MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KENTSEL TASARIMDA HİZMET TASARIMI ARAÇLARININ KULLANIMI: YENİ BİR YÖNTEMSEL PERSPEKTİF

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İBRAHİM ÖZVARİŞ

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Kentsel Tasarım Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Bahar AKSEL ENŞİCİ

OCAK 2025

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım klavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel etik kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- ücret karşılığı başka kişilere yazdırmadığımı (dikte etme dışında), uygulamalarımı yaptırmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

Ekin'e,

ÖNSÖZ

Tez çalışması çalışmasına başlamadan önce almış olduğum seçmeli ders vesilesiyle bu teze ilham olan ve her zaman bana destek olan yardımlarını esirgemeyen kıymetli tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Bahar AKSEL ENŞİCİ' ye sonsuz teşekkür ederim. Değerli katkılarından dolayı Dr. Öğr. Üyesi Melih BİRİK'e ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ayhan ENŞİCİ' ye çok teşekkür ederim. Çalışma sürecimde bana her zaman destek olan, yanımda duran ve yardımlarını esirgemeyen sevgili arkadaşlarım Serdar Altay ve Büşra Burcu'ya içtenlikle teşekkür ederim. İyi ki hayatımdasınız, iyi ki varsınız! Bana desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen aileme de bu süreçte desteğini hissettirdiği için ve çalışma motivasyonumu çalışma masasında uyuklayarak sağlayan sevgili kedilerim Fırtına ve Şaziye'ye çok teşekkür ediyorum.

Bu çalışmayı, zamansız kaybettiğim ve her zaman hatıralarımda özel bir yeri olacak sevgili arkadaşım Ekin'e ithaf ediyorum.

İbrahim ÖZVARİŞ
Mimar & Şehir Plancısı

KENTSEL TASARIMDA HİZMET TASARIMI ARAÇLARININ KULLANIMI: YENİ BİR YÖNTEMSEL PERSPEKTİF

ÖZET

Bu tez, kentsel tasarım süreçlerinde kentli-kullanıcı deneyiminin daha etkin bir şekilde merkeze alınması ihtiyacını ele almaktadır. Günümüzde kentsel tasarım, çoğunlukla geleneksel analiz yöntemlerine dayanmakta olup, bu yöntemler kullanıcıların mekân ile etkileşimlerini duyusal ve deneyimsel boyutlarda ele almakta yetersiz kalmaktadır. Hızlı kentleşme, toplumsal dinamiklerdeki değişim ve tüketim toplumuna geçişle birlikte, kentlilerin duygusal deneyimlerini, mekân algılarını ve sosyal etkileşimlerini tasarım süreçlerine entegre etme gereksinimi artmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümü, kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemlerinin tarihsel gelişimini ve tüketim toplumuna geçişle bu yöntemlerin yetersizliğini ele almakta; deneyim ve kullanıcı[kentli] odaklı analizlere olan gereksinimi tartışmaktadır. Mekân-Kullanıcı ve Tekil-Genel ekseninde mekân-kullanıcı etkileşimi doğrultusunda analiz yöntemleri, deneyim odaklı yaklaşımlar ışığında yeni imkânlar ve alternatif yöntemler bağlamında değerlendirilmektedir.

Üçüncü bölümde, deneyim kavramı odağında kentsel deneyim ve kentli-kullanıcı deneyimi tartışılmıştır. Günümüzde yenilikçi ve deneyim odaklı yöntemler incelenmiştir.

Dördüncü bölümde, kentsel tasarımda kullanıcı deneyimini odağa alan Hizmet Tasarımı [Service Design] araçları olan Empati Haritası [Empathy Map] ve Yol Haritası [Journey Map] incelenmiştir. Bu araçların kentsel tasarım süreçlerine entegrasyonuna yönelik kavramsal bir çerçeve sunularak, dijital teknolojilerin sunduğu imkânlarla katılımcı ve insan odaklı bir boyut kazandırma potansiyeli vurgulanmıştır. Ampirik uygulama bölümünde, örnek bir alan üzerinde bu yöntemlerin uygulamaları gerçekleştirilmiş ve elde edilen kullanıcı deneyimi bulguları analiz edilmiştir.

Sonuç olarak, bu tezde, kullanıcı deneyimini merkeze alan analiz yöntemlerinin kentsel tasarım süreçlerine sunduğu katkılar değerlendirilmiş ve kentsel mekânların daha yaşanabilir, kapsayıcı ve sürdürülebilir hale getirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur. Çalışma, kentsel tasarımda deneyim odaklı yaklaşımların önemini vurgulayarak, bu alanda yenilikçi uygulamalara yol gösterici olmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kentsel Deneyim, Hizmet Tasarımı, Empati Haritası (Empathy Map), Yol Haritası (Journey Map), Deneyim Odaklı Yaklaşımlar

THE USE OF SERVICE DESIGN TOOLS IN URBAN DESIGN: A NEW METHODOLOGICAL PERSPECTIVE

SUMMARY

This thesis addresses the need to place urban user experiences more effectively at the center of urban design processes. Today, urban design largely relies on traditional analytical methods, which are inadequate in addressing users' interactions with spaces on sensory and experiential levels. With rapid urbanization, changes in social dynamics, and the transition to a consumer society, the necessity of integrating the emotional experiences, spatial perceptions, and social interactions of urban users into design processes has grown significantly.

The second chapter examines the historical development of traditional analytical methods in urban design and their inadequacies in the context of the transition to a consumer society. It discusses the need for experience- and user-oriented analyses and evaluates analytical methods based on the Space-User and Individual-General axes. These methods are explored in light of experience-focused approaches, highlighting new opportunities and alternative methods.

The third chapter focuses on the concept of experience, discussing urban experience and urban user experience. Innovative and experience-oriented methods in contemporary urban design practices are reviewed.

The fourth chapter examines Service Design tools, such as the **Empathy Map** and **Journey Map**, which prioritize user experience in urban design. A conceptual framework is proposed for integrating these tools into urban design processes, emphasizing their potential to introduce a participatory and human-centered dimension enabled by digital technologies. In the empirical application section, these methods are applied to a sample area, and findings related to user experience are analyzed.

In conclusion, this thesis evaluates the contributions of user experience-centered analytical methods to urban design processes and offers recommendations for making urban spaces more livable, inclusive, and sustainable. By emphasizing the importance of experience-oriented approaches in urban design, the study aims to guide innovative practices in the field.

Keywords: Urban Experience, Service Design, Empathy Map, Journey Map, Experience-Oriented Approaches

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **ix**
ÖZET ..... **xi**
SUMMARY ..... **xiii**
İÇİNDEKİLER ..... **xv**
KISALTMALAR ..... **xvii**
ÇİZELGE LİSTESİ ..... **xix**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **xxi**
1. GİRİŞ **1**
1.1 Problemin Tanımlanması 2
1.2 Araştırma Soruları 3
1.3 Çalışmanın Amacı 3
1.4 Çalışmanın Yöntemi ve Kapsamı 4
2. ANALİZDEN DENEYİME: KENTSEL TASARIM SÜREÇLERİNDE MEVCUT ANALİZ YÖNTEMLERİ VE ORTAYA ÇIKAN YENİ İHTİYAÇLAR **8**
2.1 Kentsel Tasarımda Analiz Teknikleri 9
2.2 Mekân-Kullanıcı ve Tekil-Genel Ölçeğinde Analiz Yöntemlerinin İncelenmesi 19
2.3 Değişen Dünya Dinamikleri ve Kentsel Mekânın Yeniden Şekillenişi 23
2.4 Bölüm Sonucu 30
3. KENTİ DENEYİMLEMEK **32**
3.1 Deneyim ve Kullanıcı Deneyimi Kavramı 33
3.2 Kenti Deneyimlemek ve Kentli-Kullanıcı Deneyimi Üzerine 42
3.3 Kentsel Tasarımda Kullanılan Yeni Yöntemlerin Deneyim Bağlamında İncelenmesi 55
3.4 Bölüm Sonucu 64
4. HİZMET TASARIMI [SERVICE DESİGN] ARAÇLARININ [EMPATİ VE YOL HARİTASI] KENTSEL TASARIM SÜREÇLERİNDE UYGULANMASI **66**
4.1 Hizmet ve Hizmet Tasarımı [Service Design] Kavramı 67
4.2 Hizmet Tasarımı Araçları [Service Design Tools] 74
4.2.1 Yolculuk haritası [Customer Journey Map] 80
4.2.2 Empati haritası [Empathy Map] 92
4.3 Empati ve Yol Haritaları Yöntemlerinin Kentsel Tasarım Süreçlerin Olası Katkıları 104

4.4 Bölüm Sonucu 106
5. HİZMET TASARIMI [SERVICE DESIGN] ARAÇLARININ KENTSEL TASARIM YAKLAŞIMI İLE ÖRNEK ALAN ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ 110
5.1 Alan Çalışması Kurgusu 111
5.1.1 Çalışma alanı ve seçim kriterleri 111
5.1.2 Çalışma alanının tarihsel gelişimi 114
5.2 Araştırma Metodu 118
5.2.1 Veri Toplama ve Personaları Tanımlama 119
5.3 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı Yolculuk Haritası Çalışması 132
5.4 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı Empathy Haritası Çalışması 146
5.5 Bölüm Sonucu 153
6. SONUÇ 156
KAYNAKLAR 162
ÖZGEÇMİŞ 170

KISALTMALAR

SDT **:** Service Design Tools (Hizmet Tasarımı Araçları)
UCD **:** User-Centered Design (Kullanıcı Merkezli Tasarım)
HCD **:** Human-Centered Design (İnsan Merkezli Tasarım)
AR **:** Augmented Reality (Artırılmış Gerçeklik)
VR **:** Virtual Reality (Sanal Gerçeklik)
IoT **:** Internt of Things (Nesnelerin İnterneti)
CBS **:** Coğrafi Bilgi Sistemleri (Geographical Information Systems)
GIS **:** Geographical Information Systems

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 5. 1 Meydan kullanıcı yolculuk haritası örneği **134**

Çizelge 5. 2 Çiçekci personası yolculuk haritası..... **136**

Çizelge 5. 3 Bisikletli kurye yolculuk haritası **137**

Çizelge 5. 4 Tüm personaların yolculuk haritaları **139**

Çizelge 5. 5 Alan çalışması kapsamında elde edilen empati haritası verileri **151**

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. 1 : Çalışmanın süreç tasarımı **4**

Şekil 1. 2 : Çalışmanın yöntemi. **7**

Şekil 2. 1 : Planlama ve tasarım sürecinin temel aşamaları, analizin süreç içerisindeki yeri **10**

Şekil 2. 2 : Coğrafi Bilgi Sistemleri (Geographical Information System) Metodolojisi **16**

Şekil 2. 3 : Analiz yöntemleri skalası. **19**

Şekil 2. 4 : Analiz yöntemleri skalası. **21**

Şekil 2. 5 : Tarihsel kırılımlar **24**

Şekil 3. 1 : Deneyim boyutları **34**

Şekil 3. 2 : Kullanıcı deneyimi etkileşim alanları. **36**

Şekil 3. 3 : Kullanıcı merkezli tasarım bileşenleri. (UCD) **37**

Şekil 3. 4 : Deneyim tasarımı disiplinleri diyagramı **38**

Şekil 3. 5 : Envis Precisely'nin deneyim tasarımı disiplinleri diyagramı **39**

Şekil 3. 6 : Envis Precisely (2013) firmasına ait kullanıcı deneyimi tasarımının disiplinleri diyagramı **40**

Şekil 3. 7 : Kentsel Tasarım kullanıcı deneyimi boyutu. **49**

Şekil 3. 8 : MetroQuest'in arayüzleri. **59**

Şekil 3. 9 : Change by us web arayüzü. **61**

Şekil 3. 10 : Uygulamanın arayüzü. **62**

Şekil 3. 11: Uygulamanın arayüzü. **62**

Şekil 4. 1 : Double Diamond modeli [Discover, Define, Develop, Deliver] **72**

Şekil 4. 2 : Servis tasarım araçları haritası [Service Design Tools Map] **74**

Şekil 4. 3 : Persona şablonu. **77**

Şekil 4. 4 : Servis Tasarım Araçları. **79**
Şekil 4. 5 : Müşteri deneyiminin görselleştirmesi. **81**
Şekil 4. 6 : Ikea müşteri deneyimi haritası. **82**
Şekil 4. 7 : Diyabet yolculuğu haritası. **85**
Şekil 4. 8 : Müşteri yolculuğu haritası altlığı **86**
Şekil 4. 9 : Müşteri yolculuk haritası temas noktaları. **89**
Şekil 4. 10 : Müşteri yolculuk haritası aşamaları. **91**
Şekil 4. 11 : Müşteri yolculuğu haritası üç ana evresi: satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası. **91**
Şekil 4. 12 : Empathy Map örneği. **94**
Şekil 4. 13 : "Büyük Kafa" çizim örneği. **95**
Şekil 4. 14 : "Büyük Kafa" örnekleri. **96**
Şekil 4. 15 : Empati haritası öncesi / sonrası hali **96**
Şekil 4. 16 : Empati haritası şablonu. **97**
Şekil 4. 17 : Persona Şablonu. **98**
Şekil 4. 18 : Empathy Map temel soruları. **99**
Şekil 4. 19 : Televizyon almak isteyen bir personanın empati haritası. **100**
Şekil 4. 20 : Dave Gray tarafından geliştirilen Empathy Map şablonu. **102**
Şekil 4. 21 : Empathy Map örnekleri. **104**
Şekil 4. 22 : Servis tasarımı, kullanıcı deneyimi ve kentsel tasarım ilişkisi. **107**
Şekil 4. 23 : Yerel yönetimler, hizmetler, politika geliştirme süreçleri ilişkisi. **108**
Şekil 5. 1 : Çalışma alanının İstanbul ve Kadıköy'deki yeri. **112**
Şekil 5. 2 : Çalışma alanı çevre ulaşım aksları. **113**
Şekil 5. 3 : Meydanın Pervititch haritasında konumu, 1939. ..... **114**
Şekil 5. 4 : Meydanın Goad haritasında konumu, 1906. ..... **115**
Şekil 5. 5 : Yıllara göre çalışma alanının hava haritaları üzerinden değişimi **116**
Şekil 5. 6 : 2006 yılı hava haritası görünümü. **117**
Şekil 5. 7 : Meydanın havuzlu görünümü. **117**
Şekil 5. 8 : Persona şablonu boş hali…**.....**
Şekil 5. 9 : Personanın doldurulmuş hali **120**
Şekil 5. 10 : Mehmet Ayvalıtaş Meydanı kullanıcı personaları **128**
Şekil 5. 11 : Mehmet Ayvalıtaş Meydanı kullanıcı personaları **129**
Şekil 5. 12 : Personaların cinsiyet dağılımı **130**
Şekil 5. 13 : Personaların yaş dağılımı. **130**
Şekil 5. 14 : Personaların eğitim seviyeleri. **131**

Şekil 5. 15 : Personaların parkı kullanım sıklığı..... **132**
Şekil 5. 16 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı personaların park kullanımı gösteren diyagram **142**
Şekil 5. 17 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı personaların park içindeki konumları..... **143**
Şekil 5. 18 Yolculuk haritalarında elde edilen verilerin mekânsal yansıması..... **144**
Şekil 5. 19 Empati Haritası alan çalışması..... **147**
Şekil 5. 20 Empati Haritası alan çalışması..... **148**
Şekil 5. 21 Empati Haritası alan çalışması..... **149**
Şekil 5. 22 Alan çalışması sonucunda oluşan Empati Haritası **149**
Şekil 5. 23 : Moda İlkokulu öğrencisi empati haritası çalışması. **150**
Şekil 5. 24 : Alan çalışmasından görseller. **151**

1. GİRİŞ

Günümüzde kentsel tasarım süreçlerinde her ne kadar katılımcı yöntemler denenip kullanılsa da kentlilerin duygularını, hislerini ve bütün bunları toplamı olan deneyimin başka bir deyişle kullanıcı-kentli deneyiminin yeterince dikkate alınmadığı gözlemlenmektedir. Bu durum, geleneksel analiz yöntemlerinin statik ve nicel verilere dayanarak, kentle etkileşim kuran bireylerin duyusal ve deneyimsel dinamiklerini göz ardı etmesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle hızlı kentleşme ve toplumların yapılarındaki değişimler, kentsel mekanların bireyler tarafından nasıl deneyimlendiğini daha kritik hale getirmiştir.

Bu tezde, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı deneyiminin nasıl daha merkezi hale getirilebileceği ve mevcut analiz yöntemlerinin neden yetersiz kaldığı ele alınmaktadır. Geleneksel yöntemlerin çoğunlukla mekânsal analizlerle sınırlı kaldığı, kullanıcıların gündelik yaşamdaki deneyimlerini kapsamlı bir şekilde içermediği tespit edilmektedir. Bu çerçevede, Hizmet Tasarımı [Service Design] Empati haritaları [Empathy Map] ve Yol haritaları [Journey Map] gibi deneyim merkezli analiz yöntemlerinin, tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebileceği ve kentsel tasarımda kullanıcı deneyiminin nasıl daha iyi anlaşılabileceği incelenmektedir.

Kentsel tasarımda kullanıcı merkezli yaklaşımlar, özellikle hizmet tasarımı araçlarıyla desteklenerek, mekânın salt fiziksel özelliklerinin ötesine geçilmesini imkân tanıyabilir. Geleneksel analiz yöntemleri, genellikle mekânın yapısal ve işlevsel yönlerine odaklanırken, kullanıcıların günlük yaşam deneyimlerini, etkileşimlerini ve mekânsal algılarını göz ardı edebilmektedir. Oysaki, kentsel mekânların insan deneyimine dayalı olarak tasarlanması, kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerini ve memnuniyetlerini artıracaktır. Bu bağlamda, hizmet tasarımı araçlarının, özellikle empati ve yol haritası yöntemlerinin, kullanıcıların mekânla olan ilişkisini daha derinlemesine analiz etmek ve bu deneyimleri tasarım sürecine entegre etmek açısından önemli bir potansiyel sunabilir. Bu yeni yaklaşımlar, kentsel mekânların

daha yaşanabilir, kapsayıcı ve insan odaklı olmasını sağlayacak yenilikçi çözümlerin önünü açmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, kentsel tasarımın statik analiz yöntemlerinden, daha dinamik ve deneyim odaklı yaklaşımlara doğru nasıl evrilebileceğini ve bu yöntemlerin tasarım sürecinde hangi katkıları sunabileceğini araştırmayı amaçlamaktadır.

1.1 Problemin Tanımlanması

Kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemleri, mekânın fiziksel ve yapısal boyutlarına odaklanarak, kentle etkileşime giren kullanıcıların duyusal ve deneyimsel ihtiyaçlarını göz ardı etmektedir. Bu durum, kent mekânlarının bireyler tarafından nasıl algılandığını, deneyimlendiğini ve kullanıldığını anlamada yetersiz kalmakta, dolayısıyla kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcıların ihtiyaçları tam anlamıyla karşılanamamaktadır. Hızla artan kentleşme, demografik değişiklikler ve sosyal dinamiklerdeki farklılaşmalar, kullanıcı deneyimini yalnızca bir yardımcı unsur olarak değil, tasarım sürecinin merkezi bir bileşeni olarak ele almayı gerekli kılmaktadır.

Geleneksel kentsel analizler, mekânı genellikle statik ve nicel veriler üzerinden ele almakta, bireylerin kentsel mekânlarla olan deneyimsel etkileşimlerini göz ardı etmektedir. Bunun bir sonucu olarak, kentsel mekânlar daha çok fiziksel düzenlemeler ve altyapı ile tanımlanmakta, ancak kullanıcıların bu mekânları deneyimleme biçimleri ve mekânların bu deneyimleri destekleyici nitelikleri yeterince dikkate alınmamaktadır. Kentlilerin mekânla kurduğu bağları, yaşadığı duygusal ve duyusal etkileşimleri anlamaya yönelik eksiklikler, kentsel tasarımın bireylerin sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarına duyarsız kalmasına neden olmaktadır.

Bu bağlamda, tez kapsamında ele alınan temel sorun, mevcut kentsel analiz yöntemlerinin kentli deneyimini dışlaması ve tasarım sürecine kullanıcı odaklı bir yaklaşımı entegre etmede yetersiz kalmasıdır. Bu sorunun çözümü, kullanıcı deneyimini merkeze alacak yeni analiz yöntemlerinin tasarım süreçlerine dahil edilmesiyle mümkün olabilir. Hizmet Tasarımı [Service Design] araçları olan Empati Haritaları [Empathy Map] ve Yol Haritaları [Journey Map] gibi deneyim odaklı analiz yöntemleri, bu anlamda kentsel tasarıma yenilikçi ve kullanıcı merkezli bir perspektif sunabilir.

1.2 Araştırma Soruları

Tez kapsamında araştırmanın temel soruları ve alt soruları:

- Kentsel mekânı daha iyi analiz edebilmek amacıyla kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan mekânsal analiz yöntemleri kadar deneyimsel boyutu da içeren kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımlar nasıl ele alınabilir?

Alt sorular

- Kentsel mekânın deneyimsel boyutunu içeren kullanıcı odaklı yaklaşımlar, kentsel tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebilir?
- Kentsel mekânın kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımla analiz edilmesi, kentsel tasarım sürecine neler katabilir?
- Kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımların, kentsel mekânın kullanıcılarının ihtiyaçlarına daha uygun hale getirilmesindeki rolü nasıl/neler olabilir?
- Kullanıcı odaklı yöntemlerin [empathy map ve journey map] kent mekanını analiz etmede katkısı nasıl / neler olabilir?
- Geleneksel mekansal analiz yöntemleri ile kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımların kent mekanına algılamada nasıl bir katkısı olabilir?

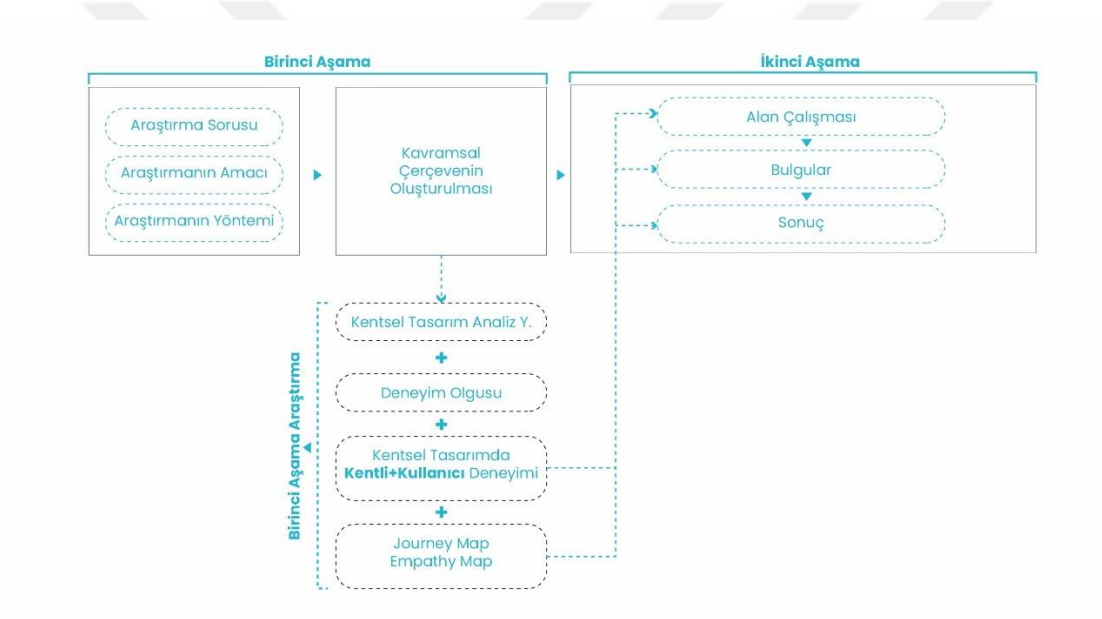
1.3 Çalışmanın Amacı

Bu tezin amacı, kentsel tasarım süreçlerine kullanıcı deneyimini yöntemlerinin ve araçlarının nasıl entegre edilebileceği üzerine olacaktır. Geleneksel analiz yöntemlerinin çoğunlukla mekânsal ve nicel verilere dayanarak, bireylerin kentsel mekânlarla olan duyusal ve deneyimsel etkileşimlerini yeterince kapsamaması bu çalışmanın ana sorunsalıdır. Tezde, hizmet tasarımı araçları olan empati ve yol haritası yöntemlerinin, kentsel tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebileceği ve bu araçların kullanıcı deneyiminin daha iyi anlaşılması için nasıl katkılar sunabileceği incelenmektedir. Çalışma, kentsel mekânların daha yaşanabilir, kapsayıcı ve insan

odaklı hale gelmesi için bu yeni deneyim merkezli yaklaşımların sunduğu potansiyelleri araştırmayı hedeflemektedir.

1.4 Çalışmanın Yöntemi ve Kapsamı

Bu çalışma, kentsel tasarım süreçlerinde geleneksel analiz yöntemlerinin kısıtlı kaldığı ve kullanıcı deneyimini yeterince dikkate almadığı varsayımından hareketle, Hizmet Tasarımı [Service Design] araçlarının bu sürece nasıl entegre edilebileceğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, Empati Haritası [Empathy Map] ve Yol Haritası [Journey Map] gibi kullanıcı deneyimine odaklanan yöntemlerin kentsel tasarım süreçlerindeki potansiyel katkılarını araştırmaktadır.



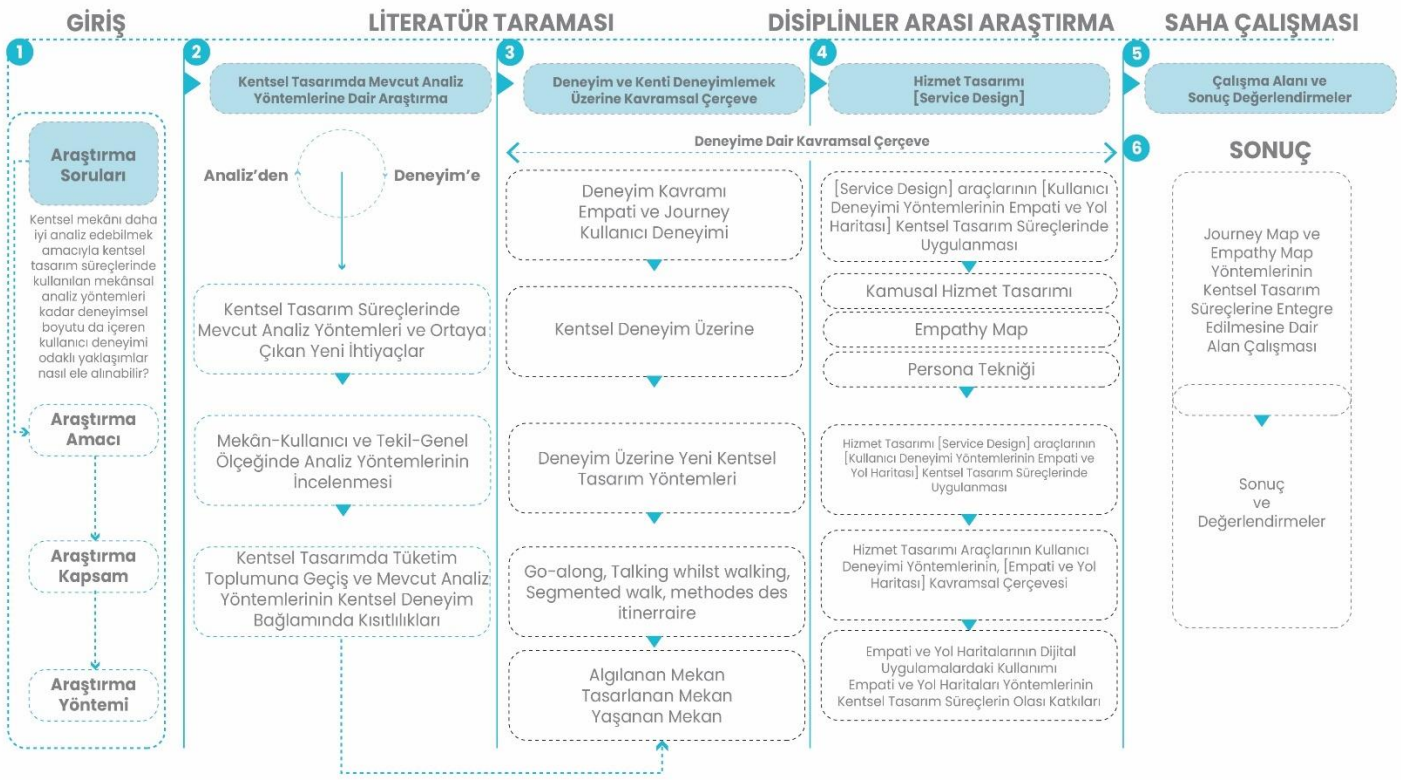
Şekil 1. 1 : Çalışmanın süreç tasarımı.

Yöntem olarak, önce kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemlerinin günümüzdeki yetersizlikleri ele alınarak, bu analizlerin tüketim toplumu ve bireylerin mekânla kurduğu ilişkiler açısından nasıl eksik kaldığı tartışılacaktır. (Şekil 1. 1) Bu çerçevede, literatürde yer alan mevcut analiz yöntemleri irdelenecek, analiz yöntemleri skalası bağlamında ve kentli-kullanıcı deneyimi odaklı analiz yöntemleri ile karşılaştırılacaktır. Sonraki bölümde deneyim olgusu ve kentli deneyimi konusu tartışılacaktır.

Daha sonra, (Şekil 1. 2) ‘de görüldüğü üzere Hizmet Tasarımı araçlarının teorik çerçevesi ve bu araçların dijital platformlarda nasıl kullanıldığı incelenecek; Empati

ve Yol Haritalarının kentsel tasarım süreçlerine nasıl uygulanabileceği tartışılacaktır. Son aşamada, seçilen bir örnek alan üzerinde ampirik bir uygulama yapılarak, bu yöntemlerin sahada nasıl kullanılabileceği ve elde edilen verilerin nasıl değerlendirileceği analiz edilecektir. Deneme süreci ve bulguların değerlendirilmesi yoluyla, kentsel tasarımın daha kullanıcı deneyimi odaklı bir yaklaşıma nasıl evrilebileceği üzerinde durulacaktır.

Çalışmanın kapsamı, kentsel tasarım süreçlerinde analiz yöntemlerinin deneyimsel boyutunun incelenmesi ile sınırlıdır. Ampirik uygulama ise seçilen örnek alan üzerinde yapılacak alan çalışması ile derinleştirilecektir.



Şekil 1. 2 : Çalışmanın yöntemi.

2. ANALİZDEN DENEYİME: KENTSEL TASARIM SÜREÇLERİNDE MEVCUT ANALİZ YÖNTEMLERİ VE ORTAYA ÇIKAN YENİ İHTİYAÇLAR

Kentsel tasarım süreçleri, sadece fiziksel mekânların şekillendirilmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerini, deneyimlerini ve bu süreçlerin toplumsal bağlamını da içeren karmaşık bir disiplinler arası alanı kapsamaktadır. Kentsel tasarımın temel amacı, insan odaklı ve sürdürülebilir yaşam alanları oluşturmak olduğundan, bu süreçte kullanılan analiz yöntemleri büyük bir önem taşımaktadır. Bu yöntemler, mekânın çeşitli boyutlarını ve kullanıcı dinamiklerini anlamaya yönelik önemli araçlar sunarak, tasarım süreçlerinin etkinliğini artırmayı hedeflemektedir.

Geleneksel olarak, kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri, genellikle mekânın fiziksel özellikleri üzerine yoğunlaşmıştır. Bu yaklaşım, mekânın yapısal bileşenlerinin incelenmesine arazi kullanım, dolu-boş, yeşil alanlar, ulaşım aksları gibi fiziksel elemanların değerlendirilmesine odaklanmıştır. Ancak, zamanla kentsel alanların ve toplumsal etkileşimlerin doğası değişmiş; bireylerin mekânla ilişkileri daha karmaşık ve dinamik bir hale gelmiştir. Bu bağlamda, kentsel dinamikleri anlamak için kullanılan mevcut analiz yöntemlerinin, sosyal bilimlerden, psikolojiden, diğer tasarım disiplinlerinden ve teknolojiden beslenen daha kapsamlı ve çok boyutlu yaklaşımlara evrilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan analiz yöntemleri, toplumsal ihtiyaçlar ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak sürekli bir dönüşüm içerisindedir. Şehirlerin büyümesi, nüfus hareketleri, sosyal ve ekonomik dönüşümler, kentsel mekânların dinamiklerini şekillendirirken, bu durum analiz yöntemlerinin yeniden ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. 2000'lerle birlikte teknolojinin gündelik yaşamın içine nüfuz etmesi, problem tanımlama ve iş yapma biçimlerinde ciddi değişimler yaratmış, insan odaklı yaklaşımlar her alanda öne çıkmaya başlamıştır.

Kentsel tasarım bu dönüşümü, planlamanın kavramlarından biri olan "katılımcılık" üzerinden tartışmış, ancak daha dinamik yöntemler için tasarımın diğer alanlarında yaşanan paradigma değişimlerinden beslenmenin önemi ortaya konmuştur. Çevresel sorunlar ve iklim değişikliği, teknolojinin yaşam üzerindeki etkisi akıllı şehirler ve dayanıklı şehirler gibi geliştirilen kavramlar tasarımın biçim ve form kaygılarının ötesine geçerek çözümler üretme ve sistemlerin nasıl çalıştığını sorgulama ihtiyacını doğurmuştur.

