



FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AŞINALIĞIN MEKANSAL OKUNABİLİRLİĞE ETKİSİ:
GÖYNÜK'TEKİ ÖZNEL VE NESNEL İŞARET ÖĞELERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem DURAL

Anabilim Dalı: Mimarlık

HAZİRAN 2019



FATİH SULTAN MEHMET VAKIF ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AŞINALIĞIN MEKANSAL OKUNABİLİRLİĞE ETKİSİ:
GÖYNÜK'TEKİ ÖZNEL VE NESNEL İŞARET ÖĞELERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gizem DURAL

(160201004)

Anabilim Dalı: Mimarlık

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Emine KÖSEOĞLU ÇAMAŞ

Teslim Tarihi: 14 Mayıs 2019

FSMVÜ, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı Mimarlık Tezli Yüksek Lisans Programı 160201004 numaralı Yüksek Lisans öğrencisi Gizem DURAL, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “AŞİNALIĞIN MEKANSAL OKUNABİLİRLİĞE ETKİSİ: GÖYNÜK’TEKİ ÖZNEL VE NESNEL İŞARET ÖĞELERİ” başlıklı tezini, aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı: **Doç. Dr. Emine KÖSEOĞLU ÇAMAŞ**

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi

Jüri Üyeleri: **Doç. Dr. Emine KÖSEOĞLU ÇAMAŞ**

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Selin YILDIZ

Yıldız Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ruba KASMO

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi

Teslim Tarihi: **14 Mayıs 2019**

Savunma Tarihi: **14 Haziran 2019**

ÖNSÖZ

Mimarlık insan için mekân üretir. İnsanın olduğu yerde ise psikolojiden söz etmek gerekir. Bu sebeple mimarlık ile psikoloji disiplinlerinin kesiştiği çevresel psikoloji alanı uzun süredir çalışılmakta ve günümüzde önemini korumaktadır. Çevresel psikolojinin alt başlığı olan okunabilirlik konusu ise farklı ölçeklerde çalışılmıştır. Bu çalışmada okunabilirlik, kentsel bağlamda aşinalık üzerinden incelenmektedir.

Lisans eğitimimden bu yana tavsiyeleri ve deneyimleriyle bana yol gösteren ve tez çalışmam boyunca akademik desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Emine Köseoğlu'na, tez jürimde bulunarak değerli görüşleri ile çalışmama katkı sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Selin Yıldız'a ve Dr. Öğr. Üyesi Ruba Kasm'o'ya, istatistik çalışmalarında yardımcı olan Dr. Ömer Bilen'e, Göynük'teki alan çalışmamı yaparken bana yardımlarını esirgemeyen Metin Ölmez'e ve Göynük'ün değerli halkına, Göynük Belediye Başkanına ve değerli belediye çalışanlarına, Göynük Kaymakamına ve değerli kaymakamlık çalışanlarına, Orhan Çalış ÇPL ve Akşemsettin Anadolu İHL'nin değerli müdürleri, öğretmenleri ve öğrencilerine, hayatım boyunca aldığım her kararda arkamda duran değerli aileme ve son olarak bu çalışmam dahil her konuda bana destek olan değerli eşime teşekkürlerimi sunuyorum.

Haziran, 2019

Gizem DURAL

Mimar

İÇİNDEKİLER

Önsöz	iv
Çizelge Listesi	vii
Şekil Listesi	ix
Resim Listesi	x
Özet	xi
Summary	xii
1 GİRİŞ	1
1.1 Araştırma Konusunun Önemi	2
1.2 Araştırmanın Amacı	2
1.3 Araştırmanın Kapsamı	3
1.4 Araştırmanın Yöntemi	3
2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1 Mekânsal Okunabilirlik	4
2.1.1 İşaret Öğeleri	8
2.2 Mekânsal Aşinalık	10
2.3 Turist Davranışı	12
2.3.1 Destinasyon Tercihi	12
2.3.2 Ziyaret Öncesi Bilgi Edinme Sürecinin Mekânsal Bilgiye Katkısı	13
2.4 Çalışmada Kullanılan Kavramların İlişki Ağı	15
3 ALAN ÇALIŞMASI	17
3.1 Çalışma Alanı Göynük	17
3.1.1 Göynük'ün Tarihçesi	18

3.1.2	Göynük'ün Mevcut Durumu	18
3.1.3	Sakin Şehir Olarak Göynük	19
3.2	Araştırma Soruları ve Hipotezler.....	20
3.3	Metodoloji	22
3.3.1	Anket Tekniği.....	23
3.3.2	Puantaj Tekniği	28
3.4	Prosedür.....	29
3.4.1	Anket Tekniğinin Uygulanması	29
3.4.2	Puantaj Tekniğinin Uygulanması.....	30
3.5	Bulgular	30
4	SONUÇLAR VE TARTIŞMA	46
	Kaynaklar	51
	Ekler	55
	Ek-1 Yerel Kullanıcılara Uygulanan Anket Soruları	56
	Ek-2 Turistlere Uygulanan Anket Soruları	62
	Ek-3 İşaret Ögelerinin Nesnellik Değerleri.....	65
	Özgeçmiş.....	68

ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge 2.1 Siegel ve White'tan (1975) aktaran Köseoğlu'na (2012) göre mekânsal bilginin öğeleri, Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir.....	5
Çizelge 2.2 Köseoğlu ve Önder'in (2011) işaret öğelerine dair yaptığı literatür derlemesi	9
Çizelge 3.1 Sakin Şehir Üyelik Kriterleri Şeması (Cittaslow resmi sitesinden özetlenmiştir.).....	20
Çizelge 3.2 Bağımlı, bağımsız ve ara değişkenler	21
Çizelge 3.3 Yerel kullanıcılara uygulanan anket soruları ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü.....	25
Çizelge 3.4 Turistlere yöneltilen anket soruları ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü..	27
Çizelge 3.5 Turistlere yönelik demografik soruların tanımlayıcı istatistik değerleri.	32
Çizelge 3.6 Yerel kullanıcılara yönelik demografik soruların tanımlayıcı istatistik değerleri.....	33
Çizelge 3.7 İşaret öğelerinin puanaj değerleri ile katılımcıların yanıtlarının karşılaştırılması	34
Çizelge 3.8 Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusunda söylenen işaret öğelerinin turistler ve yerel kullanıcılar bazında karşılaştırılması	37
Çizelge 3.9 Birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması	38
Çizelge 3.10 Göynük'te yaşama sürelerine göre birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması.....	39
Çizelge 3.11 Yaş aralıklarına göre birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması.....	40
Çizelge 3.12 Turistlerin daha önce Göynük'te bulunma durumlarına göre işaret öğesi bilgilerinin karşılaştırılması	41

Çizelge 3.13 Daha önce Göynük'ü ziyaret etmiş turistlerin Göynük'te bulunma sayılarına göre işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırılması.....	42
Çizelge 3.14 Ziyaret öncesi bilgi edinmenin hatırlanma ile ilişkisi.....	44

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1 Köseoğlu (2012) tarafından sentezlenmiş bir kavramsal öneridir, Gizem Dural tarafından yeniden görselleştirilmiştir	4
Şekil 2.2 Mekânsal bilginin elde edilme süreci, Siegel ve White'tan (1975) aktaran Köseoğlu (2012), Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir	6
Şekil 2.3 Bu çalışma Köseoğlu'nun (2012) okunabilirlik kavramına dair yaptığı özgün iki ayrı şemadan sentezlenmiştir, Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir .	6
Şekil 2.4 Siegel ve White'ın (1975) mekânsal bilgiye dair yaptığı, Köseoğlu'nun (2012) mekânsal okunabilirliğe dair yaptığı kavramsal sentezlerden geliştirilmiştir ve Gizem Dural tarafından yeniden görselleştirilmiştir	7
Şekil 2.5 Kentsel kimliğin destinasyon tercihine etkisi	13
Şekil 2.6 Çalışmada kullanılan kavramların ilişki ağı	15
Şekil 3.1 Çalışmanın metodolojik kurgusu	22
Şekil 3.2 Nesnel ve öznel işaret öğelerinin elde edilmiş biçimleri	23

RESİM LİSTESİ

Resim 2.1 Sembol değerine sahip işaret öğeleri (URL-4, URL-5, URL-6).....	8
Resim 3.1 Göynük'e sınır ilçeler haritası.....	17
Resim 3.2 Göynük'ün mevcut durumu (URL-6).....	18
Resim 3.3 Sakin Şehir Göynük logosu (URL-8)	19

AŞINALIĞIN MEKANSAL OKUNABİLİRLİĞE ETKİSİ: GÖYNÜK'TEKİ ÖZNEL VE NESNEL İŞARET ÖĞELERİ

ÖZET

Bireylerin deneyimledikleri mekân içerisinde kendilerini konumlandırabilme, yolunu bulabilme ve mekâna ait imge oluşturabilmeleri olarak tanımlanan okunabilirlik kavramı insanın çevre ile ilişkisinin sorgulanması konusunda önemli bir başlıktır. Kentin bir takım nesnel özellikleri okunabilirliğe etki ettiği gibi, bir özne tarafından okunabilirlik tartışıldığı için öznel faktörler de konuya dahil olmaktadır. Bu tez kapsamında bireylerin kente aşinalık düzeylerinin okunabilirliğe etkisi tartışılmıştır. Kentteki öznel ve nesnel işaret öğeleri bu sorgulamanın verilerini oluşturan en önemli mekânsal bilgi türü olmuştur. Çalışmanın gerçekleştirileceği alan olarak Bolu'nun Göynük ilçesi tercih edilmiştir. Kentin korunmuş nitelikli bir mimari dokuya sahip olması, kolayca algılanabilir bir ölçeği olması ve topoğrafik olarak zengin bir mekânsal çeşitlilik sağlaması Göynük'ün çalışma alanı için tercih edilmesine sebep olmuştur.

Çalışmada iki farklı teknik kullanılmıştır. İşaret öğelerinin literatürde yer alan tanımlarına göre nesnellik kriterleri oluşturulmuş ve bu kriterler doğrultusunda işaret öğelerine puan verilmiştir. Diğer teknik ise anket tekniğidir. Göynük'te yaşanan yerel kullanıcılar ve kenti ziyaret eden turistler ile anket uygulaması yapılmıştır.

Çalışmanın temel araştırma sorusu aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkisini sorgulamaktadır. Bu bağlamda yerel kullanıcılar ve turistlerin anket sorularına verdikleri yanıtlar karşılaştırılmıştır. Bununla birlikte, yerel kullanıcıların kentsel mekanları kullanma düzeyleri ve turistlerin kenti ziyaret sayıları bağlamında değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmanın diğer bir sorusu ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe etkisini sorgulamaktadır. Bu sorgulama için anket verilerinden faydalanılmıştır.

Çalışmanın sonuçları içerisinde en önemli bulgu aşinalığın mekânsal okunabilirliğe olumlu yönde etki etmesi olmuştur. Yerel kullanıcılar için kentin okunabilirlik düzeyi turistlere göre daha yüksek çıkmıştır. Benzer şekilde yerel kullanıcılar için kentsel mekanları deneyimleme düzeyi arttıkça okunabilirliği de artmaktadır. Diğer taraftan turistler için ziyaret sayısının artması okunabilirliğin artması ile sonuçlanmıştır. Bunların yanında, ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin okunabilirliğe olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mekânsal Okunabilirlik, Aşinalık, İşaret Ögesi, Göynük

THE EFFECT OF FAMILIARITY ON SPATIAL LEGIBILITY: SUBJECTIVE AND OBJECTIVE LANDMARKS IN GÖYNÜK

SUMMARY

The concept of legibility, which is defined as the ability of to locate himself in the place they experienced, to find their way and to create images related to the place, is an important topic in investigating the relationship of human with the environment. As the objective characteristics of the city affect the legibility, subjective factors are also included in the topic because a subject is discussed by legibility. In this thesis, the effects of familiarity levels of the participants on the legibility are discussed. The subjective and objective landmarks in the city have been the most important form of spatial information that forms the data of this study. Göynük district of Bolu was preferred as the study area. The fact that the city has a well-preserved architectural texture, has an easily perceptible scale and provides a rich spatial diversity with its topography led to Göynük being preferred for the study area.

Two different methods were used in the study. According to the definitions of the landmarks in the literature, objectivity criterias are established and points are given to the landmarks according to these criterias. The other method is the survey method. A survey was conducted with local users and tourists who visited the city Göynük.

The main research question of the study investigates the effect of familiarity on spatial legibility. In this context, the responses of local users and tourists to the questionnaire were compared. On the other hand, evaluations were made in the context of local users' use of urban spaces and the visiting number of tourists to the city. Another question of the study investigates the effect of pre-visit information process on spatial legibility. Survey data were used for this investigation.

The most important finding among the results of the study was the positive effect of familiarity on spatial legibility. For local users, the city's legibility level is higher than for tourists. Similarly, the level of legibility is increases as the level of using of urban spaces for local users. On the other hand, the increase in the number of visits for tourists resulted in increased legibility. Besides, it was determined that the process of pre-visit information has a positive effect on the legibility.

Key Words: Spatial Legibility, Familiarity, Landmarks, Göynük

1 GİRİŞ

İnsanın çevre ile ilişkisinin bilimsel açıdan sorgulanması ilk olarak 1950’li yıllarda başlamaktadır. Yarım yüzyıldan fazla süredir üzerinde çalışılan bu konu, insanın çevreye ve çevrenin insana karşı etkilerinin çözümlenmesi bağlamında halen önemini korumaktadır. İnsan öncelikle barınma ihtiyacını karşılamak için, bununla birlikte güvenlik, konfor ve statü elde etmek için doğal çevreye müdahalede bulunur. Böylece insan tarafından oluşturulan yapılı çevre insanın, algılama biçimi, davranış biçimi, özetle yaşama biçimi üzerinde etkili olmaya başlar. Söz konusu etkileri inceleyen çevresel psikoloji alanında, insanın çevre içerisinde kendini konumlandırması, yolunu bulabilmesi, zihninde çevreye dair imaj oluşturabilmesi gibi konular okunabilirlik başlığı altında irdelenmektedir. Bu çalışma ile aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkilerinin işaret öğeleri üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde araştırma konusunun önemi, amacı, kapsamı ve yönteminden bahsedilmiştir. Çalışmanın ana amaçları, araştırmanın kapsamı ve çalışmada kullanılan teknikler temel olarak açıklanmıştır. Detaylı olarak araştırma sorularına, hipotezlere ve çalışmanın metodolojik kurgusuna bu kısımda değinilmemiş, bu detaylar tezin üçüncü bölümündeki metodoloji başlığı altında aktarılmıştır.

İkinci bölümde çalışmanın temellendirildiği kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu kısımda mekânsal okunabilirlik, işaret öğesi ve aşinalık kavramları incelenmiş ve literatürdeki kullanımlarına yer verilmiştir. Ayrıca turist davranışı olarak destinasyon tercihi ve ziyaret öncesi bilgi edinme sürecine yönelik kuramlar incelenmiş, çalışmada kullanılan kavramların birbirleri ile ilişkileri açıklanmıştır.

Üçüncü kısımda alan çalışmasının yapıldığı Göynük’ün tarihsel, mekânsal ve sosyolojik durumu hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmanın araştırma soruları ve hipotezleri detaylı olarak açıklanmış ve çalışmanın metodolojik kurgusu hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmada kullanılan teknikler tanıtılmış ve bu tekniklerin uygulanma prosedürleri açıklanmıştır. Bu bölümün son kısmında alan çalışması ile ulaşılan

verilerin istatistiksel tekniklerle incelenmesi ve elde edilen bulguların hipotezler ile ilişkilendirilmesi yapılmıştır.

Çalışmanın sonuç kısmında alan çalışmasından elde edilen bulguların değerlendirilmesine ve elde edilen sonuçların literatürdeki kuramlar ile ilişkilendirilmesine yer verilmiştir.

1.1 Araştırma Konusunun Önemi

Okunabilirlik Kevin Lynch'in 1960 yılında yaptığı çalışma ile üzerinde konuşulan bir kavram olmuştur. Okunabilirlik üzerine deneysel çalışmalar ve kavramsal çözümlenmelerin yapıldığı akademik çalışmalar literatürde yer almaktadır. Bunun yanında aşinalık kavramı da mimarlık alanında ve diğer sosyal bilim dallarında çalışılmıştır. Ancak, okunabilirlik kavramı ile aşinalık kavramının ilişkilendirilmesi konusunda literatürde boşluk görülmüştür. Bu tez kapsamında çalışma alanı olan Bolu, Göynük örneği üzerinden aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkisi incelenmiştir. Bu konuda literatüre katkı sağlanması çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Ayrıca bu tez kapsamında Köseoğlu'nun (2012) okunabilirlik kavramını çözümlenerek elde ettiği, biçimsel, dizimsel ve öznel okunabilirlik kavramlarına "imgesel okunabilirlik" kavramı eklenmiştir. Böylece okunabilirlik kavramının çözümlenmesine yönelik çalışmalara katkı sağlanmıştır.

Bununla birlikte, okunabilirlik kavramının turizm ile ilişkisine yer verilmiştir. Okunabilirliğin turizme etkisi Göynük üzerine yapılan bu çalışma ile incelenmiştir. Kentin tarihi dokusu, kamusal alan niteliği, erişilebilirliği gibi, okunabilirliği de kentin turizm değerine olumlu yönde etki etmektedir. Bu sebeple çalışma Göynük'ün turizm değerine sağladığı katkı açısından önemlidir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Bu çalışma ile, temel olarak, aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, yerel kullanıcıların ve turistlerin kente dair öznel ve nesnel işaret ögesi bilgileri üzerinden kentin okunabilirliği incelenmiştir. Bununla birlikte, ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe etkisinin incelenmesi çalışmanın yan amacıdır.

1.3 Araştırmanın Kapsamı

Araştırma Bolu ilinin Gynk ilçesi sınırları içerisinde yürütülmüştür. Gynk’n mekânsal okunabilirliğinin ölçülmesinin hedeflendiği çalışmada öncelikli olarak okunabilirlik kavramı alt başlıklara ayrılarak çözümlenmiştir. Elde edilen alt başlıklar içerisinden Biçimsel Okunabilirlik, znel Okunabilirlik ve İmgesel Okunabilirlik kavramları farklı tekniklerin kullanılmasıyla detaylı olarak ele alınmıştır. Ancak Biçimsel Okunabilirlik kavramı ölçüme dahil edilmemiş, yalnızca, üçüncü bölümdeki alan çalışması içerisinde Gynk başlığı altında morfolojik tarifte bulunulmuştur. Dizimsel okunabilirlik ise çalışmaya dahil edilmemiştir.

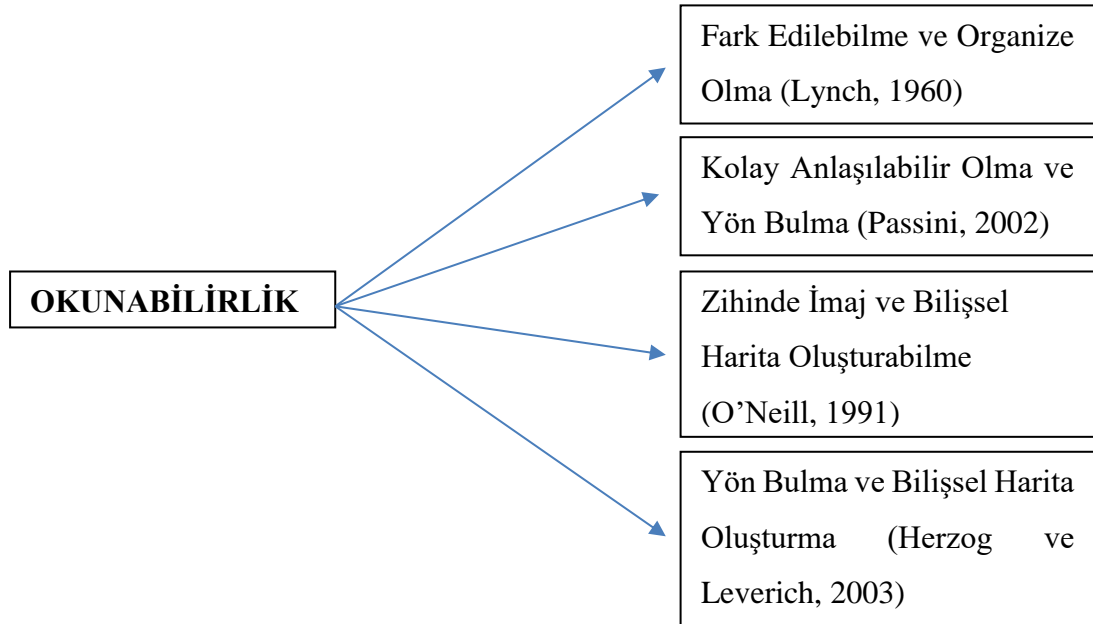
1.4 Araştırmanın Yöntemi

Mekânsal okunabilirliğin bileşenleri olarak kabul edilen alan bilgisi, rota bilgisi ve işaret öğesi bilgisini tespit etmek için iki farklı teknik kullanılmıştır. Alan bilgisi literatür taraması ile, rota bilgisi anket tekniği ile, işaret öğesi bilgisi ise, anket ve puantaj teknikleri ile elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan teknikler ile elde edilmesi hedeflenen veriler tezin metodoloji bölümünde detaylı olarak açıklanmıştır.

