



# Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği

*Investigation of User Continuity in the Context of the Sense of Belonging, Urban Identity and Urban Conservation Interaction: The Case of Kadıköy-Moda*

Aylin ŞENTÜRK,<sup>1</sup> Nuran Zeren GÜLERSOY<sup>2</sup>

## ÖZ

Kentsel korumada kullanıcıların yaşadıkları mekan ile kendilerini bağdaştırmaları bu mekan ile aralarında bir bağ kurmaları oldukça önemlidir. Bir başka ifade ile birey kendisini yaşadığı yere ait hissetmelidir. Aidiyetin kurulacağı mekanın özgün bir kimliğinin olması ise bu iki yönlü ilişkinin daha güçlü olmasını sağlamaktadır. Bireyin mekanda yaşama süresindeki artışın bu ilişkiler bütününe pozitif bir katkı sağladığı öngörülmektedir. Bu nedenle çalışma yaşam süresi, aidiyet, kentsel kimlik ve kentsel koruma sürecinin etkileşimi üzerine kurgulanmıştır. Bu çalışmada öncelikle kullanıcıların aidiyet, kentsel kimlik ve kentsel koruma algısı araştırılmış, daha sonra yaşam süresinin ayrı ayrı aidiyet, kentsel kimlik ve kentsel koruma sürecine katkısı incelenmiş; aidiyet, kentsel kimlik ve kentsel koruma kavramlarının birbirlerini nasıl etkilediği istatistiksel yöntemlerle ortaya konmaya çalışılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Aidiyet; kent kimliği; kentsel koruma.

## ABSTRACT

*In urban conservation, it is essential for users to relate themselves to the place they live in and to establish a connection with that space. In other words, individual should have sense of belonging towards the living space. Having unique identity of the place where identity is to be established makes this bilateral relationship stronger. It is foreseen that the increase in the living time of the individual in a specific place has a positive contribution to these relations. For this reason, the research is based on the interaction of living time, sense of belonging, urban identity and urban conservation. The perception of the sense of belonging, urban identity and urban conservation are examined initially and then the contribution of living time to sense of belonging, urban identity and urban protection process are separately investigated. By using statistical methods have been tried to show how the concepts of sense of belonging, urban identity and urban conservation affect each other.*

**Keywords:** Sense of belonging; urban identity; urban conservation.

<sup>1</sup>İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlaması Anabilim Dalı, İstanbul

<sup>2</sup>İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İstanbul

**Başvuru tarihi: 07 Eylül 2018 - Kabul tarihi: 04 Ekim 2018**

**İletişim:** Aylin ŞENTÜRK. e-posta: aylin\_senturk@hotmail.com

© 2019 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi - © 2019 Yıldız Technical University, Faculty of Architecture

## Giriş

Sosyal ekosistem içinde birey, topluluk ile etkileşime geçtiği andan itibaren kendi alanını aramaya ve devamlılığını sağlayabilmek için varlığını, kimliğini yeniden inşa edebileceği yeri yaratmaya çabalamıştır (Cresswell, 2004).

Bir 'mekanın' 'kent' olarak tanımlanması uzun bir zaman dilimi içerisinde gerçekleşmektedir. Bu süreç içerisinde, kentin coğrafi içeriği, kültürel düzeyi, mimarisi, yaşam biçimi ve tarihsel geçmişi kenti oluşturan, biçimlendiren unsurlardır (Relph, 1976).

II. Dünya Savaşı'nın ardından, zarar gören tarihi kentlerin yeniden yaşayan alanlar haline getirilmesi, savaşın izlerinin mekanlardan ve toplumların belleğinden silinmesi çabaları (Gülersoy Zeren ve Gürler, 2011), koruma ile kentsel kimliği paralelleştiren yaklaşımların gelişmesine neden olmuştur. Koruma bu dönemde, "ulusal kimliği tanımlayacak" ve "ulusal bilinci sağlayacak" bir araç olarak görülmeye başlanmış ve savaşın izlerini silme gayreti ile gelişen, "kültürel bellek", "ulus kimlikler" ve "kimlik bilinci" kavramları koruma kavramı ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır (Winkler, 1993).

Kentsel kimliği etkileyen diğer önemli unsurlarsa, küreselleşme ve küreselleşmenin neden olduğu kentsel rekabettir. Bu unsurlar tarihi alanların plansız, hızlı ve sağlıklı bir şekilde işlev değişimi baskısı altında kalmasına, kimliklerinin zaman ve mekânda algılanabilirliklerinin kaybolmasına neden olmaktadır (Heritage Led Regeneration- Delivering Good Practice Göteborg Declaration, 2005).

İşlev değişikliği ile bağlantılı olarak; tarihi alanlarda yapıların sık kullanıcı değiştirmesi, kullanıcının alana duyduğu aidiyet hissi ile birlikte yapıyı ve alanı sahiplenme hissini de azaltmaktadır. Bu durum tarihi yapıların zarar görmesine, alan bütünündeki sosyal, kültürel ilişkilerin zayıflamasına neden olmakta ve koruma süreci için bir sorun teşkil etmektedir (Gündüz ve Erdem 2010). Bu nedenledir ki mekânın kullanıcılarının yaşadıkları alana kendilerini ait hissetmeleri oldukça önemlidir.

Soyut bir kavram olan aidiyet duygusu insanın temel gereksinimlerinden biri olup, bu gereksinim yerine getirilmediğinde bireylerde yalnızlık duygusunun arttığı ya da anti-toplumsal davranışların geliştiği görülmektedir (Maslow, 1954). Bireyin aidiyetini oluşturan nitelikler; etki, duyu, duygu, algı, deneyim, eylem ve davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Altman ve Low, 1962).

Aidiyetin fizik mekândan bağımsız sadece bireysel bir algı üzerinden değerlendirilmesi 1970'ler ile birlikte eleştiri noktası haline gelmeye başlamıştır. Aidiyet kültürünün oluşması için öncelikle ait olunacak bir yerin gerekli olduğu ve bu yerin bireysel aidiyet duygusu ve mekansal aidiyet kurulumundaki önemi vurgulanmıştır (Schulz, 1985; Pretty, 2003).

Fizik mekan ve aidiyet ilişkisine odaklanan çalışmalar incelendiğinde kentsel dönüşüm, soylulaşma, kentsel yenileme uygulamaları bağlamında ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmalarda genellikle fizik mekanın bireyi nasıl etkilediğine odaklanılmış, bireyin fizik mekan üstündeki etkisine temellenen çalışmalar ise kısıtlı kalmıştır (Tweed, Sutherland, 2007; Sekor, 2008; Ragab, 2011).

Bir doktora araştırmasına dayanan bu çalışmada, aidiyet ve kent kimliği ilişkisi koruma bakış açısından ele alınmaktadır. Çalışmanın özgünlüğü ise aidiyet ve kent kimliğine ilişkin bireysel yaklaşımların fiziksel mekan üzerindeki etkisine odaklanıyor olmasıdır. Araştırmada bireysel algı farklılığı mekânda yaşayanların, yaşam süreleri üzerinden incelenmektedir.

## Kentsel Korumada Aidiyet ve Kent Kimliği İlişkisi

İnsan, var oluşu ile bir yere sahip olmaz tam tersine kendine ait mekânı oluşturur (Pretty, 2003). Fizik mekan sahip olduğu doğal ya da insan kaynaklı yapılandırma aracılığıyla, bireye aidiyet duygusu verir ve bu duygu ile de insan yaşadığı yere karşı bireysel farkındalık oluşturur (Enachea ve Craciun, 2013).

Aidiyetin mekânla ilişkisinin kurulmasını kapsayan araştırma literatüründe alt kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar yerin ruhu, yere bağlılık, yerin kimliği, yere bağımlılık ve yerin kimliği olarak sıralanmaktadır. Bu kavramların bilişsel, duygusal ve davranışsal tepkiler olarak tanımlanan genel bir tutum çerçevesinde organize edilebilirliği savunulmaktadır. Bu bakış açısıyla yer bağıllığı, yer bağımlılığı ve yer kimliği gibi kavramlar sırasıyla duygusal, davranışsal, bilişsel, değişkenler olarak görülebilmekte ve bu şekilde daha iyi anlamlandırılmaktadır (Jorgensen ve Stedman, 2001).

Yerin ruhu (Spirit of place) insan toplulukları çevresinde organize olan zihnin, duyguların ve eylemlerin bir bütünü temsil etmektedir. Bu nedenle yerin ruhu aslında kentsel korumada korunacak değerlerin bütünü temsil etmektedir. Schulz (1985), bu kavramı çevresel bir karakter oluşturan renk, doku ve şekile sahip olan somut şeylerin tümü olarak tanımlamıştır. Relph (1976)'e göre yerin ruhu, coğrafi konum, anlam, düzen, gizem ve kapalılık gibi her türlü öznel nitelikleri kapsamaktadır. Soyut bir perspektiften bakıldığında ise kişinin çevresini tanımlama ve tanımlanabilir bir yerde olma ihtiyacıdır.

Yere bağımlılık (Place dependence) belirli nedenlerden dolayı orada yaşamayı sürdürme zorunluluğudur. Brown da (1987) çeşitli amaçlara ulaşmaktan doğan yer bağıllıklarını, yer bağımlılığı olarak ifade etmiştir. Bu nedenler söz konusu yere göre değişmekle birlikte, temelde iki bileşenle açıklanır. Bunlardan ilki çevrenin nitelikleri, ikincisi diğer toplumlar ve alternatiflerle kişisel karşılaştırmalardır (Mc Andrew, 1998; Pretty vd., 2003). Yer bağımlılığının en te-

mel ilgi alanı fonksiyondur ve bu kavram, genel anlamda fonksiyon üzerinden çalışılmıştır. Bireylerin yaşam fonksiyonu çalışma fonksiyonu ilişkisi yer seçim kararlarını etkileyen en önemli ilişkilerden biri olarak bilinmektedir.

