- Mekansal Planlar Yapım Yönetmeliği. (2014). T.C. Resmi Gazete, 29030, 14 Haziran 2014.
- Metro-Roland, M. M. (2011) *Tourists, Signs and the City: The Semiotics of Culture in an Urban Landscape*. Great Britain: Ashgate.
- Mkono, M., Markwell, K. and Wilson, E. (2013). "Applying Quan and Wang's Structural Model of the Tourist Experience: A Zimbabwean Netnography of Food Tourism". *Tourism Management Perspectives*, 5, 68-74.
- Mo, C. M., Havitz, M. E. and Howard, D. R. (1994), "Segmenting Travel Markets with the International Tourism Role (ITR) Scale", *Journal of Travel Research*, 33 (24), 24-31.
- Mommaas, H. (2004). "Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy". *Urban Studies*, 41 (3), 507-532.
- Montgomery, J. (1998). "Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design". *Journal of Urban Design*, 3 (1), 93-116.
- Morton, T. A., van der Bles, A. M. and Haslam, S. A. (2017). "Seeing Our Self Reflected in the World around Us: The Role of Identity in Making (Natural) Environments Restorative". *Journal of Environmental Psychology*, 49, 65-77.

- Moughtin, C., Oc, T. and Tiesdell, S. (1999). *Urban Design: Ornament and Decoration*. Oxford: Architectural Press
- Mullins, P. (1990). "Tourist Cities as New Cities". *Australian Planner*, 28 (3), 37-41.
- Mumford, E. (2009). "The Emergence of Urban Design in the Breakup of CIAM". In A.Krieger, W.S. Saunders (Eds.). *Urban Design*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 15- 37.
- Musa, G., Mohammad, I., Thirumoorthi, T., Moghavvemi, S. and Kasım, A. (2015). "Exploring Visitors' Experience Using Strategic Experiential Modules (SEMs): The Case of Zoo Negara, Kuala Lumpur". *International Journal of Tourism Cities*, 1 (3), 234-253.
- Musa, G., Najmin, S., Thirumoorthi, T. and Taha, A. Z. (2017). "Examining Visitors' Experience with Batu Cave, Using the Four Realm Experiential Theory". *International Journal of Tourism Cities*, 3 (2), 105-120.
- Mussalam, G. Q. and Tajeddini, K. (2016). "Tourism in Switzerland: How perceptions of place attributes for short and long holiday can influence destination choice". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26- 18-26.
- Nast, H. J. and Pile, S. (1998). "Everyday Places Bodies". In H. J. Nast ve S. Pile (Eds.), *Places Through the Body*. London: Routledge, 302-311
- Norberg-Schulz, C. (1976). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York: Rizzoli
- Oh, H., Fiore, A. M. and Jeoung, M. (2007). "Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications". *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.
- Orhan, M. (2015). *Kentsel Kalitenin Geliştirilmesi Bağlamında Stratejik Bir Yaklaşım; Kentsel Tasarım Rehberi Kavramsal Model Önerisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Osman, H., Johns, N. and Lugosi, P. (2014). "Commercial Hospitality in Destination Experiences: McDonald's and Tourists' Consumption of Space". *Tourism Management*, 42, 238-247.
- Ovalı, P. K. (2012). "Tasarım ve Mekan Tasarımı"., Y. Uçkan (Editör.). *Turistik Alanlarda Mekan Tasarımı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 40-57.
- Özdemir, A. (2008). *Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar*. İstanbul: Beta.
- Pabel, A., Prideaux, B. and Thompson, M. (2017). "Tourists' Preferences with Indigenous Tourism Experiences in the Wet Tropics of Queensland, Australia". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 142-151.
- Pacione, M. (2005). *Urban Geography: A Global Perspective*. Oxon: Routledge.

