



## BALIKESİR'DE ŞEHİRSEL İMAJ: ŞEHİRSEL PROBLEMLERİN TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

### THE URBAN İMAGE OF BALIKESİR: A STUDY DN THE İDENTİFİCATION OF URBAN PROBLEMS

Prof.Dr. Alpaslan ALİAĞAOĞLU<sup>1</sup>

Semra YILMAZ ÇİLDAM <sup>2</sup>



#### Özet

*Şehirselleşme kavramının algısının özel biçimidir. Şehirler insanların çok olduğu, çok sayıda öznel imaja sahip yerleşmelerdir. Şehre ait imajların iyi okunmasının şehirler açısından çok yönlü öneme sahiptir. Bu çalışmada şehirselleşme imajı, Balıkesir'de şehirselleşme problemlerinin tespiti açısından analiz edilmektedir. İmaj çalışmaları tasarımsal şehir imajı ve değerlendirme şehir imajı gibi iki yaklaşımla ele alınmaktadır. Çalışmada değerlendirme şehir imajı kullanılmıştır. Veriler anket uygulaması ile elde edilmiş, SPSS programında betimsel istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Sonuçta görülmektedir ki Balıkesir şehrinin mahalle düzeyinde en beğenilen özelliği, ulaşım kolaylığıdır. Mahallelerin manzaralı olmaması beğenilmeyen özelliği olarak sıklıkla ifade edilmektedir. Şehrin en önemli problemi, çarşıda trafik park sorunu iken, küçük ve sakin oluşu şehrin en beğenilen özelliği olarak sıklıkla ifade edilmektedir.*

**Anahtar kelimeler:** Balıkesir, şehir, şehirselleşme imajı, şehirselleşme problemleri

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, alpaslan38ster@gmail.com

<sup>2</sup> Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora öğrencisi, [semrayc@gmail.com](mailto:semrayc@gmail.com)

Dergiye Müracaat Tarihi: 03.12.2016

**Abstract**

*The urban image is special form of the perception of the past. With a lot of people, cities are settlements that have many subjective images. The reading of the image of city is of versatile importance regarding cities. In this study urban image is analyzed in terms of identification of urban problems of Balıkesir. City images are addressed with two approaches, being designative and appraisive urban image. In this study, appraisive aspect of urban image is used. Obtained by the application of survey, data are evaluated by using descriptive statistics in SPSS. In conclusion, the results show that the most popular feature of Balıkesir city in local level is ease of transportation. The lack of neighborhood scene is often expressed as a unpopular feature. The most important problem that city has is traffic and parking problem. Being small and quiet is the most popular city feature.*

**Key words:** Balıkesir, city, urban image and urban problems.

## **Giriş**

Şehirsel çevre homojen değildir. Şehirler hoş olan ve olmayan alanlardan ibarettir. Bu özellik içinde yaşayanları olumlu ve olumsuz şekilde etkilemektedir. “Şehir bir metin” olarak kabul edilirse olumsuz özelliklerin ortadan kaldırılması şehirsel çevrenin iyi anlaşılmasına veya okunmasına bağlıdır. Şehirsel çevrenin algılanması veya şehirsel imajın bu açıdan önemi büyüktür. Şehirsel imaj şehir içinde yaşayanlar tarafından deneyimle elde edilen, şehirsel çevreye ait inanç, fikir ve görüşlerin bütünüdür. Şehirsel imajı, şehrin mekânsal özellikleri, zaman, bazı kurum ve kuruluşların faaliyetleri ve şehrin bir parçası olan insanların sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerine bağlı olarak oluşmaktadır. Bu çalışmada Balıkesir’in şehirsel imajı, şehirsel problemler açısından analiz edilmektedir. Mahalle bazında beğenilen ve beğenilmeyen özellikler yanında genel olarak şehirsel sorunlar ve beğenilen özellikler araştırılmaktadır. Şehirde ortaya çıkan problemlerin çözümü ve olumlu imajın devamı kurumların çeşitli faaliyetleri yanında şehir halkının şehir konusundaki algılarının bilinmesiyle daha kolay olacaktır. “Güçlü bir kent imajı, kentin her açıdan, kalkınmasına katkıda bulunacak, destekleyici bir unsur olarak görülmektedir” (Demirel, 2014: 230).

Şehirsel imaj ile ilgili çalışmalar davranışsal coğrafyada yapılmaktadır. “Mekân ve yerin coğrafyasının anlaşılması, insanların çevresel bilgiyi algılaması, düzenlemesi, tecrübe etmesi ve ona anlam vermesine bağlı olduğu kadar bu bilgiyi kullanarak davranmasına da bağlıdır” (Aitken vd. 1989: 218). Davranışsal coğrafya, “çevreyi nasıl algıladığımız, düşüncelerimiz ile algılarımızın davranışlarımızı nasıl etkilediğinin incelenmesidir. Davranışsal coğrafya, insanların çevrelerine tepkilerinin, çevrelerini nasıl algıladıkları ve anladıklarını bağlı olduğunu esas alan yaklaşımdır” (Bergman, 1995: 50).

Davranışsal coğrafyada konular genel olarak iki yaklaşımla ele alınır. Bunlar tasarımsal şehir imajı ile değerlendirme şehir imajıdır. Çevresel algılama ve davranışsal coğrafya konusundaki çalışmaların dört farklı konuda yapıldığı görülmektedir. Bunlar: Mekânsal bilme-öğrenme ve beşeri davranış (analitik davranışsal coğrafya), kökeni doğal afet algılamasına dayanan insan-çevre ilişkilerinin çevreyle ilgili boyutları, coğrafi görünümün algılanması ve deneyimi ve bireysel, sosyal ve kültürel kıyaslama çalışmalarıdır (Aitken vd. 1989).

Çalışma kısa bir giriş kısmından sonra beş bölümde ele alınmaktadır. Birinci bölümde ilgili yayınlar gözden geçirilmektedir. İkinci bölümde kavramsal çerçeve ele alınmakta; şehir imajı çalışmalarının üzerinde kurulduğu teorik arka plan verilmektedir. Yöntem bölümünde verilerin elde edilmiş ve değerlendirme şekli ve sınırlılıklardan bahsedilmektedir. Çalışmanın temeli ya da Balıkesir şehir imajı anket uygulanmasıyla elde edilen sonuçlara göre, dördüncü bölümde değerlendirilmektedir. Son bölüm kısaca problemin tekrar ortaya konulması ve varılan sonuçların açıklanmasından ibarettir.