Yere bağlılık (Place attachment) fiziksel çevreden çok, o çevrede oluşan güçlü sosyal ilişkiler ile zaman içinde oluşan bir yer bileşenidir (Jorgensen, 2001). Eğer bir yerleşimde anlamlı sosyal ilişkiler oluşuyorsa, paylaşılan anlamlı deneyimler de vardır. Mesch ve Manor (1998), komşuluk ve arkadaşlık ilişkileri ne kadar kuvvetli ise o yere aidiyetin de o kadar kuvvetli olacağını kanıtlamaktadır. Hidalgo ve Hernandez (2001) de bu savı doğrulamakta ve aktif sosyal ilişkileri olan bireylerin ev, mahalle ve şehir gibi üç fiziksel ölçekte de güçlü yer bağlılığı olduğunu ifade etmektedir. Paylaşılan anlamlar ve sosyal aidiyetin yanı sıra o “yer” de yaşama süresinin uzunluğu da yer bağlılığını etkilemektedir (Gustafson, 2009). Eve ve topluluğa yönelik bağlılık ile ilgili farklı çalışmalara ve ilgili literatüre bakıldığında; bir yer ile kurulan duygusal bağ, orada yaşama süresi uzadıkça artış gösterebilmektedir (Williams, 2003).

Birey ya da grup, aidiyet hissettiği toprağı korur ve şekillendirir. Bu şekillendirme, topluma ait zevk, alışkanlık ve atılımlar ile gerçekleşir. İnsanlar, kendilerini yansıtan ve kendilerini temsil eden eklemeler yaptıkları yerlere kendilerini bağlı hissederler, kendilerini o yerin bir parçası olarak görürler (Harris, 1996). Buna paralel olarak, kendilerini o yerde güvende ve rahat hisseder, o yeri korur ve ona anlam yüklerler (Brown, 2003; Hidalgo, 2001; McAndrew, 1998; Hay, 1998). O yerde yaşama süresi, o yerin nasıl kullanıldığı, yere bağlılık hakkında önemli veriler ortaya koyar. Bir yere bağlanma; koruma ve orası hakkında kaygı duyma hislerini içinde barındırmaktadır. Bu nedenle de, yaşadığı yere güçlü bir bağ ile bağlı olanlar, o yerin değişimine karşı bir tutum sergilemektedir (Vorkin, 2001).

Yer kimliği (Place identity), bireysel kimliğin farklı boyutlarının fiziksel çevre ile bilinçli, bilinçsiz fikirler, inançlar, tercihler, duygu, değer, amaç ve davranışsal eğilimler aracılığı ile ilişkilendirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Yer kimlik öğeleri, sosyal sembol ve sosyal anlamlar ile açıklanırken, ayırt edicilik, süreklilik, öz saygı ve kendine yararlı olma gibi kimlik prensipleri ile de ilişkilendirilmiştir. Aidiyet literatüründe yer kimliği, aidiyet kurulumunun fiziksel ayağını oluşturan, aidiyet kurulan mekanın tanımlayan kavram olarak ele alınmaktadır. Ancak aidiyetin kentsel kimlik ve kentsel koruma süreci ile ilişkisinin tartışıldığı bu çalışmada kent kimliğinin biraz daha açıklanması gerekmektedir.

Kevin Lynch’in 1960 yılında yayınladığı kent imgesi kitabı döneminde kent kimliği çerçevesinde üretilmiş en önemli yayın olarak kabul edilmiştir. Lynch, kimliği bir objenin diğer objelerden farklı ve özgün olma durumu olarak açıklamakta ve kimliğin, hiçbir şeyle eşit olmadığını, tek, biricik olduğunu savunmaktadır. Kent imgesi kitabında ‘Her kent-

linin kentin bazı kısımları ile uzun bir münasebeti olmuştur ve ona ilişkin kendi imgesi hatıra ve anlamlarla yüküdür.’ demektedir. Bir mekanın her bireyde farklı olan algısı gibi her kentin de farklı bir kimliğe sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu nedenle kentin sadece kendi içinde değil, kentlilerin gözünden de değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir (Lynch, 1960).

Benzer şekilde Relph (1976)’de kimliğin anlamını insanların yer üzerindeki deneyimlerini inceleyerek açıklamaktadır. İnsanların temel davranışları üzerine araştırma yapan Relph’e göre bir yerin kimliği, büyük ölçüde insan düşünceleri, davranışları ve deneyimlerine bağlı olarak oluşur.

Prohansky, Fabian ve Kaminoff (1983), kentin kimliğini kişiselleştirmiş araştırmacılarıdır. Kişiselleştirdikleri kentsel kimliği, anıların, düşüncelerin, yorumlamaların, fikirlerin ve özelleşmiş bazı fiziksel yerleşmeler hakkındaki duyguların bir derlemesi olarak tanımlarlar. Yerin kimliğini, bir anlamda yerin sahip olduğu kimlikten dolayı bir ait olma duygusu olarak nitelendirirler.

Carter vd, (2007)’de yerin ana kimliğinin, bireylerin davranışları ve kendi kimlikleri, duygularıyla da kolektif bir grup içindeki ait olma duyguları, bir yere bağlı davranışları ve performansları sürecinde çevrenin insanları etkilemesi ile güçlü bir anlam kazandığını belirtir. Kimlik, belli bir alanın sahip olduğu doğal ya da insan kaynaklı yapılandırma aracılığıyla, kendisine aidiyet duygusu veren, yaşadığı yerin bireysel farkındalığını oluşturur (Enachea ve Craciun, 2013).

### **Aidiyet ve Kent Kimliği Kavramlarının Bir Arada Ele Alındığı Yöntemsel Yaklaşımlar-Yer Bağlılığı Teorisi (Place Attachment Theory)**

Aidiyet ve kent kimliği ilişkisinin araştırıldığı çalışmalarda nicel çalışmalara ağırlık verilmiştir. Bu alanda yapılan ilk çalışmalar aidiyet ve kent kimliğini oluşturan değişkenlerin birbirlerine olan etkisinin ölçümü üzerine kurgulanmıştır. Yapılan araştırmaların sonuçlarına göre aidiyetin ikamet süresi, cinsiyet ve gelir seviyesi gibi etmenlerle doğrudan bağlantılı olduğu saptanmıştır (Riger ve Lavrakas, 1981).

Bu araştırmalarda; aidiyet ve cinsiyet ilişkisinde kadın ve erkek arasında farklılıklar olduğu, kadınların yer aidiyetinin duygusal, erkeklerin aidiyetinin ise işlevsel olarak geliştiği, ikamet süresi ile aidiyet arasında doğru, gelir seviyesi ile aidiyet arasında ters orantılı bir ilişki olduğu kanıtlanmıştır (Riger ve Lavrakas, 1981; Taylor vd., 1985).

Ev sahipliği ve aidiyet arasında da doğru orantılı bir ilişki olduğu tanımlanmıştır (Riger ve Lavrakas, 1981; Taylor vd., 1985). Bu ölçümler mekan bazlı duygularla ilgili bilgi vermektense çok, pozitif bağların yerle ilgili; yerinde kalma isteği, oraya bir ev satın almak, yerel isimleri yatkınlık veya komşularla yakın ilişki kurmak gibi belirli davranışlara yol açtığı varsayımı üzerine temellenmiştir. Bu nedenle aidiyet ölçümünde destekleyici ölçümler olarak kullanılmaktadır.