- Pala, H. (2012). “Şehir, Beden ve Ateromik Bir Nesne Olarak Otomobil”., A. Can (Ed.). *Teori ile Pratik Arasında Mekan*, İstanbul: Şehir Düşünce Merkezi Şehir Yayınları, 41-54.
- Palabıyık, A. (2012). “Muş: Bir Kentsel Mekan Okuması”., K. Alver (Ed.) *Kent Sosyolojisi*, Ankara: Hece, 545-576.
- Pansiri, J. (2014). “Tourist Motives and Destination Competitiveness: A Gap Analysis Perspective”. *International Journal of Hospitality & Tourism*, 15, 217-247.
- Papadimitriou, D., Kaplanidou, K. K. and Apostolopoulou, A. (2015). “Destination Image Components and Word of Mouth Intentions in Urban Tourism: A Multigroup Approach”. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20 (10), 1-25.
- Park, D. B., Lee, H. J. and Yoon, Y. S. (2012). “Understanding the Benefit Sought by Rural Tourists and Accommodation Preferences: A South Korea Case”. *International Journal of Tourism Research*, 16, 291-302.
- Park, G. and Evans, G. W. (2016). “Environmental Stressors, Urban Design and Planning: Implications for Human Behaviour and Health”. *Journal of Urban Design*, 21 (4), 453-470.
- Pearce, D. G. (1998). “Tourism Development in Paris: Public Intervention”. *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 457-476.
- Pearce, D. G. (2015). “Urban Management, Destination Manegement and Urban Destination Management: Comparative Review with Issues and Examples from New Zealand”. *International Journal of Tourism Cities*, 1 (1), 1-17.
- Pearce, J. R. and Pearce, P. L. (2017). “Retro-methodologies: Insights for City Tourism Research”. *International Journal of Tourism Cities*, 3 (1), 17-29.
- Pearce, P. L. (1982). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Great Britain: A. Wheaton & Co. Ltd.
- Pearce, P. L. and Moscardo, G. M. (1986). “The Concept of Authenticity in Tourist Experiences”. *ANZFS*, 22 (1), 121-132.
- Pearce, P. L. and Zare, S. (2017). “The Orchestra Model as the Basis for Teaching Tourism Experience Design”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 55-64.
- Pearce, P. L., Wu, M. Y., De Carlo, M. and Rossi, A. (2013). “Contemporary Experiences of Chinese Tourists in Italy: An On-site Analysis in Milan”. *Tourism Management Perspectives*, 7, 34-37.
- Petrick, J. F. (2002), “An Examination of Golf Vacationers’ Novelty”, *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 384-400.
- Picucci, L., Caffò, A. O. and Bosco, A. (2011). “Besides Navigation Accuracy: Gender Differences in Strategy Selection and Level”. *Journal of Environmental Psychology*, 31, 430-438.

- Pine, B. J. and Gilmore J. H. (1998). "Welcome to the experience economy". *Harvard Business Review*, 97-105.
- Pojani, D. and Stead, D. (2015). "Urban Planning and Design as Verbal and Visual Rhetoric". *Journal of Urban Design*, 20 (5), 582-614.
- Poria, Y., Biran, A. and Reichel, A. (2007). "Different Jerusalems for Different Tourists". *Journal of Travel & Tourism marketing*, 22 (3-4), 121-138
- Prebensen, N. K., Woo, E. and Uysal, M. S. (2014). "Experience Value: Antecedents and Consequences". *Current Issues in Tourism*, 17 (10), 910-928.
- Prentice, R. C., Witt, S. F. and Hamer, C. (1998). "Tourism as Experience: The Case of Heritage Parks". *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 1-24.
- Quan, S. and Wang, N. (2004). "Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences in Tourism". *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Rapoport, A. (1977). *Human Aspects of Urban Form: Towards a Man-Environment Approach to Urban Form and Design*. Great Britain: Pergamon Press
- Regan, C. L. and Horn, S. A. (2005). "To Nature or not to Nature: Associations between Environmental Preferences, Mood States and Demographic Factors", *Journal of Environmental Psychology*, 25, 57-66.
- Reisinger, Y. and Steiner, C. (2006). "Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism". *Current Issues in Tourism*, 9 (6), 481-498.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. Great Britain: Pion.
- Ritchie, J. R. B. and Hudson, S. (2009). "Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research". *International Journal of Tourism Research*, 11, 111-126.
- Rodaway, P. (1994) *Sensuous Geographies: Body, Sense and Place*. London: Routledge.
- Rofe, M. W. and Stein, L. (2011). "Shedding New Light on Adelaide? Intersections between Urban Design Projects and City Marketing". *Journal of Urban Design*, 16 (3), 333-350.
- Rossi, A. (1982). *The Architecture of the City*. England: MIT Press.
- Sankalia, T. (2014). "The Median Picnic: Street Design, Urban Informality and Public Space Enforcement". *Journal of Urban Design*, 19 (4), 473-495.
- Sarra, A., Zio, S. D. and Cappucci, M. (2015). "A Quantitative Valuation of Tourist Experience in Lisbon". *Annals of Tourism Research*, 53, 1-16.
- Schmitt, B. (1999). "Experiential Marketing". *Journal of Marketing Management*, 15 (1-3), 53-67.

