

**İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İSTANBUL METROPOLÜNDE DEĞİŞEN YAŞAM DÖNÜŞEN KONUT  
ALGISI: VARYAP MERIDIAN ÖRNEĞİ**



**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Fahriye Gülin BİLGİÇ**

**İç Mimari Tasarım Anabilim Dalı**

**İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı**

**HAZİRAN 2018**



**İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İSTANBUL METROPOLÜNDE DEĞİŞEN YAŞAM DÖNÜŞEN KONUT  
ALGISI: VARYAP MERIDIAN ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Fahriye Gülin BİLGİÇ  
(418121004)**

**İç Mimari Tasarım Anabilim Dalı**

**İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özge CORDAN**

**HAZİRAN 2018**



İTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 418121004 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Fahriye Gülin BİLGİÇ, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “İstanbul Metropolünde Değişen Yaşam Dönüşen Konut Algısı: Varyap Meridian Örneği” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

**Tez Danışmanı :** **Doç. Dr. Özge CORDAN** .....  
İstanbul Teknik Üniversitesi

**Jüri Üyeleri :** **Doç. Dr. Yasemin Alkışer BREGGER** .....  
İstanbul Teknik Üniversitesi

**Prof. Dr. Gülay Keleş USTA** .....  
İstanbul Kültür Üniversitesi

**Teslim Tarihi** : **04 Mayıs 2018**  
**Savunma Tarihi** : **04 Haziran 2018**





*Aileme ve Dostlarıma,*



## ÖNSÖZ

Öncelikle çalışmalarımın başından bu yana, benden yardımlarını esirgemeyen ve her zaman destek olan sevgili tez danışmanım Doç. Dr. Özge Cordan'a, İTÜ İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı öğretim kadrosundaki öğretmenlerime ve arkadaşlarıma içten teşekkürlerimi sunarım.

Diğer taraftan, tüm hayatım boyunca olduğu gibi yine yanımda olup bana destek veren; eşim Cengiz Bilgiç, kardeşim Tugay Güler, annem Ayla Güler ve babam Mecit Güler'e sonsuz kere teşekkür ederim. Ayrıca, tez yazım döneminde olan iki dost olarak birbirimize destek verip bir yıla iki tamamlanmış tez sığdırdığımız canım arkadaşım Semiha Erdoğan'a, yoğun iş temposuna rağmen büyük bir incelikle bana zaman ayırıp yol gösteren sevgili Dr. Öğr. Üy. Elçin Hasdemir'e ve Umut Hasdemir'e teşekkürü bir borç bilirim.

İyiki varsınız...

Haziran 2018

Fahriye Gülin BİLGİÇ  
(İç Mimar)



## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

ÖNSÖZ .....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
KISALTMALAR .....	xi
TABLO LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİL LİSTESİ.....	xvii
ÖZET .....	xix
SUMMARY.....	xxi
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1 Tezin Amacı ve Kapsamı.....	2
1.2 Tezin Yöntemi.....	4
<b>2. KENT KAVRAMI, KÜRESELLEŞME VE METROPOLLEŞME .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kent Kavramı.....	7
2.2 Küresel Kent .....	11
2.3 Metropol Kent .....	13
<b>3. METROPOLLEŞME İLE DEĞİŞEN YAŞAM.....</b>	<b>17</b>
3.1 İnsanın Temel İletişim Süreci .....	17
3.2 İnsan ve Davranışı .....	18
3.3 Toplumsal Yaşamdaki Değişimler .....	26
3.4 Metropolleşme ile Değişen Yaşamsal Beklentiler .....	28
<b>4. METROPOLLEŞME İLE DÖNÜŞEN KONUT .....</b>	<b>33</b>
4.1 İnsan-Çevre İlişki Biçimleri.....	34
4.2 Mekan Kavramı.....	35
4.3 Konut ve Kullanıcı Tatmini .....	38
4.3.1 Konut ve ev ilişkisi.....	38
4.3.2 Konutta yaşamsal kalite ve kullanıcı memnuniyeti.....	40
4.4 Metropolleşme ile Dönüşen Konut Algısı .....	48
<b>5. ALAN ÇALIŞMASI.....</b>	<b>53</b>
5.1 Ataşehir Bölgesi .....	53
5.2 İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Çevresinde Gelişen Konut Projeleri .....	58
5.2.1 Sarphan Finans Park .....	59
5.2.2 Avrupa Konutları Yamanevler .....	60
5.2.3 Metropol İstanbul .....	61
5.2.4 Varyap Meridian.....	62
5.3 Seçilen Örneklerin Genel Değerlendirilmesi .....	63
5.4 Alan Çalışması: VARYAP Meridian .....	66
<b>6. BULGULAR.....</b>	<b>73</b>
<b>7. SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>87</b>
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>91</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>101</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>141</b>



## **KISALTMALAR**

<b>İBB</b>	: İstanbul Büyükşehir Belediyesi
<b>İUFM</b>	: İstanbul Uluslararası Finans Merkezi
<b>KDS</b>	: Kullanım Sonrası Değerlendirme
<b>POE</b>	: Post-occupancy Evaluation
<b>SERPAM</b>	: Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi
<b>SPSS</b>	: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu



## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

<b>Tablo 1.1</b> : Tez yöntemine ilişkin tablo .....	<b>4</b>
<b>Tablo 1.1 (devam)</b> : Tez yöntemine ilişkin tablo .....	<b>5</b>
<b>Tablo 3.1</b> : Karmaşık insan gereksinimleri (Cüceloğlu, 1998).....	<b>25</b>
<b>Tablo 5.1</b> : İncelenen projeler.....	<b>64</b>
<b>Tablo 5.1 (devam)</b> : İncelenen projeler .....	<b>65</b>
<b>Tablo 5.2</b> : Anket Örneklem Grubu'ndaki bireylerin ikamet ettikleri konut tipleri ..	<b>72</b>
<b>Tablo 6.1</b> : Çalışan, bekâr/dul ve yalnız yaşayan kadınların yaşlarına ait yüzde ve frekanslar .....	<b>77</b>
<b>Tablo 6.2</b> : Çalışan, Bekâr/dul ve yalnız yaşayan, 20-29 yaş kadınların konut sahipliğine ait yüzde ve frekanslar.....	<b>77</b>
<b>Tablo 6.3</b> : Çalışan, bekâr/dul ve yalnız yaşayan, 30-49 yaş kadınların konut sahipliğine ait yüzde ve frekanslar.....	<b>77</b>
<b>Tablo 6.4</b> : Çalışan, bekâr/dul ve yalnız yaşayan kadınların tercih ettikleri konut tiplerine ait yüzde ve frekanslar .....	<b>78</b>
<b>Tablo 6.5</b> : “İstanbul'a kaç yılda ve neden taşındınız?” yüzde ve frekanslar.....	<b>79</b>
<b>Tablo 6.6</b> : Mashattan'da yapılan anket sonuçları ile lüks yaşam projesi Varyap Meridian'de yapılan anket sonuçlarının karşılaştırılması .....	<b>80</b>
<b>Tablo 6.7</b> : Eminönü ve çevresindeki toplu konutlarda yapılan anket sonuçları ile lüks yaşam projesi Varyap Meridian'de yapılan anket sonuçlarının karşılaştırılması .....	<b>83</b>
<b>Tablo B.1</b> : Katılımcıların cinsiyetlerine ait yüzde ve frekanslar .....	<b>117</b>
<b>Tablo B.2</b> : Katılımcıların yaşlarına ait yüzde ve frekanslar.....	<b>117</b>
<b>Tablo B.3</b> : Katılımcıların medeni durumlarına ait yüzde ve frekanslar.....	<b>117</b>
<b>Tablo B.4</b> : Katılımcıların eğitim durumlarına ait yüzde ve frekanslar .....	<b>118</b>
<b>Tablo B.5</b> : Katılımcıların mesleklerine ait yüzde ve frekanslar .....	<b>118</b>
<b>Tablo B.6</b> : Katılımcıların aylık ortalama gelir durumlarına ait yüzde ve frekanslar .....	<b>119</b>
<b>Tablo B.7</b> : Katılımcıların çalışma durumlarına ait yüzde ve frekanslar .....	<b>119</b>
<b>Tablo B.8</b> : Katılımcıların çalıştıkları semtlere ait yüzde ve frekanslar .....	<b>119</b>
<b>Tablo B.9</b> : Katılımcıların çocuk sayılarına ait yüzde ve frekanslar.....	<b>119</b>
<b>Tablo B.10</b> : Katılımcıların Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıktıklarına ait yüzde ve frekanslar .....	<b>120</b>
<b>Tablo B.11</b> : Katılımcıların evde kaç kişi yaşadıklarına ait yüzde ve frekanslar ....	<b>120</b>
<b>Tablo B.12</b> : Evde 2 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri .....	<b>121</b>
<b>Tablo B.13</b> : Evde 3 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri .....	<b>121</b>
<b>Tablo B.14</b> : Evde 4 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri .....	<b>121</b>
<b>Tablo B.15</b> : “Evi paylaştığınız kişi/kişiler Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıkıyor?” yüzde ve frekanslar .....	<b>122</b>

<b>Tablo B.16</b> : “İstanbul’a kaç yılında ve neden taşındınız?” yüzde ve frekanslar....	<b>122</b>
<b>Tablo B.17</b> : “Ataşehir bölgesini tercih etme sebepleriniz nelerdir?” yüzde ve frekanslar .....	<b>123</b>
<b>Tablo B.18</b> : “Finans Merkezi Projesi’nin tamamlanmasını takiben Ataşehir bölgesinde bulunan konut değerinin artacağını düşünüyor musunuz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>123</b>
<b>Tablo B.19</b> : “Varyap Meridian’de kaç senedir ikamet ediyorsunuz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>124</b>
<b>Tablo B.20</b> : “Varyap Meridian’de yaşamaktan memnun musunuz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>124</b>
<b>Tablo B.21</b> : “Evden işe işten eve giderken aşağıdaki ulaşım araçlarından hangi veya hangilerini kullanırsınız?” yüzde ve frekanslar .....	<b>124</b>
<b>Tablo B.22</b> : “Şu anda Varyap Meridian’de ikamet etmekte olduğunuz konut kendinize mi ait?” yüzde ve frekanslar .....	<b>125</b>
<b>Tablo B.23</b> : “Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konut tipi nedir?” yüzde ve frekanslar .....	<b>125</b>
<b>Tablo B.24</b> : “Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konutta kat bahçesi veya teras var mı?” yüzde ve frekanslar .....	<b>125</b>
<b>Tablo B.25</b> : “Kat bahçeli veya teraslı bahçe tercih etme sebebinizi belirtiniz” yüzde ve frekanslar .....	<b>126</b>
<b>Tablo B.26</b> : “Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konut tipinden memnun musunuz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>126</b>
<b>Tablo B.27</b> : Varyap Meridian’de oturmaktan memnun olmama nedenleri .....	<b>126</b>
<b>Tablo B.28</b> : “Varyap Meridian’de oturmayı arzu ettiğiniz bir başka konut tipi var mıdır?” Yüzde ve frekanslar.....	<b>127</b>
<b>Tablo B.29</b> : “Varyap Meridian konutlarında yaşamaya devam etmeyi düşünüyor musunuz? Yüzde ve Frekanslar .....	<b>127</b>
<b>Tablo B.30</b> : “Varyap Meridian konutlarında yaşamaya devam etmemeyi düşünmeme sebebiniz nedir? Yüzde ve Frekanslar.....	<b>127</b>
<b>Tablo B.31</b> : “İleride yaşayacağınız veya yaşamayı istediğiniz konut tipi nedir?” Yüzde ve Frekanslar.....	<b>128</b>
<b>Tablo B.32</b> : “Varyap Meridian’ı tercih etme sebepleriniz nelerdir?” yüzde ve frekanslar .....	<b>128</b>
<b>Tablo B.33</b> : “Varyap Meridian’de size sunulan yaşamsal değerlerle alakalı görüşlerinizi önem sıralamanıza göre değerlendiriniz” yüzde ve frekanslar .....	<b>129</b>
<b>Tablo B.34</b> : “Yaşadığınız konutun en çok memnun olduğunuz özelliklerini belirtiniz” yüzde ve frekanslar .....	<b>129</b>
<b>Tablo B.35</b> : “Evinizi dekore ederken bir iç mimar ile çalıştınız mı?” yüzde ve frekanslar .....	<b>130</b>
<b>Tablo B.36</b> : “Evinizin dekorasyonunu yaparken aşağıdakilerden herhangi birinden yararlandınız mı?” yüzde ve frekanslar.....	<b>130</b>
<b>Tablo B.37</b> : “Evinizi dekore ederken satın aldığımız ürünlerde en çok nelere dikkat ettiniz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>131</b>
<b>Tablo B.38</b> : “İç mimar evinizi dekore ederken en çok hangi konu veya konularda talepte bulundunuz?” yüzde ve frekanslar.....	<b>132</b>
<b>Tablo B.39</b> : “Konutunuzda neyi veya neleri değiştirmek isterdiniz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>132</b>
<b>Tablo B.40</b> : “Yaşadığımız konutu ev/yuva olarak tanımlar mısınız?” yüzde ve frekanslar .....	<b>133</b>

<b>Tablo B.41</b> : “Ev dışında geçirdiğiniz bir günün veya belirli süreli seyahatin ardından eve döndüğünüzde benim evim, güzel evim veya insanın evi gibisi yok gibi söylemlerde bulunur musunuz?” yüzde ve frekanslar.....	<b>133</b>
<b>Tablo B.42</b> : “Konutunuzda kullanım bakımından eksik veya yetersiz bulduğunuz bir alan var mı?” yüzde ve frekanslar .....	<b>133</b>
<b>Tablo B.43</b> : “Eksik veya yetersiz alanlar” Yüzde ve Frekanslar.....	<b>134</b>
<b>Tablo B.44</b> : “Konutunuzun aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini karşılama sızın için önemlidir?” yüzde ve frekanslar .....	<b>134</b>
<b>Tablo B.45</b> : “Oturmakta olduğunuz konut, aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini ne derece karşılıyor?” yüzde ve frekanslar.....	<b>135</b>
<b>Tablo B.46</b> : “Konutunuzun fiziksel şartlarını, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre değerlendiriniz” yüzde ve frekanslar .....	<b>135</b>
<b>Tablo B.47</b> : “Konutunuzu psikolojik gereksinimler bağlamında, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?” yüzde ve frekanslar .....	<b>136</b>
<b>Tablo B.48</b> : “Konutunuzun şu anki konumunu aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?” Yüzde ve frekanslar .....	<b>136</b>
<b>Tablo B.49</b> : “Evinizde en çok hangi mekanı seviyorsunuz?” yüzde ve frekanslar	<b>137</b>
<b>Tablo B.50</b> : “Evinizde sıklıkla değişiklik yaptığınız bir mekan var mı?” yüzde ve frekanslar .....	<b>138</b>
<b>Tablo B.51</b> : “Evinizde bu zamana kadar ne tür değişiklikler yaptınız?” yüzde ve frekanslar .....	<b>138</b>
<b>Tablo B.52</b> : Hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutlara ilişkin seçimler arasındaki farkın Kruskal Wallis Testi .....	<b>139</b>



## ŞEKİL LİSTESİ

### Sayfa

Şekil 2.1 : E. T. Hall'un proksemi diyagramı .....	15
Şekil 2.2 : İstanbul Taksim'den gündelik bir görüntü (Url-3) .....	16
Şekil 3.1 : Algı – Biliş - Davranış mekanizması olarak insan (Ayyıldız, 2000).....	17
Şekil 3.2 : Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi .....	22
Şekil 4.1 : İnsan bağıl varoluşsal çevre düzeni (Gür, 1996) .....	34
Şekil 4.1 : İnsan – Mekan etkileşimi .....	41
Şekil 4.2 : Toby Israel, konut ihtiyaçları piramidi .....	43
Şekil 4.3 : İnsan-mekan iletişim süreci döngüsü (Günel & Esin, 2007) .....	44
Şekil 4.4 : Konut kullanıcısı, konut ve çevresel kalite memnuniyeti ile ilgili geliştirilen kavramsal model (Kellekci & Berköz, 2006) .....	47
Şekil 5.1 : Ataşehir Bölgesi haritası (Url-14) .....	54
Şekil 5.2 : Genç/yaşlı ve kadın/erkek oranları (Url-14) .....	54
Şekil 5.3 : Yaşa göre nüfus dağılımı (Url-14) .....	55
Şekil 5.4 : Batı Ataşehir eğitim düzeyi tablosu ve oranlar (Url-14) .....	55
Şekil 5.5 : Batı Ataşehir sosyo-ekonomik statü verileri (Url-14) .....	56
Şekil 5.6 : İUFM ve Sarphan Finans Park Projesi (Url-4).....	59
Şekil 5.7 : Avrupa Konutları Yamanerler Projesi (Url-6).....	60
Şekil 5.8 : Metropol İstanbul Projesi (Url-8) .....	61
Şekil 5.9 : Varyap Meridian Projesi (Url-10) .....	63
Şekil 5.10 : Varyap Meridian Projesi (Url-18) .....	67
Şekil 5.11 : Varyap Meridian Projesi'nin etrafındaki güvenlik duvarları ve sistemleri (Url-27, Url-19).....	69
Şekil 5.12 : Sosyal kullanıma açık yeşil alanlar (Url-20).....	69
Şekil 5.13 : Yapılı Çevre .....	70
Şekil 5.14 : Bahçe kullanımlı ve kat bahçeli / teraslı daireler (Url-26, Url-27).....	70
Şekil 5.15 : Balkonsuz daireler (Url-26, Url-21) .....	71
Şekil 6.1 : İstanbul metropol kenti görüntüsü (Url-28).....	78
Şekil 6.2 : Varyap Meridian'de yapılan anket çalışması verilerine göre "Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi" .....	84



# İSTANBUL METROPOLÜNDE DEĞİŞEN YAŞAM DÖNÜŞEN KONUT ALGISI: VARYAP MERIDIAN ÖRNEĞİ

## ÖZET

Küreselleşmeyle, teknoloji ve bilişim sistemlerinde yaşanan hızlı gelişmeler, yaşam koşullarının değişmesine yol açmaktadır. Kısıtlı ve homojen bir kitle barındırmakta olan kentler, endüstrileşmeyle birbirine eklenerek büyümekte ve metropol kentleri meydana getirmektedir. Metropol kentler, ekonomik anlamda büyük kitlelere istihdam sağlama potansiyeline sahip ve bireylere daha iyi şartlarda yaşama imkanı sağlayabilecek cazip merkezler olarak görülmektedir. Merkezin güçlü çekimi; kırsaldan kente göçü hızlandırmaktadır. Artan göç, çok kültürlülüğe, hızla değişen değerlere, yaşam tarzında ve toplumsal yapıda değişimlere sebep olmakla birlikte yapısal çevrenin dönüşümünü de beraberinde getirmektedir. Metropolleşmeyle değişen yaşam koşulları, insan gereksinimlerinin farklılaşmasına sebep olmakla birlikte, insanın yaşama alanı olan konut algısını da dönüştürmektedir. Farklılaşan gereksinimler, beklentiler, arzular ve istekler kullanıcıların konuta bakışını ve algısını da etkilemektedir.

Konut algısındaki değişim, kaçınılmaz olarak konutta da değişimine yol açmakta ve bu iki süreç birbirini etkilemektedir. İnsan ve mekan (çevre) arasında kurulan iletişim ne kadar güçlü ve uyumlu ise, bireyin yaşamsal kalitesi ve kullanıcı olarak konut memnuniyeti de o kadar yüksek olmaktadır. Kullanıcıların ihtiyaçlarına göre tasarlanmayan ve günümüzde tüketim nesnesi olarak inşa edilen ve pazarlanan konut projeleri kullanıcılarına, kentleşen toplumun tüketim kültürünün şekillendirdiği bir kimlik, bir yaşam biçimi dayatmaktadır. Özellikle metropol kentlerde yaşayan orta-üst ve üst sosyo-ekonomik gelir grubuna mensup olanların lükse yönelik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak tasarlanmakta olan “lüks karma yaşam projeleri”; her geçen gün daha da kalabalık ve kaotik bir hal alan kentten uzaklaşmak ve güvende hissetmek isteyenler için “ötekiler”den arındırılmış, benzer sosyo-kültürel grubu barındıran bir yaşam alanı sunmaktadır. Ayrıca; kullanıcılarına ayrıcalıklı, prestijli, konforlu ve lüks bir yaşam vadetmektedir.

Gelişmişliğin ve modernitenin göstergesi olarak görülen, yeni nesil kapalı ve güvenli karma yaşam projeleri, barındırdıkları sosyal imkanlar, donatılar, teknolojik fonksiyonlar ve en ince detayına kadar kurgulanmış iç mekan tasarımlarıyla birlikte kendi kendine yeten kentsel ölçekte küçük yerleşimler olarak karşımıza çıkarken; onlara sahip olamayan düşük gelirli kesim için de bir ütopyayı tariflemektedir.

Bu kapsamda tezin amacı; İstanbul metropolünde değişen yaşam koşullarının, konut ve konut çevresi memnuniyeti kapsamında, hangi yaşamsal beklentilerin ve önceliklerin kullanıcı açısından önemini arttırdığını ve hangilerinin azaldığını saptamak ve konut algısının nasıl değiştiğini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda tez çalışmasında; küreselleşme, kent, metropol, insan ve davranış, konut, konut algısı ve konutta kullanıcı memnuniyeti üzerinde durulmaktadır.

Tez çalışmasının birinci ve giriş bölümünde; tezin amacı, kapsamı ve yöntemi üzerinde durulmaktadır.

İkinci bölümde; kent kavramının günümüz metropol kentinin doğuşuna dek olan serüveni, küreselleşme ve metropolleşme kavramlarına değinilerek irdelenmektedir.

Üçüncü bölümde; “metropolleşme ile değişen yaşam” konu başlığı altında, insanın temel iletişim süreci, insan davranışı ve gereksinimleri irdelenmektedir. Ayrıca; toplumsal yaşamdaki değişimler ile birlikte toplumun, kültürün ve ailenin değişen yaşamsal koşullarından bahsedilerek, bu koşulların ne tür değişim ve dönüşümlere maruz kaldığı üzerinde durulmaktadır. Bunun yanı sıra, metropolleşme ile farklılaşan yaşamsal beklentiler ve öncelikler örneklerle açıklanmaktadır.

Dördüncü bölümde; metropolleşme ile dönüşen konut kavramı irdelenmektedir. İnsanın çevre ile girdiği ilişki biçimleri üzerinde durularak, mekan kavramı tanımlanmakta ve konut ve konutta kullanıcı memnuniyeti irdelenmektedir. Böylece; metropolleşme ile dönüşen konut algısı irdelenmektedir.

Beşinci bölümde; tez çalışmasının alan çalışması kapsamında; “Varyap Meridian” örneği ele alınmakta ve örnek çalışma, İstanbul’u dünya finans merkezleri arasında önemli bir yere taşıyacağı öngörülen “İstanbul Uluslararası Finans Merkezi” ve benzer karma projelerle birlikte değerlendirilerek, “Varyap Meridian” projesinin alan çalışması kapsamında pilot çalışma olarak seçilme sebepleri üzerinde durulmaktadır.

Altıncı bölümde bulgular yer almaktadır. Bu bölümde; değişen konut algısı; “lüks bir karma yaşam projesi” olan Varyap Meridian örneği üzerinden irdelenmekte ve gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edile bulgular, “Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi” (Israel, 2003) ve “Kullanım Sonrası Değerlendirme” (Francescato, 1989) kapsamında, “Eminönü ve Çevresindeki Toplu Konutlar” da (Kellekci, Berköz, 2006) ve “Mashattan Konutları”nda yapılan çalışmalar (Durmuş, 2010) ile karşılaştırmalı olarak irdelenmektedir.

Tez çalışmasının yedinci ve sonuç bölümünde ise; tüm dünyayı saran küreselleşmenin ve metropolleşmenin etkisiyle, İstanbul’da değişen yaşam koşullarının konut algısını kültürel, ekonomik, toplumsal, sosyal ve psikolojik anlamda nasıl dönüştürmekte olduğu üzerinde durulmaktadır.

## **CHANGING SENSE OF LIFE AND HOUSING IN ISTANBUL METROPOLITAN: VARYAP MERIDIAN EXAMPLE**

### **SUMMARY**

Rapid developments in globalization, technology and information systems are leading to changes in living conditions. Cities that have a limited and homogeneous population grow, along with the industrialization, grow into one another and reveal the “metropolitan city” notion. Metropolitan cities have begun to be seen as attractive centers that have the potential to provide employment to large masses economically and that can provide better living conditions for individuals. The strong attraction of the center effect created by the city; accelerating migration from rural to urban areas. Increased migration leads to multiculturalism and rapid changes in values, lifestyles and social structures. In addition to these, migration also brings about transformation of the structural environment. Changing living conditions with metropolitanism, as well as causing the differentiation of human needs, also transform the perception of "housing", the primary living space of an individual. In the direction of differentiating human needs, expectations, wishes and desires changes the individual's (residential user's) perception of housing, and how he perceives and interprets it.

The change in housing perception inevitably leads to a change in the dwelling, and these two processes influence each other. Strong and harmonious communication between the person and the space (environment) offers better quality of life for the person and increases the user satisfaction in the dwelling. In today's metropolitan cities, housing projects are not designed according to the needs of the users and, built and marketed as a consumer object. These housing projects impose on the user an identity and a way of life that has shaped by the urbanized society's consumption culture. "Luxury mixed-use living projects" are designed specifically for the luxury needs of the middle-upper and upper socio-economic income group living in metropolitan cities. While the metropolitan city is becoming more crowded and chaotic, such projects offer a privileged, prestigious, comfortable and luxurious life, as well as offering a living space with a similar socio-cultural group for those who want to get away and protected from the “others”.

The emerging new generation of closed and secure mixed life projects are seen as a sign of development and modernity. Those projects, reserves social facilities, equipments, technological functions and an interior space which designed to the finest detail, are confronted as self-contained compact cities; however it describes an utopia for low-income people who will never have them.

In this context, the purpose of the thesis; to understanding the changing living conditions in Istanbul metropolitan area, in terms of satisfaction of housing and housing environment, determining which vital expectations and priorities increases or decreases the importance for the user and, to reveal how the perception of housing changes. For this purpose thesis contains studies on; globalization, city, metropolis, people and behavior, housing, housing perception and user satisfaction in housing.

In the introduction and the first chapter of the thesis; the purpose, scope and method of the thesis are explained.

In the second chapter; the adventure of the concept of the city until the birth of today's metropolitan city was taken up by touching on the concepts of globalization and metropolism.

In the third chapter; under the heading of "metropolitanization and changing life", the basic communication process of human being, human behavior and needs have been explored. Also; with the changes in social life, the changing vital conditions of society, culture, and family are mentioned. It also focuses on what kind of changes and transformations these conditions are exposed to. Along with this, vital expectations and priorities differentiated by metropolitanization are explained with examples.

In the fourth chapter; the concept of housing transformed by metropolitanism has been examined. By focusing on the relationship between human and environment, the concept of space has been defined and as a space the dwelling and user satisfaction has been mentioned. So the impact of metropolitanization on housing perception has been examined.

In the fifth chapter; within the scope of the thesis study; the example of "Varyap Meridian" has been discussed and the case study is evaluated together with the "Istanbul International Finance Center" and similar mixed projects, which are expected to carry Istanbul considerably among the world's financial centers. In addition, the reasons for preferring the "Varyap Meridian" project are explained in detail.

In the sixth chapter, survey findings are included. In this chapter; the changing residential perception was investigated by using "Varyap Meridian" example which is a luxury mixed-use life project. Findings obtained from the survey are examined comperatively with the sample studies; "Housing Complexes in Eminönü and Surroundings" (Kellekci, Berköz, 2006) and "Mashattan Houses" (Durmuş, 2010), within the framework of "Hierarchy of Housing Needs" (Israel,2003) and "Post-occupancy Evaluation" (Francescato, 1989).

Under the influence of globalization and metropolitanism encompassing the whole of the world, how the changing living conditions in Istanbul transforms the perception of housing in terms of cultural, economic, communal, social and psychological significance.

## 1. GİRİŞ

Kentlerin de insanlar gibi çevresi ile sürekli iletişim halinde olan canlı sistemler olduğu düşünüldüğünde, yaşamdaki değişimlerin kentlerin ve fiziksel çevrenin dönüşümüne yol açması kaçınılmazdır.

Çevre kentler ve kırsaldaki insanların çoğunlukla ekonomik nedenlerle merkeze yönelmesiyle kentlerde hızlı nüfus artışları görülmekte ve bu durum, kentlerin mevcut alt yapı olanaklarını zorlamaktadır. Kentleşme, önce kent merkezi etrafında yatayda gelişmeye başlamıştır. Bu süreçte, yayılım hızla kent merkezi dışına doğru kaymış, daha sonra ise tekrar merkeze yönelim doğrultusunda düşeyde de gelişimini sürdürmüştür. Kentin dönüşümüyle ortaya çıkan, en açık ve kompleks yerleşim birimi bugün “metropolitan kent” olarak adlandırılmaktadır. Metropolitan kent, heterojen bir yapıya sahiptir. İçinde yaşamakta olduğumuz İstanbul metropolünde de; birbirine eklemlenen, üst üste binen, birbiri içine geçen, farklı dönemlerin ve insanların izlerini taşıyan bu heterojen yapı oldukça açık bir şekilde görülebilmektedir.

Kentin dönüşümünün, kentte yaşayanlar ve onların yaşam çevreleri üzerinde de etkisi bulunmaktadır. İnsan; gereksinimleri, istekleri, arzuları ve beklentileri olan algılayabilme, anlamlandırabilme ve herhangi bir durum karşısında reaksiyon gösterebilme yeteneğine sahip bir canlıdır. Değişen yaşam koşullarına göre insan da kendisini bulunduğu çevreye adapte etmektedir. Her ne kadar değişen dünya, farklılaşan yaşamsal faktörler ve dönüşen kent, insanı da değiştiriyor ise de, insan da çevresini, bulunduğu yeri, kendi kişisel tatmini yönünde değiştirmekte ve dönüştürmektedir.

Kent kurgusunda ve insan yaşamında hayati öneme sahip olan en önemli yaşam alanı konuttur. Anıların, hayallerin ve düşüncelerin mimari bir forma bürünerek somutlaştığı konut mekanı; her insanın yaşamı boyunca en çok vakit geçirdiği, tamamen kendisi olabildiği, yeryüzünde kendisini ait ve bağımlı hissettiği bir yerdir. İnsan ile sürekli etkileşim içinde olan başka bir mekan düşünülemez. Dolayısıyla, insanın yaşamı boyunca en çok değiştirdiği mekan da yine onun yaşam

mekanı yani içinde yaşamını sürdürdüğü konuttur. İnsanın algıladığı fiziksel çevreyle girdiği etkileşim sonucunda; fiziksel, sosyal, kültürel ve psikolojik gereksinimleri, istek, arzu ve beklentileri mekan tarafından karşılanamaz ise fiziksel çevre, uyarıcı çevre durumuna geçmektedir. Bu durum, bireyin belirli durumlar karşısında belirli davranışlar sergilemesine yol açmaktadır. Konut mekanı; insanın fizyolojik/biyolojik gereksinmelerini karşılamasının yanı sıra, psikolojik ve sosyal gereksinmelerine de cevap verebiliyorsa; insan ve konut arasında bir iletişim ve etkileşimin varlığından söz edilebilmektedir. İnsanın içinde yaşadığı, dönemin ve yerin yaşam koşullarına göre çeşitlenen ve farklılaşan gereksinimleri, ihtiyaçları, beklentilerin ve gereksinmelerinin önüne geçen isteklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bireylerin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik anlamda ait oldukları gruba ve bireysel yaşamsal tercihlerine göre sürekli olarak kendini yeniden şekillendiren algılama ve yorumlama mekanizmaları, konuta bakış açılarını ve yorumlama biçimlerini de etkilemektedir. Konut algısında çeşitlenmelere ve dönüşümlere zemin hazırlayan bu durum ise; bireyin bulunduğu veya bulunmak istediği sosyal gruba, ortama veya çevreye daha hızlı uyum sağlamak adına istemli veya istemsizce eyleme soktuğu bir tutum veya davranış olarak değerlendirilebilir.

### **1.1 Tezin Amacı ve Kapsamı**

Günümüzde kentlerin; kalabalıkların mekanı metropoliten kentlere doğru hızlı dönüşümü, yaşam koşullarını da değişime uğratmaktadır. Küreselleşen dünyayla birlikte bilişim sistemleri ve teknolojiye yaşanan gelişmeler, uzakların yakın olmasına, bilginin çok daha kolay ulaşılabilir hale gelmesine olanak sağlarken, ona eskisinden çok daha fazla bağımlı olmuş bir toplum yaratmaktadır. Çağımız toplumu '*bilgi toplumu*'<sup>1</sup> olarak adlandırılmaktadır ve bu toplumun bireyleri, teknolojik yeniliklere daha açık, gelişmeleri takip eden, daha bilgili ve kültürel etkileşime açık bireylerdir. İnsanın gereksinmelerinin, isteklerinin, arzularının ve beklentilerinin, hayatın getirdiği yeni yaşamsal koşullara uyum sağlayabilmek amacıyla değişmesi ve/veya dönüşmesi doğaldır. Bu süreçte, insan değişen yaşamsal değerleri ve beklentileri ile birlikte

---

<sup>1</sup> 'Bilgi toplumu', bilginin sermaye, hammadde, enerji ve insan gücü gibi üretim unsurlarından biri haline dönüştüğü, ekonomide hammadde ve ürün olarak kullanıldığı, herkes tarafından paylaşıldığı ve toplum içerisinde kültürel bir değer olarak kabul edildiği ve bilgi-iletişim teknolojilerinin her alanda kullanılmaya başlandığı toplum yapısıdır (Rukancı & Anameriç, 2004).

etkileşimde olduğu çevreyi farklı bir bakış açısı ile algılamaya başlamaktadır. İnsanın, değişen çevreyi algılama biçimi, onu farklı şekillerde değerlendirmesine, yorumlamasına ve ona karşı farklı tepkilerde bulunmasına sebep olmaktadır.

Her insan için hayatının en değerli anlarının geçtiği yer, konut mekanıdır. Bu kapsamda bu tez çalışmasının amacı; konut kullanıcısının, değişen yaşamsal koşullar, değerler, öncelikler ve beklentiler ile birlikte dönüşen konut algısının irdelenmesidir.

Tez kapsamında öncelikle; kent kavramının günümüz metropoliten kent formuna evrilme sürecinde hangi aşamalardan geçtiği ve hangi etkenler sebebiyle bu değişimin gerçekleştiği üzerinde durulmaktadır. Ardından, metropolleşme ile birlikte, belirli ve sınırlandırılmış alanlarda yaşamlarını sürdürmekte olan insanların, fizyolojik, psikolojik, kültürel, sosyal gereksinmelerinin ve önceliklerinin farklılaşan yaşam koşulları ile birlikte nasıl değiştiği incelenmektedir. Ayrıca; yaşamsal gereksinimler, ihtiyaçlar, değerler ve öncelikleri farklılaşan insanın, mekanı algılama biçiminin de değiştiği üzerinde durulmakta ve mekan algısından kaynaklanan farklılaşan mekansal tercihler ve beklentiler üzerinde durulmaktadır. Metropolleşme ile birlikte özellikle yeni karma yaşam projelerinin çoğunda gözlemlenmekte olan, dayatılmış ‘*metropoliten kent insanı*’ imajının, gerçekte insanların beklentilerini ne ölçüde karşıladığına değinilmektedir. Bu çerçevede; metropol kentlerde hızla değişmekte olan yaşam koşullarıyla birlikte, gözle görülür hale gelen sınıfsal ayrımların, çeşitlendirdiği bakış açılarını ve yaşama biçimlerini ortaya çıkarmak amacıyla; üst gelir grubuna hitap eden lüks bir yaşam projesi olan “Varyap Meridian” tez kapsamında örnek olarak incelenmiş ve iç mimarlık ve iç mekan ölçeğinde bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında, Varyap Meridian kullanıcıları ile “kullanıcı memnuniyeti anketi” yapılmıştır. Anket çalışmasından elde edilen veriler ışığında, İstanbul metropolünde değişen yaşam koşullarının, konut ve konut çevresi memnuniyetini ne derece etkilediği araştırılmış, hangi önceliklerin ve beklentilerin bir başka deyişle memnuniyet kriterlerinin konut kullanıcısı açısından önemini arttığı ve/veya azaldığı saptanmaya çalışılmıştır. Ayrıca; konut algısının neden ve nasıl değiştiğini ortaya çıkarabilmek amacıyla anketten elde edilen veriler, Israel’in (2003) “Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi” ve Francescato’nun (1989) “Kullanım Sonrası Değerlendirme” kriterleri kapsamında ve İstanbul’da farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiş olan diğer tez çalışmaları ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş, yorumlanmış ve değerlendirilmiştir.

## 1.2 Tezin Yöntemi

Bu tez çalışmasında; öncelikli olarak, dijital ve analog olmak üzere literatür araştırması yapılmıştır. Bu kapsamda; kent kavramı, küresel kent, endüstrileşme ve küreselleşmeyle doğan metropoliten kent kavramı, insan, insan davranışı, insan psikolojisi, insan ve mekan iletişimi, günümüzde değişen yaşam koşulları ve etkilediği insan, konut, konut algısı ve konutta kullanıcı memnuniyeti başlıkları altında ilgili literatür taranmıştır.

Tezin alan çalışması olarak; konumu itibariyle İstanbul'un iş ve yaşam alanı olarak en önemli merkezlerinden biri olan Ataşehir Bölgesi seçilmiştir. Batı Ataşehir'in tam karşısında, Ümraniye sınırları içinde kalan 'İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'ne 100 metre mesafede yer almasının yanı sıra, ana arter ve bağlantı yollarına olan yakınlığıyla da dikkat çeken 'Varyap Meridian Konutları', alan çalışması kapsamında, pilot çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Varyap Meridian'de yaşayanlar ile İstanbul metropolünde değişen yaşam biçimiyle birlikte konut algısının da değiştiği yönündeki iddiayı kanıtlayabilmek amacıyla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anketten elde edilen veriler, SPSS istatistiki veri analiz yöntemi ile analiz edilmiş ve "Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi" ve "Kullanım Sonrası Değerlendirme" kriterleri kapsamında, İstanbul'dan seçilmiş diğer örnek projeler ile karşılaştırmalı olarak ele alınmış, yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Tez çalışmasında kullanılan yöntem ve teknikler, Tablo 1.1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.1 : Tez yöntemine ilişkin tablo**

<b>Belgesel ve Görsel Analog-Dijital Literatür Taraması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kitaplar</li><li>• Makaleler</li><li>• Tezler</li></ul>
<b>Bölgesel ve Alansal Gözlem</b>	Ataşehir'de yer alan, Varyap Meridian ve diğer örnek proje alanlarının yerinde incelenmesi

**Tablo 1.1 (devam) : Tez yöntemine ilişkin tablo**

<b>Anket Uygulaması ve SPSS İstatistik Veri Analizi</b>	3 bölüm ve 46 sorudan oluşan anket, Varyap Meridian’de toplamda 56 kişiye uygulanmıştır.
<b>Verilerin “Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi” ve “Kullanım Sonrası Değerlendirme” Kapsamında, Diğer Örnek Çalışmalar ile Karşılaştırmalı Olarak Değerlendirilmesi ve Yorumlanması</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi (Israel,2003)</li><li>• Kullanım Sonrası Değerlendirme (Francescato, 1989)</li><li>• Mashattan’da Yapılan Anket Çalışması (Durmuş, 2010)</li><li>• Eminönü ve Çevresindeki Toplu Konutlarda Yapılan Anket Çalışması (Kellekci, Berköz, 2006)</li></ul>



## 2. KENT KAVRAMI, KÜRESELLEŞME VE METROPOLLEŞME

İlk insan toplulukları; çevrenin etkilerinden ve dış ortamdaki tehdit unsurlarından korunmak için korunaklı bir yere sığınma yani barınma gereksinimi duymuş ve böylece mağara ve/veya kovuklarda yerleşme eylemi başlamıştır. Yaşam alanının korunmasının ardından; bölgenin sınırlarının belirlenmesi, güvenliğe alınması, sahiplenilmesi, gözetilmesi ve savunulması zorunluluğu doğmuş ve beraberinde barınakların inşasıyla göçebe düzenden yerleşik düzene geçiş başlamıştır (İzgi, 1999). Düzenli, devamlı ve sistemli bir yerleşik hayata geçişle birlikte, ilk “kentler” kurulmuştur.

### 2.1 Kent Kavramı

“İlkel insanın maddi varoluşunu sürdürebilmek için doğayla giriştiği savaş, kent formu altında son şeklini almıştır.” (Simmel 1903)

Hasol (1988) kenti şu şekilde tanımlamaktadır: “Bir yerleşme birimine kent denilebilmesi, o birimde tarım dışı üretimin ağırlık kazanmasına, üretim araçlarının ve dolayısıyla nüfusun orada yoğunlaşmasına, bir örnek olmama ve bütünleşme derecelerinin yükselmiş bulunmasına bağlıdır.” Ancak, kent sadece bireyler için istihdam ve yerleşim olanağı sağlayan yer olarak düşünülmemeli, bununla birlikte “dünyanın en uzak yerlerini kendine çeken, türlü bölgeleri, insanları ve etkinlikleri bir düzene göre biçimlendiren, ekonomik, siyasal ve kültürel yaşamın öncüsü ve denetleyicisi” (Wirth, 2002) durumundaki bir merkez olarak da değerlendirilmelidir. İzgi, kenti: “Biyolojik, ekonomik, finansal ağırlıklı verilerin etkin olduğu sosyal bir oluşum” olarak tanımlamaktadır (İzgi, 1999). Yörükân ise, kırsalın homojen bir topluluktan oluştuğunu vurgularken, kentin heterojen bir sosyal grup olarak ortaya çıktığına dikkat çekmektedir. Ona göre kent, “çeşitli etnik, kültür ve meslek gruplarını ve sosyo-ekonomik sınıfları içine alan heterojen bir cemiyettir; her biri ayrı kültüre ve inanç sistemine sahip olan, ırk, etnik menşe, sosyal yapı ve fonksiyon bakımından birbirinden açıkça ayrılan fertlerden veya gruplardan meydana gelmiştir” (Yörükân, 2006).