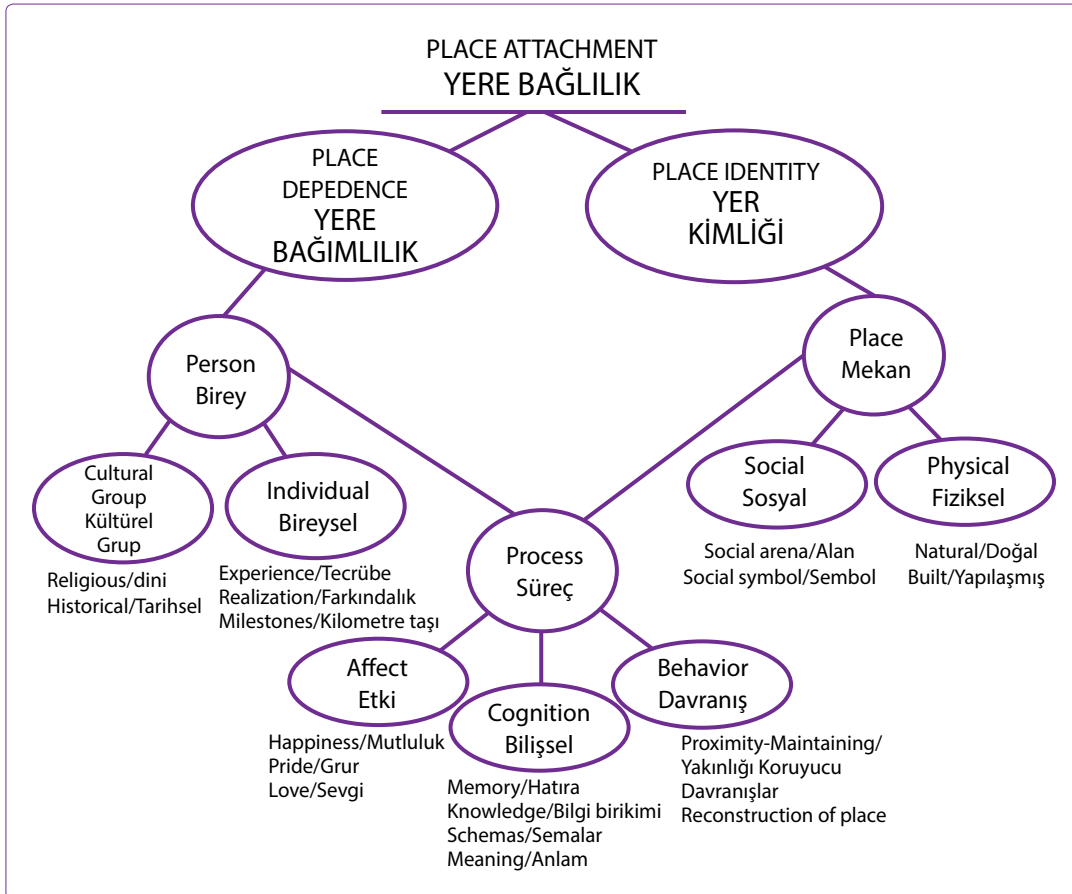
2000'li yıllara gelindiğinde ise bu değişkenler bir teori çerçevesinde toplanmıştır. Scannell ve Gifford tarafından 2010 yılında hazırlanmış olan aidiyet-yer bağlılığı teorisi günümüzde de kabul gören bir teoridir. Yer bağlılığı teorisinin üç ana bileşeni vardır. Bu bileşenler Şekil 1'de detayları görülen aidiyet kuracak birey, aidiyetin kurulduğu mekan ve bu birey ve mekan arasındaki aidiyetin kurulacağı süreçteki ruhsal yaklaşımdan oluşmaktadır. Uluslararası literatürde konu kapsamında geliştirilen en kabul görmüş teoridir. Bu teoriye temellenen çeşitli ülkelerde farklı versiyonlardaki çalışmalara rastlamak mümkündür. ABD'de yapılan çalışmalar (Payton, 2003), Avustralya (Brown ve Raymond, 2007) ve Norveç (Kaltenborn ve Williams, 2002; Williams ve Vaske, 2003; Vaske ve Kobrin, 2001). Söz konusu bu çalışmalarda genellikle kapsamlı anketler kullanılmaktadır. Bu anket sorularında doğrudan aidiyeti sorgulayan sorular olduğu kadar dolaylı yoldan sorulan sorularla da karşılaşmak mümkündür.

Shamai ve Ilatov (2005) "sizin yerleşim alanınıza / bölgenize / ülkenize bağlanma seviyeniz nedir?" sorusunu sormuş, Gustafson (2009) ise sorduğu "Ait olma duygunuzun kuvveti ve mekanda kalma isteğinin yoğunluğunu nedir?" sorusu ile ait olma duygusunun kuvvetini ve mekanda kalma isteğinin yoğunluğunu araştırmıştır. Mesh ve Manor

(1998), sorularını mahallede yaşamaktan gurur duymak, mahalleden taşınırsa üzülecek olmak ve bir sonraki yıl taşınma planı yapıyor olmak şeklinde üç başlıkta toplamıştır. Çalışmalarda farklı sorularla da olsa temelde bireyin farklı ölçeklerdeki aidiyet duygusu sorgulanmaya çalışılmıştır.

### Alanda Yaşam Süresinin Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Üzerindeki Etkisi: Kadıköy Moda Örneği

Bu çalışmada, aidiyet, kentsel kimlik ve kentsel koruma arasındaki ilişkinin nasıl şekillendiği ve bu ilişkide kullanıcının yani alanda yaşayanların yaşam sürelerinin etkisinin nasıl olduğu araştırılmıştır. Bu amaçla İstanbul içinde özgün kentsel kimliği olan, farklı yaşam sürelerine sahip kullanıcıların bir arada bulunduğu ve en önemlisi anıtsal yapıların, tescilli sivil mimarlık örneklerinin yer aldığı, korunması gereken tarihsel bir alanda bir sına ve değerlendirme yapılmıştır. Belirlenen kriterlere en uygun alanlardan biri olarak Kadıköy İlçesi'nde yer alan 'Moda' çalışma alanı olarak seçilmiş ve Moda çalışma alanı Şekil 2'de görüldüğü gibi Caferaga Mahalle sınırları ile sınırlandırılmıştır. Moda tarihi kimliğini oluşturan yapı tipolojisini koruyabilmesi açısından da önemli bir çalışma alanıdır. Bu yapıların yoğunlaştığı bir sokak dokusu Şekil 3'de görülmektedir.



Şekil 1. Yer bağlılığı teorisi (Place attachment theory), (Scannell ve Gifford, 2010).





Şekil 2. Moda Bölgesi- Caferaga Mahallesi çalışma alan sınırı, 2018.



Şekil 3. Moda sivil mimari örnekleri, 2018.

### Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın 6850 kişilik ana kitlesi, 2017 yılı verilerine göre 23977 olan Caferaga mahallesi nüfusunun İstanbul için TÜİK tarafından belirlenen hane halkı büyüklüğüne 3,5 bölünmesi sonucu elde edilmiştir. Çalışmanın güven düzeyi %95, güven aralığı 10 kabul edilmiş ve gerekli minimum örneklem büyüklüğü 95 olarak hesaplanmıştır. Bu veriler ışığında alanda 100 anket gerçekleştirilmesine karar veril-

miştir. Ankete katılan 25 kişi ile de derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Anket soruları hane halkı özellikleri, alanda yaşam süresi, aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma olmak üzere beş başlıkta kurgulanmıştır. Hanehalkı soruları ile söz konusu kullanıcıların profilleri ortaya konmuştur. Çalışmanın temel hipotezlerinden biri kullanıcının mekandaki yaşam süresi ne kadar uzunsa, kullanıcının aidiyet, kimlik ve koruma iliş-

kisinin o kadar güçlü olacağı yönündedir. Bu nedenle anket çalışmasına katılan kullanıcıların Türkiye, İstanbul, Moda ve konutlarında kaç yıldır yaşadıkları sorulmuştur. Verilen cevaplar 0-5 yıl, 6-20 yıl, 21-50 yıl ve 50+ yıl olmak üzere dört grupta değerlendirilmiştir.

Aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma başlıklarında her kavramı ölçmeye yönelik ifadeler hazırlanmış ve 5'li likert ölçeğine göre değerlendirilmesi istenmiştir. Bu üç kavramdaki her ifade öncelikle aldıkları puana göre incelenmiş sonra kendi içinde anlamlı kaç grup oluşturduğunu anlamak için kümelenme analizine tabi tutulmuştur. Daha sonra ifadeler yaşam süresine göre incelenmiş bu noktada Anova analizinden yararlanılmıştır.

Son aşamada ise yaşam süresi, aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma arasındaki ilişki korelasyon ve path model analizleri ile ortaya konmuştur.

#### Moda'daki Kullanıcı Profili ve Yaşam Süreleri

Anket yapılan 100 kişinin hane halkı özellikleri incelendiğinde öncelikli olarak cinsiyet dağılımının mahalle geneline benzerlik gösterdiği görülmektedir. Mahalledeki kadın nüfusu %56 iken anket yapılan kişilerde bu oran %53'ür. Erkek nüfusu ise mahalle genelinde %44, anket yapılan kişilerde %47'dir. Mahalledeki eğitim düzeyi oldukça yüksektir. 50 üniversite, 16 yüksek lisans ve doktora mezunu olmak üzere toplam 69 kişi üniversite ve üstü eğitim seviyesine sahiptir. 6 üniversite, 6 yüksek lisans doktora öğrencisi olmak üzere toplam 12 kişi üniversite ve üstü eğitim görmektedir. Anket yapılan kişilerin doğum yerlerine bakıldığında 52 tanesi İstanbul doğumludur. Bunu 7 kişi Ankara, 5 kişi İzmir ve 4 kişi Bursa olarak takip etmektedir. Anket yapılan 48 kişi çalışırken, 36 gibi bir çoğunluğunu emeklilerin oluşturduğu 47 kişi çalışmamaktadır. 5 kişi ise iş aramaktadır.

Kullanıcıların Türkiye, İstanbul, Moda ve konutlarında kaç yıldır yaşadıkları 0-5 yıl, 6-20 yıl, 21-50 yıl ve 50+ yıl olmak üzere dört grupta değerlendirilmiştir. Tablo 1'de bu dağılım görülmektedir.

Ankete katılan kullanıcılar içinde Türkiye ve İstanbul'da 0-5 yıldır yaşayanların hiç olmaması, alanı tanımayan kullanıcılarla anket gerçekleştirilmediğini ortaya koyması açısından önemlidir. Moda'daki kullanıcıların her dört grupta da birbirine yakın sayılarda yer alıyor olması, süre bazlı

analizler için önemlidir. Moda ve konuttaki yaşam süreleri incelendiğinde, kullanıcıların konutlarını değiştirme durumunda kalsalar da yine Moda'da yer seçmekte oldukları görülmektedir.

