

Ordu İli Turizm Alanlarının Zihin Haritalama Yöntemi ile Değerlendirilmesi ve Deneyimle Değişen Turizm Alanı Algısının İncelenmesi

Hande Şeyma Tepe¹ , Pervin Yeşil¹ 

¹Ordu Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Ordu

Geliş Tarihi / Received Date: 19.04.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 04.09.2024

Öz

Turizm, dünya genelinde ekonomik, kültürel ve sosyal etkileriyle önemli bir endüstri olarak kabul edilmektedir. Turizm sektörü, birçok ülke ve kent için ekonomik büyüme ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olup, kentsel dönüşümü ve yerel kültürlerin korunmasını da desteklemektedir. Türkiye'nin Karadeniz bölgesinde yer alan Ordu ili, doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve kültürel mirasıyla turizm potansiyeli yüksek bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Ordu'nun sahip olduğu eşsiz doğal ve tarihi zenginlikler, turistler için çekici bir destinasyon oluşturmakta ve kentin ekonomik gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada, Ordu ilinin turizm alanlarını zihin haritalama yöntemi ile incelenmiş, kentin deneyimle değişen turizm alanı algısı ve değişimi ele alınmış, ayrıca bireylerin zihinlerinde Lynch'in (1960) ortaya koyduğu temel kentsel imge çeşitlerinin hangi önceliklerle şekillendiği değerlendirilmiştir. Ordu'nun turizm alanlarının bireylerin görsel belleklerinde kalıcılığında yola çıkarak bu alanların nasıl daha etkili bir turizm alanı haline gelerek geliştirilebileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: turizm alanları, zihin haritalama, çevresel algı.

Evaluation of Ordu Province Tourism Areas with Mind Mapping Method and Investigation of Tourism Area Perception Changing with Experience

Abstract

Tourism is recognised worldwide as an important industry with economic, cultural and social impacts. The tourism sector has the potential to generate economic growth and employment for many countries and cities, and supports urban transformation and the preservation of local cultures. Ordu province, located in the Black Sea region of Turkey, stands out as a city with high tourism potential with its natural beauties, historical richness and cultural heritage. The unique natural and historical richness of Ordu creates an attractive destination for tourists and contributes to the economic development of the city. In this study, the tourism areas of Ordu province were analysed with the mind mapping method, the perception and change of the city's tourism area changing with experience were discussed, and the priorities with which the basic urban image types put forward by Lynch (1960) were shaped in the minds of individuals were evaluated. Based on the permanence of Ordu's tourism areas in the visual memory of individuals, suggestions have been made on how these areas can be developed by becoming a more effective tourism area.

Keywords: tourism areas, mind mapping, environmental perception

Giriş

Her kent kendine özgü nitelikler taşımaktadır ve bu nitelikler geçmişten bugüne kadar gerçekleşen fiziksel, kültürel, tarihsel ve sosyo ekonomik faktörlerle şekillenmektedir. Bu niteliklerle birlikte kentler ve onların yaşam biçimlerinden etkilenen anlamlı bütünlüğe ise kent kimliği denilmektedir. Kent kimliği ile kent imgesi genellikle karıştırılmaktadır. Bu ayrımı net bir şekilde belirtmek gerekirse; kent kimliği kentin sosyal, kültürel ve fiziksel yapısını ifade ederken, kent imgesi ise kentin akılda görünür olması ile ilgili bir durumdur ve zihinsel bir süreci ifade etmektedir. Kentsel imgeler, kentsel kimliğin gelişmesi ile ortaya çıkmaktadır. Kentin sahip olduğu alanların ve bu alanlar arasındaki ilişki ağlarının, kenti ziyaret edenlerin ve kentlilerin zihinlerinde görünür olma şekli kentsel imgeyi oluşturmaktadır (Eraydın, 2016). Zihinde görünür olma yani imgeleme alanları; algılama, zaman içerisinde deneyimleme ya da tecrübelerin birikmesiyle oluşmaktadır. Karaçor ve Akçam (2016)'a göre kimlik, yerin karakteristik özellikleri ile ilgilidir fakat kentsel imge, bu kimliğin nasıl algılandığı ile ilgilidir (Türk,2017). Kevin Lynch, kentsel alanların algılanması sonucunda oluşan öğeleri 'kentsel imajı oluşturan imgeler' olarak adlandırmıştır. Bu kentsel imgelere 5 ana başlık altında toplamaktadır ve bunları şu şekilde açıklamaktadır;

Yollar: Kent alanlarını birbirine bağlayan ve ulaşımı sağlayan öğelerdir.

Sınırlar: Kente ait alanları deniz dağ veya nehir gibi doğal sınırlayıcılarla çevreleyen ve çizgisel özelliği ile dikkat çeken öğelerdir.

Bölgeler: Bireylerin buldukları alana ait fiziksel sınırları kendi zihinlerinde oluşturdukları ve anlamlandırdıkları geniş kent alanlarını kapsayan öğelerdir.

Düşüm Noktaları: Kavşak ve yolların kesiştiği kente ait odaklayıcı noktalar.

Referans Noktaları: Dikkat çekici özellikleri ile kentsel dokudan ayrılarak öne çıkan ve farklılaşmış nesnelere veya yapılarıdır.

Algıyı tetikleyen ve zihinde oluşan bu 5 imge elemanının anlamlandırma ve vurgulama durumu mekânsal deneyime bağlı olarak değişmektedir. Lynch'in yaptığı çalışmalar sonucunda ulaştığı "mekâna ilişkin deneyimi az olan bireylerin oluşturacağı zihinsel haritalarda ilk olarak bölgeleri daha sonra yolları vurgulayacağı, fakat deneyimi fazla olan bireylerin oluşturacağı zihinsel haritalarda bölgeler ve yollardan ziyade referans noktalarını vurgulayacağı" argümanını ileri sürmektedir (Ülkeryıldız vd., 2009). Bunlarla birlikte kent kimliği mekânın fiziksel özelliklerini de kapsamaktadır. Mekânsal kimlik, bir yerin diğer yerlerden farklı algılanmasını ve ayırt edilmesini sağlayan çevresel özellikleri ifade etmektedir (Cengiz Gökçe ve Açıköz, 2017). Aynı zamanda kent kimliği hem kişisel hem de toplumsal olarak alanla ilgili hatıraları ve deneyimleri içerecek şekilde kavramsallaştırılmıştır. Bu açıdan kent kimliği insanlar tarafından algılanan yerin özelliklerini de temsil etmektedir. Alan özellikleri, kent sakinlerinin kent kimliğine kattığı değer ile turistlerin bu değerden elde ettiği gözlem ve deneyimleri kapsamaktadır. Kentsel turizmde turistlerin en çok değer verdiği husus, kentin kendine ait özgünlüğü ve benzersiz özellikleridir yani kente özgü tarihi ve doğal turizm alanlarının da içinde bulunduğu kent kimliğidir (Dağ ve Mansuroğlu, 2020). Kent kimliğinin içinde bulunan doğal ve tarihi turizm alanları kentin tanınırlığını ve turizm potansiyelini arttırmada büyük bir role ve öneme sahiptir (Oğan ve Yasak, 2020). Bir örnek ile desteklemek gerekirse Nevşehir denince akıllara ilk Kapadokya gelmektedir. Bu bağlamda bakıldığında Nevşehir için zihinde kalıcılığı en fazla ve kent ile bütünleşerek önemli turizm noktalarından biri haline gelmiş olan alan Kapadokya'dır.