2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Mekânsal Okunabilirlik

Okunabilirlik kavramı mimarlık alanında ilk defa 1960 yılında Lynch'in kentsel mekanlar üzerine yaptığı çalışma ile kullanılmaya başlanmış (Lynch, 1960), sonrasında ise farklı araştırmacılar tarafından kentsel mekanlarda ve bina ölçeğinde çalışmalar yapılmıştır. Lynch'e göre okunabilirlik çevrenin kolaylıkla fark edilebilmesi ve bir örüntü içinde organize edilebilmesi olarak tanımlanmıştır. O'Neill'e (1991) göre okunabilirlik kavramı, mekânı deneyimleyen bireylerin zihinlerinde imaj oluşturabilme, mekanlar arasındaki ilişkilerin bilişsel haritalarını oluşturabilme ve mekân içinde yol bulabilme derecesi olarak tanımlanmıştır. Benzer şekilde, Herzog ve Leverich (2003), okunabilirliği yol bulmaya ve bilişsel harita oluşturmaya yardımcı olarak mekâna yönelik bir anlama becerisi sağlayan, geniş çevrenin özellikleri olarak ifade eder. Passini (2002) ise okunabilirliği çevrenin kolay anlaşılabilir olması ve yön bulma kolaylığı ile ilişkilendirmiştir.



Şekil 2.1 Köseoğlu (2012) tarafından sentezlenmiş bir kavramsal öneridir, Gizem Dural tarafından yeniden görselleştirilmiştir

Tanımlarda okunabilirlik kavramı sıklıkla yön bulma ile ilişkilendirilmiştir. Yön bulma ise zihinde imge oluşturabilme durumu ile yakından ilişkilidir. Çünkü yön bulmak için referans noktası olacak zihinsel imgelere ihtiyaç duyulmaktadır (Köseoğlu, 2012). Bu imgelerin oluşmasında mekânın nesnel özellikleri ve bireylerin deneyimlerinden kaynaklı olarak zihinde oluşan öznel süreçler etkili olmaktadır. Bu konuda Köseoğlu, çevrenin okunmasının duyular yoluyla zihne aktarılan mekânsal bilginin, zihinde işlenerek faydalı bilgiye dönüştürülmesi süreci olduğuna işaret etmiştir (Köseoğlu, 2010). Aynı zamanda okunabilir mekanların basit, tutarlı, organize olabilen yerler olarak tanımlanması bu mekanlar hakkında bilgi edinme sürecini kolaylaştırır. Özetle, mekânsal bilginin artması mekânın okunabilirliğine olumlu yönde etki ederken, bunun tersi de geçerlidir; okunabilir mekanlarda mekânsal bilgi edinmek daha kolaydır. Sonuç olarak, okunabilirlik ve mekânsal bilgi birbirlerinden karşılıklı etkilenen iki kavram olarak karşımıza çıkar.

Siegel ve White (1975) mekânsal bilgiyi işaret ögesi bilgisi, rota bilgisi ve alan bilgisi olarak üçe ayırmıştır. Köseoğlu (2012) mekânsal bilgiyi oluşturan öğeleri Siegel ve White'tan aktararak çalışmasında açıklamıştır. Mekânsal bilginin öğeleri hakkında yapılan tanımlar Çizelge 2.1'de gösterilmiştir.

Çizelge 2.1 Siegel ve White'tan (1975) aktaran Köseoğlu'na (2012) göre mekânsal bilginin öğeleri, Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir

İşaret Ögesi Bilgisi	Rota Bilgisi	Alan Bilgisi
İşaret öğelerini birbirleri ile aralarındaki mekânsal ilişkileri bilmeden tek başlarına zihinde canlandırabilmek (Siegel ve White, 1975).	Öznenin kendi pozisyonunu bilmeksizin belirli bir hedefe ulaşmak için nerede hangi yöne döneceği bilgisine sahip olmak (Siegel ve White, 1975).	İki boyutlu düzlemdeki konumları ve bu konumların birbirleri ile ilişkisini bilmek. Alan bilgisi harita bilgisine benzer ve bilişsel harita çizilebilmek bu bilgi türünü ölçer (Siegel ve White, 1975).

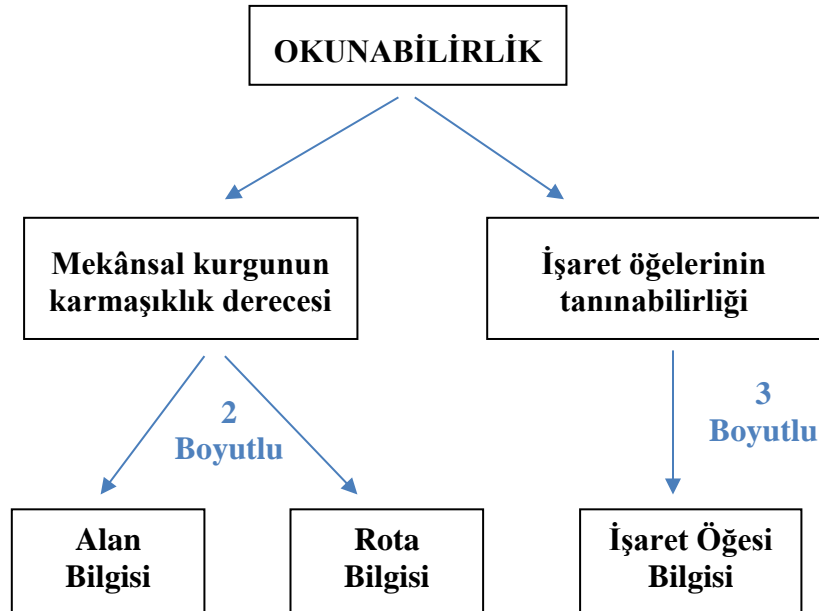
Mekânsal bilgi süreci incelendiğinde bireylerin zihinlerinde alana dair oluşacak imajın sırayla oluştuğu görülür. Bir mekânı deneyimleyen birey öncelikle mekân kurgusundaki ilişkileri bilmeksizin işaret öğelerini algılar. Rota bilgisi ise bireylerin zihninde yalnızca bir yerden bir yere gidilecek olan çizgi olarak algılanmaz. Rota bilgisi üzerinde bulunan işaret öğeleri ile bireyin zihninde canlanır. Böylece işaret ögesi bilgisi arttıkça mekandaki ilişkiler kurulur ve zihinde rota bilgisi oluşur. Mekânın sahip olduğu farklı rotaları mekânı deneyimleme sürecinde öğrenmeye

devam eden birey tüm bilgileri birleştirerek zihninde alana dair bir imaj oluşturur. Böylece son adım olan alan bilgisi oluşur (Siegel ve White, 1975), (Köseoğlu, 2012). Bu süreç Şekil 2.2’de gösterilmiştir.



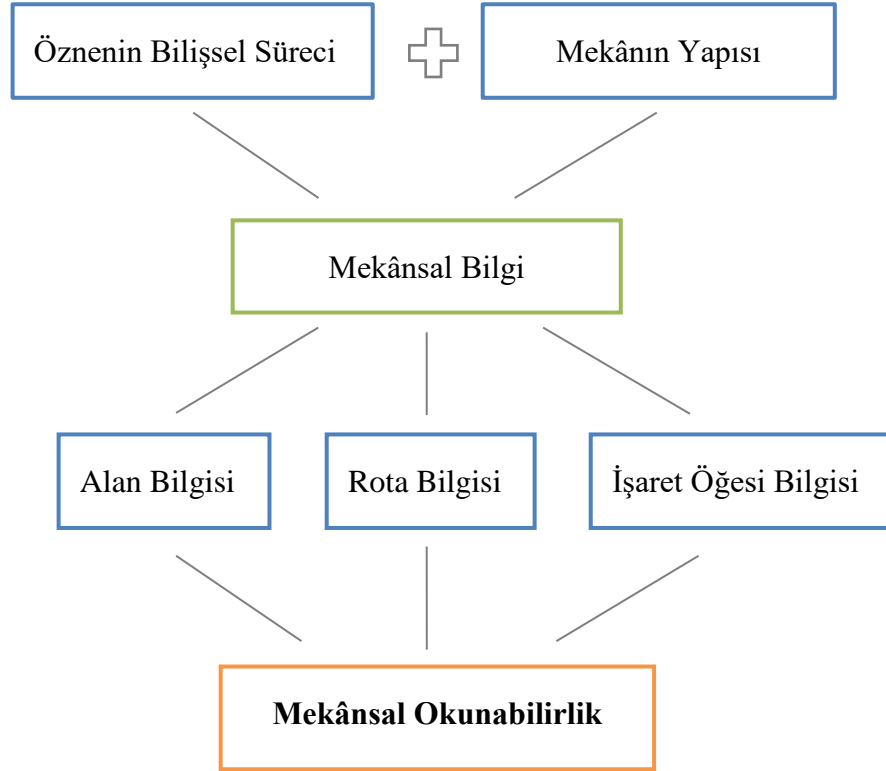
Şekil 2.2 Mekânsal bilginin elde edilme süreci, Siegel ve White’tan (1975) aktaran Köseoğlu (2012), Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir

Okunabilirlik mekânın fiziksel özelliklerinin sahip olduğu iki kavramla açıklanabilir. Bu kavramlardan biri mekânsal kurgunun karmaşıklık derecesi iken diğeri işaret öğelerinin tanınabilirliğidir. Mekânsal kurgunun karmaşıklık derecesi mekânın iki boyutlu bilgisini verir. İşaret öğelerinin tanınabilirliği ise mekânın üç boyutlu bilgisini verir. Ayrıca mekânsal öğeler ile bağdaştırıldığında mekânsal kurgunun karmaşıklık derecesinin rota bilgisi ve alan bilgisiyle, işaret öğelerinin tanınabilirliğinin ise işaret ögesi bilgisi ile ilişkili olduğu söylenebilir. Köseoğlu’nun (2012), Abu-Obeid (1998), Hunt (1984), O’Neill (1991), Başkaya ve meslektaşları (2004) ve Herzog ve Leverich’in (2003) söylemlerinden geliştirdiği bu ilişki Şekil 2.3’te gösterilmiştir.



Şekil 2.3 Bu çalışma Köseoğlu’nun (2012) okunabilirlik kavramına dair yaptığı özgün iki ayrı şemadan sentezlenmiştir, Gizem Dural tarafından görselleştirilmiştir

Okunabilirlik mekânın fiziksel özelliklerinden etkilendiği gibi öznenin bilişsel süreci de bu konuda etkilidir. Bu iki faktör mekânsal bilginin oluşmasını sağlar. Mekânsal bilginin üç ögesi olan işaret ögesi bilgisi, rota bilgisi ve alan bilgisi ise mekânsal okunabilirlik ile doğrudan ilişkilidir. Bu kavramların ilişkileri Şekil 2.4’de özetlenmiştir.



Şekil 2.4 Siegel ve White’ın (1975) mekânsal bilgiye dair yaptığı, Köseoğlu’nun (2012) mekânsal okunabilirliğe dair yaptığı kavramsal sentezlerden geliştirilmiştir ve Gizem Dural tarafından yeniden görselleştirilmiştir

Köseoğlu (2012) Lynch’in okunabilirlik tanımını çözümlerken “organize olma”, “imaj oluşturma”, “yön bulma” ve “hatırlama” kavramlarından bahsetmiştir. Organize olma mekandaki belli bileşenlerin gruplanarak ortak veya farklı özelliklerinin ortaya çıkarılmasıdır. İmaj oluşturma, gözlemcinin deneyimlediği yerler hakkında zihinde görsel imajlar oluşturabilmesi olarak tanımlanmıştır. Hatırlama ise zihinde oluşturulan görsel imgenin tekrar kullanılabilmesi anlamına gelmektedir. Yön bulma hareket halindeki öznenin hedefe ulaşmak için hangi noktada hangi yöne döneceğini bilmesi anlamına gelmektedir. Tanımlardan anlaşılacağı üzere okunabilirlik hem nesnel hem zihinsel özellikler barındırır. Okunabilirlik kavramı mekânda var olan fiziksel özellikler ile nesnellik barındırırken, öznenin sürece dahil olması ile zihinsel özellikler kazanır. Bu kavramları içinde barındıran okunabilirlik kavramı Köseoğlu tarafından

üç alt başlık ile değerlendirilmiştir; Biçimsel Okunabilirlik, Dizimsel Okunabilirlik, Özel Okunabilirlik. Biçimsel okunabilirlik mekânın morfolojik özelliklerine dayalıdır. Dizimsel okunabilirlik mekânın biçimsel özellikleri ile kurgusal özelliklerini birleştirerek mekânın yapısal özelliklerini inceler. Mekânın metrik özellikleri bu incelemeye dahil edilmez. Özel okunabilirlik biçimsel ve dizimsel özelliklerden farklı olarak öznenin konuya dahil edildiği bir incelemedir (Köseoğlu, 2012). Bu çalışmada Köseoğlu'nun bahsettiği alt başlıklara "İmgesel Okunabilirlik" kavramı eklenmiştir.

İmgesel Okunabilirlik

İmgesel okunabilirlik mekânın sosyal, tarihi, sembolik ve estetik özelliklere sahip olan işaret öğeleri sayesinde hatırlanabilir olmasıdır. Söz konusu işaret öğelerinin sembol olabilecek kadar güçlü, baskın öğeler olması gerekmektedir. Örneğin; İstanbul'a yönelik kolektif imgenin oluşmasını sağlayan İstanbul silüetindeki kız kulesi, galata kulesi, kubbeler ve minareler ve boğaz köprüsü (URL-4). Bununla beraber, Resim 2.1'de görülen Manhattan silüetindeki gökdelenler (URL-5) ya da daha küçük ölçekli bir örnek olarak Göynük için belediye logosundaki Zafer Kulesi örnek olarak verilebilir (URL-6).



Resim 2.1 Sembol değerine sahip işaret öğeleri (URL-4, URL-5, URL-6)

2.1.1 İşaret Öğeleri

İmge, felsefeciler tarafından "duyu organları ile algılanmış olan bir şeyin somut ya da düşünsel kopyası" şeklinde tanımlanmıştır (Akarsu, 1998). Ruhbilimciler tarafından ise "duyulur bir kaynaktan gelenlerin bilinçte oluşan yansıması" şeklinde tanımlanmıştır (Hançerlioğlu, 2003).

Kent imgesi kavramı ise Kevin Lynch'in 1960 yılında yaptığı araştırmayla "kentsel imaj öğeleri" olarak ortaya çıkmıştır. Lynch tarafından yapılmış olan bu araştırma çevreyi algılamış bir bireyin çevreyi betimleme sürecinde kullandığı kent elemanlarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu araştırmanın sonucuna göre bireyler zihinlerinde

oluşturdukları kentlerde beş bileşenden bahsederler. Bu bileşenler yollar, kenarlar/sınırlar, bölgeler, düğüm / odak noktaları ve işaret öğeleridir (Lynch, 1960). İngilizce’de “landmark” olarak kullanılan kavramın Türkçe’de araştırmacılar tarafından farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir. Örneğin; Hasol (1998) röper noktası olarak, Aydınli (1999) referans noktası olarak tanımlarken, Köseoğlu ve Önder’in de (2011) aktardığı üzere, Erem ve Erkman (2003) çevre işareti, Erdönmez ve Akı (2005) vurgu noktaları ve Erkan (2006) ise işaret öğesi olarak kullanmıştır. Bu çalışmada ise işaret öğesi kavramı tercih edilmiştir.

Lynch’e (1960) göre işaret öğeleri biçimsel olarak arka planından farklılaşan herkes tarafından bilinen kentsel elemanlardır. Ancak bazı durumlarda herkes tarafından bilinmeyen lokal ölçekte işaret öğeleri bulunabilir. Örneğin; küçük bir kentteki önemli bir yapı, kentliler için anlamı olan bir yapıt veya kentin kullanıcıları tarafından bilinen bir bakkal. Lynch’in kent ölçeği için yaptığı bu tanım Altman ve Chemers’a (1980) göre iç mekân ölçeğinde beğenilen bir koltuğa veya şömine rafı üstündeki antika bir saate karşılık gelmektedir. Belingrad ve Peruch’a (2000) göre işaret öğeleri mekânda ilgi çeken özelliğe sahiptir. Ayrıca işaret öğeleri bu özellikleriyle yön bulmaya ve mekânsal okunabilirliğe etki eder.

Kentsel işaret öğelerinin sınıflandırılması konusunda literatürde farklı yaklaşımlar mevcuttur. Köseoğlu ve Önder (2011) Çizelge 2.2’de görüldüğü üzere, Steck ve Mallot (2000), Santos-Delgado (2005), Raubal ve Winter (2002) ve son olarak Sorrows ve Hirtle’in (1999) sınıflandırmasını özetlemiştir.

Çizelge 2.2 Köseoğlu ve Önder’in (2011) işaret öğelerine dair yaptığı literatür derlemesi

İşaret Öğeleri	
Steck ve Mallot (2000)	Global Lokal
Santos-Delgado (2005)	Sosyal Tarihi Sembolik Ekonomik Estetik
Raubal ve Winter (2002)	Görsel Çekicilik Semantik Çekicilik Yapısal Çekicilik
Sorrow ve Hirtle (1999)	Görsel Bilişsel Yapısal

Bu çalışma da ise işaret öğeleri “Nesnel İşaret Öğeleri” ve “Öznel İşaret Öğeleri” olarak iki gruba ayrılmıştır. Nesnel işaret öğeleri herhangi bir öznenin algılama biçiminden bağımsız bir şekilde bazı nesnel özellikleri karşılaması ile bu adı alır. Bu özellikler işaret öğelerinin tarihi, sosyal, sembolik, ekonomik ve estetik gibi birtakım değerlere sahip olmasıdır. Bu çalışmada sözü edilen değerler daha önce işaret öğesini tanımlayan ve sınıflandıran teorisyenlerin söylemlerinden elde edilerek belirlenmiştir. Çalışmanın metodoloji kısmında bu kriterler detaylı olarak açıklanmıştır. Öznel işaret öğeleri ise çevreyi algılayan bireylerin zihinlerinde yer eden ve bir şekilde çevredeki diğer öğelerden ayrılan elemanlardır. Örneğin bir sokaktaki tüm evler her yönüyle aynı özelliklere sahip olsalar bile, kişinin doğup büyüdüğü ev onun için çevredeki diğer yapılardan ayrılabilir. Ya da kişinin kötü anılarının geçtiği bir sokak diğerleri ile aynı özelliklere sahip olsa bile kişinin zihninde farklı şekilde yer eder. Bir öznenin söz konusu olduğu bu durumlarda işaret öğelerini genel geçer tanımlarla belirlemek mümkün değildir. Bu gibi işaret öğeleri bu çalışmada öznel işaret öğeleri olarak adlandırılmıştır. Bu tezin alan çalışması yapılırken öznel işaret öğelerini belirlemek için katılımcılara uygulanan anket sorularına verilen yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır. Anketlerde belirtilen tüm mekânsal öğeler işaret öğeleri olarak kabul edilmiştir. Bu öğeler içerisinde, literatürden belirlenen nesnellik kriterlerine belli oranda uyan öğeler nesnel işaret öğeleri, nesnellik kriterlerine belli oranda uymasa bile katılımcılar tarafından belirtilmiş diğer öğeler ise öznel işaret öğeleri olarak kabul edilmiştir.

2.2 Mekânsal Aşinalık

Literatürde aşinalığın genel tanımları içerisinde, bireylerin daha önce deneyimledikleri uyarılara karşı verdikleri tepkinin ilk defa karşılaştıkları bir uyarana karşı verdiği tepkiden farklı olması ile tanımlanmıştır (Haber ve Hershenson, 1973). Purcell ve Nasar’a (1992) göre ise zihinde oluşturulan bir strüktür daha önce deneyimlenmiş bir bilgi ile örtüşürse, bu strüktür ilgili tipin bir örneği olarak kabul edilir ve bu süreç aşinalık olarak adlandırılır. Eğer örnek farklı özellikler içeriyorsa aşinalığın dışında bir olay gerçekleşmiş olur. Wickelgren (1979) aşinalığı biliniyor olma durumu ile eşleştirir. Daha aşına olunan uyarıcılar daha kolay tanınır, tahmin edilir ve daha az karmaşık bulunur. Bu durum, gözlemci de memnuniyet hissi uyandırır. Bu yaklaşım kentsel mekânın tanınması, rota üzerinde karşılaşılabilecek öğelerin tahmin edilmesi ve kentsel örüntünün karmaşıklık dereceleri ile ilişkilendirilebilir.

Aşinalık mekânsal bağlamda ele alındığında, O'Neill'in ifadeleri önem kazanır. O'Neill (1992) aşinalığın yol bulma sürecinde en önemli faktörlerden biri olduğunu ve aşinalığın mekânsal oryantasyona etki ettiğini belirtmiştir. Mekâna aşına olan bireyler yollarını daha kolay bulabilir ve daha az yardıma ihtiyaç duyar. İmamoğlu'na (2000) göre aşinalık bireylerin karmaşıklık algısına etki etmektedir. Aşına olan bireyler için mekân, aşına olmayanlara göre daha kolay anlaşılabilir durumdadır.

Demirbaş (2001) yol bulmanın mekânsal aşinalığa etkisini incelediği çalışmasında mekânsal ve kişisel özelliklerin aşinalığı etkilediğini belirtmiştir. Bu çalışmasında mekânsal aşinalığı deneyim, mekânsal beceri, anlam ve beklenti ve mekânsal karışıklık başlıkları altında ele almıştır. Böylece aşinalığın yalnızca mekâna ait fiziksel özelliklerden değil, aynı zamanda kişisel beceri ve geçmiş deneyimlerden etkilendiği vurgulanmıştır.

Li ve Klippel (2014) okunabilirliğin ve aşinalığın yol bulma davranışına etkilerini incelediği çalışmalarında okunabilirliği iki ana faktör üzerinden açıklamıştır: çevre ve insan. Çevre faktöründe mekânın fiziksel özelliklerini ele alırken, insan faktörü ise aşinalık üzerinden incelenmiştir. Li ve Klippel aşinalığın yol bulma sürecinde baskın bir etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Li, Anacta ve Schwering (2016) aşinalık ve mekânsal yeteneklerin sözlü rota üzerinden mekânsal bilgi edinmeye etkilerini incelemişlerdir. Çalışmalarının sonucunda aşinalığın mekânsal bilgiye ve yön tahminine olumlu yönde katkı sağlarken mekânsal becerinin mesafe tahmininde daha doğru sonuçlara ulaştırdığını saptamışlardır.

Duran Esen (2016) aşinalık ve bilişsel haritaların güvenilirliğini akademik kütüphanelerde yön bulma becerisi üzerinden incelemiştir. Aşinalık arttıkça yön bulma becerisinin arttığını ve harcanan zamanın azaldığını tespit etmiştir.

Literatürde yer alan bilgilere göre aşinalığın okunabilirlik ile ilişkili olduğu söylenebilir. Okunabilirliğin tanımında bulunan mekânın “yön bulma”, “kolay algılanabilme” ve “organize olma” durumları Wickelgren'in aşına olunan uyarıcıların daha kolay tanınması ve daha az karmaşık bulunması, O'Neill'in aşinalığın yol bulma ve mekânsal oryantasyona etkisi, İmamoğlu'nun ise aşına olunan mekânın daha kolay anlaşılabilir olma söylemleri ile örtüşmektedir.

Köseoğlu ve Önder (2011) kente aşına olan bireyler için bir yapının yalnızca fiziksel özelliklerinden dolayı işaret ögesi olamayacağını, bireyler için o yapının bir referans noktası olmaktan daha fazla bir anlama sahip olması gerektiğini söylemektedir. Köseoğlu'nun bu söylemleri nesnel ve öznel işaret ögesi ayrımını hatırlatmaktadır. Yapının fiziksel özellikleri nesnel işaret ögesi olmasının gereksinimlerini sağlarken, mekâna aşına olan bireyler için bir anlam barındırması öznel işaret ögesi olduğunu ifade eder.

2.3 Turist Davranışı

2.3.1 Destinasyon Tercihi

Turizm olgusunun bu çalışma ile ilişkisini açıklamak için konuya çevresel psikolojinin bir alanı olarak bakmakta fayda vardır. Çalışma nesnesi olarak insanın zihinsel süreçlerini ele alan psikoloji alanı ile insanın mekân ile ilişkisini kuran ve sorgulayan, mimarlık disiplininin kesişim noktasında çevresel psikoloji alanı bulunur. İnsanların seyahat tarzları, destinasyon tercihleri ve algılama biçimlerini ele alması bakımından turizm alanının çevresel psikoloji alanı ile yakın ilişki kurduğu söylenebilir.

Turizmin kentsel mekân ve turist psikoloji ile ilişkisi hakkında Woodside ve meslektaşları (2000) şu şekilde bir kuram ortaya atmışlardır. Destinasyon adayı olan yerler doğası, tarihi mekanları, yemekleri, dini ve kültürel özellikleri ile turizm değerine sahiptir. Kolektif hafızada yer eden, tanıtım amaçlı kullanılabilen ve görsel değeri olan “işaret öğeleri” ve mekânsal olmayan diğer turistik özellikleri de kente ait tatil yeri imgelerini oluşturur. Bu imgeler kentin sahip olduğu konaklama, ulaşım vs gibi diğer özellikleri ile kentin destinasyon olarak tercih edilmesine etki etmektedir. Bununla birlikte, destinasyon tercihinde ziyaretçinin kişisel tercihleri ve önceki deneyimlerinin de etkili olduğu görülmektedir. Destinasyon olarak tercih edilen ve bir kere ziyaret edilen yerler ziyaretçi tarafından deneyimlenmiş olur. Bu deneyim sonucunda edinilen memnuniyet durumuna göre destinasyon yerini tekrar ziyaret etme olasılığı doğar (Woodside vd, 2000). Bu durum, mekânsal bilgiye katkı sağlayarak destinasyon yerine karşı aşinalık hissi oluşturur.

Pizam ve Mansfeld'ten (2000) aktaran Köseoğlu (2004) destinasyon tercihinin etkileyen kavramları üç başlık altında açıklamıştır. Dıştan gelen bilgiler; ziyaretçinin maruz kaldığı reklam, tanıtım ve sosyal ilişkileri aracılığı ile edindiği bilgilerdir. İçten gelen bilgiler; kişisel deneyimler, iç güdüler ve kişinin ait olduğu toplumsal değerleri

ifade eder. Bilişsel yapılar ise içten gelen bilgiler ve dıştan gelen bilgilerin birleştirilip zihinsel süreçlerden geçirilmesi ile oluşur. Ek olarak, “kentsel kimlik” kavramı da Pizam ve Mansfeld’in (2000) bahsettikleri dıştan gelen bilgiler başlığı altında destinasyon tercihinin etki eden faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma özelinde, alan çalışmasının yapıldığı Göynük’ün sahip olduğu kentsel kimlik incelendiğinde, geleneksel mimari dokuya sahip olması ve din turizmine katkı sağlayacak öğelerin yer alması Göynük’ün mevcut kimliğini oluşturmaktadır. Bunun yanında 2017 yılında aldığı “Sakin Şehir” unvanı ile kente yeni bir kimlik kazandırılmıştır. Kentsel kimlik, turistler tarafından bir yerin destinasyon olarak tercih edilmesine etki etmektedir. Dolayısıyla Göynük’ün Sakin Şehir unvanına sahip olması şehrin kentsel kimliğine pozitif bir katkı sağladığı gibi destinasyon tercihinin de olumlu yönde etki etmektedir. Bu kavramsal ilişki Şekil 2.5’te (Dural ve Köseoğlu, 2017) açıklanmıştır.



Şekil 2.5 Kentsel kimliğin destinasyon tercihinin etkisi

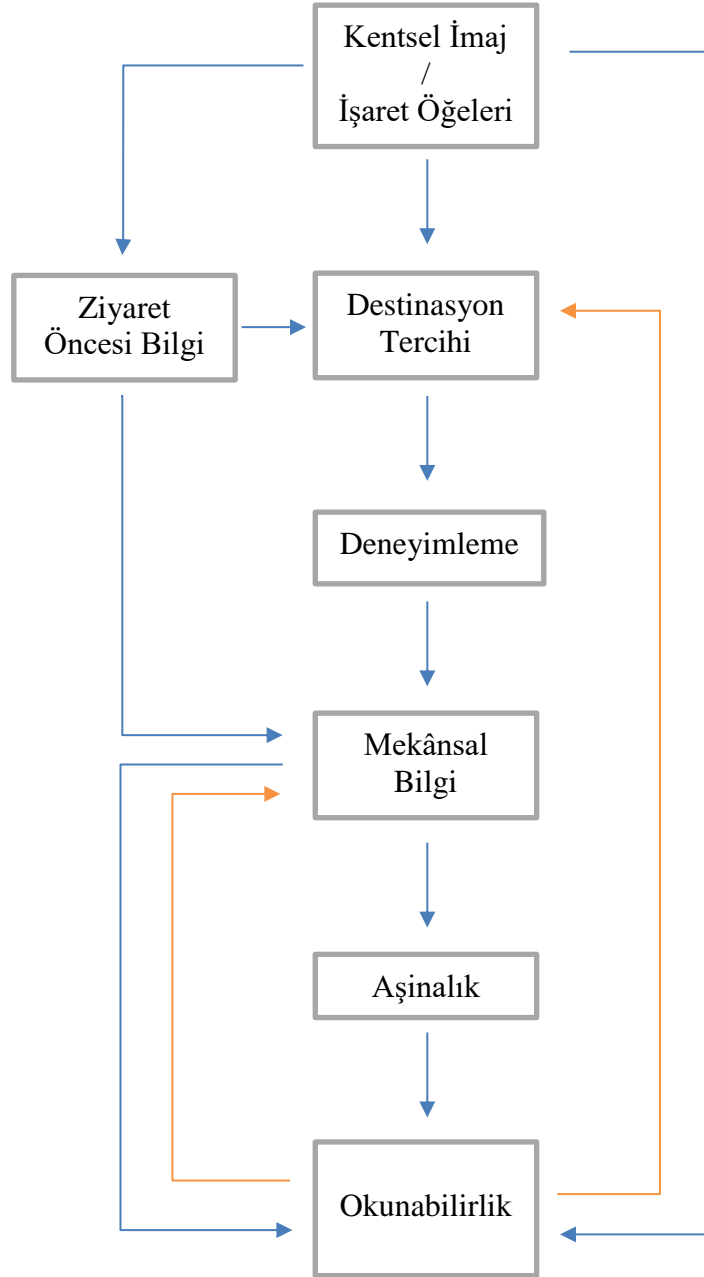
2.3.2 Ziyaret Öncesi Bilgi Edinme Sürecinin Mekânsal Bilgiye Katkısı

Turistik bir ziyaret için, mekânsal bilgi edinme süreci ziyaretten önce başlamaktadır. Bu konuda McIntosh ve meslektaşları (1995) ziyaret sırasında olduğu gibi ziyaret öncesinde de turistlerin azami bilgi edinme çabasında olduğuna değinir. Bu süreç içerisinde ziyaretçi internetteki tur siteleri, gezi uygulamaları, gezi broşürleri, televizyon ve benzeri kaynaklardan elde ettiği bilgiler ile zihninde gideceği destinasyona yönelik bir imge oluşturmaya başlar (Çiçek vd, 2013). Günümüz teknolojileri sayesinde videolar ve 360 derece panoramik fotoğraflar ile oluşturulmuş sanal turlar ve benzeri görselleştirme araçları gerçeğe çok yakın bir deneyim imkânı sunabilmektedir. Böylece turistlerin mekânsal bilgi edinme süreci başlamış bulunur (Harman ve Akgündüz, 2014).

Bunların yanında, Wijaya ve meslektaşları (2013) ziyaret öncesinde edinilen bilgi sayesinde turistlerde beklenti oluştuğundan bahseder. Wijaya ve meslektaşlarının yemek seçimi için bahsettiği bu durum, ziyaret edilecek yerler için de aynı şekilde değerlendirilebilir. Ziyaret öncesinde elde edilen bilgi ve oluşan beklenti sayesinde ziyaret sırasında turist ön bilgi aldığı öğeleri bulmaya ve daha yakından deneyimlemeye çalışır. Bu durum algıda seçicilik oluşturur ve ziyaretçinin mekân bilgisine katkı sağlar. Böylece ziyaretçi için kentin okunabilirliği artmış olur.

2.4 Çalışmada Kullanılan Kavramların İlişki Ağı

Tezin metodolojik kurgusundan bahsetmeden önce kavramsal çerçeve başlığı altında açıklanan kavramların birbirleriyle ilişkisini açıklamak önemlidir. Bu ilişkiler ağı Şekil 2.6'da gösterilmiştir.



Şekil 2.6 Çalışmada kullanılan kavramların ilişki ağı

İşaret öğeleri diğer kentsel kimlik bileşenleri ile kentsel imajı oluşturur (Deniz, 2004). Kentsel imaj ise sahip olduğu turizm değeri ölçüsünde kentin destinasyon olarak tercih edilmesine etki eder (Dural ve Köseoğlu, 2017). Aynı zamanda kentsel imaj dıştan

gelen bilgiler sayesinde ziyaret öncesi bilgi edinme sürecini başlatır (Pizam ve Mansfeld, 2000'den aktaran Köseoğlu, 2004). Ziyaret öncesi bilgi yeterli motivasyonu oluşturuyorsa kentin destinasyon olarak tercih edilmesine katkı sağlar (Çiçek vd, 2013). Destinasyon olarak tercih edilen yer turist ziyareti sırasında deneyimlenmeye başlanır. Kentin deneyimlenmesiyle birlikte bireylerin zihninde mekânsal bilgi oluşur. Aynı zamanda, ziyaret öncesi bilgi sayesinde deneyim olmadan bireylerin zihninde mekânsal bilgi oluşmaya başlar (Harman ve Akgündüz, 2014). Yerel kullanıcı için ise deneyim kentte yaşama süresi ve kentsel mekanları kullanma sıklığı ile ilişkilidir. Dolayısıyla her iki grup için de deneyimin oluşması mekânsal bilgiye katkı sağlar. Bu noktada, aşinalık mekânsal bilgidен etkilenir. Kentte yaşama süresi ya da kenti ziyaret sayısı artsa da mekân algılanmadığı takdirde deneyim oluşmayacak ve mekânsal bilgi elde edilemeyecektir. Dolayısıyla aşinalığın oluşabilmesi için deneyim sonucu oluşan mekânsal bilgiye ihtiyaç vardır (Wickelgren, 1979). Mekânsal bilgi okunabilirliğe doğrudan etki eder. Bu ilişki "Mekânsal Okunabilirlik" başlığı altında açıklanmıştır. Buradan yola çıkılarak, işaret ögesi bilgisi mekânsal bilginin bileşenlerinden biri olduğu için kentin sahip olduğu işaret öğelerinin mekânsal okunabilirliğe etki ettiği söylenebilir. Sonuç olarak aşinalık kavramının okunabilirlik kavramı ile ilişkisini sorgulamak gerekirse şu sonuca varılabilir; aşinalığın varlığından söz edebilmek için mekânsal bilgi ve deneyimin oluşması gerekir. Bu olguların varlığı okunabilirliğe etki ettiği için, aşinalığın da okunabilirliğe doğrudan etki ettiği söylenebilir.

Bunların yanında, bu ilişki ağında ters yönlü ilişkiler de mevcuttur. Bu bağlamda mekânsal bilgi okunabilirliği artırdığı gibi, okunabilirliğin mekânsal bilgi edinmeye katkı sağladığı söylenebilir. Okunabilir mekanların basit, tutarlı, organize olabilen yerler olması (Lynch, 1960) bu mekanlar hakkında bilgi edinme sürecini kolaylaştırır. Benzer şekilde okunabilirliği yüksek kentler, ziyaretçiler tarafından kolay algılandığı ve kolay rota oluşturulabildiği için memnuniyet hissine katkı sağlar. Dolayısıyla tekrar ziyaret edilme isteği oluşur. Bu sebeple okunabilirliğin destinasyon tercihinе olumlu yönde katkı sağladığı söylenebilir.

3.1.1 Göynük'ün Tarihçesi

M.Ö. 13. yüzyılda Göynük'te en eski yerleşimin Frigler tarafından oluşturulduğu bilinmektedir. Devam eden yıllarda bölge birçok farklı imparatorluğun hakimiyeti altında kalmıştır. Bunlar sırasıyla Lidyalılar, Persler, Bithynia Krallığı, Roma ve Bizans'tır. Son olarak ise bölge 1071 Malazgirt Savaşıyla beraber Türk hakimiyetine girmiştir. Bölgenin Türk hakimiyetine girmesiyle beraber, kendi sınırındaki Taraklı, Yenice ve Mudurnu ile 1331-1332 yıllarında Anadolu Selçuklu Devleti ve Beylikler döneminin ardından Osmanlı Devleti'ne katılmışlardır. Göynük, Osmanlı döneminde konaklama merkezi olarak kullanılmıştır. Ayrıca Bağdat yolu üzerinde bulunan Göynük, kervanlar için bir istasyon konumunda olmuştur. Göynük, Bolu Mutasarrıflığına idari olarak 1865'te bağlanmıştır. 1923'te Cumhuriyetle beraber Bolu'nun ilçelerinden biri olmuştur ve Bolu'ya bağlı kalmaya devam etmiştir.

3.1.2 Göynük'ün Mevcut Durumu

Göynük geleneksel konut mimarisine sahip bir kenttir. Göynük'ün sahip olduğu bu doku, 1950'li yıllarda batı ülkelerinden alınan şehircilik örneklerine göre düzenlenmeye çalışılmasıyla, yok olma tehlikesine girmiştir (Dikmen ve Toruk, 2015). Bu tehlikeye karşı 1987 yılında bölgenin sahip olduğu geleneksel tarihi doku korunmak istenmiş ve bölge "kentsel sit alanı" olarak ilan edilmiştir (Anonim, 2017). Kentsel sit alanı ilan edilmesinden günümüze kadar bölgedeki dokunun korunması için çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların bir kolu olarak görebileceğimiz "sakin şehir" unvanı ise 2017 yılı Şubat ayında bölgeye verilmiştir.



Resim 3.2 Göynük'ün mevcut durumu (URL-6)

3.1.3 Sakin Şehir Olarak Göynük

“Citta” ve “Slow” kelimelerinden türeyen Cittaslow kavramı Türkçeye “sakin şehir” ve “yavaş şehir” olarak çevrilmiştir. “Citta” İtalyanca bir kelime olup şehir anlamına gelirken, “Slow” İngilizce bir kelimedir ve yavaş anlamına gelir. Bu çalışmada Cittaslow’un Türkçe karşılığı olarak “sakin şehir” kavramı kullanılacaktır. Sakin şehir kavramı, İtalya’da başlayan yavaş yemek hareketine bağlı olarak ortaya çıkmıştır. 1999 yılında Carlo Petrini ve İtalya’nın 4 belediye başkanı tarafından sakin şehir hareketi başlatılmıştır (Sezgin ve Ünüvar, 2011). Pink (2009), sakin şehir hareketinin kurulmasının amacını yavaş yemek hareketinin kente aktarılması olduğunu söylemiştir. Onaran (2013) ise, kentin dokusunu, kültürünü korumak için ortaya çıkan bir hareket olduğunu belirtmiştir.

Sakin şehir unvanını alan şehirlerin sayılarına bakıldığında; 30 ülkenin 252 şehrinin bu unvana sahip olduğu görülmektedir. İtalya bu hareketin ortaya çıktığı yer olup, 83 şehir ile en fazla sakin şehre sahip olan ülkedir. Sonrasında 28 şehir ile Polonya, 19 şehir ile Almanya ve 17 şehir ile Türkiye gelmektedir (URL-2). Türkiye’de ilk sakin şehir olan yer Seferihisar olup diğerleri şu şekildedir; Ahlat, Akyaka, Eğirdir, Gerze, Gökçeada, Göynük, Halfeti, Köyceğiz, Mudurnu, Perşembe, Şavşat, Taraklı, Uzundere, Vize, Yalvaç ve Yenipazar (URL-3).



Resim 3.3 Sakin Şehir Göynük logosu (URL-8)

Sakin Şehir unvanına sahip olmak için belirlenmiş olan ana kriter kent nüfusunun 50.000’in altında olmasıdır. Bu kritere ek olarak kentin yerel kimliğinin, gelenek ve göreneklerinin, yemek kültürünün korunması gibi kriterlerde sakin şehir unvanına sahip olması için gerekli kriterlerdir. Sakin şehir birliği tarafından belirlenen 7 ana başlıktan oluşan 72 kriter Çizelge 3.1’de gösterilmiştir. Bir şehrin sakin şehir unvanını alabilmesi için ise sağladığı kriterlerden 50 veya üzerinde puan alması gerekmektedir (URL-3).

Çizelge 3.1 Sakin Şehir Üyelik Kriterleri Şeması (Cittaslow resmi sitesinden özetlenmiştir.)

Çevre Politikaları	Parklar ve yeşil alanlar, yenilenebilir enerji, ulaşım, geri dönüşüm.
Altyapı Politikaları	Alternatif hareketlilik, bisiklet yolları, sokak mobilyası.
Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları	Marjinal alanların yeniden kullanılması.
Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar	Tarımsal alanda GDO kullanımının yasaklanması, geleneksel el sanatlarının değerinin arttırılması.
Misafirperverlik Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar	Güzel karşılama, tekliflerin şeffaflığı, uygulanan fiyatlar ve tarifelerin netliği.
Sosyal Uyum	Engellilerin, fakirlerin, azınlıkların entegrasyonu.
Ortaklıklar	Doğal ve geleneksel yiyeceklere teşvik eden diğer organizasyonlarla iş birliği

3.2 Araştırma Soruları ve Hipotezler

Mekânsal okunabilirlik kent ölçeğinde ele alındığında, doğal çevre ve yapılı çevre gibi kentin fiziksel özellikleri ile birlikte kentsel mekânın sosyolojik özellikleri de okunabilirliğe etki etmektedir. Bununla beraber, bireylerin mekânsal becerileri ve geçmiş deneyimleri okunabilirlik üzerinde etkili olabilir (Demirbaş, 2001), (Li, Anacta ve Schwering, 2016). Okunabilirliği etkileyen faktörler arasında aşinalığın yeri bu çalışma ile araştırılmak istenen konu olmuştur. Temel olarak, aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkisinin incelendiği çalışmanın araştırma soruları aşağıda sıralanmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Nesnel özellikleri ile işaret ögesi olarak tanımlanan kentsel öğeler bireyler tarafından aynı şekilde işaret ögesi olarak tanımlanır mı?

Araştırma Sorusu 2: Bireylerin aşinalık düzeyinin mekânsal okunabilirliğe etkisi var mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe etkisi var mıdır?

Çalışmanın değişkenlerini açıklamak gerekirse, bağımsız değişkenler kentte yaşama süresi ve ziyaret öncesi edinilen bilgi iken bağımlı değişken mekânsal okunabilirlik olmuştur. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ara değişkenler ise aşinalık, nesnel işaret ögesi bilgisi ve öznel işaret ögesi bilgisidir. Kentte yaşama süresi mekânsal aşinalığı etkilerken, aşinalık işaret ögesi bilgisini artırmaktadır. Bağımsız değişken, ara değişken ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişki Çizelge 3.2’de gösterilmiştir.

Çizelge 3.2 Bağımlı, bağımsız ve ara değişkenler

	Bağımsız Değişken	Ara Değişken	Ara Değişken	Bağımlı Değişken
1	Kentte yaşama süresi	Aşinalık	Nesnel İşaret Ögesi Bilgisi	Mekânsal Okunabilirlik
2	Kentte yaşama süresi	Aşinalık	Öznel İşaret Ögesi Bilgisi	Mekânsal Okunabilirlik
3	Ziyaret Öncesi Bilgi	-	-	Mekânsal Okunabilirlik

Çalışmanın bağımlı, bağımsız ve ara değişkenleri ele alındığında aşağıdaki hipotezler öne sürülebilir.

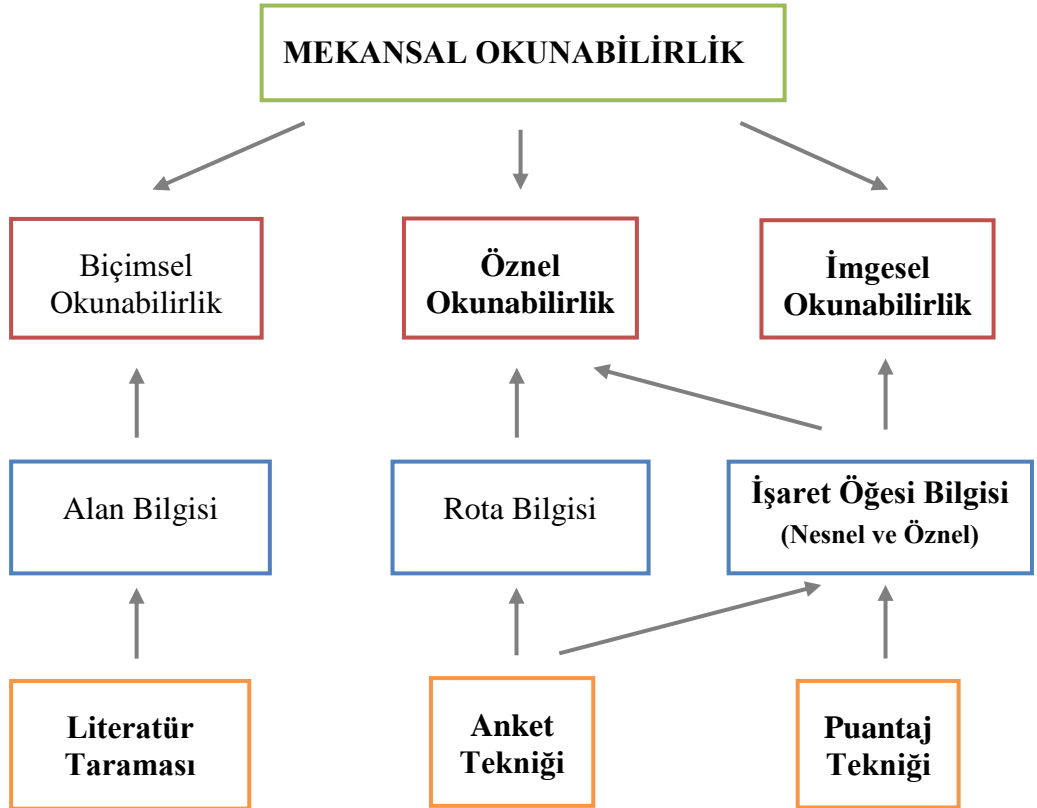
Hipotez 1: Nesnel özellikleri ile işaret ögesi olarak tanımlanan kentsel öğeler bireyler tarafından aynı şekilde işaret ögesi olarak tanımlanacaktır.

Hipotez 2: Mekânda geçirilen zaman ve mekânı kullanım yoğunluğu arttıkça okunabilirlik düzeyi artar.

Hipotez 3: Ziyaret öncesi bilgi edinme süreci nesnel işaret öğelerinin okunabilirlik değerlerine olumlu yönde etki edecektir.

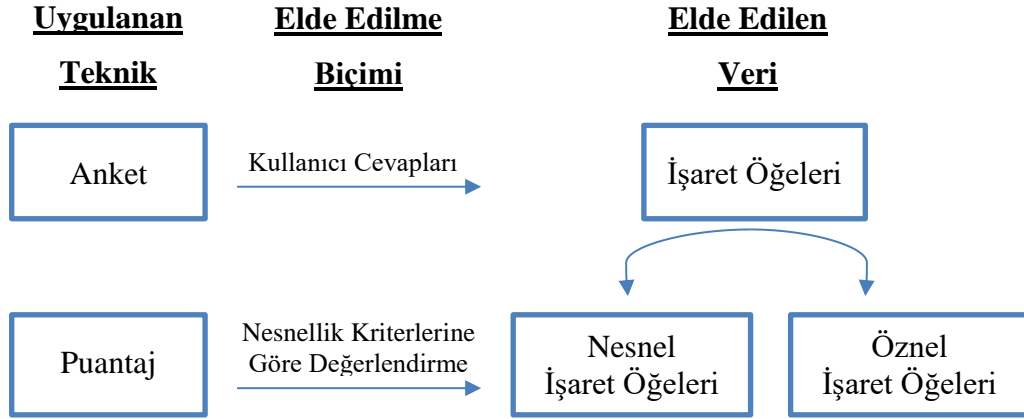
3.3 Metodoloji

Çalışmanın metodolojik kurgusu okunabilirlik kavramının literatürdeki açılımından faydalanılarak oluşturulmuştur. Okunabilirliğin alt başlıkları olan “biçimsel okunabilirlik”, “dizimsel okunabilirlik”, “öznel okunabilirlik” ve “imgesel okunabilirlik” kavramları, okunabilirliğin bileşenleri olan “alan bilgisi”, “rota bilgisi” ve “işaret ögesi bilgisi” ile ilişkilendirilmiştir. Söz konusu bileşenler ile ilgili veri seti anket ve puanaj teknikleriyle elde edilmiştir. Biçimsel okunabilirlik ile ilişkili olan alan bilgisi, teknik olarak ölçüme dahil edilmemiş, yalnızca mekânı betimleyici morfolojik tarifte bulunmak için faydalanılan bir kavram olmuştur. Öznel okunabilirlik ile ilgili olan rota bilgisi ve işaret ögesi bilgisi anket tekniğiyle belirlenmiştir. İmgesel okunabilirlik ile ilişkili olan işaret ögesi bilgisi ise puanaj tekniğiyle belirlenen bir kavram olmuştur. Çalışmanın metodolojik kurgusu Şekil 3.1’de açıklanmıştır.



Şekil 3.1 Çalışmanın metodolojik kurgusu

Bu çalışmada Şekil 3.1’de gösterildiği gibi, işaret öğelerini elde etmek için iki farklı teknik kullanılmıştır. Anket tekniğinde kullanıcıların sorulara verdiği cevaplar ile alandaki işaret öğeleri belirlenmiştir. Puantaj tekniğinde ise, belirlenen bu işaret öğeleri literatürden elde edilmiş olan nesnellik kriterlerine göre değerlendirilmiştir. Böylece çalışmada sözü edilen işaret öğeleri nesnel ve öznel olarak ikiye ayrılmıştır. Bu ilişki Şekil 3.2’de gösterilmiştir.



Şekil 3.2 Nesnel ve öznel işaret öğelerinin elde edilme biçimleri

Çalışmada kullanılan işaret öğeleri için iki yöntemden değerler elde edilmiştir. Anket tekniği ile işaret öğesinin kaç kullanıcı tarafından söylendiği belirlenerek ‘frekans değeri’ oluşturulmuştur. Frekans değeri oluşturulurken katılımcıların aşinalık düzeylerine göre karşılaştırma yapılabilmesi için yerel kullanıcılar ve turistlerin yanıtları ayrı değerlendirilmiştir. Puantaj tekniği ile, belirlenen kriterlere göre işaret öğeleri puanlanmış ve ‘puantaj değeri’ oluşturulmuştur. İki ayrı teknik ile elde edilen rakamsal veriler değerlendirilerek aralarındaki ilişki sorgulanmıştır.

3.3.1 Anket Tekniği

Çalışmada temel olarak iki teknik kullanılmıştır. Bunlardan biri anket tekniğidir. Anket tekniği gözlem, mülakat ve yarı yapılandırılmış görüşme gibi diğer tekniklere göre nicel değerlendirmelere daha çok imkân sağlaması ve daha fazla kullanıcıya ulaşarak çalışmanın güvenilirliğinin artmasını sağlamak amacıyla tercih edilmiştir. Anket tekniği alanda uygulanmadan önce tekniğin uygunluğunu test etmek için pilot çalışmalar yapılmıştır.

Yapılan Pilot Çalışmalar:

30 Mart 2019 tarihinde Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi'nde 10 öğrenci ile yerel kullanıcılara uygulanacak olan anket için pilot çalışma yapılmıştır. Bu pilot çalışma ile ankette öznel işaret öğelerinin tespit edilmesinin amaçlandığı soruların geçerliliğinin test edilmesi amaçlanmıştır. Yapılan pilot çalışma sonucunda sorulan sorulardan bazılarının anlaşılmadığı ve anketteki soruların yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple katılımcıların önerileri doğrultusunda anket revize edilmiştir. Bu bağlamda, "Göynük denince sizin için önemli olan yerler nerelerdir?" sorusu çıkartılmış, yerine "Göynük'te bildiğiniz yerler nerelerdir?" ve "Göynük'te kendinizi rahat hissettiğiniz yerler nerelerdir?" soruları eklenmiştir.

7 ve 8 Nisan 2019 tarihlerinde aynı üniversitede farklı 10 öğrenci ile pilot çalışma tekrarlanmıştır. Güncellenen anket soruları bu çalışma ile öğrencilere uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, "Göynük'te bildiğiniz yerler nerelerdir?" sorusu katılımcılar tarafından anlaşılmadığı için ankette çıkarılmıştır. Bununla birlikte, anketteki diğer soruların araştırılmak istenen verilere ulaşmak için elverişli olduğu görülmüştür.

Son adım olarak, anket soruları istatistik konusunda bir uzman görüşü alınarak irdelenmiştir. Bu irdeleme sonucunda demografik sorulara 'Göynük'te nerede yaşıyorsunuz?' sorusu eklenmiştir. Ayrıca 'Göynük'te aileniz ve arkadaşlarınız ile nerelerde vakit geçirirsiniz?' sorusu aile ve arkadaş grubu için ayrı iki soru olarak düzenlenmiştir. Bu soru 'Bahsettiğiniz yerlere gitmek için nerede buluşursunuz?' sorusu eklenmiştir. Bu düzenlemelerin dışında daha önce ankette sorgulanmamış olan Göynük'ün kişiler özelinde nasıl bir yer olduğunu anlatabilecekleri sorular sorulmuştur. Bu sorular; 'Göynük'ü nasıl tanımlarsınız?' ve 'Göynük'ü Taraklı, Mudurnu ya da yakın çevresindeki yerlerden ayıran özellikler nelerdir?' soruları olmuştur. Son olarak ankete 2 adet kroki sorusu eklenmiş ve anket son haline ulaştırılmıştır.

Anketin Tanıtılması:

Anket soruları hazırlanırken, metodoloji başlığı altında açıklanan, okunabilirlik kavramının alt başlıkları anket sorularının oluşturulmasına yön vermiştir. Çalışmada aşinalığın mekânsal okunabilirliğe etkisini ölçmek amacıyla yerel kullanıcılar ve turistler için iki ayrı anket hazırlanmıştır. Anket soruları iki grubun yanıtlarının

karşılaştırılabilmesi için içerik açısından benzerlik göstermesiyle birlikte bazı sorular gruplar özelinde farklılaşmıştır.

Yerel kullanıcılara uygulanan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcı grubuna yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve meslek bilgilerini edinmek üzere demografik sorular sorulmuştur. Demografik soruların devamında yerel kullanıcıların mekâna aşinalık düzeylerini ölçmek için Göynük'te nerede, kaç yıldır yaşadıkları ve yaşama sebepleri sorulmuştur. Anketin ikinci bölümünde sorulan sorular, katılımcıların alan bilgilerini, rota bilgilerini ve işaret ögesi bilgilerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu sorular katılımcıyı yönlendirmemek için açık uçlu olarak bırakılmıştır. Söz konusu sorular ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü Çizelge 3.3'de gösterilmiştir. Anketin üçüncü bölümünde sorulan sorular ise Göynük'e ait bir kroki verilerek katılımcıların alan bilgilerini ölçmeyi amaçlamaktadır.

Çizelge 3.3 Yerel kullanıcılara uygulanan anket soruları ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü

Yerel Kullanıcılara Yöneltilen Anket Soruları	Ölçülmesi Amaçlanan Bilgi Türü
S1- Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelerdir? İlk aklınıza gelen yerden başlayarak sıralayınız.	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel-Öznel
S2- Göynük'te kendinizi rahat hissettiğiniz yerler nerelerdir?	İşaret ögesi bilgisi / Öznel
S3- Göynük'e ilk kez gelen misafirlerinizi gezdirmek için nereleri tercih edersiniz?	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel
S4- Göynük'te aileniz ile nerelerde vakit geçirirsiniz? Bahsettiğiniz yere gitmek için nerede buluşursunuz?	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel-Öznel
S5- Göynük'te arkadaşlarınız ile nerelerde vakit geçirirsiniz? Bahsettiğiniz yere gitmek için nerede buluşursunuz?	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel-Öznel
S6- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gidişi Göynük'ü ilk defa ziyaret eden bir kişiye nasıl tarif edersiniz?	Rota bilgisi İşaret ögesi bilgisi / Nesnel

S7- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gidişi komşunuza nasıl tarif edesiniz?	Rota bilgisi İşaret ögesi bilgisi / Nesnel-Öznel
S8- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gitmek için siz hangi yolu kullanırsınız? Harita üzerinde işaretleyiniz. Bu yol üzerinde hatırladığımız (aklınızda kalan) yerleri anlatarak aşağıdaki tabloyu doldurunuz.	Rota bilgisi İşaret ögesi bilgisi / Nesnel-Öznel
S9- Göynük'ü nasıl tanımlarsınız?	Alan Bilgisi
S10- Göynük'ü Taraklı, Mudurnu ya da yakın çevresindeki yerlerden ayıran özellikleri nelerdir?	Alan Bilgisi
K1- Göynük'te nereyi mahalleniz olarak tanımlarsınız? Aşağıdaki haritada çizerek gösteriniz.	Alan Bilgisi
K2- Göynükte en iyi bildiğiniz yerleri aşağıdaki haritada işaretleyiniz.	Alan Bilgisi

Turistlere uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcı grubuna yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve meslek bilgilerini edinmek üzere demografik sorular sorulmuştur. Demografik soruların devamında turistlerin mekâna aşinalık düzeylerini ölçmek için daha önce Göynük'te bulunup bulunmadıkları, bulundular ise kaç defa buldukları ve Göynük'te bulunma sebepleri sorulmuştur. Anketin ikinci bölümünde, yerel kullanıcıların anketinde olduğu gibi, kullanıcıların rota bilgilerini ve işaret ögesi bilgilerini ölçmeyi amaçlayan sorular sorulmuştur. Sonrasında, yerel kullanıcılara sorulmayan, turistler için mekânın okunabilirliğinde ziyaret öncesi bilgi edinmenin etkisini ölçmeyi amaçlayan sorular sorulmuştur. Bu sorular katılımcıyı yönlendirmemek için açık uçlu bırakılmıştır. Söz konusu sorular ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü Çizelge 3.4'te gösterilmiştir.

Çizelge 3.4 Turistlere yöneltilen anket soruları ve ölçülmesi amaçlanan bilgi türü

Turistlere Yöneltilen Anket Soruları	Ölçülmesi Amaçlanan Bilgi Türü
S1- Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelerdir? İlk aklınıza gelen yerden başlayarak sıralayınız.	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel
S2- Göynük'te nereleri gezdiniz ya da gezmek istiyorsunuz?	İşaret ögesi bilgisi / Nesnel
S3- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gitmek için hangi yolu kullanırsınız? Harita üzerinde işaretleyiniz. Bu yol üzerinde hatırladığınız (aklınızda kalan) yerleri anlatarak aşağıdaki tabloyu doldurunuz.	Rota bilgisi İşaret ögesi bilgisi / Nesnel
S4- Zafer Kulesini Göynük'ü ilk defa ziyaret eden bir kişiye nasıl tarif edesiniz?	Rota bilgisi İşaret ögesi bilgisi / Nesnel
S5- Göynükte ziyaret ettiğiniz ya da edeceğiniz yerler hakkında gelmeden önce bilgi aldınız mı?	Ziyaret öncesi bilgi edinmenin etkisi
S5-A- Nereler hakkında bilgi edindiniz?	Ziyaret öncesi bilgi edinmenin etkisi
S5-B- Hangi kanallardan bilgi edindiniz?	Turist Davranışı

Örnekleme Seçimi:

Anket tekniğini uygulamak için ana kütlenin belirlenmesinde yerel kullanıcıların Göynük'te en az 1 yıldır yaşıyor olmaları tercih edilmiştir. Örnekleme seçimi için amaca yönelik, kotalı ve gelişigüzel örnekleme teknikleri birlikte kullanılmıştır. Amaca yönelik örnekleme belirli bir amaca uyan olası örnek olayların tercih edildiği bir yöntemdir. Kotalı örnekleme, çalışma evrenini temsil etmesi için belirlenen kategorilerden belirli sayılarda örnek seçilmesi ile örnekleme grubunun oluşturulduğu yöntemdir. Gelişigüzel örnekleme ise herhangi bir tercih yapılmadan rastlantısal olarak ilk karşılaşılan örneklerin çalışmaya dahil edildiği örnekleme yöntemidir (Neuman, 2006). Bu çalışmada turistlere uygulanan anketler için amaca yönelik ve gelişigüzel örnekleme teknikleri birlikte kullanılmıştır. Anket çalışmasında

katılımcıların önceden belirlenmiş bir noktayı ziyaret etmiş olma amacı güdülmüştür. Bu noktayı ziyaret eden turistler içerisinde anket uygulamasına katılmayı kabul eden katılımcılar çalışmaya dahil edilmiştir. Yerel kullanıcılara uygulanan anketler için ise kotalı örnekleme ve gelişigüzel örnekleme teknikleri kullanılmıştır. Ankete katılacak yerel kullanıcıların en az bir yıldır Göynük'te yaşıyor olmaları beklenmiştir. Bununla birlikte, farklı yaş ve meslek gruplarından dengeli bir dağılım olması için esnaflar, ev hanımları, kamu personelleri, öğretmenler ve öğrenciler ile anket uygulaması yapılmıştır. Her gruptan anket uygulamasına gönüllü olan katılımcılar çalışmaya dahil edilmiştir.

3.3.2 Puantaj Tekniği

Bir kentsel elemanın işaret ögesi olarak tanımlanabilmesi için nesnel ve öznel değerlendirmeler yapılmaktadır. Literatürde, nesnel değerlendirmelere yönelik tanımlar bulunmaktadır. Öznel değerlendirmelerde ise mekânı deneyimleyen öznenin algılama biçimi de etkili olmaktadır. Dolayısıyla, işaret ögesi kavramının içeriği görecelidir ve net bir tanımlanamamaktadır (Köseoğlu ve Önder, 2011). Bu sebeple, çalışmada Göynük'teki işaret ögeleri belirlenirken, ankete katılan yerel kullanıcıların ve turistlerin belirttiği yerler değerlendirmeye alınmıştır.

Puantaj tekniği ile, anket sonuçlarından elde edilen işaret ögeleri Köseoğlu ve Önder (2011) tarafından derlenmiş olan nesnel kriterlere göre değerlendirilmiştir. Köseoğlu ve Önder, Santos-Delgado'nun (2005) belirttiği "Sosyal Değer, Tarihi Değer, Sembolik Değer, Ekonomik Değer ve Estetik Değer" kriterlerine ve kendi eklediği "Konum Değeri" kriterini katmış ve bu kriterleri 6 madde olarak ele almıştır. Bu çalışmada Köseoğlu'nun belirlediği kriterlerden farklı olarak, "Konum Değeri" nesnel kriterler içine alınmamıştır. Bu çalışmada, mevcut 5 maddeye ek olarak Raubal ve Winter'in (2002) "Görsel Farklılaşma" kriteri ve bu çalışma özelinde kurgulanan "Aktif Fonksiyon" kriteri eklenmiştir. Söz konusu kriterler değerlendirme ölçütü olarak çalışmada aşağıda belirtildiği şekilde kullanılmıştır:

- Sosyal Değer (Santos-Delgado, 2005)
- Tarihi Değer (Santos-Delgado, 2005)
- Sembolik Değer (Santos-Delgado, 2005)
- Ekonomik Değer (Santos-Delgado, 2005)
- Estetik Değer (Santos-Delgado, 2005)

- Görsel Farklılaşma (Raubal ve Winter, 2002)
- Aktif Fonksiyon

Sosyal değer; toplum yararına kullanılan yerler olarak tanımlanabilir. Ayrıca insanların toplanıp etkileşimde buldukları yerlerdir. Tarihi değer; tarihi olayların gerçekleştiği ve kolektif hafızada yer eden mekanlar olarak tarif edilir. Sembolik değer; önemli bir lider veya öne çıkan bir kişiliğe bağlı, zaferlerin veya tarihte belirli bir mücadelenin göstergesi olan yerlerdir. Ek olarak belirli değerleri ve ideolojileri destekleyen görsel semboller olarak tanımlanır. Ekonomik değer; ekonomik ve ticari faaliyetler için stratejik olan yerlerdir. Estetik değer; bir yerin kültürünü ve inançlarını ifade eden mekânsal özelliklerle dengelenmiş olarak tanımlanır (Santos-Delgado, 2005). Görsel farklılaşma; çevresiyle net bir kontrasta sahip yerler olarak tanımlanır. Bu zıtlık dört bileşenden oluşabilir: Cephe, form, renk ve görsellik (Raubal ve Winter, 2002). Nesnellik kriterlerine bu çalışmada eklenmiş olan aktif fonksiyon ise bir yerin kentin kullanıcıları tarafından aktif biçimde işlevsel olarak kullanımı ile açıklanır. Aktif fonksiyon değeri sosyal değerden farklı olarak, bireylerin sosyal etkileşimde bulunmaları gerekmeksizin işlek bir caddedeki köprü ya da yaya geçidi gibi işlevsel olarak sık kullandıkları yerler olarak tanımlanmıştır.

İşaret öğelerine sahip oldukları her bir değerlendirme ölçütü için 1 puan verilmiştir. Böylece işaret öğelerinin aldıkları toplam puan ile puantaj değerleri hesaplanmıştır. Bu çalışmada, toplam puantaj değeri 5,6 ve 7 olan işaret öğeleri “nesnel işaret öğesi” olarak, puantaj değeri 5’in altında olanlar ise “öznel işaret öğesi” olarak kabul edilmiştir. İşaret öğeleri ve aldıkları puanlar Ek-3’te gösterilmiştir.

3.4 Prosedür

Tezin ana kısmını oluşturan alan çalışmasında, anket tekniği ve puantaj tekniği olmak üzere iki farklı teknik kullanılmıştır. Bu tekniklerin uygulanma prosedürleri aşağıdaki başlıklar ile açıklanmıştır.

3.4.1 Anket Tekniğinin Uygulanması

Tezin iki temel veri toplama aracından biri olan anket uygulaması Göynük sınırları içinde yerel kullanıcılar ve turistler olmak üzere iki farklı gruba uygulanmıştır. 2018 Yılı sayımlarına göre 4183 merkez nüfusu olan Göynük’ün (URL-7) yerel kullanıcıları içinden 168 kişi ile anket yapılmıştır. Bu oran kent nüfusunun yaklaşık %4’üne tekabül

etmektedir. Kenti ziyaret eden turistler içeresinden ise 205 kişiyle anket yapılmıştır. Yerel kullanıcıların anketleri içeresinden 2 adet anket kullanılamamış, turistlerin anketlerinin ise tümü kullanılabilmiştir. Toplamda 371 anket ölçüme dahil edilmiştir. Uygulama, 14, 15, 20, 21, 22 ve 27 Nisan 2019 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir.

Turistlere uygulanan anket soruları içeresinde, “*Zafer Kulesini Göynük’ü ilk defa ziyaret eden bir kişiye nasıl tarif edersiniz?*” sorusu bulunmaktadır. Katılımcıların bu soruyu yanıtlayabilmeleri için, Zafer kulesini ziyaret etmiş olmaları gerekmektedir. Bu sebeple turistlere uygulanacak anketin konumu için Göynük’te Zafer Kulesi’nin önündeki meydan tercih edilmiştir.

Ankete katılan yerel kullanıcılar içeresinde esnaflar, kamu görevlileri, öğretmenler ve öğrenciler yer almaktadır. Anket uygulaması esnaflar ile iş yerlerinde, kamu görevlileri ile Göynük Belediyesi ve Göynük Hükümet Konağında, öğretmenler ve öğrenciler ile Orhan Çalış Çok Programlı Lisesi ve Akşemsettin İmam Hatip Lisesinde gerçekleştirilmiştir. Resmî kurumlarda yapılacak anket uygulamaları için Belediye Başkanı ve Kaymakamdan sözlü izin alınmıştır.

3.4.2 Puantaj Tekniğinin Uygulanması

Çalışmaya veri sağlayacak diğer bir teknik ise işaret öğelerinin puanlanması ile elde edilmiştir. Bu teknik için literatürdeki nesnel işaret öğelerine yönelik tanımlar incelenmiş, bu tanımlar ışığında değerlendirme kriterleri elde edilmiştir. Anket tekniği ile elde edilen işaret öğelerine söz konusu kriterler üzerinden puan verilmiştir. Böylece elde edilen veriler sayısallaştırılmıştır.

3.5 Bulgular

Çalışmanın bu kısmında anket tekniğinden ve puantaj tekniğinden elde edilen veriler istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Prosedür kısmında açıklandığı üzere, anket tekniğinde katılımcıların belirttikleri mekânsal öğeler işaret öğeleri olarak kabul edilmiştir. Puantaj tekniğinde literatürden belirlenen nesnellik kriterlerine göre işaret öğeleri puanlanmış, 7 üzerinden 5 ve üzeri puan alan işaret öğeleri nesnel işaret öğeleri olarak kabul edilmiştir. Diğer yandan, değerlendirilen tüm işaret öğeleri anket verilerinden sağlandığı için öznellik içermektedir. Bu sebeple, 4 ve altında puan alan işaret öğeleri nesnellik kriterlerinden yüksek puan alamazlar bile katılımcılar tarafından belirttikleri için öznel işaret öğeleri olarak değerlendirilmiştir. Bu gruplar

bazı hipotezlerin test edilmesinde önem kazanmıştır. Anket verileri değerlendirilirken işaret öğeleri tekil olarak değerlendirilmemiş, “öznel işaret öğeleri” ve “nesnel işaret öğeleri” olarak gruplar bazında karşılaştırma yapılmıştır.

Anket verilerinin değerlendirilmesi için katılımcıların yanıtları dijital ortama aktarılarak SPSS programında analiz edilmiştir. Hipotezleri test etmek için anketlerdeki ilgili soruların verileri incelenmiştir. Anketteki her bir sorunun getirdiği verilere ek olarak, bazı sorulara verilen yanıtların tümü bir araya getirilmiş ve bir katılımcının anket boyunca belirttiği tüm işaret öğeleri ile ayrı bir frekans değeri oluşturulmuştur. Bu değer, bu çalışma içerisinde “**birleştirilmiş öğeler değeri**” olarak adlandırılmıştır. Birleştirilmiş öğeler değerinin oluşturulmasında, demografik sorular, kroki soruları ve rota sorularındaki kullanım sıklığı ve kullanım amacı soruları dışındaki tüm sorulara verilen yanıtlar bir araya getirilmiştir. Özetle, her bir katılımcının yanıtları içerisinde, nesnel ya da öznel işaret öğesi belirten tüm ifadeler tek bir yerde birleştirilmiştir. Bu birleştirme işleminde farklı sorularda aynı öğeler söylenmiş ise, tekrar eden öğeler silinmiştir. Bu işlemin yapılması konusunda istatistik konusunda uzman görüşü alınarak tekniğin doğruluğu teyit edilmiştir. Bazı hipotezlerin test edilmesinde sözü edilen birleştirilmiş öğeler değeri kullanılmıştır.

Anket verilerinin değerlendirilmesi için turistlerin ve yerel kullanıcıların demografik sorulara verdikleri yanıtlara ait istatistikler ayrı ayrı incelenmiştir. İlk olarak turist verilerinin istatistikleri değerlendirilmiştir. Çizelge 3.5’te görüldüğü üzere turistlerin yaş aralıkları 3 gruba ayrılmıştır. Yaş sorusuna 3 kişi cevap vermemiştir. Cevap veren katılımcılar içinde birinci grup 13-18 yaş aralığında olup 9 kişiyi kapsamaktadır. İkinci grup 19-45 yaş aralığında olup 167 kişiyi kapsamaktadır. Son olarak üçüncü grup ise 45 yaş ve üstü olup 26 kişiyi kapsamaktadır. Toplamda 205 katılımcıdan 107’si kadın katılımcı iken 98’i erkek katılımcı olmuştur. Eğitim durumları incelendiğinde; 19 kişi ilköğretim ve altı, 39 kişi lise ve dengi, 28 kişi ön lisans, 99 kişi lisans ve 20 kişi lisansüstü cevabını vermiştir. Meslek sorusuna 2 kişi cevap vermemiştir. Cevap veren katılımcılar içinde 24 öğretmen, 36 öğrenci, 13 serbest meslek, 17 ev hanımı, 12 kamu personeli, 32 mühendis-teknik eleman, 2 mimar, 2 asker, 2 emekli, 24 sağlıkçı, 35 özel sektör, 2 hukukçu ve 2 sanatçı olduğu görülmüştür. Turistlerin daha önce Göynük’te bulunma durumları sorulduğunda; 66 kişi daha önce Göynük’te bulduklarını belirtirken 139 kişi daha önce bulunmadıklarını belirtmiştir. Daha önce Göynük’te bulunma sayıları değerlendirilirken 2 grup oluşturulmuştur. Birinci grupta 1-3 kez

bulunanların sayısı 54, ikinci grupta ise 4 kez ve üstü bulunanların sayısı ise 12 olarak görülmüştür.

Çizelge 3.5 Turistlere yönelik demografik soruların tanımlayıcı istatistik değerleri

Yaş		
Değer	Frekans	Yüzde
13-18	9	%4,4
19-45	167	%81,5
45+	26	%12,7
Boş	3	%1,5
Toplam	205	%100,0

Meslek		
Değer	Frekans	Yüzde
Öğretmen	24	%11,7
Öğrenci	36	%17,6
Serbest meslek	13	%6,3
Ev hanımı	17	%8,3
Kamu personeli	12	%5,9
Mühendis- Teknik eleman	32	%15,6
Mimar	2	%1,0
Asker	2	%1,0
Emekli	2	%1,0
Sağlıkçı	24	%11,7
Özel sektör	35	%17,1
Hukukçu	2	%1,0
Sanatçı	2	%1,0
Boş	2	%1,0
Total	205	%100,0

Cinsiyet		
Değer	Frekans	Yüzde
Kadın	107	%52,2
Erkek	98	%47,8
Total	205	%100,0

Eğitim Durumu		
Değer	Frekans	Yüzde
İlköğretim ve altı	19	%9,3
Lise ve dengi	39	%19,0
Ön Lisans	28	%13,7
Lisans	99	%48,3
Lisansüstü	20	%9,8
Total	205	%100,0

Daha Önce Göynükte Bulunma Durumu		
	Frekans	Yüzde
Evet	66	%32,2
Hayır	139	%67,8
Toplam	205	%100,0

Daha Önce Göynükte Bulunma Sayısı		
	Frekans	Yüzde
1-3	54	%26,3
3+	12	%5,9
Toplam	66	%32,2

Turistlerin değerlendirmelerinden sonra yerel kullanıcılara ait verilerin istatistikleri değerlendirilmiştir. Çizelge 3.6'te görüldüğü üzere yerel kullanıcıların da yaş aralıkları 3 gruba ayrılmıştır. Yaş sorusuna 2 kişi cevap vermemiştir. Cevap veren katılımcılar içinde birinci grup 14-18 yaş aralığında olup 69 kişiyi kapsamaktadır. İkinci grup 19-45 yaş aralığında olup 71 kişiyi kapsamaktadır. Son olarak üçüncü grup ise 45 yaş ve üstü olup 24 kişiyi kapsamaktadır. Toplamda 166 katılımcıdan 62'si kadın katılımcı iken 104'i erkek katılımcı olmuştur. Eğitim durumları incelendiğinde; 14 kişi ilköğretim ve altı, 94 kişi lise ve dengi, 13 kişi ön lisans, 41 kişi lisans ve 4 kişi

lisansüstü cevabını vermiştir. Meslek sorusunda 25 öğretmen, 77 öğrenci, 20 serbest meslek, 2 ev hanımı, 22 kamu personeli, 2 mühendis-teknik eleman, 8 emekli, 3 sağlıkçı, 7 özel sektör olduğu görülmüştür. Yerel kullanıcıların Göynük'te yaşama süreleri değerlendirilirken 3 grup oluşturulmuştur. Bu soruya 2 kişi yanıt vermemiştir. Birinci gruptaki, 0-10 yıl yaşayanların sayısı 46, ikinci gruptaki, 11-20 yıl yaşayanların sayısı 63 ve üçüncü gruptaki, 20 yıl ve üstü yıl yaşayanların sayısı 55 olduğu görülmüştür. Son olarak Göynük'te yaşadıkları yer için 31 kişi Sofuali Mah., 6 kişi TOKİ, 4 kişi Erkek Yurdu, 4 kişi Kepkebir Mah., 6 kişi Çeşme Mah., 22 kişi Yenice Mah., 32 kişi Merkez, 6 kişi Hacıabdi Mah., 6 kişi Cuma Mah., 2 kişi Kız Yurdu, 43 kişi köyde yanıtını verirken, 4 kişi bu soruya yanıt vermemiştir.

Çizelge 3.6 Yerel kullanıcılara yönelik demografik soruların tanımlayıcı istatistik değerleri

Yaş		
Değer	Frekans	Yüzde
14-18	69	%41,6
19-45	71	%42,8
45+	24	%14,5
Boş	2	%1,2
Toplam	166	%100,0

Cinsiyet		
Değer	Frekans	Yüzde
Kadın	62	%37,3
Erkek	104	%62,7
Toplam	166	%100,0

Meslek		
Değer	Frekans	Yüzde
Öğretmen	25	%15,1
Öğrenci	77	%46,4
Serbest meslek	20	%12,0
Ev hanımı	2	%1,2
Kamu personeli	22	%13,3
Mühendis-Teknik eleman	2	%1,2
Emekli	8	%4,8
Sağlıkçı	3	%1,8
Özel sektör	7	%4,2
Toplam	166	%100,0

Eğitim Durumu		
Değer	Frekans	Yüzde
İlköğretim ve altı	14	%8,4
Lise ve dengi	94	%56,6
Ön Lisans	13	%7,8
Lisans	41	%24,7
Lisansüstü	4	%2,4
Total	166	%100,0

Göynükte Yaşama Süresi		
Değer	Frekans	Yüzde
0-10	46	%27,7
11-20	63	%38,0
20+	55	%33,1
Boş	2	%1,2
Toplam	166	%100,0

Göynükte Yaşanılan Yer		
Değer	Frekans	Yüzde
Sofuali Mah.	31	%18,7
TOKİ	6	%3,6
Erkek Yurt	4	%2,4
Kepkebir Mah.	4	%2,4
Çeşme Mah.	6	%3,6
Yenice Mah.	22	%13,3
Merkez	32	%19,3
Hacıabdi Mah.	6	%3,6
Cuma Mah.	6	%3,6
Kız Yurdu	2	%1,2
Köyler	43	%25,9
Boş	4	%2,4
Toplam	166	%100,0

Tanımlayıcı istatistiksel verilerin ardından hipotezleri test etmek için ilgili analizler yapılmıştır.

Birinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular:

Birinci araştırma sorusu, işaret öğelerinin literatürde yer alan, nesnellik kriterlerine uygunluk düzeyi ile bireyler tarafından algılanan öznel okunabilirlik düzeylerinin ilişkisini sorgulamaktadır. Bu araştırma sorusunun hipotezi işaret öğelerinin frekansları ile puantaj değerleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğunu öne sürmektedir. Ek olarak, turistlerin yanıtları ile puantaj değerleri arasındaki korelasyonun yerel kullanıcıların yanıtları ile puantaj değerleri arasındaki korelasyondan daha güçlü çıkacağını belirtmektedir.

Bu hipotezin test edilmesi için literatürde yer alan nesnellik kriterlerine göre oluşturulmuş puantaj değerleri ile katılımcıların anket sorularına verdikleri yanıtların frekansları karşılaştırılmıştır. Yerel kullanıcılara uygulanan anket sorularından nesnel işaret öğelerinin elde edilmesinin amaçlandığı, “Göynük’e ilk kez gelen misafirlerinizi gezdirmek için nereleri tercih edersiniz?” sorusuna verilen yanıtlar ve tüm sorulara verilen yanıtların bir arada toplandığı birleştirilmiş öğeler değeri kullanılmıştır. Turistlere uygulanan anket soruları içerisinde, en çok nesnel işaret öğesinin söylenmesinin beklendiği, “Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler” sorusu, “Göynük’te gezilen ve gezilmek istenen yerler” sorusu, “Ziyaret öncesinde Göynük hakkında bilgi alınan yerler” sorusu ve birleştirilmiş öğeler değeri ölçüme dahil edilmiştir. Söz konusu ilişkiler Çizelge 3.7’de sunulan korelasyon testi ile gösterilmiştir.

Çizelge 3.7 İşaret öğelerinin puantaj değerleri ile katılımcıların yanıtlarının karşılaştırılması

		İkili Korelasyon Testi						
		Yerel Kullanıcılardan Elde Edilen Veriler			Turistlerden Elde Edilen Veriler			
		Birleştirilmiş Öğeler Değeri	S3- Göynük’e İlk Kez Gelen Misafirleri Gezdirmek İçin Tercih Edilen Yerler Sorusu	Birleştirilmiş Öğeler Değeri	S1- Göynük ile ilgili İlk Akla Gelen Yerler Sorusu	S2- Göynük’te Gezilen ve Gezilmek İstlenen Yerler Sorusu	S5- Göynük Hakkında Bilgi Alınan Yerler Sorusu	
İşaret Öğelerinin Puantaj Değerleri	Korelasyon Katsayısı	0,227	0,243	0,281	0,368	0,350	0,522	
	p	0,009	0,147	0,024	,045	0,079	0,018	
	N	133	37	64	30	26	20	

Test sonuçlarına göre, yerel kullanıcıların yanıtları içerisinde birleştirilmiş öğeler değeri ile işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında olumlu yönde çok zayıf bir korelasyon mevcuttur. Bu korelasyon istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlıdır ($r = 0.227 < 0.25, p=0.009$).

Yerel kullanıcıların “Göynük’e ilk kez gelen misafirlerinizi gezdirmek için nereleri tercih edersiniz?” sorusuna verdikleri yanıtların işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında, istatistiksel olarak anlamlı olmasa da, olumlu yönde çok zayıf bir korelasyon mevcuttur ($r = 0.243 < 0.25, p=0.147$).

Turistlerin yanıtları içerisinde birleştirilmiş öğeler değeri ile işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında olumlu yönde zayıf bir korelasyon mevcuttur. Bu korelasyon istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($0.25 \leq r = 0.227 < 0.50, p=0.024$).

Turistlerin “Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler” sorusuna verdikleri yanıtlar ile işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında olumlu yönde zayıf bir korelasyon mevcuttur. Bu korelasyon istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($0.25 \leq r = 0.368 < 0.50, p=0.045$).

Turistlerin “Göynük’te gezilen ve gezilmek istenen yerler” sorusuna verdikleri yanıtlar ile işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında olumlu yönde zayıf bir korelasyon mevcuttur. Bu korelasyon istatistiksel olarak %90 güven düzeyinde anlamlıdır ($0.25 \leq r = 0.350 < 0.50, p=0.079$).

Turistlerin “Ziyaret öncesinde Göynük hakkında bilgi alınan yerler” sorusuna verdikleri yanıtlar ile işaret öğelerinin nesnellik puanları arasında olumlu yönde orta düzeyde bir korelasyon mevcuttur. Bu korelasyon istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($0.50 \leq r = 0.522 < 0.70, p=0.018$).

İkili korelasyon testi sonuçlarından görüldüğü üzere, işaret öğelerinin nesnellik puanları ile katılımcıların yanıtlarından elde edilen frekans değerleri karşılaştırıldığında olumlu yönde bir korelasyon çıktığı görülmektedir. Bu sonuç, hipotezi destekler niteliktedir. Aynı zamanda hipotez, turistlerin yanıtları ile puantaj değerleri arasındaki korelasyonun, yerel kullanıcıların yanıtları ile puantaj değerleri arasındaki korelasyondan daha güçlü çıkacağını öne sürmüştür. Test sonuçlarına bakıldığında, turistlerden elde edilen verilerin korelasyon katsayılarının tümü, yerel kullanıcılardan elde edilen korelasyon katsayılarının tümünden daha büyüktür. Yerel

kullanıcıların yanıtları ile yapılan korelasyon değerleri istatistiksel olarak “çok zayıf” bulunurken, turistlerin yanıtları ile yapılan korelasyon değerleri istatistiksel olarak “zayıf” ve “orta düzeyde” olarak değerlendirilmiştir (0 – 0.24 çok zayıf, 0.25 – 0.49 zayıf, 0.50 – 0.69 orta düzeyde, 0.70 – 0.89 güçlü, 0.90 – 1 çok güçlü). Bu sonuçlar hipotezin ikinci önermesini de destekler niteliktedir.

Korelasyonların güçlü ya da çok güçlü düzeyde çıkmayıp, çok zayıf, zayıf, ya da orta düzeyde çıkmaları beklenen bir sonuçtur. Anket verilerinden elde edilen frekanslar katılımcıların öznel değerlendirmelerini içermektedir. Ancak puantaj değeri yalnızca literatürde yer alan nesnellik kriterlerine göre oluşturulmuştur. Dolayısıyla iki değer arasındaki korelasyonun olumlu yönde çıkması, hipotezi desteklemek için yeterli olup güçlü bir korelasyon katsayısı çıkması beklenmemektedir.

İkinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular:

İkinci araştırma sorusu, bireylerin aşinalık düzeyinin mekânsal okunabilirliğe etkisini sorgulamaktadır. Bu sorunun hipotezi, mekânda geçirilen zaman ve kullanım yoğunluğu arttıkça okunabilirlik düzeyinin artacağını öne sürmektedir.

Söz konusu hipotezi test etmek için üç farklı test uygulanmıştır. İlk olarak, turistlerin ve yerel kullanıcıların anket sorularına verdikleri yanıtların karşılaştırılması yapılmıştır. Turist ve yerel kullanıcı grupları arasındaki fark, bireylerin mekânda bulunma sürelerinin karşılaştırılması konusunda en önemli analiz olmuştur. Bu analiz için turistlerin ve yerel kullanıcıların anketlerinde ortak bulunan Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusunun verileri ve birleştirilmiş öğeler değerleri için testler yapılmıştır. Sonrasında ise hipotezi desteklemek için, yerel kullanıcıların Göynük’te yaşama süreleri ve turistlerin daha önce Göynük’te bulunma durumlarına göre anket verileri karşılaştırılarak analiz edilmiştir.

Turistler ve Yerel Kullanıcıların Karşılaştırıldıkları Testler:

İlk olarak katılımcıların “Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelerdir?” sorusuna verdikleri yanıtların turistler ve yerel kullanıcılar bazında karşılaştırılması yapılmıştır. Çizelge 3.8’de iki grubun verdikleri yanıtların istatistiksel verileri, nesnel işaret öğeleri, öznel işaret öğeleri, işaret öğelerinin toplamı ve nesnel işaret öğelerinin oranı için ayrı ayrı kıyaslanmıştır. Bu kıyaslama için bağımsız örnekler T testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.8 Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusunda söylenen işaret öğelerinin turistler ve yerel kullanıcılar bazında karşılaştırılması

Bağımsız Örnekler İçin T Testi							
	Grup	N	Ortalama değer	Std. Sapma	Std Hata	t df	P
Nesnel İşaret Öğeleri	Turist	205	2,030	1,06602	,07445	-6,883	0,000
	Yerel	166	2,940	1,40863	,10933	301,142	
Öznel İşaret Öğeleri	Turist	205	0,181	,42196	,02947	-12,586	0,000
	Yerel	166	1,250	1,02358	,07945	210,314	
İşaret Öğelerinin Toplamı	Turist	205	2,210	1,17152	,08182	-13,556	0,000
	Yerel	166	4,190	1,55546	,12073	300,170	
Nesnel İşaret Öğelerinin Oranı	Turist	205	%94,0	,13639	,00974	10,975	0,000
	Yerel	164	%71,1	,23689	,01850	249,897	

Test sonuçlarına göre, Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusuna verilen cevaplar içerisinde, nesnel işaret öğelerinin ortalama değeri turistler için 2,030 iken, yerel kullanıcılar için 2,940 çıkmıştır. İki grubun nesnel işaret öğesi belirtme ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlıdır ($\mu_{\text{turist}}=2.030$, $\mu_{\text{yerel}}=2.940$, $p=0.000$).

Aynı soruya verilen cevaplar içerisinde öznel işaret öğelerinin ortalama değeri turistler için 0,181 iken, yerel kullanıcılar için 1,250 çıkmıştır. İki grubun öznel işaret öğesi belirtme ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlıdır ($\mu_{\text{turist}}=0.181$, $\mu_{\text{yerel}}=1.250$, $p=0.000$).

Benzer şekilde, aynı soruya verilen yanıtlar içerisinde öznel ve nesnel, işaret öğelerinin toplamı değerlendirmeye alındığında iki grubun ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlıdır ($\mu_{\text{turist}}=2,210$, $\mu_{\text{yerel}}=4,190$, $p=0.000$).

Son olarak, aynı soruya verilen yanıtlar içerisinde, nesnel işaret öğelerinin belirtilen işaret öğelerinin toplam sayısına oranı değerlendirmeye alındığında turistlerin %94 oranında nesnel öğe söyledikleri görülmüştür. Yerel kullanıcıların cevapları içerisinde ise bu oran %71,1 çıkmıştır. İki grubun yanıtları arasındaki fark istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlı çıkmıştır ($\mu_{\text{turist}}=\%94$, $\mu_{\text{yerel}}=\%71,1$, $p=0.000$). Test sonuçlarına göre yerel kullanıcıların nesnel işaret öğesi söyleme oranları turistlere göre daha düşük çıkmıştır. Aynı durum bu yargının tersi için de geçerli olup, yerel kullanıcıların öznel işaret öğelerine daha hâkim olduğu söylenebilir.

“Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler” sorusu üzerinden uygulanan test sonuçlarına göre, yerel kullanıcıların hem nesnel öğeler için hem de öznel öğeler için turistlere göre daha yüksek bir işaret öğesi bilgisine sahip oldukları görülmektedir.

Bunların yanında, yerel kullanıcılar ve turistlerin yanıtlarını karşılaştırmak için birleştirilmiş öğeler değerleri test edilmiştir. Yerel kullanıcılara ve turistlere uygulanan anket sorularının farklılaşmasından dolayı birleştirilmiş öğeler değerinde nesnel ve öznel işaret öğelerinin sayısının karşılaştırılması sağlıklı bir sonuç doğurmayacaktır. Bu sebeple, iki farklı grup için, birleştirilmiş öğeler içerisindeki nesnel öğelerin oranları karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma için Çizelge 3.9’de gösterilen bağımsız örnekler için T testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.9 Birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması

Bağımsız Örnekler İçin T Testi							
	Grup	N	Ortalama Oran	Std. Sapma	Std. Hata	t df	p
Nesnel İşaret Öğeleri	Turist	205	0,779	,17248	,01205	25,469	0,000
	Yerli	166	0,403	,10972	,00852	350,585	

Test sonuçlarına göre turistlerin verdikleri cevaplar içerisinde nesnel öğelerin oranı %77,9 iken, yerel kullanıcıların verdikleri cevaplar içerisinde nesnel öğelerin oranı %40,3 olmuştur. İki grubun yanıtlarının ortalaması %99 güven düzeyinde farklıdır ($\mu_{turist}=0.779$, $\mu_{yerel}=0.403$, $p=0.000$). İstatistiklerden anlaşılacağı üzere turistlerin yanıtlarındaki nesnel öğelerin oranı, yerel kullanıcıların yanıtlarındaki nesnel öğelerin oranından daha yüksek bir değere sahip olup aradaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır. Diğer bir ifadeyle yerel kullanıcıların ifadelerindeki öznel öğelerin oranı, turistlerin ifadelerindeki öznel öğelerin oranına göre daha yüksek çıkmıştır.

Birleştirilmiş öğeler değeri için yapılan test sonuçları, Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusu için yapılan test sonuçlarına paralellik göstermektedir. Bu test öznel işaret öğeleri bazında, yerel kullanıcıların turistlere göre daha yüksek bir işaret öğesi bilgisine sahip olduklarını göstermektedir.

Bu testlerin sonuçlarından anlaşılacağı üzere, okunabilirliğin alt başlıklarından biri olan öznel okunabilirlik konusunda, kentin okunabilirliğinin yerel kullanıcılar için turistlere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yapılan testler aşinalığın mekânsal okunabilirliğe olumlu yönde etki edeceği hipotezini doğrulamaktadır.

Yerel Kullanıcıların Yanıtlarının Göynük'te Yaşama Sürelerine Göre Karşılaştırıldığı Testler:

Hipotezi desteklemek üzere yerel kullanıcıların Göynük'te yaşama süreleri ile işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırılması için testler yapılmıştır. Bu karşılaştırma için, anketteki işaret ögesi belirten her bir sorunun yanıtlarına yönelik testler yapılabilir. Çalışmanın bu aşamasında, tüm işaret öğelerinin bir arada bulunduğu birleştirilmiş öğeler değeri üzerinden, Çizelge 3.10'da gösterilen, Welch testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.10 Göynük'te yaşama sürelerine göre birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması

Welch Testi							
Birleştirilmiş Öğeler Değeri, Nesnel İşaret Öğeleri Oranı	Grup	N	Ortalama oran	Std. Sapma	Std Hata	F df1 df2	p
	0-10	46	0,426	,10667	,0157	9,112	0,000
	11-20	63	0,362	,09024	,0114	2	
	20+	55	0,435	,11876	,0160	99,389	

Çoklu Karşılaştırma Testi						
Bağımlı Değişken			Ortalama Oran Farkı	Std. Hata	p	
Birleştirilmiş Öğeler Değeri, Nesnel İşaret Öğeleri Oranı	0-10	11-20	.06347*	,02038	0,007	
		20+	-,00941	,02100	1,000	
	11-20	0-10	-.06347*	,02038	0,007	
		20+	-.07288*	,01940	0,001	
	20+	0-10	,00941	,02100	1,000	
		11-20	.07288*	,01940	0,001	

Çizelgede görüldüğü üzere, 10 yıldan az süre Göynük'te yaşayanların yanıtları içinde nesnel işaret öğelerinin oranı %42.6, 11-20 yıl arasında Göynük'te yaşayanların yanıtları içinde nesnel işaret öğelerinin oranı %36.2 ve 20 yıldan fazla süredir Göynük'te yaşayanların yanıtları içinde nesnel işaret öğelerinin oranı %43.5 olmuştur. Welch testi sonucuna göre, en az iki grubun farkının anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu farkın hangi iki grup arasında anlamlı olduğunu belirlemek için çoklu karşılaştırma testlerinden biri seçilecektir. Varyansların eşit olması durumunda Bonferoni testi, varyansların farklı olması durumunda Tamhane testinin kullanılmasına karar verilecektir. Bu amaçla, varyanslar Leneve testi ile değerlendirilmiş, grup

varyanslarının eşit olduğu belirlenmiştir. Bu farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesinde Bonferoni testi kullanılmıştır. Bu testin sonucuna göre 0-10 ile 11-20 yıl arası yaşayanların oranları arasındaki fark %99 güven düzeyinde anlamlı çıkmıştır ($\mu_{0-10}=0.426$, $\mu_{11-20}=0.362$, $p=0.007$). 11-20 Yıl ile 20 yıldan fazla süredir yaşayanların oranları arasındaki fark %99 güven düzeyinde anlamlı çıkmıştır ($\mu_{11-20}=0.362$, $\mu_{20+}=0.435$, $p=0.001$).

Analizlerden görüldüğü üzere 11-20 yıl arasında Göynük'te yaşayan bireyler diğer iki gruba göre daha fazla öznel işaret ögesi belirtmiştir. Ancak, bu test sonuçlarına göre, yaşama süresi arttıkça, öznel işaret öğelerinin belirtilme oranının arttığı söylenememektedir. Bu durumun sebebi olarak, 11-20 yıl arasında Göynük'te yaşayan bireylerin eğitim ya da iş amacıyla kentteki mekanları diğer iki gruba göre daha aktif kullandıkları, dolayısıyla bu grubun gündelik yaşamında kenti deneyimleme oranlarının yani kenti kullanım yoğunluğunun daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sebeple, bu grubun öznel işaret öğelerini söyleme oranının daha yüksek çıkması anlamlı olacaktır. Bu görüşü destekler nitelikte olan yaş aralıklarına göre yapılmış Welch testi Çizelge 3.11'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.11 Yaş aralıklarına göre birleştirilmiş öğeler değeri içerisinde nesnel öğelerin oranlarının karşılaştırılması

Welch Testi							
Birleştirilmiş Öğeler Değeri, Nesnel İşaret Öğeleri Oranı	Grup	N	Ortalama oran	Std. Sapma	Std. Hata	F df1 df2	p
	14-18	69	0,363	,09277	,01117	9,032	0,000
	19-45	71	0,421	,11331	,01345	2	
	46 +	24	0,451	,10612	,02166	63,555	

Çoklu Karşılaştırma Testi						
Bağımlı Değişken			Ortalama Oran Farkı	Std. Hata	p	
Birleştirilmiş Öğeler Değeri, Nesnel İşaret Öğeleri Oranı	Bonferoni	14-18	19-45	-.05737*	,01759	0,004
			46+	-.08715*	,02466	0,002
	19-45	14-18	.05737*	,01759	0,004	
		46+	-,02978	,02457	0,682	
	46 +	14-18	.08715*	,02466	0,002	
		19-45	,02978	,02457	0,682	

Katılımcıların yaş aralıklarına göre belirttikleri nesnel işaret ögesi karşılaştırması yapıldığında yaş arttıkça nesnel işaret ögesi oranının arttığı, aynı şekilde öznel işaret ögesi oranının azaldığı görülmektedir. 14-18 yaş aralığındaki bireylerin verdikleri

yanıtlar ile diğer iki grubun verdikleri yanıtların arasında istatistiksel olarak %99 güven düzeyinde anlamlı bir fark mevcuttur. 19-45 yaş aralığındaki grup ile 45 yaş üzeri grubun yanıtları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmasa da, yaş ortalaması arttıkça, öznel işaret öğelerinin söylenme oranı düşmektedir. Bu istatistik sonuçlarından, eğitim ya da iş amacıyla mekanları daha aktif kullanan genç bireylerin öznel işaret öğelerini daha yüksek oranda hatırladıkları görülmektedir.

Turistlerin Daha Önce Göynük'te Bulunma Durumlarına Göre Karşılaştırıldığı Testler:

Son olarak, turistlerin daha önce Göynük'te bulunma durumları ile işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırıldığı testler yapılmıştır. Bu kısımda turistlerin öznel işaret ögesi belirtmeleri beklenmediği için, işaret öğeleri nesnel ve öznel olarak ayrılmamış, belirttikleri toplam işaret ögesi sayısı değerlendirmeye alınmıştır. İlk olarak Çizelge 3.12'de gösterilen Turistlerin daha önce Göynük'te bulunma durumlarına göre işaret ögesi bilgileri değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusu ve birleştirilmiş öğeleri değeri bazında yapılmıştır.

Çizelge 3.12 Turistlerin daha önce Göynük'te bulunma durumlarına göre işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırılması

Bağımsız Örnekler İçin T Testi							
	Daha Önce Gelme Durumu	N	Ortalama değer	Std. Sapma	Std Hata	t df	P
Göynük ile ilgili ilk akla gelen yerler sorusu	Evet	66	2,485	1,14007	,14033	2,342	0,020
	Hayır	139	2,080	1,16759	,09903	203	
Birleştirilmiş Öğeler Değeri	Evet	66	6,11	1,906	,235	1,472	0,143
	Hayır	139	5,67	2,023	,172	203	

Test sonuçlarına göre, Göynük ile ilk akla gelen yerler sorusuna verilen yanıtlar içerisinde, daha önce Göynük'ü ziyaret eden katılımcıların ortalama değeri 2,485 iken, ilk defa ziyaret edenlerin ortalama değeri 2,080 olmuştur. İki grubun yanıtlarının ortalaması arasındaki fark istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($\mu_{\text{evet}}=2.485$, $\mu_{\text{hayır}}=2.080$, $p=0.020$). İstatistiklerden anlaşılacağı üzere Göynük'ü daha önce ziyaret eden katılımcıların işaret ögesi bilgisi ilk defa ziyaret eden katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır.

Diğer yandan, birleştirilmiş öğeler dikkate alındığında, daha önce Göynük'ü ziyaret eden katılımcıların ortalama değeri 6,11 iken, ilk defa ziyaret edenlerin ortalama

değeri 5,67 olmuştur. İki grubun yanıtlarının ortalaması arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı olmasa da daha önce Göynük'ü ziyaret edenlerin işaret ögesi bilgisi daha yüksek çıkmıştır.

Aynı karşılaştırma, Çizelge 3.13'de daha önce Göynük'ü ziyaret etmiş turistlerin Göynük'te bulunma sayılarına göre yapılmıştır. 1-3 Kez arası Göynük'te bulunan turistler ile 4 ve daha fazla sayıda Göynük'te bulunan turistler iki farklı gruba ayrılarak uygulama yapılmıştır.

Çizelge 3.13 Daha önce Göynük'ü ziyaret etmiş turistlerin Göynük'te bulunma sayılarına göre işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırılması.

Bağımsız Örnekler İçin T Testi							
	Daha Önce Ziyaret Sayısı	N	Ortalama değer	Std. Sapma	Std Hata	t df	p
Birleştirilmiş Ögeler Değeri	1-3	54	5,98	1,743	,237	-,891 13,402	0,389
	4+	12	6,67	2,535	,732		

Test sonuçlarına göre, daha önce 1-3 kez arasında Göynük'te bulunan turistlerin ortalama değerleri, 4 kez ve daha fazla Göynük'te bulunan turistlerin ortalama değerlerinden düşük çıkmıştır. Aradaki fark istatistiksel olarak anlamlı olmasa da ($\mu_{1-3}=5.98$, $\mu_{4+}=6.67$, $p=0.389$) ziyaret sayısı arttıkça işaret ögesi bilgisinin arttığı görülmektedir.

İkinci Araştırma Sorusuna Yönelik Testlerinin Özeti:

Öncelikle turistler ve yerel kullanıcıların işaret ögesi bilgisi karşılaştırılmıştır. Daha sonra yerel kullanıcıların kentte yaşama sürelerine göre işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırılması ve turistlerin ziyaret sayılarına göre işaret ögesi bilgilerinin karşılaştırması yapılmıştır.

Turistler ve yerel kullanıcılar kente aşinalıkları bakımından birbirinden en uzak iki grubu teşkil etmektedir. Dolayısıyla bu gruplar için yapılan testler hipotezin doğruluğunu ölçmek için yapılan en kuvvetli testlerdir. Çizelge 3.7 ve Çizelge 3.8'de sunulan test sonuçlarına göre aşinalık, işaret ögesi bilgisinin artmasına sebep olmaktadır. Bununla birlikte aşinalık arttıkça, öznel işaret öğelerinin okunabilirlik düzeyi artmaktadır.

Diğer taraftan, yerel kullanıcıların kentte yaşama sürelerine göre işaret ögesi bilgileri paralellik göstermemiştir. Bunun sebebinin mekânı daha aktif kullanan genç nüfusun

öznel işaret öğelerini hatırlama oranlarının daha yüksek olması olduğu düşünülmüştür. Bunlara ek olarak, bu karşılaştırmada, küçük bir yerleşim olan Göynük'te, 10 yıldan az, 10-20 yıl arası ve 20 yıldan fazla süredir yaşıyor olmanın kente aşinalık bakımından grupların farklılaşma düzeyi, yerel kullanıcı ve turist ayrımındaki kadar yüksek olması beklenmemektedir.

Son olarak, turistlerin daha önce Göynük'te bulunma sayılarına göre işaret öğesi bilgileri karşılaştırılmıştır. Bu testler sonucunda, yerel kullanıcı – turist ayrımında olduğu kadar olmasa da kenti daha fazla deneyimleyen turistlerin işaret öğesi bilgilerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, üç farklı karşılaştırma ile yapılan testler, aşinalığın mekânsal okunabilirliğe olumlu yönde etki ettiğini göstermektedir.

Üçüncü Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular:

Üçüncü araştırma sorusu, turistlerin ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe etkisini sorgulamaktadır. Bu sorunun hipotezi, ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin nesnel işaret öğelerinin okunabilirlik değerlerine olumlu yönde etki edeceğini öne sürmektedir.

Söz konusu hipotezi test etmek için anket verilerinden elde edilen değerlerin istatistiksel analizlerine bakılmıştır. Bu hipotezi test etmek için turistlere uygulanan ankette sorulan “Nereleler hakkında bilgi edindiniz?” sorusu ile “Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelelerdir?” sorusuna verdikleri yanıtların karşılaştırılması yapılmıştır. Yapılan istatistiksel analiz Çizelge 3.14'te görülmektedir.

%20, derede %100, korunmuş mimarisinde %100, topografyasında %100, tarihi dokusunda %84, doğasında %25 ve tarihi olmasında %14 olmuştur. Analiz sonuçlarına bakıldığında ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin hatırlanmaya sebep olduğu dolayısıyla okunabilirliğe olumlu yönde etki ettiği görülmektedir. Verilen bazı cevapların ise puantaj değerinin yüksek olmasına rağmen söylenme oranının düşük kaldığı gözlenmiştir. Örneğin; Gazi Süleyman Paşa Camii için bakıldığında oranın %29 olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin turistler tarafından Gazi Süleyman Paşa Camii'nin Akşemsettin Türbesiyle beraber algılanması olduğu düşünülmektedir. Aynı şekilde Çubuk Gölünün %29, Sünnet Gölünün %20 olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin ise Göynük merkeze olan uzaklıkları olduğu düşünülmektedir. Göynük'ü ziyaret eden turistlerin bir kısmı gölleri ziyaret ederken bir kısmı etmemiştir. Mekânın kullanılması hatırlanma ile doğru orantılı olduğu için, göller hakkında bilgi alınsa bile gölleri ziyaret etmeyen turistlerin yanıtlarında bu öğelerin oranı düşük çıkmaktadır. İki gölün söylenme sıklıkları arasındaki farkın ise, ekonomik sebepler olduğunu turistlerin yorumlarından çıkarmak mümkündür. Sünnet gölünde giriş ücreti uygulanırken, Çubuk gölünde uygulanmamaktadır. Bu durumdan dolayı ziyaret için Çubuk gölünün daha çok tercih edildiği katılımcıların anketlerinde belirtilmiştir. Çubuk Gölünün Sünnet Gölüne göre, hatırlanma oranının fazla olmasının sebebi olarak, mekânın daha aktif kullanılması düşünülebilir.

4 SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Okunabilirlik kavramı ilk olarak 1960 yılında yapılan Kevin Lynch'in çalışması ile ortaya atılmıştır. Lynch'ten sonra bu alanda yoğun olarak deneysel çalışmalar ve görece daha az kavramsal çözümler yapılmıştır. Okunabilirlik kavramını çözümlen Köseoğlu (2012), "biçimsel okunabilirlik", "dizimsel okunabilirlik" ve "özel okunabilirlik" kavramlarını literatüre kazandırmıştır. Bu çalışma ile Köseoğlu'nun getirdiği çözümlere ek olarak, "imgesel okunabilirlik" kavramından bahsedilmiştir. İmgesel okunabilirlik, mekânın sosyal, tarihi, sembolik ve estetik özelliklere sahip olan, sembol olabilecek kadar güçlü işaret öğeleri sayesinde hatırlanabilir olması anlamına gelmektedir.

Tezin deneysel çalışmasının metodolojik kurgusu oluşturulurken okunabilirliğin sözü edilen alt başlıklarından faydalanılmıştır. Bununla beraber aşinalık kavramının mekânsal okunabilirlik ile ilişkisi bu çalışmanın ana amacını oluşturmuştur. Bolu'nun Göynük ilçesi üzerine yapılan deneysel çalışma, kentin sahip olduğu özel ve nesnel işaret öğeleri üzerinden oluşturulmuştur. Alan çalışması sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesi aşağıda açıklanmıştır.

Göynük'teki işaret öğelerinin imgesel okunabilirlik değerleri, diğer bir ifade ile literatürde yer alan söylemlerden elde edilen nesnellik değerleri ile kullanıcıların yanıtlarından elde edilen özel okunabilirlik değerleri arasında zayıf da olsa pozitif yönde bir ilişki mevcuttur. Aradaki bu ilişkinin güçlü olması beklenmemektedir. Çünkü literatürde yer alan kuramlar işaret öğelerini bir takım nesnel kriterler ile değerlendirmiştir. Diğer taraftan katılımcıların yanıtları ile ölçülen okunabilirlik değeri, işaret öğelerini deneyimleyen bir grup öznenin değerlendirmesi olup öznel içeriktedir.

Bununla birlikte, işaret öğelerinin aldıkları nesnellik puanlarının turistlerin yanıtları ile karşılaştırılması, yerel kullanıcıların yanıtları ile karşılaştırılmasına göre daha yüksek bir korelasyon oluşturmuştur. Turistlerin kenti deneyimleme süresi yerel kullanıcılara oranla oldukça düşüktür. Kente aşina olmayan bireyler deneyimledikleri yerlerdeki işaret öğelerini ilk algıladıkları nesnel özellikleri ile, ya da önceden bilgi

edindiği tarihi ve kültürel özellikleri gibi global değerler ile yorumlamaktadır. Diğer yandan kente aşına olan yerel kullanıcılar için kenti deneyimleme süresi daha yüksektir. Bu sebeple, literatürde yer alan nesnellik kriterlerine uymasa da yerel kullanıcılar için önemli olan bazı yerler öznel işaret ögesi olarak kentlilerin zihninde yer alabilmektedir. Köseoğlu ve Önder'in (2011) aşına olan bireyler için bir yapının yalnızca fiziksel özelliklerinden dolayı işaret ögesi olamayacağı, bireyler için o yapının bir referans noktası olmaktan daha fazla bir anlama sahip olması gerektiği söylemi bu durumu destekler niteliktedir. Aynı şekilde Erkman'ın (1977) ifade ettiği, tarihi bir çevrede yaşayan ve bulunduğu yere aşına olan kullanıcılar ile o çevrede turistik amaçla bulunan kullanıcıların algılama önceliklerinin farklı olacağı söylemi de bu sonucu desteklemektedir. Yerel kullanıcıların yanıtları ile nesnellik puanları arasındaki korelasyonunun, turistlerin yanıtları ile nesnellik puanlarının korelasyonlarından farklı çıkmasının sebebinin aşinalık olduğu düşünülebilir.

Tezin en önemli bulgularından biri aşinalığın mekânsal okunabilirliğe olumlu yönde etki ettiği sonucudur. Bu bağlamda üç karşılaştırma yapılmıştır. Bu karşılaştırmalar katılımcıların anket sorularına verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler ile yapıldığı için öznellik içerir. Bu sebeple bu karşılaştırmadan elde edilecek sonuçlar öznel okunabilirlik değerini ifade etmektedir. İlk olarak, yerel kullanıcılar ile turistlerin değerlendirmeleri karşılaştırılmış, yerel kullanıcılar için kentin okunabilirlik düzeyinin turistlere göre daha yüksek çıktığı görülmüştür. Bu durum, O'Neill'in (1992) ve İmamoğlu'nun (2000) aşinalık hakkındaki ifadelerini destekler niteliktedir. O'Neill aşinalık arttıkça yol bulmanın kolaylaşacağını ve bireylerin daha az yardıma ihtiyaç duyacaklarını ifade etmiştir. Yol bulma becerisinin dolayısıyla rota bilgisinin mekânsal okunabilirliğe katkı sağladığı Şekil 2.4'te gösterilmiştir. İmamoğlu ise aşinalığın mekânın daha kolay anlaşılmasına yardımcı olduğunu belirtmiştir (İmamoğlu, 2000). İmamoğlu'nun bu ifadesi bu çalışmanın sonuçlarından biri olan, kentin yerel kullanıcılar için turistlere oranla daha okunabilir olduğu bulgusunu destekler niteliktedir.

Yapılan diğer iki karşılaştırmadan biri, yerel kullanıcıların kentte yaşama sürelerine göre okunabilirlik düzeylerinin karşılaştırılmasıdır. Bu karşılaştırma sonucunda okunabilirlik düzeyinin katılımcıların yaşama süresi ile doğru orantılı olmadığı görülmüştür. Farkın kent mekanlarını daha yoğun kullanan katılımcı grubu ile diğer gruplar arasında olduğu görülmüştür. Eğitim veya iş amacıyla kent mekanlarını daha

yoğun kullanan grup daha fazla öznel işaret ögesi belirtmiştir. Bu konuda Appleyard (1973) şehirlerin kullanıcılar tarafından üç şekilde algılandığından bahseder; kullanımsal, karşılık veren ve yorumsal. Kentte birçok elemanın algılanmasının onun kullanımı ile ilgili olduğunu belirtir. Appleyard'ın bu ifadeleri Göynük'teki mekanları daha yoğun kullanan grubun öznel işaret öğelerini daha kolay algılamalarını ve hatırlamalarını açıklar niteliktedir. Bu durum söz konusu grup için kentin mekânsal okunabilirliğini olumlu yönde etkilemektedir.

Üçüncü karşılaştırma ise turistlerin daha önce kenti ziyaret etme sayıları bazında yapılmıştır. Bu karşılaştırma ile, yerel kullanıcı – turist ayırımına benzer şekilde, kenti deneyimleme sayısı arttıkça okunabilirlik düzeyinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Son olarak, çalışmada ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe olumlu etki ettiği tespit edilmiştir. Ziyaret öncesi bilginin oluşabilmesi için kentin imgesel okunabilirlik değerinin olması beklenmektedir. Çünkü ziyaret öncesinde bilgi edinilen kanallar genellikle medya veya reklam – tanıtım araçlarından oluşmaktadır. Bu kanallar ile ulaşılan bilgi ise çoğu durumda simge değeri olan kentin önemli özelliklerini içermektedir. Diğer yandan ziyaret öncesi bilgi edinmenin dolaylı olarak etkilediği okunabilirlik türü ise öznel okunabilirliktir. Çünkü ziyaret öncesi bilgi edinme süreci kentin destinasyon olarak tercih edilmesi, kentin deneyimlenmesi ve bunlara bağlı olarak mekânsal bilgi elde edilmesi sonuçlarını doğurur. Öznenin dahil olduğu bu süreçlerin sonunda ise öznel okunabilirlik değeri olumlu yönde etkilenir. Turistler tarafından ziyaret öncesinde bilgi alınan yerlerin büyük oranda ilk hatırlanan yerler olduğu görülmüştür. Purcell ve Nasar'a (1992) zihinde oluşturulan bir imgenin daha önce deneyimlenmiş bir bilgi ile örtüşürse, bu durumun aşinalık olarak tanımlanacağını belirtir. Turistlerin ziyaret öncesinde bilgi edindikleri kanala göre, zihinlerinde ya doğrudan görsel imaj ya da anlatıya dayalı hayali bir imaj oluşmaktadır. İnternetteki tur siteleri, gezi uygulamaları, televizyon ve benzeri görsel imaj oluşturma araçları günümüzde gelişen teknoloji ile gerçeğe çok yakın bir deneyim imkânı sunabilmektedir. Bu durumun sonucu olarak, mekâna ilk defa gelen turistlerin de belli düzeyde aşinalık durumu oluşmaktadır. Bu durumda önceki bulgulardan yola çıkarak, ziyaret öncesi bilgi edinme sürecinin mekânsal okunabilirliğe olumlu etki ettiği söylenebilir.

Çalışmadan elde edilen bulguların genel değerlendirmesi yapılacak olursa, aşinalık arttıkça mekânsal okunabilirliğin arttığı söylenebilir. Gerek yerel kullanıcılar için

kentsel mekanları kullanma yoğunluğu, gerekse turistler için ziyaret sayısı, ya da ziyaret öncesi bilgi edinme sayesinde aşinalık durumu oluşmaktadır. Böylece mekâna yönelik imaj oluşturma, hatırlama ve yön bulma becerileri gelişmektedir. Bu durum aşinalık düzeyinin artmasıyla mekânsal okunabilirliğin arttığını göstermektedir.

Bunların yanı sıra, algılama, yön bulma ve rota oluşturabilme gibi okunabilirliğe etki eden beceriler bireyler arasında farklılık gösterebilir. Bu konuda bireylerin çevreyi algılama biçimleri, mekânsal becerileri ve geçmiş deneyimleri mekânın okunabilirliğini bireyler bazında değiştirebilir. Li ve Klippel'in (2014), Li, Anacta ve Schwering'in (2016), Demirbaş'ın (2001) ve Duran Esen'in (2016) çalışmalarında bu kişisel farklılıklara yer verilmiştir. Bu çalışmada ise bu faktörler çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Bu çalışma ile, mimarlar, şehir plancıları, turizmciler ve yerel yönetimler için birtakım faydalı sonuçlar elde edilmiştir. İlk olarak, mekânsal okunabilirliğe ait literatürde yer alan kavramsal çözümlere yeni bir başlık eklenerek "imgesel okunabilirlik" kavramı ortaya konmuştur. Böylece, bu alanda yapılacak yeni çalışmalar için, mevcut teorik altyapı genişletilerek akademik birikime katkı sağlanmıştır. Bununla birlikte, aşinalığın mekânsal okunabilirliğe olumlu yönde etki ettiği deneysel çalışma ile ortaya çıkarılmıştır. Bu sonuç, bundan sonra yapılacak akademik çalışmalara altlık hazırladığı gibi turizmciler ve yerel yönetimler için pratik faydalar barındırmaktadır.

Aşinalığın mekânsal okunabilirliğe, okunabilirliğin de kentin turizm değerine olumlu yönde etki ettiği görülmektedir. Göynük özelinde değerlendirilecek olursa, kentin tarihi dokusu, önemli dini merkezlere sahip oluşu, doğal güzellikleri, konumu ve diğer potansiyelleri gibi kentin okunabilirliği de Göynük için önemli bir turizm değeridir. Bu konuda, yapılabilecek birtakım geliştirmeler Göynük'ün turizm potansiyelinin artmasına katkı sağlayacaktır. Örneğin, tezin "kavramsal çerçeve" başlığı altında belirtildiği gibi, günümüzdeki teknolojik gelişmeler turistik ziyaret gerçekleşmeden önce gerçeğe çok yakın bir deneyim sağlanmasına imkân verebilmektedir. Bu bağlamda, Göynük'ün turistik mekanları için sanal turlar oluşturulup potansiyel ziyaretçiler için belirli bir düzeyde aşinalık oluşturulabilir. Böylece kentin okunabilirliği arttırılarak turizm potansiyeline katkı sağlanabilir.

Kenti ziyaret eden turistler anket uygulaması esnasında yönlendirme tabelalarının eksik olduğunu belirtmiş, yön bulmakta zorlandıklarını ifade etmişlerdir. Yön

bulabilmenin mekânsal okunabilirliği tanımlamak için kullanılan bir kavram olduğu dikkate alınırsa bu konun önemi görölmektedir. Yerel yönetimin yönlendirme tabelalarını düzenleyerek mekânsal okunabilirliği arttırması Göynük'ün turizm değerine olumlu katkı sağlayacaktır.

Son olarak, kent içinde ziyaretçiler için kenti daha kolay algılayabilecekleri turizm rotaları oluşturmak mekânsal bilginin bileşenlerinden biri olan rota bilgisini arttıracaktır. Böylece kentin okunabilirliği artırılarak ziyaretçiler için daha iyi bir deneyim imkânı sağlanmış olacaktır.

Sonuç olarak, sözü edilen geliştirmelerin yapılması Göynük'ün mekânsal okunabilirliğini arttırarak, yerel kullanıcılar için kentin kullanım konforunu arttıracak, aynı zamanda kentin turizm değerine olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Abu-Obeid, N. (1998). Abstract and Scenographic Imagery: The Effect of Environmental Form on Wayfinding. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 159-173.
- Akarsu, B. (1998). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Altman, I. ve Chemers, M. (1980). *Culture and Environment*. California: Wadsworth Inc.
- Anonim, (2017). Göynük Belediyesi Tanıtım Broşürü, Göynük.
- Appleyard, D. (1973). Notes on Urban Perception and Knowledge. Roger M. Downs ve David Stea (Ed.), *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior* içinde (s. 109-114). Chicago: Aldine Publishing Company.
- Arthur, P. ve Passini, R. (2002). *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*. Oakville: Focus Strategic Communications Inc.
- Aydınlı, S. (1999). Kentsel Mekânı Okumak, Görüngübilim Bakış Açısıyla Kentsel Mekân. Mehmet Çubuk (Ed.), *1. Ulusal Kentsel Tasarım Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (s. 155-165). İstanbul: YEM.
- Başkaya, A., Wilson, C. ve Özcan, Y. Z. (2004). Wayfinding in an Unfamiliar Environment: Different Spatial Settings of Two Polyclinics. *Environment and Behavior*, 36, 839-867.
- Belingrad, L. ve Peruch, P. (2000). Mental Representation and Spatial Structure of Virtual Environments. *Environment and Behaviour*, 32, 427-442.
- Çiçek, E., Pala, U. ve Özcan, S. (2013). Destinasyon Tercihinde Web Sitelerinin Önemi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Sosyoteknik Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 5, 1-14.
- Deniz, K. (2004). *Konya'da Farklı Üç Kentsel Mekânda Kent Kimliği Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Dikmen, Ç. B. ve Toruk, F. (2015). Geleneksel Göynük Evlerinin Mekânsal Yapısı ve Koruma Önerileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (1), 99-128.
- Demirbaş, G. U. D. (2001). *Spatial Familiarity as a Dimension of Wayfinding*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). BİLKENT, Ankara.
- Dural, G. ve Köseoğlu, E. (2017). Destinasyon Tercihinde Kentsel Kimliğin Etkisi: Sakin Şehir Göynük Örneği. Nazmi Kozak ve İsmail Kızıllırmak (Ed.), *4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (s. 63-78). Kuşadası-Aydın, İstanbul Üniversitesi ve Anatolia Turizm Akademisi.

- Duran, İ. E. (2016). *The Influence of Familiarity and Signage on Way Finding in Academic Libraries: The Case of Bilkent University Library*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). BİLKENT, Ankara.
- Erdönmez, E. ve Akı, A. (2005). Açık Kamusal Kent Mekanlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri, *Megaron, YTÜ Mim. Fak. e-dergisi*, 1 (1), 67-98.
- Erem, O. ve Erkman, U. (2003). Tatil Köylerinin Okunabilirliğinde Çevre İşaretlerinin Rolü, *İtuderğisi/a*, 2 (1), 51-59.
- Erkan, N. (2006). Gelişme Konut Alanlarında -Kentsel İmaj Bağlamında- Kimlik Sorunları, *Mimar.ist Dergisi*, 19, 72-76.
- Erkman, U. (1977). *Mimari Tasarım için bir veri üretim yöntemi olarak çevre analizi*. İstanbul: İTÜ Yayınları.
- Haber, R. N. ve Hershenson, M. (1973). *The Psychology of Visual Perception*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Hançerlioğlu, O. (2003). *Ruhbilim Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harman, S. ve Akgündüz, Y. (2014). Efes Örenyeri Ziyaretçilerinin Müze Deneyimi Beklentilerini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2), 113-133.
- Hunt, M. (1984). Environmental Learning Without Being There, *Environment and Behavior*, 16 (3), 307-334.
- Hasol, D. (1998). *Mimarlık ve Yapı Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: YEM.
- Herzog, T. R. ve Leverich, O. L. (2003), Searching for Legibility, *Environment and Behaviour*, 35, 459-477.
- Imamoglu, C. (2000). Complexity, Liking and Familiarity: Architecture And Non-Architecture Turkish Students' Assessments Of Traditional And Modern House Facades. *Journal of Environmental Psychology*, 20 (1), 5-16.
- Köseoğlu, E. ve Önder, D. E. (2010). Mekansal Okunabilirlik Kavramının Çözümlemesi, *Yapı Dergisi*, 343, 52-56.
- Köseoğlu, E. ve Önder, D. E. (2011). İnsan Belleğinin ve Kentin Belirgin Öğelerini Tanımlamak: Ayvalık'taki Öznel ve Nesnel İşaret Öğeleri, *Arkitekt*, 524, 40-51.
- Köseoğlu, E. (2012). *Kurgusal olarak farklılaşan örüntülerde mekansal okunabilirliğin biçimsel, dizimsel ve öznel boyutları*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). YTÜ, İstanbul.
- Lync, K. (1960). *The Image of The City*, Cambridge: The MIT Press.
- Li, R., Anacta, V. J. A. ve Schwering, A. (2016). Can You Follow Your Own Route Directions: How Familiarity and Spatial Abilities Influence Spatial Performance and Sketch Maps. Spatial Cognition X -13th Biennial Conference. Bremen.
- Li, R. ve Klippel, A. (2014). Wayfinding behaviors in complex buildings the impact of environmental legibility and familiarity, *Environment and Behaviour*, 48, 482-510.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (1995). *Tourism: principles, practices, philosophies*, NewYork: Wiley.

Neuman, W. L. (1991). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Pearson Education; Çeviren: Özge, S., (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, Ankara: Yayınodası.

Onaran, D. C. (2013). *Yavaş Şehirlerde Kentsel Kimlik*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). MSGSÜ, İstanbul.

O'Neill, M. J. (1991). Evaluation of a Conceptual Model of Architectural Legibility, *Environment and Behaviour*, 23 (3), 259-284.

O'Neill, M. J. (1992). Effects of familiarity and plan complexity on wayfinding in simulated buildings. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 319-327.

Pink, S. (2009). Urban Social Movements and Small Places-Slow Cities as Sites of Activism. *City*, 13 (4), 451-465.

Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (2000), *Consumer Behavior in Travel and Tourism*, Binghamton: The Haworth Hospitality Press; Aktaran: Köseoğlu, E. (2004). *Tasarım Girdisi Olarak Algılama: Lobi Mekanının Algılanmasında Kullanıcı Kültürünün Etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). YTÜ, İstanbul.

Purcell, A.T. ve Nasar, J.L. (1992). Experiencing other people's houses: a model of similarities and differences in environmental experience. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 199-211.

Raubal, M. ve Winter, S. (2002). Enriching Wayfinding Instructions with Local Landmarks. *Geographic Information Science*, 2478.

Santos-Delgado, R. (2005). Architectural Landmarks in Davao City: Value-Based Approach To The History of Architecture. *Banwa*, 2 (1), 38-62.

Sezgin, M. ve Ünüvar, Ş. (2011). *Yavaş Şehir Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Konya*, İstanbul: Çizgi Kitabevi.

Siegel, A. W. ve White, S. H. (1975). The Development of Spatial Representations of Large Scale Environments. *Advances in Child Development and Behaviour*, 10, 10-55.

Wickelgren, W. A. (1979). *Cognitive Psychology*, New Jersey: Prentice-Hall.

Wijaya, S., King, B., Nguyen, T. H. ve Morrison, A. (2013). International Visitor Dining Experiences: A Conceptual Framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 34-42.

Woodside, A. G., Crouch, G. I., Mazanec, J. A., Oppermann, M. ve Sakai, M. Y. (2000). *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, Oxon: CABI Publishing.

URL-1 <https://goynuk.bel.tr/goynuk-hakkinda/> Erişim Tarihi: 25/04/2019

URL-2

http://www.cittaslow.org/sites/default/files/content/page/files/246/cittaslow_list_april_2019.pdf Erişim Tarihi: 26/04/2019

URL-3 <https://cittaslowturkiye.org/> Erişim Tarihi: 2/05/2019

URL-4 <https://www.frmtr.com/cizim-atolyesi/7175417-istanbul-silueti.html> Erişim Tarihi: 1/05/2019

URL-5 http://creative.sulekha.com/jk-album_72812_136891_332845_photo Erişim Tarihi: 2/05/2019

URL-6 <https://goynuk.bel.tr/> Erişim Tarihi: 4/05/2019

URL-7 <http://www.bolu.gov.tr/nufus-yapisi> Erişim Tarihi: 6/07/2019

URL-8 <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bolu/turizmaktiviteleri/goynuk> Erişim Tarihi: 10/07/2019

EKLER

Ek-1 Yerel Kullanıcılara Uygulanan Anket Soruları

Ek-2 Turistlere Uygulanan Anket Soruları

Ek-3 İşaret Öğelerinin Nesnellik Puanları

EK-1 YEREL KULLANICILARA UYGULANAN ANKET SORULARI

D1- Yaşınız? _____

D2- Cinsiyetiniz? 1) Kadın 2) Erkek

D3- Eğitim durumunuz?

- a) İlköğretim ve altı
- b) Lise ve dengi
- c) Ön Lisans
- d) Lisans
- e) Lisansüstü

D4- Mesleğiniz? _____

D5- Kaç yıldır Göynük'te yaşıyorsunuz? _____

D6- Göynük'te nerede yaşıyorsunuz? _____

D7- Göynük'te yaşama sebebiniz nedir? (Birden fazla şıkkı seçebilirsiniz)

- a) Memleketim olduğu için
- b) İşim burada olduğu için
- c) Ailem burada yaşadığı için
- d) Doğma-büyüme burada olduğum için
- e) Diğer _____

S1- Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelerdir? İlk aklınıza gelen yerden başlayarak sıralayınız.

İlk aklınıza gelen yer: _____

İkinci sırada aklınıza gelen yer: _____

Üçüncü sırada aklınıza gelen yer: _____

Dördüncü sırada aklınıza gelen yer: _____

Beşinci sırada aklınıza gelen yer: _____

S2- Göynük'te kendinizi rahat hissettiğiniz yerler nerelerdir?

En rahat hissettiğiniz birinci yer: _____

En rahat hissettiğiniz ikinci yer: _____

En rahat hissettiğiniz üçüncü yer: _____

En rahat hissettiğiniz dördüncü yer: _____

En rahat hissettiğiniz beşinci yer: _____

S3- Göynük'e ilk kez gelen misafirlerinizi gezdirmek için nereleri tercih edersiniz?

Birinci tercihiniz _____

İkinci tercihiniz _____

Üçüncü tercihiniz _____

Dördüncü tercihiniz _____

Beşinci tercihiniz _____

S4- Göynük'te aileniz ile nerelerde vakit geçirirsiniz? Bahsettiğiniz yere gitmek için nerede buluşursunuz?

	Vakit Geçirilen Yer	Buluşma Noktası
1		
2		
3		
4		
5		
6		

S5- Göynük'te arkadaşlarınız ile nerelerde vakit geçirirsiniz? Bahsettiğiniz yere gitmek için nerede buluşursunuz?

	Vakit Geçirilen Yer	Buluşma Noktası
1		
2		
3		
4		
5		

S6- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gidişi Göynük'ü ilk defa ziyaret eden bir kişiye nasıl tarif edersiniz?

S7- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gidişi komşunuza nasıl tarif edersiniz?

S8- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gitmek için siz hangi yolu kullanırsınız? Harita üzerinde işaretleyiniz. Bu yol üzerinde hatırladığınız (aklınızda kalan) yerleri anlatarak aşağıdaki tabloyu doldurunuz.

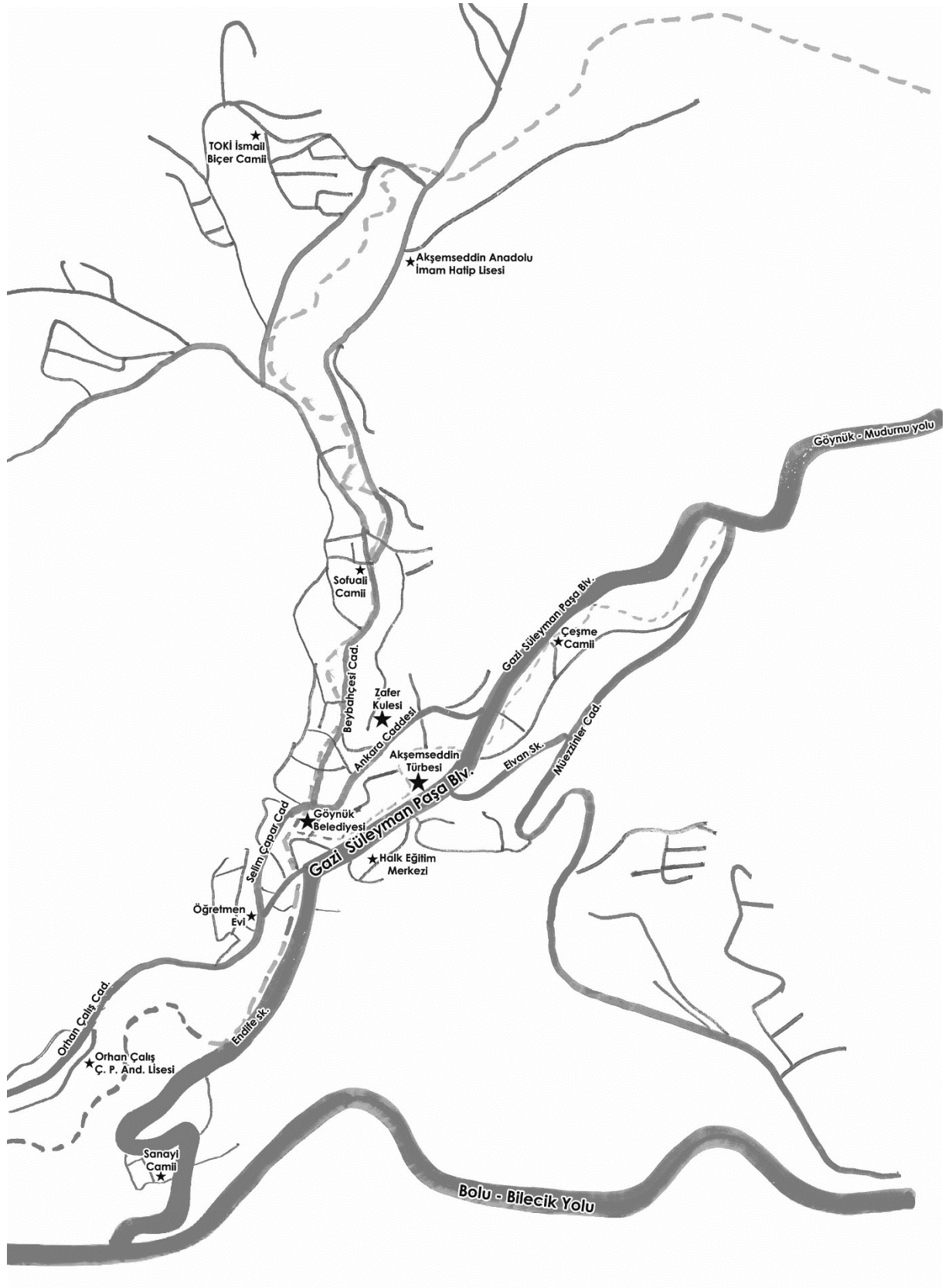


	Hatırladığınız, Aklınızda Kalan Yerler	Kullanım / Ziyaret Sıklığı					Kullanım / Ziyaret Amacı
		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
1		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
2		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
3		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
4		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	

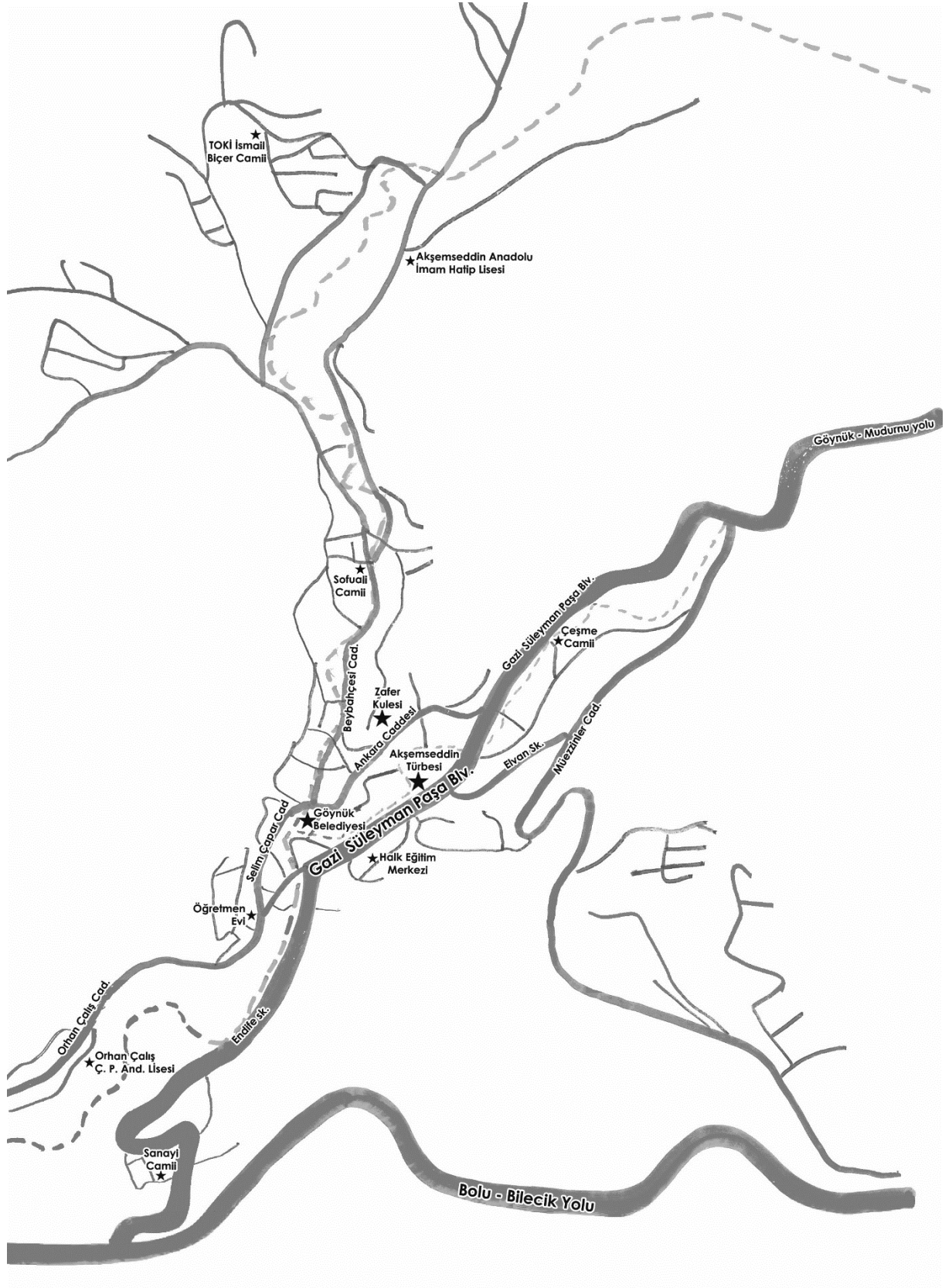
S9- Göynük'ü nasıl tanımlarsınız?

S10- Göynük'ü Taraklı, Mudurnu ya da yakın çevresindeki yerlerden ayıran özellikleri nelerdir?

K1- Göynük'te nereyi mahalleniz olarak tanımlarsınız? Aşağıdaki haritada çizerek gösteriniz.



K2- Göynükte en iyi bildiğiniz yerleri aşağıdaki haritada işaretleyiniz.



EK-2 TURİSTLERE UYGULANAN ANKET SORULARI

D1- Yaşınız? _____

D2- Cinsiyetiniz? 1) Kadın 2) Erkek

D3- Eğitim durumunuz?

- a) İlköğretim ve altı
- b) Lise ve dengi
- c) Ön Lisans
- d) Lisans
- e) Lisansüstü

D4- Mesleğiniz? _____

D5- Daha önce Göynük'te bulundunuz mu? a) Evet b) Hayır

D5-A Evet ise kaç defa? _____

D6- Göynük'ü ziyaret etme sebebiniz nedir? (Birden fazla şıkkı seçebilirsiniz)

- a) Turistik (Kültür, Din, Mimari)
- b) İş gezisi
- c) Akraba – arkadaş ziyareti
- d) Diğer _____

S1- Göynük ile ilgili aklınıza gelen yerler nerelerdir? İlk aklınıza gelen yerden başlayarak sıralayınız.

İlk aklınıza gelen yer: _____

İkinci sırada aklınıza gelen yer: _____

Üçüncü sırada aklınıza gelen yer: _____

Dördüncü sırada aklınıza gelen yer: _____

Beşinci sırada aklınıza gelen yer: _____

S2- Göynük'te nereleri gezdiniz ya da gezmek istiyorsunuz?

S3- Göynük Belediye Binasından Zafer Kulesine gitmek için hangi yolu kullanırsınız? Harita üzerinde işaretleyiniz. Bu yol üzerinde hatırladığınız (aklınızda kalan) yerleri anlatarak aşağıdaki tabloyu doldurunuz.



	Hatırladığımız, Aklınızda Kalan Yerler	Kullanım / Ziyaret Sıklığı					Kullanım / Ziyaret Amacı
		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
1		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
2		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
3		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	
4		Günde bir veya daha sık	Haftada bir	Ayda bir	Yılda bir	Hiç kullanmam	

S4- Zafer Kulesini Göynük'ü ilk defa ziyaret eden bir kişiye nasıl tarif edersiniz?

S5- Göynükte ziyaret ettiğiniz ya da edeceğiniz yerler hakkında gelmeden önce bilgi aldınız mı? a) Evet b) Hayır

Evet ise;

S5-A Nereler hakkında bilgi edindiniz?

S5-B Hangi kanallardan bilgi edindiniz? (Birden fazla şıkkı seçebilirsiniz)

- a) TV
- b) İnternet
- c) Billboard
- d) Gazete-Dergi
- e) Yakınlarımdan
- f) Diğer _____

EK-3 İŞARET ÖĞELERİNİN NESNELLİK DEĞERLERİ

İŞARET ÖĞELERİ	SOSYAL	TARİHİ	SEMBOOLİK	EKONOMİK	ESTETİK	GÖRSEL FARKLILAŞMA	AKTİF FONKSİYON	TOPLAM PUAN	Nesnel / Öznel
Müdrisler Evi	1	1	1	1	1	1	1	7	Nesnel
Akşemsettin Türbesi	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Gazi Süleyman Paşa Camii	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Ömer Sikkin Türbesi	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Hanedan Konağı	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Caferler Konağı	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Türksoylar Konağı	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Akşemseddin Konağı	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Şatırlar Konağı	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Konaklar	1	1	1	1	1	0	1	6	Nesnel
Çeşme Camii	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Sofuali Camii	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Hatice Hatun Camii	1	1	1	0	1	1	1	6	Nesnel
Debbağ / Bıçakçı Dede Türbesi	1	1	1	0	1	0	1	5	Nesnel
Zafer Kulesi	1	1	1	0	1	1	0	5	Nesnel
Kent Müzesi- Gürcüler Konağı	1	1	1	0	1	0	1	5	Nesnel
Çarşı	1	1	0	1	1	0	1	5	Nesnel
Çarşı Başı- Yukarı Çarşı	1	1	0	1	1	0	1	5	Nesnel
Çınaraltı Aile Çay Bahçesi	1	1	0	1	1	0	1	5	Nesnel
Belediye	1	0	1	0	1	1	1	5	Nesnel
Kaymakamlık / Hükümet Konağı	1	0	1	0	1	1	1	5	Nesnel
Eski Adliye / Eski Hükümet Konağı	1	1	1	0	1	1	0	5	Nesnel
Ziraat Bankası	1	0	0	1	1	1	1	5	Nesnel
Halk Bankası	1	0	0	1	1	1	1	5	Nesnel
Kütüphane	1	1	0	0	1	1	1	5	Nesnel
Meydan (Türbenin Önü)	1	0	1	0	1	1	1	5	Nesnel
Toki Camii	1	0	1	0	1	1	1	5	Nesnel
Dar Ara Sokaklar	1	1	1	0	1	0	1	5	Nesnel
Ankara Caddesi	1	1	0	1	1	0	1	5	Nesnel
Çubuk Gölü	1	0	1	0	1	1	1	5	Nesnel
Göynük Çayı	1	1	1	0	1	1	0	5	Nesnel
Sular Butik Otel	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel
Varol Pansiyon	1	1	0	1	0	0	1	4	Öznel
Hediyelik Eşyacı	0	1	0	1	1	0	1	4	Öznel
Dondurmacı	1	1	0	1	0	0	1	4	Öznel
Eczane	0	1	0	1	1	0	1	4	Öznel
Yöresel Yiyecek Satıcısı	1	1	0	1	0	0	1	4	Öznel
Altındal Kundura	1	1	0	1	0	0	1	4	Öznel
Yörük Çadırı	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel
Akgün Pide	0	1	0	1	1	0	1	4	Öznel
Akşemsettin Anadolu İ. H. L.	1	0	1	0	0	1	1	4	Öznel
Hastahane	1	0	0	0	1	1	1	4	Öznel
Hamam	1	1	0	0	1	1	0	4	Öznel
Pazar Yeri 1 (Belediye Arkası)	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel

Pazar Yeri 2 (Otopark)	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel
Heykel	1	0	1	0	1	1	0	4	Öznel
Aksungur Camii / Çarşı Camii	1	0	1	0	0	1	1	4	Öznel
Gazi Süleyman Paşa Bulvarı	1	0	0	0	1	1	1	4	Öznel
Hükümet Caddesi	1	1	0	0	1	0	1	4	Öznel
Spor Salonu	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel
Halı Saha	1	0	0	1	0	1	1	4	Öznel
Sünnet Gölü	1	0	0	-1	1	1	1	3	Öznel
Köprü (Türbe önü)	0	0	0	0	1	1	1	3	Öznel
Köprü (Merkez)	0	0	0	0	1	1	1	3	Öznel
Çiğköfteci	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Tantunici / Kokoreççi	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Berber	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Telefoncu	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Nalbur	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Ekmekçi	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Bakkal	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Emlakçı	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Terzi	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Kırtasiye	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Çaykal Mobilya	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Yağcılar Parçacı	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Fotoğrafçı	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Elektrikçi	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Sigortacı	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Beyaz Köşk	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Gülpek Pastanesi	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Yarenim Kafe	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Kule Kafe	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Lezzet Sofrası	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Oral Et	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Sultanlar Sofrası	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Osmanlı Sofrası	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Gülen Yemek	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Lalezar	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Öğretmenevi	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Hilal Çay Bahçesi	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Candan Kiraathanesi	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Esnaf Lokali	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Bizim kiraathane	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Akmar Market	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Man Market	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Alcan Ticaret	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Veteriner	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Mobilyacılar	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Tuhafiye	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Arz mobilya	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Dekorasyon / İç mimarlık Ofisi	0	1	0	1	0	0	1	3	Öznel
Egemenlik Ortaokulu	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel
Orhan Çalış Çok Programlı Lisesi	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel
Göynük Ortaokulu	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel
Erkek Yurdu	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel

Kız Yurdu	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel
Merkez / Köprü Önü	1	0	0	0	0	1	1	3	Öznel
İpek Yolu	1	1	1	0	0	0	0	3	Öznel
Kepkebir Parkı	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
Çeşme Parkı	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
Sofualı Parkı	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
Yaylalar	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
Mesire Alanları (Meyitler) vd	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
Tepe	0	0	1	0	1	1	0	3	Öznel
Terminal	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Bahçemiz	1	0	0	0	1	0	1	3	Öznel
İş Yerim	1	0	0	1	0	0	1	3	Öznel
Sular Kafe	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
İpek Yolu Kafe	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Can Gıda	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Orallar Gıda	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Ünal Market	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Çetinbaş Market	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Çetin Market	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Şok Market	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Aslan Gıda	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Özdemir Market	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
A-101	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Er Piliç Tavukçuluk	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Sular Kuyumculuk	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Arçelik	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Halk Eğitim	1	0	0	0	0	0	1	2	Öznel
Erdal Hekimin Evi	0	1	0	0	1	0	0	2	Öznel
Akkayaların Evi	0	1	0	0	1	0	0	2	Öznel
Sanayi	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Benzinlik Önü	0	0	0	1	0	0	1	2	Öznel
Ev	1	0	0	0	0	0	1	2	Öznel
Arkadaş Evi	1	0	0	0	0	0	1	2	Öznel
Akraba Evi	1	0	0	0	0	0	1	2	Öznel
Köprü (Paşazade)	0	0	0	0	0	0	1	1	Öznel
Merdiven	0	0	0	0	0	0	1	1	Öznel
TOKİ	0	0	0	0	0	1	0	1	Öznel
Kule Yolu Tabelası	0	0	1	0	0	0	0	1	Öznel
Jandarma	0	0	0	0	0	1	0	1	Öznel
Boncukçu Teyze	0	0	0	0	1	0	0	1	Öznel