#### Moda'da Yaşama Süresi ve Aidiyet Duygusu Arasındaki İlişki

Anket kapsamında aidiyet duygusunun ölçüldüğü 19 ifade sorulmuş, her ifadenin 5'li likert ölçeğine göre numaralandırılması istenmiştir. Tablo 2'de her ifadenin Moda'da yaşam süresine göre 4 farklı grup ve genel ortalaması görülmektedir. 19 ifade içerisinde aidiyet duygusunun en net sorgulandığı ifade 'Kendimi Moda'ya ait hissediyorum'dur. Bu ifadeye verilen cevaplarda, her grubun 4 ve üzeri aidiyet seviyesine sahip olduğunu görülmektedir. Bu nedenle Moda'da oturan kullanıcılar kendilerini Moda'ya ait hissetmektedir denilebilmektedir. Yaşam süresi arttıkça aidiyet seviyesinin de artacağını iddia eden bu çalışmada sonuçlar bu perspektif ile incelendiğinde yaşam süresi ile doğru orantılı olarak değer 4,14'den 4,80'e yükseldiği görülmektedir. 4,40 ortalamaya sahip olan bu sorunun 50+ üstü kullanıcılar tarafından 4,80 alıyor olması da hipotezi doğrular bir değerdir.

Güven duyulmayan bir yere ait hissetmek oldukça güçtür bu nedenle bir diğer önemli ifade de 'Kendimi Moda'da güvende hissediyorum' ifadesidir. Bu ifadeye verilen cevaplar incelendiğinde, yine her grubun 4 ve üzeri değere sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle Moda'da oturan kullanıcılar kendilerini Moda'da güvende hissetmektedir denilebilmektedir. Yaşam süresi ile ilişkili olarak değerlerin 4,43 ve 4,58 arasında değiştiği görülmektedir.

Diğer ifadeler de bu şekilde incelenmiş ve bir ifade hariç diğer ifadelerin tümünde yaşam süresi ve aidiyet duygusu arasında doğru orantı olduğu tespit edilmiştir. Yaşam süresi ve aidiyet arasında doğru orantının gözlenmediği tek ifade ise 'Moda'daki komşuluk ilişkileri istediğim gibi' ifadesidir. Ortalama değeri 3,38 olan bu ifadenin yeni kullanıcılardaki değeri daha yüksektir. Yapılan görüşmelerde yeni kullanıcıların 'komşuluk' algısı ile eski kullanıcıların 'komşuluk' algısının ve beklentilerinin farklı olduğu tespit edilmiştir. Özellikle eski kullanıcının Moda'nın eski yaşantısını temel alıyor olması nedeni ile bu ifadeye düşük puan verdikleri anlaşılmıştır. Moda'nın sosyal kimliğini oluşturan komşuluk ve dayanışmanın önceki yıllarda akraba ilişkilerinden bile güçlü olduğuna değinen eski kullanıcılar, yeni gelen kullanıcılarla bu sürecin değişime uğradığından da şikâyetçi olduklarını dile getirmişlerdir. Bu nedenle bu ifade de yeni kullanıcıların yüksek değere sahip olması şaşırtıcı bir sonuç değildir. Nitekim 'Moda'da anahtarımı bırakabileceğim insanlar var' ifadesine yine en yüksek puanı uzun süreli kullanıcılar vermişlerdir. Aynı zamanda 'Moda'da yaşayan akrabalarım var' ifadesi 2,41 gibi düşük bir değer almıştır. Bu iki ifade bir arada ele alındığında akrabaları olmasa da anahtar bı-

**Tablo 1.** Kullanıcıların Türkiye, İstanbul, Moda ve konutlarındaki yaşam süreleri

Yaşam süresi	Konut	Moda	İstanbul	Türkiye
0-5 yıl	26	21	0	0
6-20 yıl	35	25	27	7
21-50 yıl	20	24	34	42
50+yıl	19	30	39	51

**Tablo 2.** Aidiyet sorularının dört farklı gruptaki değerleri

Aidiyet	Moda'da 0-5 yıldır yaşayanlar		Moda'da 6-20 yıldır yaşayanlar		Moda'da 21-50 yıldır yaşayanlar		Moda'da 50+ yıldır yaşayanlar		Toplam	
	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s
Kendimi Moda'ya ait hissediyorum	4,14	0,85	4,16	0,80	4,38	1,24	4,80	0,48	4,40	0,90
Kendimi Moda'da güvende hissediyorum	4,43	0,68	4,16	0,80	4,58	0,88	4,53	0,78	4,43	0,79
Moda'ya geldiğimde kendimi mutlu ve rahat hissediyorum	4,43	0,68	4,12	0,83	4,71	0,86	4,83	0,38	4,54	0,74
Moda en çok yaşamak istediğim yer	3,90	1,00	3,80	1,00	4,29	1,16	4,83	0,38	4,25	0,99
Uzun süre Moda'dan ayrı kalınca özlem duyuyorum	4,00	0,84	3,84	1,07	4,04	1,33	4,67	0,80	4,17	1,06
Çocuklarımın da Moda'da yaşamasını isterim	4,00	0,89	4,16	0,94	4,25	1,33	4,60	0,86	4,28	1,03
Yakın zamanda Moda'yı korumak için yapılan bir etkinliğe katıldım	2,62	1,32	2,40	1,38	2,88	1,70	2,87	1,70	2,70	1,54
Moda'da yapabildiklerimi yapabileceğim başka bir yer yok	2,86	0,96	3,12	1,13	3,29	1,27	4,07	1,17	3,39	1,22
Sevdiğim şeyleri Moda'da yapmak başka bir yerde yapmaktan daha önemli	3,24	1,14	3,36	1,25	3,96	1,08	4,53	0,73	3,83	1,16
Kendimi Moda'daki doğal ve fiziksel hayatın bir parçası hissediyorum	3,95	0,80	3,56	1,19	4,33	0,96	4,63	0,67	4,15	1,00
Moda'lı olmak benim bir parçam	3,62	0,92	3,72	1,14	4,21	0,83	4,80	0,41	4,14	0,96
Moda benim kim olduğumla ilgili çok şey söylüyor	3,29	1,19	3,16	1,25	4,17	1,13	4,80	0,41	3,92	1,22
Moda'daki sosyal hayatın bir parçasıyım	4,05	0,86	3,56	1,16	4,04	1,20	4,63	0,56	4,10	1,03
Moda'da yaşadığım için kendimi diğer insanlardan üstün hissediyorum	2,57	1,50	2,32	1,35	3,00	1,64	3,87	1,33	3,00	1,56
Moda ile duygusal bir bağım var	3,81	1,12	3,76	1,13	4,50	0,72	4,63	0,85	4,21	1,03
Moda dışında tercih edebileceğim daha iyi yerler var	2,86	1,11	2,68	0,85	2,54	1,50	1,77	0,97	2,41	1,19
Moda'daki komşuluk ilişkileri istediğim gibi	3,62	0,80	3,48	1,19	3,17	1,24	3,30	1,15	3,38	1,12
Moda'da oturan akrabalarım var	1,81	1,25	2,20	1,41	3,00	1,77	2,53	1,87	2,41	1,65
Moda'da anahtarımı bırakabileceğim insanlar var (kapıcı hariç)	3,43	1,54	3,84	1,14	3,83	1,31	4,60	0,86	3,98	1,26

rakabilecek kadar komşularına en çok güven duyanlar yine uzun süreli kullanıcılarıdır.

'Yakın zamanda Moda'yı korumak için yapılan bir etkinliğe katıldım' ifadesine verilen cevapların ortalaması 2,70 gibi düşük bir değere sahiptir. Aidiyeti bu kadar güçlü bir toplumun koruma sürecinde aktif rol oynama konusunda çekingen davranıyor olması yapılan görüşmelerde sorgulanmıştır. Cevaplarda sık sık idareye duyulan güvenin sarsılmış olduğundan bahsedilmiştir. Ancak yine de 21-50 yıldır Moda'da yaşayanlar ve 50+ yıldır Moda'da yaşayanların verdikleri cevapların 2,88 ve 2,87 gibi ortalamasının üstünde olduğu görülmektedir.

'Moda'daki sosyal hayatın bir parçasıyım' ifadesinde ortalama değer 4,10'dur. En yüksek değeri 4,63 ile yine en uzun süreli kullanıcılar vermişlerdir. Ancak ikinci sırada 4,05 ile diğer ifadelerden farklı olarak 0-5 yıllık kullanıcılar yer almaktadır. Bu durum Moda'nın kimliği ile de oldukça ilişkilidir. Yapılan görüşmelerde Moda'nın sosyal hayata ilişkin imkanlarının oldukça fazla olması, bir çok donatıya kısa sürede ulaşılabilir olması burada yaşam tercih nedenlerinin başında gelmektedir. Bu nedenle yeni kullanıcıların bu hayatın içinde yer almak için daha yüksek bir motivas-

yonunun olması beklenen bir durumdur. Ayrıca uzun süreli kullanıcıların yaş ortalamasının kısa süreli kullanıcıların yaş ortalamasından yüksek olduğu düşünülürse sosyal aktivitelerde genç nüfusun daha fazla katılması yaş ile ilişkili olarak beklenen bir sonuçtur.

Sonuç olarak anket çalışması kapsamında sorulan ifadeler verilen puanların ortalaması üstünden genel eğilimin yüksek aidiyet yönünde olduğu söylenebilmektedir.