Bu çalışmada; bilişsel haritalama yöntemlerinden biri olan zihin haritalama yöntemi kullanarak ordu ilinde ikamet eden ve kenti deneyimlemiş olan bireyler ile kente yeni yerleşmiş ve deneyimlemiş bireylerin görsel belleklerinde öncelikli olarak hangi turizm alanını yerleştirdikleri tespit edilecek ve bireylerin zihinlerinde Lynch'in ortaya koyduğu temel kentsel imge çeşitlerinin hangi önceliklerle şekillendiği incelenmiştir. Bununla birlikte ordu ilinde bulunan turizm alanlarının zihinde kalıcılığı zihin haritalama yöntemi ile gözlemlenmiş ve geliştirilmesi gereken alanlara yönelik öneriler sunulmuştur.

Zihin Haritalarının Gelişim Süreci, Yöntemi ve Kullanım Alanları

Zihin haritaları, çevreye veya alana ilişkin fiziksel ve mekânsal özelliklerin zihinde oluşmasına depolanmasını veya hatırlanmasını konu almaktadır ve Coğrafi Bilişim Sistemi açısından algısal yönlendirmelerin değerlendirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Sonrasında bu düşünce gelişerek araştırmacılar tarafından ortaya çıkarılan zihnin ardındaki yönelim fikriyle birlikte Tolman (1948)'in yaptığı araştırmalarda kullanılmaya başlayan 'bilişsel harita' teriminin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Ülkeryıldız vd., 2009). Bilişsel haritalar (ayrıca nedensel, kavram veya zihinsel haritalar olarak da adlandırılır) olarak adlandırılan diyagramların amacı, düşünceleri, fikirleri ve zihinsel modelleri şematik olarak temsil etmek ve disiplinler arası sınırlar arasında iletişime yardımcı olmaktır (Haque vd., 2023). Bilişsel haritalama, günlük hayatta deneyimlenen çevresel konular ve özelliklerin algılanması, zihinde işlenmesi ve hatırlanmasıyla oluşan bir psikolojik süreçtir (Downs ve Stea, 2011). Bu terim daha sonra, bireylerin çevresel bilinçlerini ve içsel imgelerini ifade etmek için kullanılmıştır. Kevin Lynch (1960) bu konunun öncüsü olup, bilişsel haritalama tekniğini kullanarak bireylerin yaşadığı kentlerdeki kentsel imgeleri belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmasında doğrudan röportaj ve çizimlerle (katılımcıların yaşadığı şehir planlarını ya da parçalarını eskiz haritalarına çizmelerini istemiştir) üç kenti araştırmıştır. Bu çalışmanın asıl amacı, bireylerin yaşadıkları çevreye dair zihinlerinde oluşmuş fiziksel öğeleri belirlemektir. Yaptığı çalışma sonucunda elde ettiği bilgilere dayanarak bireylerin zihninde oluşturduğu imajları 5 fiziksel unsur (yollar, sınırlar, bölgeler, düğüm noktaları ve referans noktaları) altında sınıflandırmıştır. Bu 5 fiziksel unsur bireylerin çevreleri hakkında oluşturduğu algıyı etkilemekte ve okunabilir mekanlar ya da alanlar oluşturmakta önemli bir etkiye sahiptir. İnsanlar zihin haritalama yoluyla kentler hakkında belirli bir düzeyde bilgi sahibi olabilir ve kendisine bu şekilde yönlendirebilir. Bilişsel haritalar ile zihin haritalarını birbirinden ayıran özellik ise bilişsel haritalar çevre hakkında bilgi toplamayı kapsarken, zihin haritaları bu bilgilerin tamamını zihinden kâğıda kartografik bir anlatımla görselleştirilmesini ele almaktadır (Türk, 2017).

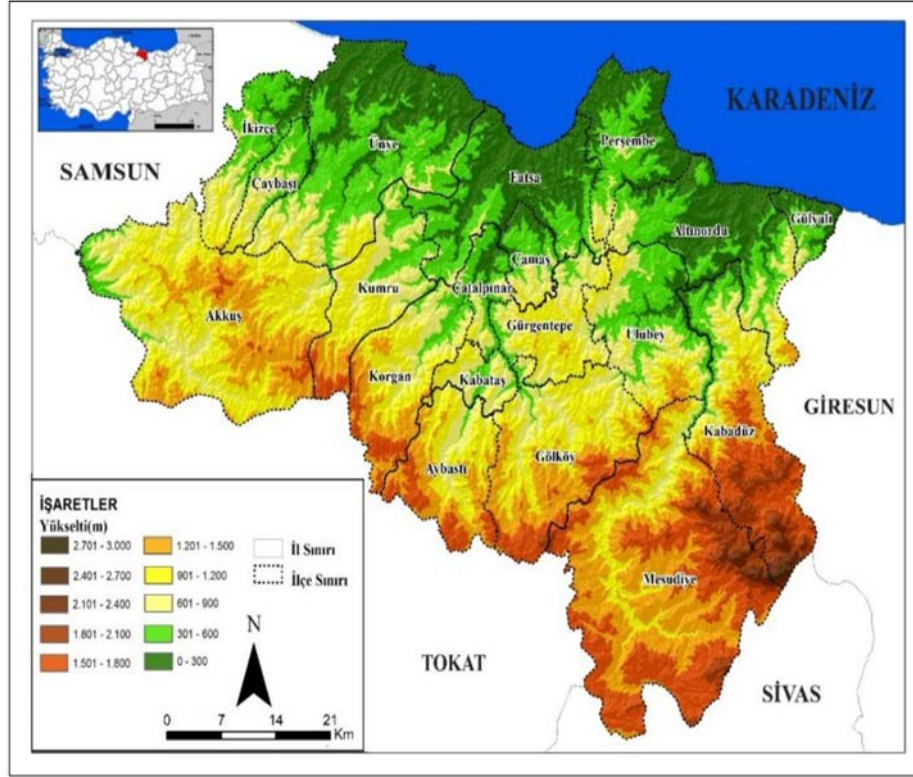
Evans (1980), bilişsel haritaların temel olarak bir yer veya alanla kurulan mekânsal ilişkiyi ve bu ilişkiden kaynaklanan gösterimin harita olarak nitelikler içerdiğini öne sürmektedir. Lynch (1960) ise mekânın okunabilirliğini bu niteliklerin önemli bir bileşeni olarak kabul eder ve mekânın okunabilirliğini bireylerin algıladığı kentsel imgelerin zihinlerinde oluşturdukları imajlar olarak tanımlamaktadır. Daha net bir ifadeyle, mekân okunabilirliği, Lynch'in çalışmasında tanımladığı beş kentsel imgenin oluşturduğu imajlarla ilişkilendirilmekte ve bu imajların vurgulanma öncelikleri bireylerin yaşadığı kent deneyimine bağlı olarak değişmektedir. Lynch (1960), yaptığı araştırmalar doğrultusunda öne sürdüğü argümana göre, mekâna ilişkin deneyimi sınırlı olan bir bireyin zihinsel haritasının, mekânın genel özelliklerini ve bölgesel niteliklerini öncelikli olarak içereceğini ve ardından yolları belirginleştireceğini öne sürmektedir. Bununla birlikte, mekânsal deneyimi daha fazla olan bir bireyin zihinsel haritasında ise genel özellikler ve yollar yerine referans noktalarının öncelikli olarak vurgulanacağını ifade etmektedir (Ülkeryıldız vd., 2009).