## **Yöntem**

Çalışmada veriler anket uygulaması ile elde edildi. Anket Balıkesir şehrinin merkez mahallelerine yapıldı. Balıkesir’in Büyük Şehir olmasıyla, idari olarak mahalle konuma yükselen köy yerleşmeleri dikkate alınmadı. 2015 yılı TÜİK verilerine göre şehir

nüfusu 278 000 kadardır. Şehirde uygulanan anket sayısı bu nüfus dikkate alınarak, %95 güven aralığında ve %5 hata kabul oranı ile 374 olarak belirlendi. Şehir 40 mahalleden oluşmaktadır. Anket uygulaması mahalle nüfusları dikkate alınarak yapıldı. Çalışmada üç aylık bir zaman diliminde 498 adet anket yapıldı. Ancak bunların 430 kadarı değerlendirildi. Anket çoklukla self tamamlama metodu ile yapıldı. Yüz yüze görüşme metodu da kullanıldı. Ankette kullanılan sorular kapalı uçlu ve çok cevaplı sorular şeklindedir. Ankete kişisel bilgilerin alınmasıyla başlandı. Bu kısımdan sonra anket dört farklı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde mahallenin beğenilen özelliklerinin seçimi istenmiştir. İkinci bölüm mahallenin beğenilmeyen özellikleriyle ilgilidir. Bu özellikler kaynağını tespit edemediğimiz bir çalışmadan alınmıştır. Üçüncü bölümde şehirde ortaya çıkan sorunlar sorulmakta; bu alanda 12 problem sıralanmaktadır. Bu problemler daha önce şehirde yaşayan halkla yapılan mülakatlar sonucu elde edilmiştir. Son bölümde Balıkesir şehrinin beğenilen özellikleri ilgili bilgi elde edilmektedir. Elde edilen anket sonuçları SPSS programına girilerek, sıklık analizi yapılmış, betimsel istatistiki sonuçlar elde edilmiştir. Betimsel istatistiki sonuçlar, değerlendirme şehir imajı teorik çerçevesinde çözümlenmiştir.

Çalışmada çapraz sorgulamanın yapılmamış olması bir eksiklik olarak değerlendirmelidir.

### **İlgili yayımlar**

Bal vd. (2012), Isparta şehri örneğinde, muhtarların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile mahalle ve kentsel sorunlara bakış açıları arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Çalışmada muhtarlar ve muhtarlık kurumunun çeşitli sorun ve özellikleri yanında, muhtarların şehirsel sorunlara bakış açısı konusunda bilgi verilmiştir. Kentli kimdir? Sorusuna, “kent hayatına uyum sağlayanlar kentlidir, cevabını verilmiştir. Isparta’ya göç ile gelenlerin şehir hayatına uyum sağlamasına neden olan en önemli faktör, akrabaların varlığıdır.

Isparta’nın olumlu yönleri, önem sırasına göre, güvenli olması, ucuz olması, küçük bir şehir olması, ulaşımın rahat olması, sağlık hizmetlerinin yeterli ve uygun olması, eğitim hizmetlerinin kaliteli olması, üniversitenin varlığı ve Ispartalıların hoşgörülü olması şeklinde sıralanmaktadır.

Isparta’nın olumsuz yönleri olarak, başta istihdamın yetersiz oluşu olmak üzere, hava kirliliği, fazla göç alması, kiraların yüksek oluşu, üniversite öğrencilerinin davranışları şeklinde sıralanmaktadır.

Muhtarlara göre belediyenin çözmesi gereken en önemli üç acil sorun, şehir içi caddelerde paralı park, çevre temizliği ve hava kirliliğidir.

Yabancı yazında değerlendirme imajı ile ilgili çok sayıda yayın yapılmıştır. Türkiye’de de bu konuda çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir.

Değerlendirme imajı çalışmalar şehir herhangi bir parçasında yapılan değişikliğin halk tarafından nasıl algılandığı ile ilgili olabileceğiyle gibi (Seymour vd. 2010, Brain vd.

2011), şehirde suç alanları veya şehrin güvenliği (Lopez ve Lukinbeal 2010) ile ilgili de olabilmektedir. Kuşkusuz değerlendirme şehir imajı başka amaçlar için de yapılmaktadır.

Davranışsal coğrafya çalışmaları çok sayıda bilim tarafından yapılmaktadır. Davranış ve eğitim bilimi, ekonomi, işletme, turizm, sosyoloji ve halkla ilişkiler, iletişim bunlardan bir kaçıdır. Konu coğrafyacılar tarafından da ele alınmaktadır. Bu konuda uygulamalı çalışmayı yapan ilk bilim insanı Harun Tunçel'dir. Tunçel'in tasarım imajı ile ilgili eseri (2002) olduğu gibi, değerlendirme imajı konusunda da çalışması vardır. Bu konuda çalışma yapan diğer coğrafyacılar arasında, Aliağaoğlu (2007), Karadağ ve Turut (2013), Sağdıç (2014) ile Temurçin ve Keçeli (2015) de yer almaktadır.

Tunçel'in "Türk Öğrencilerinin Zihin Haritalarında İslam Ülkeleri" çalışması ülkemizde, Tümertekin (1978) ve Tolun'un (1980) teorik çalışmalarından sonra, davranışsal coğrafyada uygulamaya geçişin adı olmuştur. Taslak harita yöntemini de kullanan Tunçel, öğrencilerin İslam Dünyasını algılamasını araştırmıştır. Eğitim sistemi, alan-nüfus, yakınlık, kültürel bağlar, güncellik ve tarihi faktörlerin zihinsel haritaların oluşumunu etkileyen başlıca faktörler olarak ortaya çıktıkları görülmüştür. Öncelikle yapılan haritalar Avrupa merkezlidir. Öğrencilerin yükseköğrenim öncesi deneyimleri ve eğitim gördükleri ortamlardaki uyarıcılar zihinsel haritaların oluşumunda etkili olan bir başka unsurdur. Araştırmacı taslak harita tasarlama ve çizmede başarısız olunmasını ülkemiz eğitim sisteminin yetersizliğine bağlamaktadır. Güneybatı Asya ülkelerinin bilinmesi yakınlık ile ilgili iken; Osmanlı İmparatorluğu sınırları dâhilindeki ülkelerin bilinmesi tarihi ve kültürel bağlarla ilgilidir. Çeçenistan'ın Rusya federasyonunda en çok bilinen ülke oluşu güncellik ile ilişkilidir. Batı Trakya ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinin bilinmemesi araştırmacı tarafından üzüntü verici olarak değerlendirilmektedir (Tunçel 2002).