Kentler geçmişten günümüze, birbirinden çok farklı din, dil, ırk ve kültüre ait insanlar (heterojen sosyal grup) için fiziksel ve kültürel kaynaşma yeri olagelmışlerdir. Aynı zamanda; farklı yaşam, kültür, düşünce yapısına sahip insanların ve büyük toplulukların karmaşık bir düzen içerisinde, kolektif biçimde yaşadıkları mekanlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Raban (1974) kenti, hiçbir zaman disiplin altına alınamayacak kadar karmaşık bir yer olarak tariflemektedir. Gerçek ve hayalin kaynaşmak zorunda olduğu bir mekan olarak kent, insanların istedikleri gibi davranması ve istedikleri gibi var olması konularında göreceli olarak hür oldukları bir alandır (Raban, 1974).

Kent, insan ile iletişim ve etkileşime girdiği zaman nefes almaya başlamakta ve yaşayan bir mekana dönüşmektedir. Kurt (2012)'un da belirttiği gibi "Kenti kent yapan onu oluşturan/meydana getiren bireylerin yaşamsal eylemleridir, insanın doğasıdır. Dolayısıyla kent son derece canlı bir organizmadır. Statik, durgun ve çizgisel bir naturası yoktur. Kente bu hareketliliği katan olgu, onu oluşturan bireylerin devinimleri, dinamizmi ve bu devinimler sonucu hayat bulan kültürel eylemleri ve sosyo-ekonomik aktiviteleridir" (Kurt, 2012). Dolayısıyla, ancak birlikte var olabilen bu iki canlı organizma için; birey olmadan kent, kent olmadan birey var olamaz diyebiliriz.

Bireylerin yaşamsal eylemleriyle var olan kentler çevreleriyle sürekli iletişim halinde olan, canlı ve dinamik organizmadır. Tarih boyunca kurulan kent düzenleri her ne kadar, belli bir düzen içinde yapılandırılmaya çalışılmış ise de, kentin kaotik yapısı buna pek müsaade etmemiştir. Şenel (2002)'in de belirttiği gibi: "Her canlı sistemde olduğu gibi kentte de sürekli bir yapılanma ve yıkılma gerçekleşir. Kent yaşamaktadır. Bir yandan düzen kurulurken, bir yandan bozulmalar yaşanmaktadır" (Şenel, 2002). Şenel'in bahsettiği aktif yapılanma ve yıkılma döngüsü kentin, sürekli kendini yenileyen bir sistem olduğunu göstermesinin yanı sıra, düzen içinde düzensizlik barındıran, dengeden uzak bir yapıya sahip olduğunu da vurgulamaktadır. Kent, insanın kendisini yeniden yaratmaya ve içinde yaşayabileceği bir kalıba dökmeye davet etmektedir (Raban, 1974). Diğer bir deyişle Lynch (1960)'in de belirttiği gibi: "Kent formu bir şekilde belirsiz olmalı, kentlilerin amaç ve algılarına göre şekil alabilmelidir" (Lynch, 2018).

Kentin, değişim döngüsü incelendiğinde kaynağının insan olduğu açıkça görülmektedir. Bu durumda sorulması gereken, kentin insanı nasıl değiştirdiğidir?

Çünkü insan, kenti nasıl biçimlendiriyorsa, bu biçimlendirmenin kente dayatılması yaşayan kentin direnç göstermesine ve bu dirençse kentin de insanı biçimlendirmesine neden olmaktadır (Raban, 1974). Kenti, ivmeli, karmaşık bir ortam kurgusu olarak tanımlayan İzgi (1999), onun insanı nasıl biçimlendirdiğini şu şekilde açıklamaktadır: “Kent, sınırları içinde yaşayanları kentli kimliğine ulaştıran, onlara ortak sorumluluk ve yükümlülük bilinci aşıl原因an, fizyolojik, psikolojik ve etik yönlerden huzur ve mutluluğa kavuşma imkanı ve deneyimi kazandırır.” (İzgi, 1999).

Tarihsel medenileşme süreci boyunca kentlerin ortaya çıkışı, büyümesi, yayılıp gelişmesi, değişimi ve dönüşümüyle kentleri; sanayi öncesi (pre-industrial) kentler, geçiş dönemi (transitional) kentleri, sanayi (industrial) kentleri ve metropoliten kentler başlıkları altında gruplamak mümkündür.

Kentler, tarih sahnesine, “sanayi öncesi” olarak da adlandırılan dönemde Antik Yunan’da şehir devleti olarak bilinen “polisler” ile çıkmıştır (Durmuş, 2010). Sanayi öncesi kentlerin başlıca işlevleri, politik (idari ve askeri), ekonomik, dinsel ve eğitimseldir (Sjoberg,1965). Ekonominin kısıtlı ticaret ve zanaat faaliyetlerine dayandığı kentte; cami, kilise, katedral gibi idari ve dini aktiviteleri barındıran büyük yapılar kent merkezi olarak kabul edilmekte ve dinsel değerlerin etkisi altında kalan kentsel yaşam bu merkezler etrafında yayılmaktadır (Sjoberg, 1965), (Özcan, 2005). Sjoberg (1965), sanayi öncesi kent modelinde mekansal organizasyonu oluşturan temel özellikleri tanımlarken şu unsurlara değinmektedir: Kentsel mekanlar sınıfsal farklılıklara göre tabakalara ayrılmaktadır. Bir yandan, üst gelir düzeyine sahip olan kesim kent merkezinde yerleşirken, alt gelir düzeyine sahip olan kesim ise kent çeperine doğru itilmiştir. Diğer bir taraftan ise, sosyal sınıflar arasında etnik, dini, mesleki ve aile bağlarına dayalı bariz mekansal ayrışmalar görülmektedir. Sanayi öncesi kentlerde, mekan kullanımında konut-işyeri ayrımı söz konusu değildir. Konutlar hem yerleşim, hem de ticaret ve üretim yeri olarak kullanılmaktadırlar (Sjoberg, 1965). Evini hem yerleşim hem de üretim yeri olarak kullanan zanaatkar kesim için üretimin belli bir alanında farklılaşma veya uzmanlaşma da söz konusu değildir. Kişi üretimin neredeyse tüm süreçlerinde bulunmaktadır. Bu kentlerde ekonomik sistem, canlı (insan ve hayvan) güç kaynaklarının kullanımına dayanmaktadır. Az katlı yapıların bulunduğu, sanayileşmenin henüz insan hayatını etkilememiş olduğu bu kentlerde, sokaklar yalnız insanların ve ulaşım amacıyla kullanılan hayvanların geçebileceği makul genişliklerde bırakılmıştır.

Sanayi öncesiyle, sanayi kentleri arasında kalan dönemde gelişmekte olan toplumun kent modeline, “geçiş dönemi kentleri” adı verilmektedir. Sanayi kentleri, sanayi devrimiyle gelen yeni üretim biçimlerinin etkisiyle gelişen topluluklarla birlikte hayat bulmuştur. Sanayileşme, bu iki kent tipi arasındaki ayrımlar incelenirken, kilit bir değişken olarak önemli bir rol oynamaktadır (Durmuş, 2010). Modern devlet anlayışının gelişmesi ve dünyada hızla yayılan sanayileşme hareketi sonucu, teknolojik gelişmelerde ve ticarete verilen önemde yaşanan artış, sanayi öncesi kentlerden sanayi kentlerine dönüşümü başlatmıştır. Ticaretin önem kazanmasıyla ulaşım kolaylaştırılmış, sanayi öncesi kentlerde görülen dar sokaklar ve az katlı binaların yerini, geniş sokaklar ve çok katlı binalar almaya başlamıştır.

20. yüzyılın başlarında “sanayi kenti” ortaya çıkmıştır. Bu kent, eşi görülmemiş büyüklükte, köklerinden kopmuş nüfusun akınıyla, denetimsiz bir gelişmeyle, elverişsiz yaşam koşullarıyla ve karmaşayla tanımlanmaktadır (Duru & Alkan, 2002). Sanayi kentlerinde, ekolojik, ekonomik ve toplumsal örgütlenmede önemli değişiklikler yaşanmasını sağlayan yenilik, canlı enerji kaynağına bağımlı olan üretim sisteminin, sanayileşmenin ilk dönemlerinden itibaren cansız üretim sistemi olarak adlandırılan ve insan emeğinin verimini artırmayı amaçlayan sisteme dönüşmesidir. Bunun yanı sıra, üretim kapasitesinin büyük ölçüde artırılmasını sağlayan, buhar ve elektrik gibi cansız güç kaynakları da kullanılmaya başlamıştır (Sjoberg, 2002). Üretim yöntemlerindeki bu değişim, Pustu (2006)’nun da belirttiği gibi: “İş gücünde farklılaşma ve uzmanlaşmayı beraberinde getirirken, para piyasaları da bir yandan gelişmiş, yerel pazarlar yerini uluslararası boyuttaki pazarlara bırakmaya başlamıştır” (Pustu, 2006). 18. ve 19. yüzyıllarda, İngiltere’de ilk sanayi kentlerinin ortaya çıkışıyla eş zamanlı olarak kırsalda yaşanan çözümlenmeyle birlikte mülksüzleşen köylülerin kentlere yönelmesi, modern sanayi kentlerini üretimin, tüketimin ve kapitalizmin merkezi haline dönüştürmüştür (Şen & Doğan, 2010). Böylece kentte yaşam, insanların bir tarza sahip olma bilincini, bir başka deyişle belli bir gruba has belirleyici özellikleri ve bireysel seçimleri yansıtabilecek bir alan içinde tüketme gereksinimini arttırmıştır (Bocock, 1997).

Kentlerin; 20.yüzyılda alınan göçler ve nüfustaki ani artışların etkisiyle, hızla yayılarak büyümesi, sanayi devrimiyle birlikte teknolojide yaşanan gelişmeler ve buna bağlı olarak nüfusun hızla kentleşmesi sonucu, kentlerin boyutsal ve maddesel yapılarında meydana gelen büyük değişimler, *metropoliten kenti* ortaya çıkartmıştır.

Birkaç sanayi merkezinin birleşmesi sonucu ortaya çıkan “metropoliten kent”, büyük mimari yapıları, büyüyen sermaye potansiyeli, artan nüfusu ve kültürel çeşitliliğinin ötesinde; sosyal yaşamın hızla aktığı, mobilitenin ve hızın modern hayatın vazgeçilmez dinamikleri haline geldiği, küreselleşmenin etkilerinin yoğun ve hızlı biçimde hissedildiği yer olarak öne çıkmaktadır. Gülmen’e (2004) göre metropol: “Kentın sınırlarının kaybolduğu, mekansal ve zamansal belirleyicilerin çaptan düştüğü, kontrolsüz ve akışkan ilişkilerin merkezi hale geldiği bir gerçekliğe tekabül etmektedir”, (Gülmen, 2004).

## 2.2 Küresel Kent

Küreselleşme; genellikle ülkelerin ekonomik anlamda birbirlerine bağımlılıkları açısından ele alınsa da, günümüzde aynı zamanda “zaman” ve “mekan” kavramlarının dönüşümü ile de ilgilidir. Küreselleşme basitçe, zamansal ve mekansal bir “değişim ve dönüşüm süreci” ve bir “tarihsel ve toplumsal olgu” olarak tanımlanabilmektedir. Baykurt (1997), kapitalizmin yeniden ortaya çıkışı veya yeni bir kademesi olarak kabul edilmekte olan küreselleşmeye, ilk olarak 20. yüzyılın son çeyreğinde değinildiğini belirtmektedir.

“Küreselleşme” veya “Globalleşme”, İngilizcede “*globalization*” kelimesine karşılık gelmektedir. Genel anlamıyla küreselleşme: “Mal ve hizmet ticareti, insanların göç etmesi, teknik bilginin değış tokuş edilmesi, doğrudan yabancı yatırım ya da yurtdışında fabrika ve şirket kurmak ya da satın almak ve hisse senedi, bono gibi finansal varlıklara sınır ötesi yatırım yapmak” (Harford, 2008) şeklinde tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımlama ise: “Mal ve hizmetlerin, üretim araçlarının, teknolojinin ve finans kaynaklarının serbestçe dolaşabildiği ve piyasaların giderek bütünleştiği bir süreçtir” (Şenses, 2004). Öte yandan “dünyadaki mekansal sınırların önemini kaybederek, toplumların bütünleşmesi ve dünyanın tek bir yer olarak algılanması” (Kaypak, 2011) gibi simgesel bir anlamının olduğunu da belirtmekte yarar vardır. Bauman (2006)’a göre küreselleşme: “Hem geri dönüşü olmayan hem de hepimizi aynı ölçüde ve aynı şekilde etkileyen bir süreç; dünyanın, kaçamayacağı kaderi”dir.

Bowden (2004), “küreselleşme” ile ilgili tanımların beş temel ortak özelliği olduğunu belirtmektedir. Bunlar; “bağılantılılık”, “mekanın küçülmesi”, “zamanın hızlanması”, “teknoloji” ve “sermaye”dir (Haytoğlu & Kaypak, 2016). Küreselleşmenin

bağlantılılık özelliği, birbirlerinden uzak yerlerde yaşayan, farklı kültürlere ait bireylerin birbirleriyle bağlantılı hale geldiğini anlatmaktadır. Yani, dünya hızlı bir şekilde “sonsuz bir kent”e dönüşmektedir (Burgdett & Sudjic, 2008). Dünya küçülmekte ve kentler iç içe geçmektedir. Bu durum, uzak yerlerin kolay ulaşılabilir olmasına, mesafelerin kısalmasına, para, bilgi ve fikir akışının hızlanmasına ve zamanın çabukluk kazanmasına olanak vermektedir. Bauman (2006) uzakların yakın olmasını sağlayan birincil faktörü, dijital teknolojik gelişmelere bağlamaktadır. O’na göre; küresel enformasyon (haberleşme) ağının gelişimiyle birlikte, inşa edilmiş mekan üzerine üçüncü bir mekan bindirilmekte ve bu mekan, insan dünyasının “sibernetik”<sup>2</sup> mekanı olarak tanımlanmaktadır. Virilio (1991)’ya göre, “bu mekanın öğeleri mekansal boyutlardan yoksundur, anlık bir yayılmanın bireysel zamansallığı içine kazanmıştır. Bu noktadan sonra insanları, artık fiziksel engeller ya da zamansal uzaklıklar ayıramaz. Bilgisayar terminalleri ile video monitörlerinin birbirine bağlanmasıyla birlikte, burası ile orası arasındaki ayırım artık anlamsız bir hale gelmiştir.”

Bu çerçevede; dünyanın her yerinden gelen para, yatırım döngüsü ve yaşanan teknolojik gelişmeleri, küreselleşme olgusunu tanımlarken sıkça kullanılan ortak özellikler olarak tanımlamak mümkündür. Küreselleşme kentlerde meydana gelmekte, kentlerde yaşanmakta ve kentler küreselleşmeden etkilenip, bu etkileri yansıtmaktadırlar. Küreselleşmenin dünya genelinde belirli ülkelerde öne çıkan, finans, ticaret ve moda alanlarında merkez olarak kabul edilen Londra, New York, Tokyo, Paris, İstanbul gibi küresel “dünya şehirleri” yarattığı fikri küreselleşme-kent ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların odak noktasıdır. Bu şehirlerin temel özellikleri; nüfus yoğunluklarının fazla olması ve büyük ölçekte ticaret ve mali işlemlere sahip bulunmalarıdır. Söz konusu kentlerin en belirgin özelliklerinden biri ise küresel kapitalizme eklenmiş olmalarıdır (Keyman & Lorasdağı, 2010).

Günümüzde iletişim sistemlerinin, teknolojinin, hızın, medyanın, üretimin ve tüketimin gündelik hayatın vazgeçilmez dinamiklerine dönüşmesine bağlı olarak insanın yaşama şekilleri de değişmektedir. Kentleşmenin bu dinamiklerle birlikte hızla sürmesi kent kültürünün oluşmasını sağlamış, insanların yaşayış tarzlarının değişmesi ise çevreyi algılama, değerlendirme ve yorumlama biçimlerinin değişmesine sebep

---

<sup>2</sup> Bilgisayar kontrollü.

olmuştur. Bu değişimler sonucunda, farklı insanlar, kültürler, düşünceler, bakış açıları ve hayaller etkisinde yorumlanan kent kavramının içeriği de dönüşmektedir. Küreselleşmenin etkileriyle eş zamanlı olarak beliren kent sistemi “küresel kent” olarak adlandırılmaktadır. Kavramı ilk olarak 1990 yılında ortaya atan Saskia Sassen (2001) “küresel kentte bilinen endüstrinin önemini yitirdiğini, finans endüstrisinin etkin hale geldiğini ve bu toplumsal/ekonomik değişimin kenti değiştirdiğini” belirtmektedir (Kahveci, 2005).

### 2.3 Metropol Kent

İnsan; davranışı, yaşayış biçimi, ihtiyaçları, istek ve arzuları ile sürekli değişen canlı bir varlıktır. Kent ise kullanıcısı olan insan ile sürekli etkileşim halinde olan bir sistem olarak onunla birlikte değişmekte ve dönüşmektedir. Geçmişten günümüze büyük kentlerdeki insan yoğunluğunun hızlı ve sürekli artışı, nüfus yoğunluğunun da hızla artmasına sebep olmaktadır. Nüfus yoğunluğunun artışının en güçlü sebeplerinden biri ise “göç”tür. İzgi’ye göre, özellikle genç nüfus oranı yüksek ve nüfus artışı hızlı olan ülkelerde, politik çıkarların etkisi altında kalarak, kentli olma arzusunda olan kırsal kesim insanı büyük beklentilerle kentlere doğru göçe başlamıştır. Alınan göçlerle birlikte birçok farklı kültür ve yaşayış biçimine sahip bireyin kent ortamında birlikte yaşama zorunluluğu doğmuş ve bu durum büyük bir dengesizlik, uyumsuzluk ve sıkıntı yaratmıştır. Kırsaldan kentlere gelenlerin zaman içinde kalıcı olarak yerleşmesiyle, bireyler arasındaki farklılıklardan doğan, ortak değerlerin olmayışı veya bulunamaması kentsel kurguda bozulmalara ve yozlaşmalara sebep olmuştur. Bu uyumsuzluk içinde; kent insanı, insan da kenti değiştirmektedir (İzgi, 1999). Kentin, “metropolitan kent”e dönüşme süreci ise sosyal, kültürel ve psikolojik değişiminin yanı sıra mekansal değişimi de beraberinde getirmektedir.

20. yüzyıl itibariyle sürekli bir değişim içerisinde olan modern kentler, günümüzde aşırı yoğun, dinamik ve yeni potansiyellere sahip yaşam alanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kentler göç, finans ve kültürel sermayenin akış alanları haline gelirken değişim ve dönüşüme uğramış, yerlerini “mega” ve “metropolitan” kentlere bırakmışlardır. Aytaç (2017) “metropol”ü şu şekilde tanımlamaktadır: “Metropol, devasa mimari alanları, büyük sermaye potansiyeli, kültürel çeşitlilik, yoğun ve akışkan nüfus, bürokratik ya da siyasal merkez vb. olmanın ötesinde, insani ve sosyal yaşam döngüsünün hızla aktığı, hızın ve mobilitenin hayatın motorize gücü haline

geldiği, küresel rüzgârların etkisinin en hızlı şekilde kendisini gösterdiği yerleşim bölgesidir. Metropol, kentin sınırlarının kaybolduğu, mekansal ve zamansal belirleyicilerin çaptan düştüğü, kontrolsüz ve akışkan ilişkilerin merkezi hale geldiği bir gerçekliğe tekabül etmektedir”, (Aytaç, 2017).

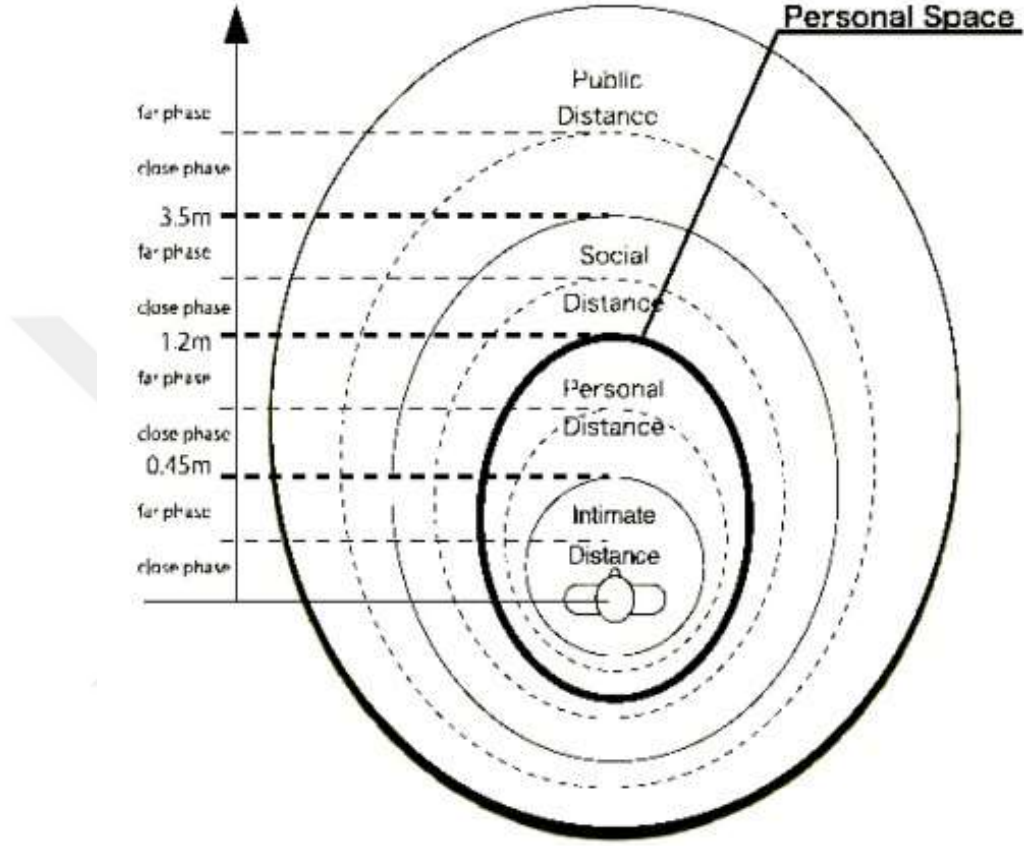
Simmel (1903) ise metropoliten kenti, “sosyo-teknolojik bir mekanizma” olarak tanımlamaktadır. Bu kentte yaşayan topluluk ise; geniş bir nüfus yoğunluğu barındıran, modern ulaştırma ve iletişim teknolojilerinin yardımıyla kurulabilen, karmaşık topluluklar arası ilişkiler ağına bağımlı bir topluluktur (McKenzie, 1957).

Metropoliten kent, kültürün ve para ekonomisinin merkezi olarak görülmektedir. Simmel (2003)’e göre, para ekonomisine dayanan kent hayatının bizlere dayattığı sosyal bir varoluş biçimi olmakla birlikte, doğadan giderek uzaklaşma olarak tanımlanmaktadır.

Metropol, para ekonomisinin olduğu kadar özgürleşmenin de merkezi olarak tanımlanır. Metropolde özgürleşme, yüksek derecede bireyselleşmiş kişilikler olarak yer bulmakta ve anlam kazanmaktadır. Geniş yaşam alanına yayılmış küçük toplulukların yaşadığı kırsal alanlarda hayat düzenli, yavaş ve olağan akmaktadır. Bireyler kaçınılmaz bir şekilde birebir iletişim içindedirler. Sınırlı ve doğrusal hayat akışının içinde düzen dışlıklar hemen fark edilmektedir. Bu sebeple, kırsalda insanlar özgür olmanın aksine, adeta görünmez bir fanus içinde hep yakın komşuluk ve/veya akrabalık bağları olanlarla içi içe yaşamak zorundadırlar. Metropol ise “sadece toplumsal farklılaşmanın, karmaşık toplumsal ağların yoğunlaşma noktası olmakla kalmaz, aynı zamanda sınırları belirsiz toplulukların, kalabalıkların mekanıdır” (Simmel, 1903). Kalabalıkların mekanı metropolde, insanlar yaşadıkları çevrelerde, kendilerini sınırlandırmakta veya tamamen izole etmektedirler. Görünmez fanuslar bu sefer kentin değil bireyin etrafındadır. İlişki kurmada psikolojik sınırlarını kendi iradeleri ile belirlemiş olan metropol insanları, görünmez fanuslarının içine istekleri dışında birini almayarak ruhsal açıdan tek ve hür bir şekilde yaşayabilmektedirler.

Normal şartlarda, farklı mekanlarda, insanlar ve nesnelere arası ilişkilerde, insan kendi etrafında kişisel psikolojik korunma sınırlarını çizmektedir. Bu kapsamda, mekansal davranış araştırmalarının temel kavramlarından bir tanesi, Amerikalı antropolog Hall (1966)’un “proksemi” kavramıdır. Göregenli’nin ifadesiyle Hall; “Mesafeyi bir iletişim aracı olarak görür; insanların çeşitli çevrelerde ve çeşitli insan ilişkilerinde

duygusal durumlarıyla ilişkili olarak farklı mesafeler kullandıklarını vurgular”, (Göregenli, 2010). Birey için dört farklı mekan tanımlaması ileri süren Hall’a göre bu mekanlardan her biri farklı seviyelerde duygusal veri taşımakta ve mesafeyi yöneten kurallar kişinin niteliğine göre değişmektedir (Şekil 2.1).



**Şekil 2.1** : E. T. Hall'un Proksemi Diyagramı

Mahrem alan (kişinin bedeninden yaklaşık 45cm'lik mesafeyi kapsar), kişisel mekan (vücuttan 45cm ile 1.25m arası mesafeyi kapsar), sosyal mekan (vücuttan 1.25m ile 3.70m arası mesafeyi kapsar) ve genel topluma açık mekan (vücuttan 3.70m'nin ötesindeki mesafeyi kapsar).

Şubat 2018 itibariyle 15 milyon 29 bin 231 kişilik (Url-1) nüfusa ulaşan İstanbul metropolünde, insanlar için hayat her geçen gün biraz daha zorlaşmaktadır. Sokaklarda, duraklarda, toplu taşıma araçlarında (otobüs, metro, metrobüs, vb.) bireyin “kişisel mekan” sınırını tanımlamasının mümkün olmaması bir yana, Hall (1966)'un “mahrem alan” olarak tanımladığı en yakın bölgenin sınırlarının dahi ihlal edilmesi söz konusudur (Şekil 2.2).



**Şekil 2.2 : İstanbul Taksim'den Gündelik Bir Görüntü (Url-3)**

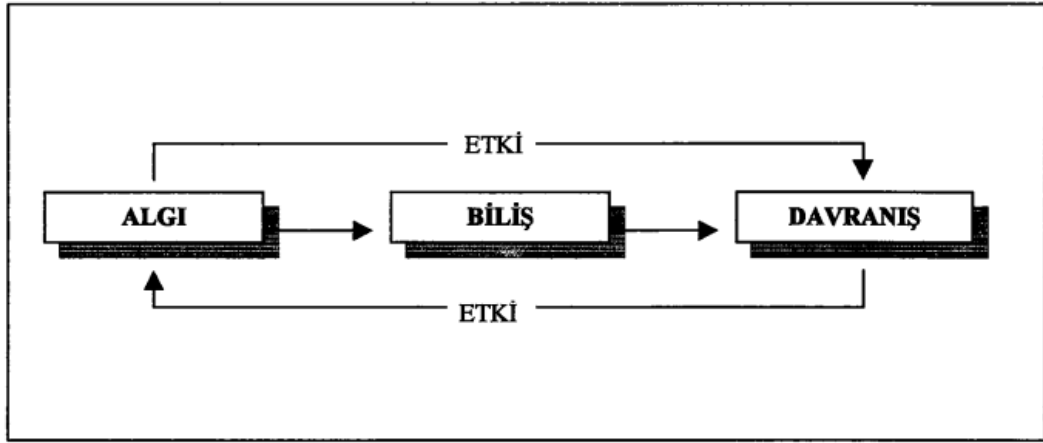
Cüceloğlu (1998)'da kişisel mekan kavramına ilişkin olarak, kalabalığın en rahatsız edici yönünün “kalabalık içindeki bireylerin tanımadıkları, bilmedikleri kimselerin mahremiyet ve kişisel mekanlarını ihlal etmeleri” olduğunu belirtmekte ve kalabalığın kişisel mekanı ihlal etmemesi halinde, birey üzerinde olumsuz etkisinin olmadığına vurgu yapmaktadır. Bu durumda, kalabalığın, kişinin duygu, düşünce ve davranışlarını önemli derecede etkileyen çevresel bir faktör olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kişisel sınırların birey tarafından korunabilmesinin insanın psikolojik sağlığı açısından önemli olduğu yargısına varılabilmektedir.

Simmel (2003), bireyin kendini gereksiz gördüğü iletişime sokmayarak yalnızlaştırma durumunun modern metropol hayatının bir tür gerekliliği olduğuna değinirken, buna ‘işsel engel’ veya ‘ruhsal mesafe’ koyma denebileceğini belirtmektedir. Ayrıca; metropol insanının işsel bir takım dürtüleri doğrultusunda bu gerekliliği yerine getirmesinin nedenini ise; ticari, mesleki, toplumsal ilişkileriyle çağdaş kent hayatının, insanları muazzam sayıda insanla fiziksel yakınlığa zorlaması sebebiyle toplumsal ilişkilerin nesnelleşmesinin getirdiği doğal bir denge unsuru olması olarak yorumlamaktadır (Simmel, 2003). Bu durumu; insanların fiziki olarak koyamadığı mesafeyi ruhsal olarak koyması veya modern hayatın aşırılıklarına tahammül edebilmek adına hızlı ve dinamik yaşamdan kaynaklanan karmaşık dürtülerini bir elemeye tabi tutması şeklinde yorumlamak mümkündür.

### 3. METROPOLLEŞME İLE DEĞİŞEN YAŞAM

#### 3.1 İnsanın Temel İletişim Süreci

İnsanı diğer canlılardan ayıran en belirgin özellik, onun algılayabilme, anlamlandırabilme ve herhangi bir durum karşısında reaksiyon gösterebilme yeteneğidir. Rapaport'a (1977) göre; algı, biliş ve davranış, insan ile çevre arasındaki iki yönlü etkileşimde, bunları birbirine bağlayan mekanizmalardır (Şekil 3.1).



**Şekil 3.1** : Algı – Biliş - Davranış Mekanizması Olarak İnsan  
(Ayyıldız, 2000)

*Algı (Perception)*, çevreden alınacak olan duyuşal bilginin kabulüdür ve algılama, “çoklu duyuşal” bir eylemdir. Rapoport’un da belirttiği gibi; “Algılama çeşitli duyuşal birleşiminden oluşmaktadır” (Rapoport, 2005). Cüceloğlu (1998), psikologların; biri hareket algılamasını sağlayan kas eklem yerlerindeki kinetik alıcılar ve diğeri denge duyumunu veren iç kulakta yarım daire kanallarında bulunan alıcılar olmak üzere göz, kulak, cilt, dil ve buruna ek iki farklı duyu organından daha bahsettiğini belirtmektedir (Cüceloğlu, 1998). Cüceloğlu algıyı: “Duyu verilerini örgütleyip yorumlayarak çevremizdeki nesne ve olaylara anlam verme süreci” olarak yorumlarken, Haçerlioğlu ise: “Nesnel dünyayı duyuşal yoluyla öznel bilince aktarma” süreci olarak tanımlamaktadır (Haçerlioğlu, 1993). İnsan, çevresini ve bulunduğu herhangi bir mekanı yetkinleşmiş alıcı organları aracılığıyla topladığı veriler vasıtasıyla algılar. Organlar, çevredeki belirli enerji türlerine seçici tepki gösterirler ve böylece insan için duyumsama ve algılama süreci başlamış olur.

Lang, algıyı “çevreden bilgi alma veya edinmeyi içeren aktif bir süreç” olarak tanımlarken, algılama kuramlarını “duyuma dayalı algı kuramı” ve “bilgiye dayalı algı kuramı” olmak üzere iki ana başlık altında sınıflandırmaktadır. Duyuma dayalı algı kuramı; duyular aracılığı ile alınan duyumlara odaklanan ve bunların beyinde nasıl bir araya geldiğini açıklamaya yönelikken, bilgiye dayalı algı kuramı; duyularla birlikte aktif ilişki ağı içinde oldukları diğer sistemlere odaklanmaktadır (Lang, 1987). Bu anlamda, algılamanın duyumsal ve zihinsel sürecin ortak ürünü olduğu söylenilebilir.

“Duyumsal süreç; çevreden gelen bilgileri ve verileri duyularımız aracılığıyla yorumladığımız süreçken, zihinsel süreç bunun devamında duyularımızla edindiğimiz ya da fark edemediğimiz çevresel bilgileri ancak yaşanmışlığa bağlı olarak kavramsallaştırdığımız ve bu yolla zihnimizde oluşturduğumuz süreçtir” (Lang, 1987).

Algısal sürecin tamamlanması yorumlama, belleğe gönderme yapma, duyumsama eylemi yani “bilgi” bir başka deyişle “kavrama” süreciyle gerçekleşmektedir. Rapaport’a göre *Biliş (Cognition)*, çevre hakkındaki algılama (bilgi edinme) ve bilgi arasındaki zihinsel süreçleri kapsar. Terimin, dünya hakkında her şeyi nasıl öğrenebiliriz, nasıl zihinsel harita oluşturabiliriz, kendimizi nasıl adapte edebiliriz ve yönlendirebiliriz, kısacası dünyada nasıl faaliyet gösterebiliriz gibi alışlagelmiş psikolojik anlamlarından da söz edilebilir (Rapaport, 2005, s.13).

*Davranış (Action & Behaviour)*, kavrama, anlam, etkileme ve değerlendirmeye gösterilen tepkidir (Rapaport, 2005, s.13). Ayyıldız’a (2000) göre “davranış”, amaç ve insani güdüler doğrultusunda algılara organizmanın devinim ve diğer tepkileri yoluyla verdiği yanıttır. Algısal, bilişsel ve anlamsal süreçler, bu yolla davranışı yönlendirirler.

### **3.2 İnsan ve Davranışı**

Gür (1996) “davranışı”, bir algı, biliş ve davranış mekanizması olarak insanın, çevresi ile olan etkileşiminin bir ürünü olarak tanımlamaktadır. Cüceloğlu (1998) ise psikoloji alanında insan davranışını açıklayabilmek için; “nörobiyolojik”, “davranışsal”, “bilişsel”, “psikoanalitik” ve “fenomonolojik” olmak üzere toplamda beş yaklaşım türü olduğunu belirtmekte ve insanın basit bir davranışının bile, birbirinden farklı yaklaşımlarla açıklanabileceği üzerinde durmaktadır, (Cüceloğlu, 1998).

- **Nörobiyolojik Yaklaşım**

Bu yaklaşım, beyinde oluşan sinirsel süreçlerin belli bir düzen izleyerek kaslara geçip, gözlemlenebilen davranışlar halinde dışa yansması üzerine temellenmektedir. İnsan beyninin karmaşık bir işleyiş düzeninin olması ve araştırmaların deneysel olarak yapılamaması, davranışın nörobiyolojik temelleri üzerindeki bilginin oldukça sınırlı kalmasına yol açmaktadır, (Cüceloğlu, 1998).

- **Davranışsal Yaklaşım**

Bu yaklaşım, bireyin gözlemlenebilen ve dolayısıyla ölçülebilen davranışlarını incelemeyi psikolojinin tek bilimsel yöntemi olarak savunmaktadır. Bu görüşe göre; içebakış, düşünce ve duygu gibi deneğin kendinden başka kimsenin gözlemesine olanak vermeyen bir olguyu içerdiğinden öznedir ve bu özelliği bilimsel yönetimle eşdeğer görülmesine neden olmuştur, (Cüceloğlu, 1998).

- **Bilişsel Psikoloji**

Bu yaklaşıma göre insan, algılayan, uyarıcıları işleyen, anlamlandıran aktif bir sistem olarak ele alınmaktadır. Birey, bilişsel oluşumlar deyince akla gelen algılama, bellekte tutma, yorumlama ve düşünme gibi zihinsel bilgi işlem süreçlerini kullanarak çevresi ve kendisi hakkında bilgi edinme, eski olayları hatırlama, ortaya çıkan sorunları çözme ve plan yapma gibi davranışlar sergilemektedir. Bireyin algılamasının onun fiziksel ve sosyal çevresini belirlediğini savunan bu yaklaşım, insanın çevresel davranışının dilini ve mekansal anlam bağlantısını kurmak ve anlamak açısından diğer psikolojik yaklaşımlara göre çok daha etkindir. Fiziksel çevrenin algılama sürecinden sonra “uyarıcı çevre” durumuna geçtiğini savunan bu yaklaşıma göre, bu sebepten ötürü sadece nesnel uyarıcıdan söz edilememektedir. Bireyin dünyayı ve kendini belirli bir biçimde algılamasına yol açan, yaşamını etkileyen kişilerin inançları, tutumları ve tavırları, belirli durumlarda belirli tür davranışlar sergilemesine yol açmaktadır. Nesnel yöntemlerle deneysel olarak bireyin zihninde yer alan bilişsel süreçleri inceleyen bilişsel psikoloji, bireyin çevresini nasıl içselleştirdiğini de anlamaya çalışmaktadır (Cüceloğlu, 1998).

- **Psikoanalitik Yaklaşım**

Sigmund Freud’un kurucusu olduğu bu yaklaşım, her bireyin kendi geçmişini inceleyen “vaka çalışmaları” yöntemini kullanmakta ve insanoğlunun doğuştan

getirdiği iki temel kuvvetli eğilim üzerine temellenmektedir. Freud'a (1935) göre bu eğilimler; "cinsellik" ve "saldırganlık"tır. Bu eğilimler toplum tarafından hoş karşılanmadığından insanın bilinçaltına itilirler. Farkında olmaksızın bilinçaltına itilmiş olan istek ve arzular, insan davranışını etkilemeye devam etmektedir. Ortadan kaybolmayan bu istek ve arzular, sadece toplumca kabul edilebilir davranış kılıflarına büründürülerek kendilerini ifade ederler, (Cüceloğlu, 1998).

- **Fenomenolojik Yaklaşım**

Kendini ve dış dünyayı özgün bir biçimde algılayan kişinin öznel yaşantısına verilen isim "fenomen" dir. Fenomenolojik yaklaşım, bireyin davranışlarını biçimlendiren en önemli etkenin, onun kendini ve çevreyi o andaki anlamlandırış biçimi, başka bir deyişle bireyin o anki fenomeni olduğunu savunmaktadır. Varoluşsal ya da insanlı mekan yaklaşımlarının odağı insan davranışdır (Gür, 1996). İnsan davranışlarına yaklaşım türleri arasında, mimari (insanlı mekan) için en etkin kullanılanlar; bireyin bilişsel süreçlerini deneysel yoldan incelemeyi amaçlayan *Bilişsel Yaklaşım* (duyum, algılama, bellekle ilgili süreçler, düşünme, problem çözme vb.) ve bireyin öznel yaşantısına önem veren, bir bireyin davranışlarını anlayabilmenin, onun özgün algılama biçimini ve yaşantısını bilmekten geçtiğini savunan "*Fenomenolojik Yaklaşım*"dır, (Cüceloğlu, 1998). Her insanın birbirinden farklı olduğu düşünüldüğünde, davranışın biçimlenmesindeki etkenlerde çeşitlenmektedir<sup>3</sup>. İnsan Gereksinimleri

İnsan ile çevre arasında karşılıklı etkileşim sonucu oluşan organik bir bağ vardır ve insan çevrenin, çevre ise insanın ürünüdür. Kırsal alanlarda, göl kenarında küçük bir kasabada, sakin bir çevrede ve/veya doğa ile iç içe bir çevrede yaşayanlarla, metropollerde, büyük kentlerde, kalabalıklar içinde, yüksek binaların arasında yaşayanların fizyolojik, psikolojik ve sosyal gereksinmelerinin aynı olmaması, çevrenin insan üzerindeki etkisinin bir sonucudur. Öte yandan; insanın sürekli olarak çevresini değiştirmesi ve kendi isteği doğrultusunda düzenlemesi ise insanın çevresi üzerindeki etkisinin önemli bir göstergesidir. Dolayısıyla, gereksinmeler söz konusu

---

<sup>3</sup> İnsan davranışını açıklamada kullanılan bu iki psikolojik yaklaşım türünün tasarımcının yararlanabileceği birbirini tamamlayan değişkenler ortaya çıkarabilmesinden yola çıkılarak; bireyin davranışını biçimlendiren çevresel etkenler, biyolojik dürtüler, istekler ve gereksinmelerin yanı sıra, kendini ve çevresini anlık ve özgün anlamlandırma biçimlerini bilmenin de büyük önem taşıyan bir etken olarak ele alınması gerekmektedir (Cüceloğlu, 1998).