Kent veya mekânsal algı ile ilgili yapılan inceleme ve araştırma çalışmalarında, zihinsel haritaların kâğıda çizilmesi suretiyle bilgi elde etme yöntemi "zihin haritalama tekniği" olarak adlandırılır. Bu yöntem, bir kente veya çevreye ait bilgi edinmek veya çevredeki unsurlar arasındaki ilişkiyi incelemek için veri toplama sürecinde sıkça kullanılır (Öztürk, 2016).

Materyal ve Yöntem

Ordu ili, Doğu Karadeniz Bölgesi'nin giriş kapısı konumundadır ve coğrafi olarak 40°-41° kuzey paralelleri ile 37° - 38° doğu meridyenleri arasında yer alır. Toplam yüzölçümü 5.961 km² olan bu il, Melet, Civil Deresi, Akçaova Deresi gibi çeşitli büyüklükteki akarsuların oluşturduğu alüvyon düzlüklerle karakterizedir. Ordu'nun kıyı şeridi toplamda 100 km uzunluğundadır ve bunun 60 km'lik bölümü kumsallardan oluşmaktadır (Şekil 1). 2023 verilerine göre, ilin nüfusu 775.800 kişidir (TUİK, 2024)

Genel olarak, Ordu ilinin iklimi Karadeniz iklimi etkisi altındadır. Bu iklim tipine göre yaz ayları nispeten serin geçerken, kışlar kıyı bölgelerinde ılık, yüksek rakımlı bölgelerde ise soğuk ve kar yağışlı geçmektedir. Ayrıca, yıl boyunca düzenli yağışlar görülmesi bu iklim tipinin belirgin bir özelliğidir (Şensoy vd., 2008).



Şekil 1. Ordu İli Konum Haritası (Hatipoğlu, Ş. C. 2021).

Ordu ili doğal, kültürel ve tarihi değerleri ile birçok turizm alanına sahiptir. Bunlar tablo 1 de sunulmuştur.

Tablo 1. Ordu ili doğal, kültürel ve tarihi değerleri (URL 1)

Doğal Turizm Alanları	Tarihi ve Kültürel Turizm Alanları
Asarkaya Kent Ormanı/ Ünye	Akoluk Köprüsü/ Ulubey
Aybastı Toygar/ Ünye	Atik İbrahim Paşa Camii/ Altınordu
Boztepe/ Altınordu	Aziziye (Yalı) Camii /Altınordu
Çambaşı Yaylası, Çambaşı Kayak Merkezi / Kabadüz	Başkotanı Köprüsü/ Mesudiye
Çınarsuyu Tabiat Parkı/ Ünye	Bolaman Kalesi ve Hazinedaroğlu Konağı/ Fatsa
Düzoba Yaylası/ Kumru	Cingirt Kalesi /Fatsa
Eriçok Tepesi/ Mesudiye	Cotyora (Bozukkale)/ Altınordu
Eminem Pınarı Mesire Alanı/ Çamaş	Çamaş Hisarbey Köyü Kaya Mezarı/ Çamaş
Gaga Gölü/ Fatsa	Çayır Camii/ Çaybaşı
Gelin Kayası/ Çamaş	Çifte Hamam/ Ünye
Hoynat Adası/ Perşembe	Delikkaya Kaya Mezarı/ Altınordu
Kabakdağ Köyü/ Fatsa	Dikenlice Kaya Mezarı/ Gürgentepe
Kapılı (Cıngirt) Kazankaya Şelalesi/ Çaybaşı	Düz Mahalle Kilisesi (OBB Tiyatrosu) / Altınordu
Karaoluk Şelalesi/ Altınordu	Efirli Camii ve Mezarlığı/ Perşembe
Keyfalan Yaylası/ Mesudiye	Emir Yakup Kümbeti/ Korgan
Korgan Yaylaları / Korgan	Eskipazar Büyük Hamam/ Altınordu
Küpkaya Kanyonu/ Ulubey	Eskipazar Küçük Hamam/ Altınordu
Ohtamış Şelalesi/ Ulubey	Gençağa Kalesi/ İkizce
Perşembe Yaylası- Menderesler/ Aybastı	Gölköy Kalesi/ Gölköy
Sayacabaşı Mesire Yeri/ Ulubey	Göller Köyü Kalesi, Çatalpınar/Ordu
Topçam Yaylası/ Mesudiye	Hamidiye (Hükümet) Camii/ Altınordu
Çiğgöl (Dayılı Köyü) / Mesudiye	Kaleköy Kalesi/ Mesudiye
Toygar (Kabaktepe) Yaylası/ Aybastı	Kaleköy Kalesi Kaya Mezarları/ Ünye
Turnasuyu Vadisi (Yürüyüş Parkuru) / Altınordu	Kardeşler Köyü Kaya Mezarı/ Ulubey
Ulugöl Tabiat Parkı/ Gölköy	Kemer Köprü/ Altınordu
Yason Burnu/ Perşembe	Kestane Köyü Camii/ Gülyalı
Yoroz Kent Ormanı/ Altınordu	Kestane Köyü Kemer Köprüleri/ Gülyalı
	Kirazlıman Mahallesi Çeşmesi/ Altınordu
	Kurul Kalesi Yerleşkesi/ Altınordu
	Kuşfenak Kalesi/ Kumru
	Laleli Camii/ İkizce
	Meletios Kalesi/ Mesudiye
	Mesudiye Kültür Merkezi (Eski Kilise) / Mesudiye
	Muzadere Kilisesi/ Topçam, Mesudiye
	Ordu Büyükşehir Belediyesi Karadeniz Tiyatrosu/ Altınordu
	Oluklu Çeşme/ Kabadüz
	Paşaoğlu Konağı Etnoğrafya Müzesi/ Altınordu
	Saray Camii/ Ünye
	Sarpdere Köprüsü/ Ulubey
	Selimiye Camii/ Altınordu
	Sucualı Kaya Mezarı/ Çamaş
	Şeyh Abdullah Türbesi/ Ulubey

Bu çalışmada zihin haritalama yöntemini kullanarak Ordu ilinde ikamet eden kenti deneyimlemiş olan bireyler ile kente yeni yerleşmiş ve deneyimlememiş bireylerin görsel belleklerinde öncelikli olarak hangi turizm alanını yerleştirdiklerinin tespit edilmesi ve bireylerin zihinlerinde Lynch'in (1960) ortaya koyduğu temel kentsel imge çeşitlerinin hangi önceliklerle şekillendiğinin incelenmesi, Ordu ilinde bulunan turizm alanlarının zihinde kalıcılığının gözlemlenmesi yapılmış ve geliştirilmesi gereken alanlara yönelik öneriler sunulmuştur.