Söz konusu kullanıcıların kendi içinde nasıl bir gruplaşmaya sahip olduğunu anlamak için 0,843 gibi yüksek bir güven düzeyindeki sonuçlar kümelenme analizine tabi tutulmuş ve anlamlı iki grup olduğu tespit edilmiştir. Bu iki grubun aidiyet oranları incelenmiş ve her iki grubunda aidiyet seviyelerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Her soru bu kez bu ayrılan dört grup üzerinden incelenmiştir. Bu sayede genel anlamda kanıtlanan hipotezin her soru için geçerli olup olmadığı ortaya konulmak istenmiştir. Aidiyet kapasımında sorulan 19 soru 4 farklı yaşam süresine göre hem soru bazında hem de genel olmak üzere iki kez Anova analizine tabi tutulmuştur. Genel analiz sonucunda Tablo 3'de görüldüğü gibi ortalama aidiyet değeri 3,7 çıkmıştır. Ortalama üzerindeki değerlerin hangi yaşam süresi



**Tablo 3.** Alanda yaşam süresine göre aidiyet duygusu

Moda'da yaşama süresi	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Ortalama	95% Ortalama Güven Aralığı		Minimum	Maximum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
0-5	21	3,5063	,51258	,11185	3,2729	3,7396	2,68	4,42
6-20	25	3,4421	,60583	,12117	3,1920	3,6922	1,89	4,68
21-50	24	3,8509	,60403	,12330	3,5958	4,1059	1,63	4,89
50+	30	4,1737	,35351	,06454	4,0417	4,3057	3,58	4,79
Toplam	100	3,7732	,59690	,05969	3,6547	3,8916	1,63	4,89

**Tablo 4.** Benzer özellik gösteren aidiyet sorularının gruplandırılması

Aidiyet	Faktörler			
	Yerin ruhu	Yere bağlılık	Yere bağımlılık	Yer kimliği
Moda benim kim olduğumla ilgili çok şey söylüyor	,831	,288	,221	,174
Moda'da yaşadığım için kendimi diğer insanlardan üstün hissediyorum	,778	,026	-,051	,237
Moda'daki sosyal hayatın bir parçasıyım	,683	,347	,167	-,214
Sevdiğim şeyleri Moda'da yapmak başka bir yerde yapmaktan daha önemli	,673	,116	,421	,323
Kendimi Moda'daki doğal ve fiziksel hayatın bir parçası hissediyorum	,645	,490	,201	-,135
Moda ile duygusal bir bağım var	,620	,327	,335	-,248
Moda'lı olmak benim bir parçam	,608	,478	,262	,171
Kendimi Moda'da güvende hissediyorum	,159	,859	,030	,018
Moda'ya geldiğimde kendimi mutlu ve rahat hissediyorum	,248	,815	,300	,042
Kendimi Moda'ya ait hissediyorum.	,391	,706	,106	,090
Moda en çok yaşamak istediğim yer	,295	,595	,431	,397
Moda'da yapabildiklerimi yapabileceğim başka bir yer yok	,293	-,041	,846	,133
Uzun süre Moda'dan ayrı kalınca özlem duyuyorum	,095	,462	,712	,160
Çocuklarımın da Moda'da yaşamasını isterim	,117	,521	,627	-,067
Moda dışında tercih edebileceğim daha iyi yerler var	-,085	-,080	-,133	-,884

gruplarına ait olduğuna bakıldığında ise 3,8 ile 21-50 yıl yaşayanlar ve 4,17 ile 50+ yıldır yaşayanlar olduğu görülmektedir. Uzun süreli kullanıcıların aidiyet duygusu daha fazladır.

Aidiyet sorularına uygulanan faktör analizi sonucunda dört faktör ortaya çıkmıştır. Birinci faktör yerin ruhunu, ikinci faktör yere bağlılığı, üçüncü faktör yere bağımlılığı ve son olarak dördüncü faktör de yerin kimliğini tanımlamaktadır.

Tablo 4'deki Yerin Ruhu içinde yer alan yedi ifade kullanıcıların yerin ruhunu benimsediklerini ve bir yere ait olma konusunda o mekanın yapılaşmış çevresi kadar sosyal yapısının da ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Yere Bağlılık ifadeleri kullanıcıların mekanla kurdukları bağlılığı göstermektedir. Moda'nın burada oturanlar için ayırt edici bir özellik, özel bir anlam ve değer taşıyan bir yer olduğunu işaret etmektedir. Bu bağlılık herhangi bir zorun-

luluk olmaksızın hissedilen mekansal bağlılıktır.

Yere bağımlılık ifadelerinden özellikle 'Moda'da yapabildiklerimi yapabileceğim başka bir yer yok' ifadesi ise aidiyetin bir diğer bileşeni olan yere bağımlılıklarını ortaya koymaktadır.

Yer Kimliği ise Moda dışında yaşamayı tercih edecek daha iyi yerler var ifadesiyle Moda'nın var olan kimliğine duyulan aidiyeti tanımlaması açısından önemlidir. Tüm faktörler incelendiğinde Moda'daki hanelerin genel olarak kendilerini Moda'lı olarak tanımladıkları ve Moda'ya ait hissettikleri söylenebilir.

#### Moda'da Yaşama Süresi ve Kentsel Kimlik Algısı Arasındaki İlişki

Anket kapsamında kent kimliği algısının ölçüldüğü 17 ifade sorulmuştur. Her ifadenin 5'li likert ölçeğine göre numaralandırması istenmiştir. Tablo 5'de her ifadenin Moda'da yaşam süresine göre 4 farklı grup ve genel orta-



**Tablo 5.** Kent kimliği sorularının dört farklı gruptaki değerleri

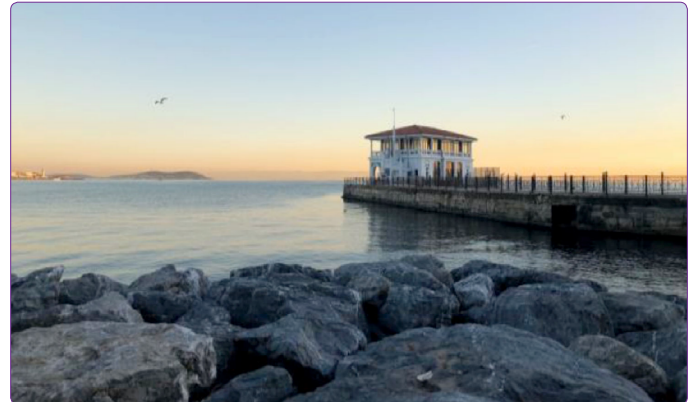
Kent kimliği	Moda'da 0-5 yıldır yaşayanlar		Moda'da 6-20 yıldır yaşayanlar		Moda'da 21-50 yıldır yaşayanlar		Moda'da 50+ yıldır yaşayanlar		Toplam	
	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s
Moda'yı tanıyorum	4,43	0,51	4,24	0,88	4,58	0,58	4,80	0,41	4,53	0,64
Oturduğum yer benim için çok önemli	4,48	0,75	4,48	0,59	4,46	0,93	4,73	0,45	4,55	0,69
Moda'da yer alan tarihi yapılar buranın kimliğini oluşturuyor	4,19	0,93	4,12	0,88	4,17	0,96	4,57	0,73	4,28	0,88
Moda'da yer alan dini yapılar buranın kimliğini oluşturuyor	3,76	1,18	3,80	1,19	4,29	1,23	4,53	0,86	4,13	1,14
Etnik köken farklılığı buranın kimliğini oluşturuyor	3,76	1,00	3,88	1,01	4,21	1,22	4,33	0,99	4,07	1,07
Moda'da bohem insanlar yaşar.	3,14	1,28	2,80	1,15	3,25	1,29	3,30	1,47	3,13	1,31
Moda'nın deniz ile ilişkisi buranın kimliğini oluşturuyor	4,52	0,60	4,24	0,88	4,63	0,77	4,90	0,31	4,59	0,70
Moda'da kendim gibi davranabiliyorum.	4,33	0,86	4,12	0,83	4,71	0,69	4,80	0,48	4,51	0,76
Moda tüm ihtiyaçlarımı karşılıyor	4,00	1,14	4,20	0,76	4,58	0,78	4,63	0,85	4,38	0,91
Moda'da davranışlarımı kısıtlayan bir durum söz konusu değil	4,29	0,85	4,28	0,74	4,63	0,88	4,70	0,53	4,49	0,76
Yaşam şeklim değişse bile buradan taşınmak istemiyorum	3,71	1,01	4,16	0,75	4,33	1,20	4,67	0,66	4,26	0,96
Moda'da yaşadığım için kendimi şanslı hissediyorum.	4,24	0,89	4,71	0,55	4,71	0,55	4,83	0,38	4,59	0,67
Moda'nın modern bir kimliği var	4,33	0,86	4,48	0,65	4,46	0,93	4,73	0,64	4,52	0,77
Moda geçmişi zengin bir yer	4,52	0,60	4,32	0,69	4,67	0,64	4,47	0,86	4,49	0,72
Moda çok karışık oldu, bozuldu	3,33	0,66	3,08	1,12	3,25	1,26	3,33	1,24	3,25	1,10
Moda tam bir Osmanlı Mahallesi	2,10	1,09	1,84	1,03	1,88	1,23	1,23	0,50	3,62	0,92
Moda sanatçılar semtidir	3,62	0,92	3,68	0,85	4,04	1,04	4,20	1,10	3,91	1,01

laması görülmektedir. 17 ifade içerisinde Moda'nın kimliğini oluşturmayan 'Moda'da bohem insanlar yaşar, Moda tam bir Osmanlı Mahallesi' gibi ifadeler de yer verilmiş ve bu ifadelerin düşük puan alması beklenmiştir. Nitekim bu şekilde hazırlanan dört ifade dışında tüm ifadeler 4 ve üzeri puan almışlardır. Bu nedenle genel anlamda katılımcıların kentsel kimlik algılarının yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Yaşam süresi arttıkça kentsel kimlik algısının da artacağını iddia eden bu çalışmada sonuçlar bu perspektif ile incelendiğinde yaşam süresi ile doğru orantılı olarak 21-50 yıldır Moda'da oturanlar ve 50+ yıldır Moda'da oturanların ifadelerine verdikleri puanlar ortalama değerlerin üstündedir.