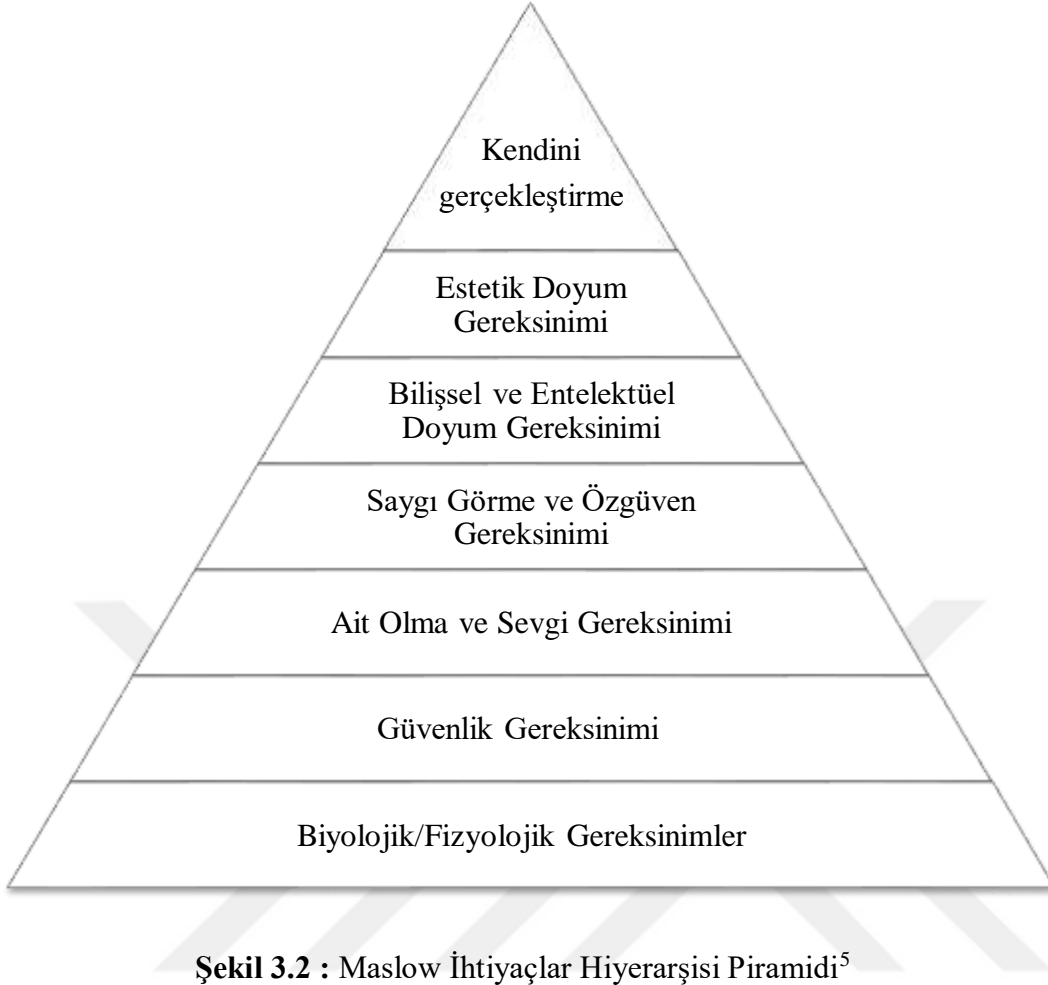
olduğunda insan tek başına değerlendirilmemeli ve çevresiyle ilişkisi de göz önünde bulundurulmalıdır. Ertürk (1976), kullanıcı gereksinimlerinin karşılanma durumunu: “Kullanıcının bir mekan içinde yaşamını toplumsal, psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklara uğramadan sürdürebileceği ve yaptığı işlerde verimli olmasına yardım edecek olanakları veren çevre koşulları” şeklinde açıklamakta ve insanın çevresiyle kurmakta olduğu güçlü bağa vurgu yapmaktadır, (Ertürk, 1976).

Maslow, insanın sadece fizyolojik gereksinimlerinin değil, aynı zamanda psikolojik gereksinimlerinin de içsel yapısının bir parçası olduğunu açıkça dile getirmektedir. İnsan gereksinimleri; toplumsal, psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıkları önlemek amacıyla çevre tarafından en uygun biçimde yerine getirilmesi gereken gereksinimler olarak tanımlanmaktadır (Maslow, 1999). Bu gereksinimler ve değerler, birbirleriyle hiyerarşik ve gelişimsel bir biçimde, güç ve öncelik sırasıyla ilişkilidir. Temel gereksinimler tüm insanlar için geçerlidir, ancak bireyler arasındaki farklılıklardan doğan kişiye özel gereksinimler kişiye özel değerler yaratmaktadır.

Maslow (1962), insan gereksinimleri hiyerarşisini, bireyin “kendini gerçekleştirme” süreci olarak tanımlamaktadır. Kendini gerçekleştirme; öz-gerçekleşim, bütünleştirme, psikolojik sağlamlık, bireyleşme, özerklik, yaratıcılık, verimlilik<sup>4</sup> gibi birçok farklı düzeyde tanımlanmaktadır. Maslow (1999) farklı düzeylerin, kişinin potansiyelini anlamaya yönelik olduğunu ve insanın kendini gerçekleştirmek için gelebileceği son noktaya varana dek katetmesi gereken bir süreç olduğunu belirtmektedir, (Maslow, 1999). İnsanın kendini gerçekleştirmesinin tamamlanabilmesi için karşılaması gereken gereksinimler; ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinde, yaşamsal ve zorunlu olandan, daha az yaşamsal, daha az zorunlu ve seçkin olana doğru aşağıdan yukarıya doğru gruplanmıştır (Maslow, 1964), (Şekil 3.2).

---

<sup>4</sup> Kendini gerçekleştirme İngilizce literatürde yazım sırasına göre şekilde geçmektedir: “self-realization”, “integration”, “psychological healthy”, “individuation”, “autonomy”, “creativity” ve “productivity” gibi birçok farklı düzeyde tanımlanmaktadır.



- *Biyolojik ve fizyolojik gereksinimler*; insanın yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan nefes alma, ısınma, barınma, yeme, içme, üreme, seks, uyuma gibi temel ihtiyaçlar;
- *Güvenlik gereksinimi*; fiziksel zarar ve tehditlerden korunma, stabil ve düzenli bir yaşam sürmek-;
- *Ait olma ve sevgi gereksinimi*; aile kurma, duygusal yakınlık, aidiyet ve bağımlılık; Saygı görme ve özgüven gereksinimi, takdir edilme, beğenilme, güvenilebilme, prestij ve itibar sahibi olma;
- *Bilişsel ve entelektüel doyum gereksinimi*, bilgiye (bilme, anlama, öğrenme) olan açlık;

---

<sup>5</sup> Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi İngilizce literatüde, aşağıdan yukarıya doğru; "Biological/Physiological Needs", "Safety Needs", "Belongingness and Love Needs", "Cognitive Needs", "Aesthetic Needs", "Self-actualization" olarak geçmektedir.

- *Estetik doyum gereksinimi*, güzellik arzusu, dengede tutma, düzenleme, biçimlendirme;
- *Kendini gerçekleştirme gereksinimi*; kişinin kapasitesini yerine getirme arzusudur.

Hiyerarşideki tüm gereksinimlerin karşılanabilmesi durumu kişinin kendini gerçekleştirmesi, bir başka deyişle öz gerçekleştirimi yani kendi “kişisel tatmin” ine ulaşabilmesidir. Maslow, bireyin kendini gerçekleştirmeyi başardığı anı, glerinin yoğun bir hazla bir araya geldiği dönem ya da atılım olarak tanımlamaktadır. (Maslow, 1999)

Hiyerarşide belirgin bir biçimde birbirinden ayrılmış olan gereksinimlerden bazıları tamamen fizyolojik temelliyken, bazıları sosyolojik veya psikolojik temellidir. Bazıları ise tüm bunların karışımıdır. Daha yaşamsal gereksinimler fizyolojik temelli iken, ait olma gereksinmesi, fizyolojik bir bileşene sahip olabilir, ancak sosyal ve kültürel önyargılıdır; kendini gerçekleştirme ve bilişsel ve estetik ihtiyaçlara duyulan ihtiyaç ise büyük ölçüde psikolojiktir (Lang, 1987).

Her insan birbirinden farklı olduğundan, kendini gerçekleştirme kişiye özgü bir durumdur. İnsanlar kendi çevrelerinden edinecekleri güvenliğe, sevgiye ve statüye ihtiyaç duyarlar ve gerçek kişiliğin gelişmesi bu yaygın gereksinimlerin giderilmesiyle mümkündür. Her insan bu gereklilikleri kendi amaçları doğrultusunda, kendi tarzında, kendine özgü bir Şekilde kullanmaktadır. Bu durumda gelişim dışsal olmaktan çok içsel koşullarla belirlenmektedir (Maslow, 2011).

Konut evresi ile ilgili olarak, insanın psikolojik ve sosyal gereksinimler listesi ise, aşağıdaki gibi sıralanabilir (Sungur & ağdaş, 2003);

- Güvenlik Gereksinmesi
- Rahatlık Gereksinmesi
- Prestij Gereksinmesi
- Sosyal İlişkiler Gereksinmesi
- Etkinlik Gereksinmesi
- Huzur Gereksinmesi
- Güzellik Gereksinmesi

Psikolojik ve sosyal gereksinimler bireylerin kişiliklerine, kültürlerine ve sosyal statülerine bağlı olarak değişebilmektedirler. Çünkü bu gereksinimler, bireyin kişisel öncelikleri, arzuları ve istekleriyle ilintilidir. Bu bağlamda, konutun kullanıcısının sadece fiziksel gereksinimlerine cevap vermesi yeterli olmamaktadır. Konutun aynı zamanda kullanıcısının psikolojik ve sosyal gereksinimlerine de cevap vermesi beklenmektedir. Ancak, Maslow hiyerarşisinde, her ne kadar birincil gereksinimler karşılanmadığı takdirde, bireyin üst mertebelerde yer alan gereksinimlerini algılayamayacağı belirtilse de Cüceloğlu'na (2007) göre; bireyin üst düzey gereksinmeye gidebilmesi için alt düzeydeki tüm gereksinimlerin doyuma ulaştırma gerekliliği bulunmamaktadır. İnsanın hangi gereksinimlerinin daha belirgin ve/veya üstün çıkacağına saptanmasında, yaşadığı aile ortamı ile çevrenin ve çocukluktan yetişkinliğe benliğine aşılınmış olan kültürel değerlerin önemi büyüktür. Bu nedenle düzeyler, insandan insana farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin; bir bireyin yaşadığı çevrede saygınlık ve prestij, güvende olma ve korunmadan daha öncelikli olabilir.

İnsanın fiziksel, psikolojik ve sosyal gereksinimlerinin yanı sıra güdüleriyle ortaya çıkan bir takım karmaşık gereksinimleri olduğundan da söz etmek mümkündür. Cüceloğlu (1998) "güdü" kavramını istekleri, arzuları, gereksinimleri, dürtüleri ve ilgileri kapsayan genel bir kavram olarak tanımlamakta ve güdülerin organizmayı uyaran ve faaliyete geçiren olmasının yanı sıra, organizmanın davranışını belirli bir amaca doğru yönelten olduğunu da belirtmektedir. İnsanlara özgü olan başarıma arzusu gibi karmaşık güdüler sebebiyle ortaya çıkan karmaşık insan gereksinimleri, Cüceloğlu (1998) tarafından yüksek dürtüler olarak adlandırılmaktadır. Bu gereksinimleri diğerlerinden farklı kılan en önemli özellik, bireyin içinde bulunduğu toplumun yaşayış biçiminden ve değerlerinden fazlaca etkilenmiş olmasıdır. Bu etkilenmenin temelinde ise insanın doğumundan ölümüne kadar gerçekleştirmekte olduğu öğrenme davranışı yatmaktadır. Dolayısıyla, aşağıdaki tabloda gösterilen ve insanın geliştiği toplumun değerler düzenine göre şekillenen bu gereksinimlere "öğrenilmiş" karmaşık insan gereksinimleri denilmektedir (Tablo 3.1).

**Tablo 3.1 : Karmaşık insan gereksinimleri (Cüceloğlu, 1998)**

<b>Başarı</b>	Mükemmellik standartlarına ulaşip, bu standartları aşmayı amaçlamak.
<b>Sosyal Kabul</b>	Diğer insanların davranışlarınızı uygun bularak kabul etmelerini ve onlar tarafından beğenilmeyi istemek.
<b>Bağımsızlık</b>	Hiç kimseye gereksinme duymadan kendi yaşamını kendi yetenekleriyle ve gücüyle biçimlendirmek.
<b>Bağımlılık</b>	Başkalarıyla iş birliği yaparak, onların yardımıyla, desteğiyle yaşamını sürdürmek.
<b>Açgözlülük</b>	Başkalarının zararına dahi olsa, gereksinmesinden fazla mal ve kudreti kendi denetimi altında tutma isteği.
<b>Güçlü olma (Kudret)</b>	Başkalarının davranışlarını denetleyebilme, buna karşılık kendi davranışlarımızı istediğimiz gibi ve denetimsiz yapabilme isteği
<b>Uyma (Conformity)</b>	İçinde bulunduğu grubun normlarına uygun olsun diye kendi düşünüş, davranış ve duyuş biçimini değiştirme.
<b>Belirginlik</b>	Daha sonra ne olacağını bilmek, önceden ne olup biteceğini kestirmek, bilinmeyenden kaçınmak isteği.
<b>Yardım etme</b>	Yardıma muhtaç kimselere yardım edip, onların sorunlarını çözmeye etkin olma isteği.
<b>Düzenlilik</b>	Kişinin çevresindeki ve kendi iç dünyasındaki karmaşıklığa son verip bir düzen kurma isteği
<b>Oyun</b>	Kişinin hoşlandığı için, sırf zevk olsun diye davranma isteği
<b>Saygı gösterme</b>	Kişinin bir büyüğü veya önem verdiği bir kimseyi davranış ve sözleriyle yüceltmek, desteklemek, onun yolunu izlemek istemesi.

İnsanın toplumsal ve kültürel yaşantısıyla birebir ilişkili olan bu gereksinmelerin eksik karşılanması veya karşılanamaması, insana hayati anlamda büyük sıkıntılar yaşatmamakla birlikte, psikolojik anlamda ciddi sağlık sorunlarına sebebiyet verebilir. Örneğin, belli bir kültürde yaşayan kişi için, toplumun normlarına uymak pahasına kendine özgü düşüncelerinden, davranış, duyuş ve algılama biçiminden vazgeçmek,

toplumda kabul görmek adına önemli bir gereksinim olabilir. Bu gereksinimin herhangi bir sebeple gerçekleştirilememiş olması; bireyde yalnızlık, dışlanmışlık, korku, kaygı gibi psikolojik anlamda kendisini rahatsız hissedeceği ve yaşam kalitesini etkileyecek ruh hallerine girmesine yol açabilir. Ancak, tamamen farklı bir toplumda veya aynı toplumda farklı bir ailede yetişmiş bir kişi için uyum gereksinimi, endişeli bir durum olarak algılanmayabilir. Bu sebeple, karmaşık insan gereksinimlerini incelerken toplumlararası farklılıkları göz önünde tutmanın yanı sıra, bireylerarası farklılıkların da göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

### 3.3 Toplumsal Yaşamdaki Değişimler

Dünyada yaşanan değişimlerle birlikte kaçınılmaz olarak yaşamsal dinamiklerde de değişimler meydana gelmektedir. Bu durum, toplumların yeniden biçimlenmesine, farklılaşmasına ve yapılanmasına sebep olmaktadır. Toplumlar, kültürel değerler ve aile yapısı da söz konusu bu değişim ve dönüşümlerden etkilenmektedir. Toplumsal yapıda meydana gelen bu değişimler; bireylerin isteklerinde, beklentilerinde, gereksinimlerinde ve arzularında çeşitliliğe yol açmakla birlikte, mekansal anlamda da karşılık bulmaktadır.

Rapaport (2005) kültürün genel tanımını üç görüşte aşağıdaki gibi genelleştirmektedir; (Yıldırım, 2009)

- Bir grubun tipik yaşam yolu,
- Sembolik kodlar yoluyla aktarılan bir sembol sistemi olarak anlam ve bilişsel şema,
- Hayatta kalmak için, ekoloji ve kaynaklarla ilgili bir grup uyumsal stratejiler.

Kağıtçıbaşı (2010), “kültür” için 164 farklı tanım olduğunu bildiğini ve tanımlar üzerinden tartışmaların hala devam ettiğini belirtmekle birlikte, tüm bu tanımların birleştiği tek bir ortak noktadan, kültürün her şeyi içeren geniş bir yapısının olduğundan bahsetmektedir. Kültür ile ilgili tanımların bazıları şöyledir: “geleneksel fikirler ve bunlara bağlı olan değerler”, “öğrenilmiş davranışların bir bütün olarak nesilden nesile aktarılması”, “bir grubun davranışlarında önceden tahmin edilebilir ve belirli farklılıklara yol açan deneyimler” ve “kendini oluşturan parçaları üzerinde kapsamlı bir etkiye sahip olan bir üst düzen” (Kağıtçıbaşı, 2010).

Simmel'e (2003) göre "kültür"; kanunlar, anayasalar, sanat eserleri, bilim, teknoloji gibi kategorileri içine alarak cisimleşen, hayata eklenerek ona form, içerik, ufuk ve düzen kazandıran, hayatın yaratıcı bir hareketi olarak tanımlanmaktadır. Cüceloğlu (1998)'na göre ise, "kültür": "insandan insana, kuşaktan kuşağa bilgi ve görgü aktarımını sağlayan ortamı oluşturur. Kültür, bir toplumun belleğidir; toplum yaşantılarını ve yaşantılardan öğrendiği sonuçları kültür içinde kuşaktan kuşağa aktarır."

Geçmişten günümüze, farklı dönemlerde toplumların kültürlerinde, aile kavramlarında ve yaşayış biçimlerinde çeşitli etkenler sebebiyle değişimler söz konusu olmuştur. Kültürel değişimin Gelles'e göre üç temel kaynağı vardır (Yıldırım, 2009);

1. Doğal çevrede yaşanan değişiklik, örneğin iklimdeki değişim, bazı doğal kaynaklarda yaşanan kıtlık, nüfusta ani artış ya da düşüş, insanları değişime uyum sağlamaya zorlamaktadır.
2. Kültürel temas, değerler, normlar, teknolojiler ve farklı grupların arasındaki temas, kültürel değişime yol açabilir.
3. Keşif ve icatlar, herhangi bir keşif ya da var olan bir alandaki bilginin ortaya çıkarılması, bir grubun yaşam tarzı üzerindeki büyük dönüşümlerin kıvılcıkları olabilir.

Toplum içinde yer alan en küçük birim ailedir. Bugün daha çok kırsalda karşılaşılabilecek geleneksel geniş aile yapısının, kadına tanınan haklarla birlikte özellikle büyük kentlerde yerini çekirdek aile yapısına bırakması söz konusudur. Kadın ve erkeğin eşit yasal haklara sahip olduğu günümüz koşullarında Kongar'ın (1999) da belirttiği gibi: "Türkiye'de gençler ve kadınlar, özellikle de genç kadınlar, toplumsal değişimin ve gelişimin öncülüğünü yapmaktadırlar" (Kongar, 1999). Bu sebeple hem toplum, hem de aile yapısının tanımlanmasında kadının rolü belirleyicidir. Evin tüm maddi yükümlülüklerini karşılamakla sorumlu olan "erkek" ve çocuğa bakmak, tüm ev işlerini yapmakla yükümlü olan "kadın" açısından roller, özellikle ikincisi açısından büyük kentlerde değişim uğramaktadır.

Toplum ve aile içindeki rollerin değişimi, günümüzde bir konutu paylaşan çekirdek ailelerin yanı sıra konutta yalnız yaşayanlar, çocuklu ebeveynler ve genç evli çiftlerin sayısının da gün geçtikçe artmasına sebep olmaktadır. Ayrıca; aileleriyle birlikte yaşayan yetişkin birey sayısında da azalma görülmektedir. Okumak için yurt dışına

veya başka şehre giden veya iş hayatına atıldıktan hemen sonra ayrı bir eve taşınan, özgürlüğüne ve bireyselliğine önem veren kişi sayısında gözle görülür bir artış olduğu ortadadır. Ancak, aile yapısında yaşanan bu değişimler, genellikle Batı’da rastlanılan türden tam bağımsız yaşam modeli olarak görülmemelidir. Türkiye’de bireyin aileden tamamen kopması kültürel olarak hala çok sık rastlanılan bir durum değildir. Bireyin aileden gittikçe bağımsızlaşması üzerine kurulan modellerin yetersiz ve geçersiz olduğuna dikkat çeken Kağıtçıbaşı (2007), aile içi ilişkilerde “psikolojik/duygusal bağlılık modeli”<sup>6</sup>nin birey-aile-toplum etkileşimi çerçevesinde daha gerçekçi ve toplumsal realiteye uygun bir model olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte; dünya genelinde bağımlılık ve Batı’da rastlanan bağımsızlık modelinden, psikolojik/duygusal bağlılık modeline doğru genel bir odaklaşmanın gözlemlendiğine de değinmektedir.

Toplum ve aile yapısındaki bu değişimler, çekirdek aile yapısının yavaş yavaş yok olmasına ve yeni aile yapılarının ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Günümüzde aile; sadece belli kalıplar, sistemler veya tanımlar üzerine oturtulabilecek bir yapıda değil aksine; her bir bireyin hayat tercihlerine, beklentilerine, çevresiyle olan ilişki biçimlerine ve yaşam koşullarına göre şekil alan esnek bir yapıdadır.

### **3.4 Metropolleşme ile Değişen Yaşamsal Beklentiler**

“Toplum ve kültür zaman içinde değiştikçe, bireyin gereksinimlerinin de değişeceğini düşünmek doğaldır” (Cüceloğlu, 1998). Toplumsal yapı, kültürel özellikler, teknolojik gelişmeler ve bunlara bağlı olarak değişen kentsel düzenle insan da değişmektedir. İnsanların düşünme, yorumlama, algılama ve davranış biçimlerinde istemli veya istemsizce meydana gelen söz konusu değişimlere bağlı olarak gereksinimlerinin içerikleri de değişmektedir. Metropol insanlarının artık hayattan, düzenden, insanlardan, çevrelerinden ve buldukları çok çeşitli mekanlardan beklentileri başkadır.

Cüceloğlu, “İnsan ve Davranışı” (1998) adlı kitabında; Veroff, Depner, Kulka ve Douvan’ın, iki farklı gruba, iki farklı dönemde (1957 ve 1976) uygulamış olduğu

---

<sup>6</sup> İngilizce literatüde, “Family Model of Psychological / Emotional Interdependence” olarak geçmektedir.

gereksinme ölçütleri araştırmasından bahsetmektedir. Araştırmada ölçülen gereksinimler; “başarma”, “diğer insanlarla ilişkiler kurup yakınlaşma”, “başkalarını denetleme” ve “başkaları tarafından denetlenmekten sakınma” gereksinimleridir.

Araştırmanın sonuçlarını cinsiyete göre gruplandıklarında ise şu sonuçları elde etmişlerdir: Erkeklerde başarma gereksinmesi aynı kalmış, başkalarıyla yakınlaşp ilişki kurma gereksinmesinde bir azalma olmuş ve diğer iki gereksinme, yani başkalarını denetleme fakat başkaları tarafından denetlenmeme gereksinimi artmıştır. Kadınlarda ise başarma ve başkaları tarafından denetlenmekten kaçınma gereksinmesinde bir artma olmuş, diğer iki gereksinme, yani başkalarını denetleme ve ilişki kurarak yakınlaşma gereksinimleri aynı düzeyde kalmıştır (Cüceloğlu, 1998).

Yukarıda bahsi geçen kriterler ile günümüz insan gereksinmelerini değerlendirecek olursak; toplumda kültürlü ve eğitimli bireylerin sayılarında yaşanan artış, teknolojidaki gelişmeler, metropol hayatının getirdiği kaotik ve kalabalık yaşamla birlikte bireyselleşme ihtiyacı, insan hayatının her alanında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Gerek aile yaşantısında, gerekse de iş yaşantısında kişi bireysel özelliklerini ön planda tutmaya başlamıştır. Erkek, kadın ayırmaksızın, metropol hayatının getirdiği ve tatmin edilemediği zaman hastalıklara dahi yol açabilecek başarma ve kendini gerçekleştirme gereksinimlerinin yanı sıra, bir bireyin başka bir bireyi denetim altında tutması, başkalarına bağımlı olmama ve başkaları tarafından denetlenmekten rahatsız olma sonucu korunma gereksinmesinde büyük artış yaşanmaktadır. Bunların yanı sıra ilişki kurarak yakınlaşma gereksiniminde azalma ve/veya sınırlama olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Değişen toplum yapısı, değerler, beklentiler ve kültürel özelliklerin yarattığı yeni hayatların günümüzde nasıl bir form aldığını aşığıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- Gelişen bilim ve teknoloji ile birlikte ulaşım, haberleşme ve iletişimde, insan hayatını büyük ölçüde kolaylaştıran sistemler ortaya çıkmıştır. Zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldıran, uzakları yakın eden bu gelişmiş sistemler sayesinde insanlar gündelik yaşantılarında kilometrelerce uzak yerlerle iletişim içinde kalabilmektedirler. Giddens bu duruma, “zaman ve mekânın fethedilmesi”, coğrafyacılar ise “zaman-mekân boyutunun küçülmesi” demektedir (Giddens, 1997). Teknolojik gelişmeler sayesinde günümüzde “ev+ofis” (home office) kavramı birçok küçük ve büyük firma kültürünün bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Hatta ofis veya karma (hem

ofis, hem konut) proje yapan mimari firmalar, bu yapıya uygun ev+ofis daireleri tasarlamaya başlamışlardır. “1+0” olarak görmeye alıştığımız konut tipinin ortaya çıkışı bu nedenle olmuştur. Ev+ofis gibi hayatımıza giren diğer bir kavram ise “konferans bağlantı sistemi”dir. Bu sistem sayesinde insanlar iş hayatlarında kilometrelerce ötedeki çalışanları, müşterileri veya iş ortakları ile anlık olarak sesli ve görüntülü iletişime geçebilmektedirler. Bunların yanı sıra ulaşımda yaşanan gelişmeler ile birlikte artık gününbirlik yurtiçi ve yurtdışı seyahatler yapılabilmekte, insanlar kahvaltı için Paris’e, beş çayı için ise İngiltere’ye aynı gün içinde gidebilmektedirler.

- Kentin giderek kalabalıklaşmasıyla birlikte, ulaşım büyük ve kaotik bir problem haline gelmiştir. Zamanın bu denli kıymetli olduğu günümüz koşullarında dakiklik ve hız önemli hale gelmiş, ister konut, ister ofis olsun ulaşılabilir olma ve merkezi konumlanma önem kazanmıştır. Ancak merkezde konumlanma ve ulaşılabilir olma durumu, olumlu bir özellik olarak görülse de kentlerdeki altyapıdan yoksun hızlı yapılaşma ve yoğunlaşma, trafik ve toplu taşıma gereksinimlerinin sağlıklı bir şekilde çözülmesini olanaksızlaştırmaktadır.
- Aşırı kalabalıklaşma ve merkezi bölgelerde nüfus yoğunluğunun artması, mahremiyet gereksinimine duyulan ihtiyacı da arttırmaktadır. Mahremiyetin gerekli düzeyde sağlanamaması ise metropol insanları için çeşitli psikolojik rahatsızlıklar ile karşı karşıya gelme riskini arttırmaktadır.
- Alınan göçler ve kentsel dönüşüme bağlı olarak insanların, zarar ve tehditlerden korunma, stabil ve düzenli bir yaşam sürme, yani güvenlik gereksinimi artmıştır.
- Metropolleşmenin yarattığı kaos, karma projeleri ortaya çıkarmıştır. Kendine yeten küçük şehir yerleşkelerinde; kullanıcıların tüm gereksinimlerini karşılamaya yönelik konut, ofis, alışveriş merkezi, otel, otopark, sosyal alanlar gibi birçok farklı işlev bulunmaktadır. Genellikle, üst-orta ve üst sosyal statü grubuna hitaben inşa edilen bu projeler, günümüz modern metropol insanının sahip olduğu veya sahip olması öngörülen gereksinimleri doğrultusunda tasarlanmaktadır. Öte yandan bu tip yerlerde yaşayanların; takdir edilme, beğenilme, prestij ve itibar sahibi olma, yani saygı görme / özgüven

gereksinimlerinin olduğu ve/veya bu gereksinimlerin ön plana çıktığını belirtmek olanaklıdır.

- İnsan- doğa arasındaki ilişki biçimi de değişmekte ve dönüşmektedir. Doğayla uyumlu ve iç içe bir yaşam yerine, kapalı sitelerde doğal olanı taklit eden yapay çevrelere duyulan ilginin arttığı görülmektedir.
- Aile kavramında ve yaşantısında değişiklikler meydana gelmiştir. Aile yapısındaki bu değişim; kalabalık ve büyük aileden çekirdek aileye, çekirdek aileden ise günümüz çağdaş ve modern toplumunu tanımlayan ; yalnız yaşayan bireyler, çocuksuz genç çiftler ve bekar ebeveynler vb. doğru evrilmektedir. Aile yapısında yaşanan bu değişimler sonucunda ise küçük konut tipleri tercih edilmeye başlanmıştır. Mekansal olarak daha küçük, kompakt, maliyeti düşük, bakımı ve temizliği kolay olan bu tip daireler, stüdyo, loft, flat ve apart dairelerin yaygınlaşmasını sağlamıştır.
- Yoğun kent yaşantısı insanlar arasındaki duygusal bağları zayıflatmış, insanların birbirine destek olduğu, karşılıklı dayanışma ve yardımlaşmanın görüldüğü sıcak ve samimi komşuluk ilişkilerinde bozulmalara yol açmıştır.



#### 4. METROPOLLEŞME İLE DÖNÜŞEN KONUT

Çevrenin insan ve onun davranışı üzerindeki etkileri, psikolojinin önemli çalışma ve araştırma alanlarından biridir. Bu bölümde insanın; çevre, mekan ve yer ile ilişkisi ve insan tarafından yaratılan çevrelerdeki tarihsel, kültürel, yaşamsal ve dönemsel değişikliklerle birlikte dönüşen mekan olarak “konut” incelenecektir.

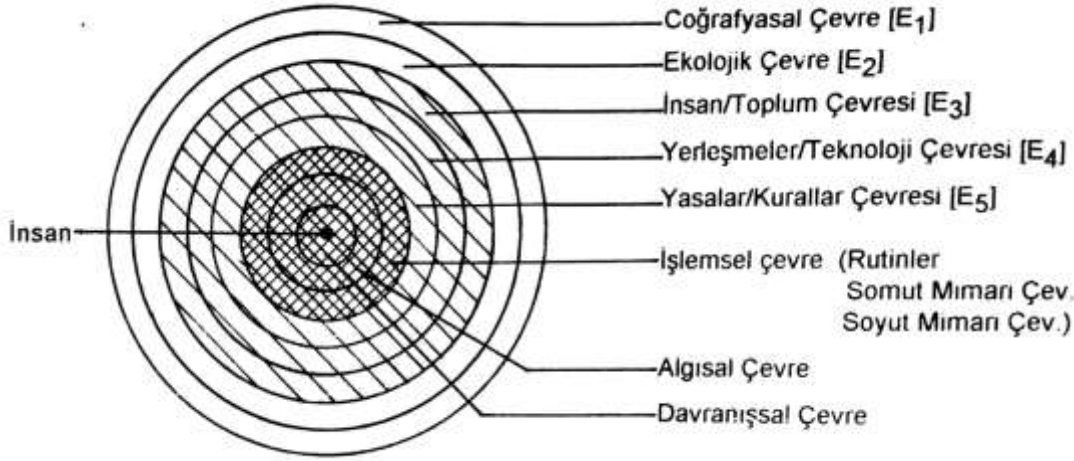
Çevre, insan olmadan da var olan fiziksel ve biyolojik yapılardan ve insanın büyük çaplı yaratılarından oluşmaktadır. Çevre tanımı içinde; iklim topografya, yerleşmeler, ulaşım sistemleri ve hatta kültür ve sanat gibi tüm üst yapısal oluşumlar girmektedir (Gür, 1996). Bu çalışmada ise çevre; bireyi saran, çevreleyen, onun yaşamını ve davranışlarını etkileyen, hatta bazen gizli kalmış güdülerini ortaya çıkaran dış koşulların tümü olarak ele alınmaktadır. Buna ek olarak, kişi ve grupların kendilediği bir mekan olarak “yer” kavramı, çalışma kapsamında bireyin etkileşimde olduğu “çevre” kavramıyla eş anlamlı olarak ele alınmaktadır.

Kahvecioğlu (1998), Trancik (1986) 'in mekanı; fiziksel anlamda birçok bağlantısı olan, sınırlandırılmış, belli bir amaca yönelik boşluk olarak nitelendirdiğinden bahsetmektedir. Ona göre, kültürel ve yerel içerik taşıyan bütüncül bir anlam yüklenmiş olan mekan, “yer”e dönüşmektedir. Heidegger (1958) “yer” kavramını: “insanın aidiyet duygusu ile bağlandığı mekan yer özelliği kazanır ve insanın varlığıyla bütünleşir” (Casey, 1997) ifadesi ile açıklamaktadır. Kahvecioğlu (1998) ise “yer” ile ilişkili olarak şu tanımlamayı yapmaktadır: “Yerin karakteri, hem mekanın fiziksel özellikleri olan biçim, malzeme, doku, renk gibi somut özellikleri, hem de zaman içinde insan tarafından yüklenen ve somut tarifi olmayan kültürel bileşenleri içerir.” (Kahvecioğlu, 1998) Yer kavramı bu yönüyle, fiziksel özelliklere dayandırılarak değişik sınıflandırmalara konu edilen mekan kavramından ayrılmaktadır. Her bir bireyin kendi egemenlik alanı olarak tanımlayabildiği, denetimi altında tutmak istediği, erişebildiği, kendi tasavvurunda olan ve kendini ait hissettiği yer ise “ev”dir.

#### 4.1 İnsan-Çevre İlişki Biçimleri

Çevre kavramı insanın varoluşuyla doğrudan doğruya ilişkilidir. İnsan varoluşsal bir çevre düzeni içinde hayatını idame ettirmektedir. İnsan hayatı boyunca çevresine adapte olmak, onu değiştirmek, biçimlendirmek veya dönüştürmek için çaba harcamaktadır. Çevre ise insanla birlikte değişmekte, bazen de insanı değiştirmektedir. Dolayısıyla, insan ve çevre ilişkileri söz konusu olduğunda karşılıklı bir iletişim ve etkileşimden bahsetmek mümkündür.

Gür (1996) bireysel çevreyi; davranışsal, algısal ve işlemsel olarak üç boyutta incelenmektedir. (Şekil 4.2).



Şekil 4.1 : İnsan bağımlı varoluşsal çevre düzeni (Gür, 1996)

Coğrafyasal çevrenin bir parçası olarak bireyin yaşamsal faaliyetlerini gerçekleştirdiği (yaşama, çalışma, eğlenme, dinlenme vb.) işlemsel çevre, onun somut mimari özelliklerinden ve soyut geometrisinden oluşmaktadır. İnsanın algısal uzamı ise bu işlevler yerine getirilirken insanın duyu organları ile dolaysız olarak algılayabildiği iç ve dış mekanlarla onların fiziksel niteliklerinden meydana gelmektedir. Bu çevreler içinde insanın, doğrudan doğruya ilişki kurduğu toplumsal grup veya gruplar söz konusudur. Her biri diğerini etkileyen, karmaşık çevre sistemleri içinde kalan insan, çeşitli sistemleri olan bu olgusal bütüne karmaşık bir şekilde tepki göstermektedir (Gür, 1996).

İnsan gereksinimleri ve güduları doğrultusunda biçimlenen fiziksel çevrenin oluşumunda öncelikle insanın ve davranışlarının incelenmesi gerekmektedir. Fiziksel konforun sağlanmasına yönelik araştırmalar yapan Fitch (1972), insanın fiziksel

çevresi ile etkileşime girerken kendine ait olan metabolik mekanizmalardan, algı sistemlerinden (görsel, işitsel, dokusal, kokusal, tatsal, dengesel) ve kas-iskelet sisteminden yararlandığına değinmektedir. Bu sistemler sayesinde fiziksel çevre; termal, atmosferik, maddesel, ışık, ses, organik ve inorganik nesnelere evreni ve mekan-yer çekimsel çevreler algılanabilmektedir (Fitch, 1972).

Bireyin yaşadığı çevrede yalnız olmadığı düşünülürken toplumsal çevre kavramının önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü birey için yaşadığı fiziksel çevrenin bir parçası olmak ne kadar önemliyse, çevresi içinde birlikte yaşamakta olduğu toplumun bir parçası olmak, aidiyet duygusunu tatmak o kadar önemlidir. “Bireyler arasındaki ilişki türleri, toplumsal değerler, bireylerin içinde buldukları örgütsel ve kültürel yapıya ilişkin tüm özellikler toplumsal çevreyi oluşturmaktadır” (Çakın, 1990).

Fiziksel ve toplumsal çevre birbirlerini tamamlamakta olan iki ayrı kavramdır. Fiziksel çevre insanlar ve onların davranışlarından etkilenerek biçimlenmektedir. Toplumsal yaşam ise insanların deneyimlerinden edindiklerini birbirleri ile paylaşımlarından ve bu deneyimler ışığında çevreye uyum sağlayabilmelerinden veya onun üzerinde egemenlik kurmalarından meydana gelmektedir. Fiziksel çevreden etkilenmeyen bir toplumsal çevre düşünülemez gibi toplumsal çevreden etkilenmeyen bir fiziksel çevre de düşünülmemelidir.

## **4.2 Mekan Kavramı**

Mekan kavramı; sonsuzluğu tanımlayan uzaydan, en küçük ölçekli mekana kadar birçok farklı yeri tanımlamak için kullanılmaktadır. Kahvecioğlu (1998), Einstein’dan bu yana ‘mekan’ın, ‘zaman’ ile birlikte “maddenin, birbirinden ayrılması söz konusu olmayan, iki varoluş biçiminden biri” olarak kabul edildiğine vurgu yapmaktadır, (Kahvecioğlu, 1998).

Gür (1996) mekanı; bir kişi veya bir grubun “yeri” olarak tanımlamaktadır. “İnsanın, insan ilişkilerinin ve bu ilişkilerin gerektirdiği donatıların içinde barındırıldığı yer olan mekan, sınırları kapsadığı örgütlenmenin yapı ve karakterine göre belirlenen bir boşundur. Hiyerarşik bir dizi içerisinde kişisel mekandan egemenlik alanına, en küçük ölçekli iç mekandan en büyük ölçekli kent mekanına, hatta evrene kadar mekan kavramını çeşitli ölçeklerde sınıflandırmak mümkündür” (Gür, 1996). Merleau-Ponty’ye (2016) göre mekan: “İçinde şeylerin konum aldığı (gerçek veya mantıksal)

ortam değil, şeylerin koyulmasını mümkün kılan aracıdır. ”Mekan kavramı, insanın varoluşundan itibaren, düşünsel ve bilimsel çalışmaların neredeyse her alanında araştırma konusu ve sorunsalı olmuştur. Bunun başlıca nedeni; Merleau-Ponty'nin (2016); “insan mekansız var olamaz” ya da bir diğer deyişle “varoluş mekansaldır” tanımlaması ile ilişkilidir. Kullanıcısı olan insanın içinde yaşadığı/var olduğu yaşamsal bir çevre olarak mekan, insan ile sonsuz varyasyona sahip bir ilişki içerisindedir. Gür (1996), “insanın insanla, insanın nesneyle ve nesnenin nesneyle olan aralıklarının, uzaklıklarının ve ilişkilerinin, bizi saran evrenin üç boyutlu bir uzantısı“ olarak mekanın, insan ile iletişimine vurgu yapmaktadır.

Mekan kavramı; objektif (nesnel) ve sübjektif (öznel) mekan olarak iki aşamalı olarak ele alınmaktadır. Objektif mekan, üç boyutuyla ölçülebilir nesnel bir gerçeklik olarak vardır. Sübjektif mekan ise, ölçülemeyen boyutları ile varsayılabılır; duyularla kavranabilir ve öznel olarak gerçekte var veya yoktur. Var olmayan üç boyutlulukla açıklanabilen öznel duyularla algılanabilen öznel mekan, insan varoluşunun duygusal ve ruhsal bileşkelerine bağlı olarak gelişirken, nesnel gerçek mekan insanın kütlesine göre düzenlenmektedir (Ayyıldız, 2000).

Wright'ın (1967) “Belli bir eylem, belli bir fonksiyon için hazırlanmış ve örtülmüş uzay parçası” olarak tanımlamakta olduğu mimari mekan kavramı, insanın varlığıyla ve algısı ile anlam kazanmaktadır. Mekanla ilişki kuran insan, önce en somut ve yararsal olana ulaşır. Algıladığı somut mekanı deneyimledikten sonra ise soyut bir tanıya varır. Deneyimler; yapısal mimari formun algısı ve çevreyle ilgili deneyimler ile başlar ve zihinsel olarak algılanan siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel ve simgesel varlığın algılanmasıyla noktalanır (Gür, 1996). Norberg-Schulz (1963), mimari mekanın somut verilere bağlı olan fiziksel boyutları ile birlikte, insanın varlıksal boyutuyla ele alınması gerektiğini savunmakta ve mekan kavramını aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır:

- *Yararsal/Fiziksel Mekan*<sup>7</sup>, ölçülebilen kavramlar yardımıyla saptanan ve somut yapısıyla tanımlı, fiziksel boyutuyla var olan maddesel mekandır.

---

<sup>7</sup> İngilizce literatüde, “Pragmatic Space” olarak geçmektedir.