Bu çalışma, on kişiden oluşan iki grup halinde yapılmış olup Ordu Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı bölümünden, Ordu ilinde bir yıldan uzun süredir yaşamakta ve kenti deneyimlemiş on kişi ile bir yıldan kısa süredir yaşamakta ve kenti deneyimlememiş kişiler seçilerek A4 boyutunda uygulama

kağıtları dağıtılmıştır. Katılımcılara “Ordu kent meydanında olduğunuzu düşünerek, Ordu kentine ait turizm alanlarını çiziniz” ifadesi belirtildikten sonra bilmeleri gereken bilgiler verilmiştir. Bunlar;

- Çizimleri sırasında serbest oldukları, çizimin herhangi bir kurala göre ve doğru/yanlış şeklinde değerlendirilmeyeceği,
- Çizime başladıkları noktayı kırmızı kalem ile işaretlemeleri,
- En çok ziyaret ettikleri noktayı ise mavi kalem ile işaretlemeleri,
- İlk çizdiğiniz turizm alanının konumunu tarif edecek olsanız çevresinde nereyi baz alarak tarif ederdingiz? sorusuna cevap verilmesi gerektiğidir.

Daha sonrasında çizim kağıtlarının yanında zımbalı olarak verilen bilgi fişini doldurmaları istenmiştir. Zihin haritaları çizimleri değerlendirilmiştir. Katılımcıların kişisel bilgilerinin gizli tutulması adına sadece isim ve bir yıldan az ya da fazla Ordu ilinde bulunma durumları bilgi olarak istenmiştir.