- Schurch, T. W. (1999). "Reconsidering urban design: Thoughts about its definition and status as a field of profession". *Journal of Urban Design*, 4 (1), 5-28)
- Selby, M. (2004). "Consuming the City: Conceptualizing and Researching Urban Tourist Knowledge". *Tourism Geographies*, 6 (2), 186-207.
- Selby, M., Hayllar, B. and Griffin, T. (2009). "The Tourist Experience of Precincts". In B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards (Eds.), *City Spaces Tourist Places: Urban Tourism Precincts*. Great Britain: Elsevier, 183-202.
- Sennett, R. *Gözün Vicdanı*. (2013). İstanbul: Ayrıntı.
- Sfandla, C. and Björk, P. (2013). "Tourism Experience Network: Co-creation of Experiences in Interactive Processes". *International Journal of Tourism Research*, 15, 495-506.
- Shach-Pinsley, D., Fisher-Gewirtzman, D. and Burt, M. (2011). "Visual Exposure and Visual Openness: An Integrated Approach and Comparative Evaluation". *Journal of Urban Design*, 16 (2), 233-256.
- Sheng, C. W. and Chen, M. C. (2012). "A Study of Experience Expectations of Museum Visitors". *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Siemiatycki, M. (2015). "Mixing Public and Private Uses in the Same Building: Opportunities and Barriers". *Journal of Urban Design*, 20 (2), 230-250.
- Simonsen, K. (2012). "In Quest of a New Humanism: Embodiment, Experience and Phenomenology as Critical Geography". *Progress in Human Geography*, 37 (1), 10-26.
- Small, J., Darcy, S. and Packer, T. (2012). "The Embodied Tourist Experiences of People with Vision Impairment: Management Implications beyond the Visual Gaze". *Tourism Management*, 33, 941-950.
- Soica, S. (2016). Tourism as Practice of Making Meaning. *Annals of Tourism Research*, 61, 96-110.
- Staats, H. and Hartig, T. (2004). "Alone or with a Friend: A Social Context for Psychological Restoration and Environmental Preferences". *Journal of Environmental Psychology*, 24, 199-211.
- Suh, Y. K. and McAvoy, L. (2005), "Preferences and trip expenditures—a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea". *Annals of Tourism Research*, 26, 325-333.
- Sullivan, D., Stewart, S. A. and Diefendor, J. (2015). "Simmel's Time-space Theory: Implications for Experience of Modernization and Place". *Journal of Environmental Psychology*, 41, 45-57.
- Sumner-Boyd, H. and Freely, J. (2016). *İstanbul'u Dolaşırken*. İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Suttikun, C., Chang, H. J., Acho, C. S., Ubi, M., Bicksler, H., Komolsevin, R. and Chongsithipol, S. (2016). "Sociodemographic and Travel Characteristics Affecting