2000'lerde Ezio Manzini ve Center for Service Design'ın çalışmalarıyla ivme kazanan insan odaklı tasarım, kapsayıcı tasarım, kullanıcı deneyimi ve etkileşim tasarımı gibi kavramlar, tasarımın yalnızca görsel estetikle değil, aynı zamanda çok katmanlı düşünce yapısıyla verimli ve sürdürülebilir çözümler üretme potansiyelini vurgulamaktadır. Bu perspektif, kentsel tasarımın da daha yenilikçi ve bütünsel bir yaklaşımla ele alınmasını gerekli kılmaktadır. (Manzini,2015)

Bu bölümde, kentsel tasarım süreçlerinde mevcut analiz yöntemleri kapsamlı bir şekilde ele alınacak, bu yöntemlerin ortaya koyduğu sınırlılıklar ve ortaya yeni ihtiyaçlar üzerinde durulacaktır. Günümüzde kullanılan analiz yöntemleri tarihsel perspektifte ve tezin strüktürü nedeniyle mekân-kullanıcı ve tekil-genel ölçeğinde incelenecektir. Geleneksel yöntemlerin yanı sıra, teknolojik gelişmelerin sağladığı yeni imkanlar ve kullanıcı odaklı alternatif yöntemler de tartışılacak, bu yaklaşımların kentsel tasarım süreçlerine entegrasyonu incelenecektir. Böylece, kullanıcı deneyimi ve mekân arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine anlamak ve kentsel tasarımın gelecekteki yönelimlerini belirlemek mümkün olacaktır. Bu bağlamda, bu bölüm, analiz yöntemlerinin evrimi ve kentsel tasarımın çok boyutlu doğasını anlamak için önemli bir zemin oluşturacaktır.

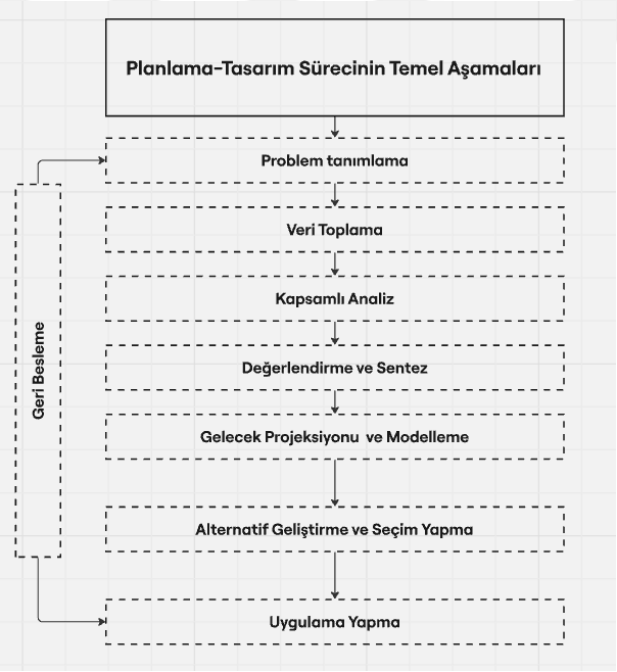
2.1 Kentsel Tasarımda Analiz Teknikleri

Bu bölümde, geçmişten günümüze kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan analiz yöntemleri ele alınacaktır. İlk olarak, mevcut analiz yöntemlerinin tarihsel süreçte değişimi incelenecek ve bu yöntemlerin zaman içindeki evrimi ve toplumsal ihtiyaçlara nasıl yanıt verdiği üzerinde durulacaktır. Ardından, tez kapsamında geliştirilen 'analiz yöntemleri skalası' tanıtılacak ve bu ölçek aracılığıyla günümüzde

yaygın olarak kullanılan analiz yöntemleri mekân-kullanıcı ve tekil-toplum ekseninde değerlendirilecektir. Daha sonra günümüz tüketim toplumunda ve gelişen teknolojiler ile ilişkisi ve mevcut analizlerin kısıtlılığı ortaya konacaktır.

Kentsel tasarım disiplininin gelişimi, öncelikli olarak kentsel alanlardaki farklı arazi kullanımlarının yerlerinin ve büyüklüklerinin belirlenmesi gibi fiziki yönleriyle başlamış olsa da zamanla sosyal bilimlerdeki niceliksel devrimlerden etkilenerek daha teknik bir yapıya dönüşmüştür. Coğrafya ve Sosyoloji gibi disiplinlerin etkisiyle, mekân analizleri daha ölçülebilir ve sayısal bir temel kazanmıştır. (White, 1974; Ceuclelis, 1982; Taylor, 1998; Klosterman & Brail, 2001;
Çubukçu, 2008).

Bu teknikleşme süreci, (Şekil 2. 1) planlama disiplininde kullanılan analiz yöntemlerinin de belirli bir yapısal çerçevede ardışık aşamalarla ilerleyen bir sistematiğe oturmasını sağlamıştır. Kentsel tasarımda kullanılan bu analiz yöntemleri, problem tanımlama, alternatif geliştirme, alternatifler arasından seçim yapma ve uygulama gibi aşamalarla şekillenen bir süreçler zinciri olarak kendini göstermiştir (Alkay, ve diğerleri, 2014, s. 11).



Şekil 2. 1 : Planlama ve tasarım sürecinin temel aşamaları, analizin süreç içerisindeki yeri

Kaynak: (Alkay, ve diğerleri, 2014, s. 11).

Problem Tanımlama: Bu aşama, kentsel alanlarda karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve tanımlanmasını içerir. Sorunlar genellikle demografik değişimler, sosyal ihtiyaçlar, altyapı

eksiklikleri, çevresel etkiler gibi geniş kapsamlı olabilir. Problem tanımlama aşaması, analiz sürecinin yönünü belirleyen en önemli adımlardan biridir ve bu aşamada kentsel tasarımın odak noktası ortaya çıkar.

1. Analiz ve Değerlendirme: Bu aşamada, kentsel alanların çeşitli boyutları derinlemesine incelenir. Örneğin, mevcut altyapı, ulaşım sistemleri, çevresel veriler, sosyal yapı ve mekânsal organizasyon gibi unsurlar analiz edilir. Geleneksel yöntemler, genellikle haritalar, demografik veriler, ulaşım analizleri ve coğrafi bilgi sistemleri (GIS) gibi teknik araçlar kullanılarak yapılır. Ancak, bu analiz yöntemleri çoğunlukla sadece mekânsal verilere odaklanır ve kullanıcı deneyimi, sosyal etkileşimler ve insanların mekânla ilişkileri gibi duyusal ve deneyimsel boyutlar göz ardı edilebilir.

2. Karar Alma ve Alternatif Geliştirme**:** Bu aşamada, toplanan veriler ve analizler sonucunda çeşitli çözümler ve alternatif tasarım önerileri geliştirilir. Alternatifler, kentsel sorunlara yönelik olası çözüm yollarını içerir ve bu aşama, tasarımın yaratıcı boyutunu devreye sokar. Bu süreçte geliştirilen alternatiflerin hangisinin uygulanacağına dair bir seçim yapılması gerekir.

3. Alternatifler Arasından Seçim ve Uygulama: Kentsel tasarım sürecinde en uygun alternatif seçilir ve uygulama aşamasına geçilir. Bu aşama, teorik olarak geliştirilen çözümlerin pratik hayata nasıl entegre edileceğini içerir. Uygulama aşaması, genellikle çok paydaşlı bir süreçtir ve çeşitli yerel yönetimlerin, toplulukların ve profesyonel tasarımcıların iş birliğini gerektirir.

Kentsel tasarımın analitik yönü, kent mekanının mevcut koşullarını anlamaya yönelik bir dizi analiz yöntemini içerir. Bu yöntemler, genellikle belirli bir yapısal çerçeveye dayanır ve ardışık aşamalarıyla zamanla yerleşmiş ve gelenek haline gelmiştir. Planlama süreçleri, adım adım ilerleyen bir problem çözme yaklaşımıyla şekillenirken, kentsel analizler bu süreçlerin başlangıç noktasını oluşturur. Kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan bu analiz yöntemleri, şehirlerin mekânsal düzenlemelerini, işlevselliğini ve estetiğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. Bu yöntemler genellikle fiziksel, mekânsal ve yapısal analizlere odaklanır.

Ayrıca şehircilik disiplini ve kentsel tasarım coğrafyadan bilgisayar bilimlerine antropolojiden sosyolojiye pek çok disiplinden aldığı yöntemleri mesleki disiplin içerisinde kullanmaktadır. Kente ve kent parçalarına dair ilişkiselliği sorgulayan şehircilik disiplini oldukça karmaşık bir yapı olan toplumsal meseleleri de göz önünde

bulundurmaya çalışmaktadır. Kentsel tasarım ve şehir planlaması, multidisipliner yapıları sayesinde, çeşitli disiplinlerin analiz yöntemlerinden faydalanarak geniş bir perspektif sunar. Kentler, yalnızca fiziki planlama ya da arazi kullanım kararlarıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda sosyal, ekonomik ve çevresel süreçlerle de iç içedir. Bu karmaşıklık, kentsel tasarım ve planlamada birden fazla disiplinin analiz yöntemlerini kullanmayı gerektirir.

Kentlerin karmaşık ve katmanlı yapısı nedeniyle şehir planlama ve kentsel tasarımın, farklı disiplinlerin yöntemleriyle desteklenmesi gerektiğini ve bu multidisipliner yapının daha karmaşık, sürdürülebilir ve insan odaklı kentsel mekânların tasarımına katkıda bulunduğunu göstermektedir.

> Tarihsel perspektiften bakıldığında 19. Yüzyılın sonları ve 20. Yüzyılın başlarında, kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri büyük ölçüde sosyal bilimlerin o dönemki gelişmelerine dayanıyordu. Sanayi Devrimi'yle birlikte kentler hızla büyürken, sosyal bilimciler şehirlerdeki demografik ve ekonomik değişimleri anlamak için nicel yöntemlere yönelmişlerdir. Bu dönemde kullanılan yöntemler arasında nüfus sayımları, iş gücü dağılımı, gelir seviyeleri ve konut koşulları gibi verilerin toplanması ve analiz edilmesi yer alıyordu. Bu veriler, kentsel planlama kararlarının verilmesinde temel teşkil ediyordu. (Dutoğlu & Aktuğlu Aktan, 2022)

20.yüzyılın ortalarında, özellikle II. Dünya Savaşı sonrası dönemde, kentsel tasarımda fonksiyonel ve zonal analiz yöntemleri ön plana çıkmıştır. Bu yöntemler, şehirlerin çeşitli fonksiyonel bölgeler (örneğin, konut, ticaret, sanayi) olarak bölünmesi ve bu bölgelerin özelliklerinin analiz edilmesine dayanıyordu. Bu dönemde, Ebenezer Howard'ın "Bahçe Şehirleri" ve Le Corbusier'in "Işık ve Hava Şehirleri" gibi modernist planlama yaklaşımları, fonksiyonel analiz yöntemlerinin uygulanmasında etkili olmuştur.

Fonksiyonel analiz, şehirlerin çeşitli bölgelerinin ihtiyaçlarının ve bu bölgelerdeki kullanıcıların davranışlarının anlaşılmasını sağlıyordu. Bu analizler, zonal haritalar ve bölgesel planlar ile desteklenmiş ve kentsel gelişim stratejileri bu verilere dayalı olarak oluşturulmuştur.

20.yüzyılın sonlarına gelindiğinde, kentsel tasarımda sosyo-mekânsal analiz yöntemleri önem kazanmaya başlamıştır. Bu yöntemler, sadece fiziksel çevreyi değil, aynı zamanda sosyal dinamikleri ve kullanıcı deneyimlerini de göz önünde bulundurarak şehirlerin daha bütünsel bir şekilde ele alınmasını sağlamıştır.

Bu dönemde, Jane Jacobs ve Kevin Lynch gibi teorisyenlerin çalışmaları, kentsel mekânların insanların günlük deneyimleri üzerindeki etkisine dikkat çekmiştir. Lynch'in "The Image of the City" adlı eseri, insanların şehirlerdeki mekânsal deneyimlerini anlamak için bilişsel haritalama yöntemini tanıtmıştır. Bu yöntem, (Lynch, 1960) bireylerin şehirleri nasıl algıladığını ve hatırladığını analiz etmek için kullanılmıştır.

Günümüzden geçmişe baktığımızda fiziki mekân analizlerinin yanında kentli deneyimi ile ilgili fikirleriyle bir analiz yöntemi öneren Kevin Lynch'in "The Image of the City" kitabı tez konusu kapsamında incelenmiştir. Kevin Lynch ve ona benzer yöntemleri kullanan araştırmacılar, kentteki sorunların tespiti ya da kentteki değişimlere odaklanmak yerine kentin nasıl algılandığına ve farklı algılama biçimlerine bakmışlardır.

Kevin Lynch, "The Image of the City" (Lynch, 1960)adlı eserinde, şehirlerin nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini anlamak için geliştirdiği beş temel kentsel tasarım analiz yöntemi sunar. Bu yöntemler, bir şehrin mekânsal yapısının insanlar tarafından nasıl algılandığını belirlemek amacıyla kullanılır:

Yollar (Paths): Şehirdeki ana ulaşım hatlarıdır. İnsanlar genellikle şehirleri bu yollar üzerinden deneyimler ve yollar, kentsel çevrenin algılanmasında temel bir rol oynar. Yollar, sokaklar, yaya yolları, demiryolları ve otoyollar gibi çeşitli ulaşım ağlarını kapsar.

Sınırlar (Edges): Şehirdeki farklı alanlar arasındaki ayırt edici hatlardır. Nehirler, duvarlar, yeşil alanlar gibi fiziksel sınırlar ya da algısal sınırlar (örneğin, bir bölgeden diğerine geçişte yaşanan his) bu kategoride değerlendirilir. Sınırlar, bir alanı diğerinden ayıran unsurlar olarak, şehirdeki farklı bölgelerin algılanmasında önemli bir rol oynar.

Bölgeler (Districts): Şehirde belirli bir karaktere sahip olan ve homojen özellikler gösteren geniş alanlardır. Bu bölgeler, insanlar tarafından tek bir parça olarak algılanan ve belli özelliklerle tanımlanan kentsel alanlardır (örneğin, bir iş bölgesi, konut bölgesi ya da tarihi bölge).

Odak Noktaları (Nodes): Şehirde insanların bir araya geldiği önemli kavşaklar ya da merkezlerdir. Bu noktalar, bir bölgenin merkezi ya da birden fazla yolun kesişim

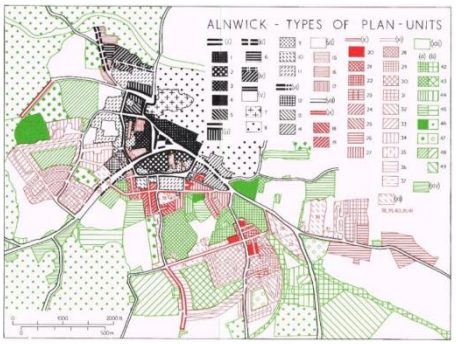
noktası gibi belirgin alanlar olabilir. Odak noktaları, insanların şehirde buluşma ve etkileşim alanları olarak önemli bir yer tutar.

Simgesel Yapılar (Landmarks): Şehirdeki belirgin, kolayca tanınabilir yapılar ya da öğelerdir. Bu simgesel yapılar, şehirdeki yön bulma süreçlerinde referans noktaları olarak kullanılır. Bir kule, köprü, anıt ya da büyük bir bina gibi yapılar, insanların şehirdeki yerlerini belirlemelerinde yardımcı olur.

Lynch'in bu beş analiz yöntemi, bir şehrin nasıl anlaşılabileceğini ve bu unsurların kentsel tasarımda nasıl dikkate alınması gerektiğini anlamak için temel bir çerçeve sunar. Bu analiz yöntemleri, şehirlerin daha okunabilir ve anlaşılabilir hale getirilmesine yönelik kentsel tasarım süreçlerinde kullanılabilir.

Lynch'in çalışmaları sonrasında, kentsel tasarım alanında hem teorik hem de uygulamalı açıdan önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle 1960'lı yıllardan itibariyle çevreyi odağına alan birçok bilim dalı gelişmeye başlamıştır. Bu gelişim bilim dallarının amaçlarına göre insan-çevre ilişkisine farklı perspektiflerden bakmaya olanak sağlamıştır.

Bu süreçte *kentsel morfoloji*, şehirlerin fiziksel yapılarının tarihsel ve sosyo-kültürel bağlamda nasıl şekillendiğini anlamak için geliştirilen bir analiz yöntemi olarak öne çıkmıştır. M.R.G. Conzen'in (1960) Alnwick kasabası üzerinde gerçekleştirdiği çalışmalar, kentsel morfolojinin temel taşlarını oluşturmuş ve bu yaklaşımın, kentlerin mekânsal yapısını anlamada ne kadar etkili olduğunu göstermiştir.



Şekil 2. 1 : Alnwick, Northumberland-Kent plan çözümlemesi üzerine çalışma-plan birimlerinin türleri (Conzen, 1960)

Conzen'in "morfolojik bölge" kavramı, kentsel dokuların ayrışan ve bir araya gelen alanlarını tanımlamak için geliştirilmiş, bu da tasarım süreçlerinde fiziksel ve sosyal bağlamın nasıl bütünleşeceğine dair kapsamlı bir bakış sunmuştur. Kentsel morfoloji, şehrin dokusunu oluşturan parselasyon, bina tipolojileri, yol ağları ve açık alan düzenlemelerinin, bir kentin kimliği üzerindeki etkisini analiz etmek için günümüzde

de sıklıkla başvurulan bir çerçeve sağlamaktadır (Whitehand, 1981).

Tarihsel-Coğrafi yaklaşımlarda Conzen tarafından geliştirilen çeper kuşak, morfolojik bölge ve parsel döngüsü çalışmaları dikkat çekmektedir. (Conzen, 1960) "20. yüzyılın başlarında Alman coğrafyacıların çalışmaları, kentsel morfolojinin kentlerin fiziksel biçiminin yanı sıra onu şekillendiren etmenleri ve süreçleri inceleyen bir bilim dalı olarak kurulması açısından büyük önem taşımıştır." (Oliveria, 2016). Mimarlık temelli yaklaşımlar ise İtalya'da ortaya çıkmıştır. Fransa'da ise tasarım ve kentsel yapılaşma araştırmaları çalışmalar 1968 yılında Versailles Mimarlık okulu üzerine gelişmiştir. Bu yaklaşımlar tipolojik süreç yaklaşımı olarak isimlendirilir ve mekân dizimi analizi ile mekânsal analiz çözümlemeleri önemlidir (Caniggia &Maffei, 1979).

Kent tarihi çalışmaları ve kentsel coğrafyacılar tarafından geliştirilen analizler, kentsel morfoloji incelemelerinin teorik temelini oluşturmuş ve bu iki alan, birbirini tamamlayan bir bütünlük içinde ele alınmıştır. Bu süreçte, Alman coğrafyacı M.R.G. Conzen tarafından geliştirilen *morfogenetik yaklaşım*, kentsel biçimlerin tarihsel süreç içinde nasıl şekillendiğini anlamak için önemli bir analiz yöntemi sunmuştur. Conzen'in yöntemi, kent formunun çözümlenmesine yönelik rasyonel bir analiz yaklaşımı geliştirirken, tarihsel sürecin bütüncül olarak ele alınması gerektiğini savunur.(Conzen, 1960).

Conzen'in yaklaşımı, kentsel morfolojiyi yalnızca fiziksel bir analiz aracı olarak ele almaz; bu yaklaşım, tarihsel bağlamı anlamak için arkeoloji, mimarlık, coğrafya ve tasarım gibi disiplinlerin bir araya gelmesi gerektiğini de işaret eder. Kentlerin geçmişten günümüze katmanlar halinde birikerek oluştuğu ve bu katmanların bir arada incelenmesi gerektiği fikri, tarihsel ve arkeolojik çalışmaları kentsel analizlerin ayrılmaz bir parçası haline getirir. Bu bütünleşik yaklaşım, kentlerin mekânsal değişimlerini anlamanın yanı sıra, bu değişimlerin arkasındaki sosyal, ekonomik ve kültürel etkenleri de ele almayı mümkün kılar.

Aynı zamanda, mekânsal değişimin tarihsel bağlam içinde aktörler ve failler üzerinden kavranabileceğini belirten bir diğer yaklaşım, Conzen'in yöntemine ek olarak, değişim ve eylem unsurlarını kentsel analizlerin temel bileşenleri haline getirir.

Conzen'in tarihsel bağlamda aktörler ve failler üzerinden mekânsal değişimi ele alan yaklaşımı, Hillier'in kentsel formu sosyal, kültürel ve psikolojik yapılarla ilişkilendirerek sayısal analizlere yönelttiği çalışmalarıyla birleşerek, kentsel morfolojinin disiplinler arası bir çerçevede gelişimine katkı sunmuştur.

Hiller'in kentsel morfoloji alanında yaptığı çalışmalar yeni bakış açıları oluşturmuştur. "Mimari ve şehirciliği, kent formunun dinamik yapısıyla ilişkisini kurarak inceleyen, kentin kültürel, tarihsel, sosyal ve psikolojik yapısını tanımlayan ve bu tanımlamaların sayısal ifadeleri üzerine çalışmıştır." (Tezer, 2019.)

Sonuç olarak, kentsel morfoloji çalışmaları, kent tarihi, arkeoloji, sosyal bilimler ve tasarım gibi disiplinlerin bir araya geldiği bir analiz alanı sunar. Bu çok disiplinli yaklaşım, kentlerin tarihsel katmanlarını ve mekânsal değişimlerini anlamak için hem teorik hem de pratik bir temel sağlar. Conzen'in geliştirdiği kentsel morfoloji yönteminin bu kapsamlı bakış açısı, kentsel form ve yapının tarihsel bağlamda ele alınmasının yanı sıra, kentlerin bugünkü dinamiklerini anlamada da önemli bir rehber niteliğindedir.

> *Bu yaklaşımlar çoğu zaman tek başına bu süreci açıklamakta yetersiz kalmış, eleştiriler almış ve alternatif yaklaşımlarla eksik yönleri kapatılmaya çalışılmıştır. Çevresel psikolojinin ivme kazanmasından itibaren geçen yaklaşık 10 yıl sonunda zamanın önde gelen bilim adamları bu farklılıklar ve eksikliklerin üzerinde önemle durmuş, çevresel psikolojideki bu yaklaşımlar arası farklılıkların kaynağına inmiş ve eksikliklerin aşılması için alternatif olarak neler yapılması gerektiğini tartışmışlardır.* (Mumcu, Yılmaz, Özbilen, 2013)

Bu dönemde, *çevre psikolojisi* alanındaki gelişmeler de kentlerin mekânsal tasarımına yönelik kullanıcı odaklı yaklaşımları desteklemiştir.

Çevre psikolojisi, bireylerin çevreyle olan ilişkilerinin duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarını inceleyerek, çevrenin insanlar üzerindeki etkilerini anlamaya çalışır. Roger Barker'ın (1968) geliştirdiği *davranış ortamları* (*behavioral settings*), fiziksel çevrenin bireylerin davranışlarını nasıl şekillendirdiğini anlamada önemli bir kilometre taşı olmuştur. Barker'a göre, belirli bir fiziksel bağlam, bireylerin sosyal etkileşimlerini ve davranışlarını belirleyen temel bir unsurdur. Örneğin, bir meydanın kullanım şekli, fiziksel tasarımı kadar, o mekânda bulunan sosyal ilişkiler ağına ve bu ağın dinamiklerine bağlıdır. Bu yaklaşım, kentsel mekânların yalnızca fiziksel düzenlemelerden ibaret olmadığını, aynı zamanda bireylerin günlük yaşamlarına etki

eden sosyal bir yapı olarak görülmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Barker, 1968).

Ittelson'ın (1976) insan-çevre ilişkisi yaklaşımlarındaki boşluğu tanımlarken yaptığı ayrım, çevrenin hem insan davranışının kaynağı hem de insan etkinliğinin bir ürünü olarak iki farklı boyutta ele alınmasını gerektirmiştir.

Bu bağlamda, çevresel tasarımcılar teknolojiyi bilimsel bir şekilde kullanarak ve davranış bilimlerinden daha fazla veri talep ederek bu boşluğu kapatmaya çalışırken, davranış bilimciler insan ve çevrenin ayrılmaz bir bütün olduğunu kabul ederek ilişkiyi yeniden tanımlamışlardır. Bu görüş açısı, insan ve çevrenin davranışı ortaya koyduğunu belirtir, ancak bu davranışın sonrasında yeni insan-çevre durumları ortaya çıkacağını ve bunun da yeni davranışlara yol açacağını da ekler (Gärling, 1998; Ittelson, 1976; Ittelson vd., 1976; Özbilen, 1983; Proshansky, 1976). Böylece etkinin her iki yönünü açıklayan geri beslemeli (feedback) bir model ortaya çıkar.

Bireyin çevresinden bağımsız düşünülemez olduğunu savunan Ekolojik Psikoloji yaklaşımında ise karşılıklı etkileşim ve beslemeyi içeren ilişkinin esasları ortaya konmaktadır. Çevre ve davranış tek ve birbirleriyle iç bağlantılı bir ünite olarak ele alınır (Scott, 1980). Psikoloji "bireyi" ele almak zorundadır ancak ekoloji "organizma ile çevresi arasındaki ilişkidir". Ekoloji ve psikoloji bir arada insanların kendileri ile objeler arasında bağ kurma ya da bağı kırma hakkında yorumlar yapabilmek için ilginç diyalektik fırsatlar sunarlar (Thompson, 2003)

Barker'a (1968) göre ekolojik psikoloji, ekolojik çevrenin nesneleri ve olaylarıyla insanların davranışını birleştiren ve birbirlerine bağımlı birimler oluşturan döngülerle temsil edilmelidir. İnsan-çevre etkileşimini odağına alan Roger G. Barker, "Ecological Psychology; Concepts and Methods for Studying the Environment of Human Behavior" (1968) ve James J. Gibson, "The Ecological Approach to Visual Perception" (1986) çalışmaları ortaya çıkan etkileşime dair analizler ortaya koymaktadır.

Çevre psikolojisinin gelişimine paralel olarak, kentsel tasarımda *kullanıcı deneyimi* ve *mekânsal algı* gibi kavramlar da ön plana çıkmıştır. Yi-Fu Tuan'ın (1977) "mekân" ve "yer" kavramlarına getirdiği bakış açısı, bireylerin çevreyle olan ilişkilerinde duyusal, duygusal ve bilişsel süreçlerin nasıl bir rol oynadığını anlamak açısından önemli katkılar sunmuştur. Tuan, bir fiziksel mekânın, bireylerin deneyimleri aracılığıyla "yer"e dönüştüğünü ve bunun hem bireysel hem de toplumsal bağlamda anlam

kazandığını vurgulamaktadır. Bu tür teoriler, kentsel mekânların yalnızca fiziksel yapıların düzenlenmesi değil, aynı zamanda bireylerin mekânda nasıl hissettiği ve etkileşimde bulunduğuna dair bütünsel bir bakış geliştirilmesini sağlamıştır.

1970 ve 80'lerde mimar ve şehirciler tarafından uygulanmaya başlanan Yeni kentleşme akımı ise yeni tasarım projeleri ortaya koyarken yerleşim alanlarında azalan sosyal-kültürel ilişkilerinin yeniden kurgulanmasını hedefleyen kuramlar ortaya koymaktadırlar.

Buna ek olarak bu dönemde Avrupa'da Aldo Rossi ve Rob Krier'in çalısması ile "Morfolojik" yaklaşım, ardından yaya çevresini geliştirmek amacı ile Bill Hillier tarafından rasyonel ve analitik "Space Syntax" yaklaşımı ortaya çıkmıştır. (Jones, 2006)

Bu dönemin diğer önemli bir katkısı ise, kentsel mekânların sosyal boyutlarını ele alan Jan Gehl'in çalışmaları olmuştur. Gehl, 1987 yılında yayımlanan *Life Between Buildings: Using Public Space* adlı eserinde, kentsel mekânların sosyal etkileşimleri destekleyecek şekilde tasarlanmasının önemini vurgulamış ve insanların kamusal alanlarla nasıl ilişki kurduğunu detaylı bir şekilde analiz etmiştir. Gehl, kamusal mekânların tasarımında çevre psikolojisi ilkelerinin uygulanmasının, bireylerin günlük yaşam kalitesini artırmada kritik bir rol oynadığını savunmuştur. Bu yaklaşım, şehirlerin insan ölçeğinde tasarlanması gerektiği fikrini güçlendirmiştir. Yine bu dönemde önemli bir başka konu ise, Christopher Alexander'ın "A New Theory of Urban Design" çalışmasnda kentin 3 boyutta ele alınması gerektiği ve kent bir süreç olarak kabul edilmeden, planlamada kentsel bütünlüğün sağlanamayacağı görüşüdür. Böylece kentsel gelişme, ekonomik, sosyal ve fiziksel konuların birbiri ile ilişkileri bağlamnda ele alnmıştır. (Özdemir, 2005)

90'lı yıllarda, kentsel ekoloji kavramı gündeme gelmiştir. Bu bağlamda ölçeği insan ölçeğine yaklaştıran ve bu insan ölçeğini doğa ile bütünleşik tasarımlar ön plana çıkaran bir anlayış hakimdir. Tadao Ando'nun "Toward New Horizons in Architecture" adlı çalışması ekoloji ve yerellik kavramları konusunda en önemli çalışmaların biri olmuştur. Ando'ya (1991) göre mimari bir peyzaj oluşturmaktadır, bu yüzden mimarinin yerel özellikleri ve doğaya bakış açısını yansıtması gerekmektedir.

Buna ek olarak Ando, rüzgarın ve ışığın da kent elemanı olarak kullanılmasını öne sürmüş, bu da kentsel tasarım için önemli bir dönemece girilmiştir.

90’lı yılların başında ortaya çıkan Yeni Kentleşme akımı, geçmişe bir dönüşü ifade etmekten ziyade, modern dünyada bireyselleşme ve yalnızlaşma sorunları yaşayan kentlilere, sosyal ilişkileri kolaylaştıran ve güçlendiren komşuluk birimleri sunmayı amaçlar. Bu yaklaşım, yaşam, çalışma ve eğlence alanlarını birbirinden koparmak yerine, birbiriyle uyumlu ve tamamlayıcı bir şekilde planlayarak insanlar arası ilişkileri artırmayı hedefler. (Bressi,2002)

Yeni Kentleşme savunucuları, fiziksel çözümlerin tek başına sosyal ve ekonomik sorunları gidermekte yetersiz olduğunu, ancak ekonomik canlılık, toplumsal dayanışma ve çevresel sürdürülebilirlik için uygun ve destekleyici bir fiziksel çevrenin gerekliliğini vurgulamışlardır.

Kentsel tasarımdaki sorunların yanlış kamusal politikalar ve plansız yatırım uygulamalarından kaynaklandığını belirterek, bu politikaların içermesi gereken temel kuralları tanımlamışlardır. Bu kurallar arasında, mahallelerin kullanım ve nüfus çeşitliliğini barındırması, yerleşimlerin hem araçlara hem de yayalara uygun şekilde düzenlenmesi, kentlerin fiziksel yapılarının ve kamusal alanlarının iyi tanımlanması, kentsel mekânların mimari ve peyzaj tasarımıyla şekillendirilmesi ve yerel tarih, iklim, ekoloji ve tarihi yapıların değerinin korunması yer almaktadır. (İstif, 2009)

90’lı yılların sonuna geldiğinde İngiltere’de yayınlanan DETR (The Department of Transport, Environment and Regions) tarafından "Places, Streets and Movement", 2000 yılında ise "Planning Policy Guidance Note 3: Housing" ve İngiliz Hükümeti tarafından "By Design: Better Places to Live" yayımlanmıştır. "By Design", kentsel tasarımı “insanlar için mekân yaratma sanatı” olarak tanımlamış ve kentsel tasarımın hedeflerini şu şekilde sıralamıştır: “Karakter ve Kimlik”, “Süreklilik ve Güvenlik”, “Kamusal Alan Kalitesi”, “Hareket Kolaylığı”, “Okunabilirlik”, “Uyumluluk” ve “Çeşitlilik”. (Özdal, 2010)

Tasarm ve planlama üzerindeki etkisi her geçen gün artan Yeni Kentleme Ak Pna dair 2000 y Onda, “Charter of the New Urbanism” yaynlanm úr. Çal mada, Yeni Kentleme Kongrelerinde sunulan bildiriler bir araya toplanm ve ak n ba úca özelli inin yaylmann özelliklerini, rk ve gelir ayr P Q, çevresel bozulmay, kaybolan tarm arazileri, vah i doa ve tarihin zarar görmesini gözden geçirmesi olduu ileri sürülmü tür. (Özdemir, 2005)

Ayn dönemde DTER (The Department of Transport, Environment and Regions) ve CABE (Commissions for Architecture and the Built Environment) ise, kentsel tasarma yeni bir tanm getirmi tir. Buna göre, kentsel tasarm, insanlar için mekan yaratma sanat Gr. yi bir kent tasar için 7 hedef belirlenmi tir. Bunlar; “Karakter”, “Devaml Ok ve Netlik” (özel ve kamusal alanlarn net ayr), “Kamusal Alan Kalitesi”, “Hareket Kolayl ÷”, “Okunabilirlik”, “Esneklik” ve “Farkl Ok”dr. (Carmona ve di . 2003)

21.yüzyıla gelindiğinde, kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri, teknolojik gelişmelerin etkisiyle önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Özellikle coğrafi bilgi sistemleri (GIS) gibi bilgisayar destekli programlar, mekânsal verilerin toplanması, analizi ve görselleştirilmesi süreçlerini hızlandırarak, daha detaylı ve kapsamlı analizlerin yapılmasına olanak sağlamıştır.

Sonuç olarak, Lynch’ten başlayan ve kentsel morfoloji ile çevre psikolojisinin katkılarıyla gelişen bu teorik çerçeve, modern teknolojilerin sunduğu olanaklarla birleşerek günümüzde kentsel tasarım süreçlerinin temelini oluşturmaya devam etmektedir. Bu gelişim, kentlerin sadece fiziksel düzenlemelerle değil, aynı zamanda bireylerin ve toplulukların mekânsal deneyimleriyle şekillendiğini anlamamız açısından kritik bir öneme sahiptir.

21.yüzyıla gelindiğinde, kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri, bilgisayar destekli programların yardımıyla üretilen çıktılarla daha hızlı ve detaylı bir hale bürünmüştür.

Günümüzde, kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri, büyük veri analitiği, coğrafi bilgi sistemleri (GIS), simülasyon modellemeleri ve katılımcı tasarım süreçleri gibi yenilikçi yaklaşımları içermektedir. “Bu yöntemler, sadece mevcut kentsel yapıların analiz edilmesiyle kalmaz, aynı zamanda gelecekteki olası senaryoların modellenmesi ve simülasyonu yoluyla kentsel tasarım kararlarının daha bilinçli bir şekilde verilmesini sağlar.” (Yener Metin, 2020).