- Simgesel Mekan<sup>8</sup>, bireyin doğrudan algısal boyutları içinde olmayan siyasi, kültürel, ekonomik, toplumsal sistemler ve bunların simgesel yapısına bağlı olan, toplumun biliş, duygu ve değerlendirmeleri ile insanın kültürel ve sosyal bütünlüğe ait olmasını sağlar.
- Algısal Mekan<sup>9</sup>, içinde bulunan kullanıcısı insan tarafından gözlenen, algılanan ve yaşanan mekandır. Nesnel değerlerin algılanmayla oluşturduğu duygusal, simgesel ve izlenimsel bütün, algısal mekanı oluşturur.
- Bilişsel/Kavramsal Mekan<sup>10</sup>, mevcut mekanda oluşan bir izlenim-görünüm bazı koşullarda kavramsallaşmakta ve bireyin zihninde bir kavramsal mekan oluşturmaktadır. İnsan zihninde saptama, varsayım yapma ve değerlendirme sonucu oluşan üç boyutlu kurgular bilişsel şemaları oluşturur.
- Varoluşsal Mekan<sup>11</sup>, zaman ve konumun farklılaşmasıyla oluşan mekan algıları, birbiriyle örtüşerek birikim oluşturur ve bu birikimle somut mekanlar soyutlaşır. Somut mekan kurgusunun algılanması ile başlayan süreç, insan zihninde (toplumsal, kültürel, simgesel ve anlamsal veri ve deneyimlerle) yeniden yapılanarak varoluşsal mekanı oluşturur.
- Soyut Mekan<sup>12</sup>, mimari mekanın soyutlamayla elde edinilen geometrik kurgusu ve kompozisyonudur. Diğer mekansal kavramlar arasında soyutlama yolu ile kurulan ilişkilerle şekillenir.

Varoluşsal ya da insanlı mekan yaklaşımının odağı insan yaklaşımıdır (Gür, 1996). “Fenomonolojik kaynaklı mekan anlayışına göre özne, fiziksel bir boşun olan fiziksel mekanı, somuttan soyuta tüm algısal-bilişsel-anlamsal süreçler boyunca, soyut ve kavramsal boyutlara sahip varlıksal boyutu ile algılanırken, kendi yaşantısal gerçekliğini katarak “yer”leştirir” (Ayyıldız, 2000).

---

<sup>8</sup> İngilizce literatüde, “Symbolical Space” olarak geçmektedir.

<sup>9</sup> İngilizce literatüde, “Perceptual Space” olarak geçmektedir.

<sup>10</sup> İngilizce literatüde, “Cognitive Space” olarak geçmektedir.

<sup>11</sup> İngilizce literatüde, “Existential Space” olarak geçmektedir.

<sup>12</sup> İngilizce literatüde, “Abstract Space” olarak geçmektedir.

### 4.3 Konut ve Kullanıcı Tatmini

Her insanın yaşamında hayati derecede öneme sahip olan ve “barınma” ihtiyacını karşılayan mekan, konuttur. Konut, barınma gereksinimini karşılayan korunaklı bir mekan olmanın ötesinde, en küçük toplumsal birim olan aileyi de bir arada tutan, insanın yaşamsal değerleri hakkında ipuçları veren ve çevre ile ilişkilerini belirleyen bir mekandır.

Ersoy (2002) konut mekanının, ‘geometrik (öklid) mekan’ biçiminin bir ürünü olduğunu, “ev”in ise farklı bir biçimde insanın algı ve deneyimleri ile biçimlenen ve yaşayan bir ‘yaşam mekanı’ veya ‘yer’ olduğunu belirtmektedir, (Ersoy, 2002) Pallasmaa (2000) ise “konut”u: “Öklid geometri dünyasında inşa edilen ancak bu geometrinin kurallarını her zaman aşan bir yaşam mekanı” olarak tanımlamaktadır, (Pallasmaa, 2000). O’na göre mimarlık, insanın yaşaması için bu anlamsız öklid mekanını, ona varoluşsal anlam katarak yapılandırır ve ehlileştirir (Pallasmaa, 2000). Mimari mekan, insanın yaşamsal gereksinimlerine, duyumsamalarına ve alışkanlıklarına göre biçimlenmektedir. Bir başka deyişle konut; insanın fiziksel, sosyal, kültürel, psikolojik ve davranışsal gereksinimlerini karşılamalıdır.

#### 4.3.1 Konut ve ev ilişkisi

Çeçener (2003), konut kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: “Konutlar, ona sahip olan kişilerin ve ailelerinin kültürel, ekonomik ve sosyal düzeyleri hakkında bizlere somut ve doğru birçok bilgi aktarır. Genel kültür sahibi dikkatli bir izleyici, çevresi ile birlikte ele aldığı herhangi bir konuttan, o çevrenin olduğu tarihte yaşayan toplum kesitinin üretim seçimi, ekonomik ve kültür düzeyi, sosyal ilişkileri, hatta o ortamın yaratılmasında payı olan ülke yönetimi hakkında doğru sonuçlar çıkarabilir” (Çeçener, 2003).

İnsan yaşamında öncelikle birincil, sonrasında üst düzey gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir. İnsan, en basit ve temel ihtiyaçlarını oluşturan fizyolojik ve güvenlik gereksinimlerinin yanısıra üst düzey gereksinimlerini de karşılamak için içinde kendisini huzurlu hissedebileceği, rahat ve korunaklı bir mekana ihtiyaç duymaktadır. Konut, insanın yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan nefes alma, ısınma, barınma, yeme, içme, üreme, seks, uyuma gibi temel biyolojik gereksinimlerini ve işlevlerini karşılayabileceği bir yer olmanın ötesinde, onu fiziksel zarar ve tehditlerden koruyan, güvende olmasını, stabil ve düzenli bir yaşam sürmesini de sağlayan özel fiziksel bir

yapıdır. Konut mekanının organizasyonu, insanın bu gereksinim ve işlevlerine göre şekillenmektedir.

Konut araştırmalarında, fiziksel ve mekansal konular kadar, sosyal, kültürel, bilişsel ve davranışsal konulara da yer verilmelidir. Konutla ilgili araştırmalar, konutun özel ve kişisel bir yer olduğunu vurgulamaktadır. Konut fiziksel bir yer olduğu kadar, aynı zamanda bilişsel bir yerdir. İnsanın varolduğu en merkezi yer, hayatında önemli olayların geçtiği, kişinin kendini konforlu, yakın ve sıcak hissettiği, sevdiği, kendini iş hayatından kopmuş hissettiği yerdir (Tognoli, 1987).

Konut; kullanıcısının psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini ve bu gereksinimlere ilişkin değerlerini ve davranışlarını da içinde barındıran, içinde yaşayanların kendini her anlamda ait, bağımlı ve bütün hissettiği bir mekandır. Konut mekanı; her insanın '*kendini gerçeğe*' sürecinde araç olarak kullandığı, yegâne ve özgün yaşam alanı olan "ev"dir. Bachelard (1969) evi, "dünyadaki köşemiz, ilk evrenimiz, dünyanın her yerinde gerçek bir evren" şeklinde yorumlarken; Porteous (1976), "bölgesel bir çekirdek, günlük aktiviteler için tercih edilen bir alan ve sabit bir referans noktası" olarak tanımlamaktadır (Lawrence, 1987).

Konut; mekanı daha çok fizyolojik ve nesnel anlamda tarif etmek için kullanılan bir kavram iken ev; bunların yanısıra kullanıcıların üzerine tinsel ve soyut anlamlar yüklediği bir mekandır. Deneyimler, gözlemler, algılar ve duygular üzerinden yorumlanabilen ev kavramının doğası, nesnel bilgiler üzerinden tartışılmamaktadır. Konut, kullanıcısı için bir anlam taşıyorsa ruhu olan bir yere dönüşmekte ve kullanıcısı tarafından kendisinin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Francescato (1998) bu anlamda 'ev'i, kişinin yaşadığı yer, gündelik hayatındaki sığınağı, sosyo-ekonomik statüsü, benliğinin bir simgesi ve birden fazla psikolojik ve sosyal niteliği olan bireylerin yaşadıkları çevreyle olan duygusal bağlarının bulunduğu yer olarak tanımlamaktadır.

Ev, yaşamayı ve hayal kurmayı öğrendiğimiz mekandır; bunu ise belleklerimiz sayesinde ölene dek hatırimızda tutarız. İnsan yaşamı boyunca en çok evde vakit geçirmektedir. Harvey (1996), evin; insanlığın düşüncelerinin, anılarının ve düşlerinin en büyük bütünleştirme güçlerinden biri olduğu ve bu sebeple bellek için herşeyden daha önemli olduğu üzerinde durmaktadır. İnsan hayatındaki yaşanmışlıkları, ev dışında bu denli iyi yansıtan başka bir form bulunmamaktadır. Yaşanmışlığın formu

evdeki yeşil koltuk, çiçekli duvar kağıdı, sehpanın üzerinde duran beyaz orkide, hatta çizik bir yüzey bile olabilir. Gözle görülebilen bu nesnelere, sadece kullanıcısı olan insan için farklı şeyler ifade etmekte, mekanı anlamlandırmakta ve anıları canlandırmaktadır. Bachelard (1964): “Anılar hareketsizdir, mekan içinde ne kadar sabitlenmişlerse o kadar sağlamdırlar” derken bireyin doğumundan itibaren topladığı anıların, mekanın somut yapısı sayesinde gücünü daha da arttırdığından bahsetmektedir. Böylece insanın, içinde yaşadığı konutu “ev” olarak tanımlaması ve anlamlandırması mümkün olmaktadır.

“İyi Bir Komşu” temalı, 15. İstanbul Bienali ’nin küratörlerinden biri olan Elmgreen açılış konuşmasında evi, “insanın, gerçek benliği, kendine has özellikleri ve hatta garip hobileri ile kendisi olabildiği yer” (2017) olarak tanımlamaktadır. Saegert (1985) ise evin sadece bir “yer” olarak değil, aynı zamanda psikolojik bir çağrışım ve sosyal bir anlam olarak ele alınması gerektiğini savunmakta ve evi, ikamet deneyiminin bir parçası, sürekli yaptığımız bir şey ve belirli bir coğrafik mekanda kendimize ördüğümüz bir yaşam alanı olarak tanımlamaktadır.

Sonuç olarak, “ev” tinsel ve soyut anlamlarla birlikte karmaşık ilişki biçimlerini barındıran bir yapıya sahip iken, “konut” insanın yaşamsal işlevlerini yerine getirebilmesi için tasarlanmış geometrik bir mekan, insanın çevresiyle olan ilişkisini tamamen kesmeden onu sarmalayan ve çevrenin olumsuz koşullarından koruyan fiziksel bir yapı olarak daha çok maddesel olanla ilintilidir.

#### **4.3.2 Konutta yaşamsal kalite ve kullanıcı memnuniyeti**

İnsan, fizyolojik ve psikolojik gereksinimlere ihtiyaç duyar ve bu gereksinimlerinin karşılanabilme durumuna göre bulunduğu mekandaki yaşamsal kalite standartları değerlendirilir. Lynch (1984), mekandaki yaşamsal kaliteyi *yaşanabilirlik* kavramı altında “mekanın yaşamsal desteği” olarak adlandırırken, Günel (2006) “sağlık, güvenlik, işlevsel verimlilik, fizyolojik/psikolojik konfor ve tatmin gibi kullanıcının hem fiziksel, hem de psikolojik gereksinimlerini sağlayan çevresel bir kalite” olarak yorumlamaktadır.

Mekanın, bir bireyin ihtiyacı olan temel fizyolojik gereksinimleri sağlaması, onun yaşam kalitesini istenilen ve beklenen düzeyde sağladığı anlamına gelmemektedir. Günel ve Esin’in belirttiği gibi: “Mekanın kalitesi, insanın fizyolojik gereksinimlerini karşılaması yanında psikolojik gereksinimlerini de karşılama düzeyi ile ölçülmelidir”



Konutlar, genellikle ilk kullanıcının gereksinimleri doğrultusunda inşa edilmekte ve fakat zaman içinde farklı kullanıcılar tarafından da kullanılmaktadırlar. Bir konutun ömrünün 50 yıl olduğu varsayıldığında, ilk kullanımdan sonraki kullanıcıların, fizyolojik, psikolojik, sosyo-demografik, sosyolojik ve kültürel anlamda çok farklı gereksinimleri olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, konutun bulunduğu yapıldığı dönemin teknik, teknolojik malzeme, estetik beğeni ve tercihlerini yansıttığı da, kullanıcı memnuniyeti açısından düşünülmesi gereken bir başka önemli konudur. Dolayısıyla, ilk kullanıcısı için oldukça tatmin edici olan bir konut, daha sonraki kullanıcılar için aynı memnuniyet düzeyine sahip olmayabilir.

Galster (1987)'a göre konutsal tatmin kavramı; 'amaçsal' ve 'gerçek-beklenti uçurumu' olmak üzere iki farklı eğilimle gözlemlenebilmektedir. *Amaçsal yaklaşımda*; bireyin belirli amaçlarının konut çevresi tarafından ne ölçüde destekleneceği temel alınırken, *gerçek-beklenti uçurumu yaklaşımında*; bireylerin kendilerine ait fiziksel çevrenin önemli özelliklerini algıladıkları ve onları özellikle arzu ve inançların etkilediği belirli karşılaştırma standartlarına bağlı olarak değerlendirdikleri kabul edilmektedir. Galster (1987), algılanan gerçek çevreyle arzu edilen arasındaki bu uçurumun konutsal tatminin ölçümlerini verebileceğini belirtmektedir (Günel, 2006).

Toby Israel, "Some Place Like Home" (2003) adlı kitabında Maslow'un insan gereksinimleri hiyerarşisini temel alarak, yeni bir konut ihtiyaçları piramidi oluşturmuştur (Şekil 4.2). Öncelik sıralamasına göre oluşturulmuş olan bu hiyerarşiye göre, alt basamaklarda yer alan konutsal ihtiyaçların karşılanması durumunda 'konutun kendini gerçeklemesi' yani kullanıcısı için 'konutsal tatmin' sağlanmış olmaktadır.



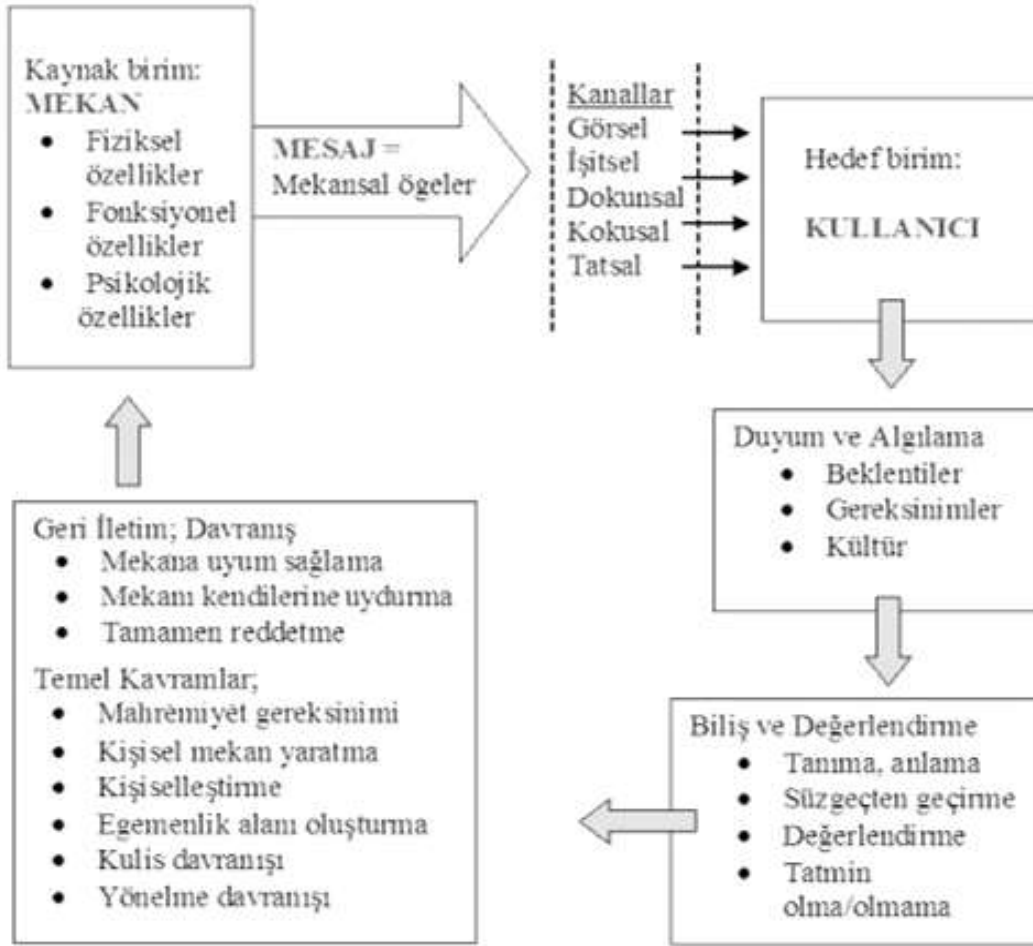
**Şekil 4.3 :** Toby Israel, konut ihtiyaçları piramidi<sup>13</sup>

Israel, konut ihtiyaçları piramidin, alt kısmına, konutun barınak/korunak olma durumunu yerleştirmiş ve barınak olarak konutu, güvende olma ve korunma ihtiyaçlarını da içeren temel fiziksel gereksinmelerini karşılayabilen bir yapı olarak ele almıştır. Fiziksel gereksinimleri karşılayan konutun, psikolojik gereksinimler anlamında da tatmin edici bir yer olması beklenmektedir. Bu aşamada konut, insanın kendini ifade etme, aşk, aidiyet ve paylaşma gibi ihtiyaçlarını karşılayan bir yer olarak değerlendirilmektedir. Psikolojik gereksinimleri karşılayan konutun, bir üst aşamada sosyal anlamda kullanıcıyı tatmin etmesi gerekmektedir. Konut bu aşamada; bireyin mahremiyet, bağımsızlık ve özgürlük ihtiyaçlarını karşılayan bir yer olmanın yanı sıra, topluluğun bir parçası olarak bireyin itibar kazanmasını temin etmektedir. Sosyal ihtiyaçların karşılanmasının ardından, konutun kullanıcının estetik ihtiyaçlarını karşılaması ve güzelliğin keyfini deneyimleyebildiği bir ortam sağlaması gerekmektedir. Israel (2003), konutun kendini gerçekleştirme safhasına ulaşılabilmesi

<sup>13</sup> Toby Israel'in Konut ihtiyaçları Piramidi İngilizce literatürde en alttan üste doğru; "Home as Shelter", "Home as Satisfaction of Psychological Need", "Home as Satisfaction of Social Need", "Home as Satisfaction of Aesthetic Need" ve "Home as Self-actualization" olarak geçmektedir.

için, kullanıcının gösterişli bir malikanede, kiralık bir apartman dairesinde veya komün bir yerde yaşamasının önemi olmadığına vurgu yapmaktadır. Konutun kendini gerçekleştirme, kullanıcı tatmininin sadece fiziksel anlamda karşılanmasıyla değil, daha derin varoluşsal ihtiyaçların da aynı zamanda tatminiyle mümkündür (Israel, 2003).

Bu çerçevede; kullanıcı memnuniyetinden söz edilebilmesi için kullanıcı tatmini için gerekli konfor koşullarını sağlayan konut ve çevresinin, kullanıcıya uygun biçimde tasarlanmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Günel ve Esin'in (2007) belirttiği gibi: "Yaşam kalitesi, yaşam biçimi ile ilintilidir ve yaşam biçimi ile mekan arasındaki uyum kullanıcının tatmini açısından önemlidir", (Günel & Esin, 2007). Şekil 4.3'te insan-mekan iletişim süreci döngüsü yer almaktadır (Şekil 4.3).



**Şekil 4.4** : İnsan-mekan iletişim süreci döngüsü (Günel & Esin, 2007)

İletişim sürecinin kaynak birimi mekandır ve mekan fiziksel, fonksiyonel ve psikolojik özellikler barındırmaktadır. Mekansal öğelerden alınan mesajlar duyu organları aracılığıyla, kullanıcıya iletilmektedir. Kullanıcı, duyum sonrası edindiği mekansal veriler ışığında; kişisel beklentilerini, gereksinmelerini ve kültür anlayışını

değerlendiren zihinsel bir sürece girmektedir. Bu süreç; tanıma, zihinsel süzgeçten geçirme, değerlendirme sonucunda tatmin olma veya olmama durumları ile sonlanmaktadır. Tatmin olma veya olmama durumları karşısında kullanıcı, mekana uyum sağlama, mekanı kendine göre uyarılama veya mekanı tamamen reddetme kararlarına varmasının ardından gerekli gördüğü aksiyon şekillerini almaktadır. Mekanın insanla kurduğu bu iletişim sürecinin sonunda elde edilecek veriler, o mekanı tasarlayana kullanım bilgilerini ileterek geri besleyeceği gibi konuta ait psikolojik ve sosyal kalitenin de ipuçlarını vermektedir.

Konutta kullanıcı memnuniyetini incelemekte olan çalışmalarda, konutsal tatmini etkileyen parametrelerden sıkça söz edilmektedir. Örneğin, bir apartman dairesinde yalnız başına yaşayan bir bireyin konutsal tatminini etkileyen parametrelerle, aynı dairede yaşayan 2 çocuklu bir ailenin konutsal tatminini etkileyen parametreler aynı değildir. Bu sebeple, konutsal kullanıcı memnuniyeti ölçümlerinde, memnuniyet derecesinin kişiye, zamana, sosyal ölçütlere, isteklere ve beklentilere göre değişiklik göstermekte olduğu dikkat edilmesi gereken bir noktadır.<sup>14</sup> Kullanım Sonrası Değerlendirme (KSD), kullanımdan önce değil, kullanımdaki ortamları değerlendirmenin değerini vurgulamaktadır (Francescato, 1989).

Presier ve arkadaşları (1988) tarafından ise “Kullanım Sonrası Değerlendirme” şu şekilde tanımlanmaktadır: ”Kullanım Sonrası Değerlendirme, çevre inşa edildikten ve kullanıldıktan bir süre sonra, sistematik ve düzenli bir şekilde çevre değerlendirme sistemidir. Kullanım Sonrası Değerlendirme; çevrenin kullanıcıları ve onların ihtiyaçları üzerine yoğunlaşır. Böylece çevrenin planlanması ve inşa edilmesinde etkili olan önceki tasarım kararlarının çevre performansı olarak sonuçlanması ile bir anlamda tasarım kararlarının değerlendirilmesini sağlar. Bu yönde elde edilen bilgi tasarımcılar için gelecekte daha iyi bir çevre inşa etmek için temel oluşturur”, (Karagenç, 2002).

KSD kriteri olarak ‘kullanıcıların memnuniyeti’nin belirlenmesi, üzerinde oldukça durulan bir konudur. Örneğin; Czepiel ve Rosenberg (1977) müşterilerin memnuniyetinin genel yapısıyla; Canter ve Rees (1982) çevresel memnuniyetin daha spesifik olmasıyla; Francescato ve diğerleri (1987) ise konut memnuniyetiyle alakalı bir dizi kavramsal tanım üzerinde durmuşlardır (Preiser & Hardy, 2018). Kullanımdaki

---

<sup>14</sup> İngilizce literatürde “Post-occupancy Evaluation (POE)” olarak geçmektedir.

ortamların KSD'lerin sonucu, tasarım sürecini, “kabul edilebilir bir yanıt” hedefine doğru yönlendirmek olarak görülmektedir ve Francescato (1989) tarafından bir KSD kriteri olarak ‘konutsal tatmin’, bütüne atfedilen değeri ifade edebilen ve o bütünün her yönüne atfedilen değerlerin ilişkili olabileceği bir ölçüt olarak nitelendirilmektedir.

Konutta kullanıcı tatmini kriterinin belirlenmesi ile alakalı olarak vurgulanması gereken en önemli nokta, kullanıcı memnuniyetinin, kullanıcının kendi bakış açısıyla, kendisi tarafından vurgulanmasıdır. Bir konutun kullanıcısının gözünden değerlendirilmesiyle ortaya çıkan veriler, bu kriterin ne kadar sağlıklı bir ölçüt olduğunu ortaya koymaktadır. Çünkü yapılı çevredeki birçok problem, aslında kullanıcıların bakış açılarının ihmal edilmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Francescato (1975) konutta kullanıcı tatminini etkileyen parametreleri, beş başlık altında sınıflandırmaktadır:

*Kullanıcıya ait parametreler:*

- Aile tipi, sosyo-ekonomik yapı, sosyal statü, meslek, önceki çevre, cinsiyet, yaş, eğitim, geldiği zaman ve kalış süresi.

*Çevre Parametreleri:*

- Fiziksel rahatlık (yoğunluk, açık alanlar, iklim, trafik yoğunluğu, gürültü seviyesi)
- Tüm görüntü ve fiziksel şartlar (estetik özellikler, topoğrafya ve manzara)
- Erişebilme ve servisler (otopark, yeşil alan, dinlenme alanları, teknik ekipmanlar)
- Gelişebilme olanağı (plan organizasyonu, değer artışı, güvenlik seviyesi)

*Yapıya ait parametreler:*

- İşletme (çöp toplama sistemi, kurallar ve düzenlemeler, kuralların uygulanması, kullanıcı isteklerinin, tamir, korunma, yenileme gereksinimlerinin karşılanması, dahili servisler, konut sahipliği sistemi)
- Yerleşim (binanın yerleşimi, göreceli yerleşim, yakın çevre, binanın dışı)
- Değer (kira bedeli, yapının büyüklüğü, değer artışı, merdivenlerin ve asansörlerin yeri ve kapasitesi)

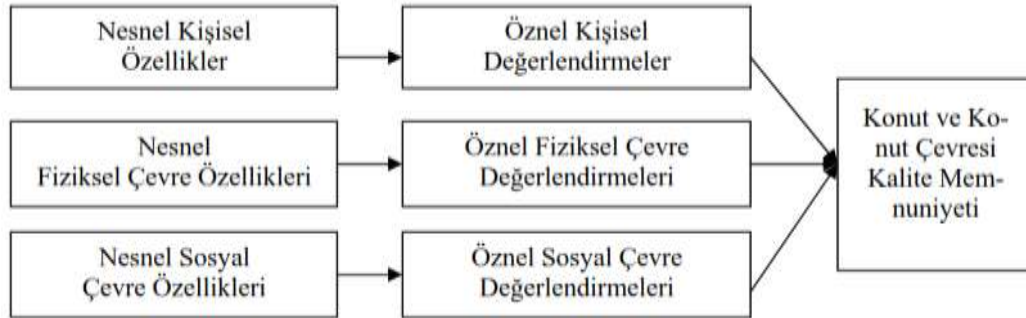
*Konutla ve konut iç mekanlarıyla ilgili parametreler:*

- Mekanların kalitesi (esneklik, detaylar, teknoloji, yapım ve malzeme, su basıncı, bina kabuğunun kalitesi, duvarların kalitesi, bina içinin kalitesi, döşemenin kalitesi, donanımlar)
- Fiziksel konfor (aydınlatma, mahremiyet, yalıtım, havalandırma, ısıtma, açık alanlar)
- Mekan organizasyonu (tasarım kalitesi ve mekanlar arasındaki ilişkiler)
- Konutun büyüklüğü
- Konutun yeri/konumu
- Konutun estetiği (estetik özellikler, iç mekan yoğunluğu)

*Kullanıcı gereksinimleri ile ilgili parametreler:*

Rahatlık, güvenlik, sosyal ilişkiler ihtiyacı, özgürlük, faaliyet, çalışma ve huzur, güzellik, anlam ve değer, sosyal statü ihtiyacı, (Günel, 2006).

Kellekci ve Berköz (2006): “Konut ve konut çevresinde kalite memnuniyeti” ile ilgili olarak, konut kullanıcısı, konutun fiziksel ve sosyal çevre özellikleri ve değerlendirmesine ilişkin kavramsal bir model geliştirmiştir (Şekil 4.4).



**Şekil 4.5 :** Konut kullanıcısı, konut ve çevresel kalite memnuniyeti ile ilgili geliştirilen kavramsal model (Kellekci & Berköz, 2006)

Kellekci ve Berköz (2006) tarafından geliştirilen kavramsal modele göre:

*Nesnel kişisel özellikler;* demografik faktörler, sosyo-ekonomik statü, geçmiş yaşam tarzı, konut sahipliği durumu, daha önce yaşanan konut tipi, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, hane halkı geliri, meslek, hane halkı büyüklüğü gibi özelliklerden oluşmaktadır.

*Nesnel fiziksel çevre özellikleri;* konut çevresinin fiziksel özelliklerini belirtmektedir. Konut birimlerinde nesnel olarak ölçülen komşuluğu, yoğunluğu, yer seçimi özelliklerini içermektedir. Konut tipi, konut büyüklüğü, oda sayısı, konutun bulunduğu kat, donatı alanları, altyapı özellikleri ve diğer fiziksel özelliklerdir.

*Nesnel sosyal çevre özellikleri;* ikamet süresini, güvenlik/emniyet, arkadaşlık, komşularla ilişkiler, konut alanına bağlılık ve mahremiyetle ilgili özellikleri içermektedir.

*Öznel kişisel değerlendirmeler;* konut kullanıcılarının davranışsal ve psikolojik faktörleri gibi öznel özelliklerini içermektedir.

*Öznel fiziksel çevre değerlendirmeleri;* konut alanı fiziksel çevresinin, konut alanı kullanıcısı tarafından algılanması ve değerlendirilmesi ile ilgilidir.

*Öznel sosyal çevre değerlendirmeleri;* konut sosyal çevresinin özelliklerinin algılanması ve değerlendirilmesidir.

#### **4.4 Metropolleşme ile Dönüşen Konut Algısı**

Günümüz metropol kentinde hızla değişen yaşam koşulları, kullanıcıların konut algısının da dönüşmesine yol açmaktadır. Kullanıcılarının beklentileri; istekleri, arzuları ve değişen yaşam koşullarının getirdiği farklılaşan gereksinimleri doğrultusunda değişmektedir. Bu durum kullanıcıların konuta bakış açılarını, onu algılama ve yorumlama biçimlerini de dönüştürmektedir.

Endüstrileşme, hızla gelişen teknoloji, artan kitle üretimi ve tüketim, İstanbul gibi metropol kentlerde devasa üretim merkezlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Büyük kentlerde yaşanan bu gelişmeler, kentleri ekonomik anlamda odak noktası haline getirmiş ve kalabalıkları barındıran metropollere dönüştürmüştür. Çok fazla sayıda insan için istihdam sağlama potansiyeli doğurmuş olan bu merkezler, kırsalda yaşayanlar için ise bir çekim alanı oluşturmaktadır. Kırsal alanlarda artan işsizlik, hayat koşullarındaki olumsuzluklar ve memnuniyetsizlikler özellikle gençleri büyük kentlere göç etmeye itmektedir. Büyük kentlerde daha iyi şartlarda yaşamayı, daha iyi eğitim ve iş imkanına sahip olmayı hedefleyen insanlar, büyük kentlere ve metropollere akın etmektedir. Öte yandan, alınan göçler büyük kentlerde ve metropollerde, sosyo-ekonomik anlamda fiziksel ve psiko-sosyal sınırların ve ayrımların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Sınırlamalar ve ayrışmalar ise konut ve

çevresinde çeşitlenmelere neden olmakta ve özellikle, metropol kentin heterojen yapısını gözle görülür hale getirmektedir.

Konut kullanıcılarının tercihleri ve beklentileri, sosyo-ekonomik statülerine göre farklılaşmalar gösterebilmektedir. Alt ve orta-alt gelir grubuna dahil kullanıcılar için konutlarının barınma gereksinimlerini karşılaması yeterli iken; üst, orta-üst ve orta gelir grubundaki kullanıcılar için konut, barınma gereksinimini karşılamamanın ötesinde, kimliklerinin ve yaşam biçimlerinin de göstergesidir.

Öte yandan; üst, orta-üst ve orta sosyo-ekonomik gelir gruplarına yönelik olarak inşa edilen güvenli, çevresi duvarlarla örülü “*kapalı konut siteleri*”, alt ve orta-alt gelir gruplarını ötekileştirmektedir. Kapalı konut siteleri, metropol kentin karmaşık ve heterojen yapısına karşın daha homojen yani, benzer kültürel grupları bünyesinde barındırmakta ve kullanıcılarına, modern yaşamın gereklilikleri ve vazgeçilmezleri olarak pazarlanan bir takım sosyal ve kültürel imkanlar sunmaktadırlar.

Arıkan ve Gökmen’in belirttiği gibi: “2000’lerden bu yana inşa edilmekte olan kapalı konut sitelerini, daha öncekilerden ayıran en önemli farklılık, “sokak-konut ve iç mekan-dış mekan ilişkisinin radikal bir dönüşüme uğramış olmasıdır” (Arıkan & Gökmen, 2016). Kapalı konut sitelerinde, konut blokları, birden fazla parsel birleştirilerek elde edilen, geniş arazi içinde sokağa mesafeli olarak konumlandırılmakta, duvarlarla çevresinden koparılmaya, güvenlik ve kameralı sistemler ile korunmaya çalışılmaktadır. Alınan bu önlemlerle, yüksek ve orta gelir grubundaki kullanıcılar kendi yaşam alanlarında, *ötekiler* ile karşılaşmadan yaşamlarına devam etmektedirler.

Kapalı konut sitelerindeki bahçe ve yeşil alanlar ise günümüzde kullanılmayan atıl alanlara dönüşmüştür. Konut projelerinin müşterilerine pazarlamasını kolaylaştıran “*sosyal kullanıma açık yeşil alanlar*”, sakinler tarafından çoğunlukla kullanılmayan ama satınalma sırasında projeye pozitif bir imaj sağlayan mekanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan; kalabalık ve karmaşık metropol kent yaşamında, azami düzeyde güvenli bir konutta insanların kendine ait bir bahçesi olması, çoğunluk tarafından olumlu ve aranan bir özellik olarak görülmektedir. Bu tip projeler içinde yer alan çeşitli konut tipleri arasında, “*bahçe kullanımlı daireler*” ve “*kat teraslı daireler*”, normal konut tiplerine göre daha yüksek fiyatlara satılmakta ve bir prestij göstergesi olarak lanse edilmektedir.

Konut algısındaki dönüşümün bir diğer sebebi de, değişen aile yapısıdır. Özellikle Metropol kentlerde, geleneksel ataerkil aile yapısı, yerini çekirdek aileye bırakmış, hatta çocuksuz çiftlerin, bekar ebeveynlerin ve tek kişilik ailelerin sayısında büyük artışlar görülmeye başlanmıştır. Özellikle metropollerde, farklı aile yapıları ve kullanıcı profillerine yönelik konut tipleri görülmeye başlamıştır. Çoğunlukla, ingilizce kelimeler ile tanımlanan bu konutlar: "stüdyo", "flat", "suit", "loft" vb. olarak tanımlanmaktadır. Düşük metrekareli dairelerin yanı sıra üst gelir grubuna hitap eden ve kullanıcılarına konforlu, ayrıcalıklı ve prestijli bir yaşam vadeden lüks karma yaşam projelerinde ise daha geniş ve ferah mekanlar tercih edilmektedir. Kullanıcısına otel konforunda, zengin sosyal donatılara sahip (spor salonu, kafe ve restoranlar, alışveriş merkezi vb.), kendi hizmet servisleri olan (resepsiyon ve lobi, daire temizliği, bakım ve onarım, çamaşırhane ve kuru temizleme hizmetleri, vale, park, ihtiyaç halinde marketten alışveriş imkanı, 7/24 teknik servis vb.) ve üst düzey güvenli yaşam alanları sunulmaktadır. Özellikle lüks karma kullanımlı projelerde rastayabileceğimiz bu ayrıcalıklar, projelerin bir tüketim nesnesi gibi pazarlanması sırasında potansiyel kullanıcılara geleceğin yaşama mekanları olarak lanse edilmektedir. Proje sahiplerinin; televizyonda, internette ve sokaktaki reklam panolarında, benzer sloganlarla tanıtımı yapılan lüks konut projeleri, insanların büyük çoğunluğunun asla sahip olmayacağı standartlarda yaşamların var olabileceği algısını yaygınlaştırmaktadır. Projelerin hemen hepsi modern, teknolojik, belli statü grubuna hitaben yapılmış prestijli yapılar olarak tanıtılmaktadır. Bu durum sadece üst gelir grubunun ulaşabileceği ütopyik yaşamları dayatmakla kalmamakta, insanların konut algısının değişmesine ve aslında hiç de aklında olamayan bir takım yeni beklentilere girmesine ve arzu ve isteklerinin çeşitlenmesine sebep olmaktadır.

Günümüz metropol yaşamının getirdiği gözle görülür sınıfsal ayrışmanın ve çeşitlenen konut tipolojilerinin yanı sıra insan ve konut arasındaki etkileşimli ilişki biçimleri de değişmektedir. Evde bulunan bireylerin yaşam rollerindeki değişimler (kadının aktif iş hayatının bir parçası olması gibi) ve karmaşık metropol yaşantısının gerekliliği sürekli değişen beklentileri, konut iç mekan kurgusunda ve algısında sürekli değişimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Kahveci'ye (2005) göre, "ailedeki kadın figürünün iş hayatının bir parçası haline gelmesi, çocuksuz çiftlerin oluşturduğu aile tipinin yaygınlaşması, tek kişilik ailenin oluşumu ve bu bireylerin birbirleriyle ilişkilerindeki değişimler ile konutun iç kurgusunun kalıpları da kırılmaya

başlamıştır.” Bir başka deyişle, metropol kentin konut iç mekanları, modern gündelik yaşamın gereksinimlerine göre köklü bir şekilde yeniden biçimlenmektedir.

Konut iç mekanında yaşanan dönüşümlerin, hızla gelişen bilim ve teknoloji odağında gerçekleştiği söylenebilir. Konutta kullanılan iç mekan donatıları da, bu gelişmeler akabinde değişmeye, dönüşmeye ve gelişmeye başlamıştır. İnsan hayatını daha kolay ve konforlu hale getiren bu teknolojik donatılar, iş gücü kullanımını da azaltmaktadır. Ancak bu durum bireyin boşta kalan zamanını teknolojinin bir başka uzantısı olan televizyon ve/veya internet ile geçirmesine sebebiyet vermektedir. Metropol kentte, kapalı güvenli sitesindeki konutunda, çevre/doğa ile hiçbir organik bağlantısı kalmayan insan için konut algısının, daha önceki dönemler ile karşılaştırıldığında dönüşüme uğradığı gözlenmektedir.

Adınır’a (2006) göre: “Günümüz konutunun iç kurgusunu belirleyen şey gündelik hayatın ritimlerini düzenleyen bir planlama hareketinden çok, bu ritimleri oluşturan tüketim kalıpları üzerinden oluşmaktadır.” Bu anlamda konut ve konut iç mekanları bir tasarım, bir yaratı olmaktan çıkıp, bir tüketim nesnesi olmaya indirgenmektedir. Konut algısının insandan insana farklılıklar gösterebileceği düşünüldüğünde, bugün kapalı sitelerde karşımıza çıkan konut iç mekanları, standart bir kullanıcı öngörüsüyle tasarlanmış, birbirinin aynısı, modern ve tekdüze mekanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Döşemesi, boyası, sabit mobilyaları ve tüm elektronik donatılarıyla kullanıcısına hazır halde teslim edilmekte olan bu konutlar, kullanıcısının özgün niteliklerine, beklentilerine, gereksinimlerine ve tercihlerine bakılmaksızın inşa edilmektedir. Bu durumda, kullanıcı için konut mekanının algısı ev/yuva hissiyatını yok eden anonim bir yapıya bürünmektedir. Lefebvre (1998)’nin belirttiği gibi; “Hiçbir özne ya da topluluk kendi mekanını üretme sürecine girmeden kendi özelliğinin farkına varamaz, kendisini tanıyamaz” (Adınır, 2006). İnsanın bir mekana kendi özbenliğinden kattığı değerler, o mekana bir ruh ve bir aşinalık kazandırmaktadır, bu da insanın kendini o mekana ait hissetmesini ve orayı içselleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, konut insanın özbenliğini ve kimliğini yansıtan, nesnel olduğu kadar öznel bir olgu olarak da düşünülmelidir. Dolayısıyla, konut mekanının doğrudan kullanıcısına göre tasarlanması, insan-mekan etkileşimi açısından olumlu olacaktır. Bu durum, kullanıcının mekana aidiyet duymasına, aşinalık kazanmasına ve bağlılık hissetmesine ve psikolojik anlamda kendini samimi, rahat ve güvende hissetmesine olanak sağlayacaktır.



## 5. ALAN ÇALIŞMASI

Tezin bu bölümünde, alan çalışması kapsamında; Ataşehir Bölgesi'nin seçilme sebepleri üzerinde durulmakta ve İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin, Türkiye, İstanbul ve merkeze yakın bölgeler için öneminden bahsedilmektedir. Bu çerçevede; İUFM'ye yakın dört farklı "lüks karma konut projesi" incelenmiş ve seçilen örnek çalışmalar içinden "Varyap Meridian" örneği, alan çalışmasının pilot çalışması kapsamında detaylı olarak incelenmiştir.