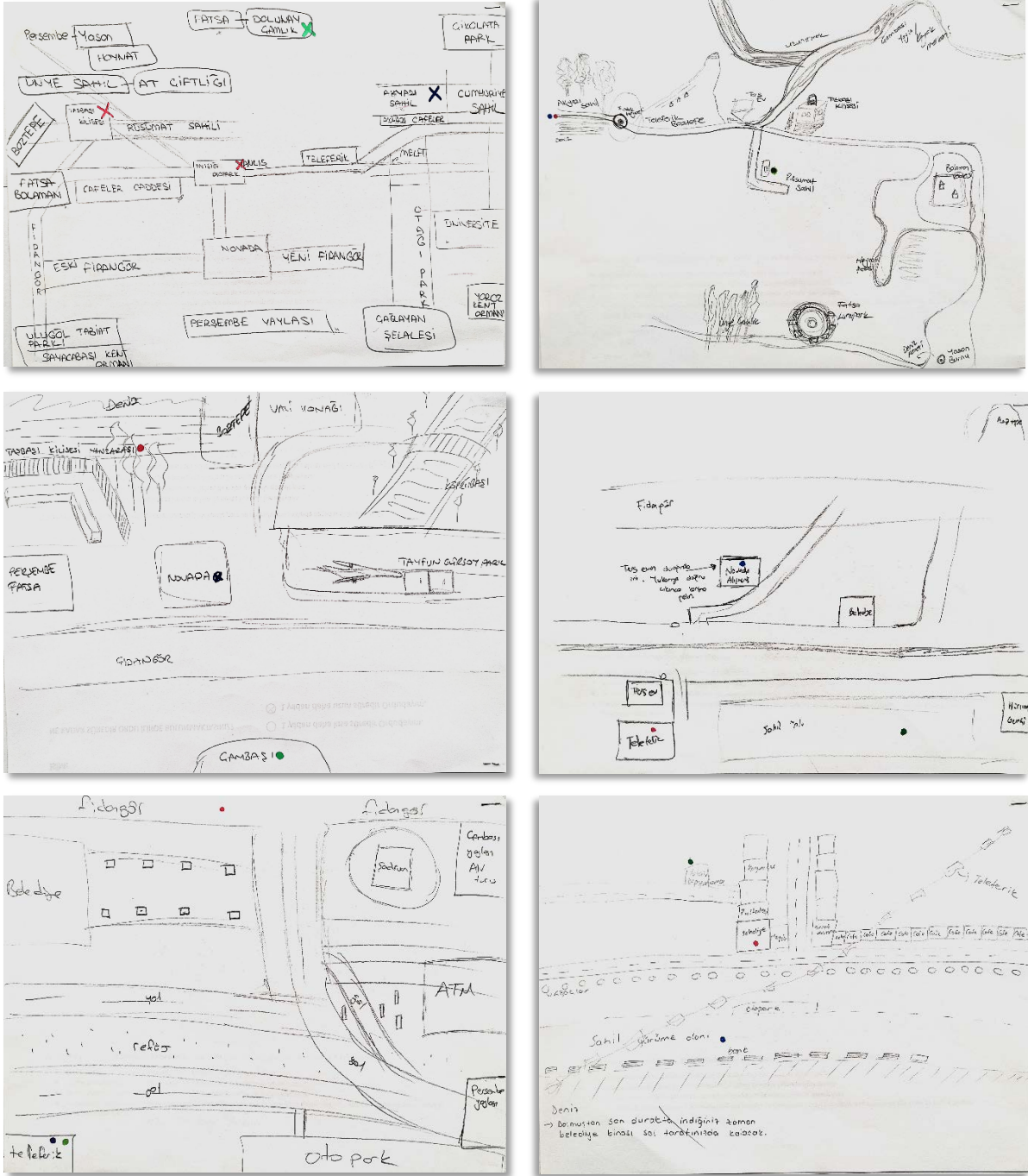
Zihin Haritalarının Değerlendirilmesi

Ordu Üniversitesi peyzaj mimarlığı bölümü öğrencilerinden bir yıldan az süredir Ordu ilinde bulunan 10 kişi ve bir yıldan fazla süredir Ordu ilinde bulunan 10 kişi seçilmiştir. Kenti deneyimlememiş bireyler ve kenti deneyimlemiş bireyler olarak iki grup halinde çalışma yapılmıştır. Her iki gruptaki katılımcılara da beyaz renkli A4 kâğıdı verilmiş ve Ordu kentine ait turizm alanları denildiğinde zihinlerinde oluşan görselleri kâğıda aktarmaları istenmiştir. Her iki gruptan anlaşılabilir ve yorumlanabilir olan 6’şar çizim seçilmiş, diğerleri değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Katılımcıların Ordu iline ait turizm alanlarının zihinde oluşan halini görselleştirmeleri ile oluşan zihin haritaları ilk olarak, her iki grup (bir yıldan az ve bir yıldan fazla süredir Ordu ilinde bulunan katılımcılar) kendi içerisinde olacak şekilde değerlendirilmiş, daha sonra gruplar karşılaştırılmıştır. Son olarak her iki grup birlikte değerlendirilmeye alınmıştır. Katılımcıların oluşturduğu zihin haritaları incelenirken ilk olarak belirtilen ifadeler (ilk çizdikleri turizm alanını kırmızı, en çok ziyaret ettikleri turizm alanını mavi kalem ile işaretlemeleri) doğrultusunda işaretledikleri alanlar incelenerek tespit edilmiş ve deneyim süresi ile değişen turizm alanı algısının olma durumu değerlendirilmiştir, sonrasında zihin haritalarında hangi turizm alanlarını görselleştirdikleri ve o alanları kaç katılımcının daha belirttiği tespit edilerek, alanlar sıralanmıştır. Son olarak her bir katılımcının zihin haritasında Lynch’in beş kent imgesinin (yollar, sınırlar, bölgeler, düğüm noktaları ve referans noktaları) ne oranda kullanıldığı, tekrarlanma sıklığı her zihin haritası tek tek incelenerek sınıflandırılmış ve her iki grup karşılaştırılarak Lynch’in ortaya attığı argüman ile örtüşme durumunu ortaya koymak için değerlendirilmiştir. Bunlarla birlikte zihin haritalarının tamamı göz önünde bulundurularak bütün katılımcıların ilk çizdikleri ve işaretledikleri alanlar değerlendirilerek Ordu iline ait akılda kalıcılığı en fazla olan ve kent ile bütünleşmiş turizm alanının tespiti yapılmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Ordu Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı bölümünde bulunan öğrencilerle uygulanan ve bu çalışmanın oluşturduğu verileri zihin haritaları Şekil 2 (Kenti deneyimlememiş bireyler) ve Şekil 3’te (Kenti deneyimlemiş bireyler) verilmiştir.



Şekil 3. Kenti Deneyimlemiş Bireylerin Çizdiği Zihin Haritaları

Kenti deneyimlememiş bireylerin yaptığı zihin haritaları kendi içinde incelediğinde gözlemlenen bulgular şu şekildedir;

- Kenti deneyimlemiş bireylerin zihin haritalama çizimleri kent merkezi ile sınırlı kalmaktadır.
- Kenti deneyimlememiş bireylerin ilk çizdikleri (teleferik gişesini işaretleyen katılımcıların ilk çizdikleri alan Boztepe olarak çalışmaya dahil edilmiştir) alan incelendiğinde başka bir deyişle akıllarında en çok yer eden turizm alanının Ordu/ Altınordu ilçesinde bulunan 'Boztepe' olduğu sonucuna varılmıştır.
- Zihin haritalama çalışması kenti deneyimlememiş katılımcılar üzerinde uygulanırken "En çok ziyaret ettiğiniz turizm alanını mavi kalem ile işaretleyiniz." şeklinde belirtme yapılmıştır.

Sonuçlar incelendiğinde katılımcıların bir rekreasyon alanı olan “Akyazı Sahili” işaretlediği gözlemlenmiştir. Akyazı Sahil rekreasyon alanı durumunda olsa da sonuçlara bakıldığında ziyaretçiler için turizm alanı potansiyeli taşıdığı sonucuna varılmıştır.

- Bir yıldan az süredir Ordu ilinde bulunan katılımcıların zihin haritalarına bakıldığında en çok ziyaret ettikleri rekreasyon alanını turizm alanı konumunda değerlendirdikleri ve Akyazı Sahil olarak belirledikleri gözlemlenmiştir.
- Lynch’in yapmış olduğu çalışmalar sonucunda belirttiği “*kenti deneyimlememiş bireylerin zihin haritalarında ilk olarak ‘Bölgeler’ imgesini daha sonra ise ‘Yollar’ imgesini vurgulayacağı*” argümanı ile kenti deneyimlememiş katılımcıların yapmış olduğu zihin haritaları karşılaştırıldığında Lynch’in argümanı ile örtüşmediği sonucuna varılmıştır. Kenti deneyimlememiş 6 katılımcının zihin haritalarında ilk olarak ‘Referans Noktalarını’ daha sonra ise ‘Yollar’ imgesini vurguladığı gözlemlenmiştir. Fakat çalışmalara genel bir gözle bakıldığında Ordu kenti turizm alanlarına dair yapmış oldukları zihin haritaları tek bir bölge (kent merkezi) ile sınırlı kalmıştır. Bu sebeple şunu söyleyebiliriz, kenti deneyimlememiş bireyler zihin haritalama çizimlerinde ilk olarak referans noktalarını vurgulamış olsalar da kenti sadece bir bölge bazında zihinlerinde oluşturmuşlardır. Bu oluşturdukları bölge ise kentte buldukları süreç boyunca en çok gittikleri alan ile sınırlı kalmıştır.
- Kenti deneyimlememiş bireyler referans noktaları ve yollar imgelerini vurgulamış olsalar da bununla birlikte sınırlar imgesini (deniz ve dere) de oldukça fazla belli ettikleri gözlemlenmiştir. Ordu kentinin bir kıyı kent olmasından ve kıyıya paralel olarak gelişmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple kenti deneyimlememiş bireylerin zihin haritaları katılımcıların bulunduğu kent ile ilgili coğrafi özelliklerin ve fiziksel yapısının zihin haritalarında kent simgelerine ait belirtmeleri değiştirmede katkısı olduğu söylenebilir.
- Kenti deneyimlememiş katılımcıların zihin haritaları incelendiğinde ordu kentine ait birçok turizm alanının belirtilmediği ve akıllarda yer etmediği gözlemlenmiştir. Kente ait turizm alanlarının tanınabilirliğinin artırılması yönünde çalışmalar yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır.
- Kenti deneyimlememiş bireylerin yapmış olduğu zihin haritalarının tamamı incelendiğinde sırasıyla en çok belirtilen alanlar; Boztepe, Akyazı sahil, Fidangör Caddesi, Yason Burnu, Ters ev, Çambaşı kayak merkezi, şeklinde olmuştur. Akyazı Sahil ve Fidangör Caddesi turizm doğal veya tarihi değeri olan alanlar olmasa da turizm alanı potansiyel taşıdığı ve bireyler tarafından turizm alanı olarak algılandığı gözlemlenmiştir.
- Taşbaşı Kilisesi Ordu kenti için tarihi değere ve öneme sahip olmasına ve günümüzde birçok etkinlik için kullanılmasına rağmen kenti deneyimlememiş bireylerin zihin haritalama çalışmalarında (bir katılımcı hariç) hiç belirtilmediği gözlemlenmiştir. Aynı şekilde kent merkezinde bulunan Tarihi Şadırvanın da hiçbir zihin haritasında belirtilmediği görülmüştür.