Özellikle coğrafya, sosyoloji, ekonomi, ekoloji, psikoloji ve mühendislik gibi farklı alanların yöntemleri kentsel tasarım süreçlerine entegre edilmiştir. Coğrafi Bilgi Sistemleri (GIS), mekânsal veri analizlerinde ve kentlerin mevcut durumunu belirlemede etkili bir araç olarak kullanılırken; sosyoloji, kent sakinlerinin sosyal ilişkilerini, kültürel yapılarını ve toplumsal ihtiyaçlarını analiz etmede önemli bir

kaynak sağlar.

"Sosyal bilimler, özellikle niceliksel analizler ve anket gibi veri toplama yöntemleri ile, kentsel mekânın kullanıcı deneyimini anlamada kullanılır" (White; 1974, Ceuclelis; 1982, Taylor; 1998, Brail & Klostermann; 2001, Çubukçu, 2008).

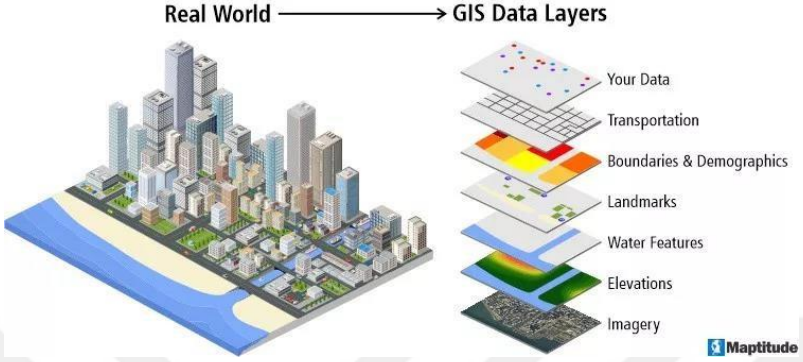
Şehir ve bölge planlama disiplininde bu analitik süreçlerin önemli bir kısmını mekânsal analizler oluşturmaktadır. Arazi seçimi, planlama eylem alanlarının belirlenmesi, arazi uygunluk analizleri ve arazi kullanım-ulaşım modelleri gibi yöntemler, kentsel ve bölgesel ölçekte planlamanın temel araçlarıdır. Bu analiz yöntemleri, planlama kararlarının verimli ve etkin bir şekilde alınmasına katkıda bulunur, aynı zamanda çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri değerlendirmede kritik rol oynar. Bu çerçevede, geleneksel analiz yöntemleri, kentsel tasarımın temel yapı taşlarını oluştururken, aynı zamanda mekânsal dinamiklerin planlama sürecine entegrasyonunu sağlar.

Günümüzde kentsel tasarımda kullanılan analiz yöntemleri üç ana başlıkta incelenebilir. Bunlar, mekânsal analiz odaklı yöntemler (doğal çevre analizleri ve yapılaşmış çevre analizleri), demografik yapı odaklı yöntemler ise sosyal-ekonomik analizlerdir. Mekânsal analizler, coğrafi bilgi sistemleri (GIS) ve mekânsal veri analizleri aracılığıyla doğal ve yapılaşmış çevreyi detaylı şekilde incelemeyi amaçlarken, sosyal ve ekonomik analizler, nüfus dağılımı, gelir düzeyleri ve sosyal ilişkiler gibi demografik unsurların kentsel tasarımdaki etkilerini ele almaktadır (Koramaz,2014).

Mekânsal analiz, şehir planlamasında kullanılan en temel yöntemlerden biridir. Bu analizler, alan kullanımı, arazi planlaması, ulaşım ağları ve yerleşim düzenlerinin incelenmesini içerir. Coğrafi Bilgi Sistemleri (GIS) ve mekânsal veri analizi bu alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. GIS, kentsel mekânın çeşitli boyutlarını detaylı bir şekilde inceleme imkânı sunar ve mekânsal ilişkilerin haritalanmasına olanak tanır.

Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) 1960'lı yıllarda başlayan ve geliştirilen bilgisayar tabanlı yazılımlardan oluşur. (Şekil 2. 2) CBS yöntemleri 1980'li yıllarda gelişen teknolojilerle gelişmiş ülkelerde ve 1990'lardan itibaren gelişmekte olan ülkelerde yaygınlaşmaya başlamıştır. "Coğrafi Bilgi Sistemleri (Geographical Information System) mekânsal verileri oluşturmayı, toplamayı, yapılandırmayı, analiz etmeyi, değerlendirmeyi, depolamayı, paylaşmayı ve izlemeyi sağlayan bilgisayar destekli bir araçtır" (Stillwell & Clarke, 2004).

İlk olarak Coğrafya alanında kullanılan Coğrafi Bilgi Sistemleri Teknolojileri günümüzde farklı disiplinler tarafından farklı alanlarda kullanılmaktadır. Harita çakıştırma, erişilebilirlik gibi coğrafi işleme fonksiyonları bulunan CBS, plancılara mekânsal analizler yapma imkânı sunar (Berry, 1987).



Şekil 2. 2 : Coğrafi Bilgi Sistemleri (Geographical Information System) Metodolojisi

Kaynak: (wise-gis, 2024)

Yapılaşmış çevre analizleri, kentlerdeki yapılaşmanın ve altyapının değerlendirilmesine yönelik çeşitli alt başlıklardan oluşur. Bu analizler arasında yönetimsel yapı ve idari bölgeler analizleri, yerel yönetimlerin ve idari sınırların kentsel planlamadaki rolünü anlamaya yardımcı olur. Ayrıca, planlama kararları ile arazi kullanımı analizleri, mevcut imar planlarının ve bu planlara uygun arazi kullanım dağılımlarının değerlendirilmesini içerir. Ulaşım açısından ise karayolu, demiryolu, havayolu ve denizyolu ulaşımı analizleri, kent içi ve dışı ulaşım ağlarının mekânsal etkilerini belirler.

Bunların yanında, enerji iletim hatları, haberleşme altyapıları gibi teknik altyapılar, şehirlerin büyümesi ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşır. Kültürel ve doğal mirasın korunması adına kültür ve tabiat varlıkları ile arkeolojik değerler analizleri, kentsel gelişimin bu değerlere olumsuz etkilerini en aza indirgemeyi hedefler. İçme suyu tesisleri, kanalizasyon ve arıtma tesisleri, sanayi tesisleri ve atık toplama tesisleri gibi altyapılar ise, kentsel hizmetlerin analiz edilmesi ve planlanması açısından kritik rol oynar. Son olarak, mevcut ve planlanan yatırımlar ve projeler kent gelişiminin gelecekteki yönelimlerini şekillendirir.

> *"Yapılaşmış çevre analizleri; kentsel arazi kullanımı ve ulaşım ilişkileri, kentsel ve kırsal alanda teknik ve sosyal altyapı durumu bir sistem içerisinde yerleşmeler hiyerarşisi, kentsel/kırsal yoğunluk gibi kavramları aktarmak amacıyla yapılır" (Alkay, ve diğerleri, 2014, s. 101).*

Mekânsal analiz yöntemlerinin kentsel tasarım süreçlerine katkıları detaylı ve nesnel veri sunmaları açısından önemlidir. Karmaşık mekânsal ilişkileri görselleştirme kapasitesi olarak imkân sağlamaktadır. Karar alma süreçlerinde veri odaklı bir yaklaşım sağlar. Ancak genellikle fiziksel ve objektif verilerle sınırlıdır. Bu yöntemler, kentsel mekânların fiziksel özelliklerini, yapıların durumunu ve çevresel faktörleri değerlendirir.

Yapısal analiz, yüzey analizleri ve çevresel etki değerlendirmeleri bu kategoride yer alır. Fiziksel yapıların detaylı analizini sağlar. Çevresel etmenlerin etkilerini ölçme yeteneğine sahiptir. Ancak insan(kentli)-mekân deneyimi ve sosyal etkileşimler üzerinde sınırlı bir analiz sunar. Sosyal dinamikleri yeterince ele almayabilir. İnsan etkileşimleri ve sosyal boyutları göz ardı edebilir.

Mekânsal deneyim ve kullanım alışkanlıklarını yeterince hesaba katmaz. İdari yapı, demografik yapı, işgücü yapısı, sektörel dağılım, nüfus yoğunluğu, göç hareketleri, gelir dağılımı, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi ise sosyo-ekonomik analiz altlığını oluşturmaktadır. Bu yöntemler, nüfus dağılımı, sosyo-ekonomik özellikler ve toplumsal dinamikleri inceler. Sosyal etkileşimleri ve toplumsal ihtiyaçları anlamak amacıyla kullanılır. Toplumun ihtiyaçlarını ve sosyal dinamikleri anlamak için kullanılır. Ekonomik analizler ise kentteki ticaret, gayrimenkul değerleri ve ulaşım modelleri gibi unsurları değerlendirmede kullanılır. Bu, kentsel tasarımın sadece fiziksel mekânla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda ekonomik gelişimle de yakından ilişkili olduğunu gösterir. Ekolojinin katkıları ise sürdürülebilir kentleşme ve yeşil altyapı tasarımlarının geliştirilmesine olanak tanır. Bu disiplinler arası yöntemlerin kullanılması, şehir planlama süreçlerinde daha bütünsel ve kapsayıcı çözümler üretilmesini sağlar.

> Şehir planlama ve kentsel tasarımda bir projenin amaç ve hedefine bağlı olarak kullanılacak analizler demeti ve analiz sürecinde kullanılacak kaynak ve analiz tekniklerinin farklılaşması kaçınılmazdır. Şehir planlamada kullanılan analiz uygulamalarından bir diğeri [suitability analysis] olan uygunluk analizidir.
>
> Çok ölçütlü değerlendirme aşamalarının kullanıldığı uygunluk analizi, birçok planlama çalışmasının amaç olarak belirlediği yeni konut yerleşimi için en uygun alanın seçilmesi ve yöre analizi kapsamında kullanılabilmektedir. (Alkay, ve diğerleri, 2014, s. 129)

1970 ve 1980'lerde University College London'da Bill Hillier (Hillier, 1996)tarafından geliştirilen Mekân Dizimi (Space Syntax) yöntemi, kentsel mekânın morfolojik ve sosyal niteliklerini istatistiksel veriler aracılığıyla modelleyerek ve bu verilerle oluşturulan haritalar üzerinden analiz edilmesini sağlayan matematiksel bir tekniktir.

Türkiye'de kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan analiz yöntemleri, uluslararası gelişmelere paralel olarak 20. yüzyılın ortalarındaki modernist yaklaşımlardan bugünün çok disiplinli, katılımcı ve deneyime dayalı analiz yöntemlerine evrilmiştir.

Katılımcı planlama, kentsel tasarım süreçlerinde halkın, uzmanların ve karar vericilerin birlikte çalışmasını teşvik eden bir yaklaşımdır. Bu yöntem, mekânın kullanıcılarının ihtiyaç ve beklentilerini doğrudan tasarım ve planlama süreçlerine dahil ederek daha demokratik, sürdürülebilir ve kullanıcı odaklı çözümler üretmeyi amaçlar. Geleneksel planlama yöntemlerinin aksine, katılımcı planlama, tüm süreç boyunca açık diyalog ve etkileşimi destekler.

Katılımcı planlama, 1960'lı yıllarda geleneksel planlama yaklaşımlarının eleştirilmeye başlanmasıyla ortaya çıkmıştır. Özellikle top-down (tepeye dayalı) planlama yöntemlerinin yerel halkın ihtiyaç ve beklentilerini yeterince karşılamadığı ve karar alma süreçlerinde halkın dışlanmasına yol açtığı yönündeki eleştiriler, bu yaklaşımın gelişimini hızlandırmıştır. Paul Davidoff'un (1965) *Advocacy and Pluralism in Planning* adlı çalışması, katılımcı planlama hareketinin teorik temelini atan önemli bir eserdir. Davidoff, planlama süreçlerinde toplulukların aktif katılımını savunmuş ve planlamanın yalnızca teknik bir süreç değil, aynı zamanda politik bir araç olduğunu vurgulamıştır.

Ayrıca, Jane Jacobs'un (1961) *The Death and Life of Great American Cities* adlı kitabı, katılımcı planlamanın önemine yönelik tartışmaları şekillendiren bir diğer önemli eserdir. Jacobs, modernist şehircilik yaklaşımlarını eleştirerek, mahalle düzeyinde toplumsal bağların korunması ve yerel halkın mekân üzerindeki söz hakkının artırılması gerektiğini savunmuştur.

Katılımcı planlama, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal adalet hareketlerinden etkilenmiştir. 1970'lerdeki çevre hareketleri ve sosyal adalet savunucuları, kentsel planlama süreçlerinde daha kapsayıcı ve çevre dostu yaklaşımlar talep etmiş, bu da katılımcı planlamanın popülerleşmesine katkı sağlamıştır (Forester,

1989).

Katılımcı planlama, mekânın kullanıcılarıyla ilişki kurmada farklı yöntemler ve araçlar kullanır. Bu yöntemler, mekânsal planlamanın daha kapsayıcı ve demokratik olmasını sağlar:

1. **Atölye Çalışmaları ve Ortak Tasarım Süreçleri:** Yerel halkın tasarım ve planlama süreçlerine doğrudan katılımını sağlayan atölye çalışmaları, katılımcı planlamanın önemli bir aracıdır. *Co-Design* ve *Charette* gibi yöntemler, kullanıcıların fikirlerini doğrudan tasarıma entegre etmeyi hedefler (Sanoff, 2000).
2. **Görselleştirme ve Haritalama Araçları:** Katılımcı süreçlerde mekân algısını artırmak için haritalama, simülasyon ve görselleştirme araçları kullanılır. Örneğin, *Participatory GIS (PGIS),* yerel halkın mekânsal planlamaya katkıda bulunmasını sağlar (Sieber, 2006).
3. **Saha Çalışmaları ve Görüşmeler:** Halkın ihtiyaçlarını anlamak için saha çalışmaları, anketler ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılır. Bu yöntem, yerel bilgiyi ve beklentileri sürece dâhil etmeyi kolaylaştırır.
4. **Kamusal Toplantılar ve Görüşmeler:** Topluluk toplantıları, karar alma süreçlerinde şeffaflığı artırır ve tüm paydaşların görüşlerini dile getirmelerine olanak tanır (Arnstein, 1969).
5. **Dijital Platformlar ve E-Katılım:** Günümüzde katılımcı planlama süreçlerinde dijital teknolojiler önemli bir rol oynamaktadır. Online anketler, interaktif haritalar ve dijital forumlar, geniş katılımı teşvik etmek için kullanılan araçlar arasındadır (Carver, 2001).

Katılımcı planlama, mekânsal planlamada kullanıcıların sürece doğrudan katılımını teşvik ederek daha kapsayıcı, demokratik ve sürdürülebilir tasarım yaklaşımları geliştirmeyi hedefler. Bu yaklaşım, özellikle halkın ihtiyaç ve beklentilerinin tasarım süreçlerine yansıtılmasını sağlayarak, mekânın sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarını güçlendirmektedir.

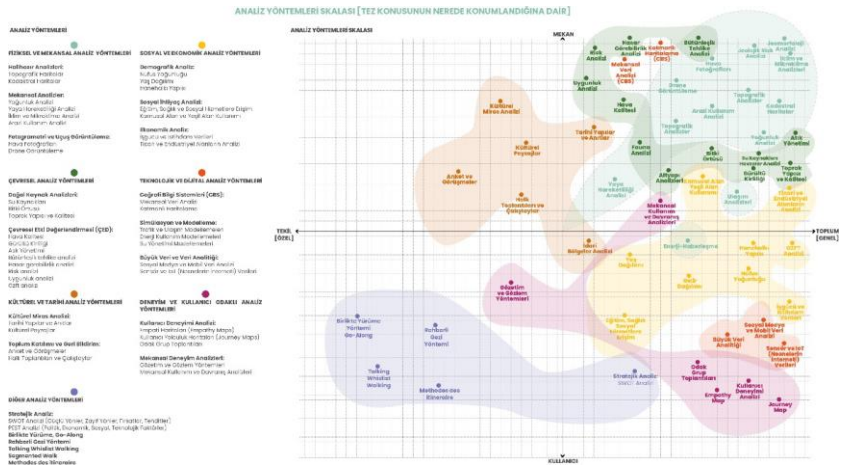
Kentsel tasarım alanında Türkiye'de en bilinen katılımcı tasarım süreçlerinden biri olan Düzce Umut Atölyesi: 1999 Düzce Depremi sonrasında evsiz kalan depremzedeler, Düzce Evsiz Depremzedeler Konut Kooperatifi'ni kurarak konut hakkı mücadelesine başlamışlardır. Bu süreçte, mimar, mühendis, plancı ve diğer gönüllülerden oluşan Düzce Umut Atölyesi, kooperatif üyeleriyle birlikte katılımcı bir tasarım süreci yürütmüştür. Atölye çalışmaları sırasında, kooperatif üyelerinin beklentileri ve ihtiyaçları dikkate alınarak mahalle maketleri üzerinde ortak kararlar alınmış ve bu doğrultuda konutlar tasarlanmıştır. (Düzce Umut Atölyesi, 2024)

20. yüzyılın ortalarında, özellikle İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde uygulanan kentsel tasarım ve şehir planlama projelerinde modernist ilkeler doğrultusunda mekânsal ve işlevsel düzenlemeler yapılmıştır. Bu dönemde daha çok fiziksel planlama ve altyapı odaklı analizler ön planda iken, 21. yüzyıla gelindiğinde sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutların daha fazla dikkate alındığı bir döneme girilmiştir.

Günümüzde Türkiye'de kentsel tasarım süreçlerinde kullanılan analiz yöntemleri, özellikle katılımcı planlama, coğrafi bilgi sistemleri (GIS), yerinde gözlem, anketler ve sosyal medya analizleri gibi çok çeşitli araçlar içerir.

2.2 Mekân-Kullanıcı ve Tekil-Genel Ölçeğinde Analiz Yöntemlerinin İncelenmesi

Analiz yöntemleri skalası, farklı analiz yöntemlerinin mekân-kullanıcı ve özel-genel doğrultusunda nasıl bir araya geldiğini ve bu yöntemlerin tezin konusunu oluşturan kullanıcı-kentli deneyimi ile nasıl bir ilişki kurduğunu anlamaya yönelik bir araç olarak tasarlanmıştır. (Şekil 2. 3) Mevcut analiz yöntemleri, kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerini ve bu etkileşimlerin toplumsal bağlamdaki yansımalarını ortaya koymak amacıyla kullanılmaktadır. Bu bağlamda, oluşturulan ölçeğin temel amacı, kullanıcı deneyimini inceleyen yöntemler ile mevcut analiz yöntemleri arasındaki bağlantıyı ve konumlanmayı açığa çıkarmaktır. Böylece, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı odaklı yaklaşımların önemi vurgulanmakta ve bu çerçevede multidisipliner analiz yöntemlerinin nasıl entegre edilebileceği üzerinde durulmaktadır. Bu yapı, bölümde ele alınacak konuların sistematik bir şekilde incelenmesini sağlarken, analiz yöntemlerinin kapsamlı bir değerlendirmesini sunacaktır.



Şekil 2. 3 : Analiz yöntemleri skalası.

Kaynak: Tez kapsamında yazar tarafından üretilmiştir.

Kentsel tasarım projelerinde kullanılan analiz yöntemleri, mekân-kullanıcı ilişkisi bağlamında ve analizlerin ölçeğine göre iki temel doğrultuda incelenmiştir: *tekil* ve *genel*. Bu yöntemlerin incelenmesi, projelerin kapsamı, ölçeği ve hedef kitlesine bağlı olarak farklı analiz tekniklerinin uygulanmasını gerektirir. Analiz yöntemleri skalası, analizlerin mekâna olan odakları ile kullanıcının deneyimlerinin kesiştiği noktaları belirlemede oldukça yardımcıdır. Bu bağlamda analiz yöntemlerini incelemek, kentsel tasarım sürecinde metodolojik bir derinlik kazandıracaktır.

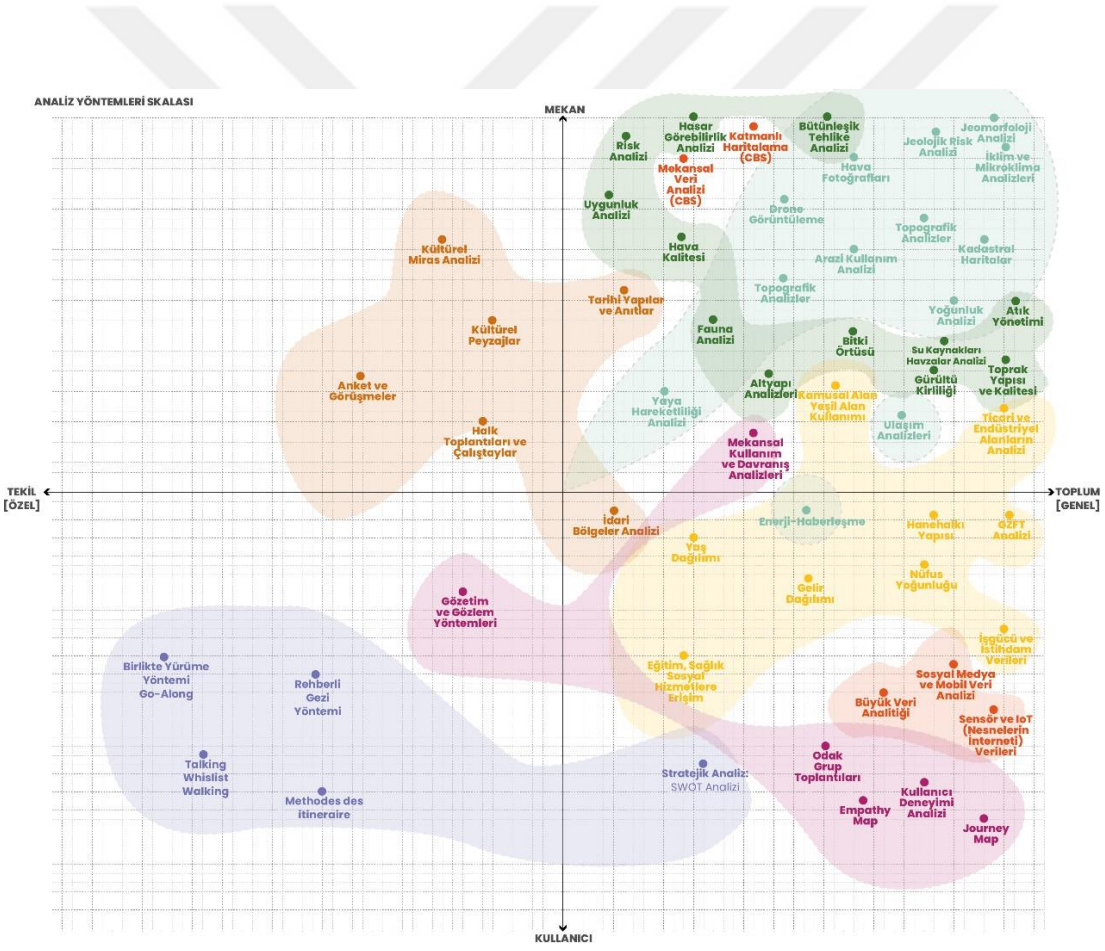
Mekân-kullanıcı(kentli) ve tekil genel eksende noktasal olarak konumlandırılrmayan analiz yöntemleri kendi bulundukları analiz sınıf grubunda bir bulut kümesi olarak grafikte işaretlenmiştir. Analiz küme bulutları, fiziksel ve mekânsal analiz yöntemleri-çevresel analiz yöntemleri-kültürel ve tarihi analiz yöntemleri (doğal ve yapılaşmış çevre analizleri), sosyo-ekonomik analiz yöntemleri, teknoloji destekli ve dijital analiz yöntemleri ve deneyim -kullanıcı odaklı analiz yöntemleri olarak sınıflandırılmıştır.

Mekân-kullanıcı(kentli) ekseni, kentsel mekânın yalnızca fiziksel bir alan olmadığını, aynı zamanda kullanıcıların deneyimlediği bir sosyal ve duyusal alan olduğunu öne süren kuramlar (Lefebvre, 1991; Pallasma, 2011) ışığında oluşturulmuştur. Kullanıcıların kentsel mekâna dair duyusal ve psikolojik deneyimlerinin, özellikle analiz süreçlerinde göz ardı edilmemesi gerektiğini savunan bu yaklaşımlar, kentsel tasarımda daha kapsayıcı bir analiz çerçevesine duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Grafikteki mor bulut kümesi, mevcut analiz yöntemlerinin kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı odaklı ve deneyim temelli boşlukları yeterince dolduramadığını

göstermektedir. Fiziksel ve mekânsal analiz yöntemleri, çevresel değerlendirmeler ve dijital araçlar gibi yöntemler, daha çok mekânın fiziksel özelliklerini, sosyal dinamikleri veya çevresel koşulları analiz etmeye odaklanırken, kullanıcıların mekânla olan bireysel ve duygusal etkileşimlerine yeterince değinmemektedir. Bu boşluk, kentsel tasarımın insan deneyimine dayalı bir perspektif ile ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tezimde kullanılan hizmet tasarımı araçları, özellikle Empathy Map ve Journey Map, bu eksikliği gidermek üzere kentsel tasarım süreçlerine katkı sağlamaktadır. Bu araçlar, kullanıcıların mekânsal deneyimlerini, duygusal tepkilerini, algılarını ve ihtiyaçlarını detaylı bir şekilde analiz ederek mevcut yöntemlerin dolduramadığı alanlara yönelik çözümler sunmaktadır:



Şekil 2. 4 : Analiz yöntemleri skalası.

Kaynak: Tez kapsamında yazar tarafından üretilmiştir.

(Şekil 2. 4) Tekil-genel ekseni, kentsel tasarımın bireysel kullanıcı deneyimleri (tekil) ve daha geniş toplumsal ihtiyaçlar (genel) arasında nasıl bir denge kurabileceğini araştırır. Bu iki boyut arasındaki denge, kentsel tasarım projelerinin hem mikro (bireysel) düzeyde kullanıcıların günlük deneyimlerine yanıt verebilmesi hem de makro (toplumsal) düzeyde sürdürülebilir, kapsayıcı ve geniş kapsamlı çözümler sunabilmesi açısından önem taşır. Bu eksen, aynı zamanda post modern kent tasarımı yaklaşımlarında farklı kullanıcı gruplarının çok boyutlu gereksinimlerinin nasıl dikkate alınabileceğini de ortaya koyar.

Aynı zamanda şekildeki "Analiz Yöntemleri Skalası", kentsel tasarım ve planlama süreçlerinde kullanılan farklı analiz yöntemlerini mekânsal, toplumsal, kullanıcı odaklı ve tarihsel bağlamda sınıflandırarak kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

Yöntemlerin görselde konumlandırılması daha önce de bahsedildiği gibi mekân ve toplum ekseninde ölçeklenebilir bir yaklaşımı ifade eder. Aynı zamanda bu yöntemler, belirli dönemlerde gelişen teorik ve pratik çerçevelerle ilişkilendirilebilir.

1. **Fiziksel ve Mekânsal Analiz Yöntemleri:**
    - Bu kategori, *topografik haritalar, yoğunluk analizleri* ve *arazi kullanım analizleri* gibi yöntemleri içerir. Bu yöntemlerin 19. yüzyılda modern coğrafyanın yükselişi ile geliştirildiği, özellikle Patrick Geddes'in planlama anlayışında önemli bir yer tuttuğu bilinmektedir. Patrick Geddes (1909), Lewis Mumford (1938).
2. **Çevresel Analiz Yöntemleri:**
    - *Çevresel Etki Değerlendirme (ÇED)* gibi analizler, 1970'lerde çevre hareketlerinin yükselişi ile birlikte uygulanmaya başlanmıştır. Rachel Carson'ın *Silent Spring* (1962) kitabı bu yaklaşımların temelini atarken, Ian McHarg'ın *Design with Nature* (1969) kitabı çevresel analizlerin planlama süreçlerine dahil edilmesini teşvik etmiştir.
3. **Kültürel ve Tarihi Analiz Yöntemleri:**
    - *Tarihi Yapılar ve Anıtlar* ile *kültürel peyzajların* analizi, 20. yüzyılın ortalarında UNESCO, Dünya Mirası Merkezi (1972). ve ICOMOS gibi kuruluşların çalışmalarında ön plana çıkmıştır. Özellikle Kevin Lynch'in *The Image of the City* (1960) adlı çalışması, kentlerin bireylerin algıları üzerindeki etkisini anlamak için önemli bir çerçeve sunar.
4. **Teknolojik ve Dijital Analiz Yöntemleri:**
    - *CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri)* ve *Büyük Veri Analitiği* gibi yöntemler, 1990'lardan itibaren dijital teknolojilerin planlama süreçlerine entegrasyonuyla

gelişmiştir. Michael Batty'nin *The New Science of Cities* (2013) kitabı, dijital ve veriye dayalı analizlerin şehir planlamasındaki önemine dikkat çeker.

5. **Deneyim ve Kullanıcı Odaklı Analiz Yöntemleri:**

- *Empathy Map* ve *Journey Map* gibi yöntemler, 2000'lerden itibaren kullanıcı deneyimi tasarımının (UX) kentsel tasarımla ilişkilendirilmesiyle yaygınlaşmıştır. Donald Norman'ın *The Design of Everyday Things* (1988) adlı eseri, bu anlayışın erken dönem teorik temelini oluşturmuştur.

6. **Sosyal ve Ekonomik Analiz Yöntemleri:**

Nüfus yoğunluğu, gelir dağılımı ve *ticari alanların analizi* gibi yöntemler, Ebenezer Howard'ın *Garden Cities of To-Morrow* (1902) kitabında tartışılan sosyal reform temelli planlama yaklaşımları ile ilişkilendirilebilir. Bu yöntemler, 20. yüzyıl boyunca sosyal bilimler ve ekonomi disiplinlerinin kentsel tasarımla bütünleşmesiyle gelişmiştir. Ebenezer Howard (1902), Jane Jacobs (1961).

Görselde yer alan yöntemler, belirli dönemlerin toplumsal, teknolojik ve çevresel ihtiyaçlarına göre şekillenmiş, farklı disiplinlerden teorik katkılar almıştır. Mekânsal ve fiziki analizler, genellikle genel ölçekli incelemelerde ön plana çıkmakta ve kent dokusunun detaylı bir şekilde çözümlenmesini sağlamaktadır. Bu analizler, yapılaşmış çevre ve doğal çevrenin fiziksel yapısına odaklanır. Örneğin; yapılaşmış çevre analizleri, yoğunluk analizleri ve yaya hareketliliği analizleri ile kent içi fiziksel kullanımlar ve hareketler detaylı bir şekilde ortaya konur. Mekâna yönelik bu analizler, yerel ölçekte ve küçük bölgelerde (örneğin belirli bir mahallede) yapılan detaylı çalışmalarda kullanılır ve topografik haritalar, hava fotoğrafları, drone görüntüleri gibi verilerle desteklenir.

Bu tür analizler daha çok mekân odaklı olup, belirli bir bölgedeki fiziksel özelliklerin detaylandırılmasına olanak tanır. Örneğin, arazi kullanımı analizleri veya altyapı sistemlerinin incelenmesi gibi yöntemlerle, belirli bir kentsel dokunun detaylı incelemesi yapılır.

Son yıllarda kentsel tasarım analizlerinde önemli bir yer tutan bir diğer başlık, teknolojik ve dijital analiz yöntemleridir. Bu yöntemler, dijital veriler ve coğrafi bilgi sistemleri (CBS) kullanılarak mekânsal verilerin modellenmesini sağlar. Özellikle büyük veri ve nesnelerin interneti (IoT) gibi teknolojilerin kullanımı, kullanıcıların hareketleri, alanların kullanımı ve çevresel etkiler gibi birçok faktörün analiz edilmesine olanak tanır. Mekânın detaylı dijital modellerinin oluşturulması hem *tekil*

hem de *genel* analiz ölçeklerinde uygulanabilir.

Özellikle büyük şehirlerde yapılan CBS tabanlı analizler, mekânsal ilişkileri daha derinlemesine anlamak ve kent planlamasında rasyonel kararlar almak için kullanılır. Bu yöntemler hem fiziki çevreyi hem de sosyal yapıyı dikkate alarak mekânsal kullanımların en iyi şekilde planlanmasına yardımcı olur.

Bu tez kapsamında ele alınan kullanıcı odaklı analiz yöntemleri ise, kullanıcıların kentsel mekanları nasıl deneyimlediklerini anlamaya yönelik yöntemlerdir. Bu analizler, mekân ile kullanıcı arasındaki etkileşimi irdelemekte ve daha çok genel ölçekli çalışmalarda yer alır.

Özellikle kentsel tasarımın kullanıcı deneyimi odaklı kısmında, Empati Haritaları [Empathy Map] ve Yolculuk Haritaları [Journey Map] gibi teknikler, bireylerin bir mekânı nasıl kullandıklarını ve bu mekânın onlara nasıl hissettirdiğini detaylı bir şekilde analiz etme potansiyeline sahiptir. Bu yöntemler, geniş kitlelerin kullanımına açık alanlar, kamusal parklar, meydanlar veya yaya alanları gibi genel ölçekli alanlarda daha etkin şekilde kullanılabilir. Kullanıcı deneyimine odaklanan analiz yöntemleri, kentsel mekânların iyileştirilmesi ve daha insan merkezli tasarımlar yapılmasında önemli bir rol oynama potansiyeline sahiptir.

Kentsel tasarım analiz yöntemleri, mekânın fiziksel yapısını ve kullanıcı deneyimini anlamaya yönelik geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Ancak bu yöntemler, Henri Lefebvre'nin Mekânın Üretimi (The Production of Space) (Lefebvre, 1991) adlı eserinden yola çıkarak daha derin bir anlam kazanır. Lefebvre, mekânı yalnızca fiziksel bir varlık olarak değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler, deneyimler ve anlamlar bağlamında ele alır. Ona göre mekân, kapitalist üretim süreçleri, sosyal etkileşimler ve toplumsal düzenlemeler aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretilir. Bu bağlamda, mekânın nasıl deneyimlendiği ve üretildiği soruları, mekânsal analizlerin temelini oluşturur.