Bir mekanın kimliğini tanımlayabilmek için o mekanı tanıyan olmak gerekir. Bu nedenle öncelikli olarak kullanıcılara 'Moda'yı tanıyorum' ifadesi sorulmuştur. Ortalama 4.53 olan bu değer yaşam süresine göre 4.24 ve 4.80 arasında değişim göstermektedir. Ankete katılan kullanıcıların tümü kendilerini Moda'yı tanıyan bireyler olarak tanımlamaktadırlar. Moda'nın fiziksel kimliğinin nasıl algılandığını anlamak amacıyla üç ana ifadeye yer verilmiştir. Bu ifadeler, 'Moda'da yer alan tarihi yapılar buranın kimliğini oluşturuyor', 'Moda'da yer alan dini yapılar buranın kimliğini oluşturuyor' ve 'Moda'nın deniz ile ilişkisi buranın kimliğini oluşturuyor' dur. Tüm kullanıcıların deniz ile olan ilişkisinin Moda'nın kimliğini oluşturduğunu düşünmektedir. Bu ifadeye verilen değerler 4.24 ve 4.90 arasında değişmektedir. Yapılan birebir görüşmelerde de tüm katılımcıların Moda

denince aklına gelen ilk üç şeyden biri her zaman deniz ile olan ilişkisi olmuştur. Özellikle Şekil 4'deki Moda iskelesi sosyal tesis olarak işletildiği dönemde en çok tercih edilen mekan olarak belirtilmiştir.

Tarihi yapıların Moda'nın kimliğini oluşturduğu yönündeki değerler 4.12 ve 4.57 arasında değişim gösterirken, dini yapılar için değerler 3.76 ve 4.53 arasında değişim göstermektedir. Literatür araştırmalarında Moda'nın dini çeşitliliğinin Moda'yı diğer bir çok semtten ayıran bir özelliği olduğu tekrarlanmaktadır. Ancak günümüzde bu çeşitliliğin İstanbul genelinde olduğu gibi Moda için de azaldığını söylemek mümkündür. Nitekim sosyal yapıyı anlamaya yönelik sorulan etnik köken farklılığı yeni kullanıcılardan 3.76 alırken uzun süreli kullanıcılardan 4.21 ve 4.33 almıştır.

**Şekil 4.** Moda İskelesi.

Özellikle 50+ yıldır Moda'da yaşayan kullanıcının Moda'nın kimliğini oluşturan etnik köken farklılığının yoğun olduğu yıllara daha hakim olması bu değerın yükselmesine sebep olmaktadır. Moda'nın sosyal kimliğinin nasıl algılandığını anlamak amacıyla sorulan diğer sorulardan kullanıcıların Moda'yı modern, geçmişi zengin ve sanatçıların yoğun olarak yaşadığı bir yer olarak tanımlarken. Moda'nın Osmanlı Mahallesi olmadığını, bohem insanların az oranda yaşadığı ve etnik farklılığı kaybeden bir yer olarak tanımlamaktadır.

Anket kapsamında kimlik aidiyet ilişkisinin sorgulandığı beş soru sorulmuştur bu sorular 'Moda'da kendim gibi davranabiliyorum, Moda tüm ihtiyaçlarımı karşılıyor, Moda'da davranışlarımı kısıtlayan bir durum söz konusu değil, Yaşam şeklim değişse bile buradan taşınmak istemiyorum, Moda'da yaşadığım için kendimi şanslı hissediyorum.' dur.

Kullanıcıların bu ifadelerle verdikleri değerler incelendiğinde bir ifade hariç hepsinin 4 ve üzeri değere sahip olduğu görülmektedir. Bu ifade 'Yaşam şeklim değişse bile buradan taşınmak istemiyorum' ifadesine yeni gelen kullanıcının 3.71 en uzun süreli kullanıcın ise 4,67 verdiği görülmektedir. Bu ifade yaşam süresi ve aidiyet kimlik ilişkisinin net bir şekilde ortaya koyan ifadelerden biridir. Yaşam mekanını değiştirmesi ile mevcut durumdan daha konforlu bir hale gelebilecek olma ihtimalini uzun süreli kullanıcılar mekana duydukları bağlılık nedeni ile göz ardı edebilmektedir. Yeni kullanıcılar ise mekanla henüz yeterli bağ kuramadıkları için daha düşük bir değer verebilmektedirler.

Yapılan görüşmelerde en çok şikâyet edilen konulardan biri de Moda'nın çok kalabalık ve karışık olduğudur. Bu sorunun sorgulandığı ifadeye ise kısa süreli kullanıcılar ile uzun süreli kullanıcılar aynı değeri verirken orta düzey kullanıcılar daha düşük bir değer vermişlerdir. Sonuç olarak anket çalışması kapsamında sorulan ifadelerle verilen puanların ortalaması üstünden tüm katılımcıların kentsel kimlik algısının yüksek olduğu, alanın kimliği tanımlayabildikleri söylenebilmektedir.

Söz konusu kullanıcıların kendi içinde nasıl bir gruplaşmaya sahip olduğunu anlamak için 0,765 gibi yüksek bir güven düzeyindeki sonuçlar kümelene analize tabi tu-

tulmuş ve kent kimliğinin anlamlı iki grup oluşturduğu tespit edilmiştir. Kent kimliği kapsamında sorulan 17 soru 4 farklı yaşam süresine göre hem soru bazında hem de genel olmak üzere iki kez Anova analizine tabi tutulmuştur. Genel analiz sonucunda Tablo 6'da görüldüğü gibi ortalama kent kimliği algısı değeri 4.08 çıkmıştır. Ortalama üzerindeki değerlerin hangi yaşam süresi gruplarına ait olduğuna bakıldığında ise 4,16 ile 21-50 yıl yaşayanlar ve 4,28 ile 50+ yıldır yaşayanlar tespit edilmektedir. Uzun süreli kullanıcıların kent kimliği algısı daha yüksektir.

Kent kimliği sorularına uygulanan faktör analizi sonucunda dört faktör ortaya çıkmıştır. Birinci faktör bireysel algı, ikinci faktör yapay çevre, üçüncü faktör doğal çevre ve son olarak dördüncü faktör de toplumsal yapıyı tanımlamaktadır.

Tablo 7'deki Bireysel algı içinde yer alan altı ifade kullanıcıların kentsel kimlik algısı üzerinden mekana duyduğu bağlılığı, aidiyeti göstermektedir. Bireyselliğin fiziksel ya da sosyal yapının üzerinden tanımlanması kent kimliğinin sürekliliği ve korunmasının en önemli gerekçelerinden birini oluşturmaktadır.

Yapay çevre ifadeleri kullanıcıların yapay çevre üzerinden kent kimliği algısını ortaya koymaktadır. Etnik köken farklılığı sosyal yapı ile ilişkilendirilse de burada önemli olan bu farklılığın ihtiyaçlarının karşılanacağı fizik mekanların üretiliyor olmasıdır. Bu nedenle tarihi ve dini yapılarla aynı grupta yer almaktadır.

Doğal çevre ifadeleri kullanıcıların doğal çevre üzerinden kent kimliği algısını ortaya koymaktadır. Deniz ile kurulan ilişki her kesim için öncelikli bir doğal kimlik öğesidir.

Toplumsal yapı ise kullanıcıların toplumsal yapı üzerinden kent kimliği algısını ortaya koymaktadır. Kullanıcıların fiziksel yapıyı söz konusu sosyo ekonomik özelliklerine göre şekillendirdikleri göz önünde bulundurulduğunda bu toplumsal yapıdaki süreklilik de kimlik korunumundaki önemli kriterlerden birini oluşturmaktadır.

### Moda'da Yaşama Süresi ve Kentsel Koruma Algısı Arasındaki İlişki

Anket kapsamında kentsel koruma algısının ölçüldü-

**Tablo 6.** Alanda yaşam süresine göre kent kimliği algısı

Moda'da yaşama süresi	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Ortalama	95% Ortalama Güven Aralığı		Minimum	Maximum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
0-5	21	3,9272	,44368	,09682	3,7252	4,1291	3,29	4,65
6--20	25	3,8941	,37512	,07502	3,7393	4,0490	3,29	4,59
21-50	24	4,1667	,43837	,08948	3,9816	4,3518	3,00	4,76
50+	30	4,2804	,30416	,05553	4,1668	4,3940	3,47	4,76
Toplam	100	4,0824	,41628	,04163	3,9998	4,1650	3,00	4,76

**Tablo 7.** Benzer özellik gösteren kent kimliği sorularının gruplandırılması

Kent kimliği	Faktörler			
	Bireysel algı	Yapay çevre	Doğal çevre	Toplumsal yapı
Moda'da kendim gibi davranabiliyorum	,836	,044	,241	,093
Moda'da davranışlarımı kısıtlayan bir durum söz konusu değil	,830	,079	,157	,038
Moda tüm ihtiyaçlarımı karşılıyor	,767	-,001	,166	,163
Yaşam şeklim değişse bile buradan taşınmak istemiyorum	,754	,225	-,109	-,040
Moda'da yaşadığım için kendimi şanslı hissediyorum	,737	,281	,285	-,133
Moda'nın modern bir kimliği var	,704	,114	,179	,287
Moda'da yer alan dini yapılar buranın kimliğini oluşturuyor	,093	,850	,135	-,076
Moda'da yer alan tarihi yapılar buranın kimliğini oluşturuyor	,097	,832	,125	-,091
Etnik köken farklılığı buranın kimliğini oluşturuyor	,193	,729	-,070	,219
Moda'yı tanıyorum	,171	,064	,833	,055
Moda'nın deniz ile ilişkisi buranın kimliğini oluşturuyor	,258	,106	,769	,159
Moda'da bohem insanlar yaşar.	-,014	,005	,051	,851
Moda sanatçılar semtidir	,170	-,002	,116	,692

ğü 11 ifade sorulmuştur. Her ifadenin 5'li likert ölçeğine göre değerlendirilmesi istenmiştir. Tablo 8'de her ifadenin Moda'da yaşam süresine göre 4 farklı grup ve genel ortalaması görülmektedir. Sorulan 11 ifadenin ortalama değerleri incelendiğinde 3.5 ve üzeri bir koruma algısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

İfadeler içerisinde en yüksek değeri 'Moda'da oturmasam da Moda'nın korunması gerektiğini düşünürdüm' ifadesi almıştır.