Aliağaoğlu (2007), Lynch ve Appleyard tipolojilerini kavramsal çerçeve olarak kullanarak, coğrafya bölümünde okuyan 1 ve 3. Sınıfların Balıkesir şehir imajını analiz etti. Taslak harita yöntemi kullanılan çalışmada, Lynch tespitlerinin aksine, şehirselleme sadece fiziki elemanların etkisi ile değil, onu kullanımının da bir sonucudur. Bu kullanımda farklı ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçları karşılayan elemanların mekânsal dağılımının önemli etkisi olduğu görüldü. Şehirselleme görsel elemanlardan yollar değil, nirengi noktaları ön plana çıkmaktadır. Şehirselleme algı zamana bağlı olarak şekillenen bir olaydır. Zamanla netleşmekte ve mekânsal olarak genişlemektedir.

Tunçel (2009) Elazığ şehrinde alışveriş için kullanılan önemli bir caddenin şehirde yaşayan çeşitli gruplar arasında zihin haritası yoluyla nasıl algılandığını çalışmıştır. Genel olarak bakıldığında, zihin haritalarının oluşumunda gruplar arasında belirgin farklılıklar vardır. Bütün gruplar kendilerine tanıdık olan işyerlerini başlangıç noktası olarak seçmişlerdir. Örnek olarak memurlar resmi kurumları, öğretmen ve akademisyenler büyük cepheli bilinen işyerleri ve resmi kurumları seçmişlerdir.

Karadağ ve Turut (2013), öğrenci gözüyle İzmir'in kentsel algısını çalıştı. Çalışmada, anket uygulanan bölümler arasında öğrenci imajlarının farklı olması yanında, İzmir, deniz, özgürlük ve gevrek (simit) sıfatlarıyla anlatılmıştır. Saat kulesi en fazla tekrarlanan nirengi noktası olmuştur. Vapur ve kordon vurgulanan diğer işaretlerdir.

Sağdıç (2014), Üniversite öğrencilerinin İstanbul’a ilişkin algısını çalıştı. Kent algısında tarihi mekânlardan çok doğal unsurlara vurgu yapılmaktadır. İstanbul Boğazı en fazla ifade edilen doğal güzelliştir. Kız kulesi, Topkapı sarayı ve Galata Kulesi en sık ifade edilen tarihi varlıklardır.

Temurçin ve Keçeli (2015), Isparta şehri imajını çalıştı. Sonuç olarak, Isparta örneğinde daha önce Türkiye’nin başka bir yerleşmesinde yaşamamış yabancı öğrencilerin kentsel mekân algılarında en önemli elemanın kamu binaları olduğu görülmüştür. Yollar/kavşaklar ve alışveriş merkezleri önem bakımından sonradan gelen başlıca elemanlar olmuşlardır. Elde edilen sonuçlara göre, nirengi noktaları inşa etme, cazibe merkezleri oluşturma ve kentsel mekân yaratma konusunda bazı eksikliklerin yaşandığı kolayca söylenebilir.

Küreselleşen dünyada, kentler bir imaj ve tüketim mekânına dönüşmüştür. Rekabetçi kentler anlayışıyla, kentlerin tercih edilmesinde onların imajı etkili olmaktadır. Çünkü olumlu imaja sahip kentler, sermaye veya yatırım çekmekte, alışveriş, yerleşim, çalışma yeri, turistik yer seçimi gibi hususlarda etkili olabilmektedir. Aşağıda bu durumu konu alan yazından Türkiye için bazı örnekler verilmektedir.

Değerlendirme imajı çalışmalarının bir kısmı, olumlu kent imajı ve marka şehir oluşturma çabası nedeniyle ve yerleşmelerin turistik potansiyelini artırmak, onları çekici kılmak için de yapılmaktadır. Bu bağlamda Köksal ve Sarı (2014) Burdur şehri imajını, yerel halk ve öğrenciler arasında anket çalışması yaparak değerlendirmişlerdir. Çalışmada yerel halk Burdur’u pozitif yönde algılamakta, öğrenciler farklı şekilde düşünmektedir. Genel olarak, “öğrencilerin kentte ev bulmakta zorlandığı, kentin doğal güzelliklerinin ve eğlence yerlerinin az olduğu, hava kirliliğinin fazlalığı ve ulaşım hizmetlerinin yeterli olmadığı gibi konularda sıkıntı yaşadıkları tespit edilmiştir” (Köksal ve Sarı, 2014: 287). Yazarlara göre, öğrencilere yönelik yatırımlar artırılmalıdır.

Özdemir ve Karaca (2009) benzer bir çalışma yapmışlardır. Afyonkarahisar kent imajını kentte yaşamayanlar arasında anket yaparak tespit etmeye çalışmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre “Afyon kentinin marka olmaya en yakın kentsel ürünleri, kaymak, sucuk, şekerleme, termal ve tarihi kalesi olarak tespit edilmiştir. Ayrıca kentin marka olmak için sahip olduğu avantajlar sıralanmıştır” (Özdemir ve Karaca, 2009: 113) . Bu konuda Türkiye’nin farklı şehirlerinde çalışma yapılmıştır. Özilhan Özbey ve Başer (2015), Konya şehrinde benzer bir çalışma yapmışlardır. Konu Kars şehri (Çalışkan vd. 2014) ve Rize (Can ve Başaran 2014), için de ele alınmıştır.

Can ve Kazan Başaran (2014), Rize örneğinde kent markası ve imajının belirlenmesi konusunu çalıştı. Rize denilince akla çay gelmektedir. Doğal güzellikler ve başbakan takip eden ifadelerdir. Rize’yi en iyi ifade eden kavram “Doğal güzelliklere sahip olması” iken, en az tercih edilen ifade, “Dışa açık il” olmasıdır. Rize halkı çalışkan ve dindar olarak tanımlanmaktadır.

Kent imajı turizm destinasyonları açısından da önemlidir. Olcay ve Doğan (2015) Gaziantep’in şehir imajı potansiyel turistler olan üniversite öğrencileri gözüyle ele alınmıştır. Öğrencilerin turizm ile ilgili görüşlerinde bilimlere göre farklılık ortaya

çıkılmaktadır. Fen bilimlerinde okuyan öğrenciler, sosyal ve beşeri bilimlerde okuyan öğrencilere göre daha seçicidir. Şehrin insani boyutuna ilişkin özelliklerde sosyal ve beşeri bilimlerde okuyan öğrencilerin daha seçici oldukları görülmektedir. Çalışmada sağlık bilimlerinde okuyan öğrenciler dikkate alınmamaktadır.