Lefebvre'ye göre mekân, üç farklı düzlemde var olur: algılanan mekân, tasarlanan mekân ve yaşanan mekân. Bu kategoriler, kentsel analiz yöntemleriyle ilişkili olarak incelendiğinde, mekânın farklı boyutlarının nasıl analiz edilmesi gerektiğini ortaya koyar. (Lefebvre, 1991)

Analiz yöntemleri skalası, kentsel tasarım projelerinde kullanıcı deneyimini ve mekân-kullanıcı ilişkisini daha derinlemesine anlamaya yönelik kapsamlı bir araç sunmaktadır. Bu yöntemlerin mekânsal ve kullanıcı odaklı analizlerle birlikte ele alınması, kentsel

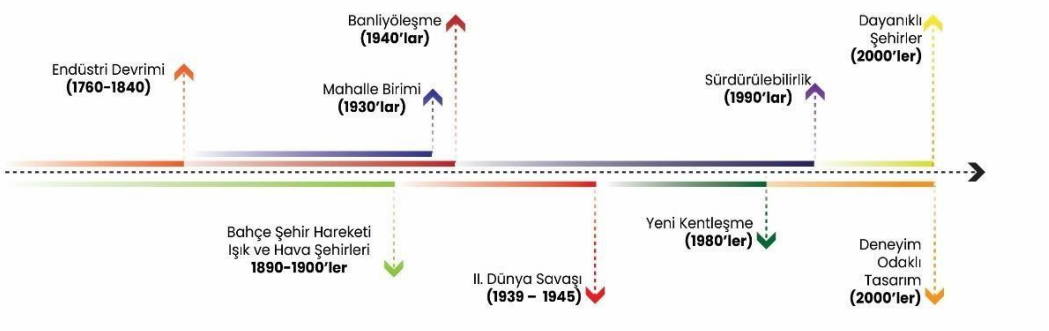
tasarımın yalnızca fiziksel bir yapıya değil, aynı zamanda toplumsal, duygusal ve deneyimsel katmanlara da sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

2.3 Değişen Dünya Dinamikleri ve Kentsel Mekânın Yeniden Şekillenişi

Kentsel tasarım, sanayileşmeden post modern pratiğe kadar çeşitli dönemlerde toplumsal, ekonomik ve teknolojik değişimlerin etkisiyle dönüşmüştür. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, tüketim toplumu kavramı şehirciliğin ve kentsel tasarımın odağında önemli bir yer edinmeye başlamıştır.

Tüketim toplumuna geçiş, kentsel mekânın sadece işlevsel bir yapı olarak değil, aynı zamanda bir deneyim ve tüketim objesi olarak algılanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, modernizmden postmodernizme geçiş sürecinde kentsel tasarımın evrimi, mekânın ekonomik ve kültürel birer tüketim nesnesi haline gelmesiyle belirginleşmiştir.

Dünya ve koşullar değiştikçe kentsel tasarım, yeni koşullara uyumlanarak faydalı ve verimli çözümler ortaya koymak için kendini geliştirmiştir. Tarih boyunca belirli dönemlerde yaşanan kırılmalar, kentsel tasarım pratiklerini derinden etkileyerek, yöntem ve yaklaşımlarını şekillendirmiştir. Endüstri devrimi ile yaşanan hızlı kentleşme ve sanayileşme şehir planlamasında ilk büyük kırılmayı yaratmıştır. Kentsel tasarım, nüfus artışına, iş gücü hareketliliğine ve altyapı ihtiyaçlarına çözüm bulmaya yönelik olarak şekillenmiştir. (Şekil 2.5)



Şekil 2. 5 : Tarihsel kırılımlar.

Kaynak: (Aksel, 2021)

1900’lerde tartışılmaya başlanan City Beautiful, Ville Radieuse (Işıyan Kent) kavramları sanayi devriminin yol açtığı kaotik kentleşmeye tepki olarak, kentsel mekânın estetik açıdan iyileştirilmesi ve düzenlenmesi gerekliliği tartışılmaya başlanmıştır. City Beautiful Hareketi, kentlerde daha düzenli ve görkemli tasarımları teşvik etmiştir.

Modernizmin kentsel tasarımdaki ana ilkeleri işlevsellik, rasyonalite ve sosyal reform üzerine kurulmuştur. Le Corbusier ve CIAM (Congrès Internationaux d'Architecture Moderne) gibi mimar ve düşünürler, kenti makine metaforu üzerinden tanımlamış ve kentsel mekânı en verimli şekilde organize etmeyi amaçlamışlardır. Bu dönemde, şehir planlama ve tasarımın temel hedefi, nüfus artışı ve sanayileşmenin yarattığı ihtiyaçlara cevap verebilecek işlevsel, düzenli ve sağlıklı şehirler yaratmaktı (Corbusier, 1929). Kentsel tasarım, bireyin ihtiyaçlarına odaklanırken, bu ihtiyaçlar daha çok fizyolojik ve işlevsel olarak ele alınmış, mekânın estetik ya da deneyimsel boyutları ikinci planda bırakılmıştır.

1900’lü yılların ortasında mahalle birimi ve banliyöleşme I. Dünya Savaşı'nın ardından ortaya çıkan konut krizi ve banliyöleşme eğilimi, yerleşim birimlerinin yeniden düzenlenmesine yol açmıştır. “Mahalle birimi” kavramı, topluluk odaklı kentsel tasarım anlayışının doğmasını sağlamıştır. I. Dünya Savaşı sonrası dönem, kentsel mekânda yeniden yapılanmayı zorunlu hale getirmiştir. Şehirler daha işlevsel ve rasyonel bir yaklaşımla yeniden inşa edilmiştir.

Kentsel tasarımın gündelik hayata etkisi konusunda David Harvey: Mimarlık ve kent tasarımı, estetik yargıların mekânda sabitleşmiş biçimlerde cisimleşip cisimleşemeyeceği, cisimleşmesinin doğru olup olmadığı, bunun günlük hayatta ne etkiler yaratacağı gibi konular açısından hatırı sayılır bir polemiğin konusu olmuştur.

(Lynch, 1960) kaleme aldığı Kent İmgesi kitabının ön sözüne şöyle başlar: ‘Bu kitap, kentlerin görünümü hakkındadır. Kentlerin görünümünün önemi ve değiştirilebilir olup olmadığını konu eder, diye devam eder. Kentsel tasarım analiz yöntemlerinde önemli bir şekilde yer alan Lynch analizlerinin sadece kentin görünümünü odağını aldığını ve kenti oluşturan diğer bileşenlere pek odaklanmadığını görebiliriz. Ancak ne var ki kitabının ilerleyen sayfalarında deneyim konusunun önemini şu sözleriyle dile getirir: “Hiçbir şey kendiliğinden deneyimlenemez. Çevresiyle her zaman bağları olmalıdır, kendisini meydana getiren olaylar dizisiyle, geçmiş deneyimlerin hatırasıyla algılanabilir.” (Lynch, 1960, s. 1)

1970'lerden itibaren postmodernizmin yükselişiyle birlikte kentsel tasarımda yeni bir paradigma ortaya çıkmıştır. Postmodern dönemde kent, sadece bir yaşama ve çalışma alanı değil, aynı zamanda tüketim ve deneyim merkezi olarak yeniden tanımlanmıştır. David Harvey, postmodern kentsel tasarımın, modernist ilkelerin aksine, toplumsal eşitsizliklerin derinleştiği, sermayenin ve küresel kapitalizmin etkisiyle dönüşen bir şehircilik pratiği olarak ortaya çıktığını savunur (Harvey, 1989) Bu dönemde kentsel mekân, bireyin kimlik oluşturma, tüketim ve eğlence arayışlarının bir aracı haline gelir. Kentsel mekânın estetikleştirilmesi, temalı alışveriş merkezleri, eğlence parkları ve ticari alanların tasarımında belirgin hale gelir.20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde, çevresel sorunlar ve sürdürülebilirlik ön plana çıkmış; planlama süreçlerinde doğal kaynakları koruma, enerji verimliliği ve çevresel duyarlılık gibi kavramlar yer almaya başlamıştır.

Postmodern kent, ekonomik değerlerin ve ticarileşmenin hâkim olduğu bir ortam haline gelir. Tüketim toplumu, kentleri ticari merkezlere dönüştürür ve mekân, deneyimin ve tüketimin bir parçası olarak yeniden şekillendirilir. Özellikle alışveriş merkezleri, oteller, tema parkları ve eğlence alanları gibi mekânlar, kentsel tasarımın yeni odak noktaları haline gelir. Henri Lefebvre, bu durumu *mekânın üretimi* (Lefebvre, 1991) kavramıyla açıklar. Ona göre, mekân artık sadece bir yaşam alanı değil, aynı zamanda kapitalist üretim ilişkilerinin bir yansımasıdır. Kentler, ticarileştirilmiş mekânların yarattığı bir sahneye dönüşür ve bu mekânlar, bireylerin tüketim deneyimlerini şekillendirir.

Henri Lefebvre'nin *Mekânın Üretimi* adlı çalışması, mekânın salt fiziksel bir olgu olmaktan öte toplumsal bir üretim olduğunu savunur. Bu perspektif, kentsel tasarımda mekân-kullanıcı ilişkisini ön plana çıkarır. Lefebvre'ye göre mekân, insanların günlük hayatlarında deneyimledikleri bir olgudur ve toplumsal ilişkiler tarafından şekillenir. Dolayısıyla mekân analizleri, fiziksel ve maddi düzenlemelerden daha fazlasını içerir; bu analizler, aynı zamanda mekânın toplumsal, psikolojik ve kültürel boyutlarını da incelemelidir. Bu çerçevede, geleneksel analiz yöntemleri kentsel mekânı sadece fiziksel bir alan olarak ele alırken, kullanıcı deneyimleri yeterince tasarım süreçlerine dahil edilmemiştir.

Teknolojik gelişmelerin günlük hayatın merkezine yerleşmesiyle, kentsel tasarım anlayışı da dijitalleşmiş ve yenilikçi kavramlar ortaya çıkmıştır. “Akıllı şehirler” ve “dayanıklı şehirler” kavramları, kentsel tasarımı teknoloji odaklı bir yaklaşımla ele almıştır. Bu dönem aynı zamanda çevresel sorunların ve iklim değişikliğinin kentsel politikaları derinden etkilediği bir dönemdir.

Benzer bir kırılma, 2000’ler itibariyle yaşanmıştır. Çevresel sorunlar ve iklim değişikliğinin etkileri, kentsel tasarımda yeni yöntem ve araçlara olan ihtiyacı artırmıştır. Ayrıca, teknolojinin kentlerin günlük yaşamına entegre edilmesi, “akıllı şehirler” ve “dayanıklı şehirler” gibi yeni kavramları ortaya çıkarmıştır.

Bu dönemde, tasarım disiplinleri, kullanıcı merkezli deneyim ve sistemsel yaklaşımlara daha fazla yönelmiştir. Kentsel tasarım da bu değişimden etkilenmiş ve yeni yöntemlerle güncellenmiştir. Örneğin, katılımcılık kavramı, planlama süreçlerinde daha dinamik bir rol oynamaya başlamış; bu bağlamda “civic service design” (kamusal hizmet tasarımı) gibi disiplinlerarası yaklaşımlar kentlerin gelişiminde önemli bir yer edinmiştir.

Kentsel tasarımda kullanılan geleneksel analiz yöntemleri, genellikle mekânsal verilere dayalıdır ve mekânı daha çok fiziksel bir varlık olarak ele alır. Ancak, bu tez kapsamında savunulan hipotez; kentsel tasarımın sadece fiziksel mekânlarla sınırlı olmadığını ve kullanıcı deneyimini de dikkate alması gerektiği savunulmaktadır. Özellikle post modern teoriler, kentin sadece bir yapılaşmış alan olmadığını, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve deneyimsel bir alan olduğunu vurgular. Bu bağlamda, geleneksel analiz yöntemlerinin eksiklikleri, duyusal deneyimlerin, kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerinin ve toplumsal dinamiklerin yeterince dikkate alınmaması olarak değerlendirilebilir. Kamusal alanlardaki kamusal yaşamın yeni bir okumasını sunmayı ve değişen kamusal yaşamımız çerçevesinde kentsel tasarımın rolünü yeniden düşünmemiz gerekmektedir.

David Harvey Postmodernliğin Durumu kitabında (Harvey, 1989) "Bir kentin neye benzediğine, mekanlarının nasıl örgütlendiğine bağlı olarak kent bize bir dizi mümkün duyguya ve toplumsal pratiğe ilişkin düşünmek, değerlendirme yapmak ve bunlara erişmek açısından maddi bir zemin sağlar" diyerek duyguların mekânsal karşılığına karşı önemi vurgulamıştır.

Ancak günümüzde bu ilişkilendirmelerin sorunlu hale geldiği ve kamusal alanların hâlâ kamusal yaşamımız için önemli olup olmadığı konusunda sorgulamalar ortaya çıktığı görülmektedir. Bu belirsizlik, son yirmi yılda şehirlerimizin kamusal yaşamı ve kamusal alanlarının geleceğine olan artan akademik ilgiyle belirgin hale gelmiştir. (Aelbrecht, 2010, s. 151)

Geleneksel kentsel tasarım analiz yöntemleri, planlamanın ardışık süreçlerine dayansa da kentin kullanıcı deneyimlerini yeterince kapsayamaması, bu yöntemlerin tez kapsamında eleştirilmesine yol açmıştır. Bu nedenle, yeni teknolojiler ve yöntemlerin, özellikle kullanıcı merkezli yaklaşımların, kentsel tasarım süreçlerine entegre edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Kentsel tasarımcılar ve meslek insanları olarak kente etki etmemiz konusunda Barthes (1975), "meslek insanları olarak bizlerin kente etki etmemiz konusunda "kent bir söylem, bu söylem de gerçek bir dil" ise o zaman söylemekte olana çok dikkat etmeliyiz, hele bu mesajları genellikle kent hayatının dikkatimizi dağıtan bütün öteki çeşitli unsularının arasında aldığımız düşünülürse" (s. 87) diye dikkat çeker.

Fredric Jameson'ın postmodernizm analizinde, mekânın tüketim toplumuna hizmet eden bir nesne olarak ele alınması önemli bir yer tutar. Jameson, postmodern mekânın parçalı, heterojen ve çoğulcu yapısını vurgular ve modernist kent tasarımına karşılık, postmodern kentte tüketim ve gösterge ekonomisinin ön plana çıktığını belirtir (Jameson, 1991). Bu bağlamda, kentsel tasarımda mekânın temsil ettiği kültürel değerler, tüketim toplumu tarafından şekillendirilir.

Kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemleri, büyük ölçüde görsel ve mekânsal verilere dayanmaktadır. Ancak, tüketim toplumuna geçişle birlikte bu yöntemlerin, bireylerin kentsel mekânla kurduğu etkileşimleri ve deneyimlerini anlama konusunda yetersiz kalabileceği ifade edilebilir. Juhani Pallasmaa, *Tenin Gözleri* adlı eserinde, yeni teknolojilerin görmenin hegemonyasını güçlendirmesine rağmen, duyuların alanlarını yeniden dengelemeye yardımcı olabileceğini belirtir (Pallasmaa, 2005, s. 46) Bu bağlamda, sadece görsel odaklı analizlerin yetersiz olabileceği ve duyusal deneyimlerin de tasarım sürecine dâhil edilmesi gerektiği ortaya koyulabilir.

Diğer yandan, teknolojinin gelişmesiyle kullanımı artan bilgi sistemlerine dayalı yeni teknikler, mekansal planlama pratikleri için dikkate değer araçlar yaratmaktadır. Planlama ve kentsel tasarım pratiklerinde, müdahale edilmekte olan kentsel çevreyi görselleştirmek, tasarımla ilgili fikir alışverişi yapmak ve farklı tasarım senaryolarını deneylemek amacıyla yeni tasarım yöntemlerinin araştırılması bir zorunluk haline gelmektedir. Bu yöntemler genellikle kentsel çevreyi tüm boyutlarıyla ele almayı ve her tür bilgiyi yöneterek sentezlemeyi sağlayan kapsamlı araçları içermektedir. Bu çalışmanın merkezinde, kentsel planlama süreçlerinin üç boyutlu modelleri içermesi gerektiği hipotezi bulunmaktadır. Dünyada özellikle üç boyutlu görselleştirme araçları, mekânsal planlamada kaliteli tasarımlar üretebilmek amacıyla kullanılmaktadır.

Sonuç olarak, kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemlerinin yetersizlikleri dikkate alındığında, bu süreçlerin, kullanıcıların duyusal, duygusal ve sosyal etkileşimlerini daha kapsayıcı bir şekilde ele alacak biçimde evrilmesi bir zorunluluk haline gelmektedir. Geleneksel yaklaşımlar çoğu zaman fiziksel mekânın biçimsel ve işlevsel özelliklerine odaklanırken, mekânın insan deneyimine dayalı boyutları arka planda kalabilmektedir. Bu noktada, kullanıcı odaklı tasarım yöntemleri ve deneyim merkezli analiz araçları, mekânsal deneyimlerin çok daha derin ve katmanlı bir şekilde ele alınmasını sağlayarak, kullanıcıların mekânla olan ilişkisini sadece fiziksel değil, psikolojik ve sosyal düzeyde de zenginleştirme potansiyeline sahiptir.

Yeni teknolojiler, bu doğrultuda önemli fırsatlar sunmaktadır. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), büyük veri analizleri, mekân algısını ölçen biyometrik sensörler ve etkileşim izleme teknolojileri gibi yenilikçi araçlar, kullanıcıların mekânlarla olan etkileşimlerini daha somut ve ölçülebilir hale getirerek, tasarım süreçlerine güçlü bir veri kaynağı sağlar. Bu teknolojiler sayesinde, mekânın kullanıcılar üzerindeki etkisi yalnızca gözlemlerle ya da öznellik içeren anketlerle değil, bilimsel verilere dayalı olarak değerlendirilebilir. Örneğin, bir kullanıcının bir kamusal mekânda nasıl hareket ettiği, mekândaki süreklilik, yoğunluk ve etkileşim noktaları gibi veriler, kullanıcı davranışlarının daha hassas bir şekilde anlaşılmasına olanak tanır.

Bunun yanı sıra, bu teknolojiler kentsel mekânların çoklu kullanıcı gruplarına göre nasıl farklı deneyimlendiğini de ortaya koyabilir. Çeşitli yaş grupları, kültürel geçmişler, engellilik durumu gibi değişkenler, kentsel tasarım süreçlerine daha esnek ve duyarlı bir yaklaşım kazandırmayı gerektirir. Teknolojik araçlar bu çeşitliliği göz önüne alarak, tasarımın tüm kullanıcı gruplarının gereksinimlerini karşılayacak biçimde optimize edilmesini sağlar.

Sonuç olarak, bu gelişmeler kentsel mekânların tasarımında daha insan odaklı, daha duyarlı ve daha katılımcı bir sürecin kapılarını açarak, kullanıcıların mekânlarla kurduğu bağın sadece fiziksel düzeyde değil, sosyal ve duygusal düzeylerde de daha anlamlı hale gelmesini mümkün kılar. Bu doğrultuda, kentsel tasarımcılar için yeni teknolojilerin sunduğu imkânlar, daha zengin ve kapsayıcı kentsel deneyimler yaratmak için güçlü araçlar sunar.

2.4 Bölüm Sonucu

Bu bölümde, kentsel tasarım süreçlerinde mevcut analiz yöntemlerinin evrimi, mekân-kullanıcı etkileşimleri ve tüketim toplumunun etkileri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Kentsel tasarım disiplininin geçmişten günümüze geçirdiği değişim ve analiz yöntemlerinin tarihsel gelişimi incelenmiştir. Geleneksel yöntemlerin fiziksel özellikler üzerine yoğunlaşması, günümüzde sosyal bilimlerin, psikolojinin ve teknolojinin etkisiyle daha kapsamlı ve çok boyutlu yaklaşımlara evrilme gerekliliğini ortaya koymaktadır. Burada geliştirilen 'analiz yöntemleri skalası', mekân-kullanıcı ve tekil-toplum ekseninde güncel analiz yöntemlerinin değerlendirilmesine olanak tanımakta, kentsel tasarımda daha dinamik ve kullanıcı odaklı bir yaklaşımın önemini vurgulamaktadır.

Mekân-kullanıcı ilişkisi bağlamında analiz yöntemlerinin nasıl konumlandığı ve bu konumların kentsel tasarım süreçlerindeki rolü derinlemesine ele alınmıştır. Oluşturulan ölçek, kentsel mekânın yalnızca fiziksel bir alan değil, aynı zamanda toplumsal ve duygusal bir deneyim alanı olduğunu öne sürmektedir. Mekân-kullanıcı ekseninin sosyal ve psikolojik boyutlarının göz önünde bulundurulması, kentsel tasarım süreçlerinde daha kapsayıcı ve etkili yöntemlerin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bireysel kullanıcı deneyimlerinin ve toplumsal ihtiyaçların nasıl bir denge içinde ele alınması gerektiği vurgulanmıştır. Bu kapsamda, analiz yöntemlerinin çeşitliliği ve kullanıcı odaklı yaklaşımlar, kentsel tasarım süreçlerinde daha etkili ve verimli çözümler sunmak adına önemli bir yere sahiptir.

Son olarak, post modern dönemde kentsel tasarımın tüketim toplumu bağlamında nasıl yeniden şekillendiği incelenmektedir. Tüketim toplumunun kentsel mekânı nasıl dönüştürdüğü, mekânın sadece işlevsel değil, aynı zamanda deneyimsel bir değer kazanmasına yol açmıştır. Henri Lefebvre'nin mekânın toplumsal üretim perspektifi, kentsel tasarımda analiz yöntemlerinin sadece fiziksel verilerle sınırlı kalmaması gerektiğini ortaya koymaktadır. Geleneksel analiz yöntemlerinin yetersizliği, duyusal deneyimlerin ve toplumsal dinamiklerin göz ardı edilmesi olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, kentsel tasarımın kamusal yaşam üzerindeki etkileri ve toplumsal bağlamın önemi, kentlerin geleceği açısından yeniden düşünülmesi gereken konular arasında yer almaktadır.

Bu bölüm, kentsel tasarımda analiz yöntemlerinin güncel ihtiyaçlara yanıt verecek şekilde evrilmesi gerektiğini vurgulamakta, sosyal bilimlerle entegrasyonun ve kullanıcı odaklı yaklaşımların önemini ön plana çıkarmaktadır. Kentsel mekânın sadece fiziksel bir varlık olarak değil, aynı zamanda toplumsal etkileşimlerin bir ürünü olarak ele alınması, tasarım süreçlerinde daha sürdürülebilir ve kapsayıcı çözümlerin geliştirilmesi için gereklidir.

3. KENTİ DENEYİMLEMEK

Kentler, bireylerin gündelik yaşamlarının şekillendiği, sosyal etkileşimlerin gerçekleştiği ve fiziksel çevre ile duygusal bağların kurulduğu dinamik mekânlardır. Bu bağlamda, kent yaşamı sadece fiziksel mekânların bir araya geldiği bir yapıdan ibaret olmayıp, aynı zamanda kullanıcıların bireysel ve kolektif deneyimlerinden oluşan çok boyutlu bir olgudur. Bu bölümde, kent mekânlarının bireyler üzerindeki etkisini ve bu mekânların kullanıcılarla etkileşimini anlamak amacıyla "deneyim" kavramı ele alınacaktır.

Bölümün ilk kısmında deneyim kavramının tanımı ve teorik altyapısı sunulacak, ardından bireylerin kent ile kurdukları ilişki üzerinden "kenti deneyimlemek" olgusu incelenecektir. Kullanıcıların kent mekânlarında yaşadıkları deneyimlerin, algı, duygu ve davranışları üzerindeki etkisi tartışılacak, bu süreçlerin kentsel tasarım disiplinine nasıl bir katkı sağladığı değerlendirilecektir. Ayrıca, kentsel tasarımda kullanılan yeni yöntemler ve bu yöntemlerin deneyim odaklı yaklaşımlar çerçevesinde nasıl bir dönüşüm geçirdiği detaylandırılacaktır.

Son olarak, bu bölümde ele alınan kavram ve yöntemler üzerinden, kenti deneyimleme bağlamında kentli kullanıcıların mekânsal etkileşimlerini anlamaya yönelik genel bir değerlendirme yapılacaktır. Deneyim odaklı kullanılan yeni uygulamalara değinilecektir. Amaç, deneyim kavramını hem bireysel hem de kolektif düzeyde ele alarak, kentsel tasarım süreçlerine entegre edilebilecek yöntemlerin teorik zeminini oluşturmak ve kenti daha yaşanabilir, kullanıcı dostu bir yapıya dönüştürmeye yönelik katkılar sunmaktır.

3.1 Deneyim ve Kullanıcı Deneyimi Kavramı

Deneyim, bireylerin yaşamları boyunca edindikleri bilgi, beceri ve izlenimlerin toplamını ifade eden bir kavramdır. Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre deneyim, "Bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı, tecrübe" olarak tanımlanır. (Türk Dil Kurumu, 2024)

Etimolojik açıdan, "deneyim" kelimesi Türkçe kökenlidir ve “tartmak” anlamına gelen “dene" fiilinden türetildiği düşünülmektedir. Nişanyan Sözlük'te "deneyim" kelimesi, "tecrübe, deneyerek kazanılan bilgilerin tümü" anlamında kullanıldığı belirtilmektedir. (Nişanyan Sözlük, 2024)

İngilizce deneyim anlamına gelen “experience” kelimesi, Oxford Sözlük’te *“Birinin bir hizmeti kullanmasının, bir aktiviteyi yapmasının, bir etkinliğe katılmasının vb. nasıl bir şey olduğu.”* Ve “*Hepimiz **deneyimleyerek öğreniriz** .” gibi anlamlar ve örnekler üzerinden açıklanmaktadır.* (Oxfor Learner's Dictionaries, 2024)

Deneyim kavramı, bireylerin yaşadıkları olaylar ve bu süreçlerde edindikleri bilgi ve becerilerin toplamını ifade eder. Bu kavram, felsefeden pazarlamaya kadar farklı disiplinlerde çeşitli açılardan ele alınmış ve bireyin çevresiyle etkileşimi sonucu oluşan duygusal, bilişsel ve fiziksel tepkileri kapsayan geniş bir anlam yelpazesine sahiptir. Tez çalışması kapsamında deneyim kavramı bu tanım ve anlamlar doğrultusunda şekillenecektir.

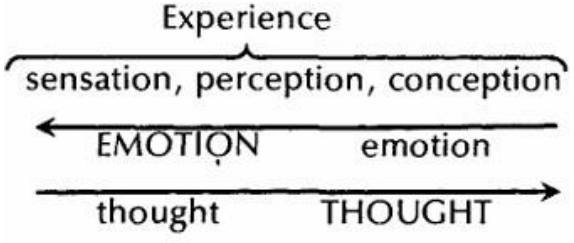
Deneyim kavramı birçok disiplin tarafından tanımlanmış, disiplinler farklılaştıkça farklı anlam boyutları kazanmıştır. Psikoloji disiplininde deneyim, bireyin çevresiyle etkileşimlerinden kaynaklanan öğrenme ve duygu süreçlerini içerir. Bu bağlamda deneyim, bireyin geçmiş olaylardan ders çıkararak gelecekteki davranışlarını yönlendirme becerisini de kapsar. Örneğin, Piaget’nin bilişsel gelişim teorisinde deneyim, bireyin çevresiyle etkileşimi sırasında bilişsel şemaların değişimi ve gelişimi için bir temel olarak görülür. (Piaget, 1972)

Deneyim, psikolojik, sosyolojik ve tasarım perspektiflerinden ele alındığında, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı odaklı bir yaklaşım geliştirilmesinin önemini açıkça ortaya koymaktadır. Marc Hassenzahl’ın (Hassenzahl, 2011) tanımına göre, deneyim,

bireyin algı, eylem, motivasyon ve biliş süreçlerinin bütünleşik bir sonucu olarak anlam kazanır. Bu bütünleşik yapı, bireylerin kentsel mekânlarla kurdukları bağın hem duygusal hem de bilişsel boyutlarını içermesi açısından önemlidir. Hassenzahl'ın bu vurgusu, kentsel tasarımda, mekânın yalnızca fiziksel bir düzenleme değil, aynı zamanda kullanıcıların etkileşimleri ile şekillenen bir süreç olabileceği konusunu gündeme getirmektedir.

Sosyolojik açıdan, Berger ve Luckmann'ın toplumsal inşa teorisi, deneyimin bireylerin çevresindeki gerçekliği anlamlandırma sürecinde belirleyici olduğunu ifade eder (Berger & Luckmann, 1996)Toplumsal etkileşimlerin mekânla bütünleştiği bu bakış açısı, kentsel tasarımda deneyim odaklı hizmet tasarımı araçlarının kullanımını anlamlı kılmaktadır. Bu araçlar, bireylerin sosyal rollerinin ve kimliklerinin mekânsal bağlamda nasıl şekillendiğini anlamayı kolaylaştırır. Bu bağlamda, Berger ve Luckmann'ın teorisi, kentli-kullanıcı deneyiminin sadece bireysel bir süreç olmadığını, aynı zamanda toplumsal dinamiklerle şekillendiğini ortaya koyabilir.

Yi-Fu Tuan'ın (1977)*Space and Place: The Perspective of Experience* adlı eserinde deneyim kavramına getirdiği bakış açısı, kentsel tasarımda kullanıcı deneyimini anlamak ve yorumlamak için önemli bir çerçeve sunar. (Şekil 3.1)Tuan, deneyimi, "öznenin çevresindekileri duyu, algı ve kavrama aracılığıyla bilme ve algılama biçimleri" olarak tanımlar ve bu süreçte duygu ile düşüncenin birleşiminden oluştuğunu vurgular (s. 8). Ona göre, duygu ve düşünce birbirine zıt kavramlar gibi görünse de, aslında deneyimsel bir sürekliliğin iki ucunda yer alır ve bilme ediminin yollarını oluşturur.



Şekil 3. 1 : Deneyim boyutları

Kaynak: (Tuan, 1977)

Tüketici davranışları ve pazarlama perspektifinden, Schmitt'in (Schmitt, 1999)deneyimsel pazarlama yaklaşımı, kullanıcıların ürün ve hizmetlerle etkileşimlerinde yalnızca işlevsel değil, estetik ve duygusal boyutların da kritik

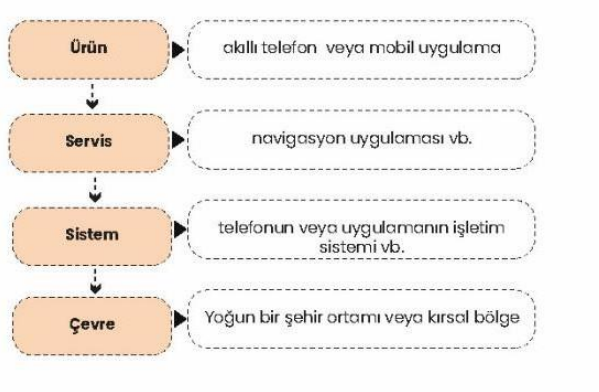
olduğunu vurgular. Kentsel tasarım bağlamında, bu görüş, kentli-kullanıcı deneyiminde duyusal ve estetik unsurların tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebileceğini tartışmaya açabilir. Schmitt' in görüşleri, kentsel mekânların, bireylerin estetik algısını ve duygusal tepkilerini göz önünde bulundurarak tasarlanması gerektiğini ortaya koyabilir.

Kullanıcı deneyimi kavramı ise tüketici davranışları ve pazarlama disiplininde sıkça kullanılan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Kullanıcıların bir ürün veya hizmet ile etkileşimi sürecinde ortaya çıkan algı, davranış ve eylemlerin tümüyle oluşan deneyimlerin kullanıcı odaklı olanı olan kavram, ISO'ya göre "kullanıcının bir ürünü, sistemi ya da servisi kullanmasıyla oluşan deneyiminin tüm yönleri" şeklinde tanımlanmaktadır (ISO, 2024).

Donald Norman (Norman, 2013), kullanıcı deneyimini, "Kullanıcı deneyimi her şeydir. Dünyayı ve hayatı deneyimleme şeklinizdir. O, her şeyin olduğu bir sistemdir." şeklinde tanımlar. Bu tanım, kullanıcı deneyiminin kapsamını ve önemini vurgulamaktadır.

Garrett, kullanıcı deneyimi bağlamında, bireyin etkileşimde bulunduğu ürün, servis ve sistemleri yalnızca bağımsız bileşenler olarak ele almaz; bu unsurların çevresel bağlamla ilişkisini de analiz ederek daha kapsamlı bir yaklaşım sunar. Örneğin, bir kullanıcı için ürün, bir akıllı telefon olabilir; servis, bu telefonda sunulan bir navigasyon uygulaması; sistem ise telefonun işletim sistemi olabilir. Bu bileşenler, kullanıcı deneyimini oluştururken, çevre faktörleriyle (örneğin, kullanıcının yoğun bir şehir ortamında veya kırsal bir bölgede bulunması gibi) etkileşim içindedir.