- the Purpose of Selecting Bangkok as a Tourist Destination”. *Tourism and Hospitality Research*, 0 (0), 1-1.
- Şarkaya-İçellioglu, C. (2014). “Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul’un Swot Analizi”. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 37-55.
- Tan, W. K. (article in press). “Repeat Visitation: A Study from the Perspective of Leisure Constraint, Tourist Experience, Destination Images, and Experiential Familiarity”. *Journal of Destination Marketing & Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.003>.
- Taşçı, H. (2012). “İslam ve Batı Şehrinde Kentsel Mekanın Kimlik Bileşenleri”. A. Can (Editör.). *Teori ile Pratik Arasında Mekan*, İstanbul: Şehir Düşünce Merkezi Şehir Yayınları, 55-74.
- Terkenli, T. S. (2002). “Landscapes of Tourism: Towards a Global Cultural Economy of Space?” *Tourism Geographies*, 4 (3), 227-254.
- Thill, J. C. and Sui, D. Z. (1993). “Mental Maps and Fuzziness in Space Preferences”. *Professional Geographer*, 45 (3), 264-276.
- Tonguç, S. E. ve Yale, P. (2012). *İstanbul Hakkında Her Şey*. İstanbul: Boyut.
- Tran, X. and Ralston, L. (2005), “Tourist Preferences: Influence of Unconscious Needs”. *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 424-441.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis :University of Minnesota Press.
- Tung, V. W. S. and Ritchie, J. R. B. (2011). “Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences”. *Annals of Tourism Research*, 38 (4), 1367-1386.
- Tussyadiah, I. P. and Zach, F. J. (2012). “The Role of Geo-based Technology in Place Experiences”. *Annals of Tourism Research*, 39 (2), 780-800.
- Uriely, N. (2005). “The Tourist Experience: Conceptual Developments”. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 199-216.
- Urry, J. (1985). “Social Relations, Space and Time”. In D. Gregory and J. Urry (Eds.), *Social Relations and Spatial Structures*, Houndmills, Basingstone, Hampshire and London: Macmillan, s. 20-48.
- Urry, J. and Larsen, J. (2011). *Tourist Gaze 3.0*. India: Replica Press.
- Valentine, G. (2001). *Social Geographies: Space and Society*. Essex: Pearson.
- Van Oel, C. J. and Van Den Berkhof, F. W. (2013). “Consumer Preferences in the Design of Airport Passenger Areas”. *Journal of Environmental Psychology*, 36, 280-290.

- Vidal, F. (2014). "Urban Transformation and Diffusion of Tourist Practices: Visiting Alcântara at the Turn of the Twentieth Century", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12 (2), 118-132.
- Vitterso, J., Vorkinn, M., Vistad, O. I. and Vaagland, J. (2000). "Tourist Experiences and Attractions". *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 432-45.
- Vojnovic, I., Lee, J., Kotval-K, Z., Podagrosi, A., Varnakovidia, P., Ledoux, T. and Messina, J. (2013). "The Burdens of Place: A Socio-economic and Ethnic/Racial Exploration into Urban Form, Accessibility and Travel Behaviour in the Lansing Capital Region, Michigan". *Journal of Urban Design*, 18 (1), 1-35.
- Volo, S. (2009). "Conceptualizing Experience: A Tourist Based Approach". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (2-3), 111-126.
- Vukic, M., Kuzmanovic, M. and Stankovic, M. K. (2014). "Understanding the Heterogeneity of Generation Y's Preferences for Travelling: a Conjoint Analysis Approach". *International Journal of Tourism Research*, 17, 482-491.
- Wall-Reinius, S. and Back, L. (2011). "Changes in Visitor Demand: Interyear Comparisons of Swedish Hikers' Characteristics, Preferences and Experiences". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11 (1), 38-53.
- Walmsley, D. J. and Lewis, G. J. (1993). *People & Environment: Behavioural Approaches in Human Geography*. London and New York: Routledge.
- Wentzell, N. (2008). *Improving the Measurement of Patient Safety: Development of a New Patient Safety Climate Survey*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Saint Mary's University, Halifax, Nova Scotia.
- Wickens, E. (2016). "The Consumption of Cultural Experiences in City Tourism". *Tourism and Hospitality Research*, 0 (0), 1-8.
- Wilkonson, P. (2015). *Gerçekten Bilmeniz Gereken 50 Mimarlık Fikri*. İstanbul: Domingo.
- Williams, S. and Lew, A. A. (2015). *Tourism Geography: Critical Understanding of Place, Apace and Experience*. London and New York: Routledge.
- Wu, M. Y. and Pearce, P. L. (2013). "Tourists to Lhasa, Tibet: How Local Youth Classify, Understand and Respond to Different Types of Travelers". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18 (6), 549-572.
- Xiao-Ting, H. and Bi-Hu, W. (2012). Intra-attraction Tourist Spatial-Temporal Behaviour Patterns. *Tourism Geographies*, 14 (4), 625-645.
- Xue, L., Manuel-Navarrete, D. and Buzinde, C. N. (2014), "Theorizing the Concept of Alienation in Tourism Studies", *Annals of Tourism Research*, 44, 186-199.
- Yacobi, H., Ventura, J. and Danzig, S. (2016). "Walls, Enclaves and (Counter) Politics of Design". *Journal of Urban Design*, 21 (4), 481-494.