Bu konuda başka bir çalışma Sapanca'nın turistik yer imajına yönelik olmuştur (Yıldırğan vd. 2015).

Kuşkusuz çeşitli düzenlemeler de kent imajına olumlu yönde katkı yapmaktadır. Bu konuda bir çalışmada Görkemli vd (2013) tarafından yapılmıştır. Çalışmada Mevlana'nın şehir imajı ve tanınmasına olan olumlu katkılarından bahsedilmektedir. Kuşkusuz televizyon dizlerinin ve çekilen filmlerin yerleşme imajına olumlu katkıları da olabilmektedir. Örnek olarak Mardin'de çekilen filmlerin Mardin'in tanınması ve olumlu imajına katkı yaptığı ifade edilmektedir (Şahbaz ve Kılıç, 2009).

Şehir imajının oluşumunda medyanın da rolü vardır. Görkemli ve Solmaz (2014), Konya imajının basında çıkan haberlere göre analizini yaptı. Zaman, Posta ve Hürriyet gazeteleri bu açıdan incelendi. Bir aylık zaman zarfında elde edilen sonuca göre, suç ve spor haberleri sıklığının en yüksek haberler olduğu görüldü. Suçlar içinde en önemli olayların trafik kazaları ile yaralama ve silahlı saldırıydı. Futbol ve bisiklet ile ilgili haberler önemli sportif faaliyetler olarak ifade eldi. Faaliyetler, özellikle eğlenceye yönelik olanlar, fuar ve anma törenleri önemli olan haberler arasında yer almıştır. Tarihi ve kültürel olaylar arasında Mevlana'yı anma törenleri ile Konya mutfağı yer almıştır. Milletvekili faaliyetleri politik haberler arasında sıklıkla yayınlandı. Ekonomi, eğitim, sağlık ve ulaşım haberleri sıklık açısından önemli olmayan haberler grubundaydı. Sonuç olarak Konya'nın basında tek yönlü olarak alınmadığı görüldü.

### **Kavramsal Çerçeve**

Şehirler insan yapısı coğrafi görünümün önemli parçasıdır. "Her şehirli kentin bazı kısımları ile uzun bir münasebeti olmuştur ve ona ilişkin kendi imgesi, hatıra ve anlamlarla yüklüdür" (Lynch, 2010: 3). Buna göre şehirselleşmenin imajı farklı şehirselleşmiş gruplara ve mekânlara göre değişik olmak eğilimindedir. İmaj (zihinsel harita) geçmişin algısıdır. Ya da kafamızdaki resimlerdir. Başka bir şekilde tarif edilirse, algı (imge), "duyu organlarının dıştan aldığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, hayal" olarak tarif edilmektedir (Türkçe Sözlük, 2011:1182). "Ancak imaj algılanan nesnenin bilince yansıyan benzeri olmaktan öte; hatırlama, anlama, kavrama gibi süreçlerle, kişinin birikimlerinin de katılımı ile kişiden ve geçmiş deneyimlerinden de etkilenir" (Kahvecioğlu, aktaran Günel, 2008: 10). "Çevresel imgeler, gözlemci ve çevresi arasında işleyen iki yönlü bir süreçtir. Çevre farklılıklar ve ilişkiler ortaya koyar. Gözlemci ise uyum kabiliyeti ve kendi amaçları doğrultusunda gördüklerini seçer, düzenler ve anlamlandırır" (Lynch, 2010: 7). Bu şekilde oluşturulan imaj şehirselleşmiş mekânın görüntüsü ile ilgili olduğu kadar, aynı mekânı algılayan insanın yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, sosyo-ekonomik durum, yaşanan yerde kalış süresi veya zaman, yaşama alanı ve meslek gibi çok sayıda değişken ile de ilgilidir.

İnsanlar tek bir imaj veya zihinsel haritaya sahip değildir. Özel bir davranış yerine getirildiğinde bilinçsiz bir şekilde hatırlanan bir dizi gizli imajlara sahiptir. Bu bağlamda

şehirsel imaj ile ilgili iki farklı ayırımın yapılması gerekir. Bunlar; tasarımsal (designative) ve değerlendirme (appraisive) imajdır (Knox, 1982).

Şehirsel çevrede yön bulmaya yönelik, mekânın zihinsel örgütlenmesiyle ilişkili imaja tasarımsal imaj denilmektedir. Tasarımsal imaj, büyüklük, şekil, yapı ve düzen ile ilgilidir. Bu konuda en önemli eser Lynch tarafından verilmiştir. Lynch, “Şehrin İmgesi” adlı eserinde şehirsel imaj elamanları beş başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar; bağlantılar, sınırlar, bölgeler, odak noktaları ve nirengi noktalarıdır. Tasarımsal imajda, şehirsel yapının bilgisi sadece çeşitli elaman ve niteliklerden oluşmamakta, mesafe, yön, izafi konum ile ilgili ilişkilerden oluşan mekânsal özelliklerle de bağlantı kurulmaktadır.

Değerlendirme imajı, karar verme süreci ile ilişkili, insanların şehirsel çevre ile ilgili duygularını ifade etmektedir. Çevresel değerlendirmenin esası, ister açık bir şekilde ifade edilsin, ister bir listeyi kontrol etme şeklinde olsun, isterse iyilik-kötülük ölçeğinde sıralama şeklinde olsun, sözel tanımlamadır. Değerlendirme imajı fikir, karar ve tercihlerle ilgilidir. Bunlarla da kalmayıp o, yere duygusal bağlılıkla da ilgilidir. Yüreğin ve aklın yere duyarlılığı, semboller, duygular ve inanışlar alanıdır. Fiziksel bir nesneye adanan anlam veya o nesnenin varlığının uyandırdığı anlamlarla ilgilidir. Değerlendirme imajı çalışmaları çeşitli konuları ele alır. İnsanların herhangi bir faaliyet için yer seçiminden başlayan bu çalışmalar, şehrin bir sembol olarak görülmesi ve yerlilik duygusuna kadar uzanan çeşitliliktedir. Bu bağlamda insanların alışveriş davranışları, konut yeri seçimi tercihleri araştırma konusu olabilmektedir. Yine şehir sembol olarak görülmekte; insanın değer sisteminin, yani, düşünce, inanış, arzu ve korkularının görsel ifadesi olarak tanımlanmaktadır. Yerlilik duygusu yer ve insan arasındaki ilişkilerle ilgilidir. Açıkça ifade edilirse, belirli lokasyonların farklı karakterlerinin veya özelliklerinin farkında olmaktır (Pocock ve Hudson, 1978).