Yaşam süresine göre bu değerler 4.36-4.83 arasında dağılım göstermektedir. Bu ifade oldukça önemlidir çünkü kullanıcıların Moda'yı sadece oturdukları mekan olarak görmedikleri ve üst ölçekten mevcut kimliğini ve önemini kavrayabildiklerini göstermektedir. Nitekim bir diğer yüksek değere sahip ifade olan 'Moda'da fiziksel yapının korunması kimliğin sürekliliği açısından önemli' ifadesi de 4.28-4.63 arası değer dağılımına sahiptir. Bu iki

**Tablo 8.** Kentsel koruma sorularının dört farklı gruptaki değerleri

Kentsel koruma	Moda'da 0-5 yıldır yaşayanlar		Moda'da 6-20 yıldır yaşayanlar		Moda'da 21-50 yıldır yaşayanlar		Moda'da 50+ yıldır yaşayanlar		Toplam	
	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s	Ort.	Std.s
Moda son yıllarda çok değişti	3,71	0,72	4,00	0,76	3,71	1,37	3,87	1,25	3,83	1,07
Moda'nın eski halinde yaşamayı tercih ederdim	3,57	0,75	4,04	0,79	3,71	1,43	4,47	0,68	3,99	1,00
Modanın mevcut dokusundan memnun değilim	2,48	0,68	2,48	1,08	2,54	1,47	3,13	1,17	2,69	1,17
Moda'daki kullanıcı profilinin değişmesinden memnun değilim	3,00	0,71	3,52	1,00	3,58	1,02	4,03	1,07	3,58	1,03
Moda'ya yeni gelen kullanıcı profili mevcut kullanıcılara benzemez	3,00	0,95	3,44	1,00	3,50	1,06	3,63	1,13	3,42	1,06
Moda'da korunması gereken yapıların çoğunlukta olduğunu düşünüyorum	4,00	0,71	3,92	0,81	3,92	1,14	4,00	1,11	3,96	0,96
Moda'da fiziksel yapının korunması kimliğin sürekliliği açısından önemli	4,38	0,80	4,28	0,94	4,63	0,77	4,53	0,86	4,46	0,85
Moda'da oturmasam da Moda'nın korunması gerektiğini düşünürdüm	4,48	0,75	4,36	0,70	4,83	0,38	4,83	0,38	4,64	0,59
Moda'daki dönüşüm projelerinden memnun değilim	3,67	0,80	3,88	0,93	3,83	1,20	3,73	1,20	3,78	1,05
Bizim binamız da dönüşüme girsin istemem	3,95	1,16	3,92	1,08	3,67	1,63	3,87	1,61	3,85	1,40
Moda'daki kentsel canlandırma projelerini olumlu bulmuyorum	2,95	1,24	3,56	1,29	3,42	1,44	3,17	1,29	3,28	1,32





**Tablo 10.** Benzer özellik gösteren kentsel koruma sorularının gruplandırılması

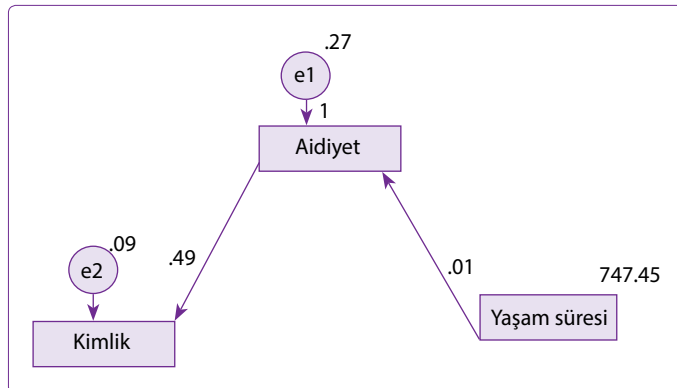
Kentsel koruma	Faktörler				
	Kullanıcı profili	Projeler	Değişim algısı	Fiziksel yapı	Koruma algısı
Moda'ya yeni gelen kullanıcı profili mevcut kullanıcılara benzer	,861	,228	-,031	,032	-,086
Moda'daki kullanıcı profilinin değişmesinden memnunuz	,817	,150	-,073	-,219	-,001
Modanın mevcut dokusundan memnunuz	,659	-,215	-,377	,040	-,074
Bizim binamız da dönüşüme girsin isterim	,165	,798	,108	-,016	-,133
Moda'daki dönüşüm projelerinden memnunuz	,036	,767	-,119	-,105	-,270
Moda'daki kentsel canlandırma projelerini olumlu buluyorum	,024	,720	-,040	-,203	,435
Moda son yıllarda çok değişti	-,068	-,012	,857	-,077	,180
Moda'nın eski halinde yaşamayı tercih ederdim	-,184	-,032	,844	,063	-,098
Moda'da korunması gereken yapıların çoğunlukta olduğunu düşünüyorum	-,059	-,148	-,060	,867	-,039
Moda'da fiziksel yapının korunması kimliğin sürekliliği açısından önemli	-,065	-,050	,048	,813	,349
Moda'da oturmasam da Moda'nın korunması gerektiğini düşünürdüm	-,113	-,174	,081	,243	,829

### Aidiyet, Kent Kimliği, Kentsel Koruma ve Alandaki Yaşam Süresi Arasındaki İlişki

Yaşam süresi, Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma tez kapsamında ele alınan ana kavramlardır. Bu kavramların birbirleri ile olan ilişkisi önceki bölümlerde açıklanmıştır. Bu ilişkiler modeline yaşam süresi dahil edildiğinde ise Şekil 6'daki model ortaya çıkmaktadır.

Bu model yaşam süresi ve güçlü mekansal aidiyet duygusu arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu göstermektedir. Kullanıcının mekandaki yaşam süresi yanı sıra orada yaşam süresi ne kadar fazla ise mekana duyacağı aidiyet de o derece fazla olacaktır. Kullanıcının mekansal aidiyet duygusu ne kadar yüksekse, kent kimliği algısı ve paralelinde gelecek olan kent kimliği sürekliliği o derece yüksek olacaktır. Kent kimliğinin sürekliliği ne kadar sağlanmışsa kentsel koruma algısı da o derece yüksek olmaktadır.

Yaşam süresi aidiyeti direkt etkilerken, aidiyet de kent kimliğini direkt etkilemektedir. Ancak aidiyet, kentsel korumadaki etkisini kentsel kimlik üzerinden sağlayabilmektedir (Şekil 6).

**Şekil 6.** Path Model I.**Tablo 11.** Aidiyet, Kentsel Kimlik, Kentsel Koruma Korelasyon Analizi

	Aidiyet	Kentsel kimlik	Kentsel koruma
Aidiyet			
Pearson Correlation	1	,705**	,056
Sig. (2-tailed)		,000	,580
N	100	100	100
Kentsel kimlik			
Pearson Correlation	,705**	1	,192
Sig. (2-tailed)	,000		,056
N	100	100	100
Kentsel koruma			
Pearson Correlation	,056	,192	1
Sig. (2-tailed)	,580	,056	
N	100	100	100

Aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma arasındaki ilişkiyi sayısal olarak da ortaya koymak için korelasyon analizi uygulanmıştır. Tablo 11'de görüldüğü gibi aidiyet ve kent kimlik arasındaki %99 güven düzeyinde güçlü ilişki saptanmıştır. Kent kimliği ve kentsel koruma arasında ise %90 güven düzeyinde bir ilişki bulunmaktadır.

### Sonuç

Kentsel koruma kuramsal ve mekansal bir konu olduğu kadar, sosyal de bir uygulama alanıdır. Çünkü koruma sürecindeki en etkin aktör o mekanın mevcut kullanıcılarıdır. Bu çalışma, bir mekandaki kullanıcıların o alandaki yaşam süresi ne kadar uzun olursa mekana duyacakları aidiyet duygusunun, kentsel kimlik ve kentsel koruma algılarının da o derece fazla olacağı hipotezi üzerine temellendirilmiştir.

Araştırmada yöntem olarak anket ve derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. Anket kapsamında hazırlanan soru niteliğindeki ifadelerin kendi içinde anlamlı ilişkiler kurup kurmadığına bakmak için alınan yanıtlar üzerinde faktör analizi uygulanmış ve benzer yaklaşıma sahip ifadelerin aynı faktör içerisinde yer aldığı görülmüştür. Aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma çerçevesinde yapılan değerlendirmeler bu faktörler üzerinden şekillendirilmiştir.

Çalışmanın ilk aşamasında yaşam süresinden bağımsız aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma kapsamında sorulan ifadelerin 5'li likert yöntemine göre aldıkları değerler üzerinden genel bir değerlendirme yapılmış ve aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma içerisinde en yüksek değere sahip olanın kent kimliği olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kullanıcıların kendilerini Moda'lı olarak tanımlıyor olmaları mevcut kent kimliğinin bireysel algıda ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm bu veriler aidiyet, kentsel kimlik ve koruma arasındaki etkileşimin nasıl şekillendiğine cevap arayan bu araştırmada, etkileşiminde birincil ve en önemli değişkenin kent kimliği duygusu olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Bu nedenle Moda'lı kullanıcılar, bina ölçeğinden mahalle ölçeğine kadar alanda gerçekleştirilmesi öngörülen tüm projeleri kent kimliğine vereceği zarar açısından sorgulamaktadır. Sahil yolunun trafiğe açılması, kent bostanı projesi gibi kent kimliğine zarar verecek olan projelere de tepki vermektedir.

Bu tespitin ardından aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma etkileşimi kullanıcının alandaki yaşam süresi ile ilişkili olarak ele alınmıştır. Tüm anket katılımcılarının ortalama aidiyet duygusu (3,7), kent kimliği algısı (4,08), kentsel koruma algısı (3,7) ve ortalama üstü değere sahip kullanıcıların yaşam süreleri incelenmiştir. Bu değerlendirmeye göre aidiyet ve kent kimliğinde 21-50 yıl ve 50+ yıldır yaşayanların, kentsel koruma algısında ise 6-20 yıl, 21-50 yıl ve 50+ yıldır yaşayanların daha yüksek değere sahip kullanıcı gruplarından oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma olmak üzere her üç başlıkta da yaşam süresinin pozitif yönde bir katkısı olduğu tespit edilmiştir. Bir alandaki yaşam süresi arttıkça aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma algısı da artmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın belirlenen hipotezi kanıtlayan sonuçlara ulaştığını söylemek mümkündür.

Kullanıcının mekanı kullanım süresi yanı sıra orada yaşam süresi ne kadar fazla ise mekana duyacağı aidiyet de o derece fazla olacaktır. Kullanıcının mekânsal aidiyet duygusu ne kadar yüksekse, kent kimliği algısı ve paralelinde gelecek olan kent kimliği sürekliliği o derece yüksek olacaktır. Kent kimliğinin sürekliliği ne kadar sağlanmışsa kentsel koruma algısı da o derece yüksek olacaktır. Yaşam süresi aidiyeti direkt etkilerken, aidiyet de kent kimliğini direkt etkilemektedir. Ancak aidiyet, kentsel korumadaki etkisini

kentsel kimlik üzerinden sağlayabilmektedir. Path model analizi ile ortaya konan bu sonuç, kent kimliğinin aidiyet ve kentsel koruma etkileşimi içerisindeki önem bir kez daha vurgulamaktadır.

Alandaki yaşam süresi, aidiyet, kent kimliği ve kentsel koruma olmak üzere söz konusu dört değişkenin sayısal yöntemler aracılığı ile tek bir çalışma içerisinde değerlendirilmesi açısından özgün olan bu çalışmada, kentsel koruma sürecinde bireysel algının önemini vurgulanmasına çalışılmıştır.

Sonuç olarak, tanımlı bir kentsel kimliğe sahip korunması gereken tarihi alanlarda kullanıcıları yerinden edici uygulama ve projelerden kaçınılması gerekmektedir. Bu sayede alanda uzun süreli kullanıcı sayısı artışı sağlanacaktır. Uzun süreli kullanıcının sahip olacağı aidiyet duygusu, mekanın kentsel kimliğinin sürekliliğinin sağlanmasında ana etken olacaktır. Aidiyet ve kent kimliği arasındaki bu etkileşim de kentsel alanların korunmasını beraberinde getirecektir.

### Kaynaklar

- Altman I, Low S., (1992). 'Place Attachment', New York:Prentice Hall.
- Brown, B., Perkins, D. D., & Brown, G. (2003). Place attachment in a revitalizing neighborhood: individual and block levels of analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 259–271.
- Brown, B. B. (1987). Territoriality. In D. Stokols, & I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (pp. 505–531). New York: Wiley.
- Brown, G., Raymond, C. (2007). The Relationship Between Place Attachment and Landscape Values: Toward Mapping Place Attachment. *Applied Geography*, Vol. 27, pp. 89-111.
- Carter, J., Dyer, P., Sharma, B. (2007), "Dis-Placed Voices: Sense Of Place And Place-Identity On The Sunshine Coast", *Social&Cultural Geography*, 8:5, 755-773.
- Cresswell, T. (2004). *Place: A short introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Enachea, C. Craciun, C. (2013). 'The Role of the Landscape in the Identity Generation Process' Lumen International Conference Logos Universality Mentality Education Novelty. Lumen.
- Gülersoy Zeren, N. ve Gürler, E. (2011). Conceptual Challenges on Urban Transformation, *ITU A|Z*, Vol: 8 No: 1, 10-24 2011-1.
- Gündüz, E., Erdem, R. (2010). The Perceived Impacts of Tourism Development at Cultural Heritage Sites-Mardin Sample, *Urban Transformation: Controversies, Contrasts and Challenges Conference Proceedings*, 14th International Planning History Society Conference, 12-15 July 2010, Volume 2, İstanbul, Turkey.
- Gustafson, P. (2009). Mobility and territorial belonging. *Environment and Behavior*, 41, 490-508.
- Harris, P. B., Brown, B. B., & Werner, C. M. (1996). Privacy regulation and place attachment: Predicting attachments to a student family housing facility. *Journal of Environmental Psychology*, 16, 287–301.
- Hay, R. 1998. Sense of Place in Developmental Context *Journal of Environmental Psychology* 18, 5-29.

- Heritage Led Regeneration- Delivering Good Practice Göteborg Declaration, 2005).
- Hidalgo, M.C., Hernandez, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*. Vol.21. pp. 273-281.
- Jorgensen, B.S., Stedman R.C. (2001). Sense of place as an attitude: lakeshore owners attitude toward their properties. *Journal of Environmental Psychology*, Vol.21, pp. 233-248.
- Kaltenborn P.B., Williams D.R. (2002). the meaning of place: Attachments to Femundsmarka National Park, Norway, among tourists and locals, *Norsk Geografisk Tidsskrift- Norwegian Journal of Geography*, Vol. 56: 3, pp. 189- 198.
- Lynch, K. (1960), *The Image Of The City*, The Tecnology Pres&Harvard University Pres, Cambridge Moore, C.W. (1962).
- Maslow A., (1954). 'Motivation and Personality', Harper and Row, New York.
- McAndrew, F. T. (1998). The measurement of 'rootedness' and the prediction of attachment to home-towns in college students. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 409-417.
- Mesch, G. S., Manor, O. (1998). Social ties, environmental perception, and local attachment. *Environment and Behavior*, 30, 227-245.
- Payton, M. A. (2003). Influence of place attachment and social capital on civic action: A study at Sherburne National Wildlife Refuge. Unpublished master's thesis, University of Minnesota, St. Paul, MN.
- Pretty, G.H. Chipuer, H.M., Bramston, P. (2003). Sense of place amongst adolescents and adults in two Australian towns the discriminating features of place attachment, sense of community and place dependence in relation to place identity. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 23, pp. 273-287.
- Prohansky, H.B., Fabian A.K., Kaminof, R. (1983), "Place Identity: Physical World Socialization Of The Self", *Journal Of Environmental Psychology*.
- Ragab. T.S. (2011) 'The crisis of cultural identity in rehabilitating historic Beirut-downtown'. *Cities*.
- Relph, E. (1976), *Place and Palacelessness*, Pion Limited, London,
- Riger, S., Lavrakas, P. J. (1981). Community ties: patterns of attachment and social interaction in urban neighborhoods. *American Journal of Community Psychology*, 9, 55-66.
- Scannell, L., Gifford R., (2010) Defining place attachment: A tripartite organizing framework *Journal of Environmental Psychology* 30 1-10.
- Schulz, C., N., (1985). *The Concept of Dwelling on the Way to Figurative Architecture*, Rizzoli International Publications Inc., New York.
- Sekor. A. (2008) "'There Is an Istanbul That Belongs to Me": Citizenship, Space, and Identity in the City' *Annals of the Association of American Geographers*. University of Kentucky.
- Shamai, S., Ilatov, Z. (2005). Measuring sense of place methodological aspects. *Royal Dutch Geographical Society KNAG*. Vol. 96. pp. 467-476.
- Taylor, R. B., Gottfredson, S. D. & Brower, S. (1985). Attachment to place: discriminant validity, and impacts of disorder and diversity. *American Journal of Community Psychology*, 13, 525-542.
- Tweed. C., Sutherland. M. (2007). 'Built cultural identity and sustainable urban development'. *Landscape and Urban Planning* 83.
- Jerry J. Vaske, Katherine C. Kobrin (2001) Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior, *The Journal of Environmental Education*, 32:4, 16-21.
- Vorkinn, M., Riese, H. (2001). Environmental concern in a local context. The significance of place attachment. *Environment and Behavior*, 33, 249e263.
- Williams, D.R., Vaske, J.J. (2003). The measurement of Attachment validity an generalizability of psychometric approach. *Forest Science*. Vol. 49. pp. 830-840.
- Winkler, G. (1993). *New Trends of Economics in Renewal of Old, Historic Towns in West Hungary*, International Scientific Committee 10th General Assembly in Colombo, 30 July - 4 August 1993, Sri Lanka National Committee of ICOMOS.