Bu modelde, kullanıcı deneyimi, yalnızca bireyin bu bileşenlerle olan doğrudan etkileşimiyle sınırlı değildir; aynı zamanda, çevresel bağlamın kullanıcı davranışını nasıl etkilediğini ve kullanıcıya sunulan hizmetin veya ürünün bu bağlamda nasıl optimize edildiğini de içerir. (Şekil 3.2) Örneğin, yoğun bir şehirde, bir navigasyon uygulamasının trafik yoğunluğunu gerçek zamanlı olarak göstermesi, kullanıcı deneyiminin çevresel faktörlere duyarlı bir şekilde şekillendiğini gösterir. (Garrett, 2010)



Şekil 3. 2 : Kullanıcı deneyimi etkileşim alanları

Kaynak: (Garrett, 2010)

Bu yaklaşım, kentsel tasarım bağlamında, kullanıcıların kentsel mekânlarla ve hizmetlerle etkileşimlerini analiz etmek için önemli bir çerçeve sunar. Empati Haritası ve Yol Haritası gibi hizmet tasarımı araçları, bu etkileşim alanlarını daha derinlemesine anlamaya olanak tanır ve kentsel mekânların insan odaklı bir yaklaşımla geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

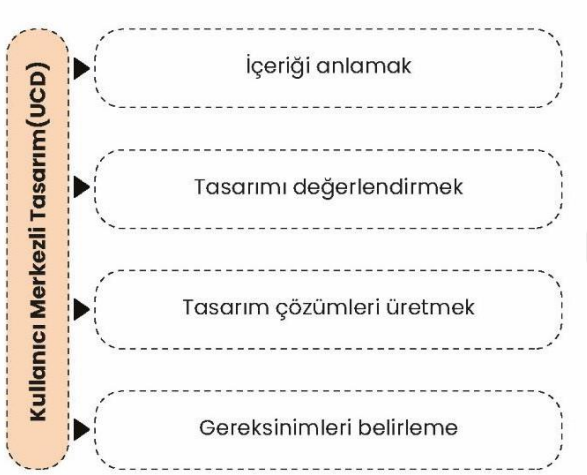
Bu bağlamda, kullanıcı deneyimini ürün, servis, sistem ve çevre arasındaki dinamik bir etkileşim alanı olarak ele almak, kentsel mekânlarda deneyimin çok boyutlu doğasını anlamak için temel bir yaklaşım sunar. Kentsel tasarım süreçlerinde, bireylerin mekânla kurdukları duygusal, bilişsel ve fiziksel bağlar, yalnızca bireysel deneyimlerin değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel etkileşimlerin de bir yansımasıdır. Bu nedenle, kullanıcı deneyimini anlamaya yönelik çerçeveler, kentsel mekânların daha yaşanabilir, anlamlı ve kullanıcı odaklı hale getirilmesine katkı sağlayabilir.

Kullanıcı deneyimi tarihinde Walt Disney, 1960'lı yıllarda kurmuş olduğu Walt Disney World ve Disneyland tema parkları ile önemli bir isim olarak kabul edilmektedir. Walt Disney'in deneyimin her boyutunu kurguladığı bu tema parklar, kullanıcı deneyiminin ve memnuniyetinin tasarlandığı, önemli örneklerdendir (ÖNER, 2022, s. 13).

Kullanıcı merkezli tasarım (UCD) ise, kullanıcıların ihtiyaçlarına ve beklentilerine odaklı tasarım geliştirmeyi amaçlayan güncel tasarım yöntemidir. Bu tasarım yaklaşımında tasarım sürecinin her aşamasında kullanıcılar odak noktasına alınarak,

kullanıcıların deneyimlerine uygun ürün sistem ve servisler tasarlamak esastır. Norman'a (2013) göre kullanıcı merkezli tasarım *"Tasarımların, amaçlandıkları kişilerin gereksinim ve yetenekleriyle eşleşmesini sağlayan süreçtir."*

ISO standartlarına göre kullanıcı merkezli tasarım dört ana başlıktan oluşmaktadır. Bunlar: içeriği anlamak, tasarımı değerlendirme, gereksinimleri belirleme, tasarım çözümleri üretmek olarak belirlenmiştir. (ISO, 2024)



Şekil 3. 3 : Kullanıcı merkezli tasarım bileşenleri. (UCD)

Kaynak: (Garrett, 2010)

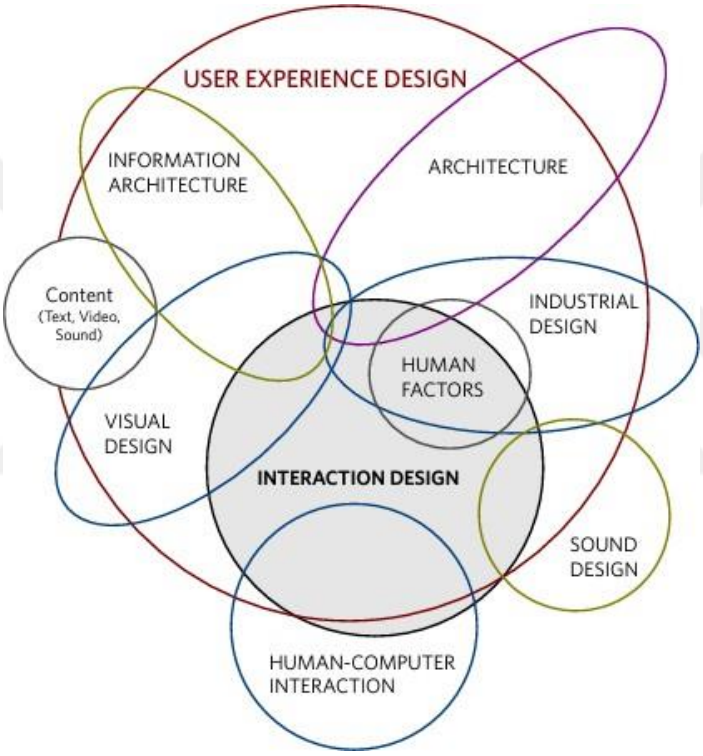
Kullanıcı deneyimi kavramı teknolojinin gelişmesiyle beraber etki alanını arttırmış ve arayüz, dijital ürün ve hizmet gibi farklı disiplinlerin konusu olan alanlarda kullanılarak büyük bir etkiyle büyüme devam etmektedir.

Tasarım, tarih boyunca insanın yaşamını kolaylaştırmak, ihtiyaçlarını karşılamak ve çevresiyle olan etkileşimlerini iyileştirmek için geliştirdiği bir süreç olmuştur. İlkel aletlerden karmaşık sistemlere kadar uzanan bu süreç, günümüzde kavramsal, işlevsel ve estetik boyutların bir araya geldiği geniş kapsamlı bir alanı ifade etmektedir.

Deneyim tasarımı, ürün, servis, sistem ve mekân gibi unsurların insanlar üzerindeki etkilerini bütüncül bir bakış açısıyla ele alır. Bu yaklaşım, bireyin fiziksel, duygusal ve bilişsel süreçlerini anlamaya ve bu süreçlerle uyumlu çözümler üretmeye odaklanır. Garrett'ın (Garrett, 2010)deneyim tasarımını "insan deneyiminin ve etkileşiminin olduğu her şeyin tasarımı" olarak tanımlaması, bu disiplinin geniş kapsamını ve çok katmanlı yapısını açıkça vurgulamaktadır.

Deneyim kavramı birçok disiplin tarafından ele alınarak bütüncül olarak kurgulanmaktadır. Deneyim tasarımı, psikoloji, sosyoloji, mimarlık, pazarlama ve mühendislik gibi farklı disiplinlerin bir araya gelmesiyle multidisipliner bir yapı kazanmıştır. Bu çeşitlilik, deneyim tasarımının yalnızca bir tasarım süreci olmaktan çıkıp, kullanıcı odaklı bütüncül bir çözüm önerisine dönüşmesini sağlamıştır.

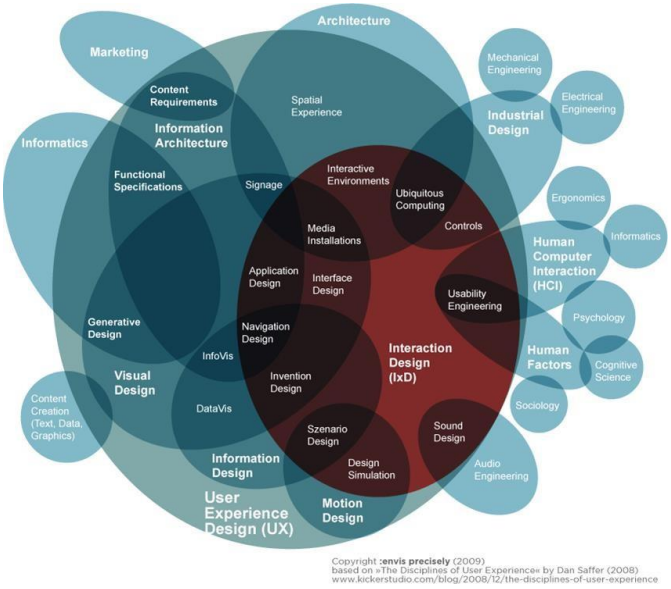
Dan Saffer literatürde deneyim odaklı tasarım yaklaşımını benimseyen disiplinler arası ilişkiyi gösteren ilk diyagramda aşağıdaki bir grafik üretmiştir. (Saffer, 2010)



Şekil 3. 4 : Deneyim tasarımı disiplinleri diyagramı.

Kaynak: (Saffer, 2010)

Saffer'in sonraki yıllarda gerçekleştirdiği çalışmalar incelendiğinde, fiziksel etkileşim ve deneyime odaklanan diğer disiplinlerin de araştırma kapsamına dahil edildiği görülmektedir (Şekil 3.4). Mimarlık, ergonomi, kullanıcı deneyimi ve etkileşim gibi kavramları içermesi ve endüstriyel tasarımla kurduğu güçlü bağlar sayesinde çok yönlü bir disiplin olarak değerlendirilmektedir.

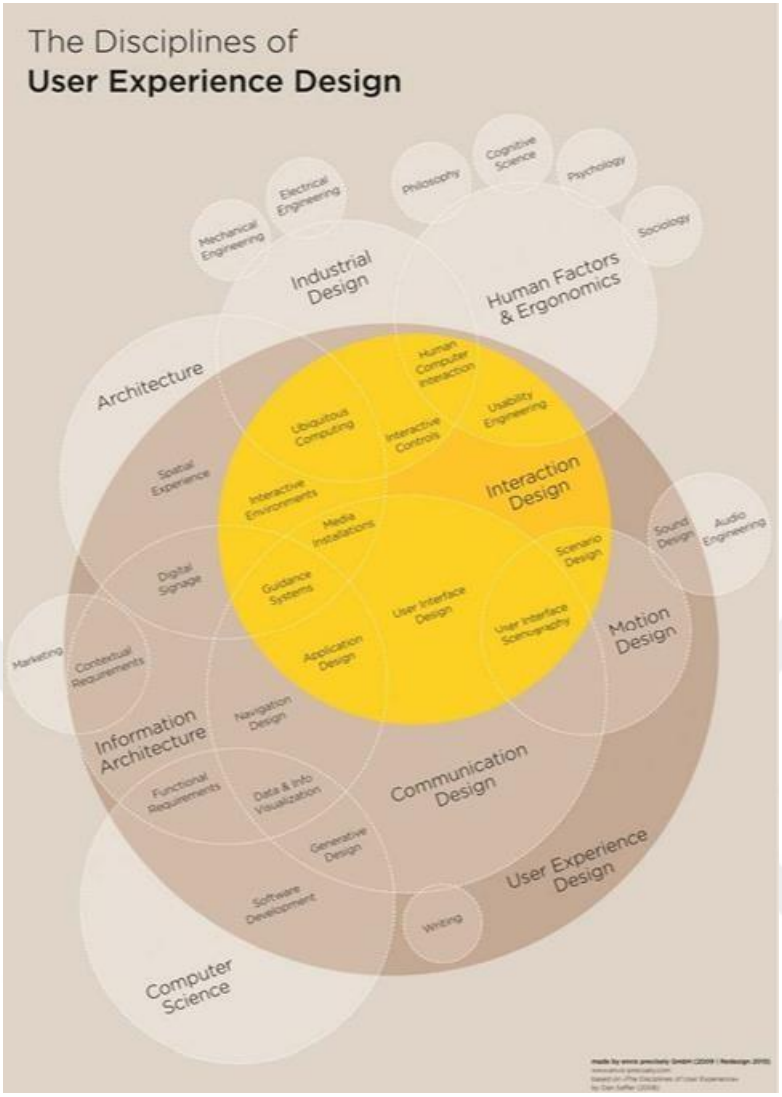


Şekil 3. 5 : Envis Precisely'nin deneyim tasarımı disiplinleri diyagramı.

Kaynak: (Interaction/ UX/ CX Design, 2024)

Envis Precisely'nin disiplinlerarası (Şekil 3.5) diyagramı ise en kapsamlı disiplin skalasını içermektedir. Bu diyagrama göre mekânsal deneyim kavramı başta kullanıcı deneyimini odağına alarak etkileşim tasarımı, bilgi mimarisi, endüstriyel tasarım disiplinleriyle iç içedir. Bu bağlamda mekânsal deneyim, kullanıcıların fiziksel çevreleriyle kurdukları ilişkiyi anlamada kilit bir rol oynar. Envis Precisely'nin (2024)diyagramında mekânsal deneyim kavramının, kullanıcı deneyimi tasarımına entegre edilmesi, kentsel tasarım süreçlerinde deneyim tasarımının önemini vurgular.

(Şekil 3.5)' yi incelediğimizde Mimarlık dolayısıyla Kentsel tasarımı, Endüstriyel Tasarım, İletişim Tasarımı, Pazarlama, Bilgi Mimarisi, Hareket Tasarımı, Pazarlama, Bilgisayar Bilimi, Ergonomi ve Arayüz Tasarımı gibi disiplinleri Felsefe, Bilişsel Bilim, Psikoloji gibi disiplinleri içeren multidisipliner bir kavram olarak görünmektedir.



Şekil 3. 6 : Envis Precisely (2013) firmasına ait kullanıcı deneyimi tasarımının disiplinleri diyagramı.

Kaynak: (Wilson , 2024)

Kullanıcı deneyimi tasarımı (*User Experience Design*- UX), farklı disiplinlerin kesişiminde yer alan, bütüncül bir yaklaşım gerektiren bir alandır. Kullanıcıların fiziksel, duygusal ve bilişsel ihtiyaçlarına yönelik tasarımlar geliştirme süreci, birçok farklı disiplinden bilgi ve yöntemlerin bir araya getirilmesini zorunlu kılar.(Şekil 3. 6) kullanıcı deneyimi tasarımının disiplinlerarası doğasını açıkça göstermektedir. Bu bağlamda, UX tasarımının çeşitli alanlarla olan ilişkisi ve bu alanların katkıları şu şekilde değerlendirilebilir:

(Şekil 5. 6) kullanıcı deneyimi tasarımının etrafında mimarlık, endüstriyel tasarım, insan faktörleri ve ergonomi, bilişim mimarisi, etkileşim tasarımı, iletişim tasarımı ve bilgisayar bilimleri gibi çeşitli disiplinlerin yer aldığı görülmektedir. Bu disiplinler, kullanıcı deneyimi tasarımına farklı perspektifler kazandırarak, tasarım süreçlerinde daha bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesine olanak tanır.

Mimarlık ve Şehircilik disiplinleri mekânın fiziksel organizasyonu ve tasarımı, kullanıcı deneyimi açısından önemli bir temel oluşturur. Özellikle kentsel tasarım ve mekân deneyimi bağlamında, fiziksel çevrenin algılanışı ve mekânsal ilişkiler UX tasarımıyla yakından ilişkilidir.

Endüstriyel Tasarım ise ürünlerin ergonomik, estetik ve işlevsel özelliklerini kullanıcı ihtiyaçlarına göre şekillendirir. Bu bağlamda, fiziksel ürünlerin kullanıcı deneyimine katkısı önemlidir. İnsan Faktörleri ve Ergonomi insan merkezli tasarım süreçleri, kullanıcıların fiziksel rahatlığı ve bilişsel yükünü optimize etmeyi amaçlar. Kullanıcıların tasarım nesneleriyle olan etkileşimi bu bağlamda incelenir.

Etkileşim tasarımı (*Interaction Design*), kullanıcıların bir sistem veya ürünle nasıl etkileşime girdiğini inceler. (Şekil 5. 6) Kullanıcıların deneyimlediği arayüzler, süreçler ve etkileşim yolları bu disiplinin odak noktasındadır., UX tasarımının merkezinde yer alan etkileşim tasarımı, kullanıcıların dijital ve fiziksel sistemlerle etkileşimini kolaylaştıracak yöntemler geliştirmektedir.

Bilgi Mimarisi ise verilerin düzenlenmesi, sunulması ve kullanıcıya iletilmesi konusunu ele alır. Kentsel tasarım bağlamında bu, mekânsal bilgilerin kullanıcı dostu şekilde sunulması (örneğin, haritalar, yönlendirme işaretleri) açısından önemli potansiyele sahiptir. (Şekil 5. 6) yer alan disiplinler arası yapı, kullanıcı deneyimi tasarımının çok boyutlu bir alan olduğunu göstermektedir. Mimarlık, ergonomi, etkileşim tasarımı, iletişim tasarımı gibi farklı disiplinlerin ortak bir amaç için iş birliği yapması, daha kapsayıcı, kullanıcı dostu ve etkili tasarımlar oluşturmayı mümkün kılar. Deneyim tasarımının kentsel bağlamda ele alınması, şehirlerin daha yaşanabilir ve insan merkezli bir yapıya kavuşmasına katkı sağlayabilir.

Bir sonraki bölümde, *Kenti Deneyimlemek ve Kentli-Kullanıcı Deneyimi Üzerine*, bu çok boyutlu deneyim anlayışı, kent bağlamında daha detaylı olarak ele alınacak; bireylerin kentsel mekânlarla etkileşimlerini belirleyen faktörler, Lefebvre, Harvey ve Lynch gibi kuramcıların çalışmaları doğrultusunda incelenecektir. Bu yaklaşım,

kentsel tasarımda deneyim odaklı araçların geliştirilmesine yönelik teorik bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır.

3.2 Kenti Deneyimlemek ve Kentli-Kullanıcı Deneyimi Üzerine

Kentsel mekânların tasarımı, yalnızca fiziksel yapılar oluşturma süreci değildir; aynı zamanda, bireylerin mekânlarla olan deneyimlerini ve bu mekânların toplumsal bağlamını anlamayı gerektirir. David Harvey'nin *Kent Deneyimi* adlı eserinde, kentsel mekânların toplumsal ilişkiler ve bireysel deneyimler üzerindeki etkisi derinlemesine incelenmiştir. Harvey, kentin yalnızca fiziksel bir yapı olmadığını, aynı zamanda sosyal etkileşimlerin ve deneyimlerin şekillendiği dinamik bir alan olduğunu ifade etmektedir. Bu bakış açısı, kentsel tasarımın kullanıcı deneyimi üzerindeki kritik rolünü anlamak açısından değerlidir (Harvey, Kent Deneyimi, 2016).

"Şehir, en üstün insani başarıların da en utanç verici insanlık hallerinin de sergilendiği, dolayısıyla kapitalizmin iç çelişkilerinin en çarpıcı şekilde göründüğü yer olmuştur" (Harvey, 2016, s. 16).

Bu ifade, kentlerin yalnızca planlanmış fiziksel çevreler değil, toplumsal dinamiklerin ve bireysel deneyimlerin merkezi olduğunu vurgulamaktadır. Kentsel tasarımın kullanıcı deneyimiyle ilişkili olarak bireylerin yaşamlarını nasıl etkilediğini anlamak için Harvey'nin analizleri temel bir çerçeve sunar. Deneyim konusunda Harvey *"deneyim bu haritayı durmaksızın inşa etmemizi, dönüştürmemizi ya da değiştirmemizi gerektirir"* (Harvey, 2016).

Kentsel tasarımda, Frank Lloyd Wright'ın Şelale Evi örneğinde olduğu gibi, bir mekânın deneyimi yalnızca görsel imgelerin ötesinde çok duyusal ve bütüncül bir deneyimi kapsar. Wright'ın tasarladığı Şelale Evi, çevresindeki orman, evin dokuları, renkleri, yüzeyleri ve hatta ırmağın sesleri ile bir mimarlık yapıtının sadece görsel değil, aynı zamanda duyusal ve deneyimsel bir bütünlük taşıdığını ortaya koyar. Bu, kullanıcıların kentsel mekânlarda yaşadığı çok boyutlu deneyimleri anlamak açısından önemli bir örnektir. Bir mimarlık yapıtının maddi ve ruhani mevcudiyetle cisimleştiğini vurgulayan bu yaklaşım, kullanıcıların mekânı sadece gözle değil, dokunsal, işitsel ve koku gibi diğer duyusal etkenlerle birlikte deneyimlediklerini gösterir.

Benzer şekilde, kentsel tasarım sürecinde mekânın deneyimi de sadece görsel analizlerle sınırlı kalmamalıdır. Le Corbusier'in mimarlıkta "kontur ve profil" gibi dokunsal unsurların önemli olduğunu belirtmesi, kentsel tasarımın da çok duyusal bir anlayışa dayanması gerektiğini ortaya koyar. Kentsel tasarım, sadece fiziksel bir çevrenin inşası değil, aynı zamanda bu çevrenin kent sakinleri tarafından çok yönlü olarak nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini anlamayı gerektirir.

Kent C. Bloomer ve Charles W. Mooer, mimarlık deneyiminde bedenin ve duyuların rolünü değerlendiren ilk çalışmalardan biri olan kitapları Body, Memory and Architecture (Beden, Bellek ve Mimarlık) kitabında (Bloomer & Moore, 1977) "Beden imgesi… temelde yaşamın erken dönemindeki dokunma ve yön bulma deneyimleriyle biçimlenir. Görsel imgelerimiz daha sonra gelişir ve anlamları bakımından dokunsal olarak edinmiş olduğumuz ilksel deneyimlere dayanırlar" diye iddia ederler. Ve açıklarlar: "Bugün barınaklarımızda eksik olan beden, imgelem ve çevre arasındaki potansiyel alışverişlerdir." Her yer en azından belli bir derecede anımsanabilir; bunun nedeni kısmen her yerin biricik olması, ama kısmen de bedenimizi etkilemiş ve onu kendi kişisel dünyamızda tutmamıza yetecek kadar çağrışım üretmiş olmasıdır.(Bloomer & Moore, 1977, s. 107).

Kentsel tasarım kuramcılarından Kevin Lynch, bir şehrin deneyimlenmesinde zihinsel haritaların önemli olduğunu vurgulamış, insanların şehri nasıl algıladığını ve anımsadığını incelemiştir. Lynch'in çalışmaları, kent mekânlarının sadece fiziksel değil, psikolojik ve duyusal olarak da anlaşılması gerektiğini öne sürer. Wright'ın tasarımları gibi, kentsel tasarım da bu bütüncül yaklaşımla ele alındığında, kentlilerin mekânla kurdukları ilişkinin daha derin ve anlamlı olabileceği ortaya konabilir.

Yeni teknolojilerle birlikte, bu tür deneyimsel tasarım anlayışları daha derinlemesine incelenebilir ve tasarım süreçlerine entegre edilebilir. Mekânların sadece görsel olarak değil, tüm duyularla nasıl deneyimlendiği, kentsel tasarım sürecinde kritik bir rol oynayabilir.

> Eski bir kentin dar sokakları arasında bir koku aleminden bir başkasına geçmek ne keyiftir! Bir şekerleme dükkanının koku alanı insana çocukluğun masumiyeti ve meraklılığım düşündürür; kunduracı dükkanının yoğun kokusu insana atları, eğerleri, dizgin kayışlarını ve ata binmenin heyecanını hayal ettirir; ekmek fırınının kokusu sağlık, esenlik ve fiziksel kuvvet imgesi yansıtır, pastacı dükkanının kokusu ise insana burjuva mutluluğunu çağrıştırır. Balıkçı

> kasabaları özellikle hatırlanasıdır, çünkü deniz ve toprak kokuları birbirine karışır; yosunun yoğun kokusu insana denizin derinliğini ve ağırlığını duyumsatır ve herhangi bir sıradan liman kasabasını kayıp Atlantis'in imgesine dönüştürür. (Pallasma, 2011, s. 68)

Gezmenin özel bir hazzı, kokuların ve tatların coğrafyası ve mikrokozmosuyla tanışmaktır. Her şehrin kendi tatlar ve kokular tayfı vardır. Sokaklardaki tezgahlar kokuların iştah açıcı teşhirleridir: yosun kokan okyanus yaratıkları, bereketli toprağın kokusunu taşıyan sebzeler, güneşin ve nemli yaz havasının tatlı kokusunu salan meyveler. Restoranların dışında sergilenen menüler bize baştan sona bir akşam yemeği hayali kurdurur; gözlerin okuduğu harfler oral duyumlara dönüşür.

Bachelard (2011)şöyle yazar: "Evlerimizde, rahatça kıvrılabildiğimiz kuytular ve köşeler vardır. Kıvrılmak oturmak (inhabit) fiilinin fenomenolojisine aittir ve yalnızca bunu yapmayı öğrenmiş olanlar yeğinlikle oturabilirler." (s. 114) "Ve gündüz düşlerimizde ev daima kocaman bir beşiktir," diye devam eder. (s. 115)

Pallasmaa'ya (2011)göre bedenlerimiz ve hareketlerimiz çevreyle sürekli etkileşim içindedir; dünya ve kendilik birbirine durmaksızın bilgi sağlar ve birbirini tanımlar. Bu etkileşim sadece fiziksel değil, aynı zamanda derin bir tarihsel belleğe de dayanır. Mimarlık, yalnızca bugünün şehir sakininin işlevsel ve bilinçli entelektüel ve sosyal ihtiyaçlarına cevap vermez; bedende saklı ilksel avcı ve çiftçiyi de anımsamalıdır. Rahatlık, güvenlik ve yuva duygularımızın kökleri sayısız kuşağın ilksel deneyimlerine dayanır.

Henri Bergson (2007) "Bedenimi çevreleyen nesneler, onlar üzerindeki olanaklı eylemini yansıtır" diye yazar ve mimarlığı diğer sanat formlarından ayıran özelliğin bu eylem olanağı olduğunu vurgular. Bu düşünce, tasarımın sadece bir görsel sanat olmadığını, aynı zamanda bedensel hareket ve eylemlerin mekânda yansımasını sağlayan çok boyutlu bir deneyim sunduğunu ortaya koyar.

Benzer şekilde, Juhani Pallasmaa da mimarlık ve kentsel tasarım bağlamında, insan deneyiminin yalnızca görme duyusu üzerinden şekillendirilmesinin eksik olduğunu savunur. Pallasmaa'ya göre, çevremizi tam anlamıyla kavrayabilmemiz için beş duyunun bir araya gelerek oluşturduğu bütüncül bir algıya ihtiyacımız vardır (Pallasmaa, 2005). Ancak modern tasarım pratiklerinde, özellikle kentsel tasarım süreçlerinde, görme duyusuna yapılan aşırı vurgu, mekânsal deneyimin sınırlı kalmasına yol açmaktadır. Bu görsel odaklı yaklaşım, kullanıcıların mekânı algılama biçimini daraltarak, mekânla kurulan fiziksel ve duygusal bağlantıyı zayıflatabilir.

Dolayısıyla, mekânın çok duyusal bir deneyim olarak tasarlanması, insan-mekân etkileşimini zenginleştirir ve kullanıcıların mekânla daha derin bağlar kurmasını sağlar.

Kentsel tasarım süreçlerinde, yalnızca görme duyusuna odaklanmak, başarılı kentsel mekânlar üretme hedefini tehlikeye atabilir. Zira kentli-kullanıcıların mekânla olan etkileşimleri sadece görsel değil, işitsel, dokunsal, kokusal ve hatta tat alma duyularıyla da şekillenir. Bu bağlamda, mimar ve kentsel tasarımcılar olarak, mekânın sadece estetik bir nesne değil, aynı zamanda bir deneyim alanı olduğunu göz önünde bulundurmalıyız. Mekânı kullanan bireyler, etrafındaki sesler, dokular, kokular ve diğer fiziksel niteliklerle bütünleşen bir deneyim yaşarlar.

Kevin Lynch'in "The Image of the City" (1960) adlı çalışmasında da vurguladığı gibi, kentsel mekânın kullanıcılar üzerindeki etkisi, yalnızca görsel imgelerle sınırlı kalmamalıdır. Kullanıcıların şehirle kurduğu bağın mekânsal imgelerden daha fazlasına dayanması gerektiği, tasarım süreçlerinde duyusal çeşitliliğin göz önünde bulundurulmasının önemini ortaya koyar. Pallasmaa'nın mimari deneyimin çok duyusal yapısına dair görüşleri, Lynch'in kentsel imgelem teorisiyle birleştiğinde, deneyim ve duygu merkezli bir tasarım anlayışına ulaşma gerekliliği daha net bir şekilde ortaya çıkar.

Dolayısıyla, kentsel tasarımda duyusal farkındalık artırılmalı ve mekân tasarımında tüm duyulara hitap eden bir yaklaşım benimsenmelidir. Mekânın yalnızca görsel değil, işitsel, dokunsal, kokusal ve hatta tat alma gibi duyusal yönlerini de kapsayan bu çok duyusal tasarım yaklaşımı, kentli-kullanıcıların mekânı daha zengin ve derin bir deneyimle algılamasını sağlar. Bu sayede, mekân sadece bir fiziki varlık olmaktan çıkar ve insan deneyiminin tüm duyularıyla etkileşim kurduğu, daha işlevsel ve davetkar kentsel çevrelerin oluşmasına katkıda bulunur.

Bachelard (2005), "duyuların çokseslilig̃i" kavramından bahseder; göz, beden ve diğer duyularla iş birliği yapar ve bu sürekli etkileşim, kişinin gerçeklik duygusunu güçlendirir ve yetkinleştirir. Mimarlık ve kentsel tasarım, bu bağlamda, doğanın insan yapımı dünyaya doğru algılamanın temelini oluşturur ve dünyayı deneyimleme ve anlama ufkunu genişleten bir uzantıdır. Yalıtılmış ve kendine yeten bir yapı değil, dikkatimizi ve varoluşsal deneyimimizi daha geniş ufuklara yönlendiren bir kavramsal ve maddi çerçeve sunar. Aynı zamanda toplumun kurumlarına ve gündelik yaşamın

koşullarına yapısal bir anlam kazandırır, yılın döngüsünü, güneşin hareketini ve günün saatlerinin geçişini somutlaştırır.

Benzer şekilde, mimarlık yalnızca görme ya da klasik beş duyuyu kapsamaz; bunun ötesinde, etkileşim içinde olan ve kaynaşan çoklu duyusal deneyim alanlarını içerir. Bu çoklu duyusal yaklaşım, mimari mekânın, doğa ve insan arasındaki bağı derinleştiren bir araç olduğunu ortaya koyar. Bilim insanlarının hayvan deneylerine dayanarak ortaya koyduğu üzere, canlı organizmalar çevreye on yedi farklı biçimde cevap verebilir, bu da mimarlığın duyusal zenginliğini ve kapsamını genişleten bir unsurdur.

David Harvey de mekânın deneyimlenmesinde estetik ve kültürel pratiklerin rolünü vurgular. Harvey'e göre, "Estetik ve kültürel pratikler mekân ve zamanın değişen deneyimine özgül biçimde açıktırlar, çünkü insan deneyiminin akışından mekânsal temsillerin ve yapıntıların inşa edilmesini gerektirirler" (Harvey, 1992, s. 327).Bu görüş, kentsel tasarımda estetik ve kültürel unsurların sadece mekânın fiziksel yapısını değil, aynı zamanda bireylerin o mekânla olan ilişkilerini de derinlemesine etkilediğini ortaya koyar. Dolayısıyla, Harvey'in yaklaşımı, mekânın toplumsal ve kültürel boyutlarını dikkate alan çok katmanlı bir tasarım anlayışını teşvik eder.

Walter Ong, "ikincil sözellik" kavramıyla teknolojilerin bireyleri daha katılımcı bir deneyime yönlendirdiğini savunur. Ong'a göre, telefon, radyo ve televizyon gibi teknolojiler, bireyleri sadece izleyici olmaktan çıkararak daha aktif katılımcılar hâline getirir ve bu süreçte sosyal ve mekânsal etkileşimleri derinleştirir (Ong, 1995, s. 136)Kentsel tasarımda bu tür bir katılımcı yaklaşım, bireylerin sadece mekânları gözlemlemek yerine, onların aktif bir parçası olmalarının önemini vurgular.

Antropolog Ashley Montagu, teknolojikleşen dünyada duyusal deneyimlerin ihmal edilmesinin, giderek büyüyen bir farkındalıkla karşılandığını belirtir. Montagu'ya göre, bu farkındalık, bireylerin duyusal deneyimden mahrum bırakılmalarına karşı gelişen bir tepki olarak değerlendirilebilir (Montagu, 1971). Kentsel tasarım süreçlerinde bu tür bir farkındalık, bireylerin duyusal deneyimlerinin daha çok önemsenmesi gerektiğini işaret edebilir.

Harvey bireyin algıları ve ideolojileri bağlamında kavrayışlarımız, algılarımız ve ideoloji miz üzerinde eleştirel biçimde kafa yormak, dünyaya bakarken da yandığımız kavramları ve yöntemleri hem kolay anlaşılır hem de egemen kılmak için mücadele

etmek, tarihsel ve coğrafi değişime ilişkin kendi deneyimimizi değerlendirmeye çalışmak, en az bari katlardaki politik ve sosyal mücadeleye katılmak kadar önemlidir. (Harvey, 2016)

Benzer şekilde, Juhani Pallasmaa'nın *Tenin Gözleri* adlı çalışması, kentsel mekânların sadece görsel boyutta ele alınamayacağını, tüm duyuların mekân algısına ve deneyimine katkı sağladığını savunur. Pallasmaa'ya göre, beden, mekânla etkileşime geçtiği anda mekânı algılamaya başlar ve bireyin yaşadığı deneyim, fiziksel ve duygusal boyutların bir araya gelmesiyle anlam kazanır. (Pallasma, 2011)

Kentlerin bireysel ve toplumsal bağlamda nasıl deneyimlendiği, kullanıcıların mekânlarla olan ilişkilerini ve bu mekânlara yükledikleri anlamları da etkiler. Ali Madanipour'un kentsel mekânların özel ve kamusal alanlar üzerinden tanımlanmasına dair yaptığı analiz şu şekilde özetlenebilir:

> Evlerin samimi alanından okul veya iş yerinin kişiler arası alanına ve yoğun şehir caddelerinin nesnel alanına, her an farklı ortamlarda bulunuyoruz. Bu nedenle, her anki zihinsel ve davranışsal durumlarımızın birçok yönü, yalnız olup olmadığımıza, samimi arkadaşlarımızla mı, yoksa yabancıların yanında mı bulunduğumuza bağlıdır. (Madanipour, 2003)

Bu çerçevede, kentli kullanıcıların deneyimleri, mekânın nasıl algılandığını, kullanıldığını ve toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini anlamak için temel bir veri sunar. Kevin Lynch'in (1960)*The Image of the City* adlı eseri, bireylerin kentsel mekânları algısal haritalar yoluyla nasıl anlamlandırdığını inceler. Lynch'e göre, kent tasarımı yalnızca fiziksel düzenlemelerle sınırlı kalmamalı; insanların mekân algısını ve hafızalarını şekillendiren unsurlar da dikkate alınmalıdır.