Şehrin herhangi bir mahallesinin çekiciliği veya cazibesi onun yerleşme yeri seçiminde etkili olmaktadır. Bu tür imaj, insanların farklı mahallelerle ilgili pozitif veya negatif duygularının sentezidir. Değerlendirme imajına göre, yerleşme yeri seçiminde üç özellik dikkate alınmaktadır. Bunlar; mahallenin fiziki, sosyal ve lokasyonel özellikleridir. Başka bir çalışmanın sonuçlarına göre, yer seçiminde, mahallenin estetik, gürültü, güvenlik, erişilebilirlik, rahatlık ile ilgili özellikleri dikkate alınmaktadır (Knox, 1982).

### **Balıkesir’de şehirsel imaj ve şehirsel sorunlar**

Anket katılımcılarının sosyal ve demografik özelliklerinin bilinmesinde fayda vardır. Çalışmada analize dâhil edilen anket sayısı 438 adet kadardır. Araştırma büyük çoğunluğuyla erkek katılımcılar üzerinde uygulanmıştır. Katılımcılar arasında erkeklerin oranı %50’nin üzerinde (%62,6) bulunmaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%75,4) 21-50 yaş dilimleri arasında bulunmaktadır (Tablo 1). Üniversite ve lisansüstü öğrenim görenlerin birlikte alınması durumunda, katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek olduğu (%52,2) görülmektedir. Katılımcılar daha çok memur olarak çalışmakta (%22,4), işi olmayanlar (%19,4) ve işçiler (%19,2) memurları takip etmektedir. Ankete katılanların çoğunluğu (67,1) evlidir. Balıkesir şehrinde ve Balıkesir ili dışında doğanlar aynı oranlarla katılımcı durumundadırlar. Balıkesir şehrinde yaşama süresinde en yüksek değer 24,6’lık



oranla 1-10 yıl diliminde yaşayanlardır. 11-20 ila 21-30 yıl yaşama süresine sahip katılımcıların oranı da düşük değildir (Tablo 2).

Tablo 1: Anket katılımcılarının yaş ve eğitim özellikleri

YAŞ	SIKLIK	%	EĞİTİM DURUMU	SIKLIK	%
0	2	0,5	Belirtmeyen	1	0,2
0-20	25	5,7	Okuryazar değil	2	0,5
21-30	110	25,1	İlkokul	57	13,0
31-40	119	27,2	Ortaokul	55	12,6
41-50	101	23,1	Lise	103	23,5
51-60	53	12,1	Üniversite	155	35,4
61+	28	6,4	Lisansüstü	65	14,8

Bütün bu açıklananlardan hareketle denilebilir ki anket sonuçları, erkek, yetişkin yaş diliminde, üniversite mezunu, memur olan, evli, 11 yıldan daha fazla süredir şehirde yaşayan insanların bakış açısını yansıtmaktadır. Balıkesir’de ve il dışında doğanların eşit katılım oranına sahip olmasının halk imajında farklılık olmadığını göstermektedir.

Tablo 2: Anket katılımcılarının bazı özellikleri

MESLEK	SIKLIK	%	BALIKESİRDE YAŞAMA SÜRESİ	SIKLIK	%	DOĞUM YERİ	SIKLIK	%
Belirtmeyen	1	0,2	Belirtmeyen	16	3,6	Belirtmeyen	6	1,4
Okuryazar değil	2	0,5	1-10 yıl	108	24,6	Balıkesir şehri	158	36,1
İlkokul	57	13	11-20 yıl	102	23,2	Balıkesir köyleri	71	16,2
Ortaokul	55	12,6	21-30 yıl	92	21	Balıkesir ilçeleri	49	11,2
Lise	103	23,5	31-40 yıl	51	11,6	Balıkesir il dışı	154	35,2
Üniversite	155	35,4	41-50 yıl	41	9,3			
Lisansüstü	65	14,8	51 ve üstü	28	6,3			

Şehirde mahalle düzeyinde beğenilen üç özellik ortaya çıkmaktadır. Bu özelliklerin seçilme sıklığı %50’nin üzerindedir (Tablo 3). Bunlar ulaşım kolaylığı (%60), mahallenin yeri (%58) ve çarşıya-merkeze yakınlıktır (%56). Bu durum şehir her ne kadar büyük şehir olarak tanımlansa da sit alanının küçük oluşuyla ilgilidir. Ancak TOKİ konutlarının bulunduğu, Yeni Mahallenin şehirden uzak oluşu da dikkate alınmalıdır. Çöp toplama vb. hizmetlerin yeterli olarak verilmesi %35 sıklıkla yukarıda verilen özelliklere en yakın değer olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer seçeneği dikkate alınmazsa, kültürel tesislere yakınlık en düşük sıklıkla seçilen özelliktir.

Tablo 3: Mahallenizin beğendiğiniz tarafları nelerdir?

	SIKLIK	%
Mahallenin yeri	254	58
Ulaşım kolaylığı	262	60
Çevredeki yapıların düzeni	100	23
Manzaralı olması	89	20
Çarşıya-merkeze yakın olması	246	56
Eğitim tesislerine yakınlık	97	22
Sağlık tesislerine yakınlık	147	34
Kültürel tesislere yakınlık	50	11
Çevrenin sosyal yapısı	137	31
Akrabalara yakınlık	107	24
Yeşil alanların varlığı	121	28
Otopark imkânı	110	25
Çevre, su, hava kirliliğinin olmaması	134	31
Çöp toplama vb servislerin varlığı	153	35
Diğer	12	3

