

# Kentsel Mekânın Algılanması: Elazığ Örneği

*The perception of urban spaces: Research on Elazığ, Türkiye*

**Harun Tunçel\***

*Fırat Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Elazığ*

**Öz:** Bu çalışma, Elazığ şehrinin, alışveriş için de kullanılan önemli bir caddesinin, şehirde yaşayanlar tarafından nasıl algılandığının zihin haritaları yoluyla belirlenmesini ele almaktadır. Araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır: Lise ve üniversite öğrencisi, ev hanımı, memur, öğretmen, akademisyen, esnaf gibi çeşitli nüfus gruplarının zihin haritalarında, kentin alışveriş mekânlarının algılanması ne şekildedir? Nüfus kitleleriyle ilişkili bir farklılık söz konusu mudur, var ise bu farklılığın sebepleri nelerdir? Zihin haritaları aracılığı ile kentsel mekânın kullanımı ve düzenlenmesi hakkında sonuçlara varılıp uygulamalı coğrafya açısından öneriler sunulabilir mi? 2006 yılında yapılan anket çalışmalarıyla derlenen bilgilerle sürdürülen araştırma zihin haritalarının oluşmasında etkili olan mekân yapıları ile sosyo ekonomik niteliklerin neler olduğunun belirlenmesi konusunda ülkemizde ilktir. Böylece, uygulamalı coğrafya yönüyle kentsel planlama ve ekonomik coğrafyaya katkılar sağlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Zihin haritası, mekânsal davranış, kent algısı, davranış coğrafyası, Elazığ.

**Abstract:** This research deals with the determination of how an important street of Elazığ city which is also used for shopping is perceived by people with the help of cognitive maps. The answers of these questions were searched: How is the city, especially shopping centers perceived in the cognitive maps of the various population groups such as high school and university students, housewives, civil servants, academicians, craftsmen? Is there a difference depending on the population groups, if so what is the reason of this difference? Is it possible to put forward proposals in terms of applied geography on the usage of urban area and its arrangement via cognitive maps? The research maintained by the data gathered by the surveys carried out in 2006 is the first study in our country trying to determine what the environment structures and the socio-economic features impacting the formation of cognitive maps are. Thus, contributions to the urban planning and economic geography in terms of applied geography could be made.

**Key Words:** Mental map, behavioral geography, perception of urban spaces, Elazığ.

## 1. Giriş

Kentsel mekânın insanlar tarafından algılanması ve bu algıya dayalı davranış biçimlerinin ortaya konmasına dönük coğrafya çalışmalarının tarihi 60lı yıllara dek uzanmaktadır. İnsanların davranış kalıplarının ortaya konması ile ilgili çalışmalarda sıklıkla kullanılan zihin haritaları aracılığıyla derlenen bilgiler, uygulama alanında mekânın planlanmasında kullanılabilen önemli veriler durumundadır. Bir başka ifadeyle, bu tür çalışmalar aracılığıyla bir yandan kentsel planlamaya, diğer taraftan da uygulamalı beşeri ve ekonomik coğrafyaya önemli katkılar sağlanabilmektedir (bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Tuan, 1975 ve Golledge, Stimson 1997, Gould, P., White, R., 2002). Ülkemizde ne yazık ki zihin haritaları ve bunlar aracılığıyla mekânın değerlendirilmesi konusunda çok az çalışma yapılmıştır. Bu konuya ilk değinen Tümertekin olmuştur (Tümertekin 1978). Daha

---

\* İletişim yazarı: H. Tunçel, e-posta: htuncel@firat.edu.tr

sonrasında Tolun davranış coğrafyasını tanıtan bir tebliğ sunmuş ve yazı yayınlamıştır (Tolun 1980). Konuya dönük ilk uygulama Tunçel tarafından yapılmıştır (Tunçel 2002), bunun ardından bir başka çalışmada Balıkesir şehir imajı ortaya konmaya çalışılmıştır (Aliağaoğlu 2007). Bu güne değin kentlerdeki alışveriş alanlarının insanların zihin haritalarında nasıl ve hangi etkilerle şekillendikleri konusunda bir araştırma yapılmamıştır, ülkemizdeki durum ilk kez bu çalışma ile belirlenmiştir. Bu araştırmada, Elazığ şehrinin, alışveriş için de kullanılan önemli bir caddesinin, şehirde yaşayanlar tarafından nasıl algılandığının zihin haritaları yoluyla belirlenmesi ele alınmıştır. Araştırma, insanların zihin haritalarındaki kent mekânlarının şekillenmesinde etkili olan faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi ve bu bilgi ile kentsel mekânların planlanmasına katkıda bulunma amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma zihin haritalarının oluşmasında etkili olan mekân yapıları ile sosyo ekonomik niteliklerin neler olduğunun belirlenmesi konusunda ülkemizde yapılmış olan ilk araştırmadır.

Bu araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır: Lise ve üniversite öğrencisi, ev hanımı, memur, öğretmen, akademisyen, esnaf gibi çeşitli nüfus gruplarının zihin haritalarında, kentin özellikle de alışveriş mekânlarının algılanması ne şekildedir? Nüfus gruplarıyla ilişkili bir farklılık söz konusu mudur? Farklılık var ise bunun sebepleri nelerdir? Zihin haritaları aracılığı ile kentsel mekânın kullanımı ve düzenlenmesi hakkında sonuçlara varılıp uygulamalı coğrafya açısından öneriler sunulabilir mi?

Çalışma çeşitli varsayımlara dayanılarak sürdürülmüştür, bunların başlıcalarını şöyle belirtmek mümkündür: Araştırma yapılan caddede işyeri olan esnaflar özellikle kendi işkollarıyla ilgili işyerlerinin tümünün konumunu eksiksiz olarak hatırlayacaklardır. Memurlar iş çıkışlarında, araştırma yapılan caddede uzun sürelerle gezindikleri için, pek çok işyerini bilmeleri gerekmektedir. Öğretmen, akademisyen gibi eğitilmiş bireyler daha fazla işyerinin konumunu doğru olarak tanımlayacaklardır. Öğrencilerin zihin haritalarında, seviyeleri ile ilişkili olarak dersane, kitapçı, kafe, cep telefonu satıcılarının yerleri belirgin olarak görünecektir. Ev kadınlarının bildikleri işyerleri giyim, ev eşyası, bijuteri-parfümeri satanlar gibi doğrudan ve fazlasıyla onlara hitap edenler olacaktır.

## 2. Veri ve Yöntem

Çalışmada, çeşitli nüfus gruplarının Elazığ kentinin önemli bir caddesine ilişkin algıları ve bunu zihin haritalarından faydalanarak krokiye yansıtılmalarıyla derlenen veriler ile birlikte uygulanan anketlerde elde edilen bilgiler kullanılmıştır. Çalışma 2006 yılında yapılmıştır. Anketler altı farklı nüfus grubuna uygulanmış, böylece farklı nüfus kitlelerinin zihin haritalarının durumu ve farklılıkları belirlenebilmiştir. Yazar tarafından, her nüfus grubuna dönük olarak hazırlanan anket formu, 6 öğrenci tarafından ilgili nüfus gruplarına uygulanarak veriler derlenmiştir. Anket uygulanan nüfus grupları ve uygulayanlar şöyledir: Gazi caddesinde işyeri bulunan esnaflara: İmren Özdemir Akdeniz, çeşitli kamu kurumlarında çalışan memurlara: Özlem Ören, öğretmenlerle akademisyenlere Bezat Erdil, üniversite öğrencilerine: Mehmet Bozkurt, orta öğretim öğrencilerine: Zeynep Farıma ve son olarak ev kadınlarına: Funda Altun. Öğrenciler anket uygulamasının ardından elde ettikleri verilerle bir mezuniyet tezi çalışması yapmışlardır (Akdeniz, İ.Ö., vd. 2007).

Anket sorularını iki grupta ele almak mümkündür. Bunlardan ilk grubu, caddede bulunma sıklığı ve gerekçesi, alışveriş tercihleri ve alışkanlıkları gibi nitelikleri ölçmeye dönük sorularla, cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, aylık gelir vb gibi ortak sorular oluşturmaktadır. İkinci grup sorularda ise nüfus kitlelerine has niteliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bunlara örnek olarak, esnafın kaç yıldır Gazi caddesinde işyeri olduğu, ev hanımlarının ikametgâhlarının bu caddeye olan mesafesi, üniversite öğrencilerinin Elazığ'da bulunma süresi gibi sorular verilebilir.

Veri toplamak için kullanılan Gazi Caddesi, şehrin ilk caddelerinden birisidir (Bu konuda bkz. Karakaş 1999). Eğimi yok denecek kadar az olan bu cadde kabaca doğu batı doğrultusunda ve düz uzanırlıdır. Kentte araç ve yaya trafiği açısından en fazla kullanılan yerlerden birisi olan Gazi caddesini, insanlar alışveriş yapmanın dışında, gezinti yapmak amacıyla da kullanmaktadır.

Gazi Caddesi'nde, kapısı cadde üzerinde yer alan 136 işyeri/pasaj bulunmaktadır, çalışmada bunların yanı sıra, gerek bir cephesinin Gazi Caddesi'ne bakması gerekse anket uygulanan grupların

neredeysi hepsi tarafından önemli bir nirengi noktası olarak belirtilmesinden dolayı bir dersane de çalışmaya dahil edilmiş ve böylece 137 işyeri değerlendirilmiştir. Haritaların tümünde rakamlarla temsil edilen işkollarının gruplandırılması şu şekilde yapılmıştır: 1-Giyim, 2-Ev Aletleri ve Mobilya, 3-İletişim, 4-Pasaj, 5-Kuyumcu, 6-Büfe, 7-Kafe-Pastane, 8-Lokanta, 9-Kırtasiye, 10-Banka, 11-Dershane, 12-Eczane, 13-Kozmetik, 14-Market, 15-Diğerleri.

Çalışmada anket uygulamasına geçilmeden önce belediyenin imar planlarından Gazi caddesinin krokisi çizilmiştir. Bunun üzerinde sokak isimleri ile cadde üzerinde yer alan bir öğrenci yurdu ile belediye binasının yanı sıra bireylerin sağlıklı konumlandırma yapabilmeleri için caddenin doğu ucunda yer alan saat kulesi ile batısında yer alan öğretmenevi ve otobüs durakları da gösterilmiştir. Anket uygulaması sırasında bireylere bu kroki de verilerek üzerinde hatırladıkları işyerlerini işaretlemeleri, işyerinin adını yahut işkolunu yazmaları istenmiştir. Veri derlemede toplam 654 anket uygulanmış bunlardan, çalışmaya katkısı olamayacak kadar yetersiz olan 74 tanesi ayıklanmış ve geriye kalan 580 tanesi kullanılmıştır (Bkz Çizelge: 1).

**Çizelge 1.** Nüfus Gruplarına Göre Uygulanan Anket Sayıları

| NÜFUS GRUBU                | YAPILAN ANKET |       | KULLANILAN ANKET |       |        |
|----------------------------|---------------|-------|------------------|-------|--------|
|                            | Erkek         | Kadın | Erkek            | Kadın | Toplam |
| Cadde Esnafları            | 99            | 6     | 94               | 6     | 100    |
| Devlet Memurları           | 71            | 48    | 58               | 42    | 100    |
| Öğretmen ve Akademisyenler | 75            | 30    | 59               | 21    | 80     |
| Üniversite Öğrencileri     | 62            | 58    | 49               | 51    | 100    |
| Ortaöğretim Öğrencileri    | 62            | 43    | 60               | 40    | 100    |
| Ev Kadınları               | 0             | 100   | 0                | 100   | 100    |
| Toplam                     | 369           | 285   | 320              | 260   | 580    |

Kaynak: Akdeniz vd. 2007'den değiştirilerek

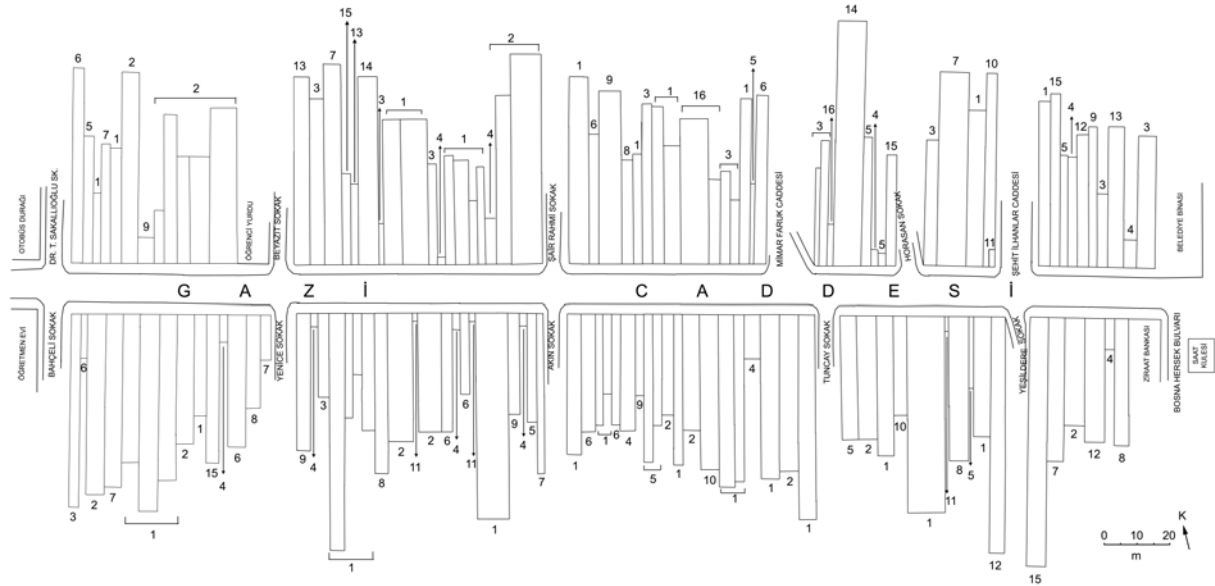
Bireylerin hazırladıkları taslaklar, ilgili nüfus grubunun zihin haritalarını hazırlamak için gerekli olan veri kaynağını oluşturmuş, böylece kentsel mekân algısı, her nüfus grubu için ayrı ayrı belirlenmiştir. Haritaların hazırlanabilmeleri için öncelikle taslaklarda yer alan bilgiler, her nüfus grubu için, işyerlerinin bilinme miktarlarını ortaya koymak amacıyla tablolara dönüştürülmüştür. Ardından bu tablolardaki değerler kullanılarak elde edilen toplam bilinme sayıları ve bilinme oranlarına ilişkin yeni veriler haritalara dönüştürülmüştür. Böylece her bir nüfus grubunun işyerlerini bilmesine ilişkin “oransal haritalar” hazırlanmıştır. Daha sonrasında da tüm veriler birleştirilerek nüfus gruplarının tümünü yansıtan bir harita daha hazırlanmıştır. Haritaların hazırlanmasında öncelikle işyerlerinin ve pasajların cadde üzerinde kapladıkları genişlikler belirlenmiştir ve bir altlık oluşturulmuştur. Bu işlemde apartman girişleri değerlendirmeye alınmamış, pasaj girişleri ise bağımsız birer işyeri gibi değerlendirilmiştir. Böylece hazırlanan temel haritada daha sonra her işyeri, ilgili nüfus grubundaki bilinme miktarıyla orantılı uzunlukta sütunlarla gösterilmiştir. Sütun uzunluklarının oranlı olması hem her nüfus grubunu kendi içinde işyerleri açısından karşılaştırma yapmaya hem de nüfus grupları arasında karşılaştırmaya imkân sağlamıştır. Tüm bunların ardından da tablolardaki veriler ile haritalar birlikte ve yeniden değerlendirilerek, sonuçlara ulaştıran bulgular elde edilmiştir.

### 3. Bulgular ve Tartışma

Çalışmayla yukarıda değinilen nüfus grupları arasındaki algı farkları ile genel olarak algılamayı etkileyen faktörler belirlenmiştir. Elde edilen bulgular çalışmanın başlangıcındaki varsayımların bir kısmını geçersiz kılmıştır. Tüm nüfus gruplarının kent mekânını algılamasında bazı nitelikler belirgin olarak ortaklık göstermektedir. Diğer taraftan bazı gruplarda ise belirgin bir seçici algı söz konusudur. Konunun topluca değerlendirilmesi öncesinde, her nüfus grubunun araştırma yapılan caddeyi algılaması ile ilgili bulguları ayrı ayrı ele alınacaktır.

Esnaflar en fazla işyerini en doğru biçimde bilen nüfus grubudur. 20-67 gibi geniş bir yaş aralığına sahip olan bu grupta, 20-30 yaş grubu hem doğru hem de yanlış olarak en fazla işyeri işaretleyenlerdir. Esnafların algılarını olumlu etkileyen faktörlerden birisinin, caddede bulunma süresi diğerinin de işyeri-işkolu değiştirme olduğu varsayılmıştır. Caddede bulunma süresi arttıkça işyerlerini

doğru bilme oranı da artmaktadır. Fakat 20 yıldan daha fazla burada işyeri olan esnafların daha çok yakınlarındaki işyerlerini bildikleri görülmüştür. İşyeri-işkolu değıştirmenin ise herhangi bir etkisi belirlenememiştir. Esnaflar kendi iş kollarındaki işyerlerini diğerlerine oranla daha iyi bilmektedirler. Genel olarak ele alındıklarında esnafların kuyumcu dershane ve pasajları hatırlayamadıkları ortaya çıkmıştır. Esnaflarda tüm yaş gruplarınca giyime ait işyerlerinin daha fazla bilindiği görülmektedir. Bunda giyime ait işyerlerinin sayıca çok olması ve vitrin çekiciliği-büyüküğü de etkilidir. İletişim ve kuruyemiş dükkânlarının da en çok 20-29 yaş aralığında esnaflarca daha fazla bilindiği ortaya çıkmıştır. Bu durumda da yaş gruplarının ihtiyaca yönelik yerleri daha fazla kullanmasından ileri geldiği düşünülebilir. Topluca düşünüldüğünde esnafların zihin haritaları, tekdüze bir yapıdadır. Komşu işyerleri, aynı işkolundakiler, büyük vitrinliler ve uzun süredir faaliyette olanlar ve köşe başlarındaki işyerleri iyi bilinmektedir (Bkz Şekil.1).

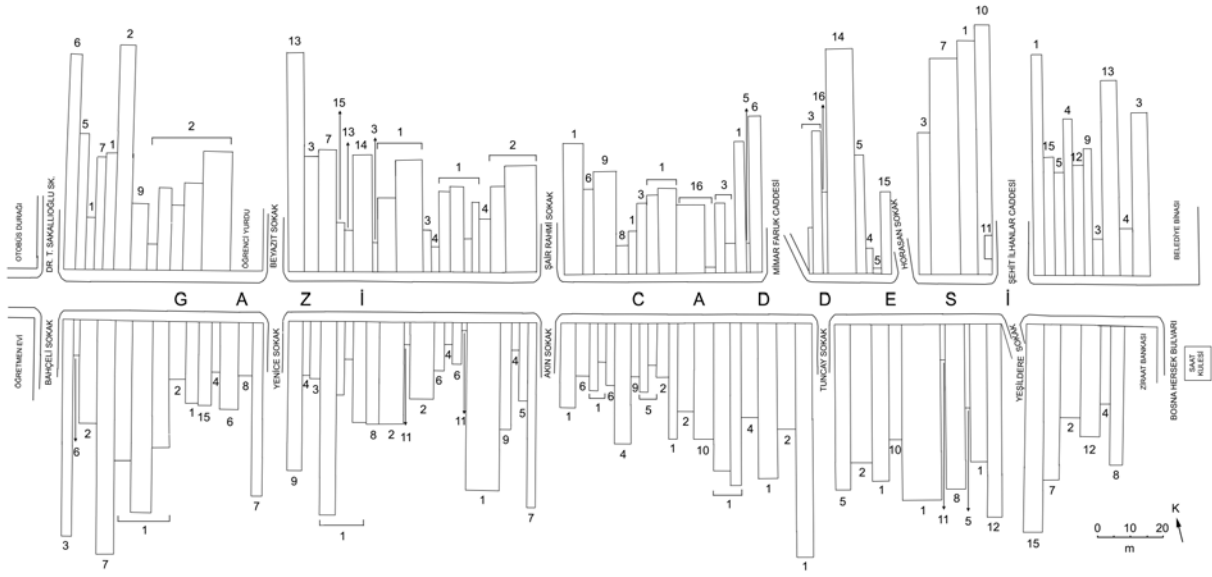


Şekil 1. Esnafların zihin haritası

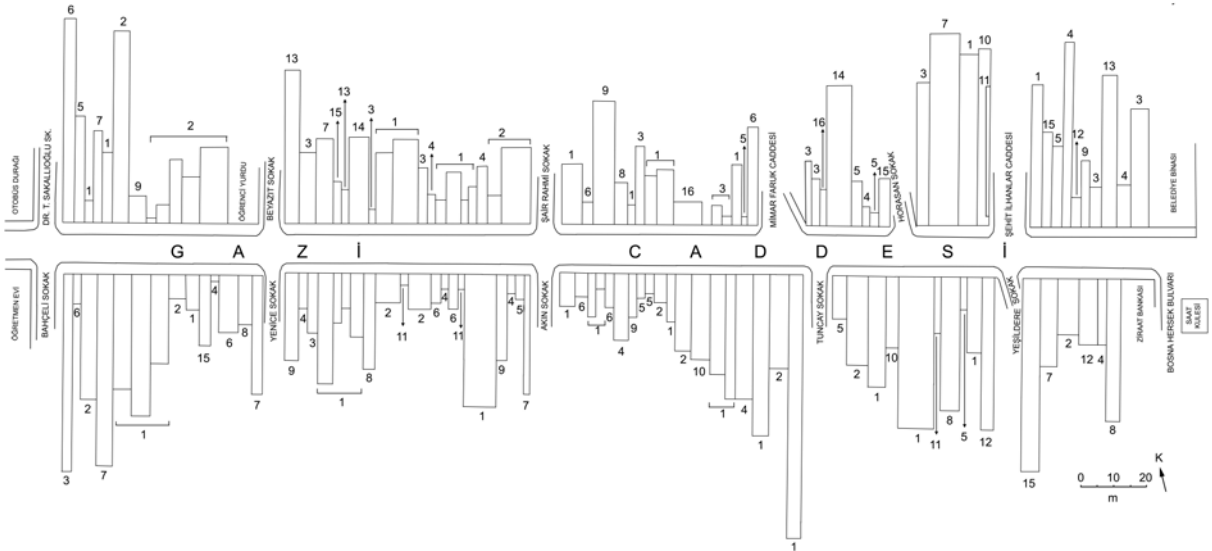
İkinci nüfus grubunu oluşturan devlet memurlarının zihin haritalarında, Elazığ'da bulunma, Gazi Caddesini kullanma sıklığı, eğitim, cinsiyet gibi çeşitli niteliklere bağlı farklılıklar dikkati çekmektedir. Memurların krokileri doldururken, öğretimevi, otobüs durağı, öğrenci yurdu, Ziraat Bankası gibi, krokide var olan nirengi noktalarından başladıkları dikkat çekmiştir, bu nitelik memurların resmi nitelikli yerleri daha rahat hatırladıklarını göstermektedir. Memurların Elazığ'da kalma süresiyle, yapılan işaretlemeler arasında doğru orantı vardır. Kısa süredir Elazığ'da olanlar fazla yer işaretlemişlerdir, ancak büyük kısmı yanlışdır, en fazla doğru işaretleme 15 yıldan fazla zamandır Elazığ'da olanlarda görülmüştür. Caddeyi kullanım sıklığı da olumlu etki yapmış doğru bilinen işyerlerinin sayısını artırmıştır. Bir başka ifade ile memurların iş çıkışlarında caddede uzunca bir süre kalarak gezinme alışkanlıklarının bilmeye olumlu etkisine dönük varsayım kanıtlanmıştır. Ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe bilme sayısı da artmıştır. Bilinen işyerlerinde cinsiyete bağlı belirgin bir farklılık da söz konusudur. Kadın memurlar daha çok kozmetik ve kuyumcu dükkânlarını, giyim, ev aletleri mobilya mağazalarını iyi bilmişlerdir, erkeklerde böyle bir farklılık yoktur, bütün iş yerlerini iyi bildiklerini söylemek mümkündür. Genel olarak düşünüldüğünde memurların verilen nirengi noktalarından başlamaları, esnaflarda olduğu gibi büyük vitrinli işyerlerini daha rahat hatırlamaları ve pasajları bilememeleri ve bankaları belirgin olarak hatırlamaları dikkat çekicidir (Bkz Şekil.2).

Öğretmen ve akademisyenlerin zihin haritaları memurlarınkine benzer özelliktedir. Bunlar da işaretleme yapmak için çeşitli nirengi noktalarına ihtiyaç duymuşlardır. Çoğunlukla, herkes tarafından rahatlıkla konumu bilinebilecek olan tanınmış büyük vitrinli mağazaları ve bankaları ve köşe başlarında yer alan işyerlerini başlangıç olarak kullanmışlardır. Bu grup içerisinde yer alanlardan, Gazi

caddesini sıklıkla kullananlar fazla yer işaretlemişler ama fazlaca yanlış yapmışlardır, az kullananlar ise sadece emin oldukları ve/veya alışveriş için kullandıkları işyerlerini göstererek sayıca diğerlerinden daha az ama doğru işaretleme yapmışlardır. Ancak genel olarak düşünüldüğünde öğretmen ve akademisyenler beklenenden daha az işyerini doğru olarak konumlandırmışlardır. Bu nüfus grubunda dikkat çeken bir başka nitelik de köşe başlarında yer alan işyerlerinin daha fazla hatırlanmasıdır. Elazığ şehrinde genel olarak sokak isimleri kullanılmamaktadır, bu özellik köşe başlarında yer alan dükkânların önemini artırmaktadır. Buralarda yer alan dükkânlar isimleriyle anılarak sokak girişlerini tarif etmek için kullanılan önemli noktalar haline gelmişlerdir, bir başka ifadeyle zihin haritalarında stratejik karar verme noktaları olarak kullanılmaktadırlar. Daha önceki nüfus gruplarında olduğu gibi öğretmen ve akademisyenler de geniş vitrinli ve ürün çeşitliliği fazla olan işyerlerini rahatlıkla hatırlamaktadırlar, dar cephelilerin bilinmelerinde ise önemli ölçüde azalma dikkati çekmektedir (Bkz Şekil.3).

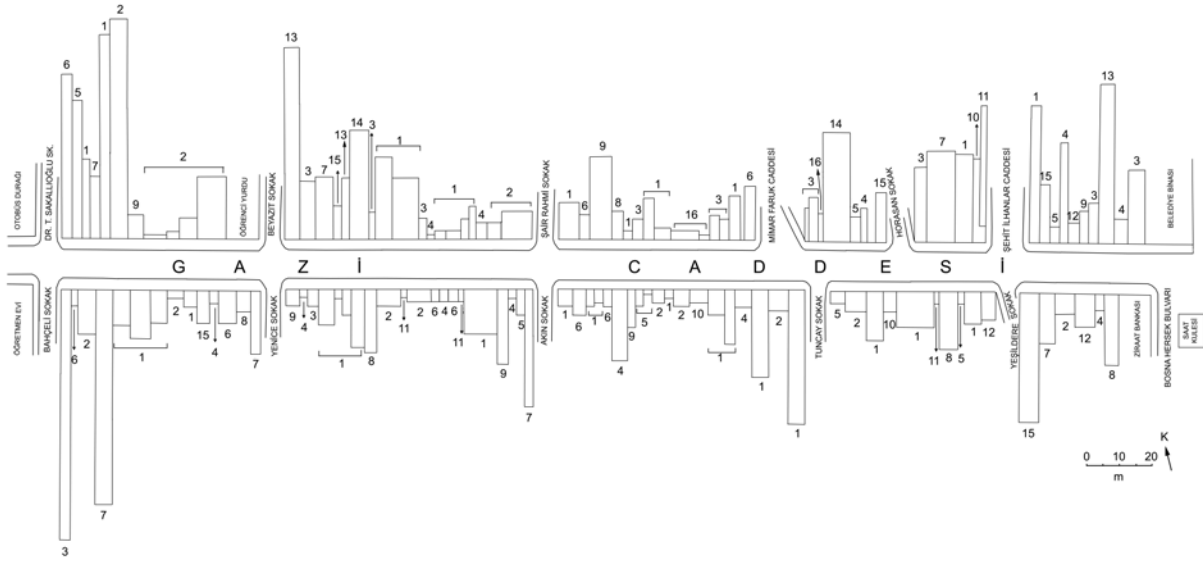


Şekil 2. Devlet memurlarının zihin haritası



Şekil 3. Öğretmen ve akademisyenlerin zihin haritası

Üniversite öğrencilerinin zihin haritaları daha öncekilerle karşılaştırıldığında en dikkat çekici niteliğini bilinen işyerlerindeki azalma oluşturur. Bu nüfus grubu da diğerleri gibi işaretlemeye başlarken çeşitli nirengi noktaları kullanmışlardır. Öğrenciler çoğunlukla spor kıyafet, kafe-pastane vb. gibi kendilerine yönelik ürünler satan/sunan işyerlerinden başlayarak krokiyi işaretlemişlerdir. En çok bilinen işyerleri de bu şekilde alışveriş için kullanılan dükkânlar ile onların yanı başında yer alanlardır. Üniversite öğrencilerinde bulunulan sınıf yani Elazığ'da bulunma süresi ve cinsiyet açısından da farkların olduğu dikkati çekmiştir. Öğrencilerin doğru işaretledikleri işyerlerinin sayısında, özellikle Elazıglı olmayanlarda, birinci sınıf öğrencilerinden itibaren, zaman içerisinde belirgin bir artış olmuştur. Cinsiyet farklılığı düşünüldüğünde ise kız öğrencilerin algısı seçicidir, daha çok giyim, kuyumcu, lokanta, kozmetik gibi kendilerine hitap eden, kişisel ihtiyaçlarını karşıladıkları sektörlerde, erkek öğrencilerden daha fazla yer işaretlemişlerdir (Bkz Şekil.4).

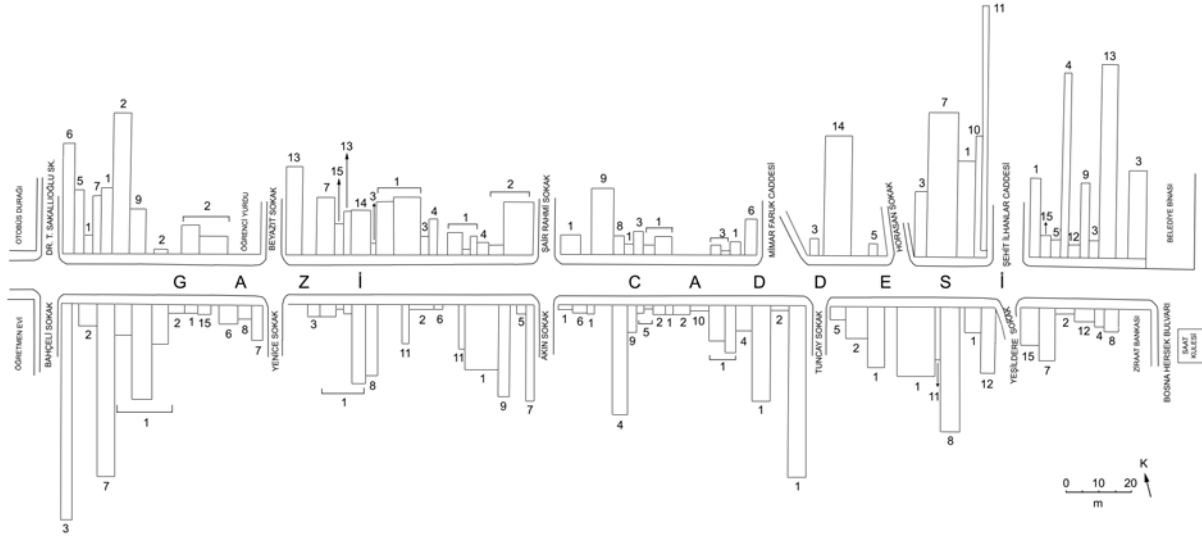


Şekil 4. Üniversite öğrencilerinin zihin haritası

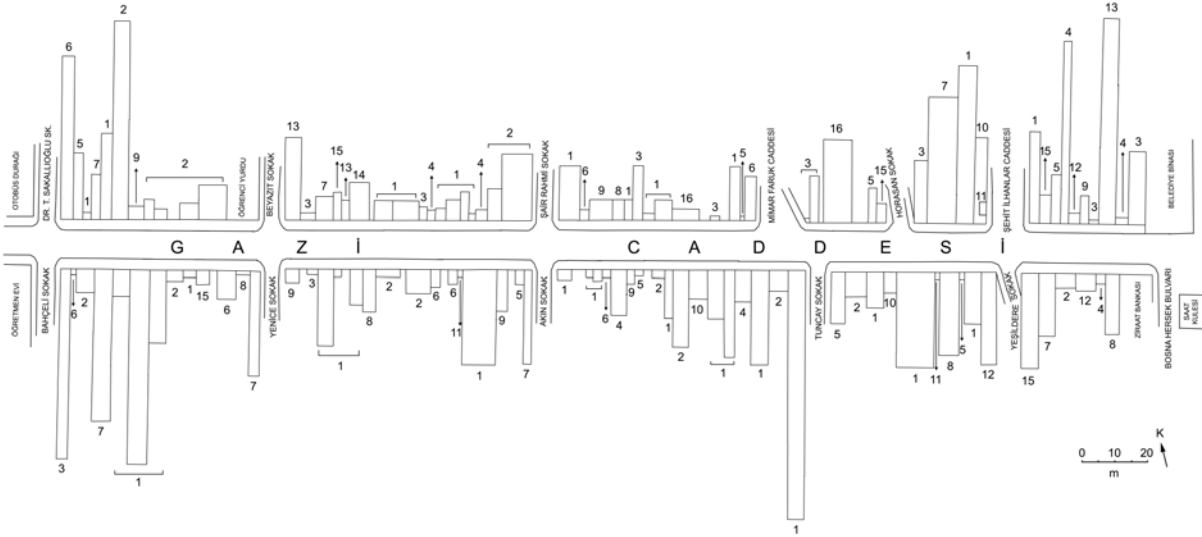
Ortaöğretim öğrencilerinin zihin haritaları çok gelişmemiştir ve belirgin olarak algıda seçicilik yansıtmaktadır. Genel olarak az işyeri bilmişlerdir, caddenin doğu ve batı ucunda belirgin bir artış söz konusudur. Öğrencilerin iletişim işkolunu bileceklerine dönük varsayım doğrulanmamıştır. Öğrenciler doğal olarak en fazla dershaneleri doğru olarak işaretlemişlerdir, bunun ardından da dershanelerin hemen yakınında yer alan birkaç işyeri ile kırtasiye ve kafe-pastane türü işyerlerini rahatlıkla hatırlamışlardır. Başka deyişle öğrenciler de dershaneleri nirengi noktası olarak kullanmışlardır. Öğrenci algısında, sınavla girilen kurumlarda okuyanların daha fazla yer hatırlamaları dikkat çekmiştir, diğer taraftan kız öğrenciler üniversitede okuyan hemcinsleri ve ev kadınları gibi, giyim ve kozmetik satan işyerlerini daha fazla hatırlamışlardır. Erkek öğrenciler ise kafe-pastane, iletişim, büfe ve içinde kahvehane-çay ocağı bulunan pasajları daha rahat hatırlamaktadır. Öğrencilerin doğru olarak tanımladıkları giyim mağazaları da vardır, bunların tümünün gençlere dönük ürünler satan işyerleri olması dikkat çekicidir. Öğrencilerin genel olarak algıları bütüne yönelik olmamıştır, seçicidir (Bkz Şekil.5).

Kent algıları ele alınan son nüfus grubunu ev kadınları oluşturmaktadır. Bunlar, en az işyeri bilen, bir başka ifade ile zihin haritaları en zayıf grup olarak dikkati çekmektedir. Genel olarak ele alındığında caddenin doğu ve batı ucundaki işyerlerini diğerlerine göre daha fazla hatırladıkları görülür. İşkolları açısından ise giyim ve kozmetik ile ilgili olanlar belirgin biçimde öne çıkmaktadır, hatta diğerlerinin aksine giyim ve kozmetik satan dükkânların çoğunlukta olduğu bir pasaj da ev kadınları tarafından rahatlıkla hatırlanmıştır. Ev kadınlarının zihin haritalarının dikkat çekici özelliklerinden birisi de dershanelerin bilinmeyiştir. Topluca değerlendirildiğinde kadınların kent

algılarının bütünü kapsamamaktadır, seçicidir, bu yönüyle varsayım da bir bakıma doğrulanmıştır (Bkz Şekil.6).



Şekil 5. Ortaöğretim öğrencilerinin zihin haritası



Şekil 6. Ev kadınlarının zihin haritası

Çalışmayla, çeşitli nüfus grupları arasındaki algı farkları ile genel olarak bu algılamayı etkileyen faktörler de belirlenmiştir. Bireylerin zihin haritalarına etki eden faktörlerin bilinmesi kentsel planlamalarda coğrafyanın yeri ve önemini daha da belirginleştirmiştir.

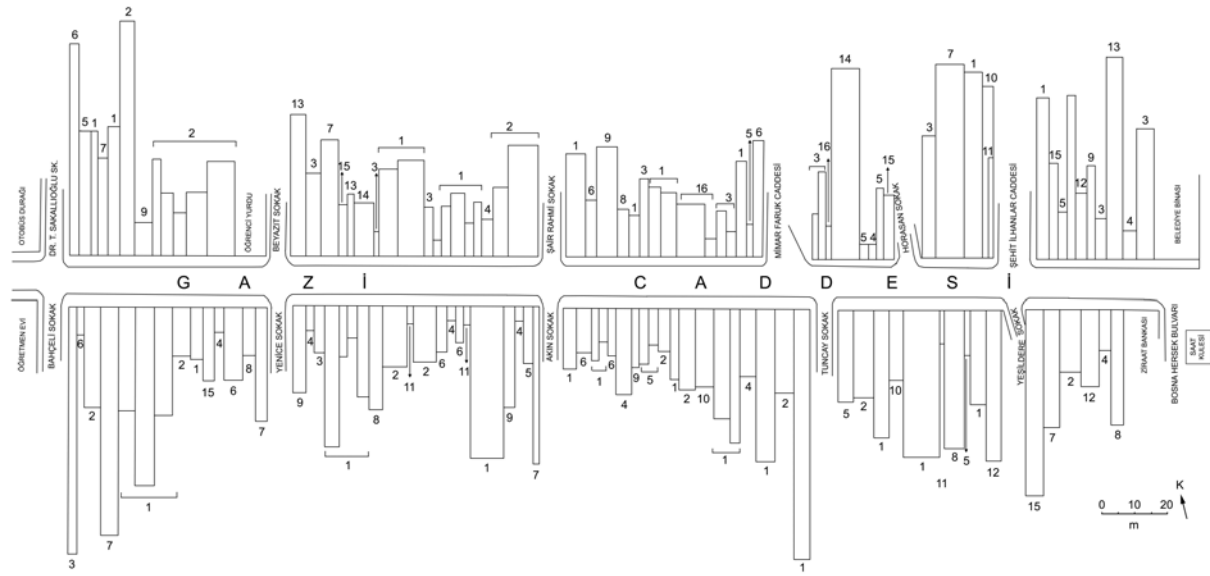
Elde edilen bulgular çalışmanın başlangıcındaki varsayımların bir kısmının geçersiz olduğunu ortaya koymuştur.

Zihin haritalarının oluşumunda belirgin farklılıklar vardır. Caddede işyeri olan esnafın kendi dükkanlarıyla, memurların resmi kurumlarla, öğretmen ve akademisyenlerin büyük cepheli bilinen işyerleri ve resmi kurumlarla, öğrencilerin dersane, kafe-pastane, spor giyim satanlar gibi kendi ihtiyaçlarına dönük işyerleriyle, kadınların cadde yahut sokak başlangıcı ile başlayarak işaretleme yapmaları, bunun göstergesidir.

Tüm nüfus gruplarının kent mekânını algılamasında işyerlerinin vitrin genişliği, uzun süredir aynı yerde ve aynı işkolunda faaliyet gösterme, caddenin girişinde ve köşe başlarında olmak gibi bazı nitelikler, toplumun zihin haritalarında yer alma açısından belirgin olarak ön plana çıkan unsurlardır (Bkz Şekil.7).

Bunun dışında kent mekânının algılanmasında özellikle cinsiyetler açısından farklılık vardır. Erkeklerde bütüncül, kadınlarda ise seçici bir algı ve buna bağlı zihin haritası oluşumu söz konusudur. Bu farklılık öğrenciler ile diğer nüfus grupları arasında da söz konusudur.

Elde edilen bulgular topluca değerlendirildiğinde kent mekânının planlanması ve düzenlenmesinin yanı sıra, kentlerde merkezi yerlerin oluşumu, ekonomik coğrafya ve pazarlama açısından kentsel çekiciliklerin belirlenmesi gibi farklı araştırma konularında ele alınarak değerlendirilebilecek önemli ipuçlarına ulaşılmıştır.



Şekil 7. Zihin haritalarında Gazi Caddesi

**Teşekkür:** Çalışmanın anketlerini ilgili nüfus gruplarına uygulayan ve harita taslaklarını hazırlayan öğrencilerim, İmren Özdemir Akdeniz, Özlem Ören, Funda Altun, Zeynep Farımaz, Mehmet Bozkurt ve Bezat Erdil ile bu harita taslaklarını kullanarak, bilgisayar ortamında yeniden düzenleyen Döndü Üççam Karagel'e teşekkür ederim.

## Referanslar

- Akdeniz, İ. Ö., Ören, Ö., Altun, F., Farımaz, Z., Bozkurt, M., Erdil, B. (2007) *Zihin Haritalarında Gazi Caddesinin Özellikleri* (2006). (H. Tunçel denetiminde yapılan basılmamış lisans tezi) Elazığ.
- Aliağaoğlu, A., (2007) “*Davranışsal coğrafyaya bir örnek: Öğrenci merkezli Balıkesir şehir imajı*” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi C: 17, S: 1, s. 17-44.
- Golledge, R. G., Stimson, R. J., (1997) *Spatial Behavior: A Geographic Perspective*. New York.
- Gould, P., White, R., (2002) *Mental Maps* (2. Baskı) London.
- Karakaş, E., (1999) “*Elazığ şehrinin gelişmesi*” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi C: 9, S: 1, s. 129-154.
- Tolun B., (1980) “*Davranışlara yönelik coğrafya, Anglo-Saksonların 'Behavioral Geography'si ve sosyo-ekonomik deneyimleri*” İstanbul Üniv. Coğrafya Enstitüsü Der. S: 23, s. 257-277.
- Tuan, Y., (1975) “*Images and mental maps*” *Annales of the Association of American Geographers*, C: 65, S: 2, s. 205-213.
- Tunçel, H., (2002) “*Türk öğrencilerin zihin haritalarında İslam ülkeleri*” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi C: 12: S: 2, s. 83-103.
- Tümertekin, E., (1978) *Beşeri Coğrafya'ya Giriş*. İstanbul Üniversitesi Yayın No: 100. İstanbul.