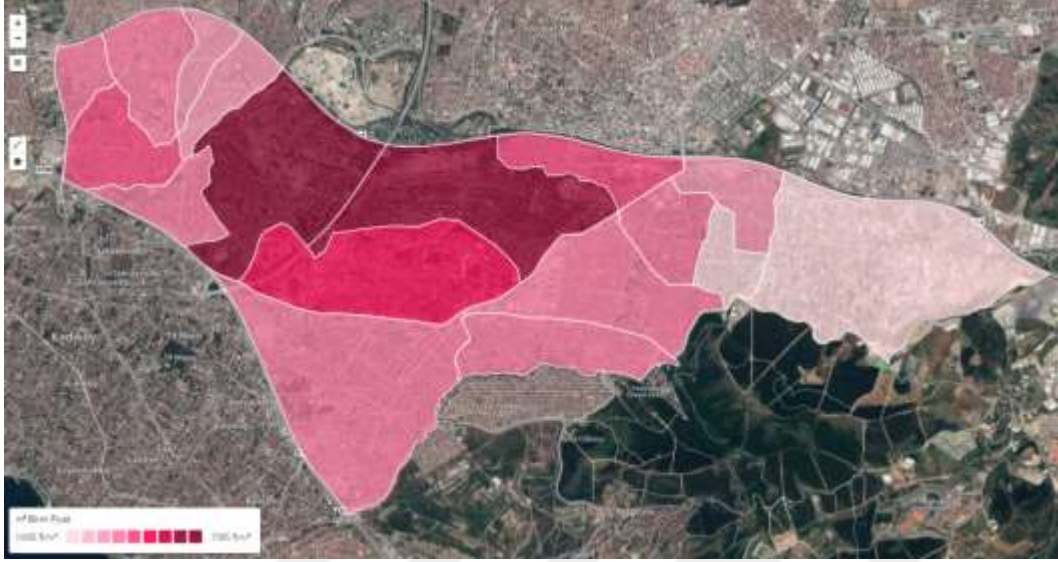
### 5.1 Ataşehir Bölgesi

İstanbul'un Anadolu Yakası, ulaşım ağlarının çeşitlenmesi ve kolaylaşmasıyla birlikte hem konut sahibi olmak isteyenler, hem de yatırım yapmak isteyenler için tercih edilen bir yer haline gelmiştir. Metro, Metrobüs, Marmaray gibi ulaşım ağları ve Boğaz Köprüsü, 3. Köprü, Avrasya Tüneli gibi önemli bağlantı yolları, yakın civardaki bölgelerin, Anadolu Yakası'nda da değerlendirilmesine ve yerleşim yerlerinin çoğalmasına yol açmaktadır. Anadolu Yakası'nın gelişim sürecini olumlu yönde etkileyen, daha inşası devam ettiği halde yakın çevresindeki konut ve ticari amaçlı yapı piyasalarını hareketlendiren, Ataşehir Bölgesi'nin sınırında ve Ümraniye içerisinde yer alan "İstanbul Uluslararası Finans Merkezi" (İUFM) projesi, bulunduğu bölge ve çevreye yakın olan konutların değerlendirilmesindeki bir diğer güçlü unsurdur.

Günümüzde İstanbul'un 39 ilçesinden biri olan Ataşehir; Ümraniye, Kadıköy ve Üsküdar'ın bazı mahallelerinin dahil edilmesiyle, 2008 yılında ilçe statüsü kazanmıştır. Güneyinde Maltepe, batısında Kadıköy, kuzeybatısında Üsküdar, kuzeyinde Ümraniye, kuzeydoğusunda Çekmeköy ve doğusunda Sancaktepe ilçelerine komşudur (Şekil 5.1). İlçe 25,84 kilometrekaredir, nüfusu 419.368'dir ve sınırları dahilinde toplam 17 mahalle vardır (Url-13).

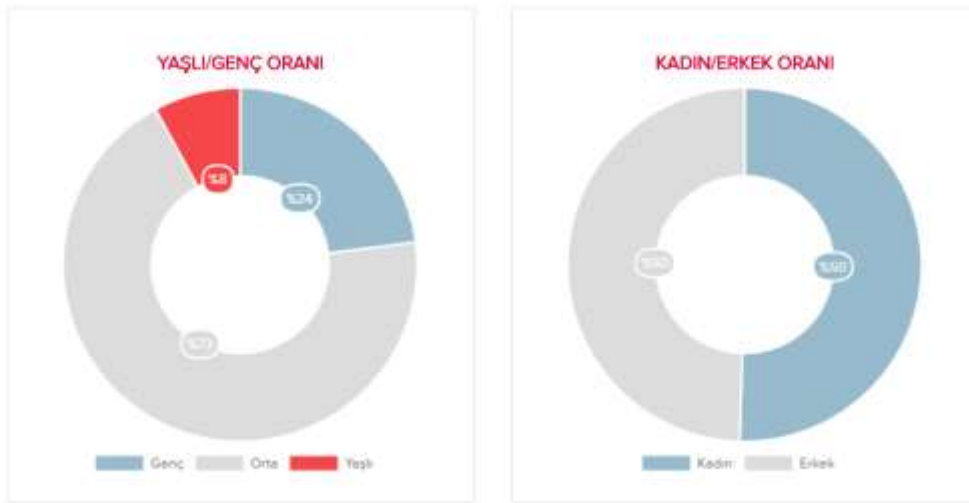
Ataşehir bölgesi; ulaşım bağlantılarının güçlü olması ve barındırdığı nüfus açısından son yıllarda konut, otel, hastane ve alışveriş merkezi gibi büyük projelerin gözle görülür bir biçimde arttığı bir lokasyondur. Ataşehir'in gelişimi konut projeleri ile başlamıştır ve özellikle Batı Ataşehir'deki konut projeleri sayesinde bölgede yüksek

değer artışları görülmektedir. İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin tam karşısında konumlandırıldığı Batı Ataşehir Bölgesi, Şekil 5.1'de de görüldüğü gibi bölgede konut birim fiyatının en yüksek olduğu iki semtten biridir. Batı Ataşehir'in değerini ilerleyen yıllarda daha da artıracacağı öngörülen bu bölge, tezin alan çalışması kapsamında pilot çalışma alanı olarak seçilmiştir.



Şekil 5.1 : Ataşehir Bölgesi haritası (Url-14)

“Endeksa”, gayrimenkul değerlendirme ve süreç yönetimi, web sitesi üzerinden Ocak 2018’de alınmış verilere göre Batı Ataşehir Bölgesi’nin nüfusu 32.037 kişidir (Url-14). Nüfusun % 23’ünü Genç, % 69’unu Orta Yaşlı ve % 8’ini ise Yaşlı insanlar oluşturmaktadır (Şekil 5.2 & Şekil 5.3).



Şekil 5.2 : Genç/yaşlı ve kadın/erkek oranları (Url-14)



**Şekil 5.3 :** Yaşa göre nüfus dağılımı (Url-14)

Bölgenin yaklaşık olarak % 50 'si Lise ve alt düzeyde eğitim almış iken %37'si Lisans ve üzeri düzeyde eğitimini tamamlamıştır (Şekil 5.4). Diğer bölgeler incelendiğinde, Batı Ataşehir'deki eğitilmiş okur-yazar kesimin, Ataşehir ve çevresinde bulunan çoğu bölgeye oranla oldukça yüksek seviyede olduğu görülmektedir.



**Şekil 5.4 :** Batı Ataşehir eğitim düzeyi tablosu ve oranlar (Url-14)

Eğitim düzeyinin yüksek olduğu bu bölgelerde yaşayanlar, ekonomik olarak yüksek gelir grubuna mensup kişilerden oluşmaktadır. Batı Ataşehir'in, Endeksa'dan alınan genel sosyo-ekonomik statü (A-D) verilerine bakıldığında; % 45 oranla A (en üst) ve % 25 oranla B grubundan (üstün altı), toplamda % 70 gibi yüksek bir oranla A+B

sosyo-ekonomik statü gruplarına mensup kişilerin tercih ettiği bölgelerden bir tanesi olduğu görülmektedir (Şekil 5.5).



Şekil 5.5 : Batı Ataşehir sosyo-ekonomik statü verileri (Url-14)

Finans merkezinin bölge yakınına taşınma sürecinin başlamasıyla, ilk on yıl içerisinde etrafında yükselen ofis ve konut projeleri ile birlikte, finansın ve yaşamın kalbi, Ataşehir ve Ümraniye ilçe sınırları içerisinde atmaya başlayacaktır. Birçok kişi için istihdam sağlaması planlanan proje sayesinde; genç, üniversite mezunu çalışan sayısında yaşanacak artışla birlikte yaş, nüfus dağılımı, eğitim düzeyi ve sosyo-ekonomik statü verilerini içeren bu grafiklerde gözle görülür değişikliklerin yaşanmasının söz konusu olacağını bugünden öngörmek olanaklı görünmektedir. Projelendirildiği bölge ve çevresini ve Türkiye'nin dünya ekonomileri içerisindeki yerini yükselteceği öngörülen İUFM'nin de önemini, bu çerçevede açıklamak bakımından önem taşımaktadır.

İstanbul; tarihi, sosyal, kültürel, politik ve ekonomik açılarından Türkiye'nin en önemli şehirlerinden bir tanesidir. Türkiye'nin en büyük sanayi merkezlerinden biri olmasının yanı sıra stratejik konumu ve ticaret yollarının kesiştiği bir noktada bulunması sebebiyle ekonomik yaşamın da merkezindedir. İstanbul, ülkedeki sanayi istihdamının %20'sini karşılamaktadır ve yaklaşık olarak % 38'lik endüstriyel alana sahiptir.

Türkiye'nin ekonomik anlamda kalkınmasına büyük katkı sağlaması planlanan Uluslararası Finans Merkezi Projesi'nin temelleri, uzun vadede küresel finans merkezi olmak vizyonu ve hedefiyle 2014 yılında İstanbul'da atılmıştır. İnşası halen devam etmekte olan İstanbul Uluslararası Finans Merkezi (İUFM) Projesi'nin başarılı olmasında, fiziksel mekanın önemli bir etken olduğu düşüncesinden yola çıkılarak,

Ataşehir ve Ümraniye ilçe sınırları içerisinde bulunan geniş alana konumlandırılmıştır. Emlak Konut resmi web sitesindeki verilere göre 2018 Ocak ayı itibari ile projenin % 44,28'i tamamlanmıştır ve 2020 yılında bütünüyle tamamlanması öngörülmektedir (Url-15).

İstanbul gibi metropoliten kentlerde iş yerlerinin yoğunlaştığı bölgelerde, alışveriş merkezleri, rezidanslar ve plazalar birbirine oldukça yakın olarak inşa edilmektedirler. Bu işlevlerin birbirleriyle bu kadar iç içe oluşu, aşırı insan yoğunluğu oluşturmasının yanı sıra trafik sorunuyla da gündelik hayatın akışını olumsuz yönde etkilemektedir. Hali hazırda İstanbul'un sahip olduğu; Türkiye'nin en büyük şirket ve bankalarının önemli bir kısmına ev sahipliği yapan çok katlı ofis blokları, rezidanslar ve çok sayıda alışveriş merkezi, Avrupa Yakası'nda bulunan Mecidiyeköy-Maslak aksında toplanmış durumdadır. Birçok iş yerinin belli merkezlerde yoğunlaştığı Avrupa Yakasında; yeni, büyük ve prestijli bir merkez oluşturma fikri karar mercileri tarafından mantıklı bulunmamıştır ve sonuç olarak İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin, Anadolu Yakası'nda bulunan, Batı Ataşehir ve Ümraniye ilçe sınırlarının kesiştiği alanda konumlandırılması kararı alınmıştır (Url-17).

Batı Ataşehir Bölgesi'nin tam karşısında yer alan arazinin proje alanı olarak seçilmesinin bir diğer sebebi de; ulaşım anlamında oldukça stratejik bir konumda yer alması ve İstanbul içinde bulunabilecek makul büyüklükteki geniş arazilerden biri olmasıdır. İki ana arterin kesişim noktasında bulunan proje arazisinin, konumu sayesinde, havaalanlarına ve merkezlere ulaşım kolaylığı sağlayacağı öngörülmektedir.

İstanbul Uluslararası Finans Merkezi, dünyadaki 9 finans merkezi incelenerek projelendirilmiştir. 303 bin metrekare arsa (800 dönüm arazi) üzerinde yapımı süren proje, toplamda 3 milyon 181 bin 116 metrekarelik inşaat alanına sahiptir. Proje inşaat alanının 722.331,54 metrekaresi ofis ve ticaret, 106.193 metrekaresi otel ve 130.545 metrekaresinin ise rezidanslardan oluşması planlanmaktadır (HalkGYO, 2017).

Proje kapsamında; TC Merkez Bankası, TC Ziraat Bankası, Halk Bankası, Vakıflar Bankası, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) gibi önemli kurumların genel merkez ofisleri yer alacaktır. Tüm bu genel merkezlerin bir araya toplanarak büyük bir Finans Merkezi oluşturması, ülke ekonomisinin büyümesinde doğrudan etkili bir güç olabilme potansiyeli taşımaktadır.

Aynı zamanda, özel yönetim ve denetim şirketleri, bankalar ve finansal kuruluşları, dünya standartlarında etkinliklere ev sahipliği yapabilecek 2500 kişi kapasiteli kongre ve kültür merkezi, çeşitli boyutlarda 152 ticari ünite ve 9 sinema salonu içeren bir alışveriş merkezi ve konutlar ile birlikte farklı sosyal donatı alanlarına ev sahipliği yapacaktır (Url-16).

SERPAM'm (2012) verilerine göre; City of London'm yaptığı bir araştırmada dünyanın en önemli 10 finans merkezi sırasıyla “Londra, New York, Singapur, Hong Kong, Zürih, Cenevre, Tokyo, Chicago, Frankfurt ve Sydney olarak belirlenmiştir.” (SERPAM, 2012). Bu anlamda İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Projesi'nin hedefi hem bu merkezler gibi büyük ve uluslararası öneme sahip finans sektörünün kalbi olacak bir merkez yaratmak, hem de 7/24 yaşayan bir yer inşa etmektir. İUFM Planlama Kurulu'nun yayınlamış olduğu “İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Stratejisi ve Eylem Planı”na göre, bu projeye birlikte İstanbul' un öncelikle 10 yıl içerisinde bölgesel, nihai olarak da 30 yıl içerisinde küresel bir finans merkezi haline gelmesi planlanmaktadır (SERPAM, 2012). Projenin tamamlanmasının ardından yaklaşık 30 bin kişiye, istihdam sağlaması öngörülmektedir.

## **5.2 İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Çevresinde Gelişen Konut Projeleri**

İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Projesi'nin yeri belirlendikten sonra büyük bir hızla çevresine ofis, konut, alışveriş ve yaşam merkezi projeleri konumlandırılmaya başlanmıştır. Arka tarafı gecekondu mahallesi olan Finans Merkezi'nin çehresi, 2012 yılında yapımına başlanmasından bu yana, kentsel dönüşüm adı altında hayata geçirilmiş ve/veya geçirilmekte olan yeni projelerle birlikte her geçen gün biraz daha değişmektedir. Yıkılan gecekonduların yerine, başta karma konut ve yaşam projeleri olmak üzere ofis blokları, konut projeleri ve alışveriş merkezleri inşa edilmeye başlanmıştır.

Bu çerçevede bu bölümde; İUFM çevresinde gelişen, inşası tamamlanmış ve/veya hala devam eden karma yaşam projelerinden, “Sarphan Finans Park”, “Avrupa Konutları Yamanevler”, “Metropol İstanbul” ve tezin örnek inceleme projesi olarak seçilen “Varyap Meridian” örnekleri incelenecektir.

### 5.2.1 Sarphan Finans Park

2011 yılının Ağustos ayında, Emlak Konut GYO ve Sarp Group ortaklığında yapımına başlanan “Sarphan Finans Park Projesi”nin (Şekil 5.6) inşaat alanı 808 bin 587 metrekaredir. Kullanıcısına “Prestij” vaat eden karma projede; Ofis, Helikopter Pisti avantajı sağlayan VIP 300 Ofisleri, Alışveriş Merkezi ve bir lüks Rezidans Bloku bulunmaktadır. İstanbul Uluslararası Finans Merkezi’nin yanı başında bulunan proje, konumu itibariyle yatırımcılar ve bu çevrede ikamet etmek isteyen üst (A) gelir ve sosyo-ekonomik statü grubuna dahil kullanıcılar için oldukça cazip bir alternatiftir.



Şekil 5.6 : İUFM ve Sarphan Finans Park Projesi (Url-4)

“Anadolu yakasının merkezinde ayrıcalıklarla dolu lüks bir yaşam”, “Ümraniye’de Yükselen Değer” ve “Masalsı bir yaşamın kapılarını sizler için açıyor” (Url-5) vb. sloganlar ile lansmanı tamamlanan konutların statü sembolü olarak satışa sunulması, metropoliten kentte yaşayanların ideallerindeki psiko-sosyal çevrenin bir parçası olma arzusuna cevap vermektedir.

Toplamda 54 kattan oluşan rezidans bloku projenin merkezinde yer almaktadır. Blokta; 3+1, 2+1, 1+1 ve stüdyo tipi daireler bulunmaktadır. 3+1 daireler 81 ile 116 metrekare arasında, 2+1 daireler 73 ile 90 metrekare arasında, 1+1 daireler ortalama 41 metrekare ve stüdyo tipi daireler ise ortalama 27 metrekarelik net alanlardan oluşmaktadır. Lobi, resepsiyon, dükkanlar ve sosyal donatı alanları bulunan blokta, lüks daire sahipleri rezidans hizmetleri alabilmektedirler.

Ayrıcalık, lüks ve konfor vaat etmekle birlikte, oldukça yüksek fiyatlara satılan bu konutların, metropolün dayattığı yaşam standartlarını karşılıyor olması şaşırtıcı

değildir. Kullanıcısına; dikeyde göklere uzanan, yatayda ise küçük, basık ve dar yaşam alanları sunan bu gibi konut projeleri, metropoliten kentlerde sıkça rastlanılan olağan bir tarz haline gelmiştir. Metropoliten kentlerde sayısı ve popülaritesi her geçen gün artan stüdyo ve 1+1 konut tipleri, özellikle 1980'li yıllardan itibaren hemen her kentte görmeye alıştığımız, belirli tiplerdeki apartman bloklarından oluşan toplu yaşam projelerinde rastlanılan geniş ve ferah konutların yerini almaktadır. Bu konutlarda standart 3+1 daire, yüksek tavanlı ve ortalama 140 ile 190 metrekare arasında değişen net kullanım alanlarına sahiptir. Ancak günümüzde bu konut tipleri alçak tavanlı ve örnek projede de olduğu gibi 80 metrekarelere kadar düşen kompakt hacimlere dönüşmüştür.

### 5.2.2 Avrupa Konutları Yamanevler

Ümraniye bölgesinde yer alan “Avrupa Konutları Yamanevler” projesine, Artaş İnşaat tarafından 75 dönümlük arsa üzerinde 2017 yılında başlanmıştır (Şekil 5.7). Bünyesinde; 2, 13, 24, 31, 34 ve 38 katlı olmak üzere toplamda 11 blok bulundurması planlanan karma projede; 1.672 konut, 38 adet ticari ünite ve ofis bloğunun yer alması öngörülmektedir. Yaklaşık 5000 kişiye yaşam sunması planlanan projede; 1+1konutlar 75 ile 80 metrekare, açık mutfaklı 2+1 konutlar 108 metrekare, kapalı mutfaklı 2+1'ler 135 metrekare, 3+1 konutlar 163 ile 186 metrekare ve 4+1 konutlar 215 ile 239 metrekare büyüklüğe sahiptir (Url-6).



Şekil 5.7 : Avrupa Konutları Yamanevler Projesi (Url-6)

Proje konumu itibariyle oldukça merkezidir. TEM otoyoluna 1 kilometre, E5'e 7 kilometre, Boğaz Köprüsü'ne 8.7 kilometre, Fatih Sultan Mehmet Köprüsü'ne 13.7 kilometre ve İUFM 'ye 3.9 kilometre uzaklıkta yer almaktadır. Yamanevler metro istasyonuna 200 metre uzaklıkta bulunan proje, toplu taşımaya da kolay ulaşım imkanı sağlamaktadır. Projenin İUFM'ne olan yakınlığının yanı sıra bulunduğu bölgede beş büyük bankanın genel müdürlükleri, plazalar ve alışveriş merkezleri bulunmaktadır. Günümüzde iş merkezlerinin yoğunlukta olduğu bu gibi bölgelerde çalışacak olan beyaz yakalı kullanıcı profili düşünüldüğünde, bina programında çoğunlukla küçük ve düşük metrekareli konutlara yer verildiği görülmektedir. Yamanevler projesi de, % 30 oranında 1+1 daire tipi bulunduracak şekilde programlanmış ve planlanmıştır.

Proje; “Prestijli Bir Yaşam Meydana Çıkıyor”, “Tüm İhtiyaçlarınız Bir Adım Uzakta” ve “Ayrıcalık Yeniden Tanımlanıyor” (Url-6) gibi günümüzde bu tarz projelerde çokça rastladığımız sloganlar kullanılarak satışa sunulmuştur ve kullanıcılarına ayrıcalıklarla dolu, prestijli bir yaşam vadetmektedir.

### 5.2.3 Metropol İstanbul

Varyap ve GAP İnşaat'ın ortak girişimiyle Doğu Ataşehir'de inşasının büyük bölümü tamamlanan “Metropol İstanbul Projesi” (Şekil 5.8), 100.000 metrekare alan üzerinde yaklaşık 705.000 metrekare inşaat alanına sahiptir (Url-7).



Şekil 5.8 : Metropol İstanbul Projesi (Url-8)

RMJM Mimarlık grubunun, Varyap Meridian 'deki deneyimlerinden yola çıkılarak geliştirilmiş olan projenin, Ataşehir İş Merkezleri Bölgesi'nin ve Yeni Finans Merkezi'nin kurulacağı bölgenin gelişmesinde önem taşıyacak bir proje olması öngörülmektedir.

Metropol İstanbul; bir konut, bir ofis ve bir karma kullanımlı yüksek kule olmak üzere toplamda üç kuleden oluşmaktadır. Proje kapsamında; Konser Alanı, Kamusal Peyzaj Alanı, Spor Salonu, Parklar ve birçok sosyal aktivite alanı bulunmaktadır. Proje; yeşil alanları ve enerji sarfiyatını azaltmak için kullanılan güneş panelleri sayesinde Leed Gold Sertifikası almaya hak kazanmıştır. Projede; lüks mağazalar ve uluslararası markaların yer alacağı 400 metre uzunluğunda bir alışveriş caddesi, 2 katlı bir alışveriş merkezi ve 17 salonlu büyük bir sinema kompleksi bulunmaktadır (Url-8, Url-9).

Metropol İstanbul, “Boğaz’ına Kadar Güzelliklerle Dolu Bu Şehirde, Yepyeni Bir Yaşam”, “Çünkü Burası Metropol Rezidans, Burada Her Şey Tek Bir Yer’de.” ve “Yaşamın İçinde Yeni Bir Yaşam Bulacaksınız” gibi sloganlarla satışa sunulmuştur. İncelenen diğer karma projelerde de olduğu gibi pazarlama stratejisi, projeyi şehrin bütününden ayırmak ve içinde yaşayanlar için bir statü sembolü olmak vaadi üzerine kurulmuştur. Bu yönüyle proje, bütün donatıları ile bir parçası olduğu şehre asgari düzeyde ihtiyaç duyan, yeni bir yaşam alanı, kendine yeten küçük kapalı bir şehir olarak tanıtılmaktadır.

#### **5.2.4 Varyap Meridian**

Varyap, TOKİ ve Emlak Konut tarafından hayata geçirilmiş olan “Varyap Meridian Projesi” (Şekil 5.9), 60 yılı aşkın deneyime sahip olan RMJM Tasarım Grubu tarafından tasarlanmıştır. Mimari proje grubunun tasarımın vizyonu; bulunduğu alanın karmaşık topografyasına cevap veren ikonik, yenilikçi ve sürdürülebilir bir tasarımdır (Url-10). RMJM'nin "Sürdürülebilir Mimari" ilkelerin gerekliliklerini yerine getirdiği proje, ABD Yeşil Bina Konseyi (USGBC) tarafından geliştirilen LEED (Enerji ve Çevre Dostu Tasarımda Liderlik) Kriterleri'ne uygunluğuyla, LEED sertifikası almaya hak kazanmış ve Türkiye’de yapılan ilk sürdürülebilir yeşil proje olmuştur.



**Şekil 5.9 : Varyap Meridian Projesi (Url-10)**

Varyap Meridian Projesi, İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin tam karşısında konumlandırılmış; Batı Ataşehir bölgesinin hem şehir içi hem de şehirlerarası ulaşım kolaylığı açısından çok önemli olan iki bağlantı yolundan (E-5 ve TEM) doğrudan ulaşılacak bir konumda yer almaktadır. 410 bin metrekare inşaat ve 340 bin metrekare kullanım alanına sahip olan karma projede; yüksek rezidanslar, rezidans villalar ve ofis blokları konumlandırılmıştır. Toplamda 6 kule ve 3 adet alçak katlı ticari bloktan oluşan proje kapsamında; kat sayısı 20 ile 60 arasında değişen 5 konut bloğu, 50 bin metrekare kiralık alana sahip bir iş merkezi, 20 bin metrekare ofis binası, uluslararası otel zinciri Sheraton tarafından işletilen ve otel, kongre ve iş merkezi fonksiyonlarına sahip “Meridian Ofis & Otel” binası ve ticaret alanları yer almaktadır.

Varyap Meridian Projesi, “Altın Gibi Bir Hayat”, “Altın Hayat, Altın Fırsat”, “Bulutlara Kadar Giden Evler Var, Her Katta Bahçeler Var”, “Lüks Yeşil Konut Projesi”, “Birileri Gelir, Dünyayı Değiştirir” ve “Değişimin Başladığı Yer” gibi sloganlarla satışa sunulmuştur (Url-11, Url-12).

### **5.3 Seçilen Örneklerin Genel Değerlendirilmesi**

Değişen yaşam şartları ve insan gereksinimleri; insanın varoluşundan bu yana en önemli yaşam mekanı olan konutu da beraberinde çağın ruhuna uygun olarak değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Ülkemizde İstanbul başta olmak üzere

gördüğümüz yeni nesil karma konut ve yaşam projeleri içinde, orta-üst ve üst gelir grubuna yönelik olarak tasarlananlar; günümüzde yaşamsal ve mekansal gereksinimlerin yanı sıra statü sembolü olma, moda ve trendleri takip etme amacına da hizmet etmektedir. Bu çerçevede; tez kapsamında incelenen lüks karma yaşam projesi örnekleri, sundukları mekansal imkanlar ve pazarlama stratejileri kapsamında, Tablo 5.1’de yer almaktadır.

**Tablo 5.1 : İncelenen projeler**

<b>LÜKS KONUT PROJELERİ</b>	<b>SARPHAN FİNANS PARK</b>	<b>AVRUPA KONUTLARI YAMANEVLER</b>	<b>METROPOL İSTANBUL</b>	<b>VARYAP MERIDIAN</b>
<b>BÖLGE</b>	ÜMRANİYE	ÜMRANİYE	DOĞU ATAŞEHİR	BATI ATAŞEHİR
<b>SLOGAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Masalsı Bir Yaşamın Kapılarını Sizler İçin Açıyor“</li> <li>• “Anadolu Yakasının Merkezinde Ayrıcalıklarla Dolu, Lüks Bir Yaşam”</li> <li>• “Ümraniye’de Yükselen Değer”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Prestijli Bir Yaşam Meydana Çıkıyor”</li> <li>• “Tüm İhtiyaçlarınız Bir Adım Uzakta”</li> <li>• “Ayrıcalık Yeniden Tanımlanıyor”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Boğaz’ına Kadar Güzelliklerle Dolu Bu Şehirde, Yepyeni Bir Yaşam”</li> <li>• “Burası Metropol Rezidans, Burada Her Şey Tek Bir Yer’de.”</li> <li>• “Yaşamın İçinde Yeni Bir Yaşam Bulacaksınız.”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Altın Gibi Bir Hayat”</li> <li>• “Altın Hayat, Altın Fırsat”</li> <li>• “Bulutlara Kadar Giden Evler, Her Katta Bahçeler Var”</li> <li>• “Birileri Gelir, Dünyayı Değiştirir”</li> <li>• “Değişimin Başladığı Yer”</li> </ul>

**Tablo 5.1 (devam):** İncelenen projeler

<b>LÜKS KONUT PROJELERİ</b>	<b>SARPHAN FİNANS PARK</b>	<b>AVRUPA KONUTLARI YAMANEVLER</b>	<b>METROPOL İSTANBUL</b>	<b>VARYAP MERIDIAN</b>
<b>ÖZELLİKLER</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 808 bin 587 m2 inşaat alanı</li><li>• Ofis, Helikopter Pisti avantajı sağlayan VIP 300 Ofisleri, Alışveriş Merkezi ve bir lüks Rezidans Bloku</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 75 dönümlük arsa üzerine inşa ediliyor.</li><li>• Toplamda 11 bloktan oluşan projede; 1.672 konut, 38 adet ticari ünite ve ofis blokları yer alacak</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 705 bin m2 inşaat alanı</li><li>• Bir konut, bir ofis ve bir karma kullanımlı süper yüksek kule olmak üzere toplamda üç kule</li><li>• Konser Alanı, Kamusal Peyzaj Alanı, Spor Salonu, Parklar ve birçok sosyal aktivite alanı</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 410 bin m2 inşaat ve 340 bin m2 kullanım alanı</li><li>• 5 konut bloğu</li><li>• Toplam 6 kule ve 3 adet alçak katlı ticari blok</li><li>• İş merkezi, ofis binası, otel, kongre ve iş merkezi fonksiyonlarına sahip olan, “Meridian Ofis &amp; Otel” Binası</li></ul>

Tabloda da görüleceği gibi incelenen örnekler; Ümraniye ve Ataşehir bölgelerinde bulunmakta ve İUFM’ye yakın mesafede konumlandırılmaktadır. Bu projelerin tümünde, “prestijli”, “ayrıcılık” ve “lüks bir yaşam” vadedilmekte ve hedef kitlenin orta-üst ve üst gelir grubu olduğu açıkça görülmektedir. Seçili projelerde dikkat çeken diğer bir unsur ise; tamamının konut projesi olmanın ötesinde alışveriş, eğlence, spor, eğitim gibi farklı fonksiyonlara da hizmet verebilecek nitelikte karma bir tasarım programına sahip olmasıdır. Güvenlikli ve etrafı duvarlarla örülü araziler üzerine inşa edilmiş ve/veya edilmekte olan bu karma konut ve yaşam projelerini; içerdikleri ek mekansal fonksiyonlarla (sosyal aktivite alanları, ticari üniteler ve peyzaj alanları), kapalı ve kendi kendine yeten küçük şehir yerleşimleri olarak nitelendirmek mümkün görünmektedir.

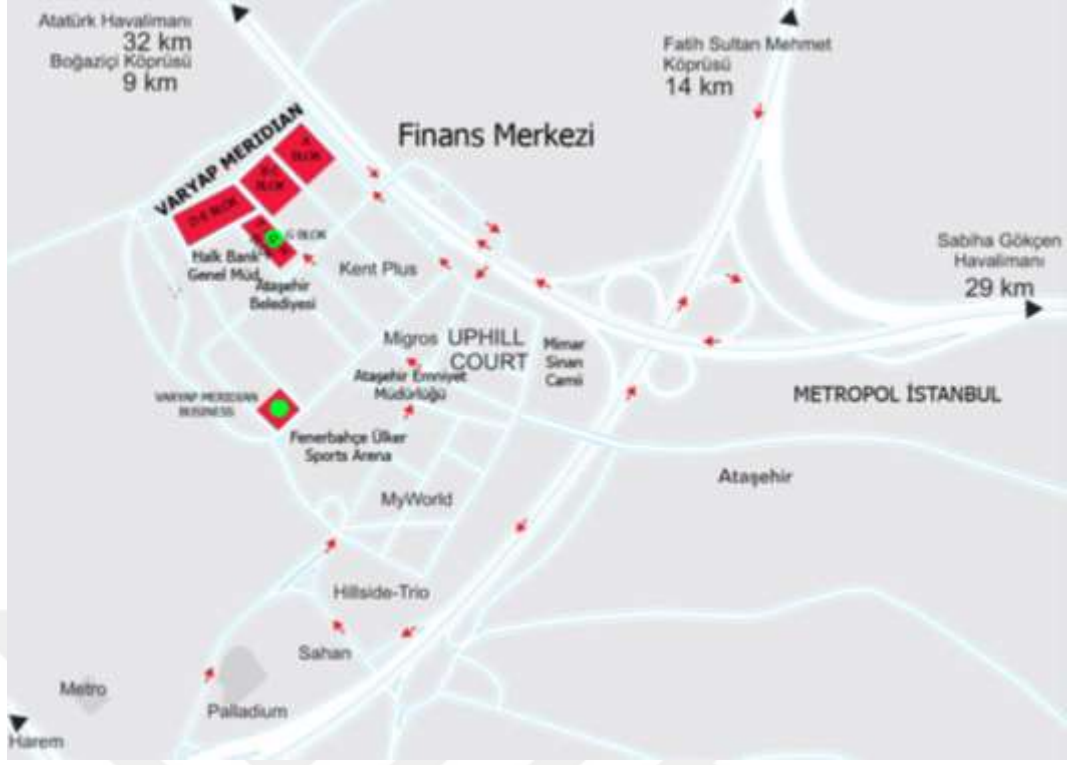
Blakely ve Synder (1997), “*etrafı çevrili güvenli yaşam alanı*”<sup>15</sup> olarak tarifledikleri bu tip yapıların oluşturduğu sınırların belli bir gruba aidiyeti sembolize ettiğini belirtmekte ve birileri içeride iken ötekinin dışarıda olması gerektiğine dikkat çekmektedirler. Buna ek olarak, sınırların politik, ekonomik ve sosyal yaşamın faaliyetlerini ve amacını kolaylaştırmak için alan yarattığını ve tanımladığını da vurgulamaktadırlar. Kongar (1999) ise, bu tip etrafı çevrili yaşam projelerini “Gettolaşan Büyük Kentler” başlığı altında incelemektedir. Bunun nedeni, kentin plansız ve programsız büyümesiyle birlikte yeni gelişme alanlarının çok hızlı genişlemesi ve kentteki bu hızlı entegrasyon sonucunda lüks konut projelerinin inşa edildiği arsaların, eski gecekonduların içinde kalmış olmasıdır. Yüksek gelir (üst ve orta-üst) grubuna mensup insanlar için çevresi yüksek duvarlarla korunmuş kapalı siteler inşa edilirken, düşük gelir (alt ve alt-orta) grubuna mensup insanlar o yüksek duvarların hemen ardında eski ve dayanıksız yapılarda yaşar hale gelmişlerdir. Metropolitan kentlerde sıkça rastlanmakta olan bu durumu Kongar (1999) “gettolaşma” olarak tariflemekte ve uçurum seviyesinde diye adlandırdığı gelir farklılaşmasının net bir biçimde gözle görülür hale geldiğinden bahsetmektedir. İstanbul metropolü için “Yamanevler” projesi, bahsi geçen bu yapılara bir örnektir. Bu proje; alt-orta gelir grubunun yaşadığı bölgede hayata geçirilmekte ve üst gelir grubuna hitaben projelendirilmektedir.

#### **5.4 Alan Çalışması: VARYAP Meridian**

“Varyap Meridian Projesi”, İstanbul’da Anadolu Yakasının iş merkezi olarak tanımlanan Ataşehir Bölgesi’nde yer alan lüks bir karma konut ve yaşam merkezi projesi olma özelliğine sahiptir. Varyap Meridian’in tez çalışmasının örneği olarak seçilmesinin en önemli sebeplerinden biri; Türkiye’de ekonominin kalbinin atacağı ve İstanbul’u finans başkentlerinden biri haline dönüştürmesi planlanan İstanbul Uluslararası Finans Merkezi’ne sadece 100 metre mesafede konumlandırılmış olmasıdır (Şekil 5.10).

---

<sup>15</sup> İngilizce literatürde, “Gated Community” olarak geçmektedir.



Şekil 5.10 : Varyap Meridian Projesi (Url-18)

İstanbul'un iş ve yaşam merkezi niteliği taşıyan bölgelerinde yaşanan ulaşım problemi, Finans Merkezi için arsa konumu belirlenirken de önem verilen ve üzerinde düşünülen konulardan biridir. İUFM için uygun bir arsa aranırken, Avrupa Yakasında bulunan iş ve yaşam merkezlerinin yoğunlaştığı bölgelerden (örn. Levent-Maslak Aksı) ulaşım problemleri, fazla yoğunluk ve geniş arsa bulunamaması sebebiyle vazgeçilmiştir. Dolayısıyla İUFM, merkezi ve ulaşım bakımından oldukça stratejik bir konumda, Batı Ataşehir ile Ümraniye'nin kesiştiği bölgede hayata geçirilmiştir (Url-17). Varyap Meridian'in de aynı bölgede, ana arter bağlantı yollarına oldukça kolay ulaşılabilir bir noktada yer alması projenin en önemli artlarından biridir. Çünkü İstanbul gibi ulaşımın hayatın her aşamasında kritik öneme sahip olduğu metropoliten bir kentte, bir bireyin nerede çalıştığının yanı sıra, nerede oturduğu da çok önemlidir. Dolayısıyla, sadece ofis, eğitim yada ticari merkez yeri seçiminde değil metropol kent insanının konut seçiminde de üzerinde durduğu en önemli kriterlerden biri ulaşımdır. Yerleşim yerinin toplu taşımaya ve/veya bağlantı yollarına ulaşım kolaylığı sağlaması, o yerleşim yerine artı değer katmaktadır.

Varyap Meridian Projesi kapsamında, 5 kulede toplamda 1500 konut bulunmaktadır. Projede; 40 metrekarelik stüdyo dairelerden, özel tasarımı penthouse daireler ve rezidans villalara kadar konut kullanıcılarına birçok farklı daire seçeneği sunulmuş

durumdadır. Geniş arazisi ve yüksek konut bloklarıyla dikkat çeken projede, sosyal olanaklar için ayrılmış olan alanların diğer benzer projelere kıyasla daha geniş alanlara sahip olduğu ve nitelikli olduğu görülmektedir (Url-8).

Proje; bu değerlerinin yanı sıra Türkiye'deki ilk büyük *ekolojik karma projedir*. Günümüz Türkiye'sinde, projelerde çok fazla önemsenmeyen ve/veya pahalı sistemler olduğu için tercih edilmeyen enerji ve çevre dostu tasarıma sahip olan bu tarz yapılar, aslında yaratılan iç mekanda yaşam kalitemizi iyileştirmenin yanı sıra, doğal kaynak kullanımının verimliliğini de arttırmaktadır.<sup>16</sup>

Proje, merkezi konumu, yapım teknikleri, kullanılan malzemeler, sunduğu sosyal imkanlar ve ünlü bir tasarım ve mimarlık firması olan RMJM tarafından tasarlanmış olması sebebi ile orta-üst ve üst gelir sosyo-ekonomik statü grubuna mensup kullanıcılara hitap etmektedir. Bu lüks karma konut projesinin, İUFM'nin hayata geçirilmesi ile birlikte değerinin en az iki kat daha artacağı öngörülmektedir.

Projenin olumlu / olumsuz yönleriyle öne çıkan özellikleri şunlardır:

- Çevresi duvarlarla örülü güvenli, kapalı, lüks karma kullanımlı bir konut projesi olması (Şekil 5.11),
- Sosyal kullanıma açık yeşil alanların pazarlama malzemesi olması ve doğadan kopma (Şekil 5.12),
- Kullanıcı profiline göre kurgulanmış yapı bir çevreye sahip olması (Şekil 5.13),
- Bahçe kullanımlı ve kat bahçeli / teraslı dairelerin bulunması (Şekil 5.14),
- Balkonsuz dairelerin (Balkonlu olana göre daha uygun fiyatlı daireler) bulunması (Şekil 5.15),
- Kat sayısı 20 ile 60 arasında değişen konut bloklarında, güvenlik sebebiyle camların tamamen açılmaması ve havalandırmanın HRV, soğutma-ısıtmanın ise VRV sistemleri ile yapay olarak sağlanması.

---

<sup>16</sup> Bu tez çalışmasının kapsamına dahil edilmemiş olmakla birlikte bu tip projelerde; Yeşil/ekolojik bina değerlendirme sistemine ait kriterlerin, konut ve konut çevresi kullanıcı memnuniyeti bağlamında araştırılması üzerinde önemle durulması gereken bir konudur.



**Şekil 5.11** : Varyap Meridian Projesi'nin etrafındaki güvenlik duvarları ve sistemleri (Url-27, Url-19)



**Şekil 5.12** : Sosyal kullanıma açık yeşil alanlar (Url-20)

Kapalı Otopark  
(Url-22)



Kapalı Havuz  
(Url-21)



Cafe&Restoranlar  
(Url-25)



Bekleme Alanı  
(Url-21)



Açık Havuz  
(Url-21)



Çocuk Parkı  
(Url-25)



Resepsiyon  
(Url-21)



Fitness  
(Url-23)



Oyun Salonu  
(Url-24)



Şekil 5.13 : Yapılı Çevre



Varyap Meridian  
4+1



Varyap Meridian  
2+1



Varyap Meridian  
Kat Teraslı Daireler

Şekil 5.14 : Bahçe kullanımlı ve kat bahçeli / teraslı daireler (Url-26, Url-27)



**Şekil 5.15 :** Balkonsuz daireler (Url-26, Url-21)

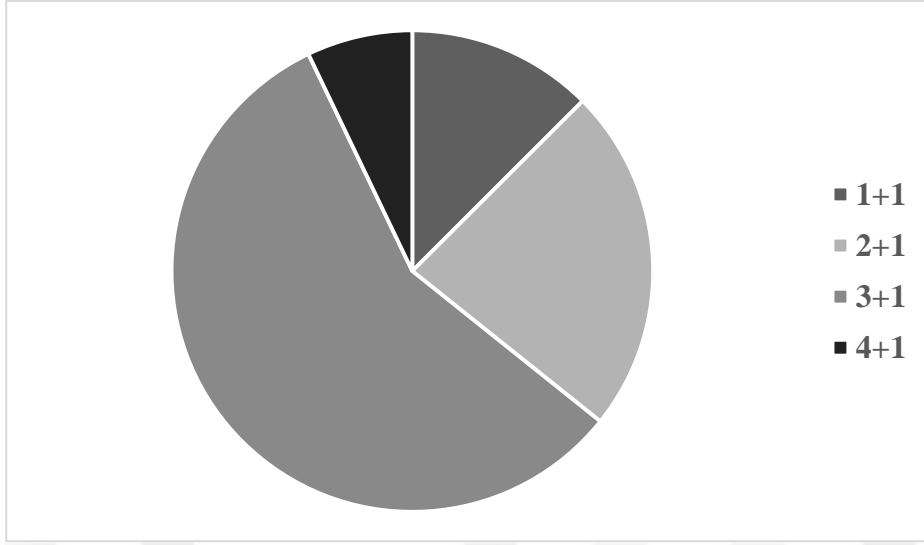
Tez çalışması kapsamında; İstanbul Varyap Meridian’de yaşayan, kullanıcılar ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasının amacı; İstanbul metropolünde değişen yaşam biçimiyle birlikte konut algısının da değiştiği yönündeki iddiayı kanıtlayabilmektir. Anket çalışması<sup>17</sup>, anketörler tarafından Varyap Meridian Konutları’nda ikamet etmekte olan 56 kişiye uygulanmıştır. İki aşamada tamamlanmış olan anket çalışmasının<sup>18</sup> ilk aşaması; 02-08 Nisan 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 50 kişiye ulaşılmıştır. İkinci aşaması ise 23-25 Nisan 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş ve 6 kişiye uygulanmıştır<sup>19</sup>. Ankete katılan konut kullanıcılarının; % 12,5’i 1+1, % 23,2’si 2+1, % 57,1’i 3+1 ve % 7,1’i 4+1 konutlarda ikamet etmektedir (Tablo 5.2 ve Tablo B.22).

<sup>17</sup> Anket çalışmasında, “Bayes Araştırma Eğitim ve Danışma Hizmetleri” şirketinden destek alınmıştır.

<sup>18</sup> Tezin alan çalışması kapsamına, Varyap Meridian Konutları’nda 1+0 ve 1+1 daire tipi kullanıcılarına yönelik anket çalışması yapılması planlanmıştır. Ancak, site güvenlik tedbirleri sebebiyle dairelerin bulunduğu katlara çıkılamamış ve hedef kullanıcı kitlesine ulaşılamamıştır. Bu durum sebebiyle, anket çalışması, sitenin sosyal alanlarında gerçekleştirilmiş ve farklı daire tiplerinde oturan kullanıcıların cevaplarını içeren veriler elde edilmiştir.

<sup>19</sup> Anket; ilk aşamada daire tipine bakılmaksızın 50 kişiye uygulanmıştır. İlk uygulama sonrası küçük tip konut kullanıcıları sayısının genele oranla az olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple, bu tür küçük konutlarda yaşayan kullanıcılara ulaşabilmek amacıyla, 50 kişi ile daha anket çalışması yapılmak istenmiştir. Ancak, Varyap Meridian Site Yönetimi’nin ve sitede ikamet eden kullanıcıların anketörlere karşı olan tutumu neticesinde, 6 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilebilmiş ve bu kapsamda anket yapılabilen kişi sayısı 56 ile sınırlı kalmıştır.

**Tablo 5.2 :** Anket Örneklem Grubu'ndaki bireylerin ikamet ettikleri konut tipleri



Anket çalışması (Bknz Ek A); 3 bölümden ve 46 sorudan oluşmaktadır:

1. Bölümde; kullanıcıların sosyo-demografik profili ve gelir durumu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır;
2. Bölümde; kullanıcıların yaşamak için Ataşehir Bölgesini ve Varyap Meridian'i tercih etme sebepleri ve genel memnuniyet düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır;
3. Bölümde ise; mekana ait algısal, bilişsel ve duygusal parametreler çerçevesinde, konutun kullanım sonrası fizyolojik, psikolojik ve sosyal anlamda kullanıcısının gereksinmelerine ne derecede cevap verip / vermediği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

## 6. BULGULAR

Anket çalışması sonucunda; katılımcılardan toplanan veriler, “SPSS” yöntemiyle analiz edilmiş (Bknz Ek B) ve ‘Kullanım Sonrası Değerlendirme’ kriterleri, göz önünde bulundurularak yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Böylece; elde edilen veriler ile seçili örnek çalışma için günümüzde değişen konut algısı ve değişen kullanıcı memnuniyeti parametreleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Varyap Meridian’de gerçekleştirilen anketin birinci bölümünde, kullanıcılara yöneltilen 13 soru ile; kullanıcıların cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu, çocuk sahipliği durumu, maddi durumu vb. hakkında bilgiler elde edilmiş ve “katılımcılar kümesine” ilişkin sosyo-demografik profil açığa çıkartılmıştır. Elde edilen verilere bakıldığında,

- Varyap Meridian’de ankete katılanların, % 64,3’ü kadın, % 35,7’si erkektir (Tablo B.1).
- Katılımcıların, % 58,9’u gibi büyük bir kısmı 30-49 yaş aralığındayken, % 39,3’ü gibi azımsanmayacak bir bölümü, 20-29 yaş aralığındadır (Tablo B.2).
- Katılımcıların, % 60,7’si bekar, % 33,9’u ise evlidir (Tablo B.3).
- Katılımcıların % 96,4 gibi oldukça büyük bir bölümü, lisans ve üzeri eğitim seviyesine sahip insanlardan oluşmaktadır (Tablo B.4).
- Katılımcıların, % 92,9’unun aktif olarak çalışmakta olduğu (Tablo B.7) ve % 98,2 oranı ile neredeyse tümünün “5000 TL<sup>20</sup> ve üzeri” gelire sahip olduğu görülmektedir (Tablo B.6). Bu sonuca göre, Varyap Meridian’in genel anlamda üst sosyo-ekonomik gelir durumuna sahip bireyleri barındırdığı söylenebilir.

---

<sup>20</sup> Anketin hazırlanması sırasında üst sınır olarak belirlenmiş olan “5000 TL ve üzeri” gelir durumunun, uygulama sonrasında katılımcı kitle için oldukça düşük bir tutar olduğu ve ölçülebilir herhangi bir değer ortaya çıkarmadığı saptanmıştır. Varyap Meridian’de yaşayanların büyük bir çoğunluğunun (% 82,1) ev sahibi olduğu göz önünde bulundurulduğunda (Tablo B.22), gelir düzeyinin 50.000 TL sınırlarına kadar çıkabileceği hatta bu sınırı aşabileceği öngörülmektedir.

Anketin birinci bölümünden elde edilen veriler ışığında; lüks bir karma yaşam ve konut projesi olarak tanımlanan Varyap Meridian'in; üst gelir grubuna mensup, 30-49 yaş arası, bekar, eğitilmiş, kariyer sahibi profesyonellere hitap ettiği söylenebilir.

Anketin ikinci bölümünde kullanıcılara; yaşamak için Ataşehir Bölge'sini ve Varyap Meridian'i tercih etme sebepleri sorgulanmış ve genel memnuniyet düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilere bakıldığında,

- Katılımcıların, "Ataşehir bölgesini tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna verdiği yanıtlara göre 3 temel sebep belirlenmiştir. İlk tercih sebebi % 98,2 gibi oldukça yüksek bir oranla "Merkezi Olması", ikincisi % 75 oranla "Güvenli Olması" ve üçüncüsü ise % 73,2 oranla "Sosyal anlamda beni tatmin etmesi"dir (Tablo B.17).
- Katılımcıların, en fazla 5 senedir Varyap Meridian'de ikamet etmekte olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, 1 (% 25) – 2 (% 37,5) senedir ikamet etmekte olanların çoğunlukta olduğu belirlenmiştir (Tablo B.19).
- Katılımcıların, % 98,2'si Varyap Meridian'de yaşamaktan memnundur (Tablo B.20).
- Katılımcıların, % 92,9'u ulaşım aracı olarak "Özel Araç" kullanmaktadır (Tablo B.21).
- Katılımcıların, % 82,1'i konut sahibidir (Tablo B.22).
- Katılımcılardan, 19'unun konutu kat bahçeli ve/veya teraslıdır (Tablo B.24).
- Katılımcıların, % 89,3'ü oturmakta olduğu konut tipinden memnundur (Tablo B.26).
- Katılımcıların, % 71,4'ü "Varyap Meridian'de oturmayı arzu ettiğiniz bir başka konut tipi var mıdır?" sorusuna "Yok" cevabı vermiştir. "Var" cevabı verenlerin yarısının ise bahçe veya balkonlu konutta oturma arzusunda olduğu tespit edilmiştir (Tablo B.28).
- Katılımcıların, "Varyap Meridian'i tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna verdiği yanıtlara göre 3 temel sebep tespit edilmiştir. İlk tercih sebebi % 89,3 gibi oldukça yüksek bir oranla "Konumunun merkezi olması", ikincisi

% 83,9 oranla “Güvenlikli olması” ve üçüncüsü ise % 80,4 oranla “Sosyal ortamı ve sunduğu hizmetler”dir (Tablo B.32).

- Katılımcılara göre, Varyap Meridian’de sunulan “Vale Hizmeti”, “Kapalı ve Açık Yüzme Havuzu” ve “Otel” diğerlerinden daha az önemlidir (Tablo B.33).

Katılımcıların, % 82,1 oranla yaşadıkları konuttan en memnun oldukları özellik, “Şehirdeki Konumu” dur (Tablo B.34). Konut memnuniyete ilişkin diğer cevaplar, sırasıyla; % 66,1 oranla “Mekansal olarak büyük olması” ve % 64,3 oranla “Kullanışlı olması”dır. Anketin ikinci bölümünden elde edilen veriler ışığında; Ataşehir Bölgesi ve Varyap Meridian konutlarında genel anlamda kullanıcı memnuniyetinin üst seviyelerde olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, Tablo B.17 ve Tablo B.32’den elde edilen verilere göre; hem bölge seçiminde, hem de konut seçiminde kullanıcı açısından önem sıralamasına göre “Merkezi”, “Güvenlikli” ve “Sosyal İmkanları” olma kriterlerinin öncelik sıralamasında ilk üçte yer aldığı saptanmıştır. Ayrıca, Tablo B.34’ten elde edilen verilerde de “Konutun Şehirdeki Konumu”nun en çok memnuniyet duyulan özelliği olduğu görülmektedir. Anketin üçüncü bölümünde; mekana ait algısal, bilişsel ve duygusal parametreler çerçevesinde, konutun kullanım sonrası fizyolojik, psikolojik ve sosyal anlamda kullanıcısının gereksinmelerine ne derecede cevap verip / vermediği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilere bakıldığında,

- Katılımcı 56 kişiden sadece 5’i evini dekore ederken bir iç mimar ile çalıştığı görülmektedir (Tablo B.35). Katılımcılar % 49’u, evlerinin dekorasyonu için “Yurtdışı gözlemlerinden” yararlandıklarını belirtmişlerdir. Bu oranı; % 43,1 ile “Mobilya ve dekorasyon dergilerinden” ve “Mobilya ve dekorasyon ürünleri satan mağazalardan” ve % 41,2 ile “Çevremdeki insanların konut dekorasyonlarından” yararlandım cevapları izlemektedir (Tablo B.36).
- Katılımcıların, % 98’inin evlerini dekore ederken, satın aldıkları ürünlerin “Bilindik iyi markalardan olmasına” dikkat ettikleri saptanmıştır. Katılımcılar açısından en az dikkat edilen ise % 60,8 ile satın aldıkları ürünün “Demonte olması”dır(Tablo B.37).
- Katılımcıların % 92,9’u, “Konutunuzda neyi veya neleri değiştirmek isterdiniz?” sorusuna “Değiştirmek istemem” yanıtını vermiştir (Tablo B.39).

- Katılımcıların, % 92,9'u yaşadığı konutu, “Ev/Yuva” olarak tanımlamaktadır (Tablo B.40).
- Katılımcıların, % 26,8'inin yaşadıkları konutta, kullanım açısından eksik veya yetersiz olduğunu düşündükleri bir alan vardır (Tablo B.42). Bu katılımcılardan % 40'ı, “Salon” mahalinin daha geniş olması gerektiğini savunmaktadır. % 33,3'ü ise “Balkon/Teras” olmamasını eksiklik olarak nitelendirmektedir (Tablo B.43).
- Katılımcıların % 96,4'ü için konutun, “Güvende olma ve korunma”, % 92,9'u için “Bağımsızlık ve özgürlük” ve % 80,4'ü için ise “Mahremiyet” ihtiyacını karşılaması önemlidir (Tablo B.44).
- Katılımcıların % 100'ü için oturmakta oldukları konutları, “Güvende olma ve korunma” ve “Mahremiyet” ihtiyacını karşılamaktadır (Tablo B.45).
- Psikolojik gereksinimler bağlamında katılımcılar için içinde yaşadıkları konutlar; 98,2 ile “Rahatlık”, % 89,3 ile “Sevgi”, % 87,5 ile “Mutluluk”, % 80,4 ile “Tatmin edici”, % 76,8 ile “Ait olma” ve % 57, ile “Sıcak” olma hissiyatı yaratmaktadır (Tablo B.47).
- Katılımcıların, % 100'ü konutunun şu anki konumunu “Çevresiyle uyumlu”, “Kullanışlı” ve “Bakımlı” olarak değerlendirmektedir (Tablo B.48).
- Katılımcı 56 kişiden 38'inin evinde en çok sevdiği mekan “Salon”dur. Salonun mekan olarak sevilme sebepleri ise kullanıcılar tarafından kısaca; Geniş, rahat, ferah ve keyifli olması ve evde olma hissi yaratmasıdır. Evin “Giriş/Antre” mahali (7 Kişi) ise; evde olma hissi yarattığı düşüncesiyle sevilmektedir. Bunun yanı sıra “Mutfak” alanı, yemek yapmayı sevenler (9 kişi) tarafından tercih edilirken, “Yatak Odası” ise uykuyu ve dinlenmeyi sevenler (10 kişi) tarafından en çok sevilen mekan olarak değerlendirilmektedir (Tablo B.49).

Anketin üçüncü bölümünden elde edilen veriler ışığında; Varyap Meridian'in, % 90 gibi bir oranla fizyolojik, psikolojik ve sosyal anlamda kullanıcı memnuniyeti açısından olumlu bulunduğu tespit edilmiştir. Konut kullanıcı profilinin üst sosyo-ekonomik statü gruba mensup kişilerden oluştuğu düşünüldüğünde, projenin tasarım sürecinde hedef kitlenin ve ihtiyaçlarının doğru bir şekilde belirleyerek, analiz edildiği sonucuna varılmaktadır. Değişen yaşam koşulları, geleneksel aile yapısının ve

beraberinde geleneksel konut algısının çeşitlenmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, anket çalışmasından elde edilen veriler ışığında, “çalışan, bekar/dul ve yalnız yaşayan kadınlar” üzerinde önemle durmak gereklidir. Günümüzde “kadın”; “ideal eş”, “ideal anne” ve “ideal ev” kavramlarının vazgeçilmez bir parçası olma algısını kırmıştır. Metropol kentte *kadın* artık iş yaşamının her alanında aktif rol alan ve daha özgür bir birey olarak karşımıza çıkmaktadır. Ankete katılan 36 kadından 24’ü yani % 66,7’si sözü edilen kriterlere uymaktadır. Tablo 6.1’de görüldüğü üzere, belirtilen kriterlere uygun kadınlardan 15’i, 20-29 yaş aralığında iken 9’u, 30-49 yaş aralığındadır.

**Tablo 6.1 :** Çalışan, bekâr/dul ve yalnız yaşayan kadınların yaşlarına ait yüzde ve frekanslar

	N	%
20-29 Yaş	15	62,5
30-49 Yaş	9	37,5
<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>100,0</b>

Ankete katılan kadınların, % 95,8’i üst sosyo-ekonomik gelir düzeyine sahiptir. Ancak yaşa bağımlı olarak konut sahipliği durumları değişiklik göstermektedir. 20-29 yaş aralığında bulunan kadınların % 46,7’si konut sahibi iken (Tablo 6.2), 30-49 yaş aralığında bulunan kadınların % 100’ü konut sahibidir (Tablo 6.3).

**Tablo 6.2 :** Çalışan, bekar/dul ve yalnız yaşayan, 20-29 yaş kadınların konut sahipliğine ait yüzde ve frekanslar

	N	%
Evet	7	46,7
Kira	8	53,3
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 6.3 :** Çalışan, bekar/dul ve yalnız yaşayan, 30-49 yaş kadınların konut sahipliğine ait yüzde ve frekanslar

	N	%
Evet	9	100
Kira	0	0
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>

Tablolar göz önünde bulundurulduğunda “Çalışan, bekâr/dul ve yalnız yaşayan kadınlar”ın % 66,7 gibi büyük bir oranının konut sahibi olduğu, bunun yanı sıra kalan % 33,3’lük kesimin ise Varyap Meridian gibi kira bedeli oldukça yüksek olan lüks bir konut projesinin giderlerini karşılayabildiği görülmektedir. Bu durum metropoliten

kentte yaşayan kadınların, sosyo-ekonomik anlamda kendi kendine yetebilen kadınlar olduğu kanısını güçlendirmektedir. Üstelik Tablo 6.4'te de görüldüğü üzere söz konusu kadınların, konut tipi seçiminin % 50 gibi bir oranla, 3+1 olduğu ve konforlu ve geleneksel anlamda 2 çocuklu evli bir çiftin tercih edebileceği daireler olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.4 :** Çalışan, bekar/dul ve yalnız yaşayan kadınların tercih ettikleri konut tiplerine ait yüzde ve frekanslar

	N	%
1+1 Konut	3	12,5
2+1 Konut	8	33,3
3+1 Konut	12	50,0
4+1 Konut	1	4,2
<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>100,0</b>

Dünya metropolleri arasında yer alan İstanbul, her sene yüksek sayıda göç alan ve emsallerine göre oldukça büyük ve kalabalık metropol kentlerden biridir (Şekil 6.1).



**Şekil 6.1 :** İstanbul Metropol Kenti Görüntüsü (Url-28)

İstanbul metropolünde, alınan göçlerin en önemli sebebinin daha iyi iş ve eğitim imkanları sunması olduğu görüşü yaygındır. İBB Araştırma Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen “Sosyal Doku Projesi İstanbullu Olma Bilinci Araştırması” kapsamında, 2490 katılımcı üzerinden alınan sonuçlara göre; İstanbul'a göçün en önemli sebebinin, ekonomik şartlar olduğu saptanmıştır. Araştırma kapsamında tüm yaş gruplarındaki katılımcıların %70'inden fazlası İstanbul'a göç edişlerinin başlıca

nedeninin ekonomik olduğunu doğrularken, çalışma hayatına atılmaya başladıkları yaşlardan itibaren İstanbul'u ekonomik olanaklar açısından ciddi bir odak noktası olarak gördüklerini belirtmişlerdir (Url-2). Anketten elde edilen veriler de bu durumu doğrular niteliktedir. Katılımcı 56 kişiden 6'sı İstanbul'a sonradan taşınmıştır. Bu 6 kişiden 5'i (taşınma yılları: 1980, 1980, 1987, 1995, 1998) "İstanbul'a kaç yılında ve neden taşındınız?" sorusuna "Daha fazla ve daha iyi iş imkânları" olması sebebiyle cevabını verirken sadece 1 kişi (taşınma yılı: 2016) "atama" sonucu taşındığını belirtmiştir (Tablo 6.5).

**Tablo 6.5 :** "İstanbul'a kaç yılında ve neden taşındınız?" yüzde ve frekanslar

	N	%
Daha fazla ve daha iyi iş imkânları	5	83,3
Atama	1	16,7
<b>Toplam</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

Tez kapsamında, Ataşehir Bölgesi'nin ve Varyap Meridian'in merkezi konumundan sıkça söz edilmektedir. Bu bağlamda, anketten elde edilen bulguları değerlendirecek olursak; katılımcıların % 92,9'u aktif olarak çalışmaktadır (Tablo B.7) ve çalışan kişilerin % 80,8'inin iş yeri Ataşehir Bölgesinde iken toplamda % 96,2'sinin iş yeri, Anadolu Yakasında ve Batı Ataşehir Bölgesi'nden bağlantı yollarıyla kolaylıkla ulaşılabilir konumlardadır (Tablo B.8). Metropol yaşamında "zaman" kavramının değerinin ne kadar arttığının bir göstergesi olarak ortaya çıkan sonuçlara göre; katılımcıların "Ataşehir bölgesini tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna % 98,2 ile en yüksek oranda "Merkezi olması" (Tablo B.17) ve "Varyap Meridian'ı tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna % 89,3 ile en yüksek oranda "Konumunun merkezi olması" cevabını verdikleri görülmektedir (Tablo B.32). Bu bağlamda, metropolde yaşayan insanlar için merkeze yakın olmanın, zamanı daha efektif kullanabilmek adına önemli olduğu sonucuna varmak mümkün görünmektedir. Tablo B.32'de gösterilen ve sorulmuş olan "Varyap Meridian'ı tercih etme sebepleriniz nelerdir?" sorusuna verilen cevaplar ise metropol kent yaşamının insanlar arasında kurulan ailevi ve duygusal bağları zayıflattığı görüşünü desteklemektedir. Öyle ki, aynı soruya "Ailemin / dostlarımın / iş yeri arkadaşlarımın olması" cevabını veren konut kullanıcıları % 19,6 oran ile en son sıraya yerleşmektedir. Aynı soruya verilen ve 1. ve 12. şıklara karşılık gelen cevaplar ise, kullanıcıların konut seçimini yaparken, metropolün zorlu yaşam koşullarına ayak uydurabilmek için kendilerini öncelikledikleri

bir başka deyişle, metropol hayatının özgürleştirirken yalnızlaştırdığı metropol kent insanı profilini doğurduğu sonucuna varılabilir

Varyap Meridian’de konut kullanıcı memnuniyeti oranı % 89,3’tür (Tablo B.26). Durmuş’un (2010), İstanbul Mashattan’da yaşayan konut kullanıcılarının konut tercihlerini belirlemeye yönelik yaptığı anket çalışmasından elde edilen veriler ile bir lüks karma yaşam projesi olan Varyap Meridian’in yaşam alanı olarak tercih edilme sebeplerinin sorgulandığı anketin verilerinden (Tablo B.32) elde edilen sonuçlar, Tablo 6.6’de karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir;

**Tablo 6.6 :** Mashattan’da yapılan anket sonuçları ile lüks yaşam projesi Varyap Meridian’de Yapılan anket sonuçlarının karşılaştırılması

	Lüks Konut Projesi Mashattan’da Yapılan Anket Sonuçlarına Göre; (Durmuş, 2010)	Lüks Yaşam Projesi Varyap Meridian’de Yapılan Anket Sonuçlarına Göre; (Bilgiç, 2018)
Güvenli Olması	98.1 %	83.9 %
Çevrenin Temiz, Düzenli ve Bakımlı Olması	98.1 %	53.6 %
Saygın Bir Muhit Olması /Statü Göstergesi Olması	76.9 %	41.1 %
İşlerine Yakın Olması	46.2 %	67.9 %

Tablo 6.6’de yer alan anket sonuçlarına göre, aynı kriterler kullanılarak sorulan soruların cevap değerleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Her iki çalışmada da, konut yaşam alanının “Güvenli olması” en üst sırada yer alırken, Mashattan’da % 46.2 yüzde ile konut tercihinde en az önemsenen “İşlerine Yakın Olması” seçeneği, Varyap Meridian’de % 67.9 yüzde ile ikinci sırada yer almaktadır. Mashattan’da % 76.9 yüzde ile üçüncü sırada yer alan “Saygın Bir Muhit Olması/Statü Göstergesi Olması” seçeneği ise Varyap Meridian’de % 41.1 gibi oldukça düşük bir yüzde ile son sıradadır. “Çevrenin Temiz, Düzenli ve Bakımlı Olması” ise Mashattan’da “Güvenli olması” seçeneği ile eşdeğer önemde tutulurken, Varyap Meridian’de üçüncü sıradadır. Sonuç olarak; Mashattan üzerine yapılan tez çalışması ile Varyap Meridian üzerine yapılan bu tez çalışmasının verileri karşılaştırıldığında, metropolleşme ile birlikte artan kalabalığın ve trafik sorununun bir sonucu olarak, konutun “İşime Yakın Olması” seçeneğinin, önem kazandığı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, bu tez çalışmasının anket verilerine göre, “Saygın Bir Muhit Olması/Statü Göstergesi Olması” seçeneğinin ise ekonomik ve sosyal statü açısından yüksek profilli kesim için önemini yitirdiğini söylemek mümkündür.

Tablo 6.6’de karşılaştırılan nitelikler haricinde, Varyap Meridian’de gerçekleştirilmiş anket çalışmasından elde edilen verilere bir bütün olarak bakıldığında (Tablo B.32); kullanıcıların, konut tercihlerini yaparken % 50 ve üzeri oranda öncelik sıralamasına göre Mashattan’da yapılan ankette değerlendirmeye katılmayan şu nitelikleri öncelikledikleri ortaya çıkmaktadır: “Konutun Konumunun Merkezi Olması”, “Sosyal Ortamı ve Sunduğu Hizmetler”, “Yaşam Kültürüne Uygun Olması ve Alışveriş Merkezlerine Yakın Olması”. Aile ilişkileri dahil hayatın her alanında insanlar arasındaki karşılıklı iletişimin azalmakta olduğunu açığa çıkaran bu bulgular; metropoliten kent hayatının değiştirdiği insani değerler, fazlaca kişiselleştirdiği ve yalnızlaştırdığı metropol insanın doğasının gereği olarak yorumlayabiliriz. Ayrıca, konut ve konut çevresinin tercih edilme sebeplerinde, “Alışveriş Merkezlerine Yakın Olma” seçeneğinin, “Aileye Yakın Olmak”tan daha fazla önemsenmesini, Bocoock’un (1997) şu tespiti ile açıklamak mümkündür: “Şehir yaşamı, bir tarza sahip olma bilincini, yani hem belli bir gruba has belirleyici özellikleri hem de bireysel seçimleri yansıtabilecek bir alan içinde tüketme gereksinimini arttırır.”

Kellekci ve Berköz (2006) tarafından geliştirilmiş olan ve konut kullanıcısı, konut ve çevresel kalite memnuniyetini bir bütün olarak tanımlayan kavramsal modele<sup>21</sup> (Şekil 4.6) göre, lüks bir yaşam projesi olan Varyap Meridian’den elde edilen “yaşamsal değerlerle alakalı” soruya verilen cevaplar ise (Tablo B.33), kullanım sonrası değerlendirme anlamında bir önem sıralaması yapmaya olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda elde edilen verileri çok önemliden, daha az önemliye doğru aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

1. 24 Saat Güvenlik / Tem ve E5’e Olan Yakınlığı / Toplu Taşımaya Yakınlığı / Özel Kapalı Otopark
2. Restoran ve Kafeler
3. Fitness

---

<sup>21</sup> Kellekçi ve Berköz; konut kullanıcıları açısından, konut ve çevresel kalite memnuniyetinin yükselmesinde etkili olan faktörlerin varlığını ortaya koymak amacıyla İstanbul’da, Eminönü ve çevresinde 5000 kişinin üzerinde nüfus barındıran toplu konut alanlarında, anket çalışması gerçekleştirmişlerdir. Bu alan çalışmasından elde edilen verilere göre; “konumunun merkezi olması”, “çevresinin bakımlı olması”, “rekreasyon alanlarından memnun olunması”, “yapısal-çevresel olarak güvenli olması”, “komşuluk ilişkilerinin olması” ve “fiziksel görünümünün düzgün olması” faktörlerinin kullanıcı için konut ve konut çevresi memnuniyetini etkileyen en önemli nitelikler olduğu tespit edilmiştir. (Kellekci, Berköz, 2006).

4. AVM / Dükkanlar
5. Ortak Peyzaj Alanları
6. Ofisler
7. Kapalı ve Açık Yüzme Havuzu / Otel
8. Vale hizmeti

Tablo 6.7'deki cevaplar incelendiğinde, konutun “Konumunun Merkezi Olması”nın; “TEM ve E5'e Olan Yakınlığı” ve “Toplu Taşımaya Yakınlığı” seçeneklerinde karşılık bulduğu görülmektedir. Konutun; “Yapısal-Çevresel Olarak Güvenlikli Olması” ise “24 Saat Güvenlik” seçeneğiyle karşılığını bulmaktayken, “Çevresinin Bakımlı Olması / Fiziksel Görünümünün Düzgün Olması” seçeneği “Ortak Peyzaj Alanları” seçeneğiyle eşleşmektedir. Konutta; “Rekreasyon Alanlarından Memnun Olunması” ise, “Restoran ve Kafeler”, “Fitness” ve “Kapalı ve Açık Yüzme Havuzu” seçeneklerinde karşılık bulmaktadır. Ayrıca; İstanbul Metropolünde, değişen yaşam koşulları ve beklentiler sebebiyle, karşılığını bulamayan kayıp ve/veya yeni beklenti ve önceliklerin ortaya çıktığı görülmektedir. Tablo 6.7'deki verilere göre, “Komşuluk İlişkilerinin Olması” karşılığını bulamayan bir yaşamsal beklenti ve öncelik iken, “Tüketim Kültürü” ve “Ayrıcalık / Prestij” gibi yeni beklenti ve önceliklerin ortaya çıktığı görülmektedir. “Konumunun merkezi olması”, “güvenlikli olması”, “çevrenin temiz, düzenli ve bakımlı olması”, “sosyal ortamı ve sunulan hizmetlerden memnuniyet” ise iki anket sonucunda da en çok önemsenen kriterler arasındadır. Varyap Meridian'de “komşuluk ilişkileri” ile alakalı bir beklenti ve öncelik belirlenemezken, “konutun alışveriş merkezleri ve dükkanlara yakın olması” kullanıcıların öncelikledikleri değerler arasında yerini almıştır. Ayrıca; tüketim olgusunun, bu çalışmadan elde edilen veriler ile de önemli olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.7:** Eminönü ve çevresindeki toplu konutlarda yapılan anket sonuçları ile lüks yaşam projesi Varyap Meridian'de yapılan anket sonuçlarının karşılaştırılması

<p><b>EMİNÖNÜ VE ÇEVRESİ TOPLU KONUTLAR</b></p> <p><b>ATAŞEHİR BÖLGESİ</b></p> <p><b>VARYAP MERIDIAN</b></p>	<p>Konumunun Merkezi Olması</p> <p>TEM ve E5'e olan yakınlığı</p> <p>Toplu taşımaya yakınlığı</p>	<p>Yapısal-Çevresel Olarak Güvenlikli Olması</p> <p>24 Saat Güvenlik</p>	<p>Çevresinin Bakımlı Olması / Fiziksel Görünümünün Düzgün Olması</p> <p>Ortak peyzaj alanları</p>	<p>Rekreasyon Alanlarından Memnun Olunması</p> <p>Restoran ve Kafeler</p> <p>Fitness</p> <p>Kapalı ve açık yüzme havuzu</p>
<p><b>EMİNÖNÜ VE ÇEVRESİ TOPLU KONUTLAR</b></p> <p><b>ATAŞEHİR BÖLGESİ</b></p> <p><b>VARYAP MERIDIAN</b></p>	<p><b>Yeni Kategori:</b> Ayrıcalık / Prestij</p> <p>Özel Kapalı Otopark</p> <p>Ofisler</p> <p>Otel</p> <p>Vale hizmeti</p>	<p><b>Yeni Kategori:</b> Tüketim Kültürü</p> <p>AVM / Dükkanlar</p>	<p><b>Kayıp Kategori:</b> Komşuluk İlişkilerinin Olması</p>	

Tezin anket çalışması kapsamında; “Konutunuzun aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini karşılaması sizin için önemlidir?” (Tablo B.44) ve “Oturmakta olduğunuz konut, aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini ne derece karşılıyor?” (Tablo B.45) sorularına verilen cevaplar, Varyap Meridian'deki lüks konut kullanıcıları için konutun karşılaması beklenen fizyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçların öncelik sıralamasının aşağıdaki gibi olduğunu ortaya çıkartmaktadır:

1. Güvende Olma ve Korunma
2. Bağımsızlık ve Özgürlük
3. Mahremiyet
4. Estetik ve Güzellik

5. Aidiyet
6. Kendimi İfade Etme
7. Belli Bir Topluluğun Parçası Olarak İtibar Kazanma

Bu sıralama; Israel (2003)'in “Konut İhtiyaçları Piramidi”ne göre (Bknz. Şekil.4.2) irdelendiğinde; Israel’in sıralamasının yer değiştirdiği ve sıralamanın hiyerarşik olarak aşağıdaki gibi olduğu görülmektedir (Şekil. 6.2):



**Şekil 6.2 :** Varyap Meridian’de yapılan anket çalışması verilerine göre “Konut İhtiyaçları Hiyerarşisi”

Varyap Meridian’de yapılan anketten elde edilen veriler ışığında, Israel’in (2003) “Konut İhtiyaçları Hierarşisi”nde (Şekil 6.2);

Kullanıcı açısından önem kazanan ihtiyaçlar sırasıyla;

1. Bağımsızlık ve Özgürlük
2. Mahremiyet
3. Estetik ve Güzellik

Kullanıcı açısından önemi azalan ihtiyaçlar sırasıyla;

1. Kendini İfade Etme
2. Aşk ve Aidiyet Duygularını Paylaşma
3. Belli Bir Topluluğun Parçası Olarak İtibar Kazanma

şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu veriler aynı zamanda, Tablo 6.7’de yer alan sonuçları da desteklemektedir. “Bağımsızlık ve Özgürlük”, “Mahremiyet” ve “Estetik ve Güzellik”, gibi insanın bireysel değer yargılarını destekleyen ihtiyaçlar ön plana çıkarken, “Kendini İfade Etme”, “Aşk ve Aidiyet Duygularını Paylaşma” ve “Belli Bir Topluluğun Parçası Olarak İtibar Kazanma”, toplumsal gereksinimler geri plana düşmektedir.

“Varyap Meridian” gibi lüks yaşam projeleri, üst gelir grubuna hitap etmektedir. Anket sonuçlarından da anlaşılacağı gibi günümüz koşullarında çeşitlenen aile yapıları sebebiyle, çocuksuz çiftlerin ve bekar ebeveynlerin oluşturduğu ailelerin sayısında artış görülmektedir. Bu bağlamda, Rapaport’un (2005) “aile yaşamının ilk yerleşim yeri ve odağı olarak barınağın, ev halkının sayısı ve örgütlenmesiyle uyumlu olması gerekiyor” görüşünü, Varyap Meridian’da gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen sonuçlar çerçevesinde yeniden sorgulamak gerekmektedir. Varyap Meridian kullanıcıları içinde, 2+1 dairelerde yaşayan 13 kişiden 11’i, 3+1 dairelerde yaşayan 32 kişiden 18’i ve 4+1 dairelerde yaşayan 4 kişiden 2’si tek başına yaşamaktadır (Ek B). Bu durumda; Varyap Meridian kullanıcıları açısından yaşadıkları konutun, “ev halkının sayısı ve örgütlenmesiyle uyumlu olması” görüşü doğrulanmamaktadır. Ayrıca; konut kullanıcılarına yöneltilen, “Varyap Meridian’de oturmayı arzu ettiğiniz bir başka konut tipi var mıdır?” (Tablo B.28) sorusuna verilen cevaplardan da, 1+1 ve 2+1 dairelerde oturanların; “konutun ferah ve geniş olması”ni önemsedikleri ve “+1 oda” ve/veya “balkon/teras” istekleri anlaşılmaktadır. Bu durumda Rapaport’un (2005) “açık-uçlu tasarım” olarak adlandırdığı ve kullanıcının değişen ihtiyaçları doğrultusunda mekanın; uyumlu, esnek, uyarlanabilir ve yanıt verebilir olması durumunun, Varyap Meridian için önemli olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.



## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışması; lüks bir karma yaşam ve konut projesi olan “Varyap Meridian” örneği üzerinden, metropolleşme ile birlikte hızla değişen yaşam koşullarının, konut algısına olan etkisini incelemektedir.

Çalışma kapsamında; değişen yaşam koşullarına bağlı olarak konut algısının dönüşümünde etkili olan faktörler araştırılmış ve tartışılmıştır. Metropolde yaşam, farklı gereksinimleri incelemekte ve insanların yaşamsal beklentileri, istekleri ve arzuları farklılaşmaktadır. İnsanların yaşama bakışlarındaki bu farklılık, konutla ilgili düşüncelerini, tutumlarını ve beklentilerini de değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Endüstrileşme, teknolojik gelişmeler, çeşitlenen üretim ve tüketim olgusu, İstanbul ve benzeri metropoliten kentleri, bir çekim merkezi haline getirmektedir. Yakın geçmişe kıyasla, benzer sosyal grupları ve daha az yoğun insan nüfusunu barındıran kentler, kırsaldan kente doğru olan göçü arttırmaktadır. Metropol kentte, değişen kültürel yapı ve çeşitlenen sosyal gruplar arasındaki psikolojik ve sosyal ayrışma, zaman içinde fiziksel olarak da belirgin bir hal almakta ve kalabalıkların mekanı metropol kentin heterojen yapısını gözler önüne sermektedir.

Günümüzde konut kavramının içeriği ve konut algısı; farklı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel grupların değişen beklentileri, gereksinimleri, istekleri ve arzularıyla dönüşmektedir. Orta ve orta-üst grubuna mensup kişiler, etrafı duvarlarla çevrili güvenli sitelerde, üst gelir grubuna mensup kişiler ise lüks konut ve karma yaşam projelerinde kendilerine sunulmuş “ideal ev” kavramının bir parçası olmaya çalışmaktadırlar. Alt ve alt-orta gelir grubuna mensup kişiler ise çoğunlukla eski gecekondularında ve/veya kentsel dönüşüm alanlarında giderek çoğalan kapalı lüks konut sitelerindeki yaşamlar ile çoğu zaman yan yana, fakat ayrıştırılmış halde yaşamaktadırlar. Orta, orta-üst ve üst gelir grubu için konut, barınmanın ötesinde bir kimlik, bir yaşam tarzı ve bir kültürü tariflemektedir. Bu yeni konut algısı; konutun,

artık kullanıcının ihtiyaçlarını ve taleplerini karşılamaktan öte, küresel ve evrensel<sup>22</sup> anlamda bir tüketim nesnesi haline gelmesine işaret etmektedir. Bu nitelikteki konut projelerinin neredeyse tamamı, kullanıcıya ayrıcalıklı, prestijli, lüks ve konforlu bir yaşam vadetmektedir. Günümüz metropol kentlerinde sıkça görmekte olduğumuz “lüks konut ve karma yaşam projeleri”, bu yeni konut algısı çerçevesinde son halini; şehrin ana ulaşım ağlarına yakın, merkezi bölgelerinde konumlandırılmış, ötekilerden arındırılmış, çok çeşitli sosyal donatılarla çevrili, kapalı ve güvenli yaşama mekanları olarak göstermektedir.

Bu kapsamda; tez çalışmasından, elde edilen sonuçlar<sup>23</sup> genel hatlarıyla aşağıdaki gibidir:

- Metropolleşmeyle birlikte gözle görülür sınıfsal ayrışma ve çeşitlenen konut tipolojileri ortaya çıkmıştır.
- Kentleşen insan ve konut arasındaki etkileşimli ilişki biçimlerinin hızla değişmekte olduğu ve bu değişimin zaman içinde insanın konut algısını da dönüştürdüğü gözlemlenmiştir.
- Farklı sosyal sınıfların ve/veya aynı sosyal sınıftan olanların bile beklenti ve önceliklerinin zaman içinde farklılaşabildiği saptanmıştır. Tez kapsamında incelen ve İstanbul’un Ataşehir Bölgesi’nde yer alan örnek projelerin tümünün, ayrıcalıklarla dolu, prestijli, lüks ve konforlu bir yaşama gönderme yapan sloganlarla satışa sunulduğu, alt ve alt-orta gelirli insanları ötekileştiren bu durumun ise “lüks karma konut ve yaşam projeleri”nin sadece üst sosyo-ekonomik gelir grubuna mensup insanlara pazarlanan bir tüketim nesnesi olduğu fikrini desteklediği saptanmıştır.
- Varyap Meridian örneğinde; tek başına yaşayan insanların büyük çoğunluğunun, 1+1 konutlar yerine 2+1’den 4+1’e kadar değişen bir skalada daha geniş daire tiplerini tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu durumun, Varyap

---

<sup>22</sup> Öncü (2005), “günümüzde yeni olanın ‘konut’un, kentsel orta sınıf kültürünün odak noktası olması değil, ‘idealimizdeki ev’ kurgusunun küreselleşme ile birlikte, tarihselliğinden ayrılıp, belli bir zamana ve mekana ait olmayan ‘evrensel’ bir doğruya, mitolojiye dönüşmesi olduğunu vurgulamaktadır” (Gür, Yüksel & Cantürk, 2016).

<sup>23</sup> Bu sonuçlar; Ataşehir ve Ümraniye Bölgelerinde seçilmiş dört projenin incelenmesi, Varyap Meridian Konutları’nda yaşayan üst sosyo-ekonomik gelir grubuna mensup kullanıcılarından erişilebilenler ile yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler ve bu verilerin, İstanbul Metropolünde farklı zamanlarda gerçekleştirilen diğer örnek çalışmalar ile karşılaştırılmasından elde edilmiştir.

Meridian'deki kullanıcı profili (üst gelir grubu) için genel bir tercih olduğunu söylemek mümkün olmakla birlikte, sebebinin ferah, konforlu ve prestijli bir yaşam sürmek olduğu ayrıca, benzer sosyo-ekonomik statü grubuna mensup insanlarla birlikte yaşama isteğinin de bir göstergesi olduğu sonucuna varılmıştır.

- Yüksek katlı ve lüks konutlarda, doğadan kopuk ve birbirleriyle oldukça az iletişim kurarak yaşayan metropol kent insanlarının, kendilerini daha “bağımsız ve özgür” olarak tanımladıkları tespitinden hareketle, bu durumun psikolojik bir anlam taşıdığı sonucuna varılmıştır.
- Konut algısının, hem yaşam koşullarının değişimi, hem de tüketim kültürünün hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi ile dönüşüme uğradığı görüşünden hareketle, az katlı konutların daha az tercih edilir olduğu, buna karşın yüksek katlı konut projelerine olan ilginin arttığı ve yüksek katta oturma tercihlerinin, manzara faktörü vb. sebepler ile öncelendiği sonucuna varılmıştır. Buna karşın, konutların giriş ve/veya yüksek giriş katlarının da birçok kullanıcı tarafından güvenlik zafiyeti vb. sebepler ile tercih edilmediği belirlenmiştir.
- Teras veya balkon kullanımının ise artık sadece ev dahilinde bir yaşam alanı olmaktan çıktığı ve ilave bir bedel ödenerek sahip olunabilen bir ayrıcalık haline geldiği ayrıca; “kat bahçeli” ve “kat teraslı” olarak adlandırılan ve kullanıcılarına yüksek katta yer alan konutunda, bahçe ve/veya terasa sahip olma lüksü ve prestijini sunan yeni konut tipolojilerinin de ortaya çıktığı saptanmıştır.
- Günümüzde ortak peyzaj alanları olarak tanımlanan ve konut projelerinin görsel çekiciliğini arttıran dış mekanların ise konut kullanıcıları tarafından kullanılmayan alanlara dönüştüğü ve hem diğer kullanıcılar (komşular), hem de doğayla olan iletişimde kopmalar yaşandığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak; İnsanların gelecekte, ev/yuva hissini taşımayan, kimlik, aidiyet kavramlarının içini doldurmayan konut mekanlarında yaşamını sürdürmek zorunda kalmaması için kullanıcı ve tasarımcı arasındaki ilişkinin tekrar sorgulanması gerekmektedir. Bu bağlamda, içinde yaşadığımız mekanların, kullanıcı gereksinimlerini, değişen yaşam koşullarını, teknolojik gelişmeleri vb. olguları dikkate

olarak tasarlanması önem taşımaktadır. Ayrıca; iç mimarlık ve iç mekan ölçeğinde yapılacak çalışmaların artırılması yeni, farklı ve/veya destekleyici çevrelerin tasarlanması için sağlıklı verilerin elde edilmesini sağlayacaktır. Bu tez çalışmasının; hem konut kullanıcılarının, hem de tasarımcıların değişen yaşam ile dönüşen konut algısını farklı yönleriyle değerlendirmesine, yeni çalışmalar, düşünceler ve fikirlerinin açığa çıkmasına olanak tanınması hedeflenmektedir.



## KAYNAKLAR

- Adımr, T.,** (2006). “Metropol Gündelik Yaşamının Konutun Dönüşümüne Etkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Arıkan, B. & Gökmen G. P.,** (2016). “İstanbul’da Konut: Binbir Çeşit – Kentsel Mekanda Katmanlaşma ve Feneryolu’nda Konut Dokusunun Değişimi”, İTÜ Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Aytaç, Ö.,** (2017). “Kent, Metropol ve Değişen Yer/Mekan İmajları”, Mukaddime.
- Ayyıldız, M. A.,** (2000). “İnsan-Çevre Diyalektiğinin Duyusal-Zihinsel-Duygusal Süreçleri: Çevresel Algı-Bilişim-Anlam”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Bachelard, G.,** (1969). “Poetics of Space”, Beacon Press, Boston.
- Barkurt, M. Y.,** (1997). “Küreselleşmenin Türkiye’deki Etkileri”, Yeni Sağ Yeni Aldatmaca, Der. I. Kansu, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Bauman, Z.,** (2006). “Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları”, Çev. A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınevi, 2. Basım, İstanbul.
- Blakely, E.J., & Synder, M. G.,** (1997). “Fortress America: Gated Communities In The United States”, Brookings Institution Press, Washington, D.C.
- Bowden, R.,** (2004). “Globalization: The Impact On Our Lives”, Raintree, Chicago.
- Burdett, R. & Sudjic, D.,** (2008). “The Endless City: The Urban Age Project”, London.
- Büyük Laurusse,** 13.cilt.
- Casey, E.,** (1997). “The Fate of Place: A Philosophical History”, University of California Press, Berkeley.
- Certeau M. De & Giard L. & Mayol P.,** (2009). “Gündelik Hayatın Keşfi II”, Dost Kitabevi Yayınevi, 1. Basım, Ankara.

- Cüceloğlu, D.**, (1998). “İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları”, Remzi Kitabevi, 8. Basım, İstanbul.
- Çakın, Ş.**, (1990). “Mimari Tasarım, İnsan ve Çevre”, Özel Matbaası, İstanbul.
- Çeçener, H. B.**, (2003),”Evden Apartmana”, Mimar-ist Dergisi, 1.
- Durmuş, O.**, (2010). “İstanbul’da Küresel Etki Bağlamında Son 20 Yıl İçinde Levent-Maslak Aksı Arasındaki Yüksek Katlı Konut Yapıları”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Duru, B. & Alkan, A.**, (2002). “20. Yüzyıl Kenti”, İmge Yayınevi, 1.Baskı, Ankara.
- Elmgreen, M.**, (2017). 16 Eylül-12 Kasım, “15. İstanbul Bienali: İyi Bir Komşu”, Açılış Resepsiyonu Konuşması, İstanbul.
- Ersoy, Z. A.**, (2002).”Konut ve Ev Kavramlarının Karşılaştırmalı Analizi”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Ertürk, D. Z.**, (1976). “Kullanıcı Konforu Açısından Boyutsal Gereksinmelerin Saptanması İçin Bir Yöntem”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Fitch, J. M.**, (1972). “The American Building: Environment Forces That Shape It”, Schocken Books, New York
- Francescato, G., Weiderman, S., Anderson, J.**, (1975). “Predictors of Residents Satisfaction in High Rise and Low Rise Housing”, in Journal of Architecture Research, 4.3, 4-9.
- Francescato, G.**, (1998). “Residential Satisfaction”, Encyclopedia of Housing, Sage, Monterey, CA.
- Freud, S.**, (1935). “A General Introduction To Psychoanalysis”, Washington Square Press, New York.
- Galster, G.**, (1987). “Identifying The Correlates of Dwelling Satisfaction: An Emprical Critique”, Environment and Behaviour.
- Giddens, A.**, (1997). “Sociology”, Third Edition. Cambridge.
- Göregenli, M.**, (2010). “Çevre Psikolojisi: İnsan Mekan İlişkileri”, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı.

- Gülmen B.**, (2004). “(Trans) Kentleşme ve Gündelik Hayatın Transformasyonu”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Günel, B.**, (2005). “İnsan-Mekan İletişim Modeli Bağlamında Konutta Psiko-sosyal Kalitenin İrdelenmesi”, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Günel, B. & Esin, N.**, (2007). “İnsan – Mekan İletişim Modeli Bağlamında Konutta Psiko-sosyal Kalitenin İrdelenmesi”, İTÜ Dergisi/a, Cilt:6, Sayı:1, 19-30, Mart 2007, İstanbul.
- Gür, E., Yüksel, Y. D., Cantürk, E.**, (2016). “İstanbul’da Konut: Binbir Çeşit – Sosyo-Mekansal Ayrışma ve Yerleşim Sınırlarında Değişim”, İTÜ Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Gür, Ş. Ö.**, (1996). “Mekan Örgütlenmesi”, KTÜ, Gür Yayıncılık, Trabzon.
- HalkGYO**, (2017) Aralık. A Artıbir Gayrimenkul Değerleme A.Ş. Değerleme Raporu. Rapor No: 2017-HAL�GYO-32, “3328 ADA 4 - 11 Parselde Kayıtlı Arsa ve Proje Değerlendirmesi”.
- Hall, E.T.**, (1966). “The Hidden Dimension”, Garden City, N.Y.
- Hançerlioğlu, O.**, (1993). “Felsefe Sözlüğü”, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Harford, T.**, (2008). “Görünmeyen Ekonomist”, Çev. S. Demirel, Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Harvey, D.**, (1996). “Post Modernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri”, Metis Yayınları.
- Hasol, D.**, (1988), Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, YEM Yayınları, İstanbul.
- Haytoğlu, M. & Kaypak, Ş.**, (2016). “Küreselleşme Sürecinde Toplumsal Hareketler ve Kente Yansıması”, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, CİEP Özel Sayısı, Isparta.
- Heidegger, M.**, (1958). “The Question of Being”, Çev. W. Kluback & J. Wilde, New Haven Yale Univ. Press.
- Israel, T.**, (2003). “Some Place Like Home: Using Design Psychology to Create Ideal Places”, Wiley Academy, Great Britain.
- İzgi, U.**, (1999). “Mimarlıkta Süreç, Kavramlar-İlişkiler”, YEM Yayınları, İstanbul.

- Kağıtçıbaşı, Ç.**, (2007). “Family, Self, and Human Development Across Cultures : Theory and Applications”, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Second Ed., New Jersey.
- Kağıtçıbaşı, Ç.**, (2010). “Benlik, Aile ve İnsan Gelişimi: Kültürel Psikoloji”, Koç Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, İstanbul.
- Kahveci, Ö. E.**, (2005). “Metropol Deviniminde Gündelik Yaşam ve Konutun Dönüşümü”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kahvecioğlu, H. L.**, (1998). “Mimarlıkta İmaj: Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model”, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karagöç, O.**, (2002). “Toplu Konut Alanlarında Simgesel Performansa Yönelik Kullanım Sonrası Değerlendirme Modeli”, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaypak, Ş.**, (2011). “Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 13 (20), s.19-33, Hatay.
- Kelleci, Ö. L. & Berköz, L.**, (2006) Eylül. “Konut ve çevresel kalite memnuniyetini yükselten faktörler”, İTÜ Dergisi, Cilt:5, Sayı:2, Kısım:1, Sf. 167-178, İstanbul.
- Keyman, E. F. & Lorasdağı, B. K.**, (2010). “Kentler: Anadolu’nun Dönüşümü Türkiye’nin Geleceği”, Doğan Egmont Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.
- Kongar, E.**, (1999). “21. Yüzyılda Türkiye, 2000’li Yıllarda Türkiye’nin Toplumsal Yapısı”, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Kurt, Ü. & Şentürk M.**, (2012). “Demokratik Bir Kent Kültürü İnşası / Göç, Kentleşme ve Aidiyet Ekseninde Esenleri Anlamak”, e-book.
- Lang, J.**, (1987). “Creating Architecture Theory: The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design”, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Lawrence, R.**, (1987). “Housing, Dwellings and Homes: Design Theory, Research and Practice”, John Wiley & Sons, New York.

- Lefebvre, H.**, (1998). “Modern Dünyada Gündelik Hayat”, Çev. I Gürbüz, Metis Yayınları, İstanbul.
- Lefebvre, H.**, (2012). “Gündelik Hayatın Eleştirisi 2 :Gündelik Hayat Sosyolojisinin Temelleri”, T. Erülgen I., Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Lynch, K.**, (2018). “Kent İmgesi”, Org. “The Image Of The City”. 1st Ed. 1960, Massachusetts Institute of Thecnology & Harvard Collage, Çev. İrem Başaran, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 10. Basım, İstanbul.
- Lynch, K. & Hack, G.**, (1984). “Site Planning”, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Maslow, A. H.**, (1954). “Motivation and Personality”, Harper&Row, New York.
- Maslow, A. H.**, (1964). “The Theory of the Hierarchy of Needs”.
- Maslow, A. H.**, (1999). “Toward a Psychology of Being”, Wiley J.&Sons, New York.
- Maslow, A. H.**, (2011). “İnsan Olmanın Psikolojisi”, Orj. “Toward a Psychology of Being”, Çev. Gündüz, O., İstanbul.
- McKenzie, R. D.**, (1957). “The Industrial City: Center of Cuntural Change”, Der. Hatt, P. K. & Reiss, A. J., The Free Press , Glenco, Illionis.
- Merleau-Ponty, M.**, (2016). “Algının Fenomenolojisi”, Çev. Emine Sarıkartal & Eylem Hacımuratoğlu, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Noberg-Schulz, C.**, (1963). “Intentions in Architecture”, Camb., Mass., MIT Press.
- Özcan, K.**, (2005). “Anadolu’da Selçuklu Dönemi Yerleşme Sistemi ve Kent Model(ler)i”, Doktora Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Pallasmaa, J.**, (2000), “Lived Space in Architecture and Cinema”, Insitu. Fac. of Environmental Design, University of Calgary.
- Pourteus, D.**, (1976). “Home: The Territorial Core”, Geographical Review.
- Preiser, W.F.E. & Hardy A.E.**, (2018). “Building Performance Evaluation: From Delivery Process to Life Cycle Phases”, 2.Baskı, Springer International Publishing, AG.
- Pustu, Y.**, (2006). “Küreselleşme Sürecinde Kent: Antik Site’den Dünya Kentine”, Sayıştay Dergisi, 60, 129 – 151. (Durmuş, 2010)

- Raban, J.,** (1974). “Soft City”, London.
- Rapaport, A.,** (1977). “Human Aspects of Urban Form”, Pregaman Press, Oxford, New York.
- Rapaport, A.,** (2005). “Culture, Architecture and Design”, Locke Science Publishing Company, Inc. USA.
- Rukancı, F. & Anameriç, H.,** (2004). “Bilgi Toplumu ve Toplumun Bilgilenmesine Kütüphanelerin Rolü”, Kütüphaneciliğin Destanı Uluslararası Sempozyumu Bildiriler.
- Saegert, S.,** (1985). “Home Environments”, Altman, I. & Werner, C. (Eds.), The Role of Housing in the Experience of Dwelling
- Sassen, S.,** (2001). “The Global City”, New Jersey: Princeton.
- SERPAM,** (2012). Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi, İstanbul Üniversitesi, Araştırma Raporu, Dizi-1, Ekim, İstanbul Bölgesel ve Uluslararası Finans Merkezi Raporu (İFM).
- Simmel, G.,** (2003). “Modern Kültürde Çatışma”, (İstanbul: İletişim, 2004) 2.Baskı.
- Simmel, G.,** (1903). “The Metropolis and Mental Life”, Yeniden Basım, Levine, D.
- Sjoberg, G.,** (1965). “The Preindustrial City: Past and Future”, Collier-Macmillan Limited, London.
- Sjoberg, G.,** (2002). “Sanayi Öncesi Kenti”, Orj. “The Preindustrial City”, Der. Duru Bülent, Alkan Ayten, 20.Yüzyıl Kenti, Ankara, İmge Yayınevi, ss.37-54.
- Soja, E. W.,** (2002). “Postmetropolis Üzerine Altı Söylem”, Orj. “Six Discourses on the Postmetropolis”, Der. Duru Bülent, Alkan Ayten, 20. Yüzyıl Kenti, Ankara, İmge Yayınevi, ss.287-306.
- Sungur Ergenoğlu, A. & Çağdaş, G.,** (2003). “Morphology And User Satisfaction as Component of Housing Quality”, Quality of Urban Life-Policy Versus Practice Conference, İ.T.Ü., 3-5 Aralık, İstanbul.
- Şen, B. & Doğan, A. E.,** (2010). “Tarih, Sınıflar ve Kent”, Dipnot Yayınları, 1.Baskı, Ankara.

- Şenel, A.**, (2002). “Yaratıcı Metropol: Düzen ve Düzensizliğin Sınırında”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şenses, F.**, (2004). “Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı Engel mi?”, Kalkınma ve Küreselleşme, Der. Dedeoğlu, S. & Subaşat, T., Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Tognoli, J.**, (1987). “Residential Environments: Handbook of Environmental Psychology”, Plenum Pub. Corp., New York. (Kellekci & Berköz, 2006)
- Trancik, R.**, (1986). “Finding Lost Space-Theories of Urban Design”, Von Nostrand Reinhold, New York.
- Türk Dil Kurumu (TDK)**, (1992). Türkçe Sözlük.
- Url-1** < [https://www.ntv.com.tr/turkiye/istanbul-nufusu-129-ulkeyi-solladi,fIpUM2kXbUWM\\_vdmPnE2rw](https://www.ntv.com.tr/turkiye/istanbul-nufusu-129-ulkeyi-solladi,fIpUM2kXbUWM_vdmPnE2rw), alındığı tarih 20.02.2018.
- Url-2** < <http://v3.arkitera.com/v1/haberler/2003/08/14/goc.htm>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-3** < <http://www.internethaber.com/turkiyenin-en-kalabalik-ilceleri-hangileri-foto-galerisi-1202225.htm>>, alındığı tarih 03.06.2018.
- Url-4** < [http://www.sarphanfinanspark.com/galeri/tr\\_43/](http://www.sarphanfinanspark.com/galeri/tr_43/)>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-5** < <http://www.sarphanfinanspark.com>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-6** < <https://www.avrupakonutlariyamanevler.com>>, alındığı tarih 13.04.2018.
- Url-7** < <http://www.gapinsa.com/metropol-istanbul>>, alındığı tarih 21.02.2018.
- Url-8** < <https://www.rmjm.com/portfolio/metropol-istanbul-turkey/>>, alındığı tarih 31.01.2018.
- Url-9** < <https://3dkonut.com/metropol-istanbul/projesi/>> , alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-10** < [https://www.rmjm.com/portfolio/varyap\\_meridian/](https://www.rmjm.com/portfolio/varyap_meridian/)>, alındığı tarih 26.01.2018.

- Url-11** < <https://www.youtube.com/watch?v=tYGHaDGpZqw>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-12** < <https://www.youtube.com/watch?v=UbEs4OJ7bjg>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-13** < <http://www.atasehir.bel.tr/tarihce>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-14** < <https://www.endeksa.com/analiz/istanbul/atasehir/deger>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-15** < <http://www.emlakgyo.com.tr/tr/istanbul-uluslararası-finans-merkezi>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-16** < <https://www.youtube.com/watch?v=Uj5bpfzm5AU>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-17** < <https://www.youtube.com/watch?v=0PmdVuWvreg>>, alındığı tarih 26.01.2018.
- Url-18** < [http://galeri3.arkitera.com/var/albums/Arkiv.com.tr/Proje/Dome-Partners/varyap-meridian/z1\\_GENEL%20KROKI.jpg.jpeg](http://galeri3.arkitera.com/var/albums/Arkiv.com.tr/Proje/Dome-Partners/varyap-meridian/z1_GENEL%20KROKI.jpg.jpeg)>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-19** < <http://varlibasgayrimenkul.com/index.php?goster=portfolyo>>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-20** < <http://www.aspen.com.tr/varyap-meridian,DP-5758.html>>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-21** < <http://www.openhouse.com.tr/property/varyap-meridian-satilik-daire/>>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-22** < <https://www.remaxabc.com/portfoy/2559-atasehir-varyap-meridian-c-blok-3artil-konut--ozgur-unver>>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-23** < <http://www.atasehirdekiralik.net/portfolio-view/varyap-meridian-atasehirde-kiralik-daire-31/>>, alındığı tarih 21.04.2018.
- Url-24** < <http://varyapmeridian.blogspot.com/p/genel-bilgiler.html>>, alındığı tarih 21.04.2018.

**Url-25** <[https://www.remaxabc.com/portfoy/1490-varyap-meridian39de-finans-merkezi-yolu-uzerinde-water-garden39in-yaninda-devren-kiralik-dukkan->](https://www.remaxabc.com/portfoy/1490-varyap-meridian39de-finans-merkezi-yolu-uzerinde-water-garden39in-yaninda-devren-kiralik-dukkan-), alındığı tarih 21.04.2018.

**Url-26** <<https://www.projepedia.com/sirket/varyap/projeler/varyap-meridian,783.html>>, alındığı tarih 21.04.2018.

**Url-27** <<http://www.skyscrapercenter.com/building/varyap-meridian-a-block/9776>>, alındığı tarih 21.04.2018.

**Url-28** <http://www.arkitera.com/haber/22831/ucu-olmayan-sehir-sendromu>>, alındığı tarih 03.06.2018.

**Virilio, P.**, (1991). “The Lost Dimension”, New York.

**Wirth, L.**, (2002). “Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentleşme”, Orj. “Urbanism as a Way of Life”, Der. Duru Bülent, Alkan Ayten, 20. Yüzyıl Kenti, İmge Yayınevi, Ankara.

**Wright, H. F.**, (1967). “Recording and Analyzing Child Behaviour”, Harper and Row, New York.

**Yıdırım, G.**, (2009). “Mekanların Dönüşüm Potansiyeli ve Mimarlıkta ‘Palimpsest’ Kavramı”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

**Yörükân, A.**, (2006). “Şehir Sosyolojisinin ve İnsan Ekolojisinin Teorik Temelleri”, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı, Ankara.



## **EKLER**

**EK A:** Anket Formu

**EK B:** Anket Verilerinin SPSS Analizi Sonuçları





## **EK A: Anket Formu**

Bu anket İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı (IMIAD) kapsamında yürütülmekte olan “İstanbul Metropolünde Değişen Yaşam Dönüşen Konut Algısı: Varyap Meridian Örneği” başlıklı tez çalışması kapsamında, Varyap Meridian konutlarında fiziksel ve psikolojik kullanıcı tatminini etkileyen parametreleri belirlemek amacı ile yapılmaktadır.

\*\*\* Anketten elde edilen veriler 3. şahıslar ile paylaşılmayacaktır.

### **I. BÖLÜM**

#### **1. Cinsiyetiniz**

- Kadın  Erkek

#### **2. Yaş aralığınız**

- 0-19  
 20-29  
 30-49  
 49 ve üzeri

#### **3. Medeni durumunuz**

- Bekâr  Evli  Dul

#### **4. Eğitim durumunuz**

- Okur Yazar Değil  
 İlkokul/Ortaokul  
 Lise  
 Lisans  
 Yüksek Lisans/Doktora

#### **5. Mesleğiniz ve (varsa) unvanınız**

6. Aylık ortalama geliriniz (varsa evi paylaştığınız kişi/kişilerin gelirlerini de düşünerek ortalama bir tutar belirtiniz.)

- 1000 – 1999 tl
- 2000 – 3499 tl
- 3500 – 4999 tl
- 5000 tl ve üzeri

7. Şu anda çalışıyor musunuz? (Cevabınız Hayır ise 9. Soruya geçiniz.)

- Evet
- Hayır

8. Cevabınız evet ise hangi semtte çalışıyorsunuz? Lütfen belirtiniz.

9. Çocuğunuz var mı?

- Yok
- 1
- 2
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

10. Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıkıyorsunuz?

- Her gün
- Hafta içi her gün
- Hafta sonları
- Haftada 3 gün
- Haftada 1 gün
- Neredeyse hiç
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

11. Evde kaç kişi yaşıyorsunuz? (Tek başınıza yaşıyorsanız II. Bölüme geçiniz)

- Tek başıma
- 2
- 3
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

12. Evi paylaştığınız kişi/kişiler ile alakalı aşağıdaki soruları lütfen cevaplayınız.

<b>Kişi / Kişiler ile ilişki durumunuz</b> (Eşim / Partnerim, Kızım, Oğlum, Annem, Babam, Arkadaşım vs.)	<b>Yaşı</b>	<b>Medeni Durumu</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Mesleği / Unvanı</b> (varsa)	<b>Çalışma Durumu</b> (Evet / Hayır)	<b>Çalıştığı Semt</b> (çalışıyorsa)
1						
2						
3						
4						

13. Evi paylaştığınız kişi/kişiler Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıkıyor?

- Hergün (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Hafta içi hergün (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Hafta sonları (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Haftada 3 gün (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Haftada 1 gün (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Neredeyse Hiç (lütfen şıkkı kim için işaretlediğinizi belirtiniz).....
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

## II. BÖLÜM

1. İstanbul'a kaç yılında ve neden taşındınız? (Doğduğunuzdan beri İstanbul'da yaşıyorsanız soruyu boş bırakınız)

2. Ataşehir bölgesini tercih etme sebepleriniz (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- Sosyal anlamda beni tatmin etmesi
- Saygın bir muhit olması
- Güvenli olması
- Yaşam kültürüme uygun olması
- Merkezi olması
- Aileme/dostlarıma yakın olması
- İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'ne yakın olması
- Alışveriş merkezlerine yakın olması
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

3. Finans Merkezi Projesi'nin tamamlanmasını takiben Ataşehir bölgesinde bulunan konut değerinin artacağını düşünüyor musunuz?

- Evet
- Hayır

4. Varyap Meridian 'de kaç senedir ikamet ediyorsunuz?

5. Varyap Meridian'de yaşamaktan memnun musunuz? (Cevabınız Hayır ise lütfen sebebini belirtiniz.)

- Evet
- Hayır

Çünkü .....

6. Evden işe, işten eve giderken aşağıdaki ulaşım araçlarından hangi veya hangilerini kullanırsınız? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- Özel Araç
- Taksi
- Dolmuş
- Otobüs
- Metro
- Metrobüs
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

7. Şu anda Varyap Meridian’de ikamet etmekte olduğunuz konut kendinize mi ait?

- Evet  
 Kira  
 Ailemin  
 Arkadaşımın  
 Diğer (*lutfen belirtiniz*) .....

8. Varyap Meridian ’de oturmakta olduğunuz konut tipi nedir?

- 1+0  
 1+1  
 2+1  
 3+1  
 Diğer (*lutfen belirtiniz*) .....

9. Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konutta kat bahĐesi veya teras var mı? Var ise kat bahĐeli veya teraslı daire tercih etme sebebinizi belirtiniz.

10. Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konut tipinden memnun musunuz?

(*Cevabınız Hayır ise lutfen sebebini belirtiniz.*)

- Evet                       Hayır  
Çünkü .....

11. Varyap Meridian’de oturmayı arzu ettiğiniz bir başka konut tipi var mıdır?

- Yok  
 1+1  
 2+1  
 3+1  
 Diğer (*lutfen belirtiniz*) .....

12. Varyap Meridian konutlarında yaŐamaya devam etmeyi dűŐunuyor musunuz?

(*Cevabınız Evet ise 15. Soruya geÇiniz.*)

- Evet                       Hayır

**13.** Varyap Meridian konutlarında yaşamaya devam etmeyi düşünmemenizin sebebi nedir? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- Kirası pahalı
- Aidatı pahalı
- İş yerime uzak
- Evi küçük buluyorum
- Evi kullanışsız buluyorum
- Yaşam tarzıma uygun değil
- Kendi evime taşınacağım
- Kiraya vermeyi düşünüyorum
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

**14.** İleride yaşayacağınız veya yaşamayı istediğiniz konut tipi nedir?

- Apartman Dairesi
- Rezidans Dairesi
- Studio Daire
- Loft Daire
- Flat Daire
- Müstakil ev / villa
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

**15.** Varyap Meridian'i tercih etme sebepleriniz nelerdir? (Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)

- Sosyal ortamı ve sunduğu olanaklar
- Statü göstergesi olması
- Yaşam kültürüme uygun olması
- Konumunun merkezi olması
- İşime yakın olması
- Bütçeme uygun olması
- Ulaşımın rahat olması
- Ailemin / dostlarımın / iş yeri arkadaşlarımla olması
- Güvenlikli olması
- Çevrenin, temiz, düzenli ve bakımlı olması
- İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'ne yakın olması

- Alışveriş merkezlerine yakın olması
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

**16.** Varyap Meridian'de size sunulan yaşamsal değerlerle alakalı görüşlerinizi önem sıralamanıza göre değerlendiriniz. (1-önemsiz, 5-çok önemli)

	1	2	3	4	5
24 saat güvenlik					
Özel kapalı otopark					
Vale hizmeti					
Kapalı ve açık yüzme Havuzu					
Fitness					
Restoran ve kafeler					
Ortak peyzaj alanları					
AVM / Dükkanlar					
Otel					
Ofisler					
TEM ve E5 'e olan yakınlığı					
Toplu taşımaya yakınlığı					

**17.** Yaşadığınız konutun en çok memnun olduğunuz özelliklerini belirtiniz.

(Birden fazla şıkki işaretleyebilirsiniz)

- Mekansal olarak büyük olması
- Mekansal olarak küçük olması
- Kullanışlı olması
- Şehirdeki konumu
- Bloktaki konumu
- Cephesi
- Manzarası
- Mekan atmosferi
- Kullanılan malzemelerin kalitesi ve dayanıklılığı
- Diğer (lütfen belirtiniz).....

### III. BÖLÜM

1. Evinizi dekore ederken bir iç mimar ile çalıştınız mı? (Cevabınız “Evet” ise 4.soruya geçiniz)  
 Evet  Hayır
  
2. Evinizin dekorasyonunu yaparken aşağıdakilerden herhangi birinden yararlandınız mı?  
 Mobilya ve dekorasyon dergilerinden  
 Mobilya ve dekorasyon ürünleri satan mağazalardan  
 Televizyon programlarından  
 Çevremdeki insanların konut dekorasyonlarından  
 Yurtdışı gözlemlerimden  
 Yararlanmadım  
 Diğer (lütfen belirtiniz).....
  
3. Evinizi dekore ederken satın aldığınız ürünlerde en çok nelere dikkat ettiniz? (Birden fazla şıkki işaretleyebilirsiniz) (4.soruyu geçiniz)  
 Malzeme kalitesine ve sağlamlığına  
 Tasarımına  
 Renk uyumuna  
 Popüler oluşuna  
 Göz zevkime hitap etmesine  
 Mekanı ferah göstermesine  
 Mekana sıcaklık katmasına  
 Rahatlığına/konforlu oluşuna  
 Kullanışlı olmasına  
 Lüks olmasına  
 Bilindik iyi markalardan olmasına  
 Demonte olmasına  
 Portatif olmasına  
 Diğer (lütfen belirtiniz).....

4. İç mimar evinizi dekore ederken en çok hangi konu veya konularda talepte bulundunuz? *(Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)*
- Mekanların ve mobilyaların kullanışlı olması
  - Kullanılan malzemelerin kaliteli ve sağlam olması
  - Bilinen iyi markalara ait malzeme ve mobilyaların kullanılması
  - Popüler mobilya parçaları kullanılması
  - Rahat/konforlu mobilyalar kullanılması
  - Lüks malzemeler ile tasarlanması
  - Mobilyaların demonte olması
  - Renklerin uyumlu olması
  - Göz zevkime hitap etmesi
  - Mekanı ferah göstermesi
  - Mekana sıcaklık katması
  - Diğer (lütfen belirtiniz).....
5. Konutunuzda neyi veya neleri değiştirmek isterdiniz?
6. Yaşadığınız konutu “Ev/Yuva” olarak tanımlar mısınız?
- Evet (açıklayınız).....
  - Hayır (açıklayınız).....
  - Hem evet, hem hayır (açıklayınız).....
7. Ev dışında geçirdiğiniz bir günün veya belirli süreli bir seyahatin ardından eve döndüğünüzde “benim evim, güzel evim” veya “insanın evi gibisi yok” gibi söylemlerde bulunur musunuz?
- Evet                       Hayır
8. Konutunuzda kullanım bakımından eksik veya yetersiz bulduğunuz bir alan var mı? Cevabınız “Evet” ise sebebini lütfen belirtiniz. *(Birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)*
- Evet                       Hayır
  - Giriş/Antre (lütfen belirtiniz) .....
  - Mutfak (lütfen belirtiniz) .....

- Salon (*lütfen belirtiniz*) .....
- Yemek Odası (*lütfen belirtiniz*).....
- Ebeveyn Odası (*lütfen belirtiniz*).....
- Yatak Odası (*lütfen belirtiniz*).....
- Banyo/Tuvalet (*lütfen belirtiniz*).....
- Balkon (*lütfen belirtiniz*).....
- Çamaşır Odası (*lütfen belirtiniz*).....
- Diğer (*lütfen belirtiniz*).....

9. Konutunuzun aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini karşılama sızın için önemlidir?

- Güvende olma ve korunma
- Kendimi ifade etme
- Aşk ve Aidiyet duygularımı paylaşma
- Mahremiyet
- Bağımsızlık ve özgürlük
- Belli bir topluluğun parçası olarak itibar kazanma
- Estetik ve güzellik
- Diğer (*lütfen belirtiniz*).....

10. Konutunuzun fiziksel şartlarını, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre değerlendiriniz?

	1	2	3	NÖTR	1	2	3	
Nemli								Kuru
İyi ısınan								İyi ısınmayan
Güneş alan								Güneş almayan
Doğal ışık alan								Işık almayan
Yorucu olmayan								Yorucu olan

11. Konutunuzu psikolojik gereksinimler bağlamında, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?

	1	2	3	NÖTR	1	2	3	
Sıcak								Soğuk
Ait olma								Ait olmama
Tatmin edici								Tatminsizlik
Mutluluk								Mutsuzluk
Sevgi								Nefret
Rahatlık								Rahatsızlık

12. Oturmakta olduğunuz konut, aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini ne derecede karşılıyor? (1) karşılamıyor, (5) fazlasıyla karşılıyor

	1	2	3	4	5
Güvende olma ve korunma					
Kendimi ifade etme					
Aşk ve aidiyet duygularımı paylaşma					
Mahremiyet					
Bağımsızlık ve özgürlük					
Belli bir topluluğun parçası olarak itibar kazanma					
Estetik ve güzellik					

13. Konutunuzun şu anki durumunu aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?

	1	2	3	NÖTR	1	2	3	
Çevresiyle uyumlu								Uyumsuz
Mimari anlamda nitelikli								Niteliksiz
Büyük								Küçük
Kullanışlı								Kullanışsız
Bakımlı								Bakımsız
Konforlu								Konforsuz
Aydınlık								Karanlık
Ferah								Kasvetli
Kendi içinde uyumlu dekore edilmiş								Uyumsuz/rastgele dekore edilmemiş
Özgün								Sıradan
Gösterişli								Sade/Gösterişsiz

14. Evinizin en çok hangi bölümünü seviyorsunuz? Neden?

- Giriş/Antré (lütfen belirtiniz) .....
- Mutfak (lütfen belirtiniz) .....
- Salon (lütfen belirtiniz) .....
- Yemek Odası (lütfen belirtiniz) .....
- Ebeveyn Odası (lütfen belirtiniz) .....
- Yatak Odası (lütfen belirtiniz) .....
- Banyo/Tuvalet (lütfen belirtiniz) .....
- Balkon (lütfen belirtiniz) .....
- Çamaşır Odası (lütfen belirtiniz) .....
- Diğer (lütfen belirtiniz) .....

15. Evinizde sıklıkla değişiklik yaptığınız bir yer var mı? Cevabınız “Evet” ise neresi ve neden?

- Evet                       Hayır
- Mutfak (*lütfen belirtiniz*) .....
- Salon (*lütfen belirtiniz*) .....
- Yemek Odası (*lütfen belirtiniz*) .....
- Ebeveyn Odası (*lütfen belirtiniz*) .....
- Yatak Odası (*lütfen belirtiniz*) .....
- Diğer (*lütfen belirtiniz*) .....

16. Evinizde bu zamana kadar ne tür değişiklikler yaptınız?

- Mekan ayırma
- Mekan birleştirme
- Boya
- Dekorasyonda değişiklik
- Mobilya
- Balkon kapama
- Diğer (*lütfen belirtiniz*) .....



## **EK B: Anket Verilerinin SPSS Analizi Sonuçları**

Bu bölümde araştırmada toplanan verilerden elde edilen bulgular tablo ve açıklamalarıyla birlikte verilerek bunlara yorumlar yapılmıştır.

### **Anketin 1. Bölümünden Elde Edilen Veriler**

Katılımcıların cinsiyetlerine ait bilgiler Tablo B.1’de verilmiştir.

**Tablo B.1 :**Katılımcıların cinsiyetlerine ait yüzde ve frekanslar

<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Kadın	36	64,3
Erkek	20	35,7
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.1’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %64,3’ü kadın, %35,7’si erkektir.

Katılımcıların yaşlarına ait bilgiler Tablo B.2’de verilmiştir.

**Tablo B.2 :**Katılımcıların yaşlarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Yaş</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
20-29 Yaş	22	39,3
30-49 Yaş	33	58,9
49 Yaş Üzeri	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.2’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %39,3’ü 20-29 yaş, %58,9’u 30-49 yaş ve %1,8’i 49 yaş ve üzeridir.

Katılımcıların medeni durumlarına ait bilgiler Tablo B.3’te verilmiştir.

**Tablo B.3 :**Katılımcıların medeni durumlarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Medeni Durum</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Bekâr	34	60,7
Evli	19	33,9
Dul	3	5,4
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.3’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %60,7’si bekâr, %33,9’u evli ve %5,4’ü duldur.

Katılımcıların eğitim durumlarına ait bilgiler Tablo B.4’te verilmiştir.

**Tablo B.4 :**Katılımcıların eğitim durumlarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Lise	2	3,6
Lisans	41	73,2
Yüksek Lisans/Doktora	13	23,2
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.4’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %3,6’sı lise, %73,2’si lisans ve %23,2’si yüksek lisans/doktora mezunudur.

Katılımcıların mesleklerine ait bilgiler Tablo B.5’te verilmiştir.

**Tablo B.5 :**Katılımcıların mesleklerine ait yüzde ve frekanslar

<b>Meslek</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Avukat	6	10,7
Biyoloji	1	1,8
Mimar	5	8,9
İşletme Sahibi	9	16,1
Mühendis	5	8,9
Satış Sorumlusu	6	10,7
Doktor	3	5,4
İşletme Yöneticisi	8	14,3
Sanatçı	2	3,6
İSG Uzmanı	1	1,8
Tasarımcı	1	1,8
Üniversite Doçent	1	1,8
Yönetici Asistanı	1	1,8
Finansman	1	1,8
Aşçı – Firma Yemek Sorumlusu	1	1,8
Muhasebe	1	1,8
Personel Sorumlusu	1	1,8
Hemşire	1	1,8
Firma Danışmanı	1	1,8
Serbest	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.5’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların meslekleri değişkenlik göstermekte olup mesleği avukat, dükkân sahibi, emlak satış, mimar, mühendis ve satış sorumlusu olanlar diğer katılımcılara göre çoğunlukta görülmektedir.

Katılımcıların aylık ortalama gelir durumlarına ait bilgiler Tablo B.6’da verilmiştir.

**Tablo B.6 :**Katılımcıların aylık ortalama gelir durumlarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Gelir</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
3500-4999 TL	1	1,8
5000 TL ve Üzeri	55	98,2
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.6’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %1,8’i 3500-4999 TL ve %98,2’si 5000 TL ve üzeri gelir durumuna sahiptir.

Katılımcıların çalışma durumlarına ait bilgiler Tablo B.7’de verilmiştir.

**Tablo B.7 :**Katılımcıların çalışma durumlarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Çalışma Durumu</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet (Çalışıyorum)	52	92,9
Hayır (Çalışmıyorum)	4	7,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.7’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %92,9’u çalışıyor, %7,1’i çalışmamaktadır.

Katılımcıların çalıştıkları semtlere ait bilgiler Tablo B.8’de verilmiştir.

**Tablo B.8 :**Katılımcıların çalıştıkları semtlere ait yüzde ve frekanslar

<b>Semt</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Ataşehir	42	80,8
Kadıköy	5	9,6
Üsküdar	1	1,9
Ümraniye	2	3,8
Esenyurt	1	1,9
Zeytinburnu	1	1,9
<b>Toplam</b>	<b>52</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.8’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %80,8’i Ataşehir, %9,6’sı Kadıköy, %1,9’u Üsküdar, %3,8’i Ümraniye, %1,9’u Esenkent ve %1,9’u Zeytinburnu’nda çalışmaktadır.

Katılımcıların çocuk sayılarına ait bilgiler Tablo B.9’da verilmiştir.

**Tablo B.9 :**Katılımcıların çocuk sayılarına ait yüzde ve frekanslar

<b>Çocuk Sayısı</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Çocuk Yok	41	73,2
1 Çocuk	13	23,2
2 Çocuk	2	3,6
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.9’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %73,2’sinin çocuğu yok, %23,2’si 1 çocuk ve %3,6’sı 2 çocuk sahibidir.

Katılımcıların Ataşehir bölgesi dışına ne sıklıkla çıktıklarına ait bilgiler Tablo 6.10’da verilmiştir.

**Tablo B.10 :**Katılımcıların Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıktıklarına ait yüzde ve frekanslar

	N	%
Her gün	9	16,1
Hafta içi her gün	9	16,1
Hafta sonları	16	28,6
Haftada 3 gün	3	5,4
Haftada 1 gün	13	23,2
Neredeyse hiç	5	8,9
Diğer	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.10’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %16,1’i her gün, %16,1’i hafta içi her gün, %28,6’sı hafta sonları, %5,4’ü haftada 3 gün, %23,2’si haftada bir gün, %8,9’u neredeyse hiç Ataşehir dışına çıkmaktadır.

Katılımcıların evde kaç kişi yaşadıklarına ait bilgiler Tablo B.11’de verilmiştir.

**Tablo B.11 :**Katılımcıların evde kaç kişi yaşadıklarına ait yüzde ve frekanslar

	N	%
Tek başıma	38	67,9
2 Kişi	6	10,7
3 Kişi	10	17,9
4 Kişi	2	3,6
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.11’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %67,9’u tek başıma, %10,7’si 2 kişi, %17,9’u 3 kişi ve %3,6’sı 4 kişi evde yaşamaktadır.

Katılımcılardan evde 2 kişi yaşayanların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo B.12’de verilmiştir.

**Tablo B.12 :** Evde 2 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri

Kişi ile ilişki durumu	Yaşı	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Mesleği/Ünvanı	Çalışma Durumu	Çalıştığı Semt
Ev Arkadaşım	31	Bekâr	Lisans	Doktor	Evet	Üsküdar
Eşim	25	Evli	Lisans	Sigorta Yönetici	Evet	Ataşehir
Eşim	36	Evli	Lisans	Satış Sorumlusu	Evet	Ataşehir
Eşim	34	Evli	Lisans	Mimar	Evet	Ataşehir
Eşim	32	Evli	Lisans	İşletme Yönetici	Evet	Ataşehir
Eşim	25	Evli	Lisans	Satış Sorumlusu	Evet	Ataşehir

Katılımcılardan evde 3 kişi yaşayanların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo B.13'te verilmiştir.

**Tablo B.13 :** Evde 3 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri

Kişi ile ilişki durumu	Yaşı	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Mesleği/Ünvanı	Çalışma Durumu	Çalıştığı Semt
Eşim	32	Evli	Lisans	Mimar	Evet	Ataşehir
Kızım	4	Bekâr	Yok	Yok	Hayır	Yok
Eşim	38	Evli	Yüksek Lisans	Mühendis	Evet	Kadıköy
Kızım	5	Bekâr	Yok	Yok	Hayır	Yok
Eşim	53	Evli	Yüksek Lisans	Doktor	Evet	Ümraniye
Oğlum	11	Bekâr	İlkokul	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	43	Evli	Lisans	Makine Müh.	Evet	Ataşehir
Kızım	2	Bekâr	Yok	Yok	Hayır	Yok
Eşim	40	Evli	Lisans	Satış	Evet	Ataşehir
Oğlum	12	Bekâr	Ortaokul	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	41	Evli	Lisans	Avukat	Evet	Ataşehir
Oğlum	16	Bekâr	Lise	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	32	Evli	Lisans	Avukat	Evet	Üsküdar
Oğlum	8	Bekâr	İlkokul	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	33	Evli	Lisans	Tasarım	Evet	Ataşehir
Kızım	6	Bekâr	Anaokulu	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	36	Evli	Yüksek Lisans	Firma Sahibi	Evet	Ataşehir
Oğlum	12	Bekâr	Ortaokul	Öğrenci	Hayır	Yok
Eşim	44	Evli	Lisans	Avukat	Evet	Ataşehir
Kızım	19	Bekâr	Lisans	Öğrenci	Hayır	Yok

Katılımcılardan evde 4 kişi yaşayanların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo B.14'te verilmiştir.

**Tablo B.14 :** Evde 4 kişi yaşayan katılımcıların yaşadıkları diğer kişilerin demografik özellikleri

Kişi ile ilişki durumu	Yaşı	Medeni Durumu	Eğitim Durumu	Mesleği/Ünvanı	Çalışma Durumu	Çalıştığı Semt
Eşim	28	Evli	Lisans	Emlak Satış	Evet	Ataşehir
Kızım	8	Bekâr	İlkokul	Öğrenci	Hayır	Yok
Kızım	3	Bekâr	Yok	Yok	Hayır	Yok
Eşim	47	Evli	Lisans	Mağaza Sahibi	Evet	Ataşehir
Oğlum	19	Bekâr	Lisans	Öğrenci	Hayır	Yok
Kızım	13	Bekâr	Ortaokul	Öğrenci	Hayır	Yok

Katılımcıların evi paylaştığı kişilerin Ataşehir bölgesi dışına ne sıklıkla çıktıklarına ait bilgiler Tablo B.15'te verilmiştir.

**Tablo B.15 :**“Evi paylaştığımız kişi/kişiler Ataşehir Bölgesi dışına ne sıklıkla çıkıyor?” yüzde ve frekanslar

	N	%	İlişki durumu	N	%
Hafta içi her gün	6	33,3	Eşim	4	66,6
			Ev Arkadaşım	1	16,7
			Eşim ve Oğlum	1	16,7
			<b>Toplam</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>
Hafta sonları	7	38,9	Aile Olarak	7	100,0
Haftada 3 gün	1	5,6	Aile Olarak	1	100,0
Haftada 1 gün	3	16,7	Aile Olarak	3	100,0
Neredeyse hiç	1	5,6	Aile Olarak	1	100,0
<b>Toplam</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.15'te görüldüğü gibi katılımcıların evi paylaştığı kişilerin %33,3'ü hafta içi her gün, %38,9'u hafta sonları, %5,6'sı haftada 3 gün, %16,7'si haftada bir gün ve %5,6'sı neredeyse hiç Ataşehir dışına çıkmaktadır. Aynı zamanda Tablo B.15'de Ataşehir dışına çıkanların ilişki durumlarına ait bilgiler de verilmiştir.

## Anketin 2. Bölümünden Elde Edilen Veriler

Katılımcıların İstanbul'da kaç yılında taşındıklarına ait bilgiler Tablo B.16'da verilmiştir.

**Tablo B.16 :**“İstanbul'a kaç yılında ve neden taşındınız?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Doğduğumdan beri İstanbul'dayım	50	89,3
Diğer	6	10,7
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

*Diğer; 1980, 1980, 1987, 1995, 1998, 2016 yıllarında iş imkânlarının çok ve daha iyi olmasından dolayı İstanbul'a taşınıldığı belirtilmiştir. Ayrıca 2016 yılında taşınan katılımcı atama sonucu taşındığını belirtmiştir.*

Tablo B.16'da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %89,3'ü doğduğundan beri İstanbul'da, %10,7'si ise daha sonra İstanbul'a taşınmıştır.

Katılımcıların Ataşehir bölgesini tercih etme sebeplerine ait bilgiler Tablo B.17'de verilmiştir.

**Tablo B.17** :“Ataşehir bölgesini tercih etme sebepleriniz nelerdir?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Sosyal anlamda beni tatmin etmesi	41	73,2
Saygın bir muhit olması	35	62,5
Güvenli olması	42	75,0
Yaşam kültürüme uygun olması	18	32,1
Merkezi olması	55	98,2
Aileme/dostlarıma yakın olması	12	21,4
İstanbul Uluslararası Finans Merkezi’ne yakın olması	23	41,1
Alışveriş merkezlerine yakın olması	24	42,9
Diğer	3	5,4
<b>Toplam</b>	<b>253</b>	<b>451,8</b>

*Diğer; Fiyatları değerlendirilecek, kaliteli olması ve atama sonucu.*

Tablo B.17’de görüldüğü gibi katılımcıların %73,2’si sosyal anlamda beni tatmin etmesi, %62,5’i saygın bir muhit olması, %75,0’i güvenli olması, %32,1’i yaşam kültürüme uygun olması, %98,2’si merkezi olması, %21,4’ü aileme/dostlarıma yakın olması, %41,1’i İstanbul Uluslararası Finans Merkezi’ne yakın olması, %42,9’u alışveriş merkezlerine yakın olması ve %5,4’ü diğer sebeplerle Ataşehir bölgesini tercih etmiştir.

Katılımcıların Finans Merkezi Projesi’nin tamamlanmasını takiben Ataşehir bölgesinde bulunan konut değerinin artacağını düşüncelerine ait bilgiler Tablo B.18’de verilmiştir.

**Tablo B.18** :“Finans Merkezi Projesi’nin tamamlanmasını takiben Ataşehir bölgesinde bulunan konut değerinin artacağını düşünüyor musunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	55	98,2
Hayır	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.18’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %98,2’si evet, artacağını düşünüyorum %1,8’i hayır artacağını düşünmüyorum yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de kaç senedir ikamet ettiklerine ait bilgiler Tablo B.19’da verilmiştir.

**Tablo B.19** :“Varyap Meridian’de kaç senedir ikamet ediyorsunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
1 Sene	14	25,0
2 Sene	21	37,5
3 Sene	9	16,1
4 Sene	9	16,1
5 Sene	3	5,4
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.19’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %25,0’i 1 sene, %37,5’i 2 sene, %16,1’i 3 sene, %16,1’i 4 sene ve %5,4’ü 5 senedir Varyap Meridian konutlarında ikamet etmektedir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de yaşamaktan olmalarına/olmamalarına ait bilgiler Tablo B.20’de verilmiştir.

**Tablo B.20** :“Varyap Meridian’de yaşamaktan memnun musunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	55	98,2
Hayır	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

*Çünkü; Taşınacağım, kiraya vereceğim, çok boş hayalet şehir gibi.*

Tablo B.20’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %98,2’si evet memnunum, %1,8’i hayır memnun değilim yanıtını vermiştir.

Katılımcıların evden işe, işten eve giderken kullandıkları araçlara ait bilgiler Tablo B.21’de verilmiştir.

**Tablo B.21** :“Evden işe işten eve giderken aşağıdaki ulaşım araçlarından hangi veya hangilerini kullanırsınız?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Özel Araç	52	92,9
Taksi	6	10,7
Dolmuş	1	1,8
Otobüs	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>60</b>	<b>107,1</b>

Tablo B.21’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %92,9’u özel araç, %10,7’si taksi, %1,8’i dolmuş ve %1,8’i otobüs kullanarak evden işe, işten eve gitmektedir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de ikamet etmekte oldukları konutların kendilerine ait olup/olmadığına ait bilgiler Tablo B.22’de verilmiştir.

**Tablo B.22** :“Şu anda Varyap Meridian’de ikamet etmekte olduğunuz konut kendinize mi ait?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	46	82,1
Kira	10	17,9
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.22’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %82,1’i evet kendime ait, %17,9’u kira yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konut tiplerine ait bilgiler Tablo B.23’te verilmiştir.

**Tablo B.23** :“Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konut tipi nedir?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
1+1 Konut	7	12,5
2+1 Konut	13	23,2
3+1 Konut	32	57,1
4+1 Konut	4	7,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.23’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %12,5’i 1+1, %23,2’si 2+1, %57,1’i 3+1 ve %7,1’i 4+1 konut tiplerinde oturmaktadır.

Katılımcıların Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutta kat bahçesi veya teras olup/olmamalarına ait bilgiler Tablo B.24’te verilmiştir.

**Tablo B.24** :“Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konutta kat bahçesi veya teras var mı?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Var	19	33,9
Yok	37	66,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.24’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %33,9’u var, %66,1’i yok yanıtını vermiştir.

Katılımcıların kat bahçeli veya teraslı daire tercih etmelerine ait bilgiler Tablo B.25’te verilmiştir.

**Tablo B.25** :“Kat bahçeli veya teraslı bahçe tercih etme sebebinizi belirtiniz” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Prestij ve Saygınlık	2	10,5
Ekstra Alan	5	26,3
Ferah Olması	4	21,1
Bahçeyi Kullanmak için	3	15,8
Manzara	3	15,8
Daha Konforlu	2	10,5
<b>Toplam</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Tablo B.25’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %10,5’i prestij ve saygınlık, %26,3’ü ekstra alan, %21,1’i ferah olması, %15,8’i bahçeyi kullanmak için, %15,8’i manzara ve %10,5’i daha konforlu olduğu için kat bahçeli veya teraslı alanı tercih etmişlerdir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konut tiplerinden memnuniyetlerine ait bilgiler Tablo B.26’da verilmiştir.

**Tablo B.26** :“Varyap Meridian’de oturmakta olduğunuz konut tipinden memnun musunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	50	89,3
Hayır	6	10,7
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.26’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %89,3’ü evet memnun, %10,7’si hayır memnun değilim yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian’den memnun olmamalarına ait bilgiler Tablo B.27’de verilmiştir.

**Tablo B.27** :Varyap Meridian’de oturmaktan memnun olmama nedenleri

	<b>N</b>	<b>%</b>
Daha geniş olmalı	2	33,3
Balkon yok	2	33,3
Yatırım amaçlı kiraya verme	2	33,3
<b>Toplam</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.27’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve Varyap Meridian’de oturmaktan memnun olmayanların %33,3’ü daha geniş olmalı, %33,3’ü balkon yok ve %33,3’ü yatırım amaçlı kiraya verme nedenleri ile Varyap Meridian’de oturmaktan memnun değildir.

Katılımcıların Varyap Meridian’de oturmayı arzu ettiği başka konut tiplerine ait bilgiler Tablo B.28’de verilmiştir.

**Tablo B.28 :**“Varyap Meridian’de oturmayı arzu ettiğiniz bir başka konut tipi var mıdır?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Yok	40	71,4
2+1 Konut	1	1,8
3+1 Konut	8	14,3
Bahçe veya Balkonlu Konut	7	12,5
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.28’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %71,4’ü yok, %1,8’i 2+1 konut, %14,3’ü 3+1 konut ve %12,5’i bahçe veya balkonlu konut yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian konutlarına yaşamaya devam etmeyi düşünmelerine ait bilgiler Tablo B.29’da verilmiştir.

**Tablo B.29 :**“Varyap Meridian konutlarında yaşamaya devam etmeyi düşünmüyor musunuz? yüzde ve frekanslar

	N	%
Evet	47	83,9
Hayır	9	16,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.29’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %83,9’u evet devam etmeyi düşünüyorum, %16,1’i hayır devam etmeyi düşünmüyorum yanıtını vermiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian konutlarına yaşama devam etmeme sebeplerine ait bilgiler Tablo B.30’da verilmiştir.

**Tablo B.30 :**“Varyap Meridian konutlarında yaşamaya devam etmemeyi düşünmeme sebebiniz nedir? Yüzde ve Frekanslar

	N	%
Aidatı pahalı	1	11,1
Yaşam tarzıma uygun değil	1	11,1
Kendi evime taşınacağım	5	55,5
Kiraya vermeyi düşünüyorum	3	33,3
İnsanlar arası iletişim kopukluğu	5	55,5
<b>Toplam</b>	<b>15</b>	<b>166,7</b>

Tablo B.30’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve Varyap Meridian’de yaşamaya devam etmemeyi düşünenlerin %11,1’i aidatı pahalı, %11,1’i yaşam tarzıma uygun değil, %55,5’i kendi evime taşınacağım, %33,3’ü kiraya vermeyi

düşünüyorum ve %55,5'i insanlar arası iletişim kopukluğu sebepleri ile Varyap Meridian'de yaşamaya devam etmek istememektedir.

Katılımcıların ileride yaşayacakları veya yaşamayı istedikleri konut tiplerine ait bilgiler Tablo B.31'de verilmiştir.

**Tablo B.31** :“İleride yaşayacağınız veya yaşamayı istediğiniz konut tipi nedir?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Apartman Dairesi	3	33,3
Müstakil Ev/Villa	6	66,7
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.31'de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve Varyap Meridian'de yaşamaya devam etmemeyi düşünenlerin %33,3'ü apartman dairesi, %66,7'si rezidans daire tipi konutlarda ileride yaşamayı düşünmektedir.

Katılımcıların Varyap Meridian'i tercih etme sebeplerine ait bilgiler Tablo B.32'de verilmiştir.

**Tablo B.32** :“Varyap Meridian'i tercih etme sebepleriniz nelerdir?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Sosyal ortamı ve sunduğu hizmetler	45	80,4
Statü göstergesi olması	23	41,1
Yaşam kültürüme uygun olması	32	57,1
Konumunun merkezi olması	50	89,3
İşime yakın olması	38	67,9
Bütçeme uygun olması	16	28,6
Ulaşımın rahat olması	27	48,2
Ailemin / dostlarımın / iş yeri arkadaşlarımın olması	11	19,6
Güvenlikli olması	47	83,9
Çevrenin, temiz, düzenli ve bakımlı olması	30	53,6
İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'ne yakın olması	30	53,6
Alışveriş merkezlerine yakın olması	32	57,1
<b>Toplam</b>	<b>381</b>	<b>680,4</b>

Tablo B.32'de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %80,4'ü sosyal ortamı ve sunduğu hizmetler, %41,1'i statü göstergesi olması, %57,1'i yaşam kültürüme uygun olması, %89,3'ü konumunun merkezi olması, %67,9'u işime yakın olması, %28,6'sı bütçeme uygun olması, %48,2'si ulaşımın rahat olması, %19,6'sı ailemin/dostlarımın/iş yeri arkadaşlarımın olması, %83,9'u güvenlikli olması, %53,6'sı çevrenin, temiz, düzenli ve bakımlı olması, %53,6'sı İstanbul Uluslararası

Finans Merkezi'ne yakın olması, %57,1'i alışveriş merkezlerine yakın olması sebepleriyle Varyap Meridian'i tercih etmiştir.

Katılımcıların Varyap Meridian'de sunulan yaşamsal değerlerle alakalı görüşlerine ait bilgiler Tablo B.33'te verilmiştir.

**Tablo B.33 :**“Varyap Meridian’de size sunulan yaşamsal değerlerle alakalı görüşlerinizi önem sıralamanıza göre değerlendiriniz” yüzde ve frekanslar

Yaşamsal Değerler	X	SS	1	2	3	4	5
			% f	% f	% f	% f	% f
24 saat güvenlik	5,00	,000	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,0 0	100,0 56
Özel kapalı otopark	5,00	,000	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,0 0	100,0 56
Vale hizmeti	3,43	1,934	37,5 21	0,0 0	3,6 2	0,0 0	58,9 33
Kapalı ve açık yüzme havuzu	3,96	1,705	23,2 13	0,0 0	5,4 3	0,0 0	71,4 40
Fitness	4,86	,645	1,8 1	0,0 0	3,6 2	0,0 0	94,6 53
Restoran ve kafeler	4,93	,375	0,0 0	0,0 0	3,6 0	0,0 0	96,4 54
Ortak peyzaj alanları	4,79	,731	1,8 1	0,0 0	7,1 4	0,0 0	91,1 51
AVM / Dükkanlar	4,82	,575	0,0 0	0,0 0	8,9 5	0,0 0	91,1 51
Otel	3,96	1,662	21,4 12	0,0 0	8,9 5	0,0 0	69,6 39
Ofisler	4,50	1,221	8,9 5	0,0 0	7,1 4	0,0 0	83,9 47
Tem ve E5'e olan yakınlığı	5,00	,000	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,0 0	100,0 56
Toplu taşımaya yakınlığı	5,00	,000	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,0 0	100,0 56

1. Çok Önemli, 2. Önemli, 3. Ne Önemli Ne Önemli, 4. Önemli, 5. Çok Önemli

Katılımcıların yaşadıkları konutun en çok memnun oldukları özelliklerine ait bilgiler Tablo B.34'te verilmiştir.

**Tablo B.34 :**“Yaşadığımız konutun en çok memnun olduğunuz özelliklerini belirtiniz” yüzde ve frekanslar

	N	%
Mekansal olarak büyük olması	37	66,1
Mekansal olarak küçük olması	1	1,8
Kullanışlı olması	36	64,3
Şehirdeki konumu	46	82,1
Bloktaki konumu	12	21,4
Cephesi	17	30,4
Manzarası	10	17,9
Mekan atmosferi	16	28,6
Kullanılan malzemelerin kalitesi ve dayanıklılığı	6	10,7
<b>Toplam</b>	<b>181</b>	<b>323,2</b>

Tablo B.34’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %66,1’i mekansal olarak büyük olması, %1,8’i mekansal olarak küçük olması, %64,3’ü kullanışlı olması, %82,1’i şehirdeki konumu, %21,4’ü bloktaki konumu, %30,4’ü cephesi, %17,9’u manzarası, %28,6’sı mekan atmosferi ve %10,7’si kullanılan malzemelerin kalitesi ve dayanıklılığı özelliklerinden memnun olduklarını belirtmişlerdir.

### Anketin 3. Bölümünden Elde Edilen Veriler ve Değerlendirilmesi

Katılımcıların evlerini dekore ederken bir iç mimar ile çalışıp/çalışmadıklarına ait bilgiler Tablo B.35’te verilmiştir.

**Tablo B.35 :**“Evinizi dekore ederken bir iç mimar ile çalıştınız mı?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Evet	5	8,9
Hayır	51	91,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.35’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %8,9’u evet iç mimar ile çalıştım, %91,1’i hayır iç mimar ile çalışmadım yanıtlarını vermişlerdir.

Katılımcıların evlerinin dekorasyonunun yaparken nelerden yararlandıklarına ait bilgiler Tablo B.36’da verilmiştir.

**Tablo B.36 :**“Evinizin dekorasyonunu yaparken aşağıdakilerden herhangi birinden yararlandınız mı?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Mobilya ve dekorasyon dergilerinden	22	43,1
Mobilya ve dekorasyon ürünleri satan mağazalardan	22	43,1
Televizyon programlarından	14	27,5
Çevremdeki insanların konut dekorasyonlarından	21	41,2
Yurtdışı gözlemlerimden	25	49,0
Yararlanmadım	16	31,4
Diğer	2	3,9
<b>Toplam</b>	<b>122</b>	<b>239,2</b>

Tablo B.36’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve evini dekore ederken bir iç mimar ile çalışmayanların %43,1’i mobilya ve dekorasyon dergilerinden, %43,1’i mobilya ve dekorasyon ürünleri satan mağazalardan, %27,5’i televizyon programlarından, %41,2’si çevremdeki insanların konut dekorasyonlarından, %49,0’u yurtdışı gözlemlerimden ve %3,9’u diğer şeylerden yararlanmış ve katılımcıların %31,4’ü evini dekore ederken hiçbir şeyden yararlanmamıştır.

Katılımcıların evlerini dekore ederken satın aldıkları ürünlerden en çok nelere dikkat ettiklerine ait bilgiler Tablo B.37’de verilmiştir.

**Tablo B.37** :“Evinizi dekore ederken satın aldığımız ürünlerde en çok nelere dikkat ettiniz?” Yüzde ve Frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Malzeme kalitesine ve sağlamlığına	47	92,2
Tasarımına	46	90,2
Renk uyumuna	41	80,4
Popüler oluşuna	34	66,7
Göz zevkime hitap etmesine	43	84,3
Mekanı ferah göstermesine	40	78,4
Mekana sıcaklık katmasına	35	68,6
Rahatlığına/konforlu oluşuna	38	74,5
Kullanışlı olmasına	44	86,3
Lüks olmasına	45	88,2
Bilindik iyi markalardan olmasına	50	98,0
Demonte olmasına	31	60,8
Portatif olmasına	38	74,5
<b>Toplam</b>	<b>532</b>	<b>1043,1</b>

Tablo B.37’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve evini dekore ederken bir iç mimar ile çalışmayanların %92,2’si malzeme kalitesine ve sağlamlığına, %90,2’si tasarımına, %80,4’ü renk uyumuna, %66,7’si popüler oluşuna, %84,3’ü göz zevkime hitap etmesine, %78,4’ü mekanı ferah göstermesine, %68,6’sı mekana sıcaklık katmasına, %74,5’i rahatlığına/konforlu oluşuna, %86,3’ü kullanışlı olmasına, %88,2’si lüks olmasına, %98,0’i bilindik iyi markalardan olmasına, %60,8’i demonte olmasına ve %74,5’i portatif olmasına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların iç mimarın evlerini dekore ederken en çok hangi konu veya konularda talepte bulduklarına ait bilgiler Tablo B.38’de verilmiştir.

**Tablo B.38 :**“İç mimar evinizi dekore ederken en çok hangi konu veya konularda talepte buldunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Mekanların ve mobilyaların kullanışlı olmasına	6	100,0
Kullanılan malzemenin kaliteli ve sağlam olması	6	100,0
Bilinen iyi markalara ait malzeme ve mobilyaların kullanılması	6	100,0
Popüler mobilya parçaları kullanılması	5	83,3
Rahat/Konforlu mobilyalar kullanılması	6	100,0
Lüks malzemeler ile tasarlanması	5	83,3
Mobilyaların demonte olması	4	66,7
Renklerin uyumlu olması	6	100,0
Göz zevkime hitap etmesi	6	100,0
Mekanı ferah göstermesi	5	83,3
Mekana sıcaklık katması	5	83,3
<b>Toplam</b>	<b>60</b>	<b>1000,0</b>

Tablo B.38’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve evini dekore ederken bir iç mimar ile çalışanların %100,0’ü mekanların ve mobilyaların kullanışlı olması, %100,0’ü kullanılan malzemenin kaliteli ve sağlam olması, %100,0’ü bilinen iyi markalara ait malzeme ve mobilyaların kullanılması, %83,3’ü popüler mobilya parçaları kullanılması %100,0’ü rahat/konforlu mobilyalar kullanılması, %83,3’ü lüks malzemeler ile tasarlanması, %66,7’si mobilyaların demonte olması, %100,0’ü renklerin uyumlu olması, %100,0’ü göz zevkime hitap etmesi, %83,3’ü mekanı ferah göstermesi ve %83,3’ü mekana sıcaklık katması konularında talepte bulunmuşlardır.

Katılımcıların konutlarında neler değiştirmek istediklerine ait bilgiler Tablo B.39’da verilmiştir.

**Tablo B.39 :**“Konutunuzda neyi veya neleri değiştirmek isterdiniz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Banyo kısmı	1	1,8
Televizyon	1	1,8
Camlar ve klima	1	1,8
Dekor değişimleri	1	1,8
Değiştirmek istemem	52	92,9
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.39’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %1,8’i banyo kısmı, %1,8’i televizyon, %1,8’i camlar ve klima, %1,8’i dekor değişimleri yapmak isterken %92,9’u konutta hiçbir şeyi değiştirmek istememektedir.

Katılımcıların konutlarını ev/yuva olarak tanımlarına ait bilgiler Tablo B.40'ta verilmiştir.

**Tablo B.40 :**“Yaşadığınız konutu Ev/Yuva olarak tanımlar mısınız?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	52	92,9
Hayır	2	3,6
Hem Evet, Hem Hayır	2	3,6
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.40'ta görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %92,9'u evet tanımlarım, %3,6'sı hayır tanımlamam ve %3,6'sı hem evet hem hayır yanıtını vermiştir.

Katılımcıların ev dışında geçirdiği bir günün veya belirli bir süreli seyahatin ardından eve döndüklerinde “benim evim, güzel evim” veya “insanın evi gibisi yok” gibi söylemde bulunup/bulunmadıklarına ait bilgiler Tablo B.41'de verilmiştir.

**Tablo B.41 :**“Ev dışında geçirdiğiniz bir günün veya belirli süreli seyahatin ardından eve döndüğünüzde benim evim, güzel evim veya insanın evi gibisi yok gibi söylemlerde bulunur musunuz?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	47	83,9
Hayır	9	16,1
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B.41'de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %83,9'u evet, %16,1'i hayır yanıtını vermiştir.

Katılımcıların konutlarında kullanım bakımından eksik veya yetersiz buldukları alanlara ait bilgiler Tablo B.42'de verilmiştir.

**Tablo B.42 :**“Konutunuzda kullanım bakımından eksik veya yetersiz bulduğunuz bir alan var mı?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Evet	15	26,8
Hayır	41	73,2
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>

Tablo B6.42'de görüldüğü gibi araştırma katılanların %26,8'i evet, %73,2'si hayır yanıtını vermiştir.

Katılımcıların konutlarında eksik veya yetersiz buldukları alanlara ait bilgiler Tablo B.43'te verilmiştir.

**Tablo B.43 :** “Eksik veya yetersiz alanlar” yüzde ve frekanslar

	N	%
Mutfak	2	13,3
Salon	6	40,0
Yatak Odası	1	6,7
Banyo/Tuvalet	2	13,3
Balkon/Teras	5	33,3
Diğer	2	13,3
<b>Toplam</b>	<b>18</b>	<b>120,0</b>

Tablo B.43’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların ve konutunda kullanım bakımından eksik veya yetersiz alan bulundu yanıtını verenlerin %13,3’ü mutfak, 40,0’ı salon, %6,7’si yatak odası, %13,3’ü banyo/tuvalet, %33,3’ü balkon/teras ve %13,3’ü diğer alanları eksik veya yetersiz bulmaktadır.

**Mutfak;** Yetersiz, mutfak için oturma kısmı yetersiz

**Salon;** Genişliği arttırılabilir, küçük geliyor bana, büyük olabilir, daha geniş olmalı, fiyata göre daha da büyütülebilir, geniş olabilirdi.

**Yatak;** Daha geniş olabilir

**Banyo/Tuvalet;** Geniş değil, yetersiz

**Balkon;** Balkon yok

**Diğer;** Daha geniş mekanlar(2)

Katılımcıların yaşadıkları konutların ihtiyaçlarını karşılamalarının önemine ait bilgiler Tablo B.44’te verilmiştir.

**Tablo B.44 :** “Konutunuzun aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini karşılaması sizin için önemlidir?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Güvende olma ve korunma	54	96,4
Kendimi ifade etme	33	58,9
Aidiyet	39	69,6
Mahremiyet	45	80,4
Bağımsızlık ve özgürlük	52	92,9
Belli bir topluluğun parçası olarak itibar kazanma	33	58,9
Estetik ve güzellik	41	73,2
<b>Toplam</b>	<b>297</b>	<b>530,4</b>

Tablo B.44’te görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %96,4’ü güvende olma ve korunma, %58,9’u kendimi ifade etme, %69,6’sı aidiyet, %80,4’ü mahremiyet, %92,9’u bağımsızlık ve özgürlük, %58,9’u belli bir topluluğun parçası olarak itibar kazanma ve %73,2’si estetik ve güzellik ihtiyaçlarının karşılanması için önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Katılımcıların oturmakta oldukları konutların ihtiyaçlarını ne derece karşıladıklarına ait bilgiler Tablo B.45’te verilmiştir.

**Tablo B.45 :**“Oturmakta olduğunuz konut, aşağıdaki ihtiyaçlardan hangilerini ne derece karşılıyor?” yüzde ve frekanslar

İhtiyaçlar	X	SS	1	2	3	4	5
			% f	% f	% f	% f	% f
Güvende olma ve korunma	5,00	,000	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
			0	0	0	0	56
Kendimi ifade etme	4,79	,731	1,8	0,0	7,1	0,0	91,1
			1	0	4	0	51
Aidiyet	4,82	,690	1,8	0,0	5,4	0,0	92,9
			1	0	3	0	52
Mahremiyet	5,00	,000	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
			0	0	0	0	56
Bağımsızlık ve özgürlük	4,96	,267	0,0	0,0	1,8	0,0	98,2
			0	0	1	0	55
Belli bir topluluğun parçası olarak itibar kazanma	4,46	1,111	5,4	0,0	16,1	0,0	78,6
			3	0	9	0	44
Estetik ve güzellik	4,89	,593	1,8	0,0	1,8	0,0	96,4
			1	0	1	0	54

1.Hiç Karşılmıyor, 2.Karşılmıyor, 3.Ne Karşılıyor Ne Karşılmıyor, 4.Karşılıyor, 5.Fazlasıyla Karşılıyor

Katılımcıların konutlarının fiziksel şartlarını sıfat çiftlerine göre değerlendirmelerine ait veriler Tablo B.46’da verilmiştir.

**Tablo B.46 :**“Konutunuzun fiziksel şartlarını, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre değerlendiriniz” yüzde ve frekanslar

Sıfatlar	1	2	3	Nötr	1	2	3	Sıfatlar
	% f	% f	% f	% f	% f	% f	% f	
Nemli	1,8	0,0	17,9	75,0	3,6	0,0	1,8	Kuru
	1	0	10	42	2	0	1	
İyi	0,0	0,0	75,0	23,2	1,8	0,0	0,0	İyi
Isınan	0	0	42	13	1	0	0	ısınmayan
Güneş alan	0,0	0,0	82,1	16,1	0,0	1,8	0,0	Güneş almayan
	0	0	46	9	0	1	0	
Doğal ışık alan	0,0	0,0	80,4	17,9	0,0	1,8	0,0	Işık almayan
	0	0	45	10	0	1	0	
Yorucu olmayan	0,0	0,0	92,9	7,1	0,0	0,0	0,0	Yorucu olan
	0	0	52	4	0	0	0	

Katılımcıların konutlarını psikolojik gereksinimler bağlamında sıfat çiftlerine göre değerlendirmelerine ait veriler Tablo B.47’de verilmiştir.

**Tablo B.47** :“Konutunuzu psikolojik gereksinimler bağlamında, aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?” Yüzde ve Frekanslar

Sıfatlar	1	2	3	Nötr	1	2	3	Sıfatlar
	% f	% f	% f	% f	% f	% f	% f	
Sıcak	0,0	0,0	57,1	41,1	1,8	0,0	0,0	Soğuk
	0	0	32	23	1	0	0	
Ait olma	0,0	0,0	76,8	23,2	0,0	0,0	0,0	Ait olmama
	0	0	43	13	0	0	0	
Tatmin edici	0,0	0,0	80,4	19,6	0,0	0,0	0,0	Tatminsizlik
	0	0	45	11	0	0	0	
Mutluluk	0,0	0,0	87,5	12,5	0,0	0,0	0,0	Mutsuzluk
	0	0	49	7	0	0	0	
Sevgi	0,0	0,0	89,3	10,7	0,0	0,0	0,0	Nefret
	0	0	50	6	0	0	0	
Rahatlık	0,0	0,0	98,2	1,8	0,0	0,0	0,0	Rahatsızlık
	0	0	55	1	0	0	0	

Katılımcıların konutlarının şu anki konumunun sıfat çiftlerine göre değerlendirmelerine ait veriler Tablo B.48’de verilmiştir.

**Tablo B.48** :“Konutunuzun şu anki konumunu aşağıdaki sıfat çiftlerine göre nasıl değerlendirirsiniz?” yüzde ve frekanslar

Sıfatlar	1	2	3	Nötr	1	2	3	Sıfatlar
	% f	% f	% f	% f	% f	% f	% f	
Çevresiyle uyumlu	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Uyumsuz
	0	0	56	0	0	0	0	
Mimari anlamda nitelikli	0,0	0,0	94,6	5,4	0,0	0,0	0,0	Nitelsiz
	0	0	53	3	0	0	0	
Büyük	0,0	0,0	87,5	12,5	0,0	0,0	0,0	Küçük
	0	0	49	7	0	0	0	
Kullanışlı	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Kullanışsız
	0	0	56	0	0	0	0	
Bakımlı	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Bakımsız
	0	0	56	0	0	0	0	
Konforlu	0,0	0,0	96,4	3,6	0,0	0,0	0,0	Konforsuz
	0	0	54	2	0	0	0	
Aydınlık	0,0	0,0	96,4	3,6	0,0	0,0	0,0	Karanlık
	0	0	54	2	0	0	0	
Ferah	0,0	0,0	94,6	5,4	0,0	0,0	0,0	Kasvetli
	0	0	53	3	0	0	0	
Kendi içinde uyumlu dekore edilmiş	0,0	0,0	91,1	8,9	0,0	0,0	0,0	Rastgele dekore edilmiş
	0	0	51	5	0	0	0	
Özgün	0,0	0,0	82,1	17,9	0,0	0,0	0,0	Sıradan
	0	0	46	10	0	0	0	
Gösterişli	0,0	0,0	85,7	12,5	0,0	0,0	1,8	Sade / Gösterişsiz
	0	0	48	7	0	0	1	

Katılımcıların evlerinde en çok hangi mekanı sevdiklerine ait bilgiler Tablo B.49’da verilmiştir.

**Tablo B.49 :**“Evinizde en çok hangi mekanı seviyorsunuz?” yüzde ve frekanslar

	N	%
Giriş/Antre	7	12,5
Mutfak	9	16,1
Salon	38	67,9
Yemek Odası	2	3,6
Yatak Odası	10	17,9
Banyo/Tuvalet	2	3,6
Balkon	1	1,8
<b>Toplam</b>	<b>69</b>	<b>123,2</b>

Tablo B.49’da görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %12,5’i giriş/antre, %16,1’i mutfak, %67,9’u salon, %3,6’sı yemek odası, %17,9’u yatak odası, %3,6’sı banyo/tuvalet ve %1,8’i balkon mekanlarını sevdiklerini belirtmişlerdir.

**Giriş/Antre;** Eve giriş, eve geldiğim hissi, evde olma hissi ve dinlenme, evde olduğumu hatırlatıyor, eve giriş, eve girdiğimi anlıyorum, dinlenme zamanı anlamına geliyor.

**Mutfak;** Yemek alanı, yemek yemek için, yemek yapmak rahatlatıyor, yemeği severim, yemek yapma alanı, yemek hazırlamasını severim, kendime göre, yemek yapma alanım, yemek hazırlama.

**Salon;** Geniş, rahat, geniş, en ferah kendimi hissettiğim yer, keyif alanım, rahat, geniş olması, çok geniş, film keyfi için, daha ferah, şık ve konforlu, son derece ferah, en geniş alan, genişliği, keyif alanım, ferah geniş, daha ferah geniş, ferah geniş, rahatlığı film keyfi dinlenme hissi, büyüklüğü, geniş olması, kafamı dinliyorum, geniş olması, büyük ve ferah, keyif alanım genişliği, en geniş alan, alanı geniş, geniş alan daha büyük, geniş, genişliği, evde olma hissi, rahat ediyorum, büyüklüğü, geniş, sinema ve film için kullandığım için, her insan gibi, kendi kafamı dinlediğim alan.

**Yemek odası;** yemek yeme alanı, yemek yapmak için.

**Yatak odası;** Uyku için, uyku amaçlı, uyku amaçlı, uyku ihtiyacı, uyumayı seviyorum, dinlenme, dinlenme alanı, uyku için, özel alanım, dinlenme alanım.

**Banyo/Tuvalet;** İş sonrası banyo, her gün bir kez duş aldığım için.

**Balkon;** Manzara.

Katılımcıların evlerinde sıklıkla değişiklik yaptıkları bir mekanın olup olmadığına ait bilgiler Tablo B.50’de verilmiştir.

**Tablo B.50** :“Evinizde sıklıkla değişiklik yaptığınız bir mekan var mı?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Mekan</b>	<b>Nedeni</b>
Evet	1	1,8	Salon	Aksesuar Seviyorum
Hayır	55	98,2		
<b>Toplam</b>	<b>56</b>	<b>100,0</b>		

Tablo B.50’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %1,8’i evet, %98,2’si hayır yanıtını vermiştir. Sürekli değişiklik yapılan mekan salon ve neden olarak aksesuarın sevilmesi belirtilmiştir.

*Evet; Salon: Aksesuar seviyorum.*

Katılımcıların bu zamana kadar evlerinde ne tür değişiklik yaptıklarına ait bilgiler Tablo B.51’de verilmiştir.

**Tablo B.51** :“Evinizde bu zamana kadar ne tür değişiklikler yaptınız?” yüzde ve frekanslar

	<b>N</b>	<b>%</b>
Mekan ayırma	1	1,8
Boya	3	5,4
Dekorasyonda değişiklik	9	16,1
Mobilya	9	16,1
Diğer	5	8,9
Değişiklik yapmadım	35	62,5
<b>Toplam</b>	<b>62</b>	<b>110,7</b>

*Diğer; Ufak tefek aparatlar, ufak tefek eşya, bahçeye setler ve barınak şeklinde kulübe, koleksiyon alanı, ufak çaplı küçük eşyalar*

Tablo B.51’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %1,8’i mekan ayırma, %5,4’ü boya, %16,1’i dekorasyonda değişiklik, %16,1’i mobilya ve %8,9’u diğer alanlarda değişiklik yapmışlardır. Araştırmaya katılanların %62,5’i bu zamana kadar hiçbir alanda değişiklik yapmadığını belirtmişlerdir.

- Katılımcıların Hane Halkı Sayılarına Göre Varyap Meridian’de Oturmakta Oldukları Konut Tiplerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konut tiplerine ilişkin seçimler arasında anlamlı bir fark olup olmadığını parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis Testi ile analiz edilmiş sonuçları Tablo B.52’de gösterilmiştir.

Kruskal Wallis Testi hipotezleri aşağıda verilmiştir.

H0 = Katılımcıların hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutlara ilişkin seçimler arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1 = Katılımcıların hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutlara ilişkin seçimler arasında anlamlı bir fark vardır.

**Tablo B.52 :**Hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutlara ilişkin seçimler arasındaki farkın Kruskal Wallis Testi

	<b>Hane Halkı Sayısı</b>	<b>N</b>	<b>Sıra Ortalaması</b>	<b>Serbestlik Derecesi</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Anlamlılık</b>
Konut Tipleri	Tek Başıma	38	24,95	3	8,170	,043	<b>Anlamlı</b>
	2 Kişi	6	32,75				
	3 Kişi	10	36,05				
	4 Kişi	2	45,50				
	<b>Toplam</b>	<b>56</b>					

\*Kruskall Wallis Testi

Katılımcıların hane halkı sayılarına göre Varyap Meridian’de oturmakta oldukları konutlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Kruskal Wallis Testi’nin sonucuna göre konut tipi seçimleri ile katılımcıların hane halkı sayıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).



## ÖZGEÇMİŞ

**Ad-Soyad** : Fahriye Gülin BİLGİÇ  
**Doğum Tarihi ve Yeri** : 10 Kasım 1988 / Ankara  
**E-posta** : f.gulinguler@gmail.com

### ÖĞRENİM DURUMU:

- **Lisans** : 2012, Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü.
- **Yüksek Lisans** : 2018, İstanbul Teknik Üniversitesi, İç Mimari Tasarım Anabilim Dalı, İç Mimari Tasarım Uluslararası Yüksek Lisans Programı.

### MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- SOCAR Turkey Energy A.Ş., İstanbul/Türkiye  
Şubat 2017-Mevcut  
İç Mimar & Mimari Projeler Yöneticisi
- ONE-RX / Samsung Group, İstanbul/Türkiye  
Ağustos 2013–Aralık 2016  
İç Mimar & Mağaza Proje Tasarımcısı
- One-RX Dubai Genel Merkez  
2014 Yılı'nın En İyi Projesi Ödülü (Samsung B2B Event Projesi, Shangri La Bosphorus Hotel)
- Shangri La Bosphorus Hotel, Boutique, İstanbul/Türkiye  
Kasım 2014–Ocak 2015  
İç Mimar & Mağaza Proje Tasarımcısı