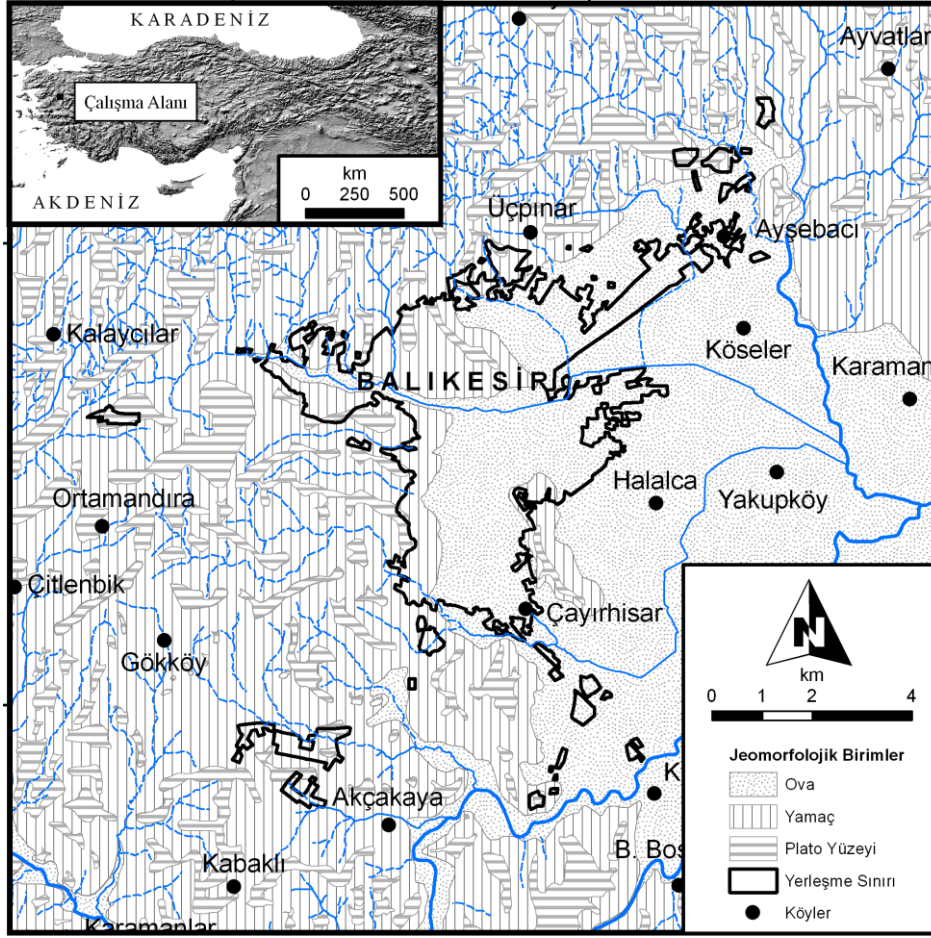
Mahalle düzeyinde beğenilmeyen özellikler farklı bir durum sergilemektedir. Beğenilmeyen özelliklerin aksine, seçeneklerden herhangi birinde toplanma yoktur. Örnek olarak %50'nin üzerinde beğenilmeyen bir seçenek görülmemektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Mahallenin beğenmediğiniz tarafları nelerdir?

	SIKLIK	%
Mahallenin yeri	52	12
Ulaşım güçlüğü	71	16
Çevredeki yapıların düzeni	113	26
Manzaralı olmaması	151	35
Çarşıya-merkeze uzak olması	74	17
Eğitim tesislerine uzaklık	51	12
Sağlık tesislerine uzaklık	56	13
Kültürel tesislere uzaklık	108	25
Çevrenin sosyal yapısı	82	19
Akrabalara uzaklık	55	13
Yeşil alan yokluğu	147	34
Çarşıya ulaşım güçlüğü	42	10
Çevre, su, hava kirliliği	138	32
Çöp toplama vb. servisler	75	17

Bu durum beğenilmeyen özellikler üzerinde eşit bir şekilde durmayı gerektirmektedir. Bu açıdan %30'un üzerinde üç seçenek sıklıkla ifade edilmiştir. Bunların başında mahallelerin manzaralı olmaması (%35) gelmektedir. Bu durum şehir sit alanının özellikleriyle ilgilidir. 2007 yılı itibarıyla şehir sit alanı daha çok ova yüzeyinde (%60) kurulmuştur (Şekil 1). Yamaç (%34,8) ve plato yüzeyi (%5,2) ova yüzeyini izleyen

jeomorfolojik birimlerdir (Cürebal vd. 2008). Yeşil alanların yokluğu (%34) ve çevre, su ve hava kirliliği (%32) sıklıkla seçilen diğer seçeneklerdir. Çarşıya ulaşım güçlüğü sıklığı en az olan (%10) sorun olarak görülmektedir.



Şekil 1: Balıkesir şehri çevresinde jeomorfolojik birimler (Cürebal vd. 2008)

Kuşkusuz yukarda açıklananlar ortalama durumları ifade etmektedir. Mahalle bazında özgün bazı sorunların da mevcut olduğu görülmektedir. Bu sorunlar anket uygulaması aşamasında elde edilmiştir. Çöp toplama saatlerinin erken yapılması çocuklu aileleri rahatsız edebilmektedir (Gazi Osman Paşa Mahallesi). Şehir çöp depolama alanının aynı mahalleye yakın olması, durgun havalarda koku kirliliğine sebep olabilmektedir. Şehir içinden geçen Kasaplar deresinin kanal içine alınmış olması ve üzerinin örtülü olmaması Sütlüce Mahallesiinde ortaya çıkan bir sorun olarak ifade edilmiştir. Bu tür sorunların sayısı çoktur. Örnek olarak Bahçeli Evler Mahallesiinde, Çarşamba pazarının kurulduğu gün trafik

tıkanıklığı yaşandığı gibi araç park sorunu da yaşanmaktadır. Mahalle sakinleri çevredeki kamu kurumlarına ait bahçelerin park alanı olarak kullanılmasını önermektedirler. Mahallede ortaya çıkan başka bir sorun bisiklet yolunun olmayışıdır.

Şehir genelinde üç önemli sorunun ön plana çıktığı görülmektedir. Sorunlar düzeyinde de toplanma vardır. En sıklıkla belirtilen sorun, çarşıda trafik ve park sorunun olduğu (%70) belirtilmektedir (Tablo 5). Şehrin uzun süre ovaya doğru demiryolunu aşamaması, demiryolu ile geri plandaki tepelik alan arasında sıkışık kalması, mevcut yolların şehrin 1950'lilerin nüfusuna göre planlaması, bundan sonraki yıllarda şehir nüfusunu ve araba sahipliğindeki artış bu durumun nedenleri arasındadır. Bugün genel olarak çarşı olarak bilinen alanda, başta Anafartalar, Atalar ve Milli Kuvvetler caddesinde olmak üzere trafik yoğunluğu had safhadadır. Bu alanlarda daha çok tek yönlü ulaşım yapılmaktadır. Yollar şehirsel park alanı olarak kullanılmakta, park yapma eylemi esnasında trafik olumsuz yönde etkilenmektedir.