Kenti deneyimlemiş bireylerin yaptığı zihin haritaları kendi içinde incelendiğinde gözlemlenen bulgular ise şu şekildedir;

- Kenti deneyimlemiş bireylerin zihin haritalama çizimlerinde Ordu kentine ait daha fazla turizm alanlarını belirttikleri ve kent merkezi ile sınırlı kalmadıkları gözlemlenmiştir.
- Kenti deneyimlemiş bireylerin ilk çizdikleri (teleferik gişesini işaretleyen katılımcıların ilk çizdikleri alan Boztepe olarak çalışmaya dahil edilmiştir) ve akıllarında en çok yer eden turizm alanı ‘Boztepe’dir.
- Zihin haritalarında daha fazla turizm alanı belirtmiş olsalar da kenti deneyimlemiş bireylerinde zihinlerinde kalıcı olan akıllara ilk gelen turizm alanı, kenti deneyimlememiş bireyler ile farklılık göstermemekle birlikte deneyim ile değişmediği sonucuna ulaşılmıştır.

- Ordu kentini deneyimlemiş olan bireylerin zihin haritaları incelendiğinde ‘en çok ziyaret ettikleri turizm alanının’ Akyazı sahil olduğu görülmüştür. Kenti deneyimlemiş ve birçok turizm alanı belirtmiş olsalar da bir rekreasyon alanı olan Akyazı Sahili kenti deneyimlememiş olan bireyler gibi turizm alanı olarak algıladıkları gözlemlenmiştir.
- Lynch’ in yapmış olduğu çalışmalar sonucunda kenti deneyimlemiş bireyler ile ilgili belirttiği “*kenti deneyimlemiş olan bireylerin zihin haritalarında kentin genel özellikleri ve yollardan ziyade ilk olarak referans noktalarını vurgulayacağı*” argümanı ile bu çalışma sonucunda elde edilen 6 katılımcının zihin haritaları karşılaştırıldığında kenti deneyimlemiş olan bireylerin ilk olarak ‘Referans Noktaları’ imgesini vurguladığı ve Lynch’in argümanı ile örtüşmediği gözlemlenmiştir.
- Kenti deneyimlemiş bireylerin zihin haritaları 5 kentsel imge genelinde incelendiğinde kenti deneyimlememiş bireylere göre ‘Yolları’ daha fazla belirttiği ve bağlantıları yollar ile kurguladıkları gözlemlenmiştir, kent deneyimi ile ulaşım ağlarını daha fazla keşfetmeleri ve zihinlerinde alanlar arası bağlantıyı deneyim ettikçe kurguladıkları bu sebeple de kenti deneyimlememiş bireylere göre daha fazla vurguladıkları söylenebilir. Bununla birlikte kenti deneyimlememiş bireylerde olduğu gibi ‘Sınır’ imgesini (deniz) de belirttikleri gözlemlenmiştir.
- Kenti deneyimlemiş bireylerin yapmış olduğu zihin haritalarının tamamı incelendiğinde sırasıyla en çok belirtilen alanlar; Boztepe, Taşbaşı Kilisesi, Fidangör Caddesi, Ters Ev, Akyazı Sahil, Yason Burnu, Hoynat Adası, Çambaşı Kayak Merkezi, Tarihi Şadırvan, Bolaman Kalesi, Perşembe Yaylası, Taşbaşı Mahallesi, Ünye Çamlık Koyu şeklindedir. Deneyimi olan bireylerde Akyazı Sahil ve Fidangör Caddesini, turizm doğal veya tarihi değeri olan alanlar olmasa da turizm alanı potansiyel taşıdığı ve tarafından turizm alanı olarak algılandığı gözlemlenmiştir. Taşbaşı Mahallesi tarihi evlerden oluşmaktadır fakat Ordu ilinde bu alana yönelik turizm çalışmaları yapılmamaktadır. Sonuçlara bakıldığında peyzaj mimarlığı bölümü öğrencisi olan katılımcılar tarafından turizm alanı algısı taşımakta olduğu gözlemlenmiştir ve bu sonuçlar doğrultusunda Taşbaşı mahallesinin turizm potansiyelinin artırılması ve turizm alanı olarak planlamalar yapılmasına uygun alanlardan biri olduğu şeklinde değerlendirilmiştir.

Kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş katılımcıların yapmış olduğu zihin haritaları birlikte incelendiğinde ve karşılaştırıldığında gözlemlenen bulgular şu şekildedir;

- Kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş bireylerin ilk çizdikleri ya da akılda kalıcılığı en yüksek turizm alanının farklılık göstermediği ve bu alanın ‘Boztepe’ olduğu sonucuna varılmıştır.
- Her iki grup içinde ‘Akyazı Sahil’ en çok ziyaret ettikleri turizm alanı durumundadır. Akyazı sahil rekreasyon alanı olsa da iki grup içinde turizm alanı olarak algılandığı bu sebeple de turizm potansiyeli taşıyan alan olarak değerlendirilmiştir.
- Fidangör Caddesi’ni her iki grupta turizm alanı olarak zihin haritalarında belirtmiştir. Bu nedenle Akyazı Sahil için çıkarılan sonuçların Fidangör Caddesi içinde geçerli olduğu gözlemlenmiştir.
- Akyazı Sahilin turizm alanı algısı taşımasının sebebinin Karadeniz Bölgesinde kıyı ile bağı kopmayan yani karayolu ile kent- kıyı bağlantısını bölmeyen kentlerden biri olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir.
- Kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş bireylerin ziyaret sıklığı (Akyazı Sahil) ile akla ilk gelen turizm alanı (Boztepe) aynı doğrultuda farklılık göstermiştir. Bu sebeple en çok ziyaret edilen alanın bireysel olarak daha sık deneyimlenen alan olduğu düşünüldüğünde, deneyim ile akla ilk gelen ve zihinde yer eden alan arasında bir bağlantı kurulamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

- Her iki grup karşılaştırıldığında deneyim ile değişen iki nokta olduğu söylenebilir. Bunlardan birincisi, kente ait deneyimi olan bireyler kent merkezi ile sınırlı kalmadan Ordu kentine ait birçok turizm alanını zihin haritalarında belirtmişken deneyimsiz bireylerin kent merkezi ile sınırlı zihin haritalama çizimi yaptığı ve turizm alanı belirttiğidir; ikincisi ise Lynch'in beş kentsel imgesi göz önünde bulundurulduğunda her iki grupta ilk olarak 'Referans noktalarını' daha sonra 'Yolları' vurgulamıştır fakat kenti deneyimlemiş bireyler deneyimlememiş bireylere göre 'Yollar' imgesini daha fazla zihin haritalama çizimlerinde belirtmiştir.
- Kenti deneyimlememiş ve deneyimlemiş bireylerin zihin haritaları karşılaştırıldığında 'Sınır' imgesini (deniz ve dere) kullandıkları gözlemlenmiştir. Bunun Ordu kentinin bir kıyı kent olmasından ve kıyıya paralel olarak gelişmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple kenti deneyimlememiş bireylerin zihin haritaları katılımcıların bulunduğu kent ile ilgili coğrafi özelliklerin ve fiziksel yapısının zihin haritalarında kent imgelerine ait belirtmeleri değiştirmede katkısı olduğu argümanı söylenebilir.
- Kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş bireylerin zihin haritalarında her iki grup içinde akla ilk gelen turizm alanının Boztepe olmasının sebebi; ulaşım kolaylığı, teleferik ile alternatif ve manzara özelliğini yansıtan ulaşım seçeneği buldurması, alanın manzara özelliği taşıması, birçok rekreasyonel faaliyet sağlaması, Ordu kültürünü yansıtan öğelerin bulunması ve yerel halkın şehirden uzaklaşarak bir çok rekreasyonel faaliyeti geçmişten bugüne Boztepe'de gerçekleştirilmesiyle ordu kenti için bir gelenek haline gelmesi olarak görülmektedir.
- Kenti deneyimlememiş olan bireylerin zihin haritalarında ilk olarak Boztepe daha sonra Teleferik girişini yanında olan Ters Ev'i vurguladıkları, kenti deneyimlemiş olan bireylerin ise ilk olarak yine Boztepe'yi fakat daha sonra Taşbaşı Kilisesini vurguladıkları gözlemlenmiştir. Kenti deneyimlememiş olan bireylerin zihin haritalarında Taşbaşı Kilisesi kent merkezinde olmasına rağmen vurgulamadıkları sadece Boztepe bilgi ile bağlantılı olan alanları zihinlerinde görselleştirdikleri gözlemlenmiştir. Bu bilgi doğrultusunda bakıldığında kenti ziyaret eden bireylerin kent merkezinde olan tarihi değeri olan turizm noktaları (Taşbaşı Kilisesi, Tarihi Şadırvan) hakkında bilgisi olmadığı gözlemlenmiştir.
- Elde edilen zihin haritaları incelemeleri sonucunda Ordu kentine ait birçok turizm alanının bilinmediği ve deneyim ile bu alanların bilinirliğinin arttığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında kenti kısa süre deneyimleyecek ziyaretçilerin Ordu kentine ait turizm noktaları konusunda eksik kalacağı ve bunun Ordu kenti için turizm potansiyelini arttırması yönünde çalışmalar yapılması gerektiği açıkça gözlemlenmiştir. Kenti kısa süreliğine ziyaret eden ve uzun süre kentte bulunan bireylerin Ordu kentine ait turizm bilgisinin bir noktada toplanması amaçlanarak, kente ait turizm alanlarının tanınabilirliği açısından çalışma ve planlamalar yapılması gerektiği düşünülmektedir.
- Katılımcıların zihin haritalarında nadir belirtmiş olduğu turizm alanlarının sayısı oldukça fazladır, bununla birlikte Ordu kentine ait birçok turizm alanının da akıllara gelmediği zihin haritalama çizimleri incelendiğinde görülmüştür. Bu alanlardan bazıları; Perşembe Yaylası, Ulugöl Tabiat Parkı, Çınarsuyu Tabiat Parkı, Çambaşı Kayak Merkezi, Yoro Kent Ormanı, Asarkaya Kent Ormanı, Hoynat Adası, Yason Burnu ve Kilisesi, Kükpaya Kanyonudur ve bu alanlar Ordu kenti için önemli ve turizm potansiyeli yüksek olan alanlardır.

Sonuç ve Öneriler

Kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş bireyler arasında Ordu kentine ait turizm alanlarının zihinlerinde yer etme durumu, benzerlik ya da farklılıklarının saptanması, akla ilk gelen ve kent ile bütünleşmiş turizm alanının belirlenmesi ve kent imgelerine ait kent dokusunun deneyim ile değişip değişmediğinin ortaya konması hedeflenen bu çalışmada; kenti deneyimlemiş ve deneyimlememiş bireylerin zihinlerinde Ordu kentine ait akla ilk gelen alanın aynı olduğu (Boztepe) ve deneyim ile akılda kalıcılığı en fazla olan alanın değişmediği gözlemlenmiştir fakat deneyim ile değişen iki nokta

saptanmıştır. Bunlar biri kenti deneyimlemiş olan bireylerin ordu kentine ait ilk akla gelen alanı belirtmiş olsa da zihin haritalarında turizm alanlarının kent merkezi ile sınırlı kalmadığı ve ilçelerde bulunan turizm alanlarını da belirtmiş olması, diğeri ise zihin haritalarında Lynch'in beş kentsel imgesinden olan 'Yolları', kenti deneyimlememiş bireylere göre daha fazla belirtmesi ve kullanmasıdır. Bununla birlikte çalışmanın bir diğeri amacı olan Lynch'in "kenti deneyimlememiş bireylerin ilk olarak 'Bölgeleri' vurgularken kenti deneyimlemiş bireylerin 'Referans Noktalarını' vurgulayacağı" argümanı ile her iki grup karşılaştırılmıştır. Lynch'in kenti deneyimlememiş bireyler için belirttiği argüman ile çalışma bulguları örtüşmemiştir, kenti deneyimlemiş bireyler ile ilgili belirttiği argüman ile çalışma bulguları örtüşmektedir. Aynı zamanda zihin haritaları incelendiğinde katılımcıların çoğunlukla Sınır imgesini belirttiği de gözlemlenmiştir ve bunun sonucunda kentin coğrafi durumu veya fiziksel özelliklerinin zihin haritalama çalışmalarını etkileyebileceği kanısına varılmıştır. Zihin haritaları çizimleri incelendiğinde her iki grup içinde Akyazı Sahil kıyı şeridinin turizm alanı algısı taşıdığı görülmüştür. Ordu kenti için yapılacak herhangi bir turizm planlama çalışmasında bu durumun göz ardı edilmemesinin önemli olduğu ve bu alana yönelik turizm planlamalarının yapılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Ordu kentine ait turizm alanlarının bireyler tarafından tanınmasının kent ile deneyim sonucunda oluştuğu görülmektedir. Bu durum kenti kısa süreliğine ziyaret edenlerin Ordu kentine ait turizm alanlarından bilgisi olmayabileceğini ve kente ait merak uyandırabilecek turizm alanlarının bilinmediğini ortaya koymaktadır. Ordu kentini ziyaret etmelerini sağlamak adına bu durumun deneyim ile değişmediği bir duruma getirmek amaçlanmalıdır. Bu çalışmada yapılan zihin haritaları incelenerek elde edilen bulgularda Ordu kentine ait doğal, kültürel ve tarihi değeri olan birçok turizm alanının belirtilmediği ve zihinlerde yer etmediği gözlemlenmiştir. Bu alanlardan bazıları; Ulugöl Tabiat Parkı, Perşembe Yaylası, Çambaşı Kayak Merkezi, Yoro Kent Ormanı, Yason Burnu ve Kilisesi, Hoynat Adası, Taşbaşı Kilisesi, Asarkaya Kent Ormanı, Çınarsuyu Tabiat Parkı, Bolaman Kalesi, Küpkaya Kanyonu, Gaga Gölü, Paşaoğlu Konağı, Tarihi Camiler ve Köprüler gibi birçok alanın yerel halk ve kentte kısa süredir bulunan bireyler tarafından hatırlanmadığı ya da zihinlerde yer etmediği sonucuna varılmıştır. Ordu İli son zamanlarda "3 Ay Değil, 12 Ay Turizm" sloganlarıyla turizmde ivme kazanan bir il olma yolunda ilerlemekte ve çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmanın Ordu ilinde gerçekleştirilecek olan turizm ile ilgili çalışmalara destek ve dayanak olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma doğrultusunda Ordu kentine ve turizm alanlarına katkı sağlayacak bazı öneriler şunlardır;

- Her turizm alanına alternatif ulaşım seçenekleri sağlanabilir ve havaalanından turizm alanına direkt ulaşmak isteyen turistler için belirli günlerde seferler düzenlenebilir.
- Doğal ve tarihi yapısını bozmayan mevcut dokuyu koruyarak restoreler, peyzaj çalışmaları ve çevre düzenlemeleri yapılabilir.
- Turizm alanlarının ve kentin sürdürülebilirliği ön planda tutularak çalışmalar yapılmalıdır.
- Ordu kentine ait destinasyon planlamaları, yönetimi ve gelişimi için bir dernek kurulabilir.
- Her turizm alanına özgü hedef planlamalar hazırlanabilir.
- Sosyal medyanın gücü günümüzde göz ardı edilemeyecek kadar önemli bir boyuta ulaşmıştır. Turizm alanlarının bilinirliğini artırmak adına yerel yönetimlerin sosyal medya hesaplarını (Instagram, X, Facebook, YouTube) aktif kullanımı sağlanabilir, bununla birlikte kentin hareketli alanlarına billboardlar, tanıtım broşürleri asılabilir.
- Turizm alanlarının destinasyonunu adına reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin sürekliliği sağlanabilir.
- Yerel yönetimler arasında iş birliği ve koordinasyon sağlanması amaçlanmalıdır.
- Turizm alanlarının ziyaretçi durumu ve potansiyelini anlamak adına istatistiksel çalışmalar yaparak bir veri tabanı oluşturulabilir.

- Turizm alanları için ziyaret süresini uzatacak farklı rekreasyonel faaliyetler ve etkinlikler düzenlenebilir.
- Kentin turizm hedefi doğrultusunda markalaşmaya yönelik bir planlama yapılabilir.
- Turizm alanlarında hem yerel halka destek sağlayacak hem de kenti tanıttacak yöresel ürünlerin ya da hediyelik eşyaların satışının yapılacağı stant ve dükkanlar kurulabilir.
- Turizm alanlarının çevresinde yöreye özgü restoranlar açılarak gastronomik unsurlar ön plana çıkarılabilir.

Yazar Katkısı (zorunlu)

Hande Şeyma Tepe, anket kurgusunu hazırladı, anket çalışmasını yürüttü. *Pervin Yeşil*, çalışmanın genel kurgusu ve verilerin toplanması aşamalarını yürüttü. Yazarlar makaleyi birlikte yazdı, okudu ve onayladı.

Etik

Bu çalışma Ordu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 29.02.2024 tarih ve 20224-22 sayılı kararı ile etik uygunluk onayı almıştır.

Çıkar Çatışması

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını belirtmektedir.

ORCID

Hande Şeyma Tepe  <https://orcid.org/0009-0003-1253-0703>

Pervin Yeşil  <https://orcid.org/0000-0003-4395-6881>

Kaynaklar

- Dağ, V. ve Mansuroğlu, S. (2020). Turizm alanlarının kent kimliğine etkisi: Denizli kenti örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 589-604. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunisobil/issue/55053/653259>
- Cengiz Gökçe, G., ve Açıksöz, S. (2017). Zihin Haritalama yöntemi ile kırsal peyzaj kimliğinin değerlendirilmesi: Nallıhan-Beydili örneği. *Uluslararası Hakemli Tasarım ve Mimarlık Dergisi*, 37, 55. <https://doi.org/10.17365/TMD.2017.1.018.x>
- Downs, R. M. ve Stea, D. (2011). Cognitive maps and spatial behaviour: Process and products. In *The map reader: Theories of mapping practice and cartographic representation* (pp. 312-317). Taylor and Francis.
- Eraydın, Z. (2016). Kentsel markalaşma stratejilerinin kent belleği ve kent imgesi üzerine etkileri: Ankara örneği. *İdealkent*, 7(20), 830-855. <https://doi.org/10.31198/idealkent.1396168>
- Evans, G. W. (1980). Environmental cognition. *Psychological Bulletin*, 88(2), 259-287. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.2.259>
- Haque, S., Mahmoudi, H., Ghaffarzagagan, N. ve Triantis, K. (2023). Mental models, cognitive maps, and the challenge of quantitative analysis of their network representations. *System Dynamics Review*, 39(2), 152-170. <https://doi.org/10.1002/sdr.1729>
- Hatipoğlu, Ş. C. (2021). Ordu ilinin doğaya dayalı turizm olanaklarının "Doğa temelli turizm için doğal kaynakların ölçümü modeli" ile değerlendirilmesi. *Mavi Atlas*, 9(2), 92-107. <https://doi.org/10.18795/gumusmaviatlas.986737>

- Jász, B. (2018). Mental map of the city: elements of visual argumentation and creativity in modern city planning. *Creativity studies*, 11(2), 284-293. <https://doi.org/10.3846/cs.2018.6901>
- Karaçor, E. K., ve Akçam, E. (2016). Explanation of conceptual relationship between variables of place identity, sense of community and environmental attitude by structural equation modelling. *Turkish Journal of Forestry*, 17(2), 194-200. <https://doi.org/10.18182/tjf.17330>
- Lynch, K. (1960). The image of the city. Massachusetts Institute of Technology Press.
- Oğan, O. ve Yasak, Ü. (2020). Küreselleşme bağlamında mekansal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmine etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi*, 74, 97-105. <https://doi.org/10.17211/tcd.702812>
- Öztürk, A. Ç. (2016). Eskişehir'in geçmişteki ve bugünkü kent belleğinin zihin haritaları üzerinden okuma denemeleri. *idealkent*, 7(20), 856-880. <https://doi.org/10.31198/idealkent.1396168>
- Sensoy, S., Demircan, M., Ulupınar, U. ve Balta, I. (2008). Türkiye iklimi. Turkish State Meteorological Service (DMİ), Ankara.
- Tolman, E C. (1948). Cognitive maps in rats and men. *Psychological Review* 55(4), 189-208. <https://doi.org/10.1037/h0061626>
- TUİK, 2024. TUİK istatistik veri portalı. İl ve ilçelere göre il/ilçe merkezi, belde/köy nüfusu. 18 Mart 2023 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=n%C3%BCfus> adresinden alınmıştır.
- Türk, S. (2017). Beypazarı kent kimliğinin bilişsel haritalama yöntemi ile değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 483-499. <https://doi.org/10.20875/makusobed.324147>
- URL 1. Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. 20 Şubat 2024 tarihinde <https://ordu.ktb.gov.tr/TR-106625/fotograflar.html> adresinden alınmıştır.
- Ülkeryıldız, E. Arsan, Z. D. ve Tonguç, A. (2009). Öğrenci zihin haritalarında kente ilişkin deneyimle değişen çevre algısı. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 72-82. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/baunfbed/issue/24285/261946>