Benzer bir şekilde, Jan Gehl, kentsel tasarımın insan merkezli bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini vurgular. Gehl, sokaklar, parklar ve meydanlar gibi kamusal alanların kullanıcılar için nasıl deneyimlendiğine ve bu alanlardaki etkileşimlerin bireylerin yaşam kalitesini nasıl etkilediğine odaklanır. Özellikle sokak düzeyinde yaşanan deneyimlerin, kentin genel planlaması ve tasarımı kadar önemli olduğunu savunur. Bu noktada, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerini anlamak, tasarımın işlevsel ve estetik boyutlarının yanı sıra sosyal ve duygusal boyutlarını da kapsamayı gerektirir. (Gehl, 2010)

Henri Lefebvre'nin "üçlü mekan diyalektiği" kapsamında ele aldığı "yaşanan mekan" kavramı, kent mekanının deneyimlenme biçimlerini anlamak açısından oldukça önemlidir. Lefebvre, temsil mekanlarını "doğrudan yaşanan, gündelik yaşam içinde karmaşık kodlamalar ve yeniden kodlamalarla baskın soyutlamalara direnen ve onların örtük eleştirisini de içeren mekanlar" olarak tanımlar. Bu mekanlar, hakim üretim ilişkilerinin zorunlu kıldığı biçimlerin dışında şekillenmiş olup, kullanıcıların ve orada yaşayanların karmaşık sembolleri ve imgeleriyle deneyimlenir. Lefebvre, bu mekanların "nesnelerin sembolik kullanımlarıyla fiziksel mekanın üzerinde uzandığını" belirtir. (Lefebvre, 1991).

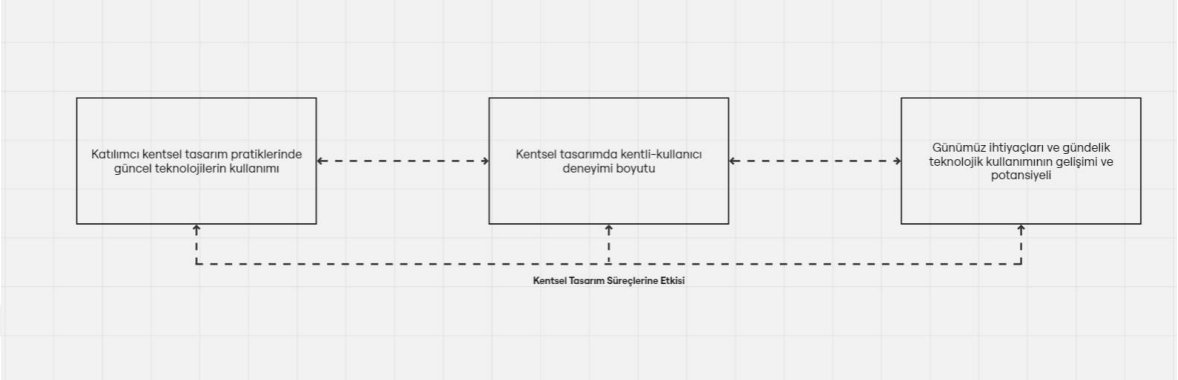
Yaşanan mekân, yalnızca fiziksel bir yapı değil, aynı zamanda hayal gücü, anılar, rüyalar ve sembollerle kurulan, eylem ve tutkunun yuvası olan dinamik bir yapıya sahiptir. Bu nitelik, mekânın doğrudan zamanla ilişkilendirilmesine imkan tanır. Lefebvre'ye göre yaşanan mekân, akışkan, niteliksel ve değişkendir; herhangi bir tutarlılık ve süreklilik, dayanım kuralına uymaz. Bunun yerine, farklı yönelimler, durumsal ve ilişkisel biçimlerde sürekli yeniden tanımlanır (Lefebvre, 1991).

Kenti deneyimlemek bağlamında bu bakış açısı, bir kentin yalnızca fiziksel yapılar veya tasarlanmış mekanlardan ibaret olmadığını, aynı zamanda kentlilerin bireysel ve kolektif deneyimlerinden oluşan bir anlam haritası sunduğunu göstermektedir. Lefebvre'nin yaşanan mekân tanımı, kentli deneyiminin karmaşıklığını ve bu deneyimin mekân üretim süreçlerine nasıl bir eleştirel perspektif sunduğunu anlamak için güçlü bir çerçeve sunar. Bu bağlamda, yaşanan mekân, kullanıcıların kentsel mekânda yarattığı ve deneyimlediği sembolik anlamlar, sosyal ilişkiler ve gündelik pratikler üzerinden kentsel tasarım süreçlerine yeni bir boyut kazandırabilir.

Gerçek ve imgelenen mekân tarafından şekillendirilen çevrede yaşananlar Deneyimlenen mekân kapsamında yer almaktadır. Gerçek mekan üzerinde anlamlar ve yaşamsal, piyasaya- yönetime bağlı değişimler nedeniyle gerçekleşen her türlü değişiklik, dönüşüm deneyimlenen mekanda iz bırakır. Bu dönüşüm ve değişimin tespiti gündelik yaşamın konforu, mekân kalitesi, yaşanabilirlik konularındaki ip uçlarının ve verilerin toplanmasına olanak sağlamaktadır (Aksel Enşici, 2008, s. 86)

Teknolojinin gelişimiyle birlikte, kullanıcı deneyimine dair daha geniş ölçekli verilere ulaşmak ve bu verilerden kentsel tasarım süreçlerinde yararlanmak mümkün hale gelmiştir. Kevin Lynch'in kentsel mekânın bireyler tarafından anlamlandırılmasını ele alan analizleriyle paralel olarak, Tamasi (2016) de kullanıcı deneyiminin mekânsal

kurguda nitelikli uygulamalar üretmek için kritik bir öneme sahip olduğunu ifade etmektedir. Kullanıcı deneyimi, sadece mekânın nasıl tasarlandığını değil, aynı zamanda insanların bu mekânlarda nasıl hissettiğini ve davrandığını da dikkate alır. (Tamasi, 2016)



Şekil 3. 7 : Kentsel Tasarım kullanıcı deneyimi boyutu.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

(Şekil 3. 7), kentsel tasarım süreçlerinde teknolojinin, katılımcı pratiklerin ve kullanıcı deneyiminin nasıl bir arada ele alınabileceğini gösteren bir çerçeve sunmaktadır. Üç ana bileşen arasında çift yönlü etkileşimler bulunmakta ve bu etkileşimler "Kentsel Tasarım Süreçlerine Etkisi" başlığı altında birleştirilmektedir.

Katılımcı kentsel tasarım pratiklerinde güncel teknolojilerin kullanımı: Bu bileşen, teknolojinin kentsel tasarım süreçlerine nasıl entegre edildiğini ve kullanıcı katılımını artırmada oynadığı rolü vurgulamaktadır. Örneğin, coğrafi bilgi sistemleri (GIS), dijital haritalar ve katılımcı tasarım platformları gibi araçlar, kullanıcıların kentsel tasarıma aktif olarak dahil olmasını sağlar.

Kentsel tasarımda kentli-kullanıcı deneyim boyutu: Bu bileşen, kentsel mekânların tasarımında kullanıcıların mekânla etkileşimlerinin dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Kullanıcı deneyimi boyutu, bireylerin fiziksel çevre ile nasıl bir ilişki kurduğunu, mekân algılarını ve bu mekânların yaşam kalitelerini nasıl etkilediğini incelemektedir.

Günümüz ihtiyaçları ve teknolojik kullanım potansiyeli: Teknolojik gelişmelerin, bireylerin günlük ihtiyaçlarını karşılamada ve kentsel tasarım süreçlerini iyileştirmede sahip olduğu rol ele alınmaktadır. Akıllı şehirler, sensör sistemleri ve veri analitiği gibi

teknolojiler, kullanıcı odaklı çözümler sunarak mekânları daha erişilebilir ve verimli hale getirebilir.

Bileşenler arasındaki ilişkiler: (Şekil 3. 7)e gösterildiği gibi, bu üç bileşen çift yönlü bir etkileşim içerisindedir. Teknoloji, kullanıcı deneyimini şekillendirebilirken; kullanıcı deneyiminden elde edilen geri bildirimler, teknolojik çözümlerin geliştirilmesine katkı sağlar. Katılımcı tasarım pratikleri, hem teknolojiyi etkin kullanır hem de kullanıcıların deneyimlerini doğrudan tasarım süreçlerine taşır.

3.3 Kentsel Tasarımda Kullanılan Yeni Yöntemlerin Deneyim Bağlamında İncelenmesi

Geleneksel analiz yöntemlerinin statik doğası, genellikle mekânsal düzenlemeleri ve nicel verileri odak noktasına alır. Ancak günümüzde, kullanıcıların kenti nasıl deneyimlediğini anlamak için daha esnek, duyusal ve katılımcı yöntemlerin geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Özellikle Yolculuk Haritaları (Journey Map) ve Empati Haritalar (Empathy Map) gibi kullanıcı merkezli yöntemler, mekânsal analizlere kullanıcı deneyimi perspektifini ekleyerek tasarım süreçlerinde yeni açılımlar sunmaktadır. Bu yaklaşımlar, kentsel mekânın bireyler üzerindeki etkisini, sosyal etkileşimleri ve mekânların kullanıcılara sunduğu deneyimleri daha iyi analiz etmeyi mümkün kılmaktadır.

Son yıllarda kullanıcıların mekânla etkileşimini daha iyi anlayabilmek için geliştirilen "Go-along", "Talking Whilst Walking", "Segmented Walk" gibi yenilikçi yaklaşımlar ele alınmaktadır. Bu yöntemler, kullanıcıların kentle olan etkileşimlerini doğrudan gözlemlemeyi ve onların deneyimlerini daha derinlemesine anlamayı mümkün kılarak kentsel tasarım süreçlerine önemli katkılar sunmaktadır. Mekânsal deneyimi ve kullanıcı katılımını bir araya getiren bu yöntemlerin, gelecekte kentsel tasarım pratiklerinde daha sık kullanılması öngörülebilir.

Teknolojinin ilerlemesiyle kentlilerin kentsel tasarım süreçlerine katılımında daha farklı yöntemlerin aktif olarak kullanılmaya başladığı görülmektedir. Özellikle dijital teknolojiler bu konuda da önemli rol oynamaya başlamıştır. 2000'lerden itibaren kayda değer örnekler var olmakla beraber 2010'lara gelindiğinde daha etkin yöntemlerin ortaya çıktığı görülmektedir.

90'lı yıllardan itibaren ise bilgi iletişim teknolojileri, coğrafi bilgi sistemleri gibi teknolojik gelişmeler hız kazanmış, planlama ve tasarım süreçleri de dijital gelişmelerin etkisiyle evrilmiştir. (Türken, 2020)

Ayrıca günümüz kentsel tasarım süreçlerinde ortaya çıkan sorunlar nedeniyle yeni yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada kentsel tasarım süreçlerine katılım amacıyla kullanılan dijital teknolojiler arasında sanal gerçeklik teknolojilerine ayrı bir önem atfetmek gereklidir.

Kentsel tasarım süreçlerine katılım amacıyla kullanılan dijital teknolojiler arasında kullanıcı deneyimi ve servis tasarımı teknolojilerine ayrı bir önem atfetmek gereklidir, çünkü bu teknolojiler, kullanıcıların mekânla etkileşim kurma biçimlerini derinlemesine anlamayı ve onların ihtiyaçlarına uygun çözümler üretmeyi sağlar. Servis tasarımı araçları, özellikle "Empati Haritası" ve "Yol Haritası" gibi yöntemlerle, kullanıcıların deneyimlerini analiz ederek tasarım süreçlerine rehberlik eder. Bu da, kentsel tasarımın daha kullanıcı merkezli, esnek ve katılımcı olmasını sağlar.

Günümüzde teknoloji, kentsel tasarım süreçlerine katılımın sağlanmasında önemli fırsatlar sunmaktadır. Temel olarak bu katılım süreçleri mekân için hazırlanmış belirli tasarım alternatifleri arasında bir seçim yapılmasına olanak tanırlar. Bu durum kentlilerin tasarıma katılımını önemli derecede kısıtlamaktadır. Bu düzeydeki bir katılımın ötesinde kentlinin tasarım sürecini aktif biçimde etkilediği “birlikte tasarım” (co-design) süreçleri de mümkündür.

Kentlilerin yalnızca izleyici olarak deneyimlemekle kalmayıp mekâna müdahalelerde bulunabilecekleri, ardından bu değişiklikleri birebir ölçekte tekrar inceleyebilecekleri sistemler, birlikte tasarıma imkân verebilir. Bu süreçlerin mümkün olduğunca fazla ve çeşitli kentlinin katılımı ile gerçekleşmesi, sağlıklı bir katılım ortamı için önemlidir. (Kaya & Alpan, 2019)

Gelişen teknolojiler ve günümüz ihtiyaçları doğrultusunda kenti kentilerle beraber tasarlamak için yeni fırsatlar doğmaktadır. Bu bölümde kentsel tasarımda yeni arayışlar sonucunda ortaya çıkan ve kentli-kullanıcı katılımını önemseyen uygulamalarda kullanılan güncel yöntemler incelenecektir.

Teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi, kentli kullanıcı deneyiminin kentsel tasarım süreçlerine entegrasyonunu daha erişilebilir ve uygulanabilir hale getirmiştir. Dijital teknolojiler, kullanıcıların kent mekânlarıyla etkileşimlerini gözlemleme ve analiz etme süreçlerinde devrim niteliğinde değişiklikler yaratmıştır. Örneğin, akıllı telefonlar, GPS sistemleri ve dijital haritalar aracılığıyla toplanan büyük veri, kentlilerin mekânları nasıl kullandığını, hangi güzergâhları tercih ettiğini ve sosyal etkileşimlerini analiz etme imkânı tanır. Bu tür veriler, tasarımcıların daha kullanıcı odaklı kararlar almasını sağlar ve kentlilerin günlük yaşam deneyimlerini daha iyi anlamaya katkıda bulunur.

Endüstriyel çağdan post-endüstriyel döneme, ya da diğer adıyla bilgi çağına geçiş, uzun süredir anlamlandırılmaya çalışılan karmaşık bir dönüşüm süreci olarak görülmektedir. Kitlesel üretimin yerini ölçek ekonomilerinin, bilgisayar teknolojilerinin ve dijital bitlerin aldığı bu yeni dönem, yalnızca ekonomik ve teknolojik sistemleri değil, zaman ve mekân algımızı da kökten değiştirmiştir. Bu değişim, gündelik deneyimlerimizi daha kişisel hale getirirken, bireyleri demografik kategorilerden ziyade bilgiye dayalı varlıklar olarak yeniden tanımlamıştır. Negroponte'nin (Negroponte, 1995) belirttiği gibi, dijital çağda bireyler, artık tanımsız değil, bilgiyle yüklü unsurlar haline gelmiştir.

Dijital yaşam, mekân ve yer kavramlarını yeniden şekillendirmiştir. Örneğin, belirli bir yerde bulunma gerekliliği azalmış, mekânsal bağımlılıklar e-posta ve diğer dijital iletişim araçlarıyla büyük ölçüde farklılaşmıştır. (Negroponte, 1995)bu dönüşümü "eş zamanlılık" kavramı ile açıklar; bu kavram, kullanıcıların günlük yaşamlarını yeniden yapılandıran bir unsur haline gelmiştir. Bu bağlamda, dijital teknolojinin gelişim süreci bilgi üretimi, depolanması, transferi, işlenmesi ve iletimi üzerinden ilerlemekte ve tüm bu süreçler ortak bir dijital dil aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. (Negroponte, 1995; Castells, 2010; Giddens & Sutton, 2016)

Bilgi çağının bu dönüşümü, yalnızca bireylerin kendini tanımlama ve ifade etme biçimlerini değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda toplumsal yapıların işleyişinde köklü değişikliklere yol açmıştır. (Castells, 2010) ifade ettiği gibi, bilgi ağı toplumu, bireylerin ve toplulukların, dijital ağlarla nasıl etkileşime geçtiğini ve bu etkileşimlerin toplumsal bağlamlarını analiz etmektedir. Bu durum, yeni teknolojilerin toplumsal organizasyon üzerinde nasıl bir etki yarattığını anlamak açısından kritik öneme sahiptir.

Bu dönüşüm, bireylerin bilgiye erişimini artırmış, dijital iletişim araçlarının mekân algısını nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymuştur. Örneğin, (Giddens & Sutton, 2016) analizine göre, dijitalleşme, bireylerin sosyal kimliklerini şekillendirme süreçlerini de derinden etkilemiştir. Teknolojinin gelişimi, yalnızca iletişim araçlarının evrimini değil, aynı zamanda bireylerin sosyal bağlamda nasıl konumlandığını da yeniden düşünmemizi sağlamaktadır.

Sosyal medya platformları ve mobil uygulamalar, kent sakinlerinin deneyimlerini anında paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Kullanıcılar, memnuniyet duydukları veya eleştirmek istedikleri mekânlara dair görüşlerini kolayca aktarabilir ve bu geri

bildirimler, kentsel tasarım süreçlerinde değerli bir veri kaynağına dönüşebilir. Bu sayede, katılımcı tasarım süreçleri daha dinamik ve etkileşimli bir yapıya kavuşur; kent sakinleri, kentsel mekânların oluşturulmasında aktif bir rol üstlenir. Bu durum, Lynch'in "mental map" (zihinsel harita) kavramıyla benzerlik gösterir; ancak günümüzde teknolojiler, bu haritaların sadece bireylerin zihninde kalmasını değil, dijital platformlarda paylaşılmasını ve kolektif olarak kullanılmasını mümkün kılar.

Bunun yanı sıra, dijital teknolojilerle gerçekleştirilen sanal simülasyonlar ve dijital modellemeler, kullanıcıların mekânları nasıl deneyimleyeceğini önceden görselleştirme ve değerlendirme imkânı sunmaktadır. Bu durum, tasarım süreçlerini daha esnek ve kullanıcı odaklı bir hale getirir. Kullanıcılar, sanal ortamlarda mekânlarla etkileşim kurarak tasarım sürecine doğrudan katkıda bulunabilir. Örneğin, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojileri, kentsel mekânları inşa edilmeden önce deneyimleme fırsatı sunar ve bu sayede tasarımcılar, kullanıcı geri bildirimlerine dayalı düzenlemeler yapabilir.

Sonuç olarak, dijital teknolojiler, kullanıcı deneyiminin kentsel tasarım süreçlerine entegrasyonunu hem hızlandırmış hem de kolaylaştırmıştır. Başarılı bir kentsel tasarım için, kullanıcı deneyimlerini ve ihtiyaçlarını merkeze alan daha esnek ve katılımcı bir yaklaşım benimsemek gereklidir. Kullanıcı deneyimi odaklı bir tasarım anlayışı, kent mekânlarını daha yaşanabilir, erişilebilir ve sürdürülebilir hale getirmeye katkı sağlar.

E-Katılım Geleneksel ve dijital olmayan katılım sistemlerinin aksine yeni katılım metotları gelişen bilgi iletişim teknolojilerinin etrafında şekillenmeye başlamıştır. En basit anlamıyla e-katılım, yurttaşların hükümet, kamu yönetimi ve karar alma sistemlerini yönlendirmek, dönüştürmek amacıyla dijital medyayı kullanması olarak tanımlanabilir. (Dijk, 2013)E-katılım uygulamaları online tartışmalar, web tabanlı anketler, online karar destek sistemleri gibi araçlar üzerinden şekillenirler. (Carver, 2001)

Moritz, (2005)"Service Design Practical Access to an Evolving Field" adlı çalışmasında belirttiği gibi, servis tasarımı araçları, hizmetlerin daha kullanıcı odaklı ve sürdürülebilir hale getirilmesinde önemli bir rol oynar. Bu yöntemlerin kentsel tasarıma entegrasyonu, kent sakinlerinin gerçek ihtiyaçlarına daha duyarlı, esnek ve insan odaklı mekanlar yaratılmasına olanak tanıyabilir. Örneğin, kullanıcı deneyimi teknolojilerinin uygulanması, kentlerin statik yapıların ötesine geçerek yaşayan, dinamik mekanlar haline gelmesine katkı sağlayabilir.

Ayrıca, dijital teknolojiler ve kullanıcı merkezli tasarım yaklaşımları, kent sakinlerinin tasarım süreçlerine doğrudan katılımını artırır. Bu tür araçlar, kullanıcıların geri bildirimlerine dayanarak tasarım süreçlerini yönlendirmekte ve tasarım kararlarının daha şeffaf ve katılımcı bir şekilde alınmasına olanak tanımaktadır (Sanders & Stappers, 2008). Dolayısıyla, dijital teknolojilerin kentsel tasarım süreçlerine entegre edilmesi, daha yaşanabilir ve erişilebilir kentlerin yaratılmasına katkıda bulunur.

Bu bağlamda, teknolojinin kullanıldığı katılımcı uygulamalar, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı deneyimini belirli ölçüde önemsese de, bu araçların sunduğu içgörüler genellikle yüzeysel kalmaktadır. Empathy Map ve Journey Map gibi hizmet tasarımı teknikleri, kullanıcı deneyimine derinlik ve duygusal boyut kazandıracak potansiyele sahiptir ancak dijital katılım araçlarının çoğu bu düzeye ulaşamamaktadır. Ancak, kentsel tasarım süreçlerinde geniş çaplı katılım sağlama açısından bu dijital araçların önemli bir rol oynadığı da inkâr edilemez. Bu bağlamda farklı teknolojilerinin kullanıldığı bazı dünya örnekleri aşağıda sıralanmıştır:

MetroQuest, (Şekil 3.13) kentsel planlama ve ulaşım projelerinde vatandaşlardan geri bildirim toplamak için kullanılan bir kamu katılım platformudur. Bu platform, şehirler, planlamacılar ve ulaşım otoritelerinin topluluklarla etkileşime geçmesini sağlayarak geniş bir katılımcı kitlesinden anlamlı geri bildirimler almayı kolaylaştırır.



Şekil 3. 8 : MetroQuest'in arayüzleri.

Kaynak: (Metroquest, 2024)

MetroQuest'in temel amacı, şehir planlama ve ulaşım projeleriyle ilgili olarak halkın önceliklerini, tercihlerini ve endişelerini daha iyi anlamaktır. Kullanıcı dostu araçlar, haritalar, kaydırma çubukları ve senaryo sıralaması gibi görsel araçlar kullanarak

projelerin farklı bileşenleri (örneğin, arazi kullanımı, altyapı, ulaşım planları) hakkında detaylı geri bildirimler toplanır.

MetroQuest'in sunduğu başlıca avantajlar şunlardır:

Katılımın Artması: Bu platform, vatandaşların evlerinden ya da mobil cihazları üzerinden kentsel planlama süreçlerine katılmalarını sağlar, bu da geleneksel kamu katılım yöntemlerinin erişimini genişletebilir. Veriye Dayalı İçgörüler: MetroQuest, katılımcılardan topladığı geri bildirimleri analiz ederek topluluk öncelikleri hakkında değerli içgörüler sunar.

Görselleştirme: Projelerin karmaşık detaylarını daha iyi anlamaları için vatandaşlara etkileşimli görseller sunar, bu da daha bilinçli geri bildirimlerde bulunmalarını sağlar.

MetroQuest, dünya çapında kamu kurumları ve danışmanlık firmaları tarafından ulaşım, çevre planlaması ve kentsel gelişim projelerinde halkla istişare için yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu platform, modern kentsel tasarım süreçlerinde vatandaşların ihtiyaç ve tercihlerini anlamada önemli bir rol oynar.

Deneyim açısından incelenmesi: MetroQuest, kentlilerin deneyimlerini ve geri bildirimlerini kapsamlı ve katılımcı bir şekilde toplamak amacıyla tasarlanmış bir dijital platformdur. Kentli kullanıcıların deneyimlerini ele alma şekli şu unsurlara dayanır:

Kapsamlı Geri Bildirim Toplama: MetroQuest, kullanıcıların şehirle etkileşimlerini ve deneyimlerini paylaşmalarını sağlayan görsel ve interaktif araçlar kullanır. Haritalar, öncelik belirleme anketleri ve kaydırma çubukları gibi kullanıcı dostu araçlar aracılığıyla, kentlilerin yaşadıkları sorunlar, ihtiyaç duydukları altyapı geliştirmeleri ve ulaşım düzenlemeleri gibi önemli konularda doğrudan geri bildirimde bulunmalarına olanak tanır.

Önceliklendirme ve Senaryo Testleri: Kentliler, platformda sunulan çeşitli kentsel gelişim senaryolarını değerlendirebilir ve kendi deneyimlerine dayalı olarak hangi çözümleri tercih ettiklerini belirleyebilir. Bu sayede, bireylerin günlük yaşamlarında karşılaştıkları sorunlara yönelik çözümler geliştirilebilir.

Katılımın Artması: MetroQuest, fiziksel toplantılara katılmakta zorlanan vatandaşların da kentsel süreçlere dahil olmasını sağlayarak geniş bir katılımcı kitlesine ulaşır.

Böylece, daha çeşitli sosyal gruplardan geri bildirim alınarak kent planlama süreçleri daha kapsayıcı hale getirilir.

Veri Analizi ve Sonuçların Uygulanması: Platform, topladığı geri bildirimleri analiz ederek kentlilerin deneyimlerine dayalı veriye dayalı içgörüler sunar. Bu analizler, vatandaşların hangi kentsel sorunlara öncelik verdiğini ve nasıl çözümler istediğini gösterir. Bu veriler, kentsel tasarım projelerinin kentli kullanıcı deneyimlerini daha yakından yansıtmasını sağlar.

MetroQuest, bu araçlarıyla kentli kullanıcıların yaşadıkları alanlarla ilgili deneyimlerini anlamaya çalışarak, şehir planlama süreçlerinde daha etkin ve kapsayıcı bir katılım sağlanmasına yardımcı olur.



Şekil 3. 9 : Change by us web arayüzü.

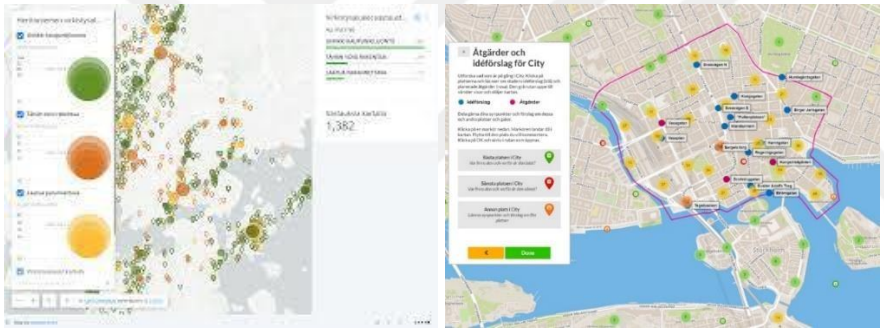
Change by us platformu, (Şekil 3. 14) yurttaşların kentle ilgili fikirlerini paylaşmalarına, bu fikirleri projelere dönüştürmelerine ve projeler için ihtiyaç analizi yapmalarına imkân tanır. Kullanıcılar, etkinlikler oluşturabilir ve sosyal medya entegrasyonu (Facebook, Twitter, Google+) aracılığıyla projelerine destekçi bulabilir. Projeler, anahtar kelimeler ve lokasyon bilgilerine göre kategorize edilerek düzenlenir.

Yönetici ve kullanıcı arayüzü birbirinden ayrılmış olup, platform şehir liderlerinin farklı düzeylerde yetkilendirme (örneğin süper yönetici, yönetici, şehir lideri) yapmasına olanak sağlar. Ayrıca, uygunsuz kullanıcı yorumlarını filtreleme özelliği ile platformun amacına uygun kullanılmasını sağlar.

Sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler, yurttaşların projelerine destek olarak bu projelerin hayata geçirilmesi için kaynak sağlayabilir. Katılımcılar, dahil oldukları projelerle ilgili düzenli bildirimler alarak süreci takip edebilirler. Bu özellik, farklı aşamalarda katılım göstermeyi kolaylaştırır ve süreç boyunca oluşabilecek kopmaların önüne geçer.

Sisteme şu anda erişim sağlanamamaktadır. Yetkililer, sayfa içeriğindeki projeleri silme veya ilerletme yetkisine sahiptir. Ancak bu durum, katılımcı sürecin temel amacına aykırı olarak, yukarıdan aşağıya bir yönetim anlayışına yol açabilir.

Maptionnaire, (Şekil 3. 15) harita tabanlı anketler ve forumlar oluşturmayı mümkün kılan bir dijital platformdur. Uygulama ile ilgili ayrıntılar Şekil'de sunulmuştur. Bu bağlamda, web platformu ve örnek çalışmalar temel alınarak yapılan değerlendirmelerde güçlü ve zayıf yönler ile fırsatlar ve tehditler şu şekilde ele alınmıştır.



Şekil 3. 10 : Uygulamanın arayüzü.



Şekil 3. 11 : Uygulamanın arayüzü.

Changify, (Şekil 3. 16) yerel kullanıcıların mahalleleriyle ilgili beğendikleri veya değiştirmek istedikleri unsurları paylaşabildikleri, fikir üreterek bunları belediye ve

ilgili uygulayıcılara iletebildikleri bir platformdur. Sürece ilişkin ayrıntılar Şekil 8' de yer almaktadır. Bu çerçevede, platformun geleneksel katılım yöntemleriyle entegrasyonu göz önünde bulundurularak yapılan değerlendirmelerde güçlü ve zayıf yönler ile fırsatlar ve tehditler şu şekilde sıralanmıştır.

E-katılım ve geleneksel katılım yöntemlerini bir arada kullanan sistem, önceliklendirme (örneğin acil durumlar, yüksek puan kazanma gibi) ve oylama gibi özellikleri oyunlaştırma unsurlarıyla desteklemektedir. Sistem, raporlama seçeneklerinin yanı sıra kullanıcının fikirlerini video formatında yüklemesine ve fon talebinde bulunmasına olanak tanıyan opsiyonel yaklaşımlar sunar.

Yerel yönetimlerle ortak çalışarak, akıllı şehirler yaratma hedefi doğrultusunda servis sağlayıcılığı ve hizmet verimliliğini artırmayı amaçlar. Ayrıca, hizmet sonrası derecelendirme sistemiyle kalite ve memnuniyet ölçümleri gerçekleştirilebilir, böylece hizmetlerin sürekli iyileştirilmesi sağlanır.

3.4 Bölüm Sonucu

Bu bölümde, kent deneyimi kavramı farklı disiplinlerin perspektiflerinden ele alınarak teorik bir çerçeve oluşturulmuştur. Kentlerin yalnızca fiziksel mekânlar olmadığını, aynı zamanda bireylerin gündelik yaşamlarıyla, duygusal bağlarıyla ve toplumsal etkileşimleriyle şekillenen dinamik yapılar olduğunu vurgulanmıştır. Yi-Fu Tuan, David Harvey, Kevin Lynch gibi önemli teorisyenlerin yaklaşımlarını incelenerek, kentsel deneyimin bireysel ve toplumsal bağlamlarını irdelenmiştir. Bu teorik altyapı oluşturulurken, deneyim kavramının çok boyutlu doğasını psikoloji, sosyoloji, mimarlık ve kullanıcı deneyimi tasarımı gibi farklı alanlar üzerinden tartışılmıştır.

Bölümde ayrıca, güncel teknolojilerin kentsel tasarım süreçlerindeki rolüne odaklanılmıştır. Özellikle Journey Map, Empathy Map gibi yöntemler ile sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve dijital platformlar gibi araçların, kullanıcı deneyimlerini tasarım süreçlerine entegre etme potansiyelleri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. MetroQuest ve Changify gibi örnek platformlar analiz edilerek, bu teknolojilerin kullanıcı katılımını artırmada nasıl bir rol oynadığı tartışılmıştır. Bu bağlamda, teknolojinin kentsel tasarımda daha esnek ve insan odaklı yaklaşımlar geliştirmek için önemli bir araç olduğuna değinilmiştir.

Genel olarak, bu bölümde kentsel tasarım süreçlerinde deneyim odaklı yaklaşımların potansiyeli vurgulanırken, kullanıcı deneyimi perspektifinin tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebileceğine dair bir çerçeve sunulmuştur. İlerleyen bölümlerde, bu çok boyutlu yaklaşım somut önerilerle desteklenmiş, kentsel mekânların daha yaşanabilir ve kullanıcı dostu hale getirilmesine katkıda bulunması hedeflenmiştir.

4. HİZMET TASARIMI [SERVICE DESİGN] ARAÇLARININ [EMPATİ VE YOL HARİTASI] KENTSEL TASARIM SÜREÇLERİNDE UYGULANMASI

Hizmet tasarımı, kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve hizmet süreçlerini optimize etmek amacıyla kullanıcı odaklı yaklaşımları benimseyen bir disiplindir. Bu bağlamda, empati ve yol haritası gibi kullanıcı deneyimi yöntemlerinin kentsel tasarım alanında uygulanması, şehirlerin daha yaşanabilir, erişilebilir ve kullanıcı dostu hale gelmesine katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Empati, kullanıcıların ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak için derinlemesine bir anlayış geliştirmeyi hedeflerken; yol haritası, bu anlayış doğrultusunda stratejiler ve eylem planları oluşturmayı sağlar.

Kentsel tasarım, karmaşık sosyal, ekonomik ve çevresel dinamikleri içeren çok boyutlu bir süreçtir. Bu tez kapsamında kentsel tasarım süreçlerinde, kullanıcıların deneyimlerini göz önünde bulundurmanın tasarımın başarısı için kritik bir öneme sahip olduğu düşünülebilir. Empati yöntemi, tasarımcıların kullanıcıların perspektifinden bakarak onların ihtiyaçlarını, sorunlarını ve arzularını anlamalarına olanak tanıyabilirken, bu süreçte kullanıcıların geri bildirimlerinin ve ihtiyaçlarının etkin bir biçimde dikkate alınması amaçlanarak kentli kullanıcılarının deneyiminin sürece entegrasyonu sağlanabilir.

Yol haritası yöntemi ise, kentsel tasarım projelerinde uzun vadeli hedeflerin belirlenmesi ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli adımların planlanması açısından önemli bir role sahip olabilir. Kentsel alanların dönüşümünde hangi adımların atılması gerektiğini belirlemek ve bu süreçte kullanıcıların deneyimlerini sürekli olarak değerlendirmek, başarılı bir kentsel tasarım için gereklidir.

Kentli kullanıcılar için kullanışlı ve arzu edilen olduğu kadar etkin hizmetler tasarlamak bütünsel, çok disiplinli ve bütünleşik bir hizmet tasarımı yaklaşımı gerektirmektedir. Deneyim Odaklı Kamusal hizmet tasarımı yaklaşımı, mevcut tasarım metodolojilerinin, araç kutusunun ve yeteneklerinin bir hizmet geliştirebilmek üzere kullanılmasıdır (Moritz, 2005).

Hizmet Tasarımı (Service Design) araçları, kullanıcı merkezli süreçlerin tasarımında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, "Empati" ve "Yol Haritası" (Journey Map) yöntemleri, özellikle kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı deneyimini anlamak ve iyileştirmek açısından kritik araçlar olarak öne çıkmaktadır. Deneyimi anlamak ve daha anlamlı kent mekanları oluşturmak adına bu tez kapsamında servis tasarımı araçlarından empati map ve journey map yöntemleri irdelenmiştir.

Bu bölümde, hizmet tasarımı (service design) kavramı ve araçları irdelenecek ve hizmet tasarımı bağlamında empati ve yol haritası yöntemlerinin kentsel tasarıma nasıl entegre edilebileceği ele alınacaktır. Kullanıcı deneyimi odaklı bir yaklaşım benimseyerek, kentsel tasarım süreçlerine katkıda bulunma potansiyeli değerlendirilecektir. Bu bağlamda hem teorik hem de pratik örnekler üzerinden, hizmet tasarımı araçlarının kentsel tasarım süreçlerindeki rolü ve önemi vurgulanacaktır.

4.1 Hizmet ve Hizmet Tasarımı [Service Design] Kavramı

Günümüzde hizmet kavramını hem soyut hem somut doğası nedeniyle oldukça karmaşıktır (İlisulu, 2015). Hizmetler genellikle iş süreçleri veya faaliyetlerle ilgilidir. Hizmet sürecinde fiziksel varlıklardan yararlanılsa da bunların daha çok hizmetin ortaya çıkarılmasında yararlanılan araçlar olması, hizmetin soyut olma özelliğini ortaya koymaktadır. Soyut olma özelliği, hizmetleri fiziksel ürünlerden (mallardan) ayıran en temel farktır.

Fiziksel olarak satın alıp kullanabildiğimiz ürünleri beş duyumuzla deneyimleyebiliriz ancak hizmetleri duyusal olarak incelemek mümkün değildir. Hizmetleri yalnızca deneyimleyebiliriz. Günümüzde ise fiziksel ürünler ile hizmetler arasında keskin bir ayrım yapmak giderek zorlaşmaktadır. Ürün olarak adlandırılan şeyler hem soyut hem somut fiziksel ürünleri ve hizmetleri içermektedir.

Moritz'e (Moritz, 2005) göre hizmetlerin özellikleri şunlardır:

1. Hizmetler soyuttur. Hizmetler fiziksel yapıya sahip değildirler.

2. Hizmetler tüketimden ayrılamazlar. Hizmetin üretim ve tüketimi çoğunlukla aynı zamanda meydana gelir. Doktora giderek tedavi olan kişi eşzamanlı olarak hizmeti, üretilirken tüketmektedir.

3. Hizmetler depolanamazlar. Ürünler gibi daha sonra tüketilmek üzere depolanamazlar. Uçuş hizmeti veren bir havayolu için uçak yola çıktıktan sonra boş olan koltuk değerini kaybeder.

4. Hizmetler ait olamazlar. Hizmetler yerinde kullanılmaktadırlar. Hiç kimse hizmeti taşınan bir ürün gibi evine götüremez. Bir otel odasını satın alamazsınız ancak belli bir süre hizmet olarak kullanabilirsiniz.

5. Hizmetler karmaşık deneyimlerdir. Hizmetler zamanla ve çeşitli temas noktalarında (touchpoint) oluşur. Fiziksel ürünlerin aksine, hiçbir hizmet deneyimi birbirine benzemez. Tüketiciler aynı hizmeti çok farklı düzeylerde algılarlar. Bu algı tüketicinin geçmiş kişisel deneyimlerine, hizmeti aldığı ortama, yaşadığı çevreye, sosyo-ekonomik durumuna ve buna bağlı kültürüne göre değişmektedir.

6. Hizmetlerin kalitesini ölçmek zordur. Hizmet kalitesi ölçümleri çoğunlukla nitel olma eğilimindedir ve nicel yaklaşım çok azdır. Bunun bir sonucu olarak, bir hizmetin kalitesini kontrol etmek zordur.

Hizmet tasarımı ise, etnografya, etkileşim tasarımı, ürün tasarımı, endüstriyel tasarım, grafik tasarım, sosyal psikoloji gibi birçok disiplinden yararlanmaktadır.

Hizmet tasarımının özellikleri (İlisulu, 2015);

- Tüketici deneyimleri ve inovasyon en önemli bileşenleridir.
- Tüketici merkezlidir.
- Teknolojiyi en verimli şekilde kullanır.
- Farklı disiplinleri bir araya getirir, disiplinler arası bir yapısı vardır.
- Soyut ve somut ortamları bir arada kullanır.
- Sistemi ve süreci tasarlar.
- Sürdürülebilir olmalıdır.
- Tüketici ihtiyaçlarına en iyi çözümü arar.
- Tüketici kadar hizmet sektörü çalışanı da sürece dahil olmaktadır.
- Sürecin tamamı (hizmet öncesi, hizmet anı, hizmet sonrası) görselleştirilerek anlaşılır hale getirilir.

Hizmet tasarımının odağında bulunan tüketiciler için her tüketiciye özgü ihtiyaç ve düşünce yapısı mevcuttur. Kent ortamında bulunan kentli kullanıcılar için de aynı şekilde farklılaşan ihtiyaçlar ve düşünce yapısı mevcuttur.

1970'lerde başlayan dijital devrim, hizmet tasarımı için birkaç yıl öncesine kadar hayal edilemeyecek temel ve yeni platformlar oluşturmuştur. Örneğin; genel bilgi akışını sağlayan sanal veriler, bankacılık işlemleri gibi karmaşık sistemlerin web üzerinden tüketiciler tarafından bireysel olarak kullanılmasını sağlamıştır. Buradan hareketle hizmet tasarımı, tüketici deneyimlerini (human experiences) tasarlama yeteneğiyle, dijital teknolojileri anlama becerilerini birleştirerek kendini ifade etmektedir. (Løvlie, 2009, s. 38-43)

Hizmet tasarımı, fikirleri, tüketici deneyimleri vasıtasıyla, soyut ve somut (tangible, intangible) ortamları bir arada kullanarak tasarlayan çok yeni bir alandır. Bu alan, özellikle perakende, bankacılık, ulaşım ve sağlık gibi sektörlerde son tüketici deneyimi için birçok fayda sağlamaktadır. Bir uygulama olarak hizmet tasarımı süreci, genellikle tüketiciye bütünsel bir hizmet sunmayı amaçlayan sistemlerin ve süreçlerin tasarımıyla sonuçlanır. Hizmet tasarımı farklı disiplinlerden çeşitli metot ve araçları bir araya getiren disiplinler arası bir yaklaşımdır (İlisulu, 2015).

Ancak, yeni iş modelleri dahilinde bilinçli bir şekilde tasarlanan hizmetler, empati yoluyla tüketici ihtiyaçlarına çözüm ararken, aynı zamanda toplumda yeni sosyo-ekonomik değerler yaratmak için de çalışmaktadırlar. Hizmet tasarımı, hizmetlerin geliştirilme yeteneği ve bir tasarım süreci uygulamasıdır. Hizmet tasarımı bu mevcut hizmetleri iyileştirmek ve yenilerini yaratmanın pratik bir yoldur. Merkezinde tüketicinin olduğu, çevre, iletişim ve kullanılan ürünleri göz ardı etmeden, kullanım kolaylığı, memnuniyet, verimlilik gibi faktörlerin iyileştirilmesini de sağlar (Stickdorn & Schneider , 2012).

Günümüzde tüketicilerin ürünler karşısındaki deneyimleri ve geri bildirimleri oldukça önemli hale gelmiştir. Bir ürün satın alacak kişi, ürün hakkında yapılmış yorumları okuyabilir, diğer kullanıcıların deneyimlerini ürün satın almadan gözlemleyebilir. Aynı şekilde sadece ürün değil kurumlar hakkında da sosyal medya platformları üzerinden geçmiş deneyimleri "yorum" olarak okuyabiliriz. Geçmiş deneyimleri okuyan tüketiciler kararlarını bu yorum ve deneyimler üzerinden netleştirebilir.

Deneyim çok güçlü bir duygudur ve tüketicilerinin ne gördükleri ne hatırladıkları ile ilgilidir. Olumlu bir deneyim marka ya da hizmet ile kalıcı bir bağ oluşturabilir (Lindberg, 2024).

Aynı zamanda hizmet tasarımı, hizmet sağlayıcı ve tüketiciler arasındaki altyapı, iletişim ve malzeme bileşenlerinin hizmet kalitesini ve etkileşimini artırmak için bir planlama ve insanları organize etme faaliyetidir. (SDN, 2014) ve tüketicilerin bakış açısından hizmetlerin işlevselliğini ve biçimini tasarlar (Erlhoff & Marshall, 2007). Tüketicinin, aynı kahvenin aynı fiyata satıldığı, yan yana duran iki kahve dükkanından birini seçmesine neden olur.

Bu da tüketicilerin ürün veya kurumlar hakkındaki deneyimlerinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Hizmet tasarımının kesin ve tek bir tanımı olmamakla birlikte, genel olarak markalara veya hizmetlere değer eklemek, farkındalık oluşturmak ve tamamen tüketici odaklı bir yaklaşım benimsemek amacıyla yapılan bir süreçtir. Bu süreç, yenilikçi çözümler sunarak tüketici memnuniyetini en üst düzeye çıkarmayı hedefler. Ayrıca, altyapı, iletişim, teknoloji ve malzeme gibi unsurların görselleştirilmesi yoluyla tüm hizmet sürecinin tasarımını ve yönetimini kapsamaktadır.

Çok disiplinli yapısı nedeniyle karmaşık görünen hizmet tasarımı alanı, yine çok disiplinli yapısı sayesinde tüketici için faydalı, kullanılabilir ve yenilikçi çözümler getirebilir. Hizmet tasarımı bu çok disiplinli yapısı nedeniyle farklı disiplinlerdeki yöntemleri birleştirerek en faydalı biçimde tüketici odaklı çözümler üretmektedir.

(Stickdorn & Schneider , 2012)'e göre hizmet tasarımının 5 prensibinin şu şekilde olduğunu özetlemektedirler;

1.Kullanıcı Merkezli (User-Centered): Hizmet tasarımı süreçlerinde temel odak noktası, kullanıcıların ihtiyaçları, beklentileri ve deneyimleridir. Kullanıcıların bir hizmetle etkileşimde bulunduğu her noktada yaşadıkları hisler, düşünceler ve davranışlar detaylı bir şekilde analiz edilir. Bu prensip, empati haritaları ve kullanıcı yolculuk haritaları gibi araçlarla kullanıcıların hizmeti algılama biçimlerini anlamayı ve iyileştirmeyi hedefler. Hizmet tasarımında, her şeyin kullanıcıların gözünden değerlendirilmesi gerektiği savunulmaktadır. Bu, tasarım sürecine katılımcıların doğrudan dahil edilmesini ve onların gerçek ihtiyaçlarının anlaşılmasını sağlamaktadır.

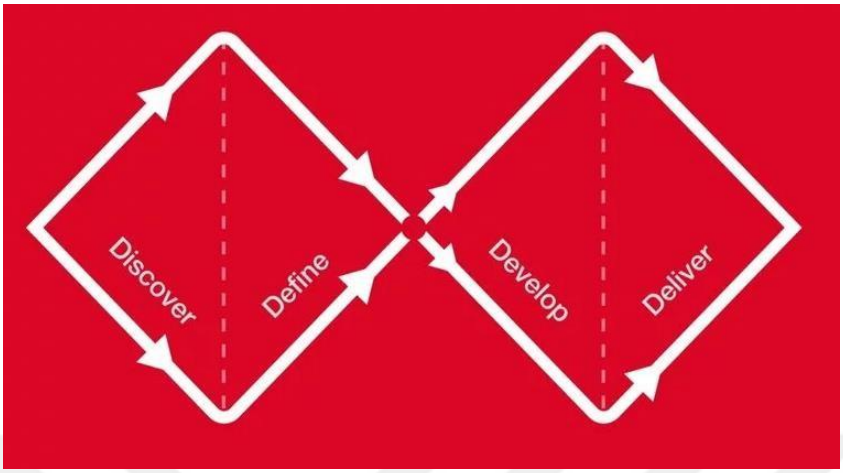
2. Ortak- Yaratıcılık (Co-Creative): Tüketiciler söz konusu olduğunda eğer konu ve sınırları itibariyle sadece bir profil üzerinde çalışılmıyorsa tek profilden söz etmek imkansızdır. Genellikle tüketici profili çeşitliliği çok fazladır ve hizmet tasarımının odağındaki yalnız bir tüketici olursa diğer tüketici profilleri göz ardı edilebilir. Her tüketici grubunun ihtiyaç ve beklentileri farklıdır. Hizmet tasarımı süreci yaratıcı olmalı ve yukarıda adı geçen bütün farklı disiplinleri ve çalışanları içermelidir. (İlisulu, 2015)

3. Dizilim/Sıralama: Hizmet etkileşimlerinin belirgin parçalarını oluşturan temas noktaları ve somut kanıtlar genellikle dizilimle birbirlerine bağlanırlar (Meroni & Sangiorgi, 2011). Hizmet tasarımı süreçlerinde, kullanıcı yolculuğu bir dizi temas noktasında zamansal bir sıra ile ele alınır. Bu prensip, bir hizmetin başlangıcından sonuna kadar olan deneyimini anlamayı ve her adımı iyileştirmeyi hedefler. Dizinsel düşünme, kullanıcı deneyimindeki kopuklukları ortadan kaldırarak hizmetin bütünlüğünü sağlar. Bir hizmet, kullanıcıların etkileşim kurduğu bir dizi temas noktasından oluşur. Örneğin, bir tren yolculuğunda bilet alma, bekleme alanı kullanımı, seyahat süreci ve varış noktasındaki deneyimler, dizinsel bir düzen içinde ele alınır. Bu prensip, her aşamanın analiz edilerek iyileştirilmesini sağlar ve kullanıcı memnuniyetini artırır.

4. Kanıtlar/İzler: Hizmet tasarımı, genellikle soyut süreçleri içerir. Bu nedenle, hizmet tasarımında kanıtlanabilirlik prensibi, hizmetin görünür ve somut hale getirilmesini amaçlar. Fiziksel ipuçları, prototipler, diyagramlar ve diğer görsel araçlar, hizmet süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına olanak tanır. Hizmetin görünmeyen yönlerini daha somut hale getirmek, kullanıcıların hizmeti daha iyi anlamasını sağlar. Örneğin, bir restoran hizmeti tasarlanırken, müşteri yolculuğunun haritalandırılması ve dokunsal unsurların kullanılması hizmetin kanıtlanabilirliğini artırabilir. Bu yöntem, hizmetin kullanıcı tarafından daha kolay algılanmasını ve değerlendirilmesini sağlar.

5. Bütüncül Yaklaşım: Hizmet tasarımında, bir hizmetin tüm boyutlarının bir bütün olarak ele alınması önemlidir. Holistik yaklaşım, hizmetin fiziksel, dijital, duygusal ve sosyal boyutlarını kapsar. Bu prensip, kullanıcıların hizmetle olan etkileşimlerinin yalnızca fiziksel bir düzlemde değil, daha geniş bir bağlamda değerlendirilmesini sağlar. Holistik yaklaşım, hizmetin tüm yönlerini detaylı bir şekilde analiz ederek kullanıcı deneyiminin bütünsel bir çerçevede ele alınmasını sağlar.

Hizmet tasarımının metodolojisine bakıldığında The Design Council “double diamond” modelini ortaya koymuştur. (Şekil 4. 1) Kısaca keşfetme, tanımlama, geliştirme ve dağıtım aşamalarından oluşmaktadır.



Şekil 4. 1 : Double Diamond modeli [Discover, Define, Develop, Deliver]

Kaynak: (Design Council, 2024)

Keşfetme [Discover]: modelin ilk kısmını oluşturan bu aşamada başlangıç fikri ile başlamaktadır. Genellikle belirlenen tüketici grubunun ihtiyaçları ortaya konmaktadır. Bu aşamanın amacı, tasarımcılar ve diğer proje ekibi üyelerinin fikir ve önerilerini geniş bir bakış açısıyla ele alarak hareket etmektir. (İlisulu, 2015)

Tanımlama [Define]: ikinci aşama olan define tanımlama belirlenen ihtiyaçlar yorumlanır. Tasarımcıların ve diğer proje ekibi üyelerinin fikirleri gözden geçirdiği seçildiği veya yok sayıldığı bir eleme aşaması olarak tanımlanabilir.

Geliştirme [Develop]: Tespit edilen sorunlar karşısında gerekli proje tasarım fikirlerinin ilk bölümünü kapsar. Görsel ve geliştirme yöntemleri test aşamalarını içermektedir.

Dağıtım [Deliver]: oluşan ürün yada hizmetin kesinleşmiş son halinin pazara sunulması aşamasıdır. Nihai onay, nihai test, tanıtım, hedef ve değerlendirme faaliyetlerini içermektedir (The Design Council, 2014).

Tasarım Konseyi’nin metodolojisine benzerlik göster bir başka metodoloji ise (Viladas & Purcell, 2012)geliştirdiği:

1. Bilgi toplama ve gözlem: tüketici isteklerini ihtiyaçlarını anlayabilmek için kullanılmaktadır. (İlisulu, 2015) Bu aşamada, sosyal bilimler tekniklerine dayanan

taban araştırma hikayelerinin yanı sıra, fiziksel delilleri toplar ve ihtiyaçları anlamaya yardımcı olmak için ses ve video kayıtları yapılır. Amaç, elde edilen verilerin/kayıtların nasıl bir bütün olarak sistem içinde kullanılacağını ortaya çıkartmaktır.

2. Yenilikçi fikirlerle bilgilerin işlenmesi: tespit edilen ihtiyaçlar doğrultusunda fikir bulutları oluşturulur. Ortaya konan fikirler arasında eleme yöntemiyle seçim işlemleri yapılır. Gözlem bulguları ışığında empati kurularak: yaratıcı fikir ya da fikirler belirlenir.

3. İletişim ve paylaşım: (İlisulu, 2015) Haritalar: Kompleks sistemlerin, içeriğin, teklifin, her düzeydeki etkileşimin ve hizmet etkinliğinin, hem ön hem de arka planda anlaşılmasına yardımcı olan görsel planlardır.

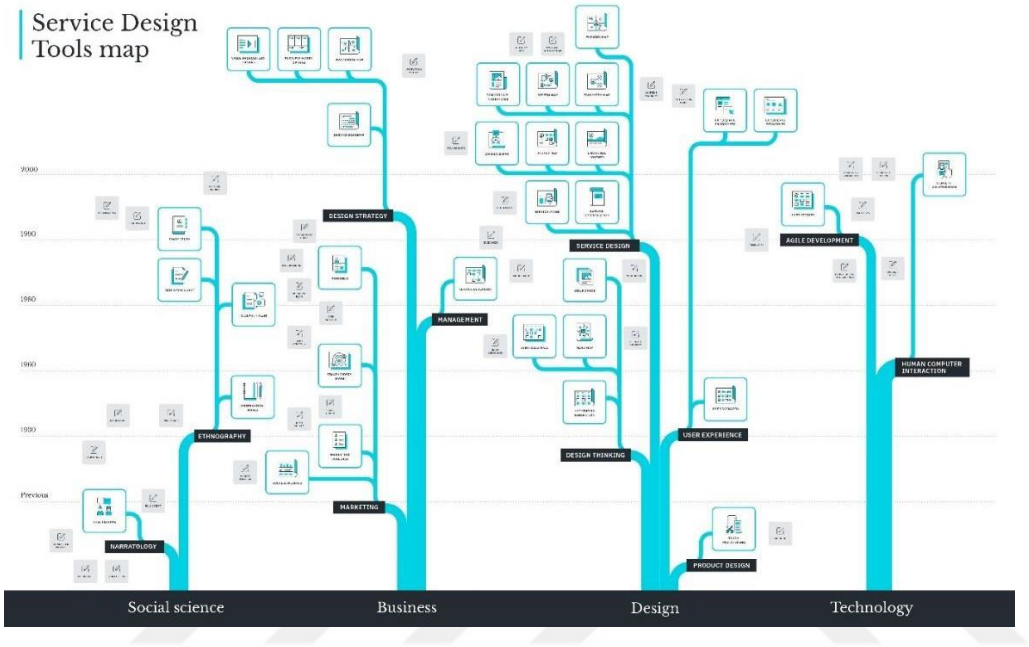
Senaryolar/Anlatılar: Kendi bakış açılarıyla, farklı aktörlerin/tüketicilerin farklı anlardaki deneyim ve temas noktalarının güzergâh ve yolculuklarını temsil eder. Tüketici ve bir banka hizmeti arasındaki, ilk temas, kullanım, ödeme, bekleme süresi, bekleme ortamı, şikâyet ya da hizmetin tavsiyesi gibi bir çok temas noktasının gösterildiği hizmet haritası örnek verilebilir. Hem haritalar hem de senaryolar, her türlü görsel ve işitsel öğelerin kullanımıyla kavramların daha kolay anlaşılabilmesi için geliştirilmiştir.

4. Prototiplerin üretilmesi ve test edilmesi: Tüketiciye sunulmadan önce prototipler oluşturulur ve test edilir. Prototip yapılarak kavramlar gözden geçirilir ve geliştirme ya da sınırlandırma yapılır.

5. Sentez ve sunum: Ayrıntılı planlar fabrikaya teslim edildiğinde endüstriyel tasarımcının rolü biter; hizmet tasarımcısı ise, sisteminin ayrıntılı tanımını teslim ettiği zaman işi tamamlamış olur. (İlisulu, 2015) İyi sunumlarla, infografiklerle, haritalarla görsel iletişim tasarımcılarıyla ve ürün tasarımcılarıyla birlikte çalışılması gerekir. Son aşamada projenin hayata geçirilmesi için projenin tüm noktaları proje ekiplerine anlatılır.

4.1 Hizmet Tasarımı Araçları [Service Design Tools]

Kamusal hizmet tasarımı yöntemleri ve araçları projeleri uygulamaya geçirmek için kullanılmaktadır. Projelerin ölçeği, içeriği ve kapsamına göre kullanılan yöntemler ve araçlar değişebilmektedir. (Şekil 4.2) Günümüzde projelerde kullanılan hizmet tasarımı yöntem ve araçları aşağıda sıralanmıştır:



Şekil 4. 2 : Servis tasarım araçları haritası [Service Design Tools Map]

Kaynak: (Service Design Tools, 2024)

Yolculuk Haritası [Journey Map]: bir kullanıcının bir hizmetle olan etkileşimini aşama tanımlayan özetleyici bir çizelgedir. Süreç, kullanıcı bakış açısından ele alınarak, her etkileşim noktasında neler yaşandığı, hangi temas noktalarının devreye girdiği ve karşılaşabileceği engeller detaylandırılır. Bu harita, genellikle etkileşim boyunca deneyimlenen olumlu veya olumsuz duyguların seviyelerini gösteren ek katmanlarla desteklenir.

Empati Haritası [Empathy Map]: Empati haritası, kullanıcıyı merkeze alarak "söylüyor", "düşünüyor", "yapıyor" ve "hissediyor" başlıklarından oluşan dört kadrana bölünmüş bir tuvaldir. Bu haritanın doldurulması, kullanıcının kim olduğu hakkında genel bir bakış sunar ve ekip üyelerinin kullanıcıyı farklı şekillerde algılamasından doğabilecek tutarsızlıkları tespit etmeye yardımcı olur. Bu durum, potansiyel çatışmaları önlemek için gerekli müdahalelerin yapılmasını kolaylaştırır.

Paydaş Haritası [Stakeholders Maps]: Paydaş haritası, bir projeye dahil olan tüm paydaşların rollerini ve aralarındaki ilişkileri açık bir şekilde belirlemek için kullanılan bir görselleştirme aracıdır. Bu harita, projenin gereksinimlerine göre farklı şekillerde oluşturulabilir. Örneğin, etki düzeyi ile sürece olan ilgi veya katılım düzeyini temel alan iki eksenli bir yapı tercih edilebilir. Bu tür bir yapı, paydaşları dört ana kategoride sınıflandırarak daha basit bir analiz sunar. Daha detaylı bir yaklaşım ise, her bir paydaşın diğerlerine proje süresince sağladığı katkıları detaylandıran karmaşık bir motivasyon matrisi kullanmaktır. Bu yöntem, paydaşlar arasındaki ilişkilerin ve projeye olan etkilerinin daha derinlemesine incelenmesine olanak tanır.

Yarının Anlatıları [Tomorrow's Narratives]: "Yarının anlatıları" tekniği, bir ürün veya hizmetin piyasaya sunulma anını hayal ederek, bu anı temsil eden kurgu makaleler yazmayı temel alır. Bu süreç, hizmetin potansiyel kullanıcılara nasıl tanıtılacağını, hangi özellik ve değerlerin öne çıkarılacağını ve kimlerin bu hizmet hakkında konuşacağını belirlemeye odaklanır. Bu makalelerin, proje ekibiyle birlikte (örneğin, bir fikir geliştirme atölyesi sırasında) hazırlanıp paylaşılması, ekip üyelerinin farklı senaryoları keşfetmesine ve ortak bir vizyon etrafında birleşmesine katkı sağlar.

Kurgu makaleler, çeşitli iletişim araçlarına dönüştürülerek zenginleştirilebilir. Blog yazıları, reklam afişleri, kısa filmler veya TED konuşmaları gibi araçlar, hizmetin kullanıcılarla buluşma anını görselleştirmeye ve bu anı daha somut bir şekilde projekte etmeye yardımcı olur. Bu çeşitlilik, hizmetin tanıtımı ve değerlerinin etkili bir şekilde aktarılmasını destekler (IDEO, 2002).

Sistem Haritası [System Map]: Bir sistem haritası, bir hizmetin gerçekleştirilmesinde yer alan tüm aktörleri ve bu aktörler arasındaki karşılıklı etkileşimleri (örneğin, malzeme, enerji, bilgi, finansal kaynaklar veya belgelerin akışını) görselleştiren bütünsel bir temsildir. Bu tür bir harita, hizmetin farklı bileşenlerini ve rollerini net bir şekilde tanımlayarak, bunların nasıl birbiriyle bağlantılı olduğunu ortaya koyar. Ayrıca, aktörler arasında gerçekleşen değer alışverişlerini belirgin hale getirerek, sistemin işleyişine dair daha derin bir anlayış sağlar (Morelli, 2007).

Ekosistem Haritası [Ecosystem Map]: Ekosistem haritası, kullanıcıyı, organizasyonu ve hizmetin etkileşimde bulunduğu çevresel unsurları içeren tüm temel rolleri bir araya getiren bütüncül bir temsildir. Bu tür bir harita, ilk olarak hizmetle ilişkili tüm varlıkları belirler ve ardından bu varlıkları, aralarındaki değer alışverişi

türlerine göre birbirine bağlar. Bu sayede, sistemdeki aktörler arasındaki etkileşimler ve karşılıklı bağımlılıklar daha açık bir şekilde ortaya konur (Forlizzi, 2013).

Duygusal Yolculuk [Duygusal Yolculuk]: Duygusal yolculuk, geleneksel deneyim yolculuğu haritasının (veya müşteri yolculuğu haritasının) bir uzantısı olup, kullanıcının her deneyim aşamasındaki duygusal durumunu gösteren bir göstergeden faydalanır. Bu duygular, hayal kırıklığından memnuniyet anlarına kadar uzanan bir grafik eğrisiyle veya yolculuğun belirli adımlarına eklenmiş emojiler ve simgelerle ifade edilebilir.

Teklif Haritası [Offering Map]: Teklif haritası, bir hizmetin kullanıcılara sunduğu değeri netleştirerek bu değeri daha spesifik özellik gruplarına ayırmayı amaçlayan bir araçtır. Bu harita için standart bir şablon bulunmamaktadır; teklif, metin, görsel veya basit bir grafikle ifade edilebilir. Hizmetlerin karmaşıklığı arttıkça teklif haritası da detaylanır; ana makro alanları ortaya koyar ve ardından bu alanları daha spesifik unsurlara ve işlevlere indirger (Daniela, 2004).

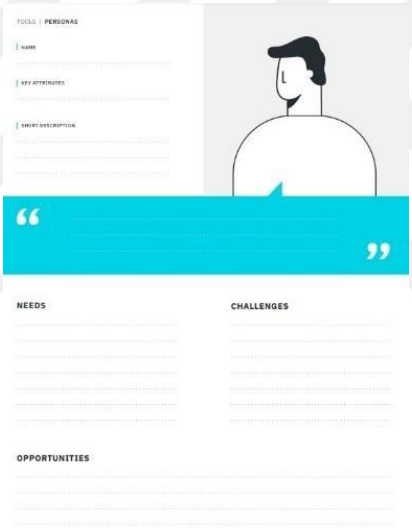
Hizmet Spesifikasyonları [Service Specification]: Hizmet spesifikasyonları, bir hizmetin deneyim ve temas noktalarının her bir aşamasındaki gereksinim ve hedefleri net bir şekilde tanımlayan yazılı yönergelerden oluşur. Bu spesifikasyonlar, genellikle projeye ilham veren tasarım ilkelerini de içerir ve genel hizmet deneyiminin temelini oluşturur. Her bir deneyim adımı ve temas noktası, detaylı bir biçimde açıklanır; bu açıklamalar, çizimler, görseller ve özel talimatları anlamayı kolaylaştıracak diğer materyallerle desteklenir.

Bu yönergeler hem tasarım hem de geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynar. Hizmet spesifikasyonları, belirli faaliyetlerle ilgili bilgi sağlayarak uzmanları tasarım sürecine dahil eder. Aynı zamanda, hizmetin uygulanmasını koordine etmek için rehberlik sunar. Örneğin, farklı hizmet bileşenlerinin nasıl kullanılacağına dair net talimatlar sunarak, hizmetin tüm unsurlarının birbiriyle uyumlu bir şekilde çalışmasını sağlar. Bu yönüyle hizmet spesifikasyonları, bir projede hem teknik hem de yaratıcı süreçleri destekleyen kapsamlı bir rehber niteliğindedir.

Servis İmajı [Service Image]: Hizmet imajı, bir konsepti izleyiciye etkileyici ve akılda kalıcı bir şekilde sunarak, hayal edilen deneyimi hızla anlamalarını, algılamalarını ve benimsemelerini sağlamayı hedefleyen bir araçtır. Bu imaj, genellikle gerçekçi bir yaklaşımla oluşturulur; örneğin, farklı sahnelerin ve

fotoğrafların montajı ya da özel olarak hazırlanmış bir post-prodüksiyon görüntüsüyle oluşturulur. Hizmet imajı, hizmet deneyiminin temel değerini görselleştiren ve kapsülleysen belirgin bir "kahraman anına" odaklanır (Pacenti, Diana, & Tassi, 2009).

Personalar [Personas]: Her persona, (Şekil 4. 3) spesifik bir kullanıcı tipine dair referans alınabilecek bir model niteliği taşır. Teknik açıdan, belirli bir kişilik özelliği ya da sosyo-demografik detay belirtmeksizin farklı kullanıcı davranışlarını (örneğin, "bilinçli seçici") yansıttığında, bu modeller davranışsal arketipler olarak adlandırılır. Ancak, arketipler daha gerçekçi bir bağlam sunacak şekilde (örneğin, isim, yaş, aile yapısı gibi detaylarla) zenginleştirildiğinde, tam anlamıyla bir persona haline gelirler. Bu durum, persona modelinin belirli kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarını, beklentilerini, alışkanlıklarını ve kültürel arka planlarını daha doğru bir şekilde temsil etmesini sağlar (Long, 2009).



Şekil 4. 3 : Persona şablonu.

Kaynak: (SDT, 2024)

Rol Yapma [Role Playing]: Rol yapma, özellikle birlikte tasarım (co-design) oturumlarında kullanılan etkili bir temsil yöntemidir. Bu teknik, bir hizmet veya ürün fikrinin, kullanım senaryosunun örnek bir şekilde canlandırılarak açıklanmasına olanak tanır. Rol yapma süreci, genellikle belirli rollerin (örneğin, kullanıcı, hizmet sağlayıcı, çalışan gibi) tanımlanmasını içerir. Bu süreç, performansı desteklemek ve daha iyi bir deneyim sunmak için kaba prototipler, sahne düzenlemeleri veya diğer yardımcı materyallerin hazırlanmasını gerektirir.

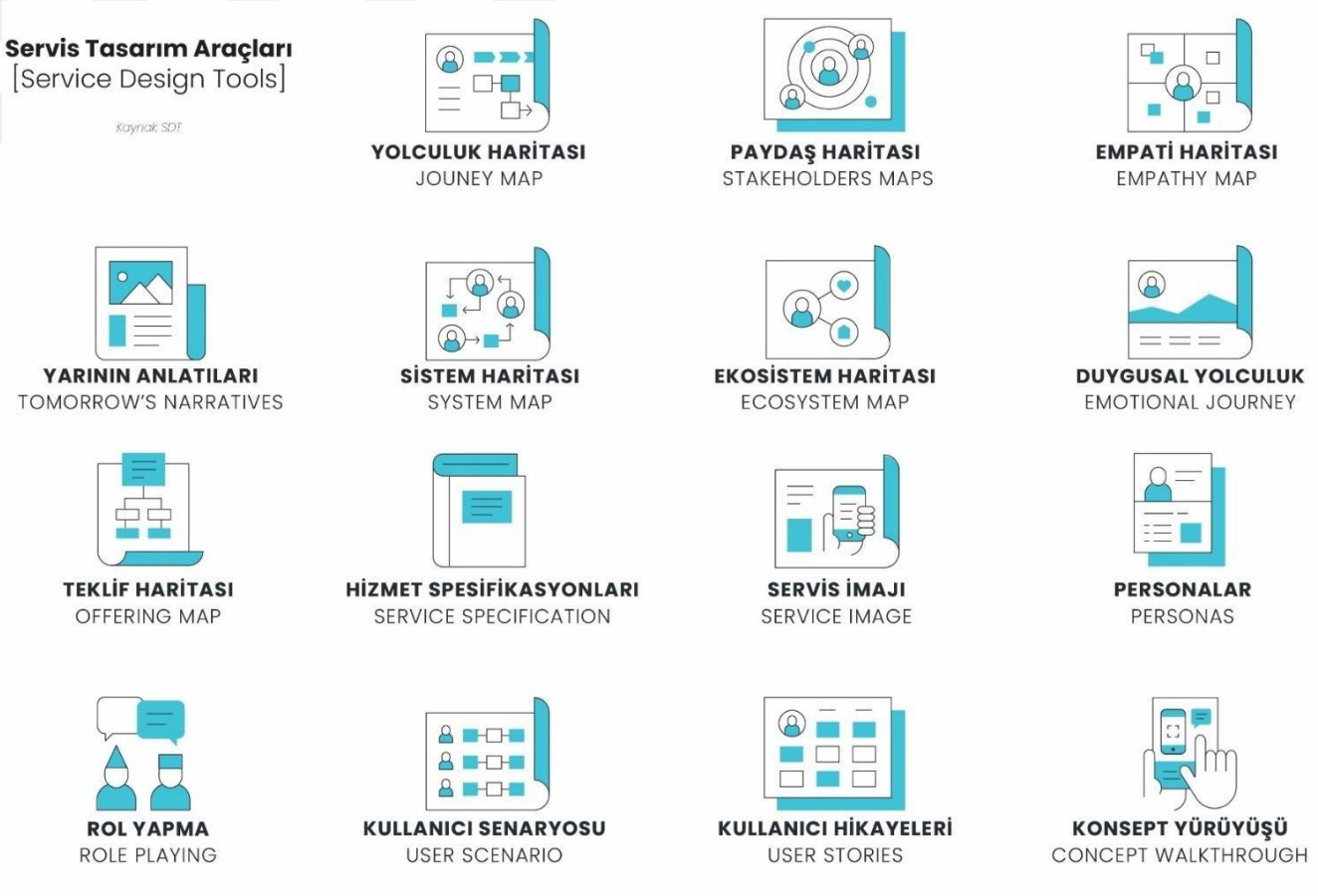
Ekip üyelerinin hikayelerini canlandırdığı bu oturumlarda, diğer katılımcılar fikir hakkında bilgi edinir ve kavramın işleyişine dair yüksek düzeyde bir anlayış geliştirir. Aynı zamanda, senaryoların canlandırılması, hizmetin belirli bir anındaki "kahraman anlarını" keşfetmeye ve süreçteki iyileştirme alanlarını belirlemeye olanak tanır. Bu yöntem, tasarım ekibine sadece bir hizmetin nasıl çalıştığını değil, aynı zamanda kullanıcıların bu hizmeti nasıl algılayabileceğini deneyimleme fırsatı sunar.

Kullanıcı Senaryosu [User Scenario]: Bir kullanıcı senaryosu, bir bireyin hizmetle günlük yaşamının belirli bir anında nasıl etkileşimde bulunduğunu betimleyen, örnekleyici ve hikâye anlatımına dayalı bir açıklamadır. Bu senaryolar hazırlanırken, hizmetin gerçekleştiği belirli bir bağlamın yanı sıra, kullanıcının tutumunu yansıtan karakter özellikleri ve ihtiyaçlar da belirginleştirilmelidir.

Senaryolar genellikle yazılı bir hikâye formatında oluşturulur ve kullanıcı deneyimi adım adım açıklanır. Daha sonra, senaryolar çizimler, görseller veya deneyimin farklı kesitlerini içeren temsillerle desteklenerek görsel bir boyut kazandırılabilir. Bu yaklaşım, kullanıcı deneyiminin daha net ve somut bir şekilde ifade edilmesine olanak tanır (Interaction Design, 2024).

Kullanıcı Hikayeleri [User Stories]: Kullanıcı hikayeleri, dijital hizmetlerin gereksinimlerini kullanıcı odaklı bir perspektiften tanımlamak amacıyla kullanılan, Agile metodolojisine dayalı bir tekniktir. Geleneksel ürün odaklı gereksinim belgelerinden farklı olarak, kullanıcı hikayeleri bir mobil uygulama veya web sitesi gibi dijital platformlardaki hayal edilen kullanıcı deneyimini mümkün kılan tüm unsurları ve etkileşimleri detaylı bir şekilde ele alır (This Is Service Design Doing, 2024).

Konsept Yürüyüşü [Concept Walkthrough]: Konsept yürüyüşü, (Şekil 4. 4) bir hizmet fikri üzerine geliştirme sürecinin henüz erken aşamalarında geri bildirim toplamak için kullanılan bir tekniktir. Bu yöntem, belirli kullanıcıları veya uzmanları davet ederek, planlanan yeni deneyimi adım adım gözden geçirmelerini ve fikirlerini paylaşmalarını sağlar. Konsept yürüyüşü sırasında, açıklamayı desteklemek için yalnızca düşük çözünürlüklü prototipler, basit çizimler veya görseller kullanılması yeterlidir. Bu yaklaşım, fikirlerin hızlı ve etkili bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanır (Polson, Lewis, Rieman, & Wharton, 1992).



Şekil 4. 4 : Servis Tasarım Araçları.

Kaynak: (SDT, 2024)

4.1.1 Yolculuk haritası [Customer Journey Map]

Yolculuk Haritası (Customer Journey Map) ve Empati Haritası (Empathy Map) kavramları incelenecektir. Yolculuk Haritası, bir kullanıcının veya müşterinin belirli bir ürün veya hizmetle olan etkileşimini tüm temas noktalarıyla görselleştiren bir araç olarak, kullanıcı deneyimini derinlemesine analiz etme olanağı sunar. Empati Haritası ise, kullanıcıların ihtiyaçlarını, duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını anlamaya yönelik bir tekniktir ve bu bilgiler ışığında kullanıcı odaklı çözümler geliştirilmesine yardımcı olur. Bu alt bölümde, her yolculuk haritalarının temel özellikleri, oluşturulma aşamaları ve kullanıcı deneyimini anlamada nasıl bir katkı sundukları ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Daha sonraki başlıkta ise kentsel tasarım bağlamında, bu araçların nasıl kullanılabileceği ve kullanıcı merkezli tasarım süreçlerine olan etkileri üzerinde durulacaktır.

Tasarım dünyasında iyi bir tasarımın temeli kullanıcıların ihtiyaçlarını anlamaktan geçer. Servis tasarımı araçları da kullanıcı deneyimini daha iyi duruma getirmek için, çeşitli araçlardan ve yöntemlerden yararlanır. Kullanıcıların ihtiyaçlarını ortaya çıkarmada ve ihtiyaçları karşılayan ürünleri tasarlamak için bu araçlardan yararlanılmaktadır.

Müşteri yolculuğu haritası veya genel ismiyle yolculuk haritası [Journey Map] kullanıcılarla empati kurmaya olanak sağlamaktadır. Kullanıcılara daha iyi bir deneyim ve empati kurmaya olanak sağlayan Journey Map yöntemi tasarım sürecinin erken aşamalarında kullanılır. Hikâyelik haritalama iki güçlü aracı bir araya getirir: hikâye anlatımı ve görselleştirme" (Kaplan, 2016).

Herhangi bir kullanıcı bir hedefe veya ihtiyacına ulaşmak için ürünleri kullandığında, kullanmaya başlamadan öncesinden başlayan ve devam eden bir yolculuğa başlar. Müşteri yolculuğu haritası kullanıcının ürüne karar vermeden önceki düşünme aşamasından başlayarak ihtiyacın karşılanmasına kadar izlenen yolu görselleştirir.

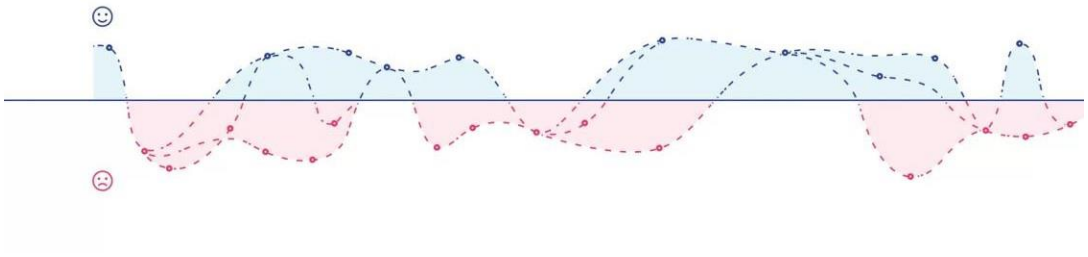
Müşteri yolculuğu kavramı, ilk olarak (Whittle & Foster, 1989) tarafından 1990'ların başında ortaya atılmış olmasına rağmen, sürekli değişen profiller, satış kanalları ve gelişen iletişim teknolojileri nedeniyle günümüzde hâlâ incelenen ve geliştirilen bir kavramdır. Güncel literatüre bakıldığında, müşteri yolculuğu kavramının, satın alma

öncesi, satın alma ve satın alma sonrası aşamaları kapsayan toplam müşteri deneyimini tanımladığı görülmektedir (Lemon & Verhoef, 2016).

Çoğu müşteri yolculuğu haritası özellikle kullanıcılarının ürünü veya hizmeti deneyimlerken hissettiği kafa karışıklığı, sinirlenme, kaygı, hayal kırıklığı gibi duygularını izlemeye çalışır ve bu duygular bütünü olan deneyim üzerine yoğunlaşır.

Norton & Pine, (2013) ise yolculuk haritasını iyi bir müşteri deneyimi sunmanın en stratejik yolu olarak görmektedir. Müşteri yolculuğu haritası, müşteri ve hizmet sağlayıcıların temas kurduğu ve etkileşime geçtiği tüm noktaları ifade eder. Başka bir deyişle, müşterilerin satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası aşamalarda izledikleri yolları ve geçtikleri tüm temas noktalarını tanımlar (Crosier & Handford, 2012).

Kullanıcılar (Şekil 4. 5)'de görüldüğü gibi bir ürün veya hizmet karşısında farklı temas noktalarıyla etkileşime girerek yolculuk haritası oluştururlar. Farklı disiplinlerde kullanılan yolculuk haritaları, kent ortamında kenti deneyimleyen, farklı noktalara temas eden, etkileşime giren, kentsel mekanlar karşısında düşünen, zorlanan ve duygular hisseden kentliler için de deneyimlerin analiz edilmesi ve görselleştirilmesi için bir yöntem olarak kullanabilir.

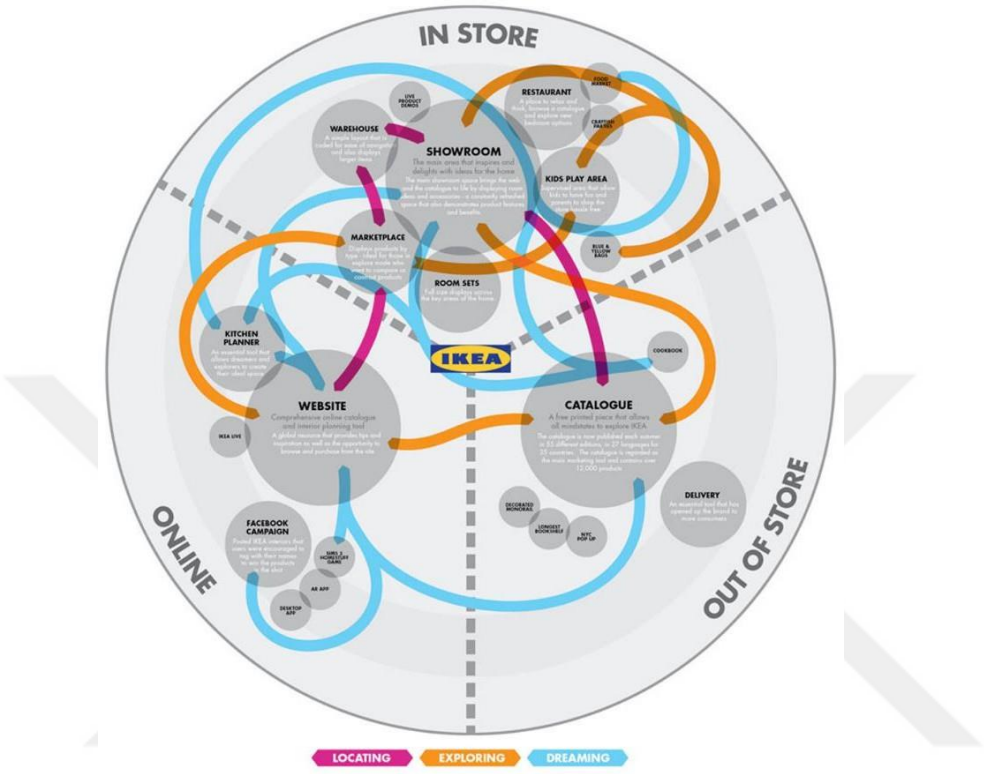


Şekil 4. 5 : Müşteri deneyiminin görselleştirmesi.

Kaynak: (Mutluer, Ajansara Müşteri Yolculuk Haritası, 2021)

Kullanıcılar, bir ürün veya hizmetle olan deneyimlerinde çeşitli temas noktalarıyla etkileşime girerek bir yolculuk haritası oluştururlar. Bu harita, kullanıcının ürünü veya hizmeti deneyimlerken geçtiği aşamaları, hissettiklerini, karşılaştığı zorlukları ve memnuniyetlerini kapsamlı bir şekilde gösterir. Farklı disiplinlerde yaygın olarak kullanılan yolculuk haritaları, kent ortamında da kentlilerin deneyimlerini analiz etmek ve görselleştirmek için etkili bir yöntem olarak uyarlanabilir.

Müşteri yolculuğunu "tüketici karar verme sürecinin farklı aşamaları boyunca birden fazla kanal ve medyada temas noktalarına maruz kalma veya bu temas noktalarını deneyimleme dizisi" olarak tanımlamaktadır (Wozniak, Schaffner, Stanoevska-Slabeva, & Lenz-Kesekamp, 2018).



Şekil 4. 6 : Ikea müşteri deneyimi haritası.

Kaynak: (Chapin, 2016)

(Şekil 4. 6) müşteri deneyim haritası, IKEA müşterilerinin alışveriş yolculuğundaki farklı temas noktalarını ve bu noktalar arasındaki etkileşimleri gösteren, karmaşık bir görsel anlatımı temsil ediyor. Harita, üç ana ortamı ve farklı müşteri deneyimi aşamalarını içermektedir: *Online*, *In-Store* (Mağaza İçi), ve *Out of Store* (Mağaza Dışı) alanlar. Her temas noktası, müşterilerin IKEA ile olan yolculuklarında karşılaştıkları adımları ve her adımın nasıl diğerlerine bağlandığını göstermektedir:

1. Ana Bölgeler:

- Online: Müşterilerin IKEA'ya internet veya dijital platformlar üzerinden eriştiği alan.
- In-Store: Müşterilerin IKEA mağazasında fiziksel olarak bulundukları alan.

- Out of Store: Mağaza dışında IKEA ile olan deneyimlerinin yer aldığı alan, örneğin teslimat ve katalog kullanımı gibi.

2. Temas Noktaları:

Haritada her temas noktası gri daireler içinde temsil edilmiştir ve bunların her biri farklı hizmet veya deneyim alanlarını içerir. Öne çıkan bazı temas noktaları şunlardır:

- Website: Müşterilerin IKEA ürün kataloğuna ve tasarım planlama araçlarına erişim sağladıkları online ortam.
- Showroom: Müşterilerin mağazada ürünleri gözlemlediği ve IKEA ürünlerinin kullanım şekillerini keşfettikleri alan.
- Marketplace: Müşterilerin küçük ev eşyalarını ve diğer ürünleri buldukları mağaza içi bölüm.
- Catalogue: Fiziksel veya dijital olarak müşterilere dağıtılan IKEA kataloğu.
- Delivery: Satın alınan ürünlerin teslimat süreci.

3. Müşteri Yolculuğu Renk Kodları:

Haritada farklı renkteki oklar, müşterinin IKEA ile etkileşimindeki farklı duygusal veya zihinsel durumları temsil ediyor:

- Pembe (Locating): Müşterilerin ürün veya hizmeti bulmaya yönelik çabalarını simgeler.
- Turuncu (Exploring): Ürün veya hizmet hakkında daha fazla bilgi edinmek için yapılan araştırmayı temsil eder.
- Mavi (Dreaming): Müşterinin ürün veya hizmet hakkında hayal kurduğu, kendini gelecekte o ürünü kullanırken tasavvur ettiği aşamayı gösterir.

4. Temas Noktaları Arasındaki Etkileşimler:

Farklı renkli yollar, bir temas noktasından diğerine geçişi temsil eder ve her bir yol, müşterinin bir sonraki deneyim aşamasına nasıl yönlendirildiğini gösterir. Örneğin:

- Website > Showroom: Müşteri, internet sitesinde ürünleri inceleyip detaylı bilgi aldıktan sonra showroom alanına yönlendiriliyor. Bu, online ortamdan fiziksel mağazaya geçişi simgeliyor.

- Catalogue-> Marketplace**:** Katalogdaki ürünleri beğenen bir müşteri, mağazada bu ürünleri bulmak ve incelemek için marketplace alanına yöneliyor.
- Restaurant ve Kids Play Area: IKEA, mağaza içinde restoran ve çocuk oyun alanı gibi hizmetler sunarak müşterilerin mağazada daha fazla vakit geçirmesini sağlıyor ve alışveriş deneyimini eğlenceli hale getiriyor.

5. İnteraktif ve Çoklu Deneyim:

- Harita, IKEA'nın müşteri deneyimini çevrim içi ve çevrim dışı temas noktaları üzerinden nasıl sürdürdüğünü ve bu deneyimlerin sürekli bir döngü halinde nasıl çalıştığını gösteriyor. Örneğin, müşterinin showroom'da ürünleri incelemesi onu katalog veya internet sitesine geri döndürebilir; internet sitesinde veya sosyal medya kampanyalarında gördükleri ise onları yeniden mağazaya çekebilir.

Müşteri yolculuğu haritası yönteminin en önemli noktalarından biri temas noktaları kavramıdır. Temas noktaları kullanıcıların bir ürün veya hizmet karşısında temasa geçtiği etkileşimleri ve kanalları içermektedir. Kentsel tasarımda ve kent mekânında kullanılabilecek bir yolculuk haritası yöntemi kentli kullanıcıların kentsel mekân ile etkileşim noktalarını, temasa geçilen alanları ve bu temas noktaları karşısında hissedilen duyguları ortaya çıkarabilir.

Kentsel tasarımda kullanılan yöntem ve analizlerden özellikle katılımcılık Journey Map yöntemiyle benzerlikler içermektedir. Kentsel tasarımın hem multidisipliner yapısı hem de çağımızın teknolojik olanakları sayesinde kentsel mekanları kullanırken de yenilikçi yöntem olarak Yolculuk Haritası yöntemi kullanılabilir.

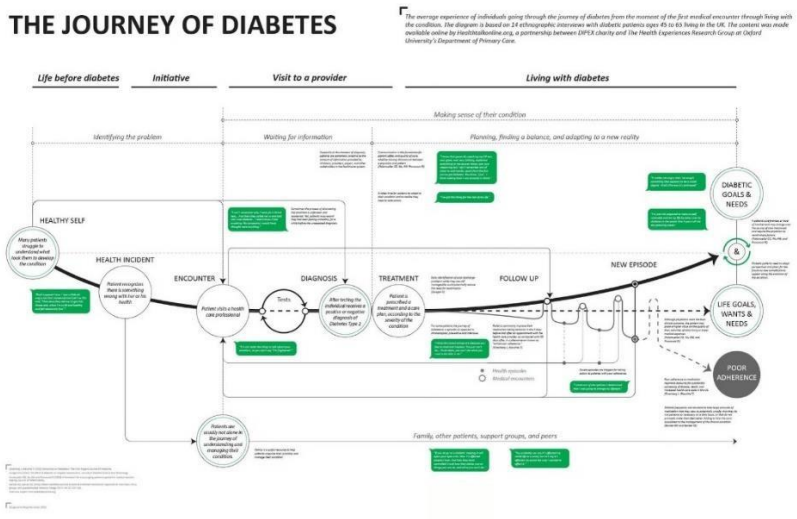
Kentteki kullanıcılar, kentsel alanlarda günlük yaşamın bir parçası olarak belirli noktalara temas eder, çeşitli fiziksel veya sosyal engellerle karşılaşır, çevreye dair düşünceler geliştirir ve deneyimlerinden kaynaklanan olumlu ya da olumsuz duygular yaşarlar. Bu temas noktalarının detaylı bir şekilde haritalandırılması, kentlilerin kentsel mekanlarla olan etkileşimlerinin anlaşılmasına ve bu mekanların kullanıcılara nasıl hissettirdiğine dair derin bir kavrayış sağlar. Kentsel tasarım bağlamında, bu tür yolculuk haritaları, kentteki kamusal alanların, ulaşım ağlarının, sosyal alanların veya hizmet noktalarının ne ölçüde kullanıcı dostu olduğunu, kentliler için hangi noktalarda

iyileştirme yapılması gerektiğini ve kentlilerin mekansal deneyimlerinin nasıl geliştirilebileceğini belirlemek açısından oldukça değerli bir araçtır.

Müşteri yolculuk haritası veya yolculuk haritası oluşturulması ise bütün bu yolculuğun görsel bir temsil olarak yansıtılmasıyla oluşturulur. Müşterinin satın alma sürecinin her aşamasındaki deneyimini anlamak ve bu deneyimi iyileştirme fırsatlarını belirlemek için kullanılan bir pazarlama aracıdır.

Yolculuk haritası genellikle kullanıcı araştırmasıyla başlar. Uygun araştırma yapmak, tasarımcıların kullanıcılar hakkında yanlış varsayımlardan kaçınmalarına yardımcı olacaktır. (Budiu, 2017)*, "Yanlış fikir birliği etkisi, insanların başkalarının kendi inançlarını paylaştığını ve belirli bir bağlamda benzer şekilde davranacağını varsayma eğilimini ifade eder.* " diyerek inançların ve deneyimlerin farklılaştığını vurgulamıştır.

Yolculuk haritaları farklı sektörlerde ve konularda hazırlandığı için birçok şekilde hazırlanabilir. Yolculuk haritası, farklı projelere göre değişkenlik gösterse de; hedef belirlemek, hedef kitleyi belirlemek, çapraz görüşler almak, müşteri veya kullanıcılar ile diyalog, müşteriyi iyi ve doğru anlamak gibi aşamalardan oluşur. (Şekil 4. 7) Yolculuk haritası oluşturmaya öncelikle amaç ve hedefleri belirleyerek başlanmaktadır.

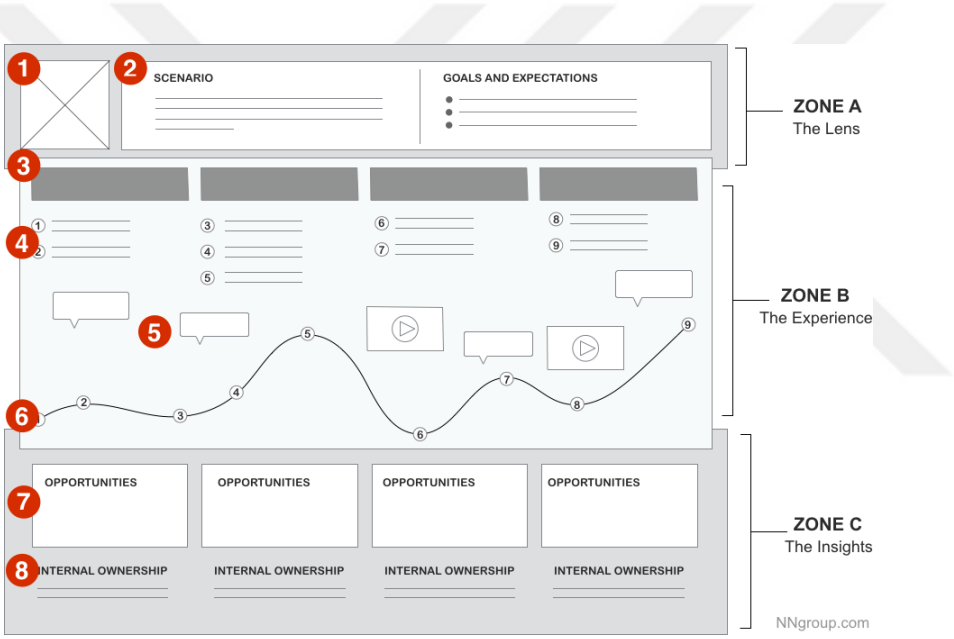


Şekil 4. 7 : Diyabet yolculuğu haritası.

Kaynak: (Chapin, 2016)

Amaç ve hedefleri net bir şekilde belirlemek yolculuk haritası oluşturmanın en önemli aşamalardan biridir. Amacı ve hedefi netleştirilmiş yolculuk haritası herhangi bir boşluk olup olmadığını anlamamıza yardımcı olabilir. Gerçek müşteri ve kullanıcı deneyimi ile beklentiler arasındaki boşluğu belirlemek önemlidir. Aynı zamanda net hedefler belirlemek çeşitli pazarlama disiplinlerinde bu hedeflere ulaşma sürecini kolaylaştırır. (Önemli, 2024)

Hedef kitleyi ve personaları oluşturmak, müşteri yolculuk haritasını oluşturmakta sonraki aşamayı oluşturur. Başarılı bir yolculuk haritası oluşturmak için kullanıcıları, müşterileri ve bu bağlamda personaları oluşturmak çok önemlidir. Eğer kent ortamında bu yolculuk haritası oluşturulacaksa çalışma alanı ile etkileşimde bulunan kişilerinin personalarının ortaya çıkarılması haritanın önemli bir aşaması oluşturacaktır.



Şekil 4. 8 : Müşteri yolculuğu haritası altlığı.

Kaynak: (Kaplan, 2016)

(Şekil 4.8) Zone A: Bu bölge yolculuk haritası için oluşturulan persona için ayrılmış bölümdür. 1: Persona'nın kendisi, 2: Oluşturulacak senaryoyu içermektedir.

Zone B: Bu alan deneyimin görselleştirilmesine dair bölümdür. Kullanıcının yolculuk boyunca yaşadığı (4)eylemler, (5)düşünceler ve (6) duygusal deneyim alıntılar ile desteklenebilir.

Zone C: Çıktılar, haritanın desteklediği iş hedefine göre değişmelidir, ancak keşfedilen içgörüler ve zorluklar ile gelecekte odaklanılması gereken (7) fırsatlar ve (8) iç sahipliği tanımlayabilir. (Kaplan, 2016)

Müşteri yolculuğu haritasında genellikle müşteri veya kullanıcı kitlesi baştan belirlenir ve buna göre harita oluşturulmaya başlanır, kent ortamında ise personaları baştan belirlemek kentin karmaşık yapısından dolayı zor olabilir ancak yine de çalışma alanı belirli bir kentsel mekânda mekânı kullanan veya yaşayanlardan oluşan bir persona skalası oluşturulabilir.

Yolculuk haritası oluşturulurken personaların detaylandırılması her personanın tercihleri, deneyimleri ve etkileşimleri farklı olacağı için haritanın başarısı için oldukça önemlidir. Genelde pazarlama disiplininde kullanılan tekniklerde tek bir alıcı personası oluşturulması istenmez. Bu bağlamda kentsel tasarımda ve kent ortamında birden çok persona olması haritaların zenginleştirilmesi açısından olumlu bir yöndür.

Amaç ve hedefleri belirleyip, personaları ortaya koyduktan sonra müşterilerin ve kullanıcıların beklentilerin netleştirilmesi sonraki aşamayı oluşturmaktadır. Netleştirilen müşteri hedeflerinin süreç içerisinde değişebileceğini süreç içerisinde gözetmek gerekir.

Örneğin; mevcut farklı seçenekleri araştırmak, adil bir fiyat ödediğinden emin olmak, ürün hakkında gerekli tüm bilgilere sahip olduğuna dair güvence aramak gibi beklentiler olabilir. (Verhoef, ve diğerleri, 2009)

Müşteri deneyim haritasını oluşturmanın ilk adımı, hedef markanın müşterileriyle kurduğu ilişkileri anlamak ve analiz etmektir. Bu süreçte, müşterinin beklentileri, markayla ilgili temel ihtiyaçları, marka hakkında ne düşündüğü ve neler hissettiğinin anlaşılması büyük önem taşır.

Müşterilerin hedeflerini ve amacını anlamak için odak gruplarla anket veya görüşmeler yapılması, kullanıcı deneyimi testleri ile geri bildirim yapılması, müşteri destek maillerinin incelenmesi gibi yöntemler kullanılabilir. Hedef ve amaçları anlamanın en etkin yolu müşterinin yolculuğu sırasında temas edeceği noktaları ve yolculuğu görselleştirmektir. Örneğin; bir e-ticaret deneyimi, müşterinin şirketin web sitesine ulaşmadan önce Google gibi genel bir arama motoruyla başlayabilir. Sadece fiziksel olarak ürün almak isteyen bir müşteri için bu yolculuk müşterinin mağazaya ulaşmasıyla başlayabilir.

Yolculuk haritasına konu olan ürün veya hizmet her ne ise kullanıcı profillerine göre Journey Map'ler çeşitlendirilebilir. Farklı personalara göre Journey Map'lerin farklılaşması hizmet tasarımı müşteri deneyimi açısından olumlu sonuçlanmaktadır.

Online bir mağazada gezen bir müşteri için site içerisinde gezinme, spesifik ürün arama, ürünleri karşılaştırma gibi faaliyetler olası kullanıcı davranışları olabilir. Müşterilerin temas ettiği bu faaliyet noktalarındaki deneyimleriyle ilgili olarak hedefler belirlenmelidir. Bundan sonraki aşama ise temas noktalarının belirlenmesidir.

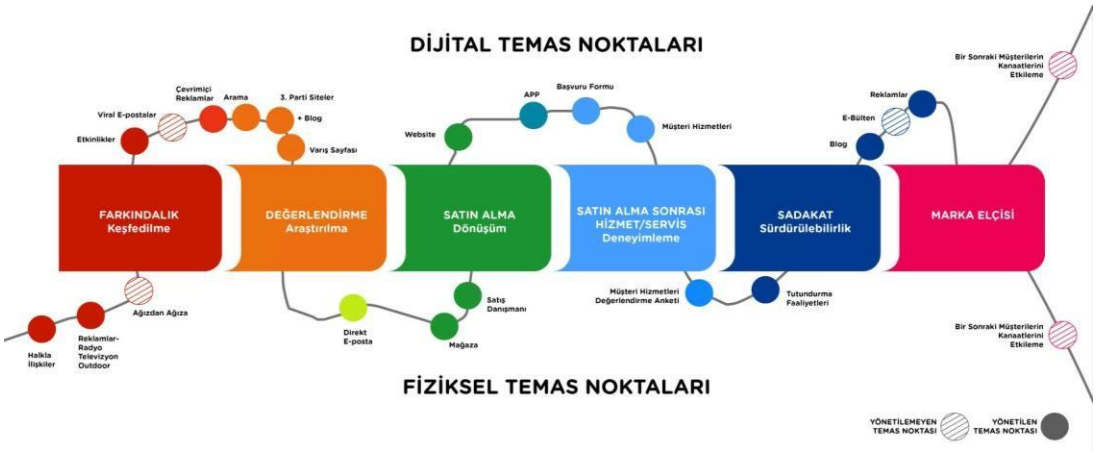
Geri bildirim anketleri, kullanıcıların ihtiyaçları ve bu ihtiyaçlar karşısında mevcut durumda neler yaptıklarını sormanın doğrudan yollarından biridir. Yolculuk haritaları ile kullanıcıların deneyimlerinin hikayeleştirilmesi ve görselleştirilmesi tasarım ekibinin kullanıcı deneyimi iyileştirmesi için fırsatların belirlenmesine yardımcı olur.

"Temas noktası", bir müşterinin bir şey satın almadan önce, satın alma sırasında veya satın aldıktan sonra marka ile etkileşime girdiği, temas ettiği her an anlamına gelir. Buna çevrimdışı, online, pazarlama yoluyla, şahsen veya telefonla gerçekleşen anlar da dahildir.

Müşteriler ve marka arasında meydana gelen tüm potansiyel temas noktalarını hesaba katmak gereklidir. (Aichner & Gruber, 2017)

Müşterilerin temas ettiği noktalardan oluşan temas noktaları bulutu müşteri yolculuğu haritasının temelini oluşturur. Günümüzde çok farklı pazarlama yöntemleri olduğu için ilk temas noktası konusunda oldukça farklı noktalar ortaya çıkabilmektedir.

Temas noktaları kentsel tasarım ortamında bir kişinin gündelik hayat, işe gidip gelme, gezme, eğlenme, bir ulaşım aracını kullanırken ki temas ettiği, ulaşım aracı, yolda karşılaştığı durumlar ve olaylar gibi düşünülebilir.



Şekil 4. 9 : Müşteri yolculuk haritası temas noktaları.

Kaynak: (Mutluer, 2021)

(Şekil 4. 9) Temas noktalarının belirlenmesinden sonraki aşama bu temas noktalarından yaşanan sorun anlarının belirlenmesidir. Bu aşamada, toplanan tüm veriler- hem nicel hem de nitel- bir araya getirilerek müşteri yolculuğunda potansiyel engeller veya sorun teşkil eden noktalar belirlenmelidir; bunun için de sürecin genel görünümüne odaklanmak önemlidir. Ayrıca, bu adımda işleyişin sorunsuz olduğu alanların da kaydedilmesi ve bu noktaların nasıl daha da iyileştirilebileceği üzerinde düşünmek de faydalı olabilir. Bu amaçla, bazı temel soruların yanıtlanması gerekir: Müşteriler markanın web sitesini ziyaret ettiklerinde hedeflerine ulaşabiliyor mu? En fazla sürtüşme ve hayal kırıklığına yol açan alanlar nereler? Müşteriler uygulamanın veya web sitesinin neresinde satın alma işleminden vazