

AİDİYET DUYGUSU AÇISINDAN KONUT MEKAN VE DONATI
TERCİHLERİNDE MESLEĞE BAĞLI DEĞİŞKENLER

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ

İREM EKİN ALPEGEMEN

TASARIM ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEMMUZ 2019

Bu tezin Yüksek Lisans derecesi için gereken tüm koşulları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Serdar SAYAN

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü

Bu çalışmayı okuduğum ve çalışmanın kapsam ve içerik olarak Sosyal Bilimler Enstitüsü Tasarım Ana Bilim Dalı'nda bir Yüksek Lisans tezi olabilecek yeterlilikte olduğuna kanaat getirdiğimi onaylıyorum.

Tez Danışmanı

Prof. Ayşe Müge BOZDAYI
TOBB ETÜ, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Tez Jürisi Üyeleri

Doç. Dr. Ayşen ÖZKAN
Hacettepe Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Dr. Öğr. Üyesi Meryem YALÇIN
TOBB ETÜ, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.



İrem Ekin ALPEGEMEN

ÖZ

AİDİYET DUYGUSU AÇISINDAN KONUT MEKAN VE DONATI TERCİHLERİNDE MESLEĞE BAĞLI DEĞİŞKENLER

ALPEGEMEN, İrem Ekin

Yüksek Lisans, Tasarım

Tez Danışmanı: Prof. Ayşe Müge BOZDAYI

İnsanın kimliğini dilediği gibi yansıtılabildiği, gerek tek başına gerek aile ve arkadaşlarıyla dilediğince vakit geçirebildiği, anılar biriktirdiğin en mahrem, en özel mekan konuttur. İnsan hayatında bu denli önemli bir mekan olan evin kullanıcı ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilmesi sağlıklı ve mutlu bir yaşamın vazgeçilmez şartıdır. İçinde geçirilen zamanla birlikte insan evi ile duygusal bir bağ kurarak mekansal aidiyet duygusu geliştirir. Bu çalışmada öncelikle mekansal aidiyet duygusu yaratmada rolü olan konut memnuniyeti, konut kalitesi, kendileme kavramları üzerinde durulacak daha sonra mekansal aidiyet duygusu incelenecektir.

Tezin alan çalışması kısmında TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi bünyesinde çalışmakta olan akademik personele kendi konut mekanlarında, yaşam alanlarında yapmış oldukları mekan ve donatı tercihleriyle ilgili sorular bululan anket çalışması uygulanarak bu tercihlerde meslek gruplarına bağlı değişkenlikler olup olmadığı araştırılmıştır.

Bu çalışmanın, meslek ve alınan eğitimin donatı tercihleri üzerinde etkili olup olmadığı, meslek gruplarının arasında ki tercih farklılıkları ve özellikle tasarım eğitimi almış kullanıcıların tercihleriyle diğer meslek grupları arasında belirgin bir fark olup olmadığını anlamak konusunda önemli bir katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mekansal aidiyet, Konut memnuniyeti, Konut kalitesi, Konut kavramı, Mesleğe bağlı değişkenler

ABSTRACT

IN TERMS OF PLACE ATTACHMENT PROFESSIONAL VARIABLES IN HOUSING SPACE AND EQUIPMENT PREFERENCES

ALPEGEMEN, İrem Ekin

Master of Arts, Design

Supervisor: Prof. Ayşe Müge BOZDAYI

Home is the most intimate and special place where you can reflect your own identity as you wish. The place where you can spend time alone, with family or maybe with friends, collect memories. For a healthy and happy life, a house that responds to people's wishes and needs is very important. With time spent in, peoples by establishing an emotional connection develops a place attachment. In this study, will be first mentioned about house quality than about house satisfaction and selfing notion. After explaining this notions, second will be mentioned about what means place attachment.

In the field study part of the thesis, there has survey work which applied to academical personal in TOBB Economy and Technology University. There is questions about preferences which peoples made in their houses. In this study, intended to measure whether there are variables related to the profession in these preferences.

Keywords: Place attachment, Housing satisfaction, Housing quality, Housing, Occupational Preferences.

Sevgili annem Seda ALPEGEMEN'e...

TEŞEKKÜR

Eğitim hayatım ve araştırmamın başından sonuna desteğini, güler yüzünü esirgemeyen, mesleğimi ve tez konumu her zaman yeni pencerelerden görmemi sağlayan sevgili hocam, sayın danışmanım Prof. Ayşe Müge Bozdayı'ya;

Çalışmam boyunca rehberliğini, ilgisini eksik etmeyen sevgilim hocam Doç. Dr. Ayşen zkan'a;

Başta hayallerimi gerçekleştirecek koşulları her daim sağlayan, aklı, mantığı, sabrı, sevgisiyle sonsuz desteğini asla esirgemeyen sevgili annem Seda Alpegemen'e, hayatta en zor koşullarda bile pes etmemeyi öğreten sevgili babam Hüseyin Alpegemen'e ve ailemin tamamına;

Bu zorlu süreçte bütün yakınmalarımı şikayetsiz dinleyen sevgili dostlarım Can, Samed, Duygu, Zeynep, Müge ve şükrü' ye;

Çalışmamı bitirmemi sabırla bekleyen, daima güvenen, desteğini hiç eksik etmeyen en güçlü motivasyon kaynağım, canım, sevgili Gökhan Atasoy'a

Teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

İNTİHAL SAYFASI	iii
ÖZ	iv
ABSTARCT	v
İTHAF SAYFASI	vi
TEŞEKKÜR SAYFASI	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
BÖLÜM I: GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı	3
1.2. Çalışmanın Kapsamı	3
1.3. Çalışmanın Yöntemi	7
BÖLÜM II: KONUT	9
2.1. Konut Kavramı	9
2.1.a. Konutun Önemi	11
2.1.b. Geçmişten Günümüze Konut Kavramı	13
2.1.c. Konut ve Mekan Olarak Ev Kavramı	17
2.2. Konut ve İnsan Etkileşimi	18
2.2.a. Mekanı Algılama Süreci	21
2.3. Bölüm Sonu Değerlendirmesi	23
BÖLÜM III: MEKANSAL AİDİYET	25
3.1. Mekansal Aidiyet Kavramı	25
3.1.a. Yaşanılan Konuta Aidiyet	26
3.2. Mekansal Aidiyet Yaratmak	27
3.2.a Aidiyeti Etkileyen Faktörler	28
3.2.a.i Birey Faktörü	29
3.2.a.ii Süreç Faktörü	30
3.2.a.iii Çevre Faktörü	32

3.2.b. Konut Memnuniyeti- Konut Kalitesi Kavramları ve Etkileyen Faktörler.....	33
3.2.b.i. Konut Memnuniyeti Kavramı ve Etkileyen Faktörler.....	34
3.2.b.ii. Kalite Kavramı, Konut Kalitesi ve Etkileyen Faktörler.....	36
3.3. Konut Kalitesi, Konut Memnuniyeti ve Mekansal Aidiyet İlişkisi.....	37
3.4. Konutu Kendileme Kavramı.....	38
3.5. Meslek Kavramı ve Karakter ile İlişkisi.....	39
3.6. Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	42
BÖLÜM IV: ALAN ÇALIŞMASI ve BULGULAR.....	45
4.1. Araştırmanın Yöntemi.....	45
4.1.a Katılımcılar.....	46
4.1.b Anket Tasarımı.....	48
4.1.c. İstatistiksel Değerlendirme.....	49
4.2. Araştırma Bulguları.....	49
4.2.a. Konut Durumuna Yönelik Bulgular.....	49
4.2.b. Konut Yaşamına Yönelik Bulgular.....	56
4.2.c. Konut Yakın Çevresi Memnuniyeti, Konut Durumu Memnuniyeti, Konut İç Mekan Tasarımı Memnuniyeti, Konut Aidiyet Hissi, Konut Kalite Algısına Yönelik Bulgular.....	63
4.2.d. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın Çevresi, Konut Durumu, İç Mekan Tasarımı Memnuniyetleri, Konut Aidiyet Hissi ve Konut Kalite Algısı Durumlarının Değerlendirilmesi.....	69
4.2.e. Konut Tasarımına Yönelik Bulgular.....	74
4.3. Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	91
BÖLÜM V: SONUÇ ve ÖNERİLER.....	97
KAYNAKÇA.....	103
Ek1- Katılımcı Demografik Durum Tabloları	
Ek2- Katılımcı Anket Formu	
Ek3- Etik Kurul Onay Formu	

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Konut Memnuniyetini Etkileyen Faktörler	35
Tablo 3.2. Konut Kalitesi, Memnuniyeti, Kendileme, Aidiyet, Zaman İlişkisi. Tablo İrem Ekin Alpegemen tarafından hazırlanmıştır.....	43
Tablo 3.3. Kullanıcının Yaşadığı Mekansal Aidiyet Süreci. Tablo İrem Ekin Alpegemen tarafından hazırlanmıştır.....	44
Tablo 4.1. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mülkiyet Durumu Dağılımı.....	50
Tablo 4.2. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Güvenlik Durumu Dağılımı.....	54
Tablo 4.3. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Başka Mülkiyet Durumu Dağılımı.....	54
Tablo 4.4. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Tercih Nedeni Dağılımı	56
Tablo 4.5. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konuta Taşınırken Yaptığı Değişiklik Dağılımı	58
Tablo 4.6. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutu Yenileme Durumu Dağılımı	59
Tablo 4.7. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutu Yenileme Sıklığı Dağılımı	60
Tablo 4.8. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutta Kalmaya Devam Etme İsteği Dağılımı.....	60
Tablo 4.9. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Değiştirme İsteği Dağılımı	61
Tablo 4.10. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Hobi Alanı Dağılımı.....	62
Tablo 4.11. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet Hissi Dağılımı.....	62

Tablo 4.12. Katılımcıların Konut Yakın Çevre - Konut Durumu	
Memnuniyetleri İlişkisi	64
Tablo 4.13. Katılımcıların Konut Yakın Çevre Memnuniyeti - Konut Kalite	
Algısı İlişkisi	64
Tablo 4.14. Katılımcıların Konut Yakın Çevre - İç Mekan	
Tasarımı Memnuniyetleri İlişkisi	65
Tablo 4.15. Katılımcıların Konut Yakın Çevre Memnuniyeti - Konut Aidiyet	
Hissi İlişkisi	65
Tablo 4.16. Katılımcıların Konut Durumu Memnuniyeti - Konut Kalite	
Algısı İlişkisi	66
Tablo 4.17. Katılımcıların Konut Durumu - İç Mekan Tasarımı	
Memnuniyetleri İlişkisi	66
Tablo 4.18. Katılımcıların Konut Durumu Memnuniyeti - Konut Aidiyet	
Hissi İlişkisi	67
Tablo 4.19. Katılımcıların Konut İç Mekan Memnuniyeti - Konut	
Kalite Algısı İlişkisi	67
Tablo 4.20. Katılımcıların Konut İç Mekan Memnuniyeti - Konut Aidiyet	
Hissi İlişkisi	68
Tablo 4.21. Katılımcıların Konut Aidiyet Hissi - Konut Kalite Algısı İlişkisi	68
Tablo 4.22. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın	
Çevresi Memnuniyeti Betimsel İstatistikleri	69
Tablo 4.23. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın	
Çevresi Memnuniyeti ANOVA Sonuçları	69
Tablo 4.24. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet	
Hissi Betimsel İstatistikleri.....	70
Tablo 4.25. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet	
Hissi ANOVA Sonuçları	70
Tablo 4.26. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Kalite	
Algısı Betimsel İstatistikleri	71
Tablo 4.27. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Kalite	
Algısı ANOVA Sonuçları	71

Tablo 4.28. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Durumu Memnuniyeti, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	71
Tablo 4.29. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut İç Mekan Memnuniyeti, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	72
Tablo 4.30. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Genel Konut Memnuniyeti, Konut Aidiyet Hissi, Konut Kalite Algısı, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları	73
Tablo 4.31. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Duvar Rengi Tercihleri Dağılımı	74
Tablo 4.32. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Duvar Dokusu Tercihleri Dağılımı	75
Tablo 4.33. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Duvar Tipi Tercihleri Dağılımı	76
Tablo 4.34. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Tarzı Tercihleri Dağılımı	76
Tablo 4.35. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Rengi Tercihleri Dağılımı	77
Tablo 4.36. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Malzemesi Tercihleri Dağılımı	78
Tablo 4.37. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Rengi Tercihleri Dağılımı	78
Tablo 4.38. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Dokusu Tercihleri Dağılımı	79
Tablo 4.39. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Malzemesi Tercihleri Dağılımı	80
Tablo 4.40. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Rengi Tercihleri Dağılımı	81
Tablo 4.41. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Dokusu Tercihleri Dağılımı	81
Tablo 4.42. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Modeli Tercihleri Dağılımı	82

Tablo 4.43. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Rengi Tercihleri	
Dağılımı	83
Tablo 4.44. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Dokusu Tercihleri	
Dağılımı	83
Tablo 4.45. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Modeli Tercihleri	
Dağılımı	84
Tablo 4.46. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Zemin Rengi Tercihleri	
Dağılımı	85
Tablo 4.47. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Zemin Malzemesi Tercihleri	
Dağılımı	85
Tablo 4.48. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Bitki Miktarı Tercihleri	
Dağılımı	86
Tablo 4.49. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Tarzı Tercihleri	
Dağılımı	87
Tablo 4.50. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Modeli	
Tercihleri Dağılımı	88
Tablo 4.51. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Işık Rengi	
Tercihleri Dağılımı	89
Tablo 4.52. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Malzemesi	
Tercihleri Dağılımı	90

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	11
Şekil 2.2. Terra Amata'da Bulunan Kulübelerden Bir Steryotip (Roth, 2000)	14
Şekil 2.3. Cro-Magnon Evi (Roth, 2000)	14
Şekil 2.4. Çatalhöyük Yerleşkesi (Roth, 2000)	16
Şekil 2.5. İnsan ve Çevre Etkileşimine Aracılık Eden Süreçler	22
Şekil 3.1. Üçlü Organizasyon Mekansal Aidiyet Şeması	28
Şekil 4.1 Katılımcıların Mülkiyet Durumu Yüzdelerik Dağılımı	50
Şekil 4.2. Katılımcıların Konut Tipi Dağılımı.....	51
Şekil 4.3. Katılımcıların İkamet Süresi Dağılımı	51
Şekil 4.4. Katılımcıların Konut Yaşı Dağılımı	52
Şekil 4.5. Katılımcıların Konut Oda Sayısı Dağılımı.....	52
Şekil 4.6. Katılımcıların Konut m ² Dağılımı.....	53
Şekil 4.7. Katılımcıların Konut Cephe Yönü Dağılımı	53
Şekil 4.8. Katılımcıların Konut Tercih Nedeni Yüzdelerik Dağılımı	55
Şekil 4.9. Katılımcıların Konutlarında Yaşayan İnsan Sayısı Dağılımı	57
Şekil 4.10. Katılımcıların Konutta En Çok Vakit Geçirdikleri Alan Dağılımı.....	57
Şekil 4.11. Katılımcıların Taşınırken Konutta Yaptığı Değişiklik Dağılımı	58
Şekil 4.12. Katılımcıların Konutlarını Yenileme Sıklığı Dağılımı	59

BÖLÜM I

GİRİŞ

Konut, insan yaşamındaki en önemli, en mahrem aynı zamanda ofislerinden sonra en çok vakit geçirdikleri mekandır. Geçmişten günümüze geçirdiği evrime bakıldığında ise sadece barınma ihtiyacını karşılamaktan çok içinde yaşayan kişilerin anlam yüklediği, anılar biriktirdiği, kendi olabildiği ve dünyada karakterini en çok yansıtabildiği en özel mekan yani “Ev”dir.

Mekansal aidiyet kavramı ise kişinin mekanla kurduğu duygusal bağ demektir ve lüks değil psikolojik bir ihtiyaçtır. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki mekansal aidiyet oluşmadığı zaman kişi psikolojik olarak tatmine ulaşamamakta ve mutsuz olmaktadır. Bu nedenle kişinin mekanla bağ kurması son derece önemlidir.

Ayrı ayrı bile bu denli önemli olan “konut” ve “mekansal aidiyet duygusu” kavramları incelendiğinde görülmektedir ki konuta duyulan aidiyet hissi, insan için son derece büyük önem taşıyan ve mutlu bir hayat sürdürebilmesi için gereksinim duyduğu bir duygudur.

İnsan oldukça karmaşık sosyal bir varlıktır. Bu nedenle mekansal aidiyet oluşma süreci de aynı ölçüde çok değişkenli ve karmaşık bir süreçtir. Mekansal aidiyet duygusu genel olarak bakıldığında insana, insanın geçirdiği psikolojik sürece, içinde bulunduğu çevreye ve zamana bağlıdır.

Mekansal aidiyet duygusunun birincil değişkeni insandır. İnsanlar içinde buldukları mekanlara geçirdikleri süre, yaş, cinsiyet, kültür, inanç, eğitim ve meslek gibi değişkenlere bağlı olarak farklı farklı anlamlar yükler ve bu anlamlar sayesinde o mekana bağlılık oluşturur ya da oluşturmazlar.

Meslek insanın yaşamını devam ettirmek, para kazanmak adına belli bir eğitim ve becerilere dayalı gerçekleştirdiği etkinlikler bütünüdür. İnsan aynı zamanda mesleği yardımıyla kendini gerçekleştirir, psikolojik bir doyuma ulaşmaya çalışır. Meslek seçimini etkileyen bir çok etken vardır. Kişinin kendisini iyi tanıyarak becerileri ve merakları doğrultusunda yapacağı meslek tercihi başarıyı dolayısı ile psikolojik tatmini sağlayacaktır.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki kişilik özellikleri ve meslekler birbirleri ile ilişkilidir. Buna göre herhangi bir mesleği seçecek kişinin, o mesleğin kendi kişiliğine uygun olup olmadığını bilerek seçim yapması son derece önemlidir. Seçilen meslek insan hayatında çok zaman alacağı için doğru mesleği seçmek kişinin belkide hayatında vereceği en önemli kararlardan biridir (Tuzcuoğlu, 1994).

Konutta aidiyet duygusu yaratmak açısından insanın kişisel özelliklerine bağlı değişiklikler son derece önemlidir. Meslek de kişinin karakterini en çok şekillendiren unsurlardan biridir. Bu açıdan bakıldığında konut tercihleri üzerinde kullanıcının mesleği önemli bir etken olabilecek niteliktedir. Değişik meslek grupları üzerinden konutta aidiyet duygusu, konut mekan ve donatı tercihleri araştırılmaya değer bir konu olup bu konu üzerinde yapılmış bir alan çalışması bulunamamıştır.

Bu tez çalışması kapsamında yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenler mümkün olduğunca sabit tutulmaya çalışılarak meslek gruplarına bağlı olarak mekansal aidiyet duygusu bakımından konut mekan ve donatı tercihleri arasında fark olup olmadığı araştırılmıştır.

1.1. Çalışmanın Amacı

Tezin amacı aidiyet duygusu açısından konut mekan ve donatı tercihlerinde mesleğe bağlı değişkenler olup olmadığı, varsa bu değişkenlerin neler olduğudur.

Yapılan literatür taramalarında görülmüştür ki tek başına mekansal aidiyet kavramı, konut kalitesi algısı, iç mekan donatıları, iç mekan tasarımcılarının tasarım anlayışları, konut ve yakın çevresinde memnuniyet ve aidiyet, insan mekan iletişimi, toplumsal çeşitliliğe bağlı algısal farklılıklar üzerine çalışmalar yapılmıştır. Fakat mekansal aidiyet kavramı daha önce meslek değişkenine bağlı olarak incelenmemiştir. Bu çalışma kapsamında mekansal aidiyet, memnuniyet kavramları, konut kalite algısı, konut mekan tercihleri meslek değişkenine bağlı olarak ele alınacak, varsa farklılıklar incelenecektir.

1.2. Çalışmanın Kapsamı

İnsan varlığına dair araştırmalar insanın iki temel süreç içerisinde var olduğunu ortaya koyar. Bunlardan biri bütünleşme, diğeri ise farklılaşma sürecidir. İnsan, doğasındaki aidiyet ihtiyacı doğrultusunda ya bir gruba ya da kategoriye dahil olarak bütünleşir ya da kendisi ve diğerleri arasındaki farklılıkları arama ve bulma yoluyla fark edilmeye çalışır (Alptekin, 2011).

Aidiyet hissi kendilemenin (kişiselleştirme) bir sonucu olduğu için bireylerin kendilerinden bir şeyler kattıkları mekanlara daha çok ait hissettikleri gözlemlenmiştir. Bir yere ait olma hissi insanın doğası gereği her zaman var olan bir duygu ve ihtiyaçtır. Bu şekilde insan bulunduğu mekanla bir bağ kurmaktadır (Alptekin, 2011).

“Konut, insan yaşamındaki belki de en özel ve insanın kendini en rahat hissettiği yerdir” (Kellekçi ,2006). İnsanın kendisini yaşadığı konuta ait hissetmesi son derece önemlidir. Konut mekan ve donatı seçimlerinde verilecek tasarım kararları konforlu bir yaşam ve aidiyet sağlama açısından büyük önem arz etmektedir. Tasarımın en önemli görevi insanlara ihtiyaç duydukları konfor ortamını sağlamaktır. Tasarımcının üstlendiği görev gereği konut mekan ve donatıları ile ilgili tercihler, tasarım disiplini için üzerinde çalışılması gereken önemli bir konudur.

Böylesi anlamları olan ve insanın kendine ait zamanın büyük bir kısmını geçirdiği konut mekanı insanın yaşamını huzurlu ve mutlu geçirebilmesi için büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle insanın yaşadığı mekana karşı aidiyet hissetmesi gerekmektedir. Bunu da ancak kendileme ile sağlayabilir. Konut mekanında kişiselleştirmeyi sağlayabilmek adına en iyi yöntem mekanı tanımlayan elemanlar, yani mekan donatıları ile ilgili verilecek kararlardır.

Mekân tasarım elemanları, Abercrombie (1990)'nin sınıflandırmasından yola çıkılarak, mekânı tanımlayan yatay ve düşey sınırlar, açıklıklar ve geçişler, renk, aydınlatma, ses, mobilya ve donatı elemanları, malzeme ve çevresel sistemler olarak sıralanabilir. Bu başlıklar altında incelenen mekân tasarım elemanları birbirleri ile etkileşim içinde, kullanıcıyı davranışsal, duygusal ve algısal boyutlarda etkileyerek işlevlerini yerine getirmektedirler (Özkan, 2007).

İç mekanlar öncelikli olarak dış kabuğun strüktürü tarafından oluşturulur. Duvar, döşeme gibi yüzey elemanları ile tanımlanıp, kapı pencere gibi açıklıklarla birbirlerine bağlanırlar. Her yapı kendine özgü bir sisteme sahiptir. Bu sebeple her yapı kendine özgün bir geometriye sahiptir (Ertek, 1994).

Gerek tasarımcı gerekse başka bir meslek grubuna dahil olan bir bireyin kendi konut mekanını ve mekan donatılarını seçerken etkisinde kalacağı pek çok kişisel durum vardır. Bunların bir kısmını şöyle sıralayabiliriz: İçinde bulunduğu yerel kültür, sahip olduğu bireysel kültür, ekonomik şartlar, antropometrik gereklilikler, işlev, estetik kaygılar vb.

Konu ile ilgili Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde, yerel kültürün konut tasarımı üzerindeki etkisini ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Güney (2015), Kalemci (2017), Pamukçu (2015), Zeybekoğlu (2005), Dalkılıç (2008), Ilgın (2006), Nahya (2012), Tümer (2008).

Meslek ile alakalı olarak ODTÜ Biyoloji ve Gıda Mühendisleri Öğrencileri üzerinde genç odası mekanı ve iç donatı elemanlarının tasarım kriterlerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma bulunmuş (Çağatay, 2016) fakat meslek değişkenine bağlı olarak başka bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Yapılan literatür çalışmasında görülmüştür ki konuyla ilgili önceki çalışmalar çoğunlukla yaş, cinsiyet, kültür gibi değişkenler üzerine yoğunlaşmış olup sahip olunan mesleğin konut iç mekan donatı tercihleri üzerindeki etkisini inceleyen detaylı bir araştırma bulunmamaktadır. Bu tez ile; Tezin konusu olan konut mekanı, konut kalitesi-konut memnuniyeti, mekansal aidiyet duygusu, konutu kendileme eylemi, konut mekan donatı tercihleri ve mesleğin bu tercihler üzerinde bir etkisi olup olmadığı, aynı zamanda tasarım eğitimi almış kişilerin başka meslek dallarında eğitim almış kişilerden farklı tercihler yapıp yapmadığı, yaptıysa bu farklılıkların neler olduğu incelenecektir.

Bu tez aidiyet duygusu açısından konut mekan ve donatı tercihlerinde mesleğe bağlı değişkenleri kapsamaktadır. Tez kapsamında konut kavramı, konut kavramının geçmişten günümüze değişimi, konut-kullanıcı etkileşimi kapsamında mekan algılama süreci, mekansal aidiyet kavramı, mekansal aidiyeti etkileyen faktörler, konut kalitesi-konut memnuniyeti kavramları, bunları etkileyen faktörler ve birbirleri

ile ilişkileri, konutu kendileme kavramı ve son olarak mekansal aidiyet yaratma sürecinde konut donatı tercihlerinde mesleğe bağlı değişkenler araştırılacaktır. Çalışma içerisinde bireylerin tercihleri uygulanan bir anket çalışmasıyla araştırılacak ve farklı mesleki birikimlerin bu tercihler üzerinde fark yaratıp yaratmadığına bakılacaktır.

Tezin konusu; konut mekanı ve donatıları özelinde aidiyet hissinin anlamı ve oluşumundaki faktörlerin araştırılmasının yanı sıra tasarımcılar ve diğer meslek gruplarına (mühendis, tasarımcı, sağlık sektörü çalışanları, sosyal bilimler ana bilim dalları çalışanları vb.) ait bireylerin bu konulardaki tercihleri ve nihayetinde mesleğin bu tercihler üzerinde etkisi olup olmadığıdır. Araştırma kapsamında cevabı aranacak sorular şöyledir;

-Konut ne demektir?

-Konut insan için neden önemlidir?

-Geçmişten günümüze konut kavramı nasıl değişime uğramıştır?

-Kullanıcı konutla nasıl etkileşime girmekte ve mekanı nasıl algılamaktadır?

-Mekansal aidiyet ne demektir?

-Mekansal aidiyeti etkileyen faktörler nelerdir?

-Yaşanılan konuta duyulan aidiyet hissi ne anlama gelmektedir? Neden önemlidir?

-Konut memnuniyeti ne demektir?

-Konutu kendileme eylemi ne demektir?

-Konut memnuniyeti, kalitesi ve konutu kendileme eylemi arasında nasıl bir ilişki vardır?

-Konut kalitesi, memnuniyeti ve konutu kendileme kavramlarının mekansal aidiyet yaratmayla alakası nedir?

-Konut mekanını kendilemek adına konut mekan donatı tercihleri mesleğe bağlı olarak nasıl değişiklik gösterir?

-Konut mekan donatı tercihlerinde tasarımcıların tercihleri diğer meslek gruplarının tercihlerinden farklılık gösterir mi?

1.3. Çalışmanın Yöntemi

Aidiyet duygusu açısından konut mekan ve donatı tercihlerinde kullanıcının sosyo demografik özelliklerden mesleğe bağlı değişkenler/tercihler istatistiksel veriler ile ortaya konmuştur. Tasarımcı ve diğer meslek gruplarının mekansal aidiyet duygusu yaratmada konut mekan ve donatı tercihleri arasındaki farklılıkların araştırılacağı bu tezde nicel araştırma yöntemleri kullanılacaktır.

Tez çalışmasında sırasıyla izlenecek aşamalar şöyledir;

İlk aşamada, çalışmanın öneminin anlaşılabilmesi adına konuyla ilgili tanım ve kavramlar üzerinde durulacaktır. Bu kavramlar “Konut, ev, konut kariyeri-konut memnuniyeti, konutu kendileme”dir.

İkinci aşamada bu kavramların oluşturduğu ve tezin ana konusu olan mekansal aidiyet kavramı, önemi, etkileyen faktörler ve birbirleri ile olan ilişkileri üzerinde durulacaktır. Ayrıca mekan donatı tercihlerinin aidiyet duygusu yaratmadaki rolü irdelenecektir.

Son aşamada nicel araştırmalarda kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan anket çalışması kullanılacaktır. Anket çalışması literatürde bulunan konuta dayalı aidiyet değerlendirme çalışmalarında uygulanan anket sorularından yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket tasarım, sosyal bilimler, tıp ve mühendislik alanlarından olmak üzere dört farklı katılımcı grubuna uygulanacaktır. Anket çalışması doğrultusunda, konut mekan ve donatı tercihleri incelenecektir.

Anket çalışmasının devamında elde edilen veriler temel veri analiz uygulaması olan “SPSS”programı kullanılarak analiz edilecek ve sonuçlar yorumlanacaktır. bu aşamada mesleğin bu tercihler üzerinde bir etkisi olup olmadığı incelenecektir. Tasarımcıların, diğer meslek gruplarına göre farklı tercihleri değinilecek konulardan bir diğeridir.

BÖLÜM II

KONUT

2.1. Konut Kavramı

Konut, Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğünde: “Bir kimsenin içinde yatıp kalktığı, iş zamanı dışında eğleştiği, genellikle içinde aile olarak oturduğu, sürekli olarak barındığı ev, apartman dairesi gibi yer.” olarak tanımlanır.

Konut “Bir kişiye, aileye veya sosyal gruba ait, içinde yaşanabilecek yeterli şartları sağlayan bağımsız bir birim” olarak tanımlanmakla beraber, birey açısından barınma ihtiyacını karşılanmasının yanı sıra sosyal güvenlik unsuru, mülkiyet hakkının bir sembolü ve sahiplik duygusudur.

Özdemir (2010) basılmamış yüksek lisans tezinde konutu şu şekilde tanımlamıştır;

“Konutun sosyal/ toplumsal, psikolojik ve duygulara ait bir yer olarak tanımlandığı, birey tarafından belli bir zamanda ve yerde deyim yerinde ise kök salmak, aile olmak, nesiller boyu varlığını sürdürmek için yaşamak üzere düzenin bir aracı olarak ‘mekan’ olarak algılandığı anlaşılmaktadır.”

Konut, ekonomi, coğrafya, sosyoloji, antropoloji, mimarlık, tasarım, psikoloji vb. bir çok disiplinin konusu olarak çok yönlü bir kavram niteliği kazanmıştır. Ekonomistler konutu; talep, tüketim, yatırım, pazar olarak ele alırken, sosyologlar konut ve konut tercihleri ilişkisi olarak ele alır. Coğrafyacılar ve demograflar ise konut yeterliliği, konut seçimi konut tüketimini konu olarak ele almaktadır.

Mimarlar konut tipolojisi/tasarımı ve hane halkı arasındaki ilişki , kültür ve konutun/evin anlamı üzerine çalışmalar yürütmüş, psikologlar ise konut tipi ve yerleşim alanı özellikleriyle ve bireylerin fiziksel ve ruhsal sağlığı arasındaki ilişki üzerinde çalışmışlardır. Farklı disiplinlerden bilim insanları, konut ve yerleşim kavramını uzun yıllardan beri farklı boyutları ile ele almış olmalarına karşın, son dönemlerde konu, disiplinler arası ele alınmaya başlanmıştır. (Ergöz-Karahan, 2009). Hidalgo ve Hernandez (2001)'den aktaran Pamukçu (2015)'de basılmamış yüksek lisans tezinde konuyla ilgili şöyle söylemiştir;

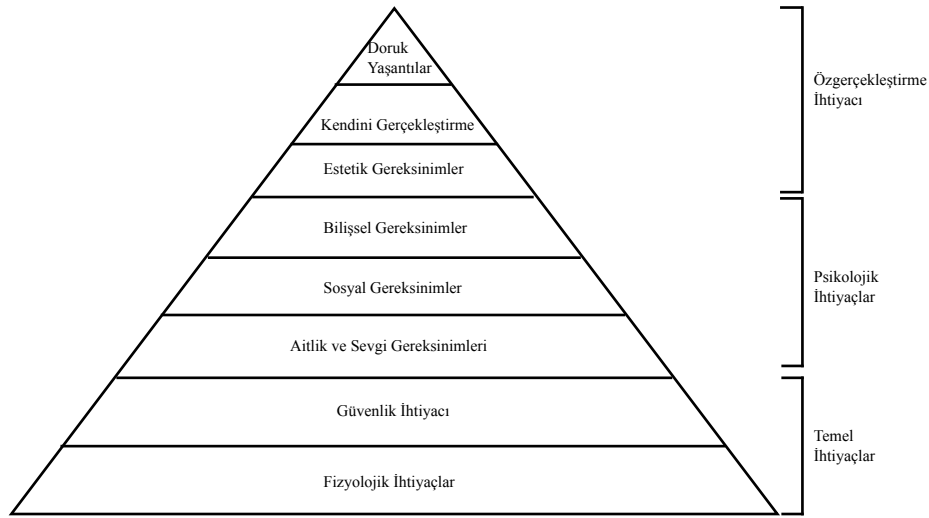
“İnsanların yaşadığı çevre ile ilgili düşüncelerini araştırmak son dönemde çevre psikologlarının dikkatini çekmiştir. Dikkat çeken bu konu birçok araştırmacının ikamet ve memnuniyet çalışmalarında, mekânda bulunmak ve kendini ait hissetmek olarak aidiyet duygusunun araştırılması gereken önemli ve gerekli bir olgu olduğunu ortaya koymuştur.”

Konut, insan hayatında kültürel, sosyal ve ekonomik olarak büyük öneme sahip olan fiziksel bir mekandır. Bu olguların doğru yönetilebilmesi doğrudan ve dolaylı olarak konut mekânın kalitesini belirler. Huzur içinde yaşanılan bir konut mekânı yaşam kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle konut mekânı bir bütün olarak tasarım disiplini ve tasarımcılar için büyük önem taşımaktadır.

2.1.a. Konutun Önemi

İnsanların bütün davranışları ihtiyaçlarını gidermek üzere şekillenir. Maslow (1973) bu ihtiyaçları üç ana başlık altında toplamıştır. Bunlar; Temel ihtiyaçlar, psikolojik ihtiyaçlar ve öz gerçekleştirme ihtiyacıdır (Anbarcı 2012).

Şekil 2.1. Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi



İnsanın ihtiyaçlarının birin basamağı temel ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçlar: Beslenme, dinlenme, barınma ve üremedir. Öncelikli yaşamsal ihtiyaçlarını güvenlik ihtiyacı takip eder. Bütün insanlar tehlikelerden uzak ve güvende olmaya ihtiyaç duyar. Temel ihtiyaçların karşılanması zorunludur. İhtiyaçlar hiyerarşisinin ana fikrine göre temel ihtiyaçlar karşılanmadan sonraki basamaklardaki ihtiyaçların giderilmesine önem verilmez (Acaralp, 2009).

İkinci basamakta psikolojik ihtiyaçlar yer almaktadır. İnsan, doğası gereği sosyal bir varlıktır bu nedenle sevmeye sevmeye, arkadaş edinmeye, bir gruba ait olmaya ihtiyaç duyar. Bu ihtiyacı dördüncü basamak olan tanınma ihtiyacı takip eder. Bütün insanların başka insanlar tarafından saygı duyulmaya ve başkalarına saygı duymaya ihtiyacı vardır. Üçüncü ve dördüncü basamaklar insanın psikolojik ihtiyaçlarıdır.

Son basamak insanın özgerçekleştirme basamağıdır. İnsan daima kendisini geliştirme ve kanıtlama çabası içerisindedir. Sürekli olarak kendisini gelebileceği en iyi üst noktaya taşımaya çalışır.

Konut, bireyin gerek tek başına gerekse ailesi ile iş zamanının dışında hayatını sürdürdüğü, sürekli olarak barındığı ev/apartman dairesi gibi mekanlardır. Yani, insanların iş yerlerinden sonra en çok vakit geçirdikleri mekan konuttur. Kuşkusuz zamanının büyük bir kısmının geçirildiği bu mekana kendini ait hissetmek sağlıklı ve huzurlu bir yaşam sürdürmek adına büyük önem taşımaktadır. Konut, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde bulunan barınma ihtiyacını karşılama yanısıra bireylerin, yaşamın olumsuz koşullarından uzaklaştıkları, sosyal ve psikolojik tatmin sağladıkları mekandır.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin birinci basamağında bulunan barınma ihtiyacını karşılayan konut, günümüz koşulları göz önünde bulundurulduğunda, sadece birincil ihtiyaçları karşılamakla kalmayıp, bunun yanı sıra piramidin bütün basamaklarında bulunan ihtiyaçları karşılayabilen kapsamlı bir fiziksel mekan haline gelmiştir. Artık konut insanın barınma, güvenlik, konfor, sosyalleşme, kendini ifade etme ve estetik gereksinimlerini karşılama noktasındadır. Bu nedenle konut, sadece barınak olmaktan çok daha önemli bir işleve sahiptir. Berberoğlu'ndan aktaran Özdemir (2010) konutun önemiyle ilgili şöyle demiştir;

“Konutu yalnızca içinde yaşayan insanları doğanın etkilerinden koruyan bir barınak olarak görmek yanlış olur. İnsanın yaşamı boyunca dünyaya açılan bir pencere, aynı zamanda kendini yansıttığı bir ‘yuva’ olarak tanımlamak gerekir. Çünkü yaşamın sosyal, psikolojik ve kültürel yanlarının gerçekleşmesi, aile ortamının sağlanması; ancak konut bir yuvaya dönüşebildiğinde mümkündür. İnsanın birey olma süreci böylece yerine getirilir.”

2.1.b. Geçmişten Günümüze Konut Kavramı

Barınma ihtiyacı insanın varoluşundan bu yana hayatındaki ilk ve en önemli sorun olagelmıştır. Yerleşik hayata geçmeden önceki dönemde insan barınma ihtiyacını mağara, kaya sığınağı, kavuk gibi doğada bulunan yapılar sayesinde giderirken yerleşik hayatla birlikte daha yapısal çözümler arayışına girmiştir. Fiziksel olarak mağara gibi sınırları belli basit bir korunak olarak başlayan bu serüven insanlığın gelişmesi ve değişen ihtiyaçları doğrultusunda konut mağaralardan gökdelenlere doğru hem somut hem de soyut bir evrim geçirmiştir.

Milattan 1.6 milyon yıl önce insanın ilk atalarından *homo erectus* ortaya çıktı. Sert iklim koşulları başta olmak üzere pek çok sorunla baş etmek zorunda kalan *homo erectus*, kendisini koruyabileceği alanlara ihtiyaç duydu. Bu ihtiyaç ilk barınakların ortaya çıkması sonucunu doğurdu. 1965'te Henry de Lumley Fransa'nın Nice kentinde yaptığı kazı sırasında Terra Amata' da ilk mimarlık ürünü denebilecek bilinen en eski barınağın kalıntılarını buldu (Roth, 2000).

“Oval planlı, uzunluğu yirmi altı ila kırk dokuz ayak arasında ve genişliği on üç ile yirmi ayak olan bu kulübelerin, kuma sıkıştırılmış ve çapı 7,6 santimetre olan dal çitlerden yapılmış yan duvarları vardı. Kenarlarında bazılarının çapı, 3 metre olan kayalar yığılıydı. Merkezin aşağısında çapı yine 3 metre olan dikmeler vardı ama taşıdıkları çatıya ilişkin hiç bir iz kalmamıştı. Her kulübede Nice'de halen kuvvetli rüzgarların estiği yön olan kuzeybatı tarafında taş rüzgarlıklarla birlikte merkezi bir ocak bulunuyordu.” (Roth, 2000)

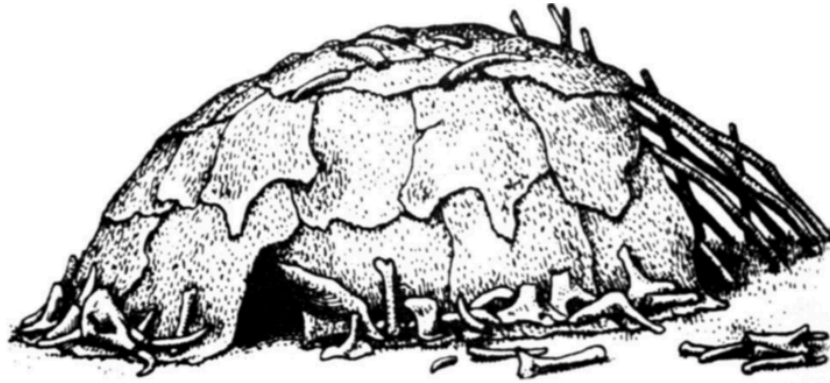
Terra Amata’ da bulunan bu kulübeler insanın varoluşundan bu yana ihtiyaçları doğrultusunda mekanlar oluşturduklarının önemli bir kanıtıdır.

Şekil 2.2. Terra Amata’ da bulunan kulübelerden bir steryotip (Roth, 2000)



*Homo erectus*lar yerlerini önce *neandertallere* daha sonra da modern insan *homo sapiens sapiens*lere bıraktılar. İ.Ö. 40.000’de tarih sahnesine çıkan *homo sapiens sapiens*ler Avrupa’nın çeşitli bölgelerine yerleştiler. Yapılan kazı çalışmalarında Doğu Avrupa’ya yerleşen *homo sapiens sapiens*lere ait neredeyse tipik denebilecek barınaklar ortaya çıkmıştır. Postlarla örülmüş ağaç çerçevesiyle olasılıkla kubbe ya da konik biçimde olan bu evler dipte masif mamut kemikleri ve kafataslarıyla kuşaklanmıştır (Roth, 2000).

Şekil 2.3. Cro-Magnon evi (Roth, 2000)



Yaşadığı teknolojik gelişmeler, gelişen yetenekleri, düşünsel gücü, iletişim kabiliyeti ve soyutlama gücü ile insanı sürekli bir gelişime zorlamıştır. Gelişim süreci içerisinde, insan bazen de değişmek yerine ihtiyaçlarına cevap olarak devrim niteliğinde bambaşka çözümler üretmiştir. Bu devrimlerin en önemlisi “ Üretim” ya da başka bir deyişle “Neolitik” devrimdir (Özdoğan, 1996).

Bir milyon yıldan fazla süreyle yaşamını gezgin-avcı olarak sürdüren insan Neolitik devrimle birlikte yerleşik hayata geçmiştir. Henüz biyolojik ve teknolojik evrimini tamamlamamış olsa da bu şekilde bile dünyaya yayılmayı başarmıştır. Paleolitik çağda barınma ihtiyacını doğanın kendisine sunduklarıyla gidermeyi başaran ilk insan artık yeni beslenme alışkanlıkları edinmiş dolayısı ile yeni ihtiyaçları ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu ihtiyaçları ve yeni yaşam biçimiyle birlikte insan gezgin-avcı konumundan çıkarak toprağa bağlı tarım yoluyla yaşar bir hale gelmiştir.

“Taş mimarinin icat edilmesiyle daha önce iki kişi bir iki günde ağaç çerçevesi ve postla örtülü ev yapabiliyorken , artık bir işçi takımı bütün enerjilerini masif taş megalitleri çıkarıp yapı yerine taşımak için harcıyordu; inşaat haftalarca, aylarca ya da yıllarca sürüyordu.” (Roth 2000).

Topluluklar artık sadece fiziksel olarak yaşamını sürdürmeye odaklı olmaktan çıkıp birlikte üreten, sosyalleşen, organize hareket edebilen hale evrilmiştir.

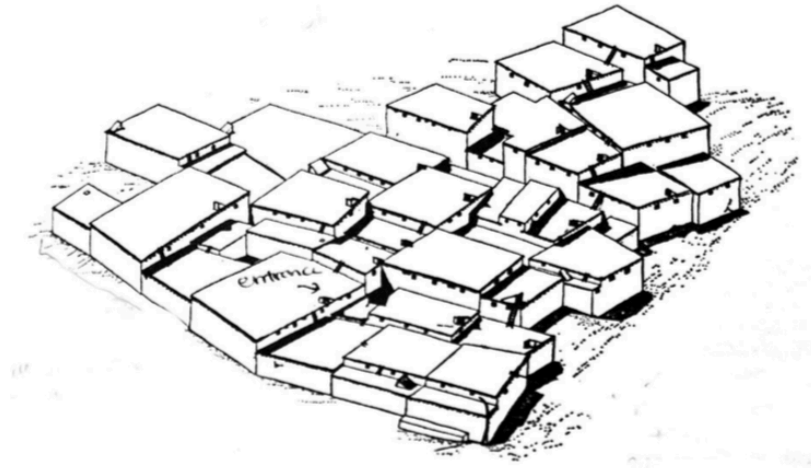
Louis Khan (1965)’e göre mimarlık doğanın yapamadığıdır. Neolitik çağa kadar doğanın verdikleri ile idare eden insan, yeni ihtiyaçlarını karşılayabilmek için o güne kadar sahip olduğu bilgi birikimini ve deneyimi kullanarak yaşadığı çevreyi kendine göre şekillendirmeye başlamıştır.

Konut, kalıcı barınak, göç etmeden aynı yerde sürekli olarak besin elde edebilecek bir düzen kurulmasının ardından ortaya çıkmıştır. Konuta dair ilk kalıntılar Anadolu’da Neolitik döneme ait kazılarda bulunmuştur. Aşıklı, Çayönü, Çatalhöyük örnekleri geleceğin kentlerine ve o günün konutuna örnek olma niteliğindedir. Özdoğan (1996)’dan aktaran Özdemir (2010) basılmamış yüksek lisans tezinde konudan şu şekilde bahsetmiştir;

“Yerleşik insanın barınak, korunak olarak elde ettiği hacim, tarihin ilk zamanlarından günümüze kadar en basit prizma olan küpün formunu almıştır. En temel formlardan biri olan ve bir hacim belirleyen küp; ev modelinin ilk ve temel geometrisini oluşturmaktadır. Hacmin limitlerini tanımlayan düşey yüzeyler konutun da hacmini ve sınırlarını belirler.”

Yapılan çalışmalar Çatalhöyük’ün MÖ. 8000 tarihinde kurulduğunu göstermektedir. Çatalhöyük sadece bir çiftçi kasabası değil aynı zamanda siyah akik ticareti için önemli bir ticaret yoludur. Aynı zamanda kalıntılar arasında bakır ve kurşun da bulunmuştur. Otuz iki akrilik bir alanı kaplayan Çatalhöyük’te evler son derece sık yerleştirilmiş ve sokak bulunmamaktadır. Bazı evlerin avluları bulunmakta evlere çatılarda bulunan girişlerden girilmektedir. Girişin çatıda bulunmasının sebebi ocaktan çıkan dumanın bu yolla dışarı çıkmasını sağlamak ve vahşi hayvanlara karşı bir önlemdir (Roth, 2000).

Şekil 2.4. Çatalhöyük yerleşkesi (Roth, 2000)



Çatalhöyük'te yapılan kazılarda görülmüştür ki bazı evlerin duvarlarında dağ manzaraları, dans eden canlı figürleri resmedilmiş, ana tanrıça ve boğa objeleri bulunmuştur. Evin önemli bir kısmı dini ritüeller için ayrılmış olup, ölen aile büyükleri evin tabanına gömülmüştür. Bu durum insanın mekanla ilişkilmesi ve bir bağ kurmasına örnek olması açısından önemlidir.

2.1.c. Konut ve Mekan Olarak Ev Kavramı

Mekan, kullanıcının ve nesnelerin birbirine uzaklıkları ve buldukları hacim içinde ilişkilerinin üç boyutlu haliyken, konut; içinde oturlan yapı, öznenin yaşadığı hacimdir (Özdemir, 2010). Ev kavramı ise konuta duyulan aidiyet ve tanıdıklık hissi sonucu ortaya çıkar.

Ev, herhangi bir mülk olmanın ötesinde kişisel beğenilerin, kişiliğin ve yaşamışlıkların yansıması olması nedeniyle kullanıcısı için sıradan bir mekandan ya da konuttan çok daha değerli bir anlam taşımaktadır.

“Konut, daha çok fiziksel bir oluşum olarak kabul edilse de, ev bir anlam birimi olarak görülür” (Örer, 2002; 66).

Konut, içerisinde geçirilen zaman ve kendisine yüklenen anlamla birlikte psikolojik olarak eve dönüşmektedir.

Ev; İnsanların kişisel ve sosyal eylemleriyle, kendi izlenimini ve anlatımını desteklemektedir. Bu sayede bireyin yer kimliği edinmesini sağlamaktadır (Özdemir, 2010).

Sixsmith'e göre ev, kişinin bireysel, sosyal ve fiziksel ihtiyaclarına hizmet eden mekandır. Ev kişisel bir mekan olarak kullanıcısının psikolojik ihtiyaclarını gideren kendisini güvende ve ait hissettiği, mahremiyetini sağladığı, anılar biriktirdiği kendisiyle zaman geçirebildiği mekandır. Sosyal bir mekan olarak kullanıcısının diğer insanlarla vakit geçirdiği, eğlendiği, sosyalleştiği, fiziksel bir mekan olarak ise temel barınma ihtiyacını karşılamanın yanı sıra, yemek yeme, uyuma, çalışma gibi ihtiyaclarına yanıt bulabildiği bir mekandır.

Rapoport (1969)'a göre ev, sadece kişisel bir yer olmakla kalmayıp aynı zamanda, sosyal, bilişsel, kültürel ve davranışsal konuları da içeren bir kavramdır. Çevresel faktörler konutun yorumlanış biçimini etkilediğinde, mahremiyet için sığınaktır. Coğrafi, sosyal ve kültürel etkenler dahilinde her konut kendine has bir yapıya sahiptir. Rapoport (1969), konutun şekillenmesinde temel ihtiyacların, aile yapısının, ailede kadının konumunun, kültürle alakalı olarak mahremiyetin, sosyal ilişkilerin etkili olduğunu belirtmiştir. Ev, bünyesinde bir takım kültürel semboller barındırır. Bu semboller aracılığıyla sahibinin sosyal statüsünü de ifade eder.

2.2. Konut ve İnsan Etkileşimi

“İç mekan tasarımının temel hedefi, insanın mekanlar içinde rahat, sağlıklı, huzurlu yaşamasını, eylemlerini beklediği şekilde yerine getirmesini, fiziksel, psikolojik ve sosyolojik gereksinimleri en uygun koşullarda giderebilmesini sağlamak üzere fiziksel ortamlar yaratmaktır.”
(Bozdayı, 2004.)

İç mekanın birincil muhatabı insan olduğu için ihtiyaclarına yanıt veren doğru mekanlar tasarlayabilmek adına insanın ihtiyaclarını, ölçülerini ve içinde bulunduğu çevreyle nasıl etkileştiğini iyi bilmek büyük önem taşımaktadır.

İnsan diğer canlılardan farklı olarak düşünen bir varlıktır. İçinde bulunduğu çevreye aktif olarak katkı sağlar. Çevresini akıl yoluyla gözlemler, tanır, ihtiyaçları doğrultusunda geliştirir ve değiştirir. Geçirdiği bu süreç boyunca, değişen koşullarla birlikte yeni planlar yapar ve koşullara adapte olur. Yine diğer canlılardan farklı olarak insan, daha karmaşık bir sosyal hayata sahiptir. İnsanın çevresiyle olan ilişkisi kültüre, içinde bulunduğu gruba, yaş-cinsiyet gibi kişisel özelliklerine, istek ve beklentilerine göre sınırsız değişkenlik gösterir.

İnsanın çevresiyle olan ilişkisi geçmişten günümüze pek çok bilim dalının konusu olmuş, buna yönelik olarak bilim insanları araştırmalar yapmıştır. Antropometri, anatomi, fizyoloji, ergonomi, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji bu bilim dallarından bazılarıdır.

İhtiyaçlara doğru yanıt verebilen mekanlar üretebilmek için mekanın birincil kullanıcısı insanın boyutlarını doğru bilmek gerekir. İnsanın boyutlarını antropometrik, duyuşsal, algısal ve zihinsel boyutlar olmak üzere üç ana başlıkta toplayabiliriz. Antropometrik boyutlar, insanın vücut ölçülerine bağlı olan fiziksel boyutlardır. Duyuşsal boyutlar, insanın duyu organları ile ilgili olan boyutlardır. Temel olarak görme, işitme, tat alma, koklama ve dokunma olmak üzere beş tanedir. Algısal ve zihinsel boyutlar, duyu organları sayesinde elde edilen verilerin zihin süzgecinden geçirilerek bilgiye dönüşmesi ile ortaya çıkan boyutlardır.

Keleş ve Hamamcı (1993) çevreyi fiziksel ve toplumsal olmak üzere ikiye ayırmışlardır. Fiziksel çevre insanın içinde yaşadığı, varlığını, özelliğini ve niteliğini fiziksel olarak algıladığı ortamdır. Fiziksel çevre doğal ve yapay olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğal çevreyi insan elinin değmediği hali hazırda varolan çevre olarak tanımlamak mümkündür. Yapay çevre ise insanın doğal çevreyi kullanarak kendi bilgi ve beğenisi doğrultusunda kendisi için oluşturduğu çevredir. Yapay çevre üretildiği toplumun kültürel ve sosyo-ekonomik aynasıdır. Rapaport (1977)'a göre yapılı çevreler anlam düzenlemesi, zaman düzenlemesi ve iletişim düzenlemesi gibi yollarla kullanıcılarla etkileşim içerisindedir.

“Çevresel kimlik arayışı ve kimliğin oluşmasında temel unsurlardan biri olan simgesel nitelikler iletişim kurmayı anlam yaratmayı destekleyen temel unsurlardan biridir. Konutunda aynı eğilimi gösteren kullanıcı dahil olduğu süreç içinde kendisiyle birlikte konutunu da beğeni ve ihtiyaçlarına göre şekillendirir.” (Özdemir, 2010)

Mekan üretildiği dönemin teknolojisi ölçüsünde dönemi yansıttığı için bir zaman düzenlemesidir. Geçen zamanla birlikte mekan da değişir. Değişen mekandan en çok kullanıcısı olan insan etkilenir.

Mekanın kullanıcılarının hangi koşullarda ve nedenle bir arada bulunduğu, nasıl iletişim kurduğu ise iletişim düzenlemesidir.

Kullanıcı, içinde bulunduğu, belli bir zaman geçirdiği ve başka insularla iletişim kurduğu, anılar biriktirdiği mekana zamanla anlamlar yükler ki bu da anlam düzenlemesidir.

İnsan içinde bulunduğu çevreyle doğrudan veya dolaylı olarak sürekli etkileşim içerisindedir. Kurulan bu iletişimin insan üzerinde çeşitli etkileri vardır. İçerisinde bulunduğu çevrenin insanın psikolojik durumu, mutluluğu, performansı, diğer insanlarla olan iletişimi, sosyal statüsü ve davranışları üzerinde ki etkisi insan için hayati bir önem taşımaktadır (Güneymen, 2001).

Fiziksel çevre içinde bulunan insanların ekonomik, siyasi, kültürel yapılarının bütünü, toplumsal çevreyi oluşturur. İnsanın eğitim, sosyalleşme, alışveriş gibi bütün ilişkileri fiziksel çevrede yaşanır ve bütün bu ilişkiler toplumsal çevreyi meydana getirir.

Yapay çevreye bakıldığında çeşitli ölçeklerde mekanlar görürüz. Mekan, yapılı çevrenin bir alt kümesidir. Gür (1996)'e göre mekan, çevrenin insana göre durumudur. Konut ise insanın en çok vakit geçirdiği, en mahrem mekandır. İçinde yaşayan insanın aynasıdır. İnsanların fizyolojik ve psikolojik olarak mutlu yaşayabilmesi, huzurlu olabilmesi için tasarımcıların bu veriler ışığında konut mekanı tasarlaması son derece önemlidir.

2.2.a. Mekanı Algılama Süreci

İnsan çevresiyle sürekli etkileşim ve iletişim halindedir. İçerisinde bulunduğu mekanı akıl ve duyu yardımıyla gözlemler, anlamlandırır ve tanımlar yani algılar. Gözleme, anlamlandırma ve tanımlama ile gerçekleşen algılama insanın çevreyle olan iletişim sürecinin bütünüdür.

Çevremizi algılama süreci temel olarak üç kaynaktan beslenir (Myers, 1989). Bunlar; Biyolojik yapı, deneyim ve bilgidir. Beyin öncelikli olarak beş duyumuz yardımıyla elde ettiği veriyi değerlendirir. Daha sonra bu veriyi önceden sahip olduğu veriyle karşılaştırır. Duyu organlarımız biyolojik yapıdır. Deneyim ise beynimizde hali hazırda bulunan önceden edindiğimiz veridir. Algılama sürecinin son basamağında ise bilgi bulunur. Bilgi, bize algılarımızı değiştirmek için gerek duyduğumuz donanımı sağlar. Turgay, 2003'te konuyu şu şekilde açıklamıştır;

“İnsan mekansal iletişim sürecinde, çevresinden gelen birbirinden farklı işaretleri veya uyarıcıları anlamlandırmaya çalışmaktadır. Anlamlandırma bir nesneyi, bir varlığı, bir kavramı ya da bir olayı zihninizde canlandırabilecek bir göstergeye bağlayan oluşturmaktır. Doğrudan doğruya bir işarete, bir bildiriye bağlanmaktadır. Bu sayede yeni durum için sağlanmak istenen davranış biçimi ya da iletilmek istenen bilgi, geçmiş deneyimlerimize dayanarak çağrışım yolu oluşturmaktadır. Sonuç olarak fiziki ve sosyal çevremizi anlamamızda, iletişim kurmamızda, toplumsal ilişkilerin düzenlenmesinde sembol ve işaretlerin önemli bir yeri olduğu görülmektedir.”

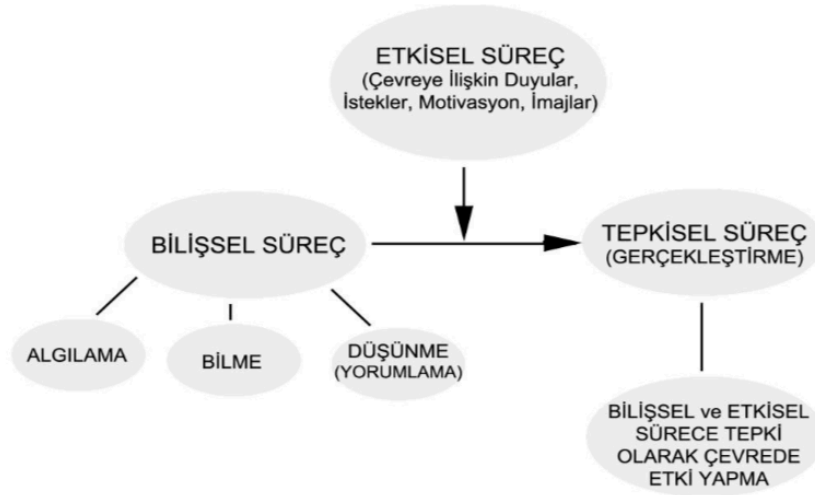
Mekanı algılama süreci elbette sadece somut verilerden oluşmaz. İnsan karmaşık bir canlıdır. Duyu organlarıyla elde ettiği verilerle eş zamanlı olarak algılamada bilişsel bir süreç de yaşar. Budak (2000) kavramı şöyle tanımlamıştır.

“Organizmanın, çevresindeki dünya hakkında bilgi edinme ve bu bilgiyi dünyayı anlama, problem çözüme doğrultusunda kullanma sürecidir. Anlama, yorumlama, tasarlama, planlama gibi yüksek zihinsel işlevler biliş sürecinde oluşmaktadır.”

Biliş süreci her bir insan için farklı işleyen bir süreç olması nedeniyle anlam ve kimlik oluşturma adına önemlidir. Her insanın kendi deneyim ve bilgi birikimi doğrultusunda farklı bilişlere sahip olması, kişilikler arası çeşitliliğe sebep olur.

Güneymen (2001)'den yararlanarak Özdemir (2010) algı sürecini aşağıdaki gibi şematize etmiştir:

Şekil 2.5. İnsan ve Çevre Etkileşimine Aracılık Eden Süreçler



Bilişsel, etkisel ve tepkisel süreçlerin sonunda, fiziksel çevre algılanan çevreye dönüşmektedir.

2.3. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Konut, insanların gerek tek başlarına gerekse aileleri ile yaşamlarının büyük çoğunluğunu geçirdikleri en mahrem mekandır. Geçmişten günümüze pek çok disiplinin konusu olan bu kavram, insanlar için mekan üretmekle yükümlü olan mimarlık ve iç mimarlık disiplinleri için de büyük önem taşımaktadır.

İş yerlerinden sonra insanların en çok vakit geçirdikleri mekan olan konut, yalnızca fiziksel ihtiyaçlarını karşıladıkları bir mekan olmaktan daha çok duygusal olarak bağlılık geliştirdikleri, kendi karakterlerini ve kültürlerini yansıtabildikleri yani dünyaya kendilerinden en çok iz bıraktıkları mekan olarak da sıradan herhangi bir mekan olmaktan çok daha anlamlıdır.

Konut kavramı yerleşik hayata geçilmesiyle ortaya çıkmıştır. İlk konut örneklerine bakıldığında da görülecektir ki konut, geçmişten bugüne kullanıcısının kendisini ifade etmeye çalıştığı en kişisel mekandır. Çatalhöyük'te evlerin duvarlarına yapılan çizimler bunun somut kanıtı niteliğindedir.

İnsan karmaşık bir sosyal canlıdır. Doğası gereği diğer canlılardan farklı olarak çevresiyle iletişim halindedir ve çevresine aktif bir katkı sağlar. Süreç içerisinde kendisine içinde yaşayacağı yapay bir çevre yaratmış, bu çevre ile iletişim kurmuş, anlam yüklemiş ve bağlanmıştır. Konut mekanı da insanın oluşturduğu yapay çevrenin en küçük yapı taşı sayılabilir.

İnsan fiziksel çevresi içinde toplumsal çevresiyle de bir yaşam sürdürür. Bu çevrelerin insan üzerinde kaçınılmaz etkileri vardır. Konutun insanın içinde yaşadığı çevrede kendine ayrılmış yegane özel alan olduğunu düşünecek olursak konut; Fizyolojik ihtiyaçların karşılanabilmesinin yanı sıra psikolojik ihtiyaçların da yanıt bulduğu yani kişinin mutlu, huzurlu bir yaşam devam ettirebilmesi için doğru tasarlanması gereken mekandır.

BÖLÜM III

MEKANSAL AİDİYET

3.1. Mekansal Aidiyet Kavramı

İnsan sosyal ve duygusal bir varlıktır. Bulunduğu çevre ve toplumla daima iletişim halindedir. Bu iletişim süreci çevresini anlama, yorumlama, tanımlama yani algılama şeklinde işler. Algılama süreci sonunda insan anlamlandırdığı, tanıdığı çevreyle duygusal etkileşime girer ve bu çevreye duygusal olarak bağlanır.

Kusuma (2008) mekanla kullanıcı arasında oluşan bağı “Duygusal, duygusal ya da davranışsal bir bağ olarak karşımıza çıkmaktadır. İki insan arasında kurulan bağa sevgi denilebildiği gibi, kullanıcı ve mekan arasında gelişen bağı da mekansal bağlanma olarak adlandırabiliriz.” şeklinde tanımlar.

Yere bağlılık, genellikle insanların yaşadıkları veya ilişki kurdukları fiziksel çevrelerine yönelik duygusal bağlılıklarını ifade eder (Hummon, 1992; Low, 1992). Bu bağlamda “yer”, kavramsal olarak hem ikamet edilen alanları (ev, konut, mahalle, kent vb.) hem de dinlenme veya eğlence için gidilen yerleri (doğa, yazlık evler, ormanlar, vb.) doğal ve yapılandırılmış çevreleri içeren geniş bir anlama sahiptir (Lewicka, 2010).

Başka bir ifadeyle mekansal aidiyet, insanın bulunduğu mekanda geçirdiği süre boyunca o mekana yüklediği anlam şeklinde tanımlanır (Hidalgo ve Hernandez 2001).

Aidiyet kavramı coğrafya, sosyoloji, psikoloji, demografi, antropoloji gibi pek çok disiplinin konusu içine girmektedir. Lewica (2011) araştırmasında, konuyla ilgili ilk kitap çikali 20 yıl, ilk mekansal aidiyet tanımlaması yapılabi 30 yıl, soyut ve anlamlı mekan arasındaki farka değinileli 40 yıl geçmiş olmasına ve 120’den fazla dergide 400’den fazla makale yayımlanmasına (bu rakamlara doktora tezleri, kitaplar kitap bölümleri dahil değildir) rağmen net olarak üretilmiş bir teori ya da somut veri bulunmadığından bahsetmiştir.

İnsanların mekanlarla olan ilişkisi çok araştırılan bir konu olmasına rağmen araştırmacılar kavramlarda ve tanımlamalarda bir birliğe varamamıştır. Bu nedenle literatür içinde konuyla ilgili pek çok kavram bulunmaktadır. Kavramların bazıları şunlardır: “Topluluk Bağlılığı”, “Yere Bağlılık”, “Yer Kimliği”, “Yer Bağımlılığı”, “Yer Duygusu” (Göregenli vd., 2014). Giderek ilgi gören bir konu ve büyüyen bir alan olmasına karşın bütünsel bir veri kaynağı bulunmamaktadır.

3.1.a. Yaşanılan Konuta Aidiyet

İnsanların gerek tek başlarına gerekse aileleriyle en çok vakit geçirdikleri, en mahrem mekan olan konut, içinde yaşayan insana istediği gibi davranabilme-kendisi olabilme özgürlüğünü sunan yegane mekandır. İnsan kendisini en iyi evinde ifade eder ve kendini ifade etme biçimi kişiden kişiye farklılık gösterir. Kişiler kendi beğenileri/ kişilikleri doğrultusunda yaptıkları tercihlerle konuta anlam yükler ve bu anlam aidiyet hissini oluşturur. Araştırmacılar arasında aidiyet kavramıyla ilgili kesin bir tanımlama bulunmasa bile aidiyet kavramını konut ve insan arasında oluşan duygusal bağ olarak tanımlamak mümkündür (Pamukçu, 2015).

Geçmişten günümüze konut mekanlarına bakıldığında görölmektedir ki kullanıcı yaşadığı mekana daima kendisinden bir iz bırakma eğilimindedir. Kullanıcı kendi beğeni ve tercihlerini yaşam alanına aktararak konutla bütünlüşmektedir.

Altman ve Low (1992)'dan aktaran Pamukçu (2015) basılmamış yüksek lisans tezinde konuyla ilgili şöyle söylemiştir;

“Mekânı kendi kişiliği doğrultusunda oluşturan bireyler kendilerini o mekâna ait hissetmektedirler. Çünkü bir yere ait olma duygusu insanoğlunda her zaman var olan bir duygudur. Bu şekilde insan ve mekân arasında bir bağ oluşmaktadır.”

Yaşadığı konuta aidiyet hisseden kendisini dilediği gibi ifade edebilmiş bireylerin her anlamda daha mutlu ve sağlıklı olduğu gözlenmiştir. Konuta aidiyet kavramı biraz da mekanı kişiselleştirme ile alakalı olduğu için, kişilerin konuta yüklediği anlamlara bağlı olarak herkes için farklı bir olgudur.

3.2. Mekansal Aidiyet Yaratmak

İnsanların temel, psikolojik ve özgerçekleştirme gibi ihtiyaçları vardır (Maslow 1973). Sağlıklı, mutlu ve huzurlu yaşayabilmek adına bu ihtiyaçların giderilmesi gerekir. Sosyal bir varlık olması nedeniyle insanın çevresi, diğer insanlar ve mekanlarla kurduğu iletişim ve bu unsurlara olan bağlılığı son derece önemlidir.

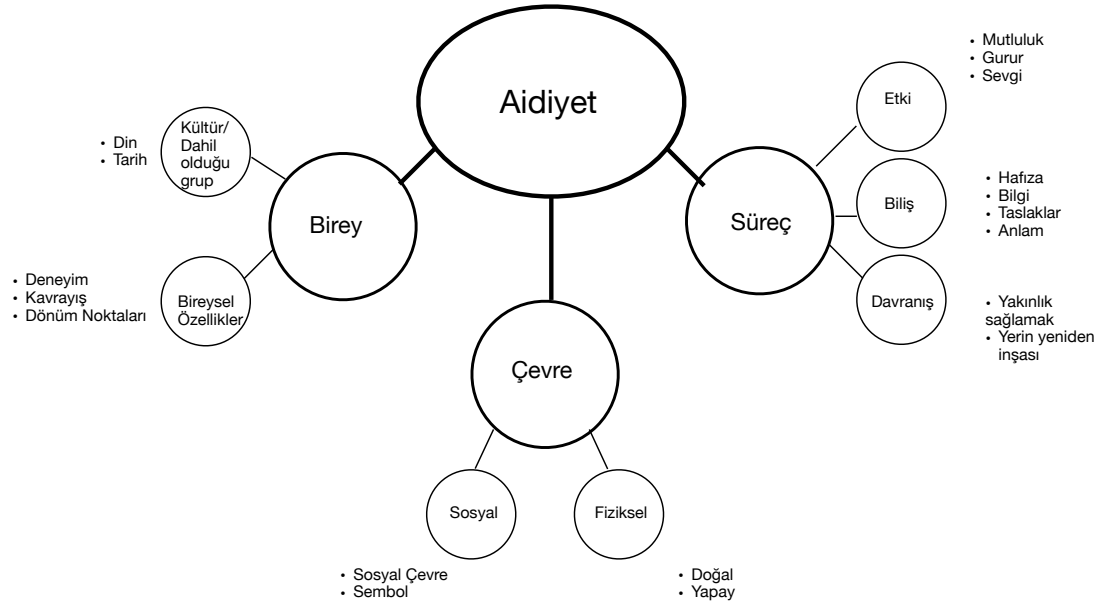
Yapılan araştırmalarda görülmüştür ki insanların yaşadıkları kente, semte ait hissetmemeleri mutsuz olmalarına sebep olmaktadır. Göçle birlikte köyden şehre gelmiş insanların kendilerine ait bir alan yaratma çabaları sonucu ortaya çıkan gecekondulaşmadan bir örnek olarak bahsedebiliriz (Pamukçu, 2015).

Mekansal aidiyet duygusu, mekana (ölçekleri, büyüklükleri, fiziksel ve sosyal özellikleri), insanlara (ek olarak kendileri ile ilişkili) göre değiştiği ve bunlara bağlı olduğunu gösteren kanıtlar vardır. Sosyal ve ekonomik durumları, ikamet süreleri ve hareketlilikleri, yaş, güvenlik duygusu, mekandaki sosyal ilişkiler, değer sistemlerinden de genel olarak aidiyeti etkileyen faktörler olarak bahsedebiliriz (Scannell ve Gifford, 2010).

3.2.a. Aidiyeti Etkileyen Faktörler

Araştırmacılar mekansal aidiyet kavramı üzerine fikir birliğine varamamış, kesin bir tanım ya da sınıflandırma henüz ortaya konulmamıştır. Bu tez çalışması kapsamında mekansal aidiyetin oluşması için gerekli olan faktörler Leila Scannell ve Robert Gifford (2010)'dan hareketle hazırlanmış oldukları üçlü organizasyon şeması üzerinden ele alınacaktır. Üçlü organizasyon şeması aşağıdaki gibidir;

Şekil 3.1. Üçlü Organizasyon Mekansal Aidiyet Şeması



Yapılan literatür taramaları sonucunda mekansal aidiyet kavramının çok yönlü bir kavram olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Scannell ve Gifford (2010)'a göre mekansal aidiyet duygusunun oluşmasında üç temel etken vardır. Bunlar; İnsan, süreç ve çevredir. Şemanın ilk bileşeni mekanların en önemli kullanıcısı pozisyonunda bulunan bireydir. Bir sonraki bileşeni ise insanın sahip olduğu veya geçirdiği süreç takip eder. Son bileşen ise bağlanma duygusunun gerçekleştiği çevredir.

3.2.a.i. Birey Faktörü

Şemadan da görüleceği gibi mekansal aidiyet duygusu hem bireysel hem de grup olarak oluşabilir. Birey kendi deneyimleri, mekanı kavrayış şekli ve hayatında ki mihenk taşları sonucunda bir mekana aidiyet duygusu hissedebilir. Fakat çalışmanın önceki bölümlerinde de sıkça bahsedildiği gibi insan sosyal bir varlıktır ve içinde bulunduğu toplumla sürekli etkileşim halindedir. İnsanın sahip olduğu bu sosyal yapısından kaynaklanan gruplar çeşitli sebeplerle bir mekana, semte ya da kente aidiyet hissedebilirler. Ortak bir tarihe sahip olmak, aynı dine mensup olmak bu ortaklıkların getirdiği ülke, vatan, yurt kavramlarına ya da ibadet ettikleri kilise, camii gibi mekanlara ortak bir aidiyet hissi doğurabilir.

Bireysel düzeyde kişinin kendi deneyimleri, bağlantıları, hayatındaki mihenk taşları (gittiği okul, önemli birisiyle tanıştığı bir kafe vs.) mekansal aidiyet duygusu yaratır. Yaşanmışlıkların bütünüünün kişinin benlik algısına katkıda bulunduğu düşünülmektedir (Twigge, Ross, Uzzell, 1996)

Grup düzeyinde bağlanma ise üyeler arasında paylaşılan mekanın sembolik anlamından oluşur. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki gruplar kültürlerini, inançlarını özgürce yaşayabildikleri mekanlara bağlılık gösterirler (Low, 1992). Kültür, inanç ve ortak tarih kişileri birbirlerine, dolayısı ile vakit geçirdikleri mekana bağlar.

Mazumdar & Mazumdar (2004) yaptıkları araştırmada aidiyet hissinin dini temelli olabileceğini görmüşlerdir. Din sayesinde bazı yerler kutsal statüye yükseltilmiştir. Örneğin Mekke, Medine, Kudüs, Vatikan gibi yerler bir çok inanişta kutsal olup, aynı dini paylaşan insanlar için ortak bir bağ oluşmasına sebep olmuştur.

Mekansal aidiyet kavramıyla ilgili çalışan teorisyenlerin çoğu aidiyet kavramının bütüncül bir kavram olduğunu iddia etseler de mekansal aidiyet kavramının temelini insanın oluşturabileceği iddiası kuvvetlidir (Scannell ve Gifford, 2010).

3.2.a.ii. Süreç Faktörü

İnsan diğer canlılardan farklı olarak düşünme süreci yaşayan bir varlıktır. Birey ya da grupların kendileri için önemli olan mekanlarda zihinsel ve ruhsal olarak geçirdikleri sürecin tamamına psikolojik süreç denilebilir. İnsanın geçirdiği bu psikolojik süreci üç aşamada incelemek mümkündür. Bunlar; Etki, biliş ve davranış süreçleridir.

Çevre psikologları mekansal aidiyet kavramını “Bir yere duyulan gurur hissi ve genel olarak o ortamda iyi olma hissi” olarak tanımlarlar (Hummon, 1992). İnsanın içinde bulunduğu ruhsal durum, iyi-kötü olma hali, bu bağlanmayı sağlayan en önemli faktörlerdendir.

Mekana karşı hissedilen bu duygusal bağı savaş ve göç zamanlarında rahatlıkla gözlemlemek mümkündür. Fried (2000) yaptığı araştırmada evini, ülkesini zorla terketmek durumunda kalan insanların bu göç yüzünden son derece mutsuz olduğunu, yas tuttuğunu, geri dönme çaba ve isteği içinde olduklarını gözlemlemiştir.

Yer ile kurulan ilişkiler sevgi, memnuniyet, korku, nefret gibi pek çok duyguyla temsil edilebilir (Manzo, 2005). Olumsuz duygular olsada mekansal aidiyet hissi genel olarak olumlu duygular sonucunda oluşur (Giuliani, 2003).

Önceki bölümlerde de bahsedildiği üzere insan çevresiyle iletişim kurarken bilişsel bir algılama süreci yaşar. Kişinin mekan ile ilişkilendirdiği hatıraları, inancı, mekana yüklediği anlam, mekanı o kişiye özel kılar. Hafızasında biriktirdiği anıları sayesinde bulunduğu yere bağlılık duyabilir. Fullilove (1996) aşinalık duygusunu mekansal aidiyet yaratmada bilişsel bir bileşen olarak görür.

Kişinin mekana karşı hissettiği bağlılık, sevgi bir takım davranışları da beraberinde getirir. Mekansal aidiyet duygusunun oluşmasının bulunulan mekanda geçirilen zamanla orantılı olduğu yapılan çalışmalarla da desteklenmiştir (Hay,

1998). Geçirilen bu zaman insanlarda yeni davranış biçimleri oluşmasına neden olmaktadır. Yapılan araştırmalarda görülmüştür ki insanlar bağlandıkları mekanda kalmaya devam etme ya da bu mekanlara geri dönme eğilimindedirler.

Mekansal aidiyet duygusunun her zaman olumlu bir duygu olduğundan bahsetmek mümkün değildir. Zaman zaman olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. Fried (2000) çalışmasında mekana duyulan ısrarlı bağlılığın çok önemli bir fırsatı kaçırma, hatta savaş vb. durumlarda hayati tehlikeye yol açma ihtimallerinden bahsetmiştir.

Başka bir araştırmada 1974 Ohio'da meydana gelen kasırga felaketi sonrasında insanların yerleşim alanını terketmek istememeleri nedeniyle şehri yeniden inşaa etme kararı alındığı kaydedilmiştir. Hükümet yeniden inşaa imkanını fırsat bilerek kasırga öncesinde mevcut olan altyapı ve planlama sorunlarını çözmek istemiş fakat halk eski planlamanın değişmesine kesinlikle karşı gelmiştir (Francauiglia, 1978).

Diğer bölgesel davranışlar arasında işaretleme, kişiselleştirme, saldırganlık ve bölge savunması varken mekansal aidiyet; davranışları, hacimleri, sosyal ilişkileri ve yer restorasyonunu kapsar (Scannell ve Gifford, 2010).

3.2.a.iii. Çevre Faktörü

Yer, aidiyeti etkileyen faktörler arasında en önemli bileşendir denilebilir. Araştırmacılar “yer” kavramını farklı ölçeklerde ele almışlardır.

Hidalgo ve Hernandez (2001) mekanı “sosyal” ve “fiziksel” olarak iki başlık altında toplamış ve aidiyet kavramını ev, mahalle ve şehir olmak üzere üç farklı ölçekte incelemişlerdir. İnceleme sonucunda ev ve şehire duyulan aidiyet hissi mahalleye duyulandan daha fazla olduğu ev ve şehire duyulan bağlılık hissini sosyal boyutunun fiziksel boyutundan daha ağır bastığını görmüşlerdir.

Riger ve Lavrakas (1981)’den aktaran Scannell (2010), sosyal bağlılığın ev, şehir ya da mahalleye bağlı olmaya, komşuluk ilişkilerine, çevreye duyulan aşinalık hissine dayandığını; fiziksel bağlılığın ise ikamet süresi, mülkiyet gibi daha somut parametrelere dayandığını ifade etmektedir.

Çalışmalar bireylerin mekanın fiziksel özelliklerinden ziyade mekanda iletişim kurdukları insanlara bağlanma eğiliminde olduğunu göstermiştir (Lawrence, 2014). Elbette bulunulan yerin olanakları, diğer sosyal alanların varlığı gibi fiziksel özellikler de mekansal aidiyet yaratmak adına önemli olsa da araştırmalar mekansal aidiyetin öncelikli olarak mekanda yaşayan diğer insanlara bağlı olduğunu ortaya koymuştur (Fried, 1963).

İnsanlar mutlak bir iletişim ihtiyacı olan sosyal varlıklar oldukları için topluluklar halinde yaşamlarını devam ettirirler. Sosyologlar iki tip topluluk olduğunu belirlemişlerdir. Bunlar; Ortak çıkar ve ilgi alanına sahip olan “ilgi topluluğu” ve üzerinde buldukları coğrafya yüzünden bir çeşit zorunluluk olarak bir araya gelmiş “yer topluluğudur”. İlgi topluluğu belirli bir mekana ihtiyaç duymadan da birlikteliğini sürdürebildiği için aidiyet kavramının kapsamına girmemektedir. Yer topluluğu ise şehir, ev, mahalle, kafe gibi mekanları içinde barındığı, sosyal bağları desteklediği için mekansal aidiyetin kapsamına girmektedir.

Bireyler ait oldukları sınıf, ırk, din, statüye göre kendilerine benzer özellikler gösteren diğer insanlarla ekonomik imkanları el verdiği müddetçe aynı mekanlarda bulunmaya çalışır ve bu insanlara bağlanırlar. Söz konusu iletişim ve bağlanma çabası topluluklar içinde kişisel bağların oluşması ve kuvvetlenmesini sağlar. Lalli (1992) mekansal bağların , sosyal bağları sembolize ettiklerini belirtmiştir.

Sosyal aidiyet kavramı kapsamında mekanlar, bazen insanların sosyalleşip birbirleriyle iletişim kurdukları bir kabuk, bazen de belli bir sosyal grubu temsil eden sembolleşmiş mekan olarak ihtiyaç doğrultusunda şekillenirler.

Bireyler sosyal ihtiyaçlarının yanı sıra bireyler fiziksel ihtiyaçlarının da giderildiği yerlere ihtiyaç duyarlar. Yapılan araştırmalar bireylerin yapay çevreyi oluşturan ev, sokak, semt vb. mimari yapılara bağlılık geliştirebildiği gibi doğada bulunan herhangi bir unsura da bağlılık geliştirebileceğini göstermiştir (Manzo 2003, 2005).

Doğada bulunan herhangi bir yere duyulan bağlılık hissini yine o mekanın fiziksel özelliklerine bağlı olmadığını kişilerin bu özelliklere yüklediği anlamlarla alakalı olduğu gözlenmiştir (Stedman, 2003).

3.2.b. Konut Memnuniyeti- Konut Kalitesi Kavramları ve Etkileyen Faktörler

Memnuniyet, “memnun olmak” fiilinin sözlük anlamına bakıldığında sevinmek, sevinç duymak, bulunduğu durumdan hoşnut olmak anlamına gelmektedir. Bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlıkları açısından memnuniyet kavramı büyük önem taşımaktadır.

Gülaydın 2004’te yazmış olduğu tezinde memnuniyet kavramını şöyle açıklamıştır; “Memnuniyet, en geniş tanımı ile mutlu olmak, hoşnutluk anlamındadır ve insan için bir lüks değil, psikolojik bir ihtiyaçtır.”

3.2.b.i. Konut Memnuniyeti Kavramı ve Etkileyen Faktörler

Memnuniyet tanımından yola çıkarak konut memnuniyetinin kişilerin yaşadıkları konuta duydukları hoşnutluk hissi olduğu söylenebilir. Konut memnuniyeti ve bu memnuniyeti etkileyen faktörler Gülaydın (2004) tarafından aşağıdaki gibi açıklanmıştır;

“Konutta yaşayan bireylerin konuttan beklentileri farklı olabilmektedir. Örneğin, okul çağındaki bir çocukla erişkin bir insanın çevreye ve konuta bakışları değişiktir. Aynı şekilde, sosyal statü, cinsiyet, geçmiş tecrübeler, eğitim, meslek, ekonomik durum gibi bireyin özelliklerindeki farklılıklar, konuttan beklentileri, istekleri değiştirebilmekte ve konuttan duyulan memnuniyeti etkileyebilmektedir. Bireyin dışında, çevrenin ve konutun özellikleri, yaşanan bölgenin konumu, komşuluk durumu gibi dış etkenler de memnuniyeti etkilemektedir”

Araştırmacılar doğru analizlerle kullanıcının konut memnuniyetinin ölçülebilir olduğunu, fakat memnuniyet kavramının değişken olabileceğini, kişilere, fiziksel koşullara, zamana, sosyo-ekonomik duruma ve beklentilere göre değişebileceğini söylemişlerdir (Türkoğlu, 1993).

Konut üzerinden bakıldığında memnuniyetin “beklentileri karşılama” ile sağlandığı gözlemlenmiştir. Konut, içinde bulunduğu çevre ve bunların kişilerde oluşturduğu memnuniyet hissi insan davranışlarını, birey toplum sağlığını, mutluluk ve refahını doğrudan etkilemektedir (Kellekçi, 2006). Kişilerin konutlarından memnun olması bu sebeple büyük önem taşımaktadır. Konut memnuniyetini arttırmak için tasarımcıların kullanıcının ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak mekanlar üretmesi gerekmektedir.

KONUT MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER				
Fiziksel Durum		Sosyal Durum		
Konut Yakın Çevresi	Konut	Bireysel		Aile
<ul style="list-style-type: none"> - Konum - Ulaşım - Güvenlik - Komşuluk - Ekolojik özellikler (Park ve bahçeler, doğal güzellikler) 	<ul style="list-style-type: none"> - Konut planı - Manzara - Aydınlanma Miktarı 	<ul style="list-style-type: none"> - Yaş - Cinsiyet - Eğitim - Meslek 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosyal Sınıf - Statü - Ekonomik Durum - 	<ul style="list-style-type: none"> - Kültür - Gelenek - görenekler

Tablo 3.1. Konut Memnuniyetini Etkileyen Faktörler Gülaydın (2004) ve Pamukçu'nun (2015) tezlerinden yararlanılarak İrem Ekin Alpegemen tarafından hazırlanmıştır.

Konut memnuniyetini etkileyen faktörleri temel olarak iki başlık altında toplayabiliriz. Bunlar fiziksel özellikler ve sosyal durumdur. Fiziksel özellikleri konutun bulunduğu; şehir, semt ve yakın çevresi oluşturur. Sosyal durum ise konutun kullanıcısı konumundaki insanların bireysel ve ailevi özellikleridir. (Gülaydın, 2004).

Konutta yaşayan her bireyin konuttan beklentisi farklıdır. Eve sadece uyumaya gelen bir insanla zamanının çoğunu evinde geçiren bir ev kadınının ya da lise çağında genç bir bireyin evden beklentisi elbetteki farklıdır. Örneğin, zamanının çoğunu evinde geçiren bir ev kadını için mutfağın büyüklüğü, kullanışlı oluşu öncelikli önem taşırken dışarı çıkmakta zorlandığı için zamanının çoğunu evinde geçiren yaşlı bir birey için -belkide sosyalleşmesini sağladığı için- evdeki balkonun varlığı, büyüklüğü gibi özellikler daha büyük önem taşımaktadır. Kullanıcının yaşı, cinsiyeti, eğitim seviyesi, mesleği, sosyal statüsü, ekonomik durumu, kültürü, gelenek ve görenekleri doğrultusunda konuttan beklentisi de elbette farklılıklar gösterecektir.

Bireysel özellik ve beklentilerin dışında konutun bulunduğu çevre ve koşullar da konut memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Konutun bulunduğu semtin güvenlik düzeyi, konumu, park, bahçe, göl, gölet gibi doğal ve kamu alanlarına olan mesafesi memnuniyeti etkileyen faktörlerdir. Fakat bu fiziksel özelliklerde kişisel özelliklere bağlı olarak memnuniyet üzerinde farklı derecelerde etkilidir.

3.2.b.ii. Kalite Kavramı, Konut Kalitesi ve Etkileyen Faktörler

Kalite “Bir şeyin iyi veya kötü olma hali, niteliği” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2005).

Her konuda kaliteden bahsetmek mümkündür. Örneğin bir ürünün kalitesinden bahsetmek mümkün olduğu gibi yaşanan mekanların da kalitesinden söz edilebilir. Bu mekanların kalitesinden ise yaşam kalitesi, konut kalitesi, çevre kalitesi olarak bahsetmek mümkündür (Gülaydın, 2004).

Kalite kavramı bireysel özelliklerin farklı olması nedeniyle oldukça öznel bir kavram olmakla beraber günümüzde kavramın kısıtlanabilmesi adına bütün insanların ortak ihtiyaçlarını kapsayan bir takım “standartlar” belirlenmiştir (Aktüre, 1994). Kalite kavramı kişisel olarak farklılık gösterse bile belli standartlara oturtulmuştur. Kalite standartları da toplumların, bireylerin kültür, sosyo-ekonomik durumlarına göre değişkenlik göstermektedir.

Konut kalitesi kavramı ölçülebilir bir kavram olsa bile tek bir değişkene bağlı değildir. Konut kalitesini ölçebilmek için memnuniyet kavramında olduğu gibi yaş, cinsiyet, meslek, eğitim ya da çevre koşulları gibi bir ya da daha fazla parametreyi aynı anda göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Kullanıcının konuta aidiyet hissetmesi, kendi sosyo-kültürel kimliğini yansıtabilmesi, mahremiyetini sağlayabildiği bir mekan yaratabilmesi o konutu kaliteli olarak nitelendirmek için yeterlidir.

Arpacı (2011), konut kalitesine dair kullanıcıların görüşlerini incelediği araştırmasında mutfakın büyüklüğü, mutfakta yemek yeme alanının varlığı, anne baba dışında bütün bireylerin kendilerine ait odaya sahip olması gibi pek çok unsurda cinsiyet, yaş, eğitim ve mesleğe dayalı kayda değer farklılıklar olduğunu gözlemlemiştir.

3.3. Konut Kalitesi, Konut Memnuniyeti ve Mekansal Aidiyet İlişkisi

Konut kalitesi kavramı doğrudan konut memnuniyeti ile alakalıdır. Konut memnuniyetinin oluşabilmesi konut kalitesi ve çevre kalitesinin sağlanmasından geçer. İki kavramda kişilerin bireysel özellikleri, beklentileriyle alakalı olarak değişken ve görecelidir. Ayrıca konut yakın çevresi ve içinde buldukları şartlarla birlikte bir bütün olarak değerlendirilmelidirler.

Konut memnuniyeti kişiden kişiye değişen göreceli bir kavram olsa da her konutun azami miktarda kullanıcının ihtiyaçlarına yanıt veren bir takım kalite standartlarına uygun olması gerekmektedir. Kullanıcılar ancak bu standartlar ve kendi bireysel beklentileri karşılandığında konutlarından memnun olacaklardır.

Konut mekanına duyulan aidiyet hissi ise doğrudan konut memnuniyetine bağlıdır. Kullanıcının kendini evine ait hissetmesi ancak kendi kimliğini, karakterini mekana yansıtabilmesiyle mümkündür. Kullanıcı yaşı, cinsiyeti, eğitimi, kültürü, sosyo-ekonomik durumu ve birçok başka kriter doğrultusunda yaptığı mekan tercihleriyle kendi standartlarına uygun bir mekanla konut kalitesini sağlar. Bu tercihler konut memnuniyeti hissini oluşturur. Memnuniyet hissi ve konutta geçirilen zamanla kullanıcı evine bağlanır.

3.4. Konutu Kendileme Kavramı

Gür' den (2000) aktaran Kalemci (2017) kendileme kavramını “İnsanın çevresine biçim verme yoluyla sahip çıkması” olarak tanımlar. Bu işlemle birlikte kullanıcı mekanla iletişim kurar, kendisinden bilgi aktarır. Aynı zamanda mekanın doğasını da anlar.

Mekanlar insanlar için üretilen yerlerdir. Bu nedenle kullanıcı mekanını dilediği gibi kullanmakta özgürdür. Mekanla bağ kurmanın en önemli yolu mekanı kendilemektir. Kullanıcı mekanı kişiselleştirilerek (kendileme) kullanıcı çeşitli fiziksel dürtülerini giderir. Bu dürtüler daha baskın olarak sosyal dürtülerdir. Kullanıcı “ben” ve “diğerleri” arasında fark yaratmak, “buradayım, benim” diyebilmek için mekanı kendileme ihtiyacı duyar. Bu yolla dünyada bir yer edinirken, varoluşunu da anlamlandırır.

Kendileme için ihtiyaç duyulan kabul etme ve niyetliliklerdir. Kendileme eylemi gönüllülük gerektirmektedir (Özdemir, 2010). Ancak gönüllü olarak sahip olduğumuz şeylerle bağ kurabiliriz. “Mülkiyet” ise mekanı kendilemek için şart değildir. Örnek verecek olursak kentlere, sokaklara sahip olamayız. Ama kendimizden bir şeyler katarak, anlam yükleyerek bu mekanlar ile kendileme yoluyla bağ kurabiliriz.

Konut içinde yaşayan bireyler tarafından kendi estetik tercihleri, kültürleri, sosyo-ekonomik durumlarına göre şekillenir. Konut, içinde yaşayanların kişiliklerini yansıtan sembollerle doludur. Kişilerin kendileme yoluyla konutlarında yaptıkları değişiklikler, aldıkları kararlar kendilerini dış dünyaya ifade ediş şekilleridir. Rapaport (1982)'a göre kullanıcı kimliğini dışa vurmaktadır. Kullanıcı kendileme eylemiyle konutuna kimliğini yansıtır ve ona kişilik kazandırır.

Bulunduğu yerle bağ kurmak, bulunduğu yeri kendilemek insan için fiziksel bir dürtü, aynı zamanda ihtiyaçtır. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki, kişiler konutlarını kendi kişiliklerini yansıtacak şekilde değiştirmişler, bunu başaramadıkları durumlarda, konutla bağ kuramamışlardır. Dolayısı ile mekanla sağlıklı bir iletişim kuramamış, psikolojik doyuma ulaşamamışlardır (Özdemir, 2010).

3.5. Meslek Kavramı ve Karakter ile ilişkisi

Meslek, bir kimsenin hayatını kazanmak için yaptığı, kuralları toplumca belirlenmiş ve belli bir eğitimle kazanılan bilgi ve becerilere dayalı etkinlikler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Meslek, kazanç elde etmek amacı ile yürütölen faaliyetler bütünü olarak tanımlanmışsa da sadece para kazanma amacı değildir (Tuzcuoğlu, 1994).

Mesleğin tek önemi para kazanma amacı değildir. Kişi mesleği yoluyla kendisini ifade eder. Meslek kişinin kendisini geręekleřtirmesi açısından önemli bir araçtır (Kuzgun, 1982).

Kendini geręekleřtirme, insanın en güçlü güdüsüdür. İnsan yetenekleri ve kişiliği doğrultusunda kendisine en uygun bir mesleği seçerse bu durum başarı ve mutluluğu dolayısı ile kendini geręekleřtirmeyi sağlayacaktır.

Toplumlar farklı ekonomik ve kültürel düzeyde insan ve insan gruplarından oluşur. Bu farkları en belirgin olarak görebileceğimiz ekonomik etkinlik, meslektir. Aslında küçük yaştan itibaren kişinin geleceğine, mesleğine dair bir arzusu her zaman vardır. Kişi yaş aldıkça, kişiliği geliştikçe içinde bulunduğu toplum, kültür, çevre ve ailesinin etkisinde kalarak kendisine uygun olacağını düşündüğu bir meslek seçmeye çalışır (Brualdi, 1994).

Geçmiş eğitim sistemine bakıldığında görülmektedir ki dil/mantık ve matematik alanlarında eğitime önem ve ağırlık verilmiştir. Fakat bu alanların daha sonra çocukların gelişimini anlamakta yeterli olmadığı görülmüştür. Bu eksikliğin fark edilmesi ile Gardner tarafından çocukların neler yapabildiklerinden çok neler yapabilecekleri fikrine odaklanan çoklu zeka kuramı ortaya atılmıştır (Talu, 1999).

Çoklu zeka kuramına göre insan beyni modüler bir yapıya sahiptir ve her bir bölüm başka bir işleve sahiptir. Bunun sonucu olarak zeka kavramı başka bir bakış açısı kazanmıştır. Matematiksel ve dilsel zekanın yanı sıra nota ve ritim becerisi, tablo yapmak gibi becerilerin de farklı zeka türlerinin bir ürünü olduğuna karar verilmiştir. Aynı zamanda bu zeka türlerinin gelişmesinin farklı faktörlere bağlı olduğu görülmüştür. Bu faktörler; Kaynaklara ulaşım şansı, tarihsel-kültürel faktörler, coğrafi faktörler, ailesel, durumsal faktörlerdir (Talu, 1999).

Gardner'a göre sekiz zeka türü bulunmaktadır (Brualdi, 1994). Bunlar; Dil bilimsel, mantık- matematiksel, uzamsal, müzikal, bedensel- kinestetik, sosyal, özedönük ve doğal zekadır.

Dilbilimsel zeka türüne sahip bireyler, sözel ya da yazma yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Bu yeteneklere sahip bireyler için edebi sanatlar, politika hukuk gibi alanlar uygundur.

Mantık-Matematiksel zekaya sahip bireyler, sayısal veriler, problem çözme gibi yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Matematik, muhasebe, mühendislik gibi alanlar bu yeteneklere sahip bireyler için uygundur.

Uzamsal zekaya sahip bireyler, şekil/uzay özelliklerini anlama, şekil ve grafiklerle ifade etme, çizim, üç boyutlu düşünme gibi yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Avcılık, izcilik, tur rehberliği, mimarlık ve görsel sanatlar gibi alanlar bu yeteneklere sahip bireyler için uygundur.

Müziksel-Ritmik zekaya sahip bireyler, müzik aletlerini kolayca kavrayabilme, nota, melodi, ritim duyarlılığı gibi yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Müzisyenlik, orkestra şefliği gibi meslekler bu zeka türü için uygun tercihlerdir.

Bedensel- kinestetik zekaya sahip bireyler, vücudunu ve hareketlerini iyi bir şekilde kullanabilme özellikleri ile öne çıkarlar. Dans, cerrahi, teknisyenlik bu zeka türü için iyi birer meslek tercihidir.

Sosyal zekaya sahip bireyler, insanlarla iletişim kurma yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Politika, psikoloji, hukuk gibi meslek dalları bu zeka türü için uygun tercihlerdir.

Özedönük zekaya sahip bireyler, kendilerini iyi anlama gibi bilişsel yetenekleri ile öne çıkmaktadır. Bu zeka türüne sahip bireyler disiplinli ve hedef belirleme konusunda iyi ve kişisel problemlerini çözmede yeteneklidirler.

Doğal zekaya sahip bireyler, doğayı anlamaya yönelik merakları ile öne çıkmaktadırlar. Avcılık, izcilik, veterinerlik, biyoloji gibi alanlar bu zeka türüne sahip bireyler için uygundur.

Her birey bu sekiz zeka türü ile doğar fakat zeka türlerinin gelişmesini etkileyen faktörlere bağlı olarak bir ya da daha fazla zeka türünü daha çok geliştirir.

3.6. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

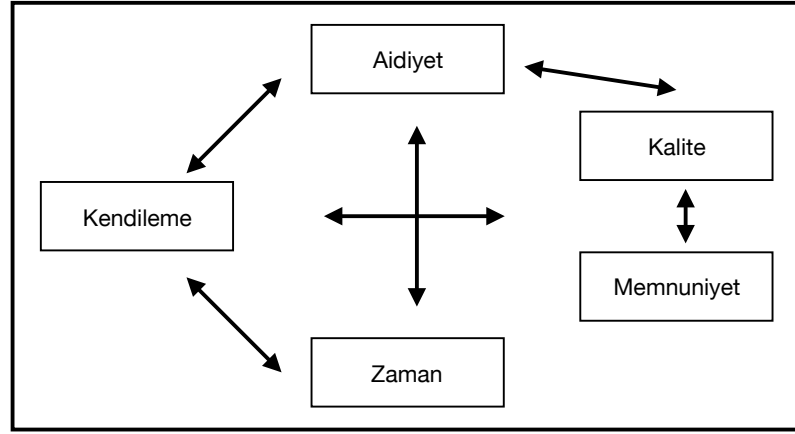
İnsan gerek psikolojik gerekse fizyolojik yapısıyla oldukça karmaşık bir varlıktır. İnsanın kendisi, diğer insanlar ve çevresiyle olan ilişkileri bunlarla kurduğu bağ araştırmacılar için her zaman bir merak konusu olmuştur.

İnsan davranışları ihtiyaçları karşılamak üzere kurgulanmıştır. Temel ihtiyaçların başında barınma ihtiyacı vardır ve bu ihtiyacı karşılayan en küçük ölçekli mekan konuttur. Konut mekanı geçmişten günümüze geçirdiği evrimde insanın psikolojik yönünün de sürece dahil olmasıyla, fiziksel ihtiyaçların karşılanmasından daha derin anlamlar taşıyan bir mekan haline gelmiştir. İnsanların bütün ihtiyaçlarına yanıt veren, doğru tasarlanmış konutlarda yaşamlarını sürdürebilmeleri hem bireysel hem de toplumsal sağlık ve mutluluk açısından önemi yapılan araştırmalarda somut bir şekilde görülmüştür.

Konutla kurulan duygusal bağ yani aidiyet hissi, insanın psikolojik ihtiyaçlarından biridir. Bir mekana bağlanma süreci oldukça karmaşık ve değişik parametrelere bağlı bir süreçtir. Bağlanma süreci; bireyin salt kendisiyle ilgili duygular, bilgi birikimi, deneyim, inanış ve kültür gibi parametrelere bağlı olmasının yanı sıra bireyin ait olduğu toplumun yapısından ve bu toplumun yaşamını devam ettirdiği toprakların coğrafi özelliklerinden de etkilenmektedir. Görüldüğü gibi aidiyet kavramı son derece karmaşıktır ve tek bir tanımlama yapmak mümkün değildir. Bu nedenle günümüz araştırmacıları için araştırmaya değer bir konudur.

Konuta ait hissetmek o yerle iletişim kurmuş olmayı, konutu anlamayı ve kendinden bir şeyler katmayı kısacası kendilemeyi, sahiplenmeyi gerektirir. Kullanıcı kendi kişiliğini konut yoluyla yansıtır. Kendi zevk ve beğenileri doğrultusunda yaptığı mekansal tercihler sonucunda konutla arasında duygusal bir bağ kurar, kendisini konutuna ait hisseder.

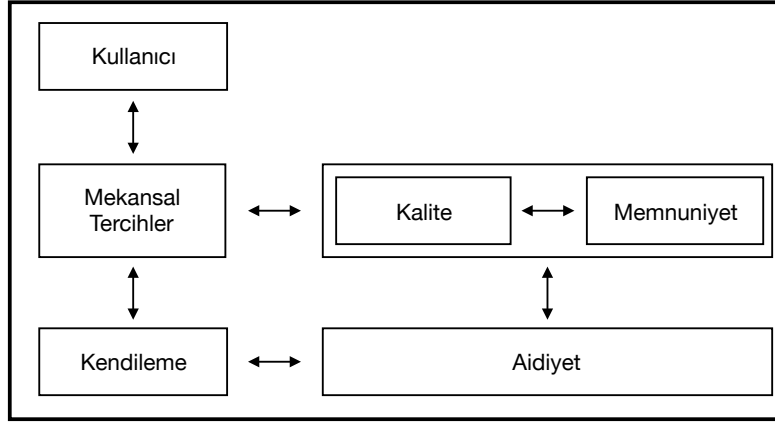
Konut kalitesi ve memnuniyeti kavramları da doğrudan aidiyetle ilişkili kavramlardır. Kalite ve memnuniyet koşulları göz önünde bulundurularak, kişi kendi özelliklerini yansıtacak şekilde beğeni ve ihtiyaçları doğrultusunda konutu kendiler, kişiselleştirir. Bu kendileme davranışı sonunda kullanıcı konutla duygusal bir bağ kurar, ihtiyaçlarına yanıt veren konuta kavuşur. Tüm bu sürecin sonunda kişide mekansal aidiyet hissi oluşur. Konut kalitesi, memnuniyeti, kendileme, aidiyet ve zaman arasında ki ilişki aşağıdaki tablo ile özetlenmiştir.



Tablo 3.2. Konut kalitesi, memnuniyeti, kendileme, aidiyet ve zaman ilişkisi. Tablo İrem Ekin Alpegemen tarafından hazırlanmıştır.

Görüldüğü gibi kullanıcı mekansal tercihleri ile kalite, memnuniyet, kendileme ve dolayısı ile aidiyet kavramlarıyla sürekli ilişki içindedir.

Kullanıcı konut kalitesi ve memnuniyetini sağlayacak bir takım mekansal tercihler yaparak konutu kendiler, bu tercihler ve konutta geçirdiği zaman sonrasında konuta bağlanır. Kullanıcının mekansal aidiyet hissetmesi için gerekli süreç aşağıdaki tablo ile özetlenmiştir.



Tablo 3.3. Kullanıcının yaşadığı mekansal aidiyet süreci. Tablo İrem Ekin Alpegemen tarafından hazırlanmıştır.

Bağlanma süreci doğru şartlarda yaşanırsa kullanıcı bütün ihtiyaçlarının cevabını bulduğu sağlıklı bir yaşama sahip olur. Tablodan da görüldüğü üzere süreç içerisinde bütün kavramlar birbirleriyle ilişkilidir.

BÖLÜM IV

ALAN ÇALIŞMASI

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların yaptıkları mekan tercihlerinin, mekansal aidiyet duygusunun, konut memnuniyeti ve konut kalitesinin meslek gruplarına bağlı olarak değişiklik gösterip göstermediği incelenmiştir.

Çalışmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H1: Konut yakın çevresi memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H2: Konut durumu memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H3: Konut iç mekan tasarımı memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H4: Konut aidiyet hissi meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H5: Konut kalitesi algısı meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

H6: Konut mekanı tercihleri (mobilya, perde, halı vs.) meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.

4.1.a. Katılımcılar

Çalışma için TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi seçilmiştir. Ankara'nın merkezi sayılabilecek Söğütözü semtinde bulunan üniversitesinin örneklem çeşitliliği açısından uygun olduğuna karar verilmiştir. Katılımcılar çoklu zeka kuramı göz önünde bulundurularak dört meslek grubu şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu meslek grupları; tasarım, tıp, mühendislik ve sosyal bilimler şeklindedir. Katılımcılar rastgele seçilmiştir. Örneklemin üniversiteden seçilmesinin bir diğer nedeni ise ortalama olarak benzer gelir durumu ve benzer sosyal statü sağlamaktır. Her gruptan 25 kişi olmak üzere 100 kişi hedeflenmiş fakat tıp alanında çalışmakta olan akademisyenlerden ancak 17'sine ulaşılabılmıştır. Bu nedenle anket 92 kişiye uygulanabilmiştir.

Anketin ilk bölümünü, katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik sorular oluşturmaktadır. Bu amaçla katılımcılara cinsiyetleri, yaşları, doğum yerleri, uyrukları, medeni durumları, varsa kaç çocukları olduğu, eğitim durumları, çalıştıkları kurum ve bölüm, akademik ünvanları, gelir durumları ve kişisel araçları olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcılar doğum yeri hariç bütün sorulara tam yanıt vermişlerdir. Eksik yanıtlar nedeniyle doğum yeri ile ilgili verilere çalışmada yer verilmemiştir.

Anket çalışması 50 kadın-42 erkek olmak üzere 92 kişiye uygulanmıştır. Katılımcıların %46'sı erkek, %54'ü kadındır. Meslek gruplarına bağlı olarak katılımcıların cinsiyet dağılımı;

Tasarım alanında: 18 kadın-7 erkek,

Sosyal bilimler alanında: 11 kadın-14 erkek,

Tıp alanında: 11 kadın-6 erkek,

Mühendislik alanında 10 kadın-15 erkek şeklindedir.

Katılımcıların yaş dağılımı;

22-30 yaş aralığında 17 kadın-12 erkek olmak üzere toplam 29 kişi,

31-40 yaş aralığında 13 kadın-13 erkek olmak üzere 26 kişi,

41-50 yaş aralığında 10 kadın-11 erkek olmak üzere 21 kişi,

51 yaşın üstünde ise 10 kadın-6 erkek olmak üzere 16 kişi şeklindedir.

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak yaş dağılımına bakılacak olursa;

22-30 yaş aralığında;

Tasarım alanında: 6 kadın-1 erkek,

Sosyal bilimler alanında 4 kadın-6 erkek,

Mühendislik alanında 7 kadın-5 erkek,

Tıp alanında ise bu yaş aralığında kimse bulunmamaktadır.

31-40 yaş aralığında;

Tasarım alanında: 5 kadın-3 erkek,

Sosyal bilimler alanında: 5 kadın-5 erkek,

Tıp alanında: 1kadın-2 erkek,

Mühendislik alanında: 2 kadın-3 erkek bulunmaktadır.

41- 50 yaş aralığında;

Tasarım alanında: 4 kadın-2 erkek,

Sosyal bilimler alanında: 1 kadın- 2 erkek,

Mühendislik alanında: 1 kadın- 6 erkek bulunmaktadır.

51 yaş ve üstünde;

Tasarım alanında: 3 kadın-1 erkek,

Sosyal bilimler alanında: 1 kadın-1 erkek,

Tıp alanında: 6 kadın-3 erkek,

Mühendislik alanında: 1 erkek bulunmaktadır.

Anket çalışmasına göre katılımcıların %49'u bekar, %51'i evlidir. Elde edilen verilere göre katılımcıların %55'i çocuk sahibi iken %45'i çocuk sahibi değildir. Katılımcıların %70'i doktora mezundur ve %59'u 5000 TL ve üzeri gelir grubundadır. %67'sinin kişisel aracı bulunmaktadır. Katılımcıların demografik durumlarına dair grafikler ve meslek gruplarına göre dağılımları EK1'de sunulmuştur.

4.1.b. Anket Tasarımı

Anket soruları daha önce mekansal aidiyet, konut memnuniyeti, konut kalitesi, ile ilgili yapılmış araştırmalar ve anketler gözönünden bulundurulmuş, uzman tavsiyeleri alınarak hazırlanmıştır.

Öncelikle katılımcıların demografik durumunu anlamaya yönelik sorular sorulmuştur. Demografik soruları takiben konutun durumunu anlamaya yönelik konut büyüklüğü, konut tipi, ikamet süresi gibi soruların bulunduğu bir soru grubu düzenlenmiştir. Daha sonra konutta yaşamı anlamaya yönelik en çok vakit geçirilen alan, konutta yaşayan insan sayısı, konutu yenileme durumu ve sıklığı gibi soruların bulunduğu bir grup soru hazırlanmıştır. Katılımcılar hakkında genel bir bilgi edinilen bu soru gruplarının ardından konut memnuniyetini ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Konut memnuniyeti konusunda yapılan literatür taramalarından yola çıkılarak konut yakın çevresi, konutun fiziksel durumu ve konut iç mekan tasarımı memnuniyetine dair üç bölüm olmak üzere beşli likert ölçeği kullanılarak hazırlanmış maddelerle katılımcıların konut memnuniyeti ölçülmeye çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde yine yapılan literatür çalışmaları göz önünde bulundurulmuş konutta aidiyet hissini ölçmeyi hedefleyen beşli likert ölçeğiyle hazırlanmış maddeler düzenlenmiştir. Takip eden bölümde önceki bölümlerle benzer şekilde hazırlanmış konut kalitesine yönelik sorular bulunmaktadır. Bu bölümlerin peşine son olarak kullanıcılardan konut kalitelerini, konut memnuniyetlerini ve aidiyet hislerini “1-en olumsuz”- “5 en olumlu” olacak şekilde puanlamaları istenmiştir.

Anket çalışmasının son kısmında, katılımcıların mekan tercihlerini anlamak üzere iç mekan tasarım unsurlarına dair kendi tercihleri yoklanmıştır. Tasarım unsurları olarak renk, ışık dolayısı ile aydınlatma elemanları, perde, halı, mobilya ve bitki gibi kişinin bizzat kendi zevkine göre seçip kullanabileceği objeler ve durumlar seçilmiştir.

Anket çalışması katılımcılara doğrudan araştırmacı tarafından ulaştırılıp uygulanmıştır. Üniversite bünyesinde bulunan akademik personel sayısı göz önünde bulundurulunca katılımcılara ulaşmak ve ikna etmek için en uygun yolun bu olduğuna karar verilmiştir.

4.1.c. İstatistiksel Değerlendirme

Anket verileri IBM SPSS Statistics 21 programında analiz edilmiştir. Analizlerin değişkenler için sayı, yüzde dağılımları “Araştırma Bulguları” bölümünde verilmiştir. Konut memnuniyeti, aidiyeti ve kalite algısı arasındaki ilişkiler basit korelasyon testi ile iki bağımsız kategorik değişken arasındaki ilişki ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Kruskal-Wallis H testleri ile ölçülmüştür.

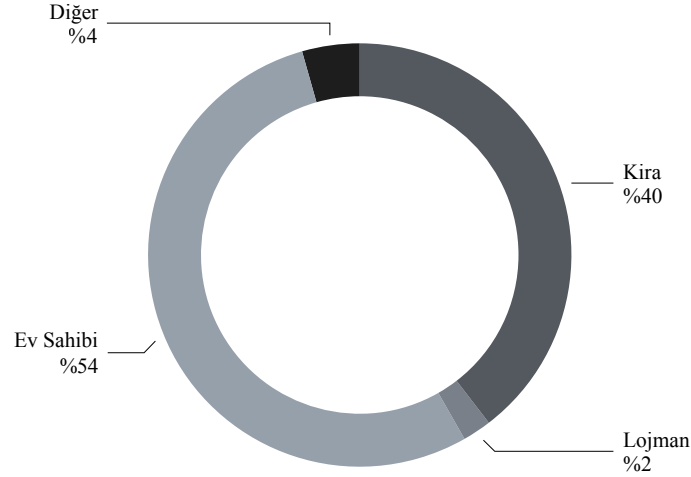
4.2. Araştırma Bulguları

4.2.a. Konut Durumuna Yönelik Bulgular

Anket çalışmasının bu kısmında konut durumunu anlamaya yönelik sorular sorulmuştur. Bu amaçla mülkiyet durumu, tercih sebebi, konut yaşı, ikamet süresi, konut tipi, konutta bulunan oda sayısı, konutun m²'si, konutun hangi yöne baktığı, güvenlik ve bahçesinin olup olmadığı, katılımcıların kendilerine ait başka konutu olup olmadığı katılımcıya yöneltilen sorulardır.

Anket çalışmasına göre katılımcıların 36'sı kira, 2'si lojman, 49'u kendi evi, 4'ü ise alternatif koşullarda ikamet etmektedir. Yapılan literatür çalışmalarında mülkiyetin konut aidiyet ve memnuniyetinde önemli rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Anket katılımcıların mülkiyet durumu dağılımı Şekil 4.1'de verilmiştir.

Şekil 4.1. Katılımcıların Mülkiyet Durumu Yüzdelerik Dağılımı



Görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğu kendi evinde ikamet etmektedir.

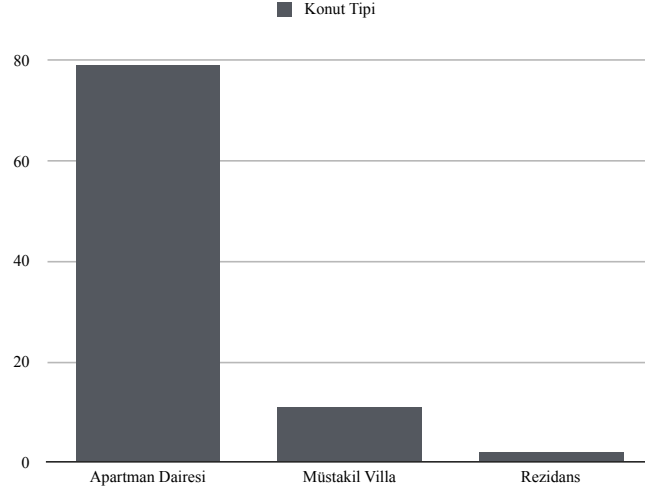
Mülkiyet durumunun meslek gruplarına göre dağılımı Tablo 4.1'de verilmiştir.

		Meslek Grupları				Toplam	
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik		
Mülkiyet Durumu	Kira	Sayı	8	14	4	10	36
		Yüzde	22,2%	38,9%	11,1%	27,8%	100,0%
	Lojman	Sayı	2	0	0	0	2
		Yüzde	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Ev Sahibi	Sayı	14	10	12	13	49
		Yüzde	28,6%	20,4%	24,5%	26,5%	100,0%
	Diğer	Sayı	1	0	1	2	4
		Yüzde	25,0%	0,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	24	17	25	91	
	Yüzde	27,5%	26,4%	18,7%	27,5%	100,0%	

Tablo 4.1. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mülkiyet Durumu Dağılımı

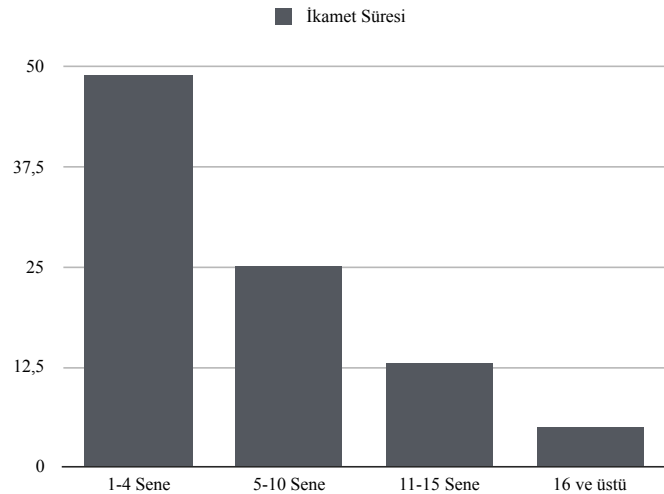
Anket sonuçlarına göre katılımcıların 79'u apartman dairesinde, 11'i müstakil villada, 2'si ise rezidansda ikamet etmektedir. Katılımcıların ikamet ettikleri konut tipi dağılımı Şekil 4.2'de verilmiştir.

Şekil 4.2. Katılımcıların Konut Tipi Dağılımı



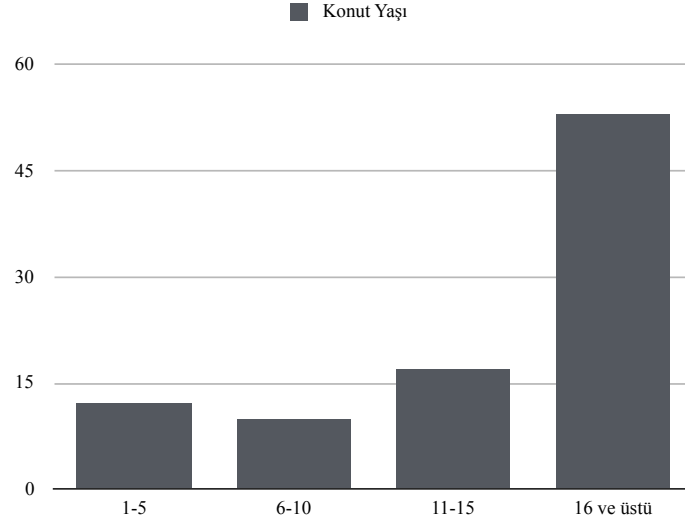
Anket sonuçlarına göre katılımcıların 49'u 1-4 sene arası, 25'i 5-10 sene arası, 13'ü 11-15 sene arası, 5'i 16 seneden fazladır mevcut konutunda ikamet etmektedir. Sonuçlara göre katılımcıların büyük çoğunluğu 1 ila 4 senedir mevcut konutlarında ikamet etmektedirler. Katılımcıların ikamet sürelerinin dağılımı Şekil 4.3'te verilmiştir.

Şekil 4.3. Katılımcıların İkamet Süresi Dağılımı



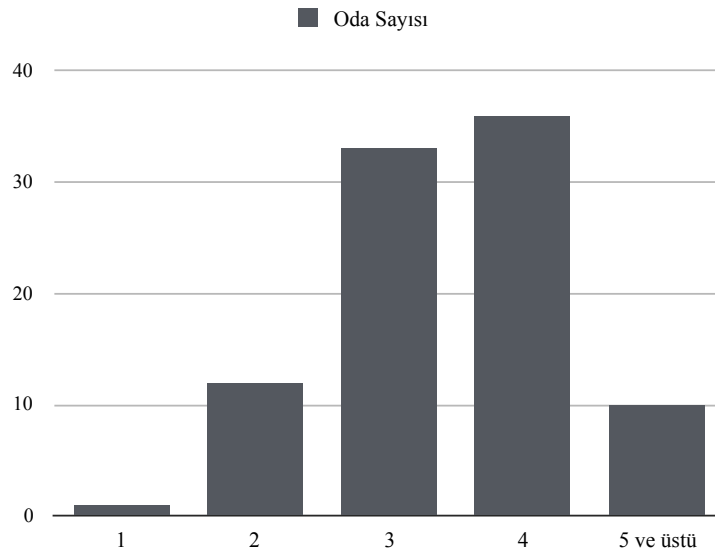
Katılımcıların 12'sinin konutu 1-5, 10'unun 6-10, 17'sinin 11-15, 53'ünün konutu ise 16 yaşının üzerindedir. Yani katılımcıların büyük çoğunluğu yaşlı konutlarda oturmaktadır. Katılımcıların konut yaş dağılımı Şekil 4.4'teki gibidir.

Şekil 4.4. Katılımcıların Konut Yaşı Dağılımı



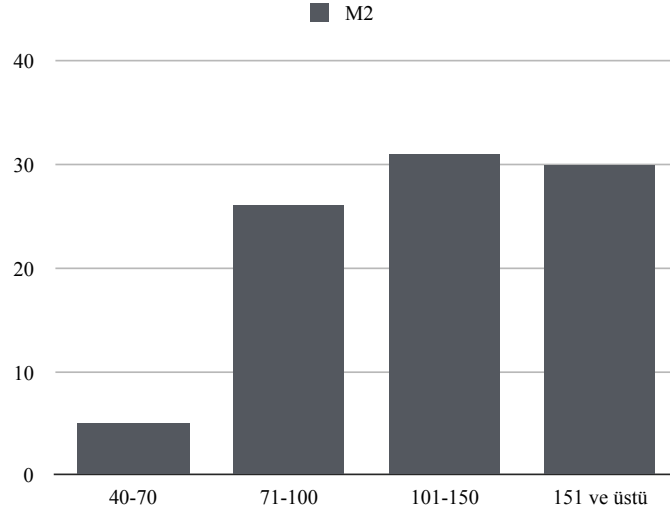
Katılımcıların 1'inin konutunda 1, 12'sinin 2, 33'ünün 3, 36'sının 4, 10'unun 5 ve üzeri oda bulunmaktadır. Görülmektedirki çoğunluk 3 ve 4 odalı konutlarda ikamet etmektedir. Katılımcıların konutlarında bulunan oda sayısı dağılımı Şekil 4.5'te verilmiştir.

Şekil 4.5. Katılımcıların Konut Oda Sayısı Dağılımı



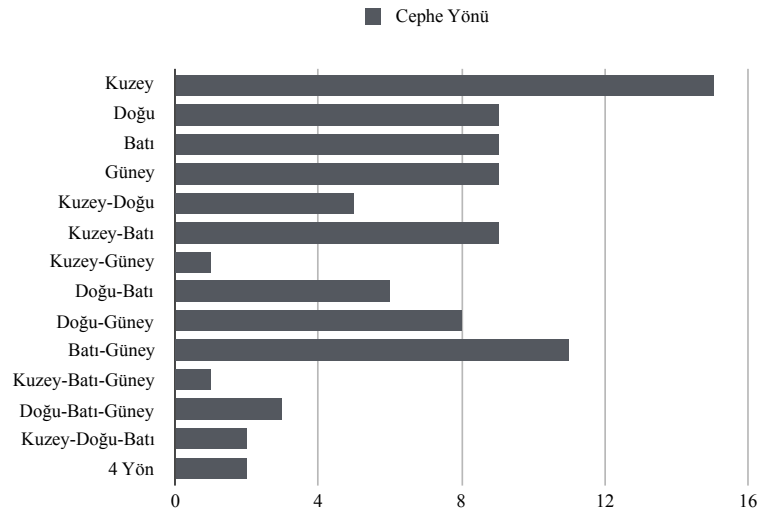
Katılımcıların 5'i 40-70 m², 26'sı 71-100 m², 31'i 101-150 m², 30'u 151 ve üstü m² evlerde ikamet etmektedir. Yani katılımcıların büyük çoğunluğu 100 m²'den büyük evlerde oturmaktadırlar. Katılımcıların evlerinin büyüklük dağılımı Şekil 4.6.'daki gibidir.

Şekil 4.6. Katılımcıların Konut m² Dağılımı



Katılımcıların konut cephelerinin baktığı yön dağılımı aşağıdaki gibidir. Konutların cepheleri çoğunlukla kuzeye daha sonra batı-güney yönlerine bakmaktadır. Konut cephe yönü dağılımı Şekil 4.7'de verilmiştir.

Şekil 4.7. Katılımcıların Konut Cephe Yönü Dağılımı



Anket sonuçlarına göre katılımcıların 45'inin konutunda güvenlik önlemi bulunurken 47'sinin konutunda herhangi bir güvenlik önlemi bulunmamaktadır. Mesleğe bağlı olarak güvenlik önlemi dağılımı göstermiştir ki tasarım ve tıp alanlarına dahil katılımcılar daha çok güvenli konutları tercih etmektedir. Meslek grubuna bağlı olarak konutta güvenlik durumuna dair dağılım Tablo 4.2'de verilmiştir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Güvenlik Durumu	Var	Sayı	18	6	9	12	45
		Yüzde	40,0%	13,3%	20,0%	26,7%	100,0%
Durumu	Yok	Sayı	7	19	8	13	47
		Yüzde	14,9%	40,4%	17,0%	27,7%	100,0%
Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.2. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Güvenlik Durumu Dağılımı

Katılımcıların 70'i konutlarının ya da konutlarının bulunduğu sitenin bahçesi bulunduğunu belirtirken 22 kişi konutlarının bahçesi olmadığını belirtmiştir.

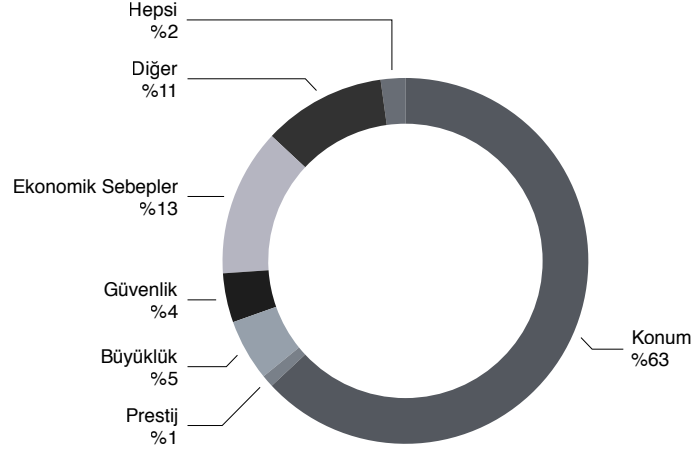
Katılımcıların 30'u yazlık ya da benzeri ikinci bir konuta sahip olduklarını belirtirken, 61 kişi başka bir konutları olmadığını belirtmiştir. Mesleğe bağlı olarak başka konuta sahip olma durumuna bakıldığında görülmüştür ki tasarım alanı katılımcıları diğer meslek gruplarına göre daha fazla oranla ikinci konuta sahiptir. Meslek gruplarına bağlı olarak ikinci bir konuta sahip olma durumu Tabloda 4.3'teki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Başka Konut	Var	Sayı	12	3	7	8	30
		Yüzde	40,0%	10,0%	23,3%	26,7%	100,0%
Durumu	Yok	Sayı	13	21	10	17	61
		Yüzde	21,3%	34,4%	16,4%	27,9%	100,0%
Toplam		Sayı	25	24	17	25	91
		Yüzde	27,5%	26,4%	18,7%	27,5%	100,0%

Tablo 4.3. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Başka Mülkiyet Durumu Dağılımı

Anket sonuçlarına göre katılımcıların 58'i konum, 1'i prestij, 5'i büyüklük, 4'ü güvenlik, 12'si ekonomik, 10'u diğer, 2'si bütün bu sebepler nedeni ile konutlarını tercih etmişlerdir. Konut tercihinin çoğunlukla konumu nedeniyle yapıldığı görülmektedir. Diğer seçeneğinin başlıca nedenleri konutun aileden kalmış olması ve erkek katılımcıların eşlerinin isteği doğrultusunda tercih yapmış olmasıdır.

Şekil 4.8. Katılımcıların Konut Tercih Nedeni Yüzdeler Dağılımı



Mesleğe bağlı olarak tercih nedenlerine bakıldığında sosyal bilimler alanı katılımcılarının diğer meslek gruplarına kıyasla daha çok ekonomik sebeplerle konut tercihi yaptıkları görülmektedir. Tasarım ve mühendislik alanı katılımcıları diğer meslek gruplarına kıyasla daha çok büyüklüğü nedeni ile konut tercihi yapmışlardır. Meslek gruplarına bağlı olarak konut tercih sebepleri ile ilgili dağılım Tablo 4.4'te verilmiştir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Konum	Sayı	16	13	13	16	58	
	Yüzde	27,6%	22,4%	22,4%	27,6%	100,0%	
Prestij	Sayı	0	1	0	0	1	
	Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Büyüklik	Sayı	2	0	1	2	5	
	Yüzde	40,0%	0,0%	20,0%	40,0%	100,0%	
Konut Tercih Sebepleri	Güvenlik Sayı	1	1	2	0	4	
	Yüzde	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	100,0%	
Ekonomik	Sayı	3	6	0	3	12	
	Yüzde	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	100,0%	
Diğer	Sayı	3	3	1	3	10	
	Yüzde	30,0%	30,0%	10,0%	30,0%	100,0%	
Hepsi	Sayı	0	1	0	1	2	
	Yüzde	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

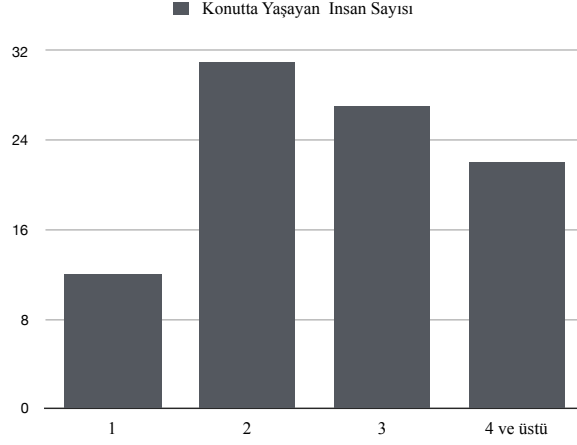
Tablo 4.4. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Tercih Nedeni Dağılımı

4.2.b. Konut Yaşamına Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde katılımcının konutta yaşamını anlamaya yönelik sorular sorulmuştur. Bu sorular konutta kaç kişinin yaşadığı, yaşayanların herbirinin kendilerine ait odaları olup olmadığı, katılımcıların en çok hangi alanda vakit geçirdikleri, konutlarına taşınırken ne ya da neleri değiştirdikleri, konutlarını belli aralıklarla yenileyip yenilemedikleri, konutlarında yaşamaya devam edip etmek istememeleri, istemiyorlarsa neden değiştirmek istedikleri sorulmuştur. Bu sorulara ek olarak konutlarında en sevdikleri ve en sevmedikleri şeye dair açık uçlu iki soru sorulmuştur.

Anket sonuçlarına göre katılımcıların 12’si konutunda tek başına, 31’i iki, 27’si üç, 22’si dört ve üstü kişi yaşamaktadır. Katılımcıların konutta yaşayan insan sayısına göre dağılım Şekil 4.9’da verilmiştir.

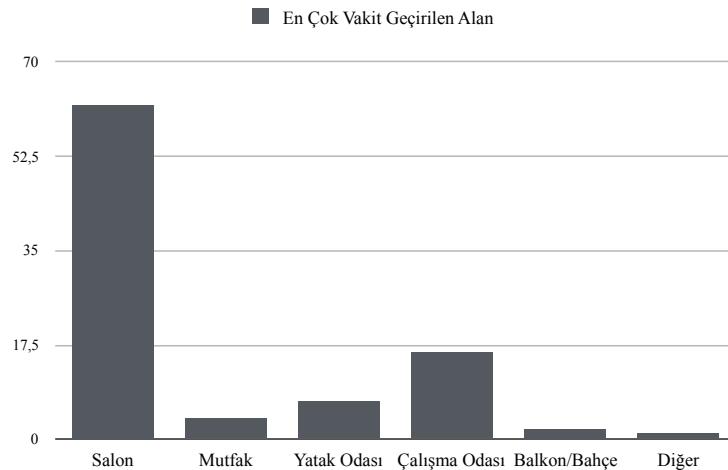
Şekil 4.9. Katılımcıların Konutlarında Yaşayan İnsan Sayısı Dağılımı



“Konutta yaşayan kişilerin kendilerine ait odaları var mı?” sorusuna katılımcılardan 86’sı “var” cevabını verirken 6 kişi “yok” cevabını vermiştir.

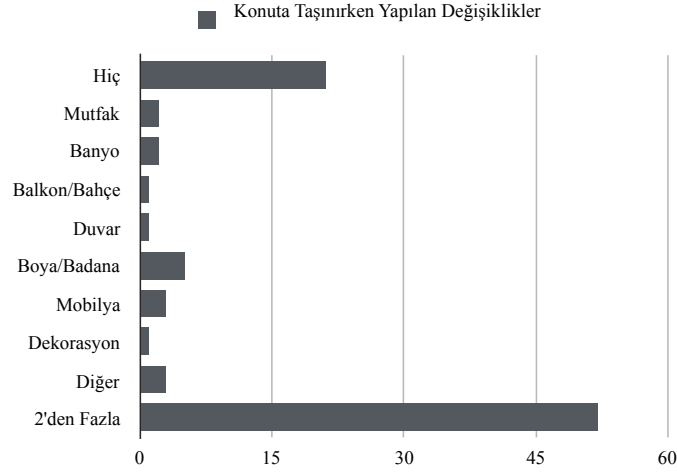
“En çok hangi alanda vakit geçiriyorsunuz?” sorusuna katılımcıların 62’si “salon” cevabını verirken, 4 kişi “mutfak”, 7 kişi “yatak odası”, 16 kişi “çalışma odası”, 2 kişi “balkon ve bahçe”, 1 kişi “diğer” cevabını vermiştir. Verilen cevaplara göre konutta en çok vakit geçirilen alanın salon olduğu görülmektedir. Konutta en çok vakit geçirilen alan dağılımı Şekil 4.10’da verilmiştir.

Şekil 4.10. Katılımcıların Konutta En Çok Vakit Geçirdikleri Alan Dağılımı



“Konutunuza taşınırken neyi değiştirdiniz?” sorusunun cevaplarına bakıldığında görülmüştür ki katılımcıların 52’si ikiden fazla değişiklik yapmıştır. 22’si hiç değişiklik yapmazken 5 kişi yalnızca boya/badana yaptırmıştır. Katılımcıların taşınırken yaptıkları değişiklikler Şekil 4.11’de bu değişikliklerin meslek gruplarına bağlı dağılımı Tablo 4.5.’de verilmiştir.

Şekil 4.11. Katılımcıların Taşınırken Konutta Yaptığı Değişiklik Dağılımı



		Meslek Grupları					
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	Toplam	
Konuta Taşınırken Yapılan Değişiklikler	Hiç	Sayı	6	7	2	7	22
		Yüzde	%27,3	%31,8	%9,1	%31,8	%100,0
	Mutfak	Sayı	0	0	0	2	2
		Yüzde	%0,0	%0,0	%0,0	%100,0	%100,0
	Banyo	Sayı	0	0	1	1	2
		Yüzde	%0,0	%0,0	%50,0	%50,0	%100,0
	Balkon/Bahçe	Sayı	0	0	0	1	1
		Yüzde	%0,0	%0,0	%0,0	%100,0	%100,0
	Duvar	Sayı	0	1	0	0	1
		Yüzde	%0,0	%100,0	%0,0	%0,0	%100,0
	Boya/Badana	Sayı	1	1	2	1	5
		Yüzde	%20,0	%20,0	%40,0	%20,0	%100,0
	Mobilya	Sayı	1	1	1	0	3
		Yüzde	%33,3	%33,3	%33,3	%0,0	%100,0
Dekorasyon	Sayı	0	0	0	1	1	
	Yüzde	%0,0	%0,0	%0,0	%100,0	%100,0	
Diğer	Sayı	1	1	1	0	3	
	Yüzde	%33,3	%33,3	%33,3	%0,0	%100,0	
2'Den Fazla Değişiklik	Sayı	16	14	10	12	52	
	Yüzde	%30,8	%26,9	%19,2	%23,1	%100,0	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	%27,2	%27,2	%18,5	%27,2	%100,0	

Tablo 4.5. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konuta Taşınırken Yaptığı Değişiklik Dağılımı

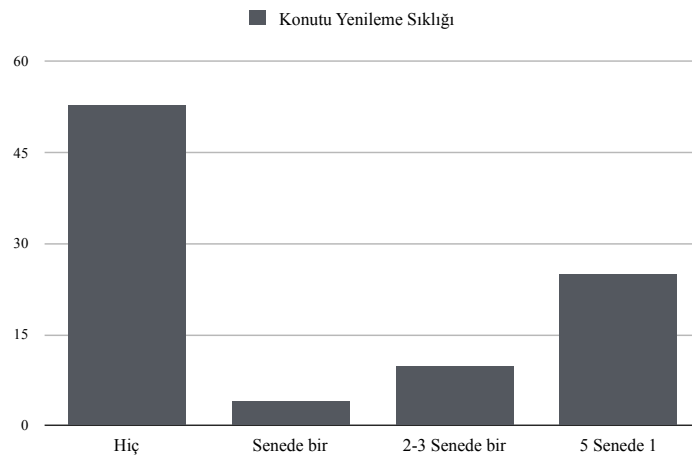
Çalışma sonuçlarına göre katılımcıların 27’si konutunu belli aralıklarla yenilerken 65 kişi konutunda yenileme yapmamaktadır. “Konutu yeniliyor musunuz?” sorusuna meslek gruplarına bağlı olarak bakıldığında %48,1’lik bir oran ile tasarım alanı katılımcılarının en çok “evet” cevabını verdiği, mühendislik alanı katılımcılarının ise %33,8’lik bir oran ile en çok “hayır” cevabını verdiği görülmüştür. Meslek gruplarına bağlı olarak konutu yenileme durumuna dair Tablo 4.6’daki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Konutu Yeniliyor musunuz?	Evet	Sayı	13	4	7	3	27
		Yüzde	48,1%	14,8%	25,9%	11,1%	100,0%
	Hayır	Sayı	12	21	10	22	65
		Yüzde	18,5%	32,3%	15,4%	33,8%	100,0%
Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.6. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutu Yenileme Durumu Dağılımı

“Konutunuzu yeniliyor musunuz?” sorusunun ardından sorulan “Konutunuzu ne kadar sürede bir yeniliyorsunuz?” sorusuna katılımcıların 53’ü hiç cevabını verirken 4 kişi “senede bir”, 10 kişi “2-3 senede bir”, 25 kişi “5 senede bir” cevabını vermiştir. Sonuçlardan görülmüştür ki kullanıcılar konutlarını yenileseler bile büyük çoğunluğu ancak 5 senede bir yenileme yapmaktadır. Konut yenileme sıklığına dair dağılım Şekil 4.12’de verilmiştir.

Şekil 4.12. Katılımcıların Konutlarını Yenileme Sıklığı Dağılımı



Konutu yenileme sıklığı durumuna meslek gruplarına bağlı olarak bakılacak olursa en çok “Hiç” cevabını verenlerin %34’lük bir oranla mühendislik alanı katılımcıları olduğu, “senede bir/ 2-3 senede bir/ beş senede bir” seçeneklerini işaretleyenlerde ise en büyük yüzdelerin tasarım alanı katılımcılarına ait olduğu görülmüştür. Meslek gruplarına bağlı olarak konut yenileme sıklığı Tablo 4.7’de verilmiştir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Konut Yenileme Sıklığı	Hiç	Sayı	11	15	9	18	53
		Yüzde	20,8%	28,3%	17,0%	34,0%	100,0%
	Senede bir	Sayı	2	2	0	0	4
		Yüzde	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	2-3 Senede bir	Sayı	3	3	2	2	10
		Yüzde	30,0%	30,0%	20,0%	20,0%	100,0%
	5 senede bir	Sayı	9	5	6	5	25
		Yüzde	36,0%	20,0%	24,0%	20,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.7. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutu Yenileme Sıklığı Dağılımı

Anket sonuçlarına göre katılımcıların %75’i “Bu konutta yaşamaya devam etmeyi düşünüyor musunuz?” sorusuna “evet” cevabını verirken, %25’i “hayır” cevabını vermiştir.

Soruya meslek gruplarına bağlı olarak bakıldığında ise “hayır” cevabını en çok veren grubun %43,5’lik bir yüzdeyle sosyal bilimler alanı katılımcıları olduğu görülmektedir. İlgili değerler Tablo 4.8’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Konutta Kalmaya Devam Etme İsteği	Evet	Sayı	20	15	16	18	69
		Yüzde	29,0%	21,7%	23,2%	26,1%	100,0%
Hayır	Hayır	Sayı	5	10	1	7	23
		Yüzde	21,7%	43,5%	4,3%	30,4%	100,0%
Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.8. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konutta Kalmaya Devam Etme İsteği Dağılımı

“İmkanınız olsa başka konuta taşınmak ister misiniz?” sorusuna katılımcıların %49’u “Evet”, %51’i “Hayır” cevabını vermiştir.

Konutu değiştirme isteği durumuna meslek gruplarına bağlı olarak bakıldığında mühendislik alanı katılımcılarının %33,3 ile en çok “evet” cevabını veren grup, tasarım alanı katılımcılarının ise %31,9 ile en çok “hayır” cevabını veren grup olduğu görülmüştür. Meslek gruplarına bağlı olarak konut değiştirme isteği ile ilgili veriler Tablo 4.9’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Konut Değiş-tirme İsteği	Evet	Sayı	10	14	6	15	45
		Yüzde	22,2%	31,1%	13,3%	33,3%	100,0%
Konut Değiş-tirme İsteği	Hayır	Sayı	15	11	11	10	47
		Yüzde	31,9%	23,4%	23,4%	21,3%	100,0%
Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.9. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Değiş-tirme İsteği Dağılımı

Konutta yaşamaya devam etme ve taşınma isteği sorularının ardından katılımcılara neden imkanları olsa taşınmak isteyeceklerine dair açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. Gelen cevaplar genellikle otopark eksikliği, çocuklarının vakit geçirebilecekleri alanların yetersizliği, hali hazırda oturulan konutun yaşının fazla oluşu ve bundan kaynaklanan teknik sıkıntılar, daha büyük evde yaşama arzusu ve ihtiyacı, bahçeli bir evde yaşama arzusu, kirada oturan katılımlar için mülkiyet arzusu şeklindedir.

Katılımcıların 48’i konutlarında hobilerini gerçekleştirebilecek alanlar olduğunu belirtirken 28 kişi kısmen böyle bir alan olduğunu 16 kişi ise böyle bir alan olmadığını belirtmiştir.

Hobi alanı varlığına dair duruma meslek gruplarına bağlı olarak bakıldığında “yok” cevabını en çok veren grubun %56,3’lük oranla mühendislik alanı katılımcıları olduğu görülmüştür. %33,3’lük bir oranla sosyal bilimler alanı katılımcıları en çok “var” cevabını veren grup olmuştur. Konuyla ilgili değerler Tablo 4.10’da verilmiştir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Hobi Alanı	Var	Sayı	12	16	13	7	48
		Yüzde	25,0%	33,3%	27,1%	14,6%	100,0%
	Kısmen Var	Sayı	9	7	3	9	28
		Yüzde	32,1%	25,0%	10,7%	32,1%	100,0%
	Yok	Sayı	4	2	1	9	16
		Yüzde	25,0%	12,5%	6,3%	56,3%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.10. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Hobi Alanı Dağılımı

Katılımcıların 73'ü konutlarının mahremiyet sağladığını 17'si kısmen sağladığını, 2'si sağlamadığını belirtmiştir.

Katılımcıların 68'i kendilerini konutlarına ait hissettiklerini belirtirken, 19 kişi "kısmen", 5 kişi "hayır" cevabını işaretlemiştir. Mesleğe bağlı olarak aidiyet hissi yüzdelere bakıldığında tasarım alanı katılımcılarının %30,9'luk oranla aidiyet duygusunu en çok hisseden grup olduğu görülmüştür. Mühendislik alanı katılımcıları ise %60'luk bir oranla en çok aidiyet hissetmediğini belirtilen grup olmuştur. Mesleklere bağlı olarak konut aidiyet hissi dağılımı Tablo 4.11'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Aidiyet hissi	Var	Sayı	21	16	15	16	68
		Yüzde	30,9%	23,5%	22,1%	23,5%	100,0%
	Kısmen Var	Sayı	4	7	2	6	19
		Yüzde	21,1%	36,8%	10,5%	31,6%	100,0%
	Yok	Sayı	0	2	0	3	5
		Yüzde	0,0%	40,0%	0,0%	60,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.11. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet Hissi Dağılımı

Konut yaşamını anlamaya yönelik soruların son kısmında katılımcılara konutlarında en sevdikleri ve en sevmedikleri şeylerin ne olduğuna dair açık uçlu sorular sorulmuştur.

Katılımcılara yöneltilen “Konutunuzda en çok sevdiğiniz şey nedir?” sorusuna verilen cevaplara bakılacak olursa konut genel durumu ile ilgili olarak; mimarisi, planı, konumu (merkezi oluşu, işe ve çocuğun okuluna olan mesafesi), site içinde oluşu, depolama alanlarının bolluğu, balkon/bahçe, aydınlık/ferahlık cevapları verilmiş, sosyal durumuyla ilgili olarak; konutta aileyle olmak, hobi alanları, tek başına özgür bir yaşam alanına sahip olmak, komşuluk ilişkileri, güvenlik cevapları verilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen “Konutunuzda en çok sevmediğiniz şey nedir?” sorusuna verilen cevaplara bakılacak olursa ise konut genel durumu ile ilgili olarak; Asansör eksikliği, otopark sorunu, odaların küçüklüğü, donatıların eski oluşu, koku/ısı izolasyonu sorunu, binanın yaşından kaynaklı teknik sorunlar, gün ışığından yeterince faydalanamama, konum (merkeze uzaklık, iş yerine uzaklık) gibi cevaplar alınırken, sosyal durumu ile ilgili olarak; mahalle/komşular/yakın çevre, kirada oturanlar için giderlerin fazlalığı gibi cevaplar alınmıştır.

4.2.c. Konut Yakın Çevresi Memnuniyeti, Konut Durumu Memnuniyeti, Konut İç Mekan Tasarımı Memnuniyeti, Konut Aidiyet Hissi, Konut Kalite Algısına Dair Bulgular

Yapılan literatür taramaları göstermiştir ki konut kalitesi, konut memnuniyeti ve konut aidiyet duygusu kavramlarını birbirlerinden ayrı değerlendirmek mümkün değildir. Bu nedenle anket çalışmasının ikinci kısmı beşli likert ölçeğinde hazırlanmış, konut yakın çevresi memnuniyetini, konut durumu memnuniyeti, konut iç mekan tasarımı memnuniyeti, konut aidiyet hissini ve konut kalite algısını ölçmeye yönelik soruların birbirleriyle olan ilişkisi ise basit korelasyon yöntemi kullanılarak karşılaştırılmıştır. Sonuçlar Tablo 4.12, 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, 4.18, 4.19, 4.20 ve 4.21’de verilmiştir.

		Yakın Çevre Memnuniyeti	Konut Durumu Memnuniyeti
Yakın Çevre Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,531**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Durumu Memnuniyeti	Pearson Correlation	,531**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.12. Katılımcıların Konut Yakın Çevre-Konut Durumu Memnuniyetleri İlişkisi

Tablo 4.12' nin incelenmesi ile katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyeti ve konut durumu memnuniyeti arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,531$, $p<.01$. Buna göre konut yakın çevresi memnuniyeti arttıkça konut durumu memnuniyetinin arttığı söylenebilir.

		Yakın Çevre Memnuniyeti	Konut Kalitesi
Yakın Çevre Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,618**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Kalitesi	Pearson Correlation	,618**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.13. Katılımcıların Konut Yakın Çevre-Konut Kalite Algısı İlişkisi

Tablo 4.13'ün incelenmesinden katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyeti ve konut kalitesi algısı arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,618$, $p<.01$. Buna göre konut yakın çevresi memnuniyeti arttıkça konut kalitesi algısının arttığı söylenebilir.

		Yakın Çevre Memnuniyet	İç Mekan Memnuniyet
Yakın Çevre Memnuniyet	Pearson Correlation	1	,583**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
İç Mekan Memnuniyet	Pearson Correlation	,583**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.14. Katılımcıların Konut Yakın Çevre- İç Mekan Tasarımı Memnuniyetleri İlişkisi

Tablo 4.14'ün incelenmesinden katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyeti ve konut iç mekan tasarımı memnuniyeti arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,583$, $p<.01$. Buna göre konut yakın çevresi memnuniyeti arttıkça konut iç mekan memnuniyetinin arttığı söylenebilir.

		Yakın Çevre Memnuniyet	Konut Aidiyet
Yakın Çevre Memnuniyet	Pearson Correlation	1	,347**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	92	92
Konut Aidiyet	Pearson Correlation	,347**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	92	92

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.15. Katılımcıların Konut Yakın Çevre Memnuniyeti- Konut Aidiyet Hissi İlişkisi

Tablo 4.15'in incelenmesinden katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyeti ve konut aidiyet hissi arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,347$, $p<.01$. Buna göre konut yakın çevresi memnuniyeti arttıkça konut aidiyet hissini arttığı söylenebilir.

		Konut Durumu Memnuniyeti	Konut Kalitesi
Konut Durumu Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,629**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Kalitesi	Pearson Correlation	,629**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.16. Katılımcıların Konut Durumu Memnuniyeti-Konut Kalite Algısı İlişkisi

Tablo 4.16'nın incelenmesinden katılımcıların konut durumu memnuniyeti ve konut kalite algısı arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,629$, $p<.01$. Buna göre konut durumu memnuniyeti arttıkça konut kalite algısının arttığı söylenebilir.

		Konut Durumu Memnuniyeti	İç Mekan Memnuniyeti
Konut Durumu Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,640**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
İç Mekan Memnuniyeti	Pearson Correlation	,640**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.17. Katılımcıların Konut Durumu- İç Mekan Tasarımı Memnuniyetleri İlişkisi

Tablo 4.17'nin incelenmesinden katılımcıların konut durumu memnuniyeti ve konut iç mekan tasarımı memnuniyeti arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,640$, $p<.01$. Buna göre konut durumu memnuniyeti arttıkça konut iç mekan tasarımı memnuniyetinin arttığı söylenebilir.

		Konu Durumu Memnuniyeti	Konut Aidiyeti
Konu Durumu Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,510**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Aidiyeti	Pearson Correlation	,510**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.18. Katılımcıların Konut Durumu Memnuniyeti - Konut Aidiyet Hissi İlişkisi

Tablo 4.18'in incelenmesinden katılımcıların konut durumu memnuniyeti ve konut aidiyet hissi arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,510$, $p<.01$. Buna göre konut durumu memnuniyeti arttıkça konut aidiyet hissini arttığı söylenebilir.

		İç Mekan Memnuniyeti	Konut Kalitesi
İç Mekan Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,719**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Kalitesi	Pearson Correlation	,719**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.19. Katılımcıların Konut İç Mekan Memnuniyeti- Konut Kalite Algısı İlişkisi

Tablo 4.19'un incelenmesinden katılımcıların iç mekan tasarım memnuniyeti ve konut kalitesi algısı arasında güçlü düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,719$, $p<.01$. Buna göre konut iç mekan memnuniyeti arttıkça konut kalite algısının arttığı söylenebilir.

		İç Mekan Memnuniyeti	Konut Aidiyeti
İç Mekan Memnuniyeti	Pearson Correlation	1	,452**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Aidiyeti	Pearson Correlation	,452**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.20. Katılımcıların Konut İç Mekan Memnuniyeti- Konut Aidiyet Hissi İlişkisi

Tablo 4.20'nin incelenmesinden katılımcıların iç mekan tasarım memnuniyeti ve konut aidiyet hissi arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,452$, $p<.01$. Buna göre konut iç mekan memnuniyeti arttıkça konut aidiyet hissini arttırdığı söylenebilir.

		Konut Aidiyeti	Konut Kalitesi
Konut Aidiyeti	Pearson Correlation	1	,566**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	92	92
Konut Kalitesi	Pearson Correlation	,566**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	92	92

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 4.21. Katılımcıların Konut Aidiyet Hissi- Konut Kalite Algısı İlişkisi

Tablo 4.21'in incelenmesinden katılımcıların konut aidiyeti hissi ve genel konut kalitesi arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir, $r=0,566$, $p<.01$. Buna göre konut aidiyeti arttıkça konut kalite algısının arttığı söylenebilir.

4.2.d. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın Çevresi, Konut Durumu, İç Mekan Tasarımı Memnuniyetleri, Konut Aidiyet Hissi ve Konut Kalite Algısı Durumlarının Değerlendirilmesi

Meslek gruplarına bağlı olarak konut yakın çevresi memnuniyeti, konut durumu memnuniyeti, konut iç mekan tasarımı memnuniyeti, konut aidiyet hissi, ve konut kalite algısı durumlarını değerlendirebilmek için öncelikle her bir faktöre normallik testi uygulanmıştır. Çıkan sonuçlar doğrultusunda mesleğe bağlı olarak konut yakın çevresi memnuniyeti, konut aidiyet hissi ve konut kalite algısını ölçmek için parametrik bir test olan ANOVA testi, konut durumu memnuniyeti, konut iç mekan tasarımı memnuniyetini ölçmek için ise parametrik olmayan Kruskal-Wallis H testini uygulamanın uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyeti betimsel istatistikleri Tablo 4.22’de, meslek grubuna göre ANOVA sonuçları Tablo 4.23’ de verilmiştir.

Meslek	n	\bar{x}	ss
Tasarım	25	4,01	,86
Sosyal Bilimler	25	4,02	,70
Tıp	17	4,19	,44
Mühendislik	25	3,78	,59

Tablo 4.22. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın Çevresi Memnuniyeti Betimsel İstatistikleri

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	1,879	3	,626	1,315	,275
Gruplarıçi	41,917	88	,476		
Toplam	43,796	91			

Tablo 4.23. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Yakın Çevresi Memnuniyeti ANOVA Sonuçları

Analiz sonuçları, katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyetinin meslek grupları bakımından anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir, $F(3,88)= 1,315$, $p>0.05$. Katılımcıların konut yakın çevresi memnuniyetine ilişkin görüşleri meslek grubu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Katılımcıların konut mekânı aidiyet hislerinin betimsel istatistikleri Tablo 4.24'te, meslek grubuna göre ANOVA sonuçları Tablo 4.25'te verilmiştir.

Meslek	n	\bar{x}	ss
Tasarım	25	3,85	,82
Sosyal Bilimler	25	3,75	,76
Tıp	17	4,06	,69
Mühendislik	25	3,442	,86

Tablo 4.24. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet Hissi Betimsel İstatistikleri

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	4,733	3	1,578	2,475	,067
Gruplarıçi	56,100	88	,638		
Toplam	60,833	91			

Tablo 4.25. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Aidiyet Hissi ANOVA Sonuçları

Analiz sonuçları, katılımcıların konut mekânı aidiyet hissinde meslek grupları bakımından anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir, $F(3,88)= 2,48$, $p>0.05$. Katılımcıların konut mekânı aidiyet hissine ilişkin görüşleri meslek grubu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Katılımcıların konut kalitesi algısı betimsel istatistikleri Tablo 4.26’da, meslek grubuna göre ANOVA sonuçları Tablo 4.27’de verilmiştir.

Meslek	n	\bar{x}	ss
Tasarım	25	3,91	,86
Sosyal Bilimler	25	3,80	,85
Tıp	17	4,24	,47
Mühendislik	25	3,69	,54

Tablo 4.26. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Kalite Algısı Betimsel İstatistikleri

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplararası	3,361	3	1.120	2.139	,101
Gruplarıçi	46,094	88	,524		
Toplam	49,455	91			

Tablo 4.27. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Kalite Algısı ANOVA Sonuçları

Analiz sonuçları, katılımcıların konut kalitesi algısında meslek grupları bakımından anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir, $F(3,88)= 2,139$, $p>0.05$. Katılımcıların konut kalitesi algısına ilişkin görüşleri meslek grubu değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir.

Farklı meslek gruplarına ait katılımcıların konut durumu memnuniyeti testinden aldıkları puanların Kruskal-Wallis H testi sonuçları Tablo 4.28’de verilmiştir.

Meslek	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Tasarım	25	51,28	3	15,25	,002	
Sosyal Bilimler	25	46,12				Müh.-Tas
Tıp	17	62,56				Müh.-Tıp
Mühendislik	25	31,18				Sos. B. -Tıp

Tablo 4.28. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut Durumu Memnuniyeti, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Analiz sonuçları farklı meslek grubu katılımcılarının aldıkları puanların konut durumu memnuniyetine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir, $\chi^2(sd=3, n=92)= 15,25, p<.05$. Bu bulgu farklı meslek gruplarının konut durumu memnuniyetlerinin farklı olduğunu gösterir. Grup sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek konut durumu memnuniyetinin tıp alanı katılımcılarına ait olduğu, bunu tasarım, sosyal bilimler, mühendislik alanlarının izlediği görülmektedir. Bu test sonucunun ardından ikili gruplar arasında fark olup olmadığının incelenmesi gerekir. İkili gruplar arasında Mann-Whitney U testi uygulanmış olup mühendislik-tasarım, mühendislik-tıp, sosyal bilimler-tıp alanı katılımcıları arasında anlamlı bir istatistiksel fark olduğu görülmüştür.

Farklı meslek gruplarına ait katılımcıların konut iç mekan tasarımı memnuniyeti testinden aldıkları puanların Kruskal-Wallis H testi sonuçları Tablo 4.29’da verilmiştir.

Meslek	n	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Tasarım	25	47,48	3	8,849	,031	
Sosyal Bilimler	25	40,38				Müh.-Tıp
Tıp	17	62,71				Sos. B. -Tıp
Mühendislik	25	40,61				

Tablo 4.29. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Konut İç Mekan Memnuniyeti, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Analiz sonuçları farklı meslek grubu katılımcılarının aldıkları puanların konut iç mekan tasarımı memnuniyetine göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir, $\chi^2(sd=3, n=92)= 8,849, p<.05$. Bu bulgu meslek gruplarının konut iç mekan memnuniyetlerinin farklı olduğunu gösterir. Grup sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek konut iç mekan tasarımı memnuniyetinin tıp alanı katılımcılarında olduğu, bunu tasarım, mühendislik, sosyal bilimler alanlarının izlediği görülmektedir. Bu test sonucunun ardından ikili gruplar arasında fark olup olmadığının incelenmesi gerekir. İkili gruplar arasında Mann-Whitney U testi

uygulanmış olup Mühendislik-Tıp alanı katılımcıları, sosyal bilimler ve tıp katılımcıları arasında anlamlı bir istatistiksel fark olduğu görülmüştür.

Farklı meslek gruplarına ait katılımcıların genel memnuniyet, aidiyet, kalite algısı testinden aldıkları puanların Kruskal-Wallis H testi sonuçları Tablo 4.30'da verilmiştir.

Meslek	n	a	sd	x^2	p	Anlamlı Fark
Tasarım	25	52,96	3	17,760	,000	
Sosyal Bilimler	25	41,60				Müh.- Tas.
Tıp	17	64,88				Müh.-Tıp
Mühendislik	25	32,44				Sos. B. -Tıp

Tablo 4.30. Katılımcıların Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Genel Konut Memnuniyeti, Konut Aidiyet Hissi, Konut Kalite Algısı, Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Analiz sonuçları farklı meslek grubu katılımcılarının aldıkları puanların genel memnuniyet, aidiyet, kalite göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir, $x^2(sd=3, n=92)=17,760, p<.05$. Bu bulgu farklı meslek gruplarının genel memnuniyet, aidiyet, kalite algısının farklı olduğunu gösterir. Grup sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek genel memnuniyet, aidiyet, kalite algısının tıp alanı katılımcılarında olduğu, bunu tasarım, sosyal bilimler, mühendislik alanlarının izlediği görülmektedir. Bu test sonucunun ardından ikili gruplar arasında fark olup olmadığının incelenmesi gerekir. İkili gruplar arasında Mann-Whitney U testi uygulanmış olup mühendislik-tasarım, mühendislik-tıp ve sosyal bilimler-tıp katılımcıları arasında anlamlı bir istatistiksel fark olduğu görülmüştür.

4.2.e.Konut Tasarımına Yönelik Bulgular

Anket çalışmasının son kısmında katılımcılara konutta en çok vakit geçirdikleri alanı göz önünde bulundurarak o mekana dair tercihleri sorulmuştur.

Katılımcılara duvar rengi, duvar dokusu, duvar tipine dair dörder seçenekli üç soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzdelik dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak duvar rengi tercihlerine bakıldığında: tasarım alanı katılımcılarının %28,6'lık bir oranla en çok "sıcak" renkleri tercih eden grup olduğu görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları %37,5'lik bir oranla duvarlarında en çok "soğuk" renkleri kullanan grup olmuştur. Mühendislik alanı katılımcıları ise %38,9'luk bir oranla en çok "akromatik" renkleri tercih eden gruptur. Yüzdelik dağılım Tablo 4.31'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Duvar Rengi	Sıcak	Sayı	14	12	13	10	49
		Yüzde	28,6%	24,5%	26,5%	20,4%	100,0%
	Soğuk	Sayı	7	9	1	7	24
		Yüzde	29,2%	37,5%	4,2%	29,2%	100,0%
	Akromatik	Sayı	4	4	3	7	18
		Yüzde	22,2%	22,2%	16,7%	38,9%	100,0%
	Diğer	Sayı	0	0	0	1	1
		Yüzde	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.31. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Duvar Rengi Tercihleri Dağılımı

Meslek gruplarına bağılı olarak katılımcıların duvar dokusu tercihlerine bakıldığında: Sosyal bilimler alanı katılımcılarının yüksek bir oranla “boya” tercih ettikleri görülmektedir. “Duvar kağıdı” seçeneğini ise %40’lık bir oranla en çok tasarım alanı katılımcıları işaretlemiştir. Tasarım alanından yalnızca bir katılımcı “doğal taş” seçeneğini işaretlemiştir. Yüzelik dağılım Tablo 4.32’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Boya	Sayı	16	21	14	19	70	
	Yüzde	22,9%	30,0%	20,0%	27,1%	100,0%	
Doğal Taş	Sayı	1	0	0	0	1	
	Yüzde	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Duvar Dokusu	Sayı	8	4	3	5	20	
	Yüzde	40,0%	20,0%	15,0%	25,0%	100,0%	
Diğer	Sayı	0	0	0	1	1	
	Yüzde	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.32. Meslek Gruplarına Bağılı Olarak Duvar Dokusu Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağılı olarak duvar tipi tercihlerine bakıldığında ise en çok “Düz” seçeneğini işaretledikleri görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları %29,7’lik oranla en çok düz seçeneğini işaretleyen gruptur. Yüzelik dağılım Tablo 4.33’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Düz	Sayı		20	22	14	18	74
	Yüzde		27,0%	29,7%	18,9%	24,3%	100,0%
Klasik Desenli	Sayı		0	2	2	5	9
	Yüzde		0,0%	22,2%	22,2%	55,6%	100,0%
Geometrik Desenli	Sayı		3	1	1	2	7
	Yüzde		42,9%	14,3%	14,3%	28,6%	100,0%
Diğer	Sayı		2	0	0	0	2
	Yüzde		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam	Sayı		25	25	17	25	92
	Yüzde		27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.33. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Duvar Tipi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya tarzı tercihlerine bakıldığında: sosyal bilimler alanı katılımcılarının %42,1'lik oranla “klasik” tarzı en çok tercih eden grup olduğu görülmektedir. Tasarım alanı katılımcıları %38,8'lik bir oranla mobilyalarında en çok “modern” tarzı tercih eden grup olmuştur. Mühendislik alanı katılımcıları %29,2'lik bir oranla “karışık” tarzda mobilyaları en çok tercih eden gruptur. Yüzelik dağılım Tablo 4.34'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Klasik	Sayı		1	8	5	5	19
	Yüzde		5,3%	42,1%	26,3%	26,3%	100,0%
Modern	Sayı		19	11	6	13	49
	Yüzde		38,8%	22,4%	12,2%	26,5%	100,0%
Karışık	Sayı		5	6	6	7	24
	Yüzde		20,8%	25,0%	25,0%	29,2%	100,0%
Toplam	Sayı		25	25	17	25	92
	Yüzde		27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.34. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Tarzı Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya rengi tercihlerine bakıldığında: mühendislik alanı katılımcılarının %29,7'lik oranla “sıcak” renkleri en çok tercih eden grup olduğu görülmektedir. Tasarım alanı katılımcıları %43,8'lik bir oranla mobilyalarında “soğuk” rengi en çok tercih eden grup olmuştur. Yine tasarım alanı katılımcıları %36,4'lük bir oranla “akromatik” renkte mobilyaları en çok tercih eden gruptur. Yüzelik dağılım Tablo 4.35'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Sıcak	Sayı	13	17	15	19	64	
	Yüzde	20,3%	26,6%	23,4%	29,7%	100,0%	
Soğuk	Sayı	7	5	1	3	16	
	Yüzde	43,8%	31,3%	6,3%	18,8%	100,0%	
Akromatik	Sayı	4	3	1	3	11	
	Yüzde	36,4%	27,3%	9,1%	27,3%	100,0%	
Diğer	Sayı	1	0	0	0	1	
	Yüzde	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.35. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya malzemesi tercihlerine bakıldığında en çok tercih edilen malzemenin “ahşap” olduğu görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları ise %29,6'lık oranla en çok “ahşap” malzemeyi tercih eden grup olmuştur. Yüzelik dağılım Tablo 4.36'daki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Ahşap	Sayı	22	24	15	20	81	
	Yüzde	27,2%	29,6%	18,5%	24,7%	100,0%	
Metal	Sayı	2	0	1	2	5	
	Yüzde	40,0%	0,0%	20,0%	40,0%	100,0%	
Krom	Sayı	0	1	1	1	3	
	Yüzde	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%	
Diğer	Sayı	1	0	0	2	3	
	Yüzde	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.36. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Malzemesi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya döşemesi rengi tercihlerine bakıldığında en çok tercih edilen renk seçeneğinin “sıcak” olduğu görülmektedir. “soğuk” renk seçeneğini %37,5’lik oranla en çok tercih eden grup tasarım alanı katılımcıları olmuştur. Sosyal bilimler katılımcıları ise %38,5’lik oranla “akromatik” seçeneğini en çok işaretleyen grup olmuştur. Yüzelik dağılım Tablo 4.37’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Sıcak	Sayı	13	13	14	15	55	
	Yüzde	23,6%	23,6%	25,5%	27,3%	100,0%	
Soğuk	Sayı	9	7	2	6	24	
	Yüzde	37,5%	29,2%	8,3%	25,0%	100,0%	
Akromatik	Sayı	3	5	1	4	13	
	Yüzde	23,1%	38,5%	7,7%	30,8%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.37. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya döşeme dokusu tercihlerine bakıldığında: en çok tercih edilen doku seçeneğinin “düz” olduğu görülmektedir. “desenli” ve “geometrik” seçeneklerini ise tasarım alanı katılımcıları daha yüksek oranda tercih etmişlerdir. Yüzdeler dağılımı Tablo 4.38’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Düz	Sayı	16	21	12	18	67	
	Yüzde	23,9%	31,3%	17,9%	26,9%	100,0%	
Mobilya Döşeme	Desenli	Sayı	5	4	3	3	15
	Yüzde	33,3%	26,7%	20,0%	20,0%	100,0%	
Dokusu	Geometrik	Sayı	3	0	2	3	8
	Yüzde	37,5%	0,0%	25,0%	37,5%	100,0%	
Diğer	Sayı	1	0	0	1	2	
	Yüzde	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.38. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Dokusu Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak mobilya döşemesi malzemesi tercihlerine bakıldığında: en çok tercih edilen malzemenin “pamuk” olduğu görülmektedir. Tıp alanı katılımcıları %57,1’lik oranla “deri” seçeceğini en çok tercih eden grup olmuştur. Tasarım alanı katılımcıları %37,5’lik oranla “keten” seçeceğini en çok tercih eden grup iken mühendislik alanı katılımcıları %37,5’lik bir oran ile “diğer” seçeceğini en çok tercih eden grup olmuştur. Diğer seçeneğinin yanına bırakılan açık uçlu alana ise en çok “kadife” ve “saten” yazıldığı görülmüştür. Yüzdeler dağılımı Tablo 4.39’daki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Deri	Sayı	2	1	4	0	7	
	Yüzde	28,6%	14,3%	57,1%	0,0%	100,0%	
Mobilya	Sayı	15	16	8	14	53	
	Yüzde	28,3%	30,2%	15,1%	26,4%	100,0%	
Döşeme Malzemesi	Sayı	6	4	1	5	16	
	Yüzde	37,5%	25,0%	6,3%	31,3%	100,0%	
Diğer	Sayı	2	4	4	6	16	
	Yüzde	12,5%	25,0%	25,0%	37,5%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.39. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Mobilya Döşeme Malzemesi Tercihleri Dağılımı

Katılımcılara perde rengi, perde dokusu, perde modeli olmak üzere dörder seçenekli üç soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzdelerle dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak perde rengi tercihlerinde “sıcak” renk seçeceğinde dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir. Tasarım alanı katılımcıları %34,2’lik oranla “soğuk” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. Mühendislik alanı katılımcıları %38,5’lik bir oranla “akromatik” renkleri en çok tercih eden gruptur. Yüzdelerle dağılım Tablo 4.40’deki gibidir.

		Meslek Grupları				Toplam
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Sıcak	Sayı	11	8	11	9	39
	Yüzde	28,2%	20,5%	28,2%	23,1%	100,0%
Soğuk	Sayı	13	12	3	10	38
	Yüzde	34,2%	31,6%	7,9%	26,3%	100,0%
Akromatik	Sayı	1	5	2	5	13
	Yüzde	7,7%	38,5%	15,4%	38,5%	100,0%
Diğer	Sayı	0	0	1	1	2
	Yüzde	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.40. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak perde dokusu tercihlerine bakılacak olursa en çok tercih edilen seçeneğin “düz” olduğu görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları %36,7’lik oranla “desenli” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. “geometrik” seçeneği ise %60,0’lik oranla tasarım alanı katılımcıları tarafından en çok tercih edilmiştir. Yüzdeler dağılımı Tablo 4.41’deki gibidir.

		Meslek Grupları				Toplam
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Düz	Sayı	17	13	10	16	56
	Yüzde	30,4%	23,2%	17,9%	28,6%	100,0%
Desenli	Sayı	5	11	7	7	30
	Yüzde	16,7%	36,7%	23,3%	23,3%	100,0%
Geometrik	Sayı	3	0	0	2	5
	Yüzde	60,0%	0,0%	0,0%	40,0%	100,0%
Diğer	Sayı	0	1	0	0	1
	Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.41. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Dokusu Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak perde modeli tercihlerine bakılacak olursa: en çok tercih edilen seçeneğin “tül” olduğu görülmektedir. Tasarım alanı katılımcıları %48’lik oranla “stor” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. “rustik” seçeneği ise %44,4’lük oranla sosyal bilimler alanı katılımcıları tarafından en çok tercih edilmiştir. Yüzdelerik dağılım Tablo 4.42’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Stor	Sayı	12	2	3	8	25	
	Yüzde	48,0%	8,0%	12,0%	32,0%	100,0%	
Tül	Sayı	8	15	10	15	48	
	Yüzde	16,7%	31,3%	20,8%	31,3%	100,0%	
Rustik	Sayı	5	8	3	2	18	
	Yüzde	27,8%	44,4%	16,7%	11,1%	100,0%	
Diğer	Sayı	0	0	1	0	1	
	Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.42. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Perde Modeli Tercihleri Dağılımı

Katılımcılara halı rengi, halı dokusu, halı modeli olmak üzere dörder seçenekli üç soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzdelerik dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu halı renginde “sıcak” seçeneğini tercih etmiştir. Tasarım alanı katılımcıları %38,9’luk oranla “soğuk” renkleri en çok tercih ederken %50’lik oranla “akromatik” seçeneğini en çok tercih eden grup sosyal bilimler katılımcıları olmuştur. Yüzdelerik dağılım Tablo 4.43’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Sıcak	Sayı		13	16	16	16	61
	Yüzde		21,3%	26,2%	26,2%	26,2%	100,0%
Soğuk	Sayı		7	4	0	7	18
	Yüzde		38,9%	22,2%	0,0%	38,9%	100,0%
Akromatik	Sayı		3	5	1	1	10
	Yüzde		30,0%	50,0%	10,0%	10,0%	100,0%
Diğer	Sayı		1	0	0	1	2
	Yüzde		50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Toplam	Sayı		24	25	17	25	91
	Yüzde		26,4%	27,5%	18,7%	27,5%	100,0%

Tablo 4.43. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların halı dokusu tercihlerine bakıldığında çoğunluğun “desenli” seçeceğini tercih ettiği görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları %36,4'lük oranla “düz” seçeneğini en çok işaretleyen gruptur. Yine sosyal bilimler alanı katılımcıları %50'lik bir oranla en çok “geometrik” seçeceğini işaretleyen gruptur. Yüzdeler dağılımı Tablo 4.44'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Düz	Sayı		7	8	5	2	22
	Yüzde		31,8%	36,4%	22,7%	9,1%	100,0%
Desenli	Sayı		13	11	12	21	57
	Yüzde		22,8%	19,3%	21,1%	36,8%	100,0%
Geometrik	Sayı		3	5	0	2	10
	Yüzde		30,0%	50,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Diğer	Sayı		1	1	0	0	2
	Yüzde		50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam	Sayı		24	25	17	25	91
	Yüzde		26,4%	27,5%	18,7%	27,5%	100,0%

Tablo 4.44. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Dokusu Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların halı modeli tercihlerine baktığımızda ise en çok “parça halı” tercih edildiği görülmektedir. Mühendislik alanı katılımcıları %50’lik oranla “boydan boya” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. Tasarım alanı katılımcıları %75’lik oran ile “hiç” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. Yüzelik dağılım Tablo 4.45’deki gibidir.

		Meslek Grupları				Toplam	
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik		
Halı Modeli	Parça Halı	Sayı	19	23	16	19	77
		Yüzde	24,7%	29,9%	20,8%	24,7%	100,0%
	Boydan Boya	Sayı	3	1	1	5	10
		Yüzde	30,0%	10,0%	10,0%	50,0%	100,0%
	Hiç	Sayı	3	1	0	0	4
		Yüzde	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Diğer	Sayı	0	0	0	1	1
		Yüzde	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.45. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Halı Modeli Tercihleri Dağılımı

Katılımcılara zemin rengi ve zemin malzemesi olmak üzere dörder seçenekli iki soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzelik dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak zemin rengi sorusuna büyük çoğunlukla “Sıcak” cevabı verdiği görülmektedir. Yüzelik dağılım Tablo 4.46’daki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Sıcak	Sayı	20	19	13	18	70	
	Yüzde	28,6%	27,1%	18,6%	25,7%	100,0%	
Soğuk	Sayı	5	4	2	4	15	
	Yüzde	33,3%	26,7%	13,3%	26,7%	100,0%	
Akromatik	Sayı	0	2	0	3	5	
	Yüzde	0,0%	40,0%	0,0%	60,0%	100,0%	
Diğer	Sayı	0	0	2	0	2	
	Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
Total	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.46. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Zemin Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların zemin malzemesi sorusuna çoğunlukla “ahşap” cevabını verdiği görülmektedir. Sosyal bilimler alanı katılımcıları %50’lik oranla “halı” cevabını en çok veren grup olurken mühendislik alanı katılımcıları ise %50’lik oranla “Mermer” seçeneğini en çok tercih eden grup olmuştur. Yüzdeler dağılımı Tablo 4.47’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Ahşap	Sayı	23	19	15	21	78	
	Yüzde	29,5%	24,4%	19,2%	26,9%	100,0%	
Halı	Sayı	2	4	0	2	8	
	Yüzde	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	100,0%	
Mermer	Sayı	0	1	1	2	4	
	Yüzde	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%	
Diğer	Sayı	0	1	1	0	2	
	Yüzde	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.47. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Zemin Malzemesi Tercihleri Dağılımı

Katılımcılara meslek gruplarına bağlı olarak bitki miktarı tercihleri hakkında dört seçenekli tek bir soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzdelerle dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Sosyal bilimler alanı katılımcıları %50'lik bir oranla "hiç" cevabını en çok veren grup olmuştur. Tasarım alanı katılımcıları %29,6'lık oranla "az" ve %41,2'lik oranla "çok" cevabını en fazla veren grup olmuştur. Tıp alanı katılımcıları %29,4'lük oranla "çok" seçeceğini en fazla işaretleyen ikinci gruptur. Yüzdelerle dağılım Tablo 4.48'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Bitki Miktarı	Hiç	Sayı	2	10	1	7	20
		Yüzde	10,0%	50,0%	5,0%	35,0%	100,0%
	Az	Sayı	16	12	11	15	54
		Yüzde	29,6%	22,2%	20,4%	27,8%	100,0%
	Çok	Sayı	7	2	5	3	17
		Yüzde	41,2%	11,8%	29,4%	17,6%	100,0%
Diğer	Sayı	0	1	0	0	1	
	Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.48. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Bitki Miktarı Tercihleri Dağılımı

Katılımcılara aydınlatana tarzı, aydınlatma modeli, aydınlatma ışık rengi, aydınlatma malzemesi olmak üzere dörder seçenekli dört soru sorulmuştur. Soruların mesleğe bağlı olarak yüzdelerle dağılımları aşağıda yorumlanmıştır.

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak aydınlatma tarzı tercihlerine bakılacak olursa %40'lık oranla "klasik" seçeneğini en çok tercih eden grup mühendislik alanı katılımcıları olmuştur. %39,2'lik oranla "modern" seçeneğini en çok işaretleyen grup tasarım alanı katılımcıları olurken, %53,8'lik oranla "eklektik" seçeneğini en çok işaretleyen grup sosyal bilimler alanı katılımcıları olmuştur. Yüzdelerle dağılım Tablo 4.49'daki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Klasik	Sayı		4	6	5	10	25
	Yüzde		16,0%	24,0%	20,0%	40,0%	100,0%
Modern	Sayı		20	10	8	13	51
	Yüzde		39,2%	19,6%	15,7%	25,5%	100,0%
Eklektik	Sayı		1	7	3	2	13
	Yüzde		7,7%	53,8%	23,1%	15,4%	100,0%
Diğer	Sayı		0	2	1	0	3
	Yüzde		0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Toplam	Sayı		25	25	17	25	92
	Yüzde		27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.49. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Tarzı Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak aydınlatma modeli tercihlerine bakıldığında %33,3'lük oranla “yerden” seçeneğini en çok tercih eden gruplar tasarım ve tıp alanı katılımcıdır. %32,8'lik oranla “tavandan” seçeneğini en çok işaretleyen grup mühendislik alanı katılımcıları olurken, %33,3'lük oranla “hepsi” seçeneğini en çok işaretleyen gruplar sosyal bilimler alanı katılımcıları ve tasarım alanı katılımcılarıdır. Yüzdeler dağılımı tablo 4.50'deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Yerden	Sayı	4	2	4	2	12	
	Yüzde	33,3%	16,7%	33,3%	16,7%	100,0%	
Tavandan	Sayı	14	17	10	20	61	
	Yüzde	23,0%	27,9%	16,4%	32,8%	100,0%	
Masa Üstü	Sayı	1	0	0	0	1	
	Yüzde	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Hepsi	Sayı	6	6	3	3	18	
	Yüzde	33,3%	33,3%	16,7%	16,7%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Tablo 4.50. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Modeli Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak aydınlatma ışık rengi tercihlerine bakılacak olursa %36,2'lik oranla “sarı” seçeneğini en çok tercih eden grup sosyal bilimler alanı katılımcıları, %60,9'luk oranla “beyaz” seçeneğini en çok işaretleyen grup mühendislik alanı katılımcıları, %50'lik oranla “doğal ışık” seçeneğini en çok işaretleyen grup ise tasarım alanı katılımcıları olmuştur. Yüzelik dağılım tablosu aşağıdaki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Aydınlatma Işık Rengi	Sarı	Sayı	13	17	9	8	47
		Yüzde	27,7%	36,2%	19,1%	17,0%	100,0%
	Beyaz	Sayı	2	6	1	14	23
		Yüzde	8,7%	26,1%	4,3%	60,9%	100,0%
	Doğal Işık	Sayı	10	1	6	3	20
		Yüzde	50,0%	5,0%	30,0%	15,0%	100,0%
	Diğer	Sayı	0	1	0	0	1
		Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Hepsi	Sayı	0	0	1	0	1
		Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Tablo 4.51. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Işık Rengi Tercihleri Dağılımı

Katılımcıların meslek gruplarına bağlı olarak aydınlatma malzemesi tercihlerine bakıldığında büyük çoğunluğun “metal” seçeneğini tercih ettiği görülmektedir. Tasarım alanı katılımcıları %57,1’lik oranla “ahşap” seçeneğini en çok tercih eden grup olurken %44,4’lük oranla “plastik” seçeneğini en çok tercih eden grup sosyal bilimler alanı katılımcıları olmuştur. Yüzelik dağılım Tablo 4.52’deki gibidir.

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Aydınlatma Malzemesi	Ahşap	Sayı	4	0	2	1	7
		Yüzde	57,1%	0,0%	28,6%	14,3%	100,0 %
	Metal	Sayı	17	12	8	12	49
		Yüzde	34,7%	24,5%	16,3%	24,5%	100,0 %
	Plastik	Sayı	1	8	2	7	18
		Yüzde	5,6%	44,4%	11,1%	38,9%	100,0 %
	Diğer	Sayı	1	3	2	2	8
		Yüzde	12,5%	37,5%	25,0%	25,0%	100,0 %
	Hepsi	Sayı	2	2	3	3	10
		Yüzde	20,0%	20,0%	30,0%	30,0%	100,0 %
	Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0 %

Tablo 4.52. Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Aydınlatma Malzemesi Tercihleri Dağılımı

4.3. Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Anket çalışmasının bulgularına bakıldığında: katılımcılarının 50'sinin kadın, 42'sinin erkek olduğu ve cinsiyet konusunda dengeli bir dağılımın bulunduğu görülmektedir.

Katılımcıların %51'i bekar, %49'u evlidir. Yüzdeler oranlara bakıldığında medeni durum konusunda da dengeli bir dağılım sağlandığı görülmektedir. Katılımcıların %55'i çocuk sahibi değilken %45'i çocuk sahibidir.

Katılımcıların %70'i doktora mezundur ve %59'u aylık olarak 5000 TL'nin üzerinde kazanmaktadır. %67'sinin kendisine ait aracı bulunmakta ve %54'ü kendi evinde, %79'u apartman dairesinde ikamet etmektedir. %61'inin mevcut konutlarından başka konutu bulunmamaktadır. %63'ü konutunu konumu nedeniyle tercih etmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu evde 2 ya da 3 kişi ikamet etmektedir. 86 kişi konutta kendisine ait bir odası olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılar en çok salonda vakit geçirmektedirler.

Katılımcıların çoğu evinde yenileme yapmazken, tasarım alanı katılımcılarının %48'inin evlerini belirli aralıklarla yenilediklerini belirtmiştir.

Katılımcıların %75'i konutlarında yaşamaya devam etmek istediklerini belirtmiştir. %29'luk oranla tasarım alanı katılımcıları mevcut konutlarında kalmaya en çok devam etmek isteyen grup olmuştur. Sosyal bilimler alanı katılımcıları ise %43,5'lik oran ile en çok taşınmak isteyen gruptur.

Katılımcıların büyük çoğunluğu konutunun mahremiyetini sağladığını ve konutuna ait hissettiğini belirtmiştir. Aitlik hissetme oranlarına bakıldığında tasarım alanı katılımcıları konutlarına ait hissederken mühendislik alanı katılımcıları konutlarına en az ait hisseden grup olmuştur.

Konutta hobi alanı varlığına yönelik sorularda en çok sosyal bilimler alanı katılımcılarının hobi alanlarına sahip olduğu görülürken, %56,3 gibi büyük bir oran ile en az hobi alanına sahip grup mühendislik alanı katılımcıları olmuştur.

Konut yakın çevre memnuniyeti, konut durumu memnuniyeti, konut iç mekan memnuniyeti, konut aidiyet hissi ve kalite algısı durumlarının birbirleri ile korelasyonlarına bakıldığında bütün kavramların pozitif yönde orta ve güçlü ilişkiler içinde olduğu görülmüştür.

Yakın çevre memnuniyetinin meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan ANOVA testinden anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Konut aidiyet hissini meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan ANOVA testinden anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Konut kalite algısının meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan ANOVA testinden anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Konut durumu memnuniyetinin meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan Kruskal- Wallis H testinden anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Sonuca göre Mühendislik- Tasarım, Mühendislik-Tıp, Sosyal Bilimler- Tıp alanı katılımcıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Konut iç mekan memnuniyetinin meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan Kruskal- Wallis H testinden anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Sonuca göre Mühendislik-Tıp, Sosyal Bilimler- Tıp alanı katılımcıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Konut genel memnuniyeti, aidiyeti ve kalite algısının meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini anlamaya yönelik uygulanan Kruskal- Wallis H testinden anlamlı bir fark olduğu sonucu çıkmıştır. Sonuca göre Mühendislik- Tasarım, Mühendislik-Tıp, Sosyal Bilimler- Tıp alanı katılımcıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Katılımcıların konut tercihlerini anlamaya yönelik yöneltilen sorularda;

Duvar rengi tercihlerinde katılımcılar en çok sıcak renk seçeneğini tercih etmiştir. Soğuk renkleri en çok tasarım alanı katılımcılarının tercih ettiği görülmüştür.

Duvar dokusu tercihlerine bakıldığında en çok boya tercih edildiği bu tercihi de en çok sosyal bilimler alanı katılımcılarının yaptığı görülmektedir. Duvar kağıdı seçeneği ise en çok tasarım alanı katılımcıları tarafından tercih edilmiştir.

Duvar tipi olarak en çok düz desen tercih edilirken, mühendislik alanı katılımcıları en çok klasik deseni, tasarım alanı katılımcıları ise en çok geometrik deseni tercih eden gruplar olmuştur.

Mobilya tarzı tercihlerini anlamaya yönelik soruda sosyal bilimler alanı katılımcıları en çok klasik tarzı, tasarım alanı katılımcıları en çok modern tarzı, mühendislik alanı katılımcıları en çok karışık tarzda mobilyaları tercih etmişlerdir.

Mobilya rengi tercihlerini anlamaya yönelik soruda en çok sıcak renklerin tercih edildiği görülürken, tasarım alanı katılımcılarının en çok soğuk renkleri tercih eden grup olduğu görülmüştür.

Mobilya döşeme rengi tercihlerini anlamaya yönelik soruda en çok pamuklu kumaş tercih edilirken, tıp alanı katılımcıları en çok deri seçeneğini, tasarım alanı katılımcıları ise en çok keten seçeneğini tercih etmişlerdir.

Perde rengi tercihini anlamaya yönelik soruda tasarım ve tıp alanı katılımcıları en çok sıcak renkleri tercih eden gruplar olurken, yine tasarım alanı katılımcıları en çok soğuk renkleri tercih eden grup olmuştur.

Perde dokusu tercihini anlamaya yönelik soruda çoğunluk düz dokuları tercih ederken, sosyal bilimler alanı katılımcıları en çok desenli, tasarım alanı katılımcıları ise en çok geometrik desen seçeneğini tercih eden gruplar olmuştur.

Perde modelini tercihini anlamaya yönelik soruda çoğunluk tül seçeneğini tercih ederken, tasarım alanı katılımcıları en çok stor, sosyal bilimler alanı katılımcıları ise en çok rustik seçeneğini işaretleyen gruplar olmuştur.

Halı rengini anlamaya yönelik soruda çoğunluk sıcak renkleri tercih ederken, soğuk renk seçeneği tasarım ve mühendislik alanı katılımcıları tarafından, akromatik seçeceği ise sosyal bilimler katılımcıları tarafından en çok işaretlenmiştir.

Halı dokusunu anlamaya yönelik soruda katılımcılar çoğunlukla desenli seçeneğini tercih ederken, sosyal bilimler alanı katılımcıları en çok düz, mühendislik alanı katılımcıları en çok desenli seçeneğini tercih etmişlerdir.

Halı modelini anlamaya yönelik soruda katılımcılar en çok parça halı seçeneğini tercih ederken, mühendislik alanı katılımcıları en çok boydan boya halı seçeneğini, tasarım alanı katılımcıları ise en çok hiç seçeneğini işaretleyen gruplar olmuştur.

Zemin rengini anlamaya yönelik soruda en çok sıcak renk tercih edilirken, tasarım alanı katılımcıları en çok soğuk renkleri tercih eden grup, mühendislik alanı katılımcıları ise en çok akromatik renkleri tercih eden gruplar olmuştur.

Zemin malzemesi olarak en çok ahşap tercih edilirken, mühendisler en çok mermer seçeneğini tercih eden grup olmuştur.

Konutta bulunan bitki miktarını anlamaya yönelik soruda en çok mühendislik alanı katılımcılarının hiç seçeneğini tercih ederken, en çok az/çok seçeneğini tercih edenlerin tasarım alanı katılımcıları daha sonra tıp alanı katılımcıları olduğu görülmüştür.

Katılımcıların aydınlatma tarzı tercihlerini anlamaya yönelik soruda mühendislik alanı katılımcılarının en çok klasik, tasarım alanı katılımcılarının en çok modern, sosyal bilimler alanı katılımcılarının en çok eklektik seçeneğini tercih eden gruplar olduğu görülmüştür.

Aydınlatma modeli tercihinin anlamaya yönelik soruda mühendislik alanı katılımcılarının en çok tavandan, tasarım alanı katılımcılarının en çok masa üstü modelleri tercih ettikleri görülmüştür.

Aydınlatma ışık rengi tercihinin anlamaya yönelik soruda en çok sosyal bilimler alanı katılımcılarının en çok sarı ışık, mühendislik alanı katılımcılarının en çok beyaz ışık, tasarım alanı katılımcılarının ise en çok doğal ışık rengini tercih ettikleri görülmüştür.

Aydınlatma malzemesi tercihlerini anlamaya yönelik soruda en çok tasarım alanı katılımcılarının en çok ahşap malzemeyi, sosyal bilimler alanı katılımcılarının ise en çok plastik malzemeyi tercih ettikleri görülmüştür.

BÖLÜM V

SONUÇ ve ÖNERİLER

Konut insan hayatında en çok anlam taşıyan mekandır. Kullanıcı kendileme yoluyla mekana kendisini yansıtarak konut mekanını “Ev”e dönüştürür. Konutu kendileme ve dolayısıyla aidiyet hissi oluşma süreci sağlıklı fiziksel ve ruhsal hayatın olmazsa olmazıdır.

Konutu kendilemeyi etkileyen pek çok etken vardır. Kültür, ekonomik durum, yaş, cinsiyet bu konuda önemli rol oynayan etkenlerdir. Kişi konutunu etkenler etkisinde kalarak kendine özel bir hale getirir.

Bu tez çalışmasında konutu kendileme dolayısıyla aidiyet hissi oluşmasında meslek değişkeninin etkisi üzerinde durulmuştur. Konut mekanı tercihleri ile aidiyet hissi yaratmak bakımından mesleğe bağlı değişkenler araştırmanın konusu olmuştur.

Bu kapsamda öne sürülen hipotezlerden bazıları doğrulanırken bazıları doğrulanamamıştır. Buna göre;

Birinci hipotez olan “Konut yakın çevresi memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanamamıştır. Meslek grupları arasında konut yakın çevresi memnuniyeti ile ilgili anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

İkinci hipotez olan “Konut durumu memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanmıştır. Meslek gruplarına bağlı olarak konut iç mekan memnuniyeti anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sonuçlara bakıldığında en çok konut durumundan memnun olan meslek grubu sırasıyla tıp alanı katılımcıları, tasarım alanı katılımcıları, sosyal bilimler alanı katılımcıları ve

son olarak mühendislik alanı katılımcılarıdır. Meslek gruplarına bağlı olarak konut durumu memnuniyetinde Mühendislik- Tasarım, Mühendislik-Tıp, Sosyal Bilimler- Tıp alanları katılımcıları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Üçüncü hipotez olan “Konut iç mekan tasarımı memnuniyeti meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanmıştır. Meslek gruplarına bağlı olarak konut iç mekan memnuniyeti anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sonuçlara bakıldığında en çok konut iç mekan tasarımından memnun olan meslek grubu sırasıyla tıp alanı katılımcıları, tasarım alanı katılımcıları, sosyal bilimler alanı katılımcıları ve son olarak mühendislik alanı katılımcılarıdır. Meslek gruplarına bağlı olarak konut iç mekan tasarımı memnuniyetinde Mühendislik-Tıp, Sosyal Bilimler- Tıp alanları katılımcıları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Dördüncü hipotez olan “Konut aidiyet hissi meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanmamıştır. Meslek grupları arasında konut aidiyet hissi ile ilgili anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Beşinci hipotez olan “Konut kalitesi algısı meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanmamıştır. Meslek grupları arasında konut kalite algısı ile ilgili anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Altıncı hipotez olan “Konut mekanı tercihleri (mobilya, perde, halı vs.) meslek gruplarına bağlı olarak farklılık göstermektedir.” hipotezi doğrulanmıştır. Analiz sonuçlarına bakıldığında aydınlatma, renk, doku gibi tercihlerde meslek gruplarına bağlı olarak tercih yüzdeleri arasında farklılıklar olduğu görülmektedir.

Yapılan basit korelasyon testi sonuçları göstermiştir ki konut yakın çevresi memnuniyeti, konut durumu memnuniyeti, konut iç mekan tasarımı memnuniyeti, konut aidiyet hissi ve konut kalite algısı kavramları birbirleri ile pozitif yönde orta ve güçlü ilişki halindedir. Bu sonuç literatür kısmında sözü edilen kavramların birbirleriyle iç içe olduğu ve tek başlarına incelenemeyecekleri söylemlerini doğrular

niteliktedir. Kavramların her biri başlı başına bir araştırma konusu olmakla birlikte aidiyet hususunda hepsi önemli rol oynamaktadır ve aidiyet hissini bu kavramlardan ayrı değerlendirmek eksik ve yanlış sonuçlara sebep olacaktır.

Konut yakın çevresi memnuniyeti, konut aidiyet hissi, konut kalite algısı kavramları arasında meslek gruplarına bağlı olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış olsa bile konut iç mekan memnuniyeti ve konut durumu memnuniyeti bakımından meslek grupları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu sonuç göstermektedir ki katılımcıların kendi tercihleri ile oluşturdukları durumlar arasında meslek gruplarına bağlı değişiklikler söz konusudur. Konut iç mekan tasarımı ve konut durumu memnuniyeti arasında meslek gruplarına bağlı olarak değişiklik olması sonucu ise “Konut mekanı tercihleri meslek gruplarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.” hipotezini destekler niteliktedir.

Tez çalışmasının konusunun konut mekanı ve donatı tercihlerinde mesleğe bağlı değişkenler olduğu göz önünde bulundurulduğunda iç mekan donatı ve tercihleri, konutun fiziksel koşulları iç mekan memnuniyeti ve konut durumu memnuniyetinin bire bir ölçeğidir. Dolayısı ile çalışma için tutarlı sonuçlar elde edilmiştir.

Konut tasarım tercihlerine bakıldığında;

Tasarım alanı katılımcıları;

-Kendilerini yüzde olarak en çok evlerine ait hissedilen, en az taşınmayı isteyen, belli aralıklarla en çok evini yenileyen meslek grubudur. Konut iç mekan ve konut durumu memnuniyeti sıralamasında ise meslek grupları arasında ikinci sıradadır.

-Duvarlarında en çok soğuk renkleri, duvar kağıdını ve geometrik desenleri,

-Mobilyalarında modern tarzı, soğuk renkleri, döşemede keten kumaşı,

-Perdede sıcak renkleri, stor perdeleri ve geometrik desenleri,

-Zeminlerinde soğuk renkleri,

-Halıyı en az tercih eden grup, kullandıklarında ise en çok sıcak renkleri,

- Az ya da çok en çok bitki miktarını,
- Aydınlatmada modern tarzı, ahşap malzemeyi, masa üstü ve yerden aydınlatmayı, doğal ışığı en çok tercih eden katılımcı grubu olmuştur.

Sosyal bilimler alanı katılımcıları;

-Konutlarından imkanları olsa en çok taşınmayı, evlerini en çok değiştirmeyi isteyen grup olmakla beraber evlerinde en çok hobi alanına sahip meslek grubudur. Konut iç mekan ve konut durumu memnuniyeti sıralamasında ise meslek grupları arasında üçüncü sıradadır.

- Duvarlarında en çok soğuk renkleri, boyayı ve düz dokuyu,
- Mobilyalarında klasik tarzı, sıcak renkleri, döşemede pamuklu kumaşı,
- Perdede sıcak renkleri, desenli rustik perdeleri,
- Zeminlerinde sıcak renkleri,
- Halı tercihlerinde akromatik renkleri ve düz dokulu halıları,
- Az ya da hiç bitki miktarını,
- Aydınlatmada eklektik tarzı, plastik malzemeyi, tavandan ve yerden aydınlatmayı, sarı ışığı en çok tercih eden katılımcı grubu olmuştur.

Mühendislik alanı katılımcıları;

-Konutlarına yüzde olarak en az ait hisseden, evini belli aralıklarla ya da hiç en az değiştiren ve evinde en az hobi alanı bulunan meslek grubudur. Konut iç mekan ve konut durumu memnuniyeti sıralamasında ise meslek grupları arasında sonuncu sıradadır.

- Duvarlarında en çok akromatik renkleri, boyayı ve düz dokuyu,
- Mobilyalarında karışık tarzı, sıcak renkleri, döşemede pamuklu kumaşı,
- Perdede soğuk renkleri, düz ve tül perdeleri,
- Zeminlerinde sıcak renkleri, ahşap malzemeyi, en çok boydan boya halıyı
- Halı tercihlerinde sıcak renkleri ve desenli halıları,
- Az bitki miktarını,

-Aydınlatmada klasik tarzı, metal malzemeyi, tavandan aydınlatmayı, beyaz ışığı en çok tercih eden katılımcı grubu olmuştur.

Tıp Alanı Katılımcıları;

-Konut iç mekan ve konut durumu memnuniyeti sıralamasında meslek grupları arasında ilk sıradadır.

-Duvarlarında en çok sıcak renkleri, boyayı ve düz dokuyu,

-Mobilyalarında klasik ve karışık tarzı, sıcak renkleri, döşemede en çok deriyi, düz dokuyu,

-Perdede en çok sıcak renkleri, tül perdeleri,

-Zeminlerinde sıcak renkleri, ahşap malzemeyi, en çok parça halıyı,

-Halı tercihlerinde sıcak renkleri ve desenli halıları,

-Az ya da çok bitki miktarını,

-Aydınlatmada modern tarzı, metal malzemeyi, yerden aydınlatmayı, sarı ve doğal ışığı tercih eden katılımcı grubu olmuştur.

Anket sonuçlarından yola çıkarak tasarım alanı katılımcılarının ev tercihleri ve konut iç mekan ve genel durumu ile ilgili oldukça efor sarfettiklerini söylemek yanlış olmayacaktır. Sosyal bilimler alanı katılımcıları evlerini mümkün olsa en çok değiştirecek meslek grubu gibi görünüyor olsada evlerinde en çok hobi alanı bulduran meslek grubu oldukları göz önünde bulundurulduğunda var olan koşulları en iyi şekilde değerlendirmeye çalışan grup oldukları düşünülebilir. Mühendislik alanı katılımcılarının evlerine kendilerini en az ait hissedeni ve konutlarında en az yenileme yapan grup olduğu görülmektedir. Tasarım alanı katılımcılarının tam tersine konut memnuniyeti için çok efor sarfetmediklerini söylemek yanlış olmayacaktır. Konut iç mekan ve durumu memnuniyeti bakımından son sırada olmaları da bu sonucu destekler niteliktedir.

Konuyla ilgili daha önce yapılmış bir çalışma bulunmadığı için bu tez çalışması iyi bir alan çalışması olmuş ve elde edilen veriler konuya iyi bir başlangıç noktası oluşturmuştur. Fakat çalışma kapsamında kullanılan anket ve analiz yöntemi konuyu yalnızca nicel olarak ele almaktadır. Çalışmayla meslek grupları arasında bir farklılık olup olmadığı araştırılmış ve olumlu sonuç elde edilmiştir. Fakat bu farklılıkların neden olduğu araştırılması gereken bir başka önemli konudur.

Konunun geliştirilmesi için ilerleyen çalışmalarda örneklem grubu daha geniş tutularak daha kapsamlı bir çalışma yapmak daha detaylı sonuçlara ulaşmayı sağlayacaktır. Çalışma nicel bir araştırma olduğu için ilişki durumlarının “neden” olduğuna yönelik bir sonuç elde edilememiştir. Başka araştırmalar yapılarak tercih farklılıklarının neden oluştuğunu incelemek konunun gelişimi ve detaylandırılması için son derece faydalı olacaktır. Konut mekan tercihleri ile ilgili uzman grup görüşmeleri yapmanın daha derinlemesine bilgi edinmek için iyi bir yöntem olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda konut iç mekan tasarımını etkileyen her bir unsur (aydınlatma, halı, perde, mobilya vb.) üzerinde ayrı ayrı çalışmaya değer bir araştırma konusu niteliğindedir.

KAYNAKÇA

Acaralp, Ö., 2009. *Toplumsal Çeşitliliğe Bağlı Algısal Farklılıklar ve Kamusal Mekan Kullanımına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi. FBE.

Akalın, A., Yıldırım, K., Wilson C., Kılıçoğlu, Ö., 2009. “ Architecture and Engineering Students Evaluations Of House Façades: Preference, Complexity and Impressiveness” *Journal of Environmental Psychology* 29; 124-132.

Aktüre, T., 1994. *Konutta kalite*. Ankara: MESA.

Alptekin, D., 2011. *Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. SBE.

Anbarcı, M, Giran Ö., Türkan Y., Manisalı E., 2012. “Ürün Olarak 99Konut Kavramı ve Türkiye’deki Konut Satışlarının Ürün Hayat Eğrisi Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi” *E-Journal of New World Sciences Academy* 7(1): 1A0290

Anton, C., Lawrence, C., 2014. Home is where the heart is: The effect of place of residence on place attachment and community participation. *Journal of Environmental Psychology* 40: 451-461.

Arpacı, F., 2011. “Tüketicilerin Konut Kalitesine İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi” *E-Journal of New World Sciences Academy* 6(3): 2C0038.

Bayartan, M., 2005. “ Osmanlı Şehrinde Bir İdari Birim: Mahalle” *Coğrafya Dergisi* 13: 93-107

Berköz, L., 2008. “İstanbul’da korunaklı tek-aile konutları: Konut kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin belirlenmesi” *İTÜ Dergisi* 7(1): 110-124

Bozdayı, M., (2004), *İç Mekan ve İnsan*. Ankara.

Budak, S., (2000). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Çağatay, K., Kahraman, N., Yıldırım, K., 2016. “Genç Odası Mekanı ve İç Donatı Elemanlarının Tasarım Kriterlerinin Belirlenmesi: ODTÜ Biyoloji ve Gıda Mühendisliği Bölümleri Örneği” Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi 16(1): 54-63.

Dalkılıç, N., 2008. “ Geleneksel Konutlarda Kullanıcı-Mekan İlişkisi: Midyat Örneği” Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi 13(1)

Ergöz-Karahan, E., 2009. “Konut Talebinin Modellenmesi ve Konut Kariyeri Kavramı” İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi 8(15): 79-105.

Erman, O., 2017. “Mekansal Komşuluk Kavramı Üzerinden Mimari Mekanın Analizi” Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi 32(1): 165-176.

Ersoy, Z., 2002. *Konut ve Ev Kavramlarının Karşılaştırmalı Analizi*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi. FBE.

Ertek, H., 1994. İç Mekan Temel Tasarım İlkelerine Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. SBE.

Francaviglia, R. V. (1978). Xenia rebuilds: effects of pre-disaster conditioning on post-disaster redevelopment. *Journal of the American Institute of Planners*, 44, 13–24.

Fried, M. (1963), ‘Grieving for a Lost Home’, in L. J. Duhl (ed), *The Urban Condition*, Basic Books, New York, pp. 151-171.

Fried, M. (2000). “Continuities and discontinuities of place” *Journal of Environmental Psychology* 20:193–205.

Fullilove, M. T. (1996). Psychiatric implications of displacement: contributions from the psychology of place. *American Journal of Psychiatry*, 153, 1516–1523.

Geniş, Ş., 2011. “Küreselleşme, Kent ve Kültür” *İdealkent Dergisi* 3(Mayıs): 48-61.

Giuliani, M. V. (2003). Theory of attachment and place attachment. In M. Bonnes, T. Lee, & M. Bonaiuto (Eds.), *Psychological theories for environmental issues* (pp. 137–170). Aldershot: Ashgate.

Göregenli, M., Karakuş, P., Kösten, Y., Umuroğlu, İ., (2014). Mahalleye Bağlılık Düzeyinin Kent Kimliği ile İlişkisi İçinde İncelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*. 29(73): 73-85.

Gülaydın, D., 2004. *Konutta Memnuniyet ve Tasarım İlişkisi Açısından Çekirdek Konutlarda Esneklik Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi. FBE.

Günel, B., Esin N., 2007. “İnsan – Mekân iletişim modeli bağlamında konutta psiko-sosyal kalitenin irdelenmesi” *İTÜ Dergisi* 6(1): 19-30.

Güneymen, Ş., (2001). Kullanıcının Konut Yakın Çevresinde Kimlik Arayışına–Özel Mekan Oluşturmasına- Yönelik Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Gür, Ş. (1996). *Mekan Örgütlenmesi*. Trabzon: Gür yayıncılık.

Güney, A., 2015. *Teknolojinin Günümüz Konut Yemek Alanlarına Etkisi: İstanbul’da Yaşayan Tasarımcı Konutları Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi. SBE.

Hay, R. (1998). “Sense of place in developmental context” *Journal of Environmental Psychology* 18:5–29.

Hidalgo M. C. & Hernandez B., 2001. Place attachment: Conceptual and empirical questions, *Journal Of Environmental Psychology*. 21: 273-281.

Hummon, D. M. (1992). Community attachment. Local sentiment and sense of place. In I. Altman, & S. M. Low (Eds.), *Place attachment* New York and London: Plenum Press. (pp. 253e277).

İlgin, C., Hacıhasanoğlu, O., 2006. “Göç – aidiyet ilişkisinin belirlenmesi için model: Berlin / Kreuzberg örneği” İTÜ Dergisi 5(2): 59-70.

Ilse, C., 2009. *Home Is Where The Heart Is?* (1.Baskı), London: Quadrille Yayınları

Kahya, L., 2017. *Modernizm Bağlamında Günümüz Türk İç Mekan Tasarımında Bir Yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. SBE.

Kalemci, F., 2017. *Geleneksel Konutlarda Kadının Konutu “Kendileme” Davranışı: Giresun Zeytinlik Mahallesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi. FBE.

Kaptan, B., 2013. *Kültür ve İçmimarlık* (1.Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık

Karahan, E., Özüekren, Ş., 2009. “Konut kariyerini etkileyen faktörler üzerine nitel bir araştırma yöntemi” İTÜ Dergisi 8(2): 69-76.

Kaygalak, İ., 2011. “Postmodern Eleştirilerin Coğrafi Düşünce ve Yeni Mekân Kavrayışları Üzerine Yansımaları” Coğrafi Bilimler Dergisi 9(1):1-10

Keleş, R., Hamamcı, C., (1993). Çevrebilim. Ankara: İmge Kitabevi,

Kellekçi, Ö., (2006). “Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler. İTÜ Dergisi 5(2): 167-178.

Kusuma, H. E. (2008). Working Base and Place Attachment. School of Architecture, Planning and Policy Development, Institute of Technology Bandung INDONESIA.

Kuzgun, Y., (1982). Mesleki Rehberliğin Bireylerin Yetenek ve İlgilerine Uygun Meslekleri Tanımalarına Etkisi. Ankara Üniversitesi. Ankara

Lalli, M. (1992), ‘Urban-related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings’, *Journal of Environmental Psychology*, vol. 12, pp. 285-303.

Lewicka, (2010). What makes neighbourhood different from home and city? Effects of place scale on place attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 35-51.

Lewicka, M., (2011). "Place Attachment: How Far Have We Come in The Last 40 Years?" Journal Of Environmental Psychology 31: 207-230.

Low, S. M. (1992). Symbolic ties that bind. In I. Altman, & S. M. Low (Eds.), Place attachment (pp. 165–185). New York: Plenum Press.

Manzo, L. C. (2005). For better or worse: exploring multiple dimensions of place meaning. Journal of Environmental Psychology, 25, 67–86.

Manzo, L. C. (2003). Beyond house and haven: toward a revisioning of emotional relationships with places. Journal of Environmental Psychology, 23, 47–61.

Mazumdar, S., & Mazumdar, S. (2004). "Religion and place attachment: a study of sacred places" Journal of Environmental Psychology 24: 385–397.

Myers, F. (1989). The Language of Visual Art. Holt, Rinehart, and Winston Pres, London.

Nahya, N., 2012. " Gaziantap'te Bir Kültürel Mekan Olarak Mutfak" Folklor/ Edebiyat Dergisi 18(69)

Örer, G., (2002). Konut-Kimlik Ev- Modeli ve Modelin Bir Örnek Olarak İstanbul Kenti'nde Uygulanması. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Özdemir, M., 2010. *Konutla Kurulan Duygusal İlişkiler Özdeşleyim ve Bağlanma. Yüksek Lisans Tezi.* Hacettepe Üniversitesi. SBE

Özdoğan M. (1996). Kulübeden Konuta: Mimarlıkta İlkler, Tarihten Günümüze Konut ve Yerleşme, Housing and Settelement in Anatolia. A Historical Perspective. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı yayınları.

Özkan, A., 2007. *İç Mekan Tasarımı Kuram ve Yöntemleri Işığında Günümüz Türk İç Mekan Tasarımcıları ve Tasarım Anlayışlarına Bir Yaklaşım.* Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. SBE.

Pamukçu, A., 2015. *Konut ve Yakın Çevresinde Memnuniyet ve Aidiyet İrdelenmesi: Bakırköy Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi. FBE.

Rapoport, A., 1969. *House Form and Culture*. New Jersey, Prentice Hall Cliffs.

Rapoport, A. (1982) *The Meaning Of The Built Environment*. Tuscon, The University of Arizona Press.

Rapoport, A. (1977). *Human Aspects Of Urban Form: Towards a Man- Environment Approach to Urban Form and Design*. New York: Pergamon Pres.

Roth, L. (2000). *Mimarlığın Öyküsü*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Sadıkoğlu, H., Özsoy, A., 2017. “Modern Dönem Konut Stokunda Mekansal Kalitenin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma” *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergi* 12(2):203-212.

Sadıkoğlu, H., Özsoy, A., 2017. “Modern Dönem Konut Stokunda Mekansal Kalitenin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma” *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergi* 12(2):203-212.

Sağocak M., 2007. “Tasarımın Sosyo-Kültürel Boyutu” *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi E-Dergi* 2(4).

Sam, N., Ertürk H., 2010. “Konut Kalitesinin Mekansal Dağılımının İstatiksel Analizi” *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 19(3): 299-308.

Scannell, L., Gifford., 2010. “Defining Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework” *Journal Of Environmental Psychology* 30: 1-10.

Stedman, R. C. (2003). Sense of place and forest science: Toward a program of quantitative research. *Forest Science*, 49, 822e829.

Şengün, H., 1999. *Çağdaş Türkiye Mimarlığında Aidiyet Sorunu*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi. FBE.

Talu, N., 1999. “Çoklu Zeka Kuramı ve Eğitime Yansımaları” Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 15: 164-172.

Tuzcuoğlu, S., 1994. “Meslek Seçimi ve Önemi” M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi 6;265-280

Tümer, Ö., 2006. *Dışa kapalı konut yerleşmelerinin Bursa'daki örnekler kapsamında değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi. FBE.

Tümer, Ö., Dostoğlu, N., 2008. “Bursa’da Dışa Kapalı Konut Yerleşmelerinin Oluşum Süreci ve Sınıflandırılması” Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi 13(2).

Türkoğlu, H. (1997) Residents’ satisfaction of housing environments: the case of İstanbul, Turkey, *Landscape and Urban Planning* (39) 55-67.

Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L. (1996). “Place and identity processes” *Journal of Environmental Psychology*, 16:205–220.

Uysal, A., 2015. “ Londra’daki Türklerde Aidiyet ve Mekan İlişkisi” *Coğrafya Dergisi* 6: 61-78.

Yıldırım, K., Uzun, O., Kahraman, N., 2009. “İki Farklı Kültürel Bölgede Bulunan Apartman Konut Yaşama Mekânlarının Kullanım Sürecinde Değerlendirilmesi” *Politeknik Dergisi* 12(2): 113-120.

Yıldırım, K., Döngel, N., Gürleyen, L., 2007. “Konut İç Mekan Donatı Elemanlarının Tasarımında Teknolojik Ürünlerin Etkisinin Belirlenmesi” *Politeknik Dergisi* 10(2): 197-204.

Yıldırım, K., Başkaya, A., 2006. “Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeye Sahip Kullanıcıların Konut Ana Yaşama Mekanını Değerlendirmesi” *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi* 21(2):285-291.

Yıldırım, K., 1999. “Günümüz Konut Mutfağında Donatı Elemanları Üzerine Bir Araştırma” *Politeknik Dergisi* 2(4): 7-14.

Yıldırım, K., Başkaya, A., Hidayetoğlu, L., 2005. “Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeye Sahip Blok-Konut Kullanıcılarının Sabit İç Donatım Elemanlarından Memnuniyeti” *Politeknik Dergisi* 8(2): 189-197.

Yıldırım, K., Aras, R., Tosun, Ö., 2005. “Orta Sosyo-Ekonomik Düzeye (SED) Sahip Kullanıcıların Konut Banyolarının İç Mekan Çözümlemesi” *Politeknik Dergisi* 8(4): 351-358.

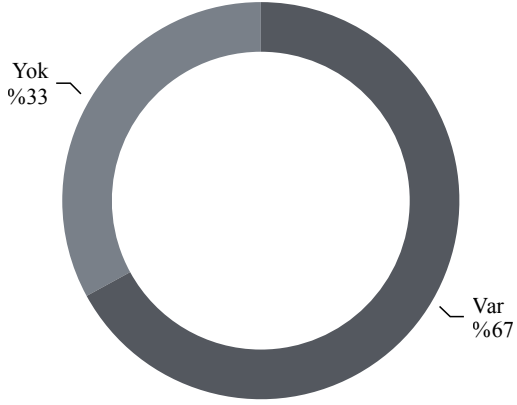
Yönet, N., 2011. *Korumalı Yerleşimlerin Tercih Sebeplerinde Etkili Olan Faktörleri Açıklamaya Yönelik Kavramsal Bir Model*. Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi. FBE.

Zeybekoğlu, D., 2005. *Edirne Geleneksel Konut Mimarlığını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörlerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi. FBE.

EK 1-KATILIMCI DEMOGRAFİK DURUM TABLOLARI

Katılımcıların Kişisel Araç Sahibi Olma Durumu:

Kişisel Araç Sahibi Olma Durumu Yüzdelerik Dağılımı:

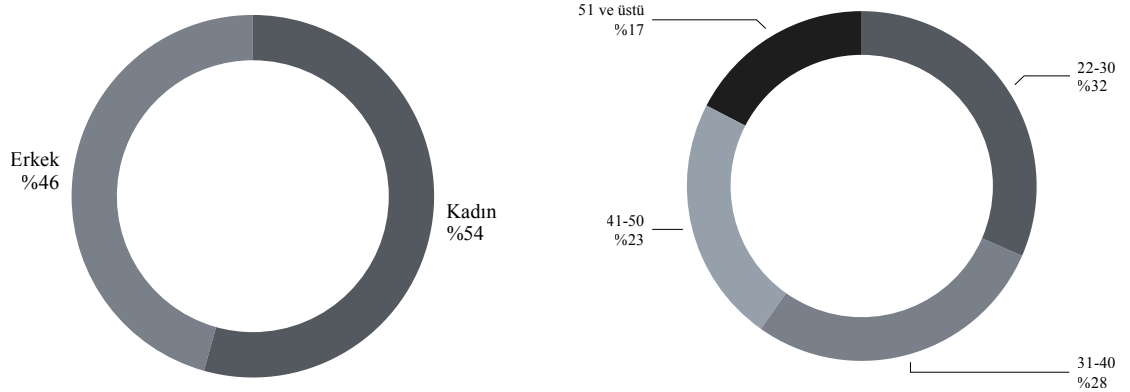


Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Kişisel Araç Sahibi Olma Durumu Dağılımları:

	Meslek Grupları				Toplam		
	Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik			
Kişisel Araç	Var	Sayı	18	11	16	16	61
	Var	Yüzde	29,5%	18,0%	26,2%	26,2%	100,0%
Kişisel Araç	Yok	Sayı	7	13	1	9	30
	Yok	Yüzde	23,3%	43,3%	3,3%	30,0%	100,0%
Toplam		Sayı	25	24	17	25	91
		Yüzde	27,5%	26,4%	18,7%	27,5%	100,0%

Katılımcıların Cinsiyet-Yaş Dağılımı

Cinsiyet- Yaş Yüzelik Dağılımları:



Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Cinsiyet- Yaş Dağılımı:

Yaş				Meslek				Toplam
				Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
22-30	Cinsiyet	Kadın	Sayı	6	4	-	7	17
			Yüzde	%35,3	%23,5	-	%41,2	%100,0
		Erkek	Sayı	1	6	-	5	12
			Yüzde	%8,3	%50,0	-	%41,7	%100,0
	Toplam		Sayı	7	10	-	12	29
			Yüzde	%24,1	%34,5	-	%41,4	%100,0
31-40	Cinsiyet	Kadın	Sayı	5	5	1	2	13
			Yüzde	%38,5	%38,5	%7,7	%15,4	%100,0
		Erkek	Sayı	3	5	2	3	13
			Yüzde	%23,1	%38,5	%15,4	%23,1	%100,0
	Toplam		Sayı	8	10	3	5	26
			Yüzde	%30,8	%38,5	%11,5	%19,2	%100,0
41-50	Cinsiyet	Kadın	Sayı	4	1	4	1	10
			Yüzde	%40,0	%10,0	%40,0	%10,0	%100,0
		Erkek	Sayı	2	2	1	6	11
			Yüzde	%18,2	%18,2	%9,1	%54,5	%100,0
	Toplam		Sayı	6	3	5	7	21
			Yüzde	%28,6	%14,3	%23,8	%33,3	%100,0
51 ve üstü	Cinsiyet	Kadın	Sayı	3	1	6	0	10
			Yüzde	%30,0	%10,0	%60,0	%0,0	%100,0
		Erkek	Sayı	1	1	3	1	6
			Yüzde	%16,7	%16,7	%50,0	%16,7	%100,0
	Toplam		Sayı	4	2	9	1	16
			Yüzde	%25,0	%12,5	%56,3	%6,3	%100,0
Toplam	Cinsiyet	Kadın	Sayı	18	11	11	10	50
			Yüzde	%36,0	%22,0	%22,0	%20,0	%100,0
		Erkek	Sayı	7	14	6	15	42
			Yüzde	%16,7	%33,3	%14,3	%35,7	%100,0
	Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
			Yüzde	%27,2	%27,2	%18,5	%27,2	%100,0

Katılımcıların Medeni Hal Dağılımı:

Medeni Hal Yüzdeler Dağılımı:

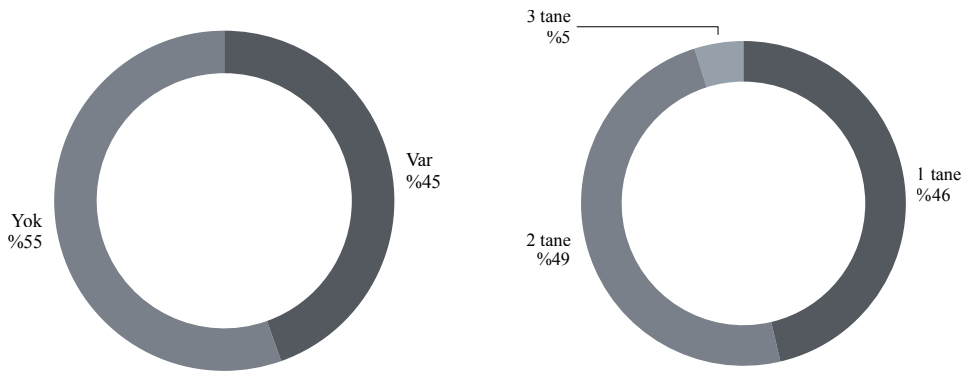


Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Medeni Hal Dağılımı:

		Meslek Grupları				Toplam	
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik		
Medeni Durum	Bekar	Sayı	10	17	4	14	45
		Yüzdeler	22,2%	37,8%	8,9%	31,1%	100,0%
Medeni Durum	Evli	Sayı	15	8	13	11	47
		Yüzdeler	31,9%	17,0%	27,7%	23,4%	100,0%
Toplam		Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzdeler	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

Katılımcıların Çocuk Sahibi Olma Durumu ve Çocuk Sayıları:

Çocuk Sahibi Olma ve Çocuk Sayısı Durumu Yüzdeler Dağılımı:

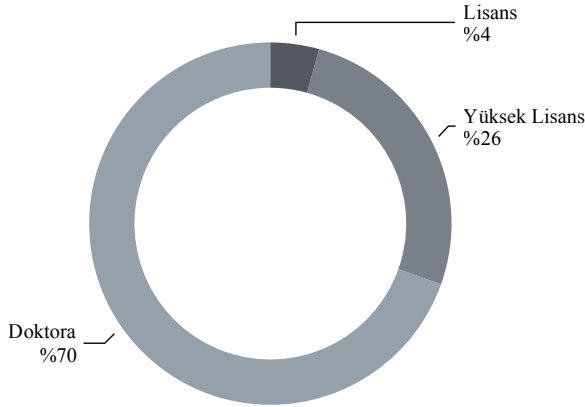


Meslek Gruplarına Göre Çocuk Sayısı Dağılımı:

			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Çocuk Sayısı	0	Sayı	13	19	3	16	51
		Yüzde	25,5%	37,3%	5,9%	31,4%	100,0%
	1	Sayı	6	3	7	3	19
		Yüzde	31,6%	15,8%	36,8%	15,8%	100,0%
	2	Sayı	6	3	5	6	20
		Yüzde	30,0%	15,0%	25,0%	30,0%	100,0%
3	Sayı	0	0	2	0	2	
	Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımı:

Eğitim Durumu Yüzdelerik Dağılımı:



Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Eğitim Durumu Dağılımı:

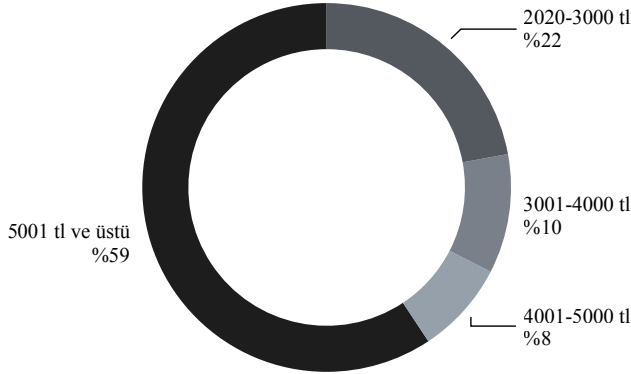
			Meslek Grupları				Toplam
			Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik	
Eğitim Durumu	Lisans	Sayı	1	1	0	2	4
		Yüzde	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Yüksek Lisans	Sayı	7	10	0	7	24
		Yüzde	29,2%	41,7%	0,0%	29,2%	100,0%
	Doktora	Sayı	17	14	17	16	64
		Yüzde	26,6%	21,9%	26,6%	25,0%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Akademik Ünvan Dağılımları:

		Meslek Grupları				Toplam	
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik		
Ünvan	Araştırma Görevlisi	Sayı	5	10	0	12	27
		Yüzde	18,5%	37,0%	0,0%	44,4%	100,0%
	Öğretim Görevlisi	Sayı	9	2	1	0	12
		Yüzde	75,0%	16,7%	8,3%	0,0%	100,0%
	Dr. Öğretim Görevlisi	Sayı	7	9	3	5	24
		Yüzde	29,2%	37,5%	12,5%	20,8%	100,0%
	Doçent	Sayı	1	3	3	5	12
		Yüzde	8,3%	25,0%	25,0%	41,7%	100,0%
	Profesör	Sayı	3	1	10	3	17
		Yüzde	17,6%	5,9%	58,8%	17,6%	100,0%
Toplam	Sayı	25	25	17	25	92	
	Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%	

Katılımcıların Gelir Durumu Dağılımları:

Gelir Durumu Yüzdelerik Dağılımı:



Meslek Gruplarına Bağlı Olarak Gelir Durumu Dağılımı:

		Meslek Grupları				Toplam	
		Tasarım	Sosyal Bilimler	Tıp	Mühendislik		
Gelir Durumu	2020-3000 tl	Sayı	3	6	0	10	19
		Yüzde	15,8%	31,6%	0,0%	52,6%	100,0%
	3001-4000 tl	Sayı	5	4	0	0	9
		Yüzde	55,6%	44,4%	0,0%	0,0%	100,0%
	4001-5000 tl	Sayı	4	2	0	1	7
		Yüzde	57,1%	28,6%	0,0%	14,3%	100,0%
	5001 tl ve üstü	Sayı	13	13	17	14	57
		Yüzde	22,8%	22,8%	29,8%	24,6%	100,0%
	Toplam	Sayı	25	25	17	25	92
		Yüzde	27,2%	27,2%	18,5%	27,2%	100,0%

EK 2- KATILIMCI ANKET FORMU

KATILIMCIYA YÖNELİK SORULAR

CİNSİYETİNİZ: Kadın Erkek

YAŞINIZ: 22-30 31-40 41-50 51 ve üstü

DOĞUM YERİNİZ:

UYRUĞUNUZ: T.C. Vatandaşı Diğer:

MEDENİ DURUMUNUZ: Bekar Evli

ÇOCUĞUNUZUN SAYISI: 0 1 2 3 4 ve üstü

EĞİTİM DURUMUNUZ: Lisans Yüksek Lisans Doktora

MESLEĞİNİZ:

ÇALIŞTIĞINIZ KURUMUN/BÖLÜMÜN ADI:

AKADEMİK ÜNVANINIZ: Arş. Gör. Öğr. Gör. Dr. Öğr. Üyesi Doçent
 Profesör

GELİR DURUMUNUZ: 2020 – 3000 TL 3000-4000 TL 4000-5000 TL
 5000 ve üstü

KİŞİSEL ARACINIZ VAR MI? Evet Hayır

KONUTA YÖNELİK GENEL SORULAR

1-Oturduğunuz konutun durumu nedir?

Kira Lojman Kendi Evim Başka (Belirtiniz:)

3- Konutunuzu seçme nedeniniz nedir? (Size en uygun olan bir şıkkı işaretleyiniz.)

Konum Prestij Büyüklük Güvenlik Ekonomik Diğer:

4-Konutunuzda kaç senedir ikamet etmektesiniz?

1-4 yıl 5-10 yıl 11-15 yıl 16 yıl ve üstü

5-Konut tipi nasıldır?

Stüdyo Daire Apartman Dairesi Müstakil Rezidans

6-Konutun yaşı kaçtır?

1-5 6-10 11-15 16 ve üstü

7-Konutunuz kaç odalıdır?

1 2 3 4 5 ve üstü

8-Konutunuz kaç m² dir?

40-70m² 71-100m² 101-150m² 151m² ve üstü

9- Konutunuz hangi yöne/yönlere bakmaktadır? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz.)

Kuzey Doğu Batı Güney

10-Konutunuzun güvenliği var mıdır?

Var Yok

11-Konutunuzun bahçesi var mıdır?

Var Yok

12-Kendinize ait başka bir konutunuz var mı? (İkinci konut, yazlık vb.)

Var Yok

KONUTTA YAŞAMA YÖNELİK SORULAR

1-Konutunuzda kaç kişi yaşıyorsunuz?

1 2 3 4 ve üstü

2-Konutta yaşayan kişilerin kendine ait odası var mıdır?

Var Yok

3-En çok hangi alanda vakit geçiriyorsunuz?

Salon Mutfak Yatak Odası Çalışma Odası Balkon/Bahçe Diğer:

4-Gün içinde ne kadar süre konutunuzda bulunuyorsunuz?

1-5 saat 6-10saat 11-16saat 17-24saat

5-Konutunuza taşınırken neyi değiştirdiniz/yenilediniz? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz.)

Hiç değişiklik yapmadım Mutfak Banyo Balkon/Bahçe
 Zemin döşemesi Duvar (ekleme, öteleme vb.) Tavan
 Aydınlatma/Elektrik Tesisatı Sıhhi tesisat Kapı/
Pencere Boya/Badana Mobilya Dekorasyon/Süsleme Diğer:
.....

6-Konutunuzu belirli aralıklarla yeniliyor musunuz?

Evet Hayır

7-Konutunuzu ne kadar sürede bir yeniliyorsunuz?

Hiç Senede 1 2-3 senede bir 5 senede bir

8-Bu konutta yaşamaya devam etmeyi düşünüyor musunuz?

Evet Hayır

9-İmkanımız olsa başka bir konuta taşınmak ister misiniz?

Evet Hayır

Neden?:

10-Konutunuz mahremiyetinizi sağlıyor mu?

Evet Kısmen Hayır

11-Konutunuzu kendinize ait hissediyor musunuz?

Evet Kısmen Hayır

12-Konutunuzda hobileriniz ile ilgilenebileceğiniz kişisel alanınız var mı?

Var Kısmen var Yok

13-Konutunuzda en sevdiğiniz şey nedir?

.....
.....
.....
.....

14-Konutunuzda hiç sevmediğiniz şey nedir?

.....
.....
.....
.....

KONUT MEMNUNİYETİNE YÖNELİK SORULAR

	Konut yakın çevre ilişkisine yönelik	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Evimin konumundan memnunum.					
2	Evimin ulaşımından memnunum.					
3	Evimin iş yerime olan mesafesinden memnunum.					
4	Evimin güvenliğinden memnunum.					
5	Evimin çevresinde bulunan park/ bahçe/doğal alan miktarından memnunum.					
6	Komşuluk ilişkilerinden memnunum.					
7	Evimin yakın çevresi ile kurduğum ilişkiden memnunum.					
8	Evimden genel olarak memnunum.					

	Konut durumuna yönelik	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Evimin manzarasından memnunum.					
2	Evimin plan düzeninden memnunum.					
3	Evimin tavan yüksekliğinden memnunum.					
4	Evimin büyüklüğünden memnunum.					
5	Evimin ses yalıtımından memnunum.					
6	Evimin ısı yalıtımından memnunum.					
7	Evimin aldığı gün ışığı miktarından memnunum.					
	Konut iç mekan tasarımına yönelik (Gün içinde en çok vakit geçirmeyi sevdiğiniz yaşam alanınıza göre yanıtlayınız.)	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum

1	Evimin duvarlarından genel olarak memnunum.					
2	Evimin duvar renginden memnunum.					
3	Evimin duvar dokusundan memnunum.					
4	Evimin mobilyalarının döşemesinin renginden memnunum.					
5	Evimin mobilyalarının döşemesinin dokusundan memnunum.					
6	Evimin mobilyalarının döşemesinin malzemesinden memnunum.					
7	Evimin mobilyalarının renginden memnunum.					
8	Evimin mobilyalarının tarzından memnunum.					
9	Evimin mobilyalarının malzemelerinden memnunum.					
10	Evimin perdelerinin renginden memnunum.					
11	Evimin perdelerinin dokusundan memnunum.					
12	Evimin perdelerinin modelinden memnunum.					
13	Evimin halılarının renginden memnunum.					
14	Evimin halılarının dokusundan memnunum.					
15	Evimin halılarının modelinden memnunum.					
16	Evimin zeminin renginden memnunum.					
17	Evimin zeminin malzemesinden memnunum.					
18	Evimdeki bitki miktarından memnunum.					
19	Evimin aydınlatmalarının modelinden memnunum.					
20	Evimin aydınlatmalarının ışık renginden memnunum.					
21	Evimin aydınlatmaların malzemesinden memnunum.					

KONUT AİDİYETİNE YÖNELİK SORULAR

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Evimin benim bir parçam olduğunu hissediyorum.					
2	Evim yapmak istediğim şeyler için en uygun yer.					
3	Evim benim için oldukça özel.					
4	Başka hiçbir yer evim ile karşılaştırılmaz.					
5	Evim ile oldukça fazla özdeşleşiyorum.					
6	Diğer yerlerde olmaktansa evimde olmaktan daha fazla memnuniyet duyuyorum.					
7	Evime çok bağlıyım.					
8	Yaptığım şeyi evimde yapmak, başka bir yerde yapmaktan daha çok önemli.					
9	Evimde yaşamak, kim olduğum hakkında çok şey söylüyor.					
10	Evimde yaptıklarım için başka bir yer aramazdım.					
11	Evim benim için çok anlam ifade ediyor.					
12	Evimde yaptığım şeyleri, benzer bir yerde aynı şekilde yapmaktan zevk alacağım.					

KONUT KALİTESİNE YÖNELİK SORULAR

		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsız	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Evimde kaliteli zaman geçirebiliyorum.					
2	Evimde kaliteli bir yaşam sürüyorum.					
3	Evimin yakın çevresi ile kurduğum ilişkinin kaliteli olduğunu düşünüyorum.					
4	Kaliteli komşuluk ilişkilerimin olduğunu düşünüyorum.					
5	Mobilyalarımın kaliteli olduğunu düşünüyorum.					
6	Evimde bulunan mobilyaların malzemelerinin kaliteli olduğunu düşünüyorum.					
7	Evimde bulunan aydınlatma elemanlarının kaliteli olduğunu düşünüyorum.					
8	Evimde bulunan tekstil ürünlerinin kaliteli olduğunu düşünüyorum.					
9	Genel olarak evimin kaliteli olduğunu düşünüyorum.					

Konut kalitenizi, Konut memnuniyetinizi, Konut aidiyet duygunuzu X ile işaretleyerek değerlendiriniz. _____
(1: en olumsuz, 2: olumsuz 3: kararsız, 4: olumlu, 5: en olumlu)

	1	2	3	4	5
Konutunuzdan ne kadar memnunsunuz?					
Konutunuzda kendinizi ne kadar ait hissediyorsunuz?					
Konut kalitesinden ne kadar memnunsunuz?					

Aşağıda belirtilen mekan tasarımına ait her bir durumu gün içinde en çok vakit geçirmeyi sevdiğiniz yaşam alanınızı düşünerek, özelliğine göre işaretleyiniz.

YAŞAM ALANI TASARIMINA DAİR SORULAR					
Duvarınızın	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> Akromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Dokusu	<input type="checkbox"/> Boya	<input type="checkbox"/> Doğal Taş	<input type="checkbox"/> Duvar Kağıdı	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Tipi	<input type="checkbox"/> Düz	<input type="checkbox"/> Klasik Desen	<input type="checkbox"/> Geometrik Desenli	<input type="checkbox"/> Diğer:
Mobilya Döşemesi	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> Akromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Dokusu	<input type="checkbox"/> Düz	<input type="checkbox"/> Desenli	<input type="checkbox"/> Geometrik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Malzemesi	<input type="checkbox"/> Deri	<input type="checkbox"/> Pamuklu	<input type="checkbox"/> Keten	<input type="checkbox"/> Diğer:
Perdenizin	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> AKromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Dokusu	<input type="checkbox"/> Düz	<input type="checkbox"/> Desenli	<input type="checkbox"/> Geometrik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Modeli	<input type="checkbox"/> Stor	<input type="checkbox"/> Tül	<input type="checkbox"/> Rustik	<input type="checkbox"/> Diğer:
Halınızın	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> Akromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Dokusu	<input type="checkbox"/> Düz	<input type="checkbox"/> Desenli	<input type="checkbox"/> Geometrik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Modeli	<input type="checkbox"/> Parça Halı	<input type="checkbox"/> Boydan Boya	<input type="checkbox"/> Hiç Yok	<input type="checkbox"/> Diğer:
Mobilyanızın	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> Akromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Tarzı	<input type="checkbox"/> Klasik	<input type="checkbox"/> Modern	<input type="checkbox"/> Karışık	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Malzemesi	<input type="checkbox"/> Ahşap	<input type="checkbox"/> Metal	<input type="checkbox"/> Krom	<input type="checkbox"/> Diğer:
Zemininizin	Rengi	<input type="checkbox"/> Sıcak	<input type="checkbox"/> Soğuk	<input type="checkbox"/> Akromatik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Malzemesi	<input type="checkbox"/> Ahşap	<input type="checkbox"/> Halı	<input type="checkbox"/> Mermer	<input type="checkbox"/> Diğer:
Bitki	Miktarı	<input type="checkbox"/> Hiç	<input type="checkbox"/> Az	<input type="checkbox"/> Çok	<input type="checkbox"/> Diğer:
Aydınlatmanızın	Tarzı	<input type="checkbox"/> Klasik	<input type="checkbox"/> Modern	<input type="checkbox"/> Eklektik	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Modeli	<input type="checkbox"/> Yerden	<input type="checkbox"/> Tavandan	<input type="checkbox"/> Masa Üstü	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Işık Rengi	<input type="checkbox"/> Sarı Işık	<input type="checkbox"/> Beyaz Işık	<input type="checkbox"/> Doğal Işık	<input type="checkbox"/> Diğer:
	Malzemesi	<input type="checkbox"/> Ahşap	<input type="checkbox"/> Metal	<input type="checkbox"/> Plastik	<input type="checkbox"/> Diğer:

EK 3- ETİK KURUL ONAY FORMU

Tarih: 16.07.2019
Toplantı No: 2019 Temmuz /01
Karar No: 2019 Temmuz /01-05

Sayın Prof. Ayşe Müge BOZDAYI

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Mimarlık ve Tasarım Fakültesi
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü

İnsan Araştırmaları Değerlendirme Kurulu'na etik yönden değerlendirilmek üzere sunmuş olduğunuz 2019-05 kayıt nolu "Aidiyet duygusu açısından konut mekan ve donatı tercihlerinde mesleğe bağlı değişkenler" başlığını taşıyan projeniz etik yönden uygun görülerek onaylanmasına karar verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederiz.

TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
İnsan Araştırmaları Değerlendirme Kurulu



Prof. Dr. T. Nur ÇAĞLAR



Prof. Dr. Ediz DEMİRPENÇE



Dr. Öğretim Üyesi Ethem AKYOL

Katılmadı

Doç. Dr. Ozan ERGÜL



Doç. Dr. Tuba I. İSEN DURMUŞ



Prof. Dr. Tahir HANALIOĞLU