- Yang, L. (2011). "Cultural Tourism in an Ethnic Theme Park: Tourists' Views". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9 (4), 320-340.
- Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Zakrisson, I. and Zillinger, M. (2012). "Emotions in Motion: Tourist Experiences in Time and Space". *Current Issues in Tourism*, 15 (6), 505-523.
- Zins, A. H. (2010). "Profiling and Assessing City Tourist Types". In J. A. Mazanec ve K. W. Wöber (Eds.). *Analysing International City Tourism*, Netherlands: Springer, s. 95-108.







EKLER

Ek -1. Anket Formu

1. Cinsiyetiniz

Kadın Erkek

2. Mesleki durumunuz

Yönetici İlmî meslek sahibi Kendi hesabına çalışan Vasıflı çalışan Vasıfsız çalışan

Emekli Öğrenci Çalışmıyor

3. Gelir seviyeniz

500-1500 \$ 3001-6000 \$ 10001 \$ - 10001 \$+

1501-3000 \$ 6001-10000 \$

4. Hangi milletin mensubusunuz?

Almanya İran Suudi Arabistan Irak Rusya Federasyonu Diğer..... (lütfen belirtiniz)

5. Şu anda hangi mekanda bulunmaktasınız?

Topkapı Sarayı ve çevresi Ayasofya ve çevresi Sultanahmet ve çevresi Yerebatan Sarnıcı ve çevresi

Cağaloğlu Hamamı ve çevresi Divanyolu Çemberlitaş ve çevresi Kapalıçarşı ve çevresi Beyazıt Meydanı ve çevresi

Laleli ve Aksaray Süleymaniye Camii ve çevresi Zeyrek ve Vefa Fatih Çarşamba Kariye Müzesi ve çevresi

Lütfen katılma durumunuza göre aşağıdaki ifadelere 1 ve 7 arasında bir numara veriniz.

1	2	3	4	5	6	7					
Kesinlikle Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum					
1	İçerisinde kendi yolumu bulabileceğim bir turistik mekan ı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
2	Plana daha az yer verip tesadüfî keşiflerde bulunabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
3	Risk almayacağım bir biçimde kaybolacağım bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
4	Alan ile derinlikli ilişkiler geliştirmeyeceğim bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
5	Somut ve görülebilir olan çekiciliklere odaklanacağım bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
6	Daha önceden belirlenmiş rotaları takip edeceğim bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
7	Kapsamlı bir şekilde mekanı deneyimlemektense sadece özel çekicilikleri ziyaret edebileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
8	Mola yerlerinde duraklayabileceğim bir turistik mekanı tercih ederim.				1	2	3	4	5	6	7
9	Bu mekan, şehri keşfetme sürecini başlatmak, biraraya gelmek ve kendini yönlendirmek için yeterli alanı sağlamakta.				1	2	3	4	5	6	7
10	Bu mekan, şehir deneyimini belli bir zamana sıkıştırma ve zaman ile çaba tasarrufunda bulunma konusunda uygun alanı sağlamakta.				1	2	3	4	5	6	7
11	Bu mekan, gezi esnasında kullanılan yolun açık ve tam olarak algılanması işlevlerini yerine getirmekte.				1	2	3	4	5	6	7
12	Bu mekan, gezi sonrası tanımlanabilecek ve hatırlanabilecek öğeler sunmakta.				1	2	3	4	5	6	7
13	Bu mekan, şehrin günlük yaşamına sahne olan duraklama ve mola noktaları sunmakta.				1	2	3	4	5	6	7
14	Bu mekan, hem benim, hem yerel halkın ihtiyaç ve ruh hallerinin uyumlu olduğu bir ortam sunmakta.				1	2	3	4	5	6	7
15	Bu mekan şehri, insanlarını ve şehrin tarihini daha iyi anlamayı sağlamakta.				1	2	3	4	5	6	7
16	Bu mekan, uluslararasılaşmış bir şehir merkezinin sağladığına nazaran daha ayrı bir mekan duygusunun deneyimlenmesini sağlamakta.				1	2	3	4	5	6	7
17	Bu mekan, gezi ve keşif için daha fazla özgür olunabilecek bir çevre sağlamakta.				1	2	3	4	5	6	7



Ek -1. (devam) Anket Formu

1	2	3	4	5	6	7					
Kesinlikle Katılmıyorum	Çoğunlukla Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Çoğunlukla Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum					
1	Bu mekan içerisinde kaslarımın kasıldığını hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
2	Bu mekan içerisinde başımda bir ağırlık hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
3	Bu mekan içerisinde bedenimde bir uyuşma hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
4	Bu mekan içerisinde vücudumun bazı bölgelerinde yanma hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
5	Bu mekan içerisinde midemin bulandığını hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
6	Bu mekan içerisinde kalbimin daha hızlı çarptığını hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
7	Bu mekan içerisinde içimin açıldığını hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
8	Bu mekan içerisinde yüzümde bir tebessüm hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
9	Bu mekan içerisinde hafiflediğimi hissettim.				1	2	3	4	5	6	7
10	Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler arasında bağlantı kurdum.				1	2	3	4	5	6	7
11	Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeleri analiz ettim.				1	2	3	4	5	6	7
12	Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında sonuçlara vardım.				1	2	3	4	5	6	7
13	Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında varsayımlarda bulundum.				1	2	3	4	5	6	7
14	Bu mekanda kendim, diğer özneler veya objeler hakkında ilişkiler tespit ettim.				1	2	3	4	5	6	7
15	Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde birtakım alışkanlıklarımın harekete geçtiğini duyumsadım.				1	2	3	4	5	6	7
16	Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde ırkıma, sınıfıma ve cinsiyetime yönelik yönlendirmelerin etkisi oldu.				1	2	3	4	5	6	7
17	Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde yaşadığım ve hayatımı sürdürdüğüm yerden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.				1	2	3	4	5	6	7
18	Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde aldığım eğitimden kaynaklı yönlendirmelerin etkisi oldu.				1	2	3	4	5	6	7
19	Bu mekan içerisinde yaptığım değerlendirmelerde şimdiye kadar edinmiş olduğum değerlerin etkisi oldu.				1	2	3	4	5	6	7
20	Bu mekan benim için çekici.				1	2	3	4	5	6	7
21	Bu mekan benim için etkileyici.				1	2	3	4	5	6	7
22	Bu mekan benim için eğlenceli.				1	2	3	4	5	6	7
23	Bu mekan benim için rahatlatıcı.				1	2	3	4	5	6	7
24	Bu mekan benim için heyecan dolu.				1	2	3	4	5	6	7
25	Bulduğum mekanda sunulan hizmetlerin beklentiyi karşılama düzeyi yeterli.				1	2	3	4	5	6	7
26	Bulduğum mekanda görevlilerin iletişime geçme düzeyleri yeterli.				1	2	3	4	5	6	7
27	Bulduğum mekanda görevlilerin yardımda bulunma düzeyi yeterli.				1	2	3	4	5	6	7
28	Bulduğum mekanda diğer turistler arkadaş canlısı.				1	2	3	4	5	6	7
29	Bulduğum mekandaki diğer turistler saygılı bir davranış biçimine sahip.				1	2	3	4	5	6	7

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : AVCI, Ceren
Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti
Doğum yeri : Ankara
e-posta : ceren.avci@windowslive.com

Eğitim

Derece	Eğitim birimi	Mezuniyet tarihi
Doktora	Gazi Üniversitesi/Turizm İşletmeciliği	Devam ediyor
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi/Turizm İşletmeciliği	2014
Lisans	Balıkesir Üniversitesi / Konaklama İşletmeciliği	2008

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2018-	Şırnak Üniversitesi T. ve Ot. İşlt. Y.O.	Araştırma Görevlisi
2012-2018	Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	Araştırma Görevlisi

Yabancı Dil

İngilizce- 84

Yayınlar

Avcı, C. ve Yaylı, A. (2014). Examining The Safety Behaviour With The Safety Climate And Theory Of Planned Behaviour. *International Journal of Arts & Sciences* , 7(611-624).

Avcı, C. ve Yaylı, A. (2014). *Examining The Safety Behaviour With The Safety Climate And Theory Of Planned Behaviour*, International Journal of Arts & Sciences' (IJAS) International Conference for Academic Disciplines, Venice, 2014 Venice, Italy.

Avcı, C., Çelik, S., Ertaş, Ç ve Ercan-İştin, A. (2018). *Silopi İlçesi Turizm Geliştirme Stratejileri*. Üç Ülkenin Kavşağında Uluslararası Silopi Sempozyumu, Şırnak, Türkiye.

Avcı, C., Ercan-İştin, A. ve Özgen-Çiğdemli, A. Ö. (2018). *Çevrimiçi Tüketici Yorumları: Van İlinde Faaliyet Gösteren Otelere Yönelik Bir Araştırma*, II. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi, 2018, Van, Türkiye.

- Ercan-İştin, A., Çelik, S., Ertaş, Ç. ve Avcı, C. (2018). *Silopi İlçesinin Turizm Potansiyeli. Üç Ülkenin Kavşağında Uluslararası Silopi Sempozyumu, Şırnak, Türkiye.*
- İskender, A., Avcı, C. ve Yaylı, A. (2015). Gençlerin Serbest Zaman Değerlendirme Aracı Olarak Rekreatif Faaliyetlere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(1), 36-42.
- Koç, H., Koç, B. ve Avcı, C. (2013). The Relationship Between Psychological Contracts and Organizational Justice: A Case Study in Accommodation Establishments. *American International Journal of Contemporary Research*, 3/8(51-58).
- Yaylı, A. ve Avcı, C. (2014). *İş Sağlığı ve Güvenliği Davranışı Üzerinde Etkili Olan Faktörler: 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yiyecek-İçecek Departmanı İşgörenleri Üzerine Bir Uygulama*, 15. Ulusal Turizm Kongresi Ankara
- Yaylı, A., Avcı, C. ve İskender, A. (2014). Öğrencilerin Kişisel Sosyal Kapital ve Dış Mekan Rekreatif Aktivitelere Katılım Düzeyleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(3), 12-19.
- Yaylı, A., Avcı, C. ve İskender, A. (2014). *A Case Study of Personal Social Capital and Participation in Outdoor Recreational Activities*, World Business and Social Science Research Conference Paris, France.
- Yaylı, A., İskender, A. ve Avcı, C. (2014). *A Study On Conservative Students' Participaton In Recreation Activities: A Case Study From Ankara*, 12th Asia Pasific Chrie (APacCHRIE) Conference 2014 Kuala Lumpur, Malesia.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