Tablo 5: Size göre Balıkesir şehrinin en önemli sorunları nelerdir?

	SIKLIK	%
Ekonomik olarak geri kalma	295	67
İşsizlik	244	56
Hava kirliliği	183	42
Çarşıda trafik, park sorunu	308	70
Arsa, Konut ve Kira fiyatlarının yüksek oluşu	259	59
Yeşil alanların azlığı	200	46
Yeme-içme dışında vakit geçirecek alanların azlığı	265	61
Komşu ilişkilerinin zayıf olması-Bireysellik	128	29
Suç oranlarının yüksek olması	89	20
Altyapı yetersizliği	258	59

Ekonomik olarak geri kalma (%67) ikinci sıklıkta seçilen sorundur. Ancak bu durumun halk arasında İzmir ve Bursa şehirlerini dikkate alarak göreceli olarak yapıldığı sanılmaktadır. Yeme-içme dışında vakit geçirilecek alanların azlığı %61'lik oranla üçüncü sıklıkta seçilen sorundur. Bu durum şehrin sosyal ve kültürel manada zayıf olduğunu göstermektedir. Şehirde yaşayanların boş zamanlarını değerlendirebilecek üç alan bulunmaktadır. Bunlar, Değirmen Boğazı mesire alanı, Yaylada alışveriş merkezi ve Susurluk yakınlarında bulunan Outlet alışveriş merkezidir. Yaz aylarında insanlar Körfezdeki yazlıklara göç etmesinin şehirde bu tür faaliyetlerin gelişmemiş olmasında etkisi olmuş olmalıdır.

Arsa-konut ve kira fiyatlarının yüksekliği ve altyapı yetersizliği eşit oranda (%59) sıklıkla ifade edilen sorunlar görülmektedir. Şehir kabaca iki alanda gelişme göstermektedir. Bunlar Paşaalani ve Bahçelievler Mahalleleridir. Plevne ve Kuvayı Milliye Mahallelerini kısmen de olsa bu alanlara katmak mümkündür. Bu alanlarda boş arsaların azalması, talebin bu alanlarda yüksek olması, arsa ve konut fiyatlarını yükseltmektedir. Artık yapsatçılar, eski binaları yıkmakta ve kat karşılığı daire vererek konut inşa etmektedirler.

Suç oranlarının yüksek olması en az sıklıkla belirtilen sorun olmak durumundadır.

Halk imajına göre, Balıkesir çok sayıda olumlu imaj elamanına sahiptir. Belirlenen on özellik içinde üç özellik %50'nin altında sıklıkla ifade edilmiştir (Tablo 6). Bunlar; diğer (%4), üniversitenin varlığı (%37) ve çarşı hariç ulaşımın kolaylığı, yer değiştirmenin kolay oluşu (%43) ve üniversitenin varlığıdır. Üniversitenin şehrsel imajın önemli parçası olmaması, kuruluş tarihinin göreceli olarak yeni oluşu (1992) ile ilgili olduğu kadar, özellikle şehirden 18 km uzakta bulunuşu ve Tıp Fakültesi Araştırma Hastanesinin tam teşekkülü olarak hizmet vermemesi ile de ilgisi vardır. Şehrin sıklıkla belirtilen en önemli özelliği, küçük ve sakin oluşudur (%75). Ucuz oluş başka bir özellik olmuştur (%72). Çevrenin temiz oluşu %70'e yakın sıklıkta (%67) ifade edilmektedir. Güvenli oluş (%57), büyük şehirlere yakın oluş (%56), denize yakın oluş ve iklim şartlarının uygun oluşu (%54) diğer önemli özelliklerdir. Şehirde adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre 278 bin kişi yaşamaktadır. Dolayısıyla, fazla büyük değildir. Bu durum kısmen de olsa ucuz olmasına neden olmaktadır. Nüfusu kalabalık olan yerleşmelerde toplanmadan dolayı hayatın maliyeti artmaktadır.

Tablo 6: Size göre Balıkesir şehrinin olumlu şehrsel özellikleri nelerdir?

	SIKLIK	%
Ucuz oluşu	314	72
Küçük ve sakin oluşu	330	75
Büyük şehirlere yakın oluşu	243	56
Denize yakın oluşu	238	54
Güvenli oluşu	251	57
Çevrenin temiz oluşu	295	67
Çarşı hariç ulaşımın kolay, yer değiştirmenin kolay oluşu	188	43
Üniversitenin varlığı	161	37
İklim şartlarının uygun oluşu	237	54
Diğer	17	4

Şehrin izafi konumunun şehrsel imaja olan olumlu katkıları vardır. Şehir İzmir ve Bursa'ya hemen hemen eşit zaman mesafesinde bulunmaktadır. Yine Edremit Körfezine yaklaşık 95-100 km kadar uzaklıktadır (Harita 2).



ekonomik olarak devamını mümkün kılacak nüfus eşik değerleri vardır. Arsa-konut ve kira fiyatlarının yüksekliği ve alt yapı yetersizliği de negatif imaj elemanlarıdır.

Balıkesir şehri halk imajı çok sayıda olumlu imaj elemanından oluşmaktadır. Küçük ve sakin oluş, ucuzluk, çevrenin temiz oluşu, büyük şehirlere ve denize yakınlık, iklim şartlarının uygun oluşu olumlu imaj elemanlarındandır. Kuşkusuz bu özellikler birden bire ortaya çıkmamakta, zamanla oluşmaktadır. Kamu ve yerel yönetimlerin faaliyetleri olumlu imajı etkilemektedir. Şehrin özel konumu hem olumlu imajın şekillenmesinde hem de olumsuz imajın ortaya çıkmasında rol oynamaktadır. Çünkü büyük şehirlere yakınlık bir üstünlük olduğu gibi ekonomik olarak göreceli karşılaştırma ile şehir ekonomisinin Bursa ve İzmir şehirlerine göre zayıflığını da ortaya çıkarmaktadır.

Kuşkusuz şehrin sit alanını veya özel konumunu değiştirmek mümkün değildir. Ancak beşeri özellikler dikkate alınarak şehrin planlanması, bu çalışmanın yanında başka amaç gruplarının şehri nasıl gördüğü ile ilgili çalışma yapılarak olumlu imaj elemanlarının devamı, olumsuzların bertaraf edilmesi gerekmektedir.

### Kaynaklar

- Aliağaoğlu, A. (2007). "Davranışsal Coğrafyaya Bir Örnek: Öğrenci Merkezli Balıkesir Şehir İmajı", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 17, S. 1, s. 17-44.
- Aitken, S.C., Cutter, S.L., Foote, K.E., (1989), "Environmental Perception and Behavioral Geography", *Geography in America*, (Ed. Gary L., Gaile ve Cort J. Willmont) s. 219-238, Merril Publishing Company, Columbus.
- Bal, H., Aygül, H., Uysa, M.T., Oğuz, Z.N. (2012). "Muhtarların Sosyo-ekonomik Özellikleri ve Mahalle-Kentsel Sorunlara Yaklaşımları", *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 17, S. 2, s. 17-40.
- Bergman, E. F. (1995). *Human Geography, Cultures, Connections and Landscapes*, Printice Hall, USA.
- Brain, D.e Study, Ronald Van, K., Weesep, J.V. (2011). "Resident Perceptions of Flagship Waterfront Regeneration: The Case of The Kop Van Zuid in Rotterdam", *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 102, Issue 2, p. 125-145.
- Can, C.M., Kazancı Başaran, Z. (2014). "Kent Markası ve İmajının Belirlenmesi: Rize Örneği", *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, Cilt 2, Sayı 42, s. 27-42.
- Çalışkan, U., Tutar, H., Sallan, S. (Editörler). (2014). *Kars Algısı, İmajı ve Marka Kimliği Araştırması*, T.C. Serhat Kalkınma Ajansı, Kars.
- Cürebal, İ., Efe, R., Soykan, A., Sönmez, S. (2008), "Balıkesir Kent Merkezi Yerleşim Alanı İle Jeomorfolojik Birimler Arasındaki İlişkinin CBS ve US Yöntemleriyle Belirlenmesi", *Ulusal Jeomorfoloji Sempozyumu*.
- Demirel, M. (2014). "Burdur Kent İmajı: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, Sayı 10, s. 230-241.
- Görkemli, N., Tekin, G., Baypınar, Y. E. (2013) . "Kültürel etkinlikler ve kent imajı-Mevlana törenlerinin Konya kent imajına etkilerine ilişkin hedef kitlelerin görüşleri", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1), s. 151-171.
- Görkemli, N., Solmaz, B. (2014). "Konya ile İlgili Basında Yer Alan Haberlerin Kent İmajı Açısından Değerlendirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Dr. Mehmet YILDIZ özel sayısı, s. 145-157.
- Günel, F.E. (2008). *Kent İmajı ve Kentsel Doku Bağlamında Çanakkale Kent Merkezinin İrdelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Karadağ, A., Turut H. (2013). "Üniversite öğrencilerinin Kentsel Çevre Algısı Üzerine Bir Araştırma: İzmir Örneği", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 11 (1), s. 31-51.
- Knox, P. L. (1982). *Urban Social Geography, An Introduction*, Longman, New York.



- Köksal, Y., Sarı, S. (2014). “Burdur Kent İmajının Yerel Halk İle Üniversite Öğrencileri Arasındaki Karşılaştırmalı İncelenmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 42, s. 279-288.
- Lopez, N., Lukinbeal, C. (2010). “Comparing Police and Residents’ Perception in Crime in a Phoenix Neighborhood using Mental Maps in GIS”, *Yearbook of the Association of Pacific Coast Geographers*, Vol. 72, p. 33-55.
- Lynch, K. (2010). *Kent İmgesi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pocock, D., Hudson, C.R. (1978). *Images of Urban Environment*, Macmillan Press Ltd., London and Basingstoke.
- Özdemir, Ş., Karaca, Y. (2009). “Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 11, Sayı 2. s.113-134.
- Özilhan Özbey, D., Başer, H.H., (2015). “ Kent Marka İmajı Oluşumunda Etkili Unsurların Önem ve Yeterlilik Derecelerinin Konya Açısından İncelenmesi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 8, Sayı 39, s. 923-932.
- Olca, A., Doğan, G. (2015). “Bir Destinasyon Olarak Gaziantep Şehir İmajına Yönelik Öğrenci Görüşleri”, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 15, Sayı 2, s. 235-267.
- Sağdıç, M. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin İstanbul’a İlişkin Algılarının Şehir İmajı Açısından Analizi”, *Turkish Studies, International Periodical For language, Literature and History of Turkish or Turkic*, Vol 92, Winter, p. 1267-1283.
- Seymour, M., Wolch, J., Reynolds, K.D., Bradbury, H. (2010). “Resident Perceptions of Urban Alleys and Alleys Greening”, *Applied Geography*, Vol. 30, Issue 3, p. 380-393.
- Şahbaz, R. P. ve Kılıçlar, A. (2009). “Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkileri”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), s.31-52.
- Temurçin, K., Keçeli, K. (2015). “Bir davranışsal Coğrafya Çalışması: Isparta Şehri Örneğinde Uluslararası Öğrencilerin Kentsel Mekân Algısı”, *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 36, s. 117-138.
- Tolun, B., (1980) “Davranışlara Yönelik Coğrafya, Anglo-Saksonların “Behavioral Geography”si ve Sosyo-Ekonomik Deneyimleri”, *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi* 23: 257-277.
- Tunçel, H. (2002). “Türk Öğrencilerinin Zihin Haritalarında İslam Ülkeleri”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı 12, s. 83-103.
- Tunçel H. (2009). “Kentsel Mekânın Algılanması: Elazığ Örneği,” Ankara Üniversitesi V. *Ulusal Coğrafya Sempozyumu (16-17 Ekim 2008)* Ankara.

Dođu Coğrafya Dergisi, 2017; 37: 1-20- *Balıkesir’de Şehirsel İmaj: Şehirsel Problemlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*

Tümertekin E., (1978). *Beşeri Coğrafya ’ya Giriş*. İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Yayın No. 100.

Tümertekin, E., Özgüç, N. (2006). *Beşeri Coğrafya: İnsan. Kültür. Mekân*, Çantay Kitabevi, İstanbul.

Türkçe Sözlük. (2011). Türk Dil Kurumu, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.

Yıldırđan, R., Batman, O., Sarışık, M. (2015). “Sapanca’nın Turistik Destinasyon İmajı Üzerine Bir Alan Araştırması”, *İşletme Bilimleri Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, s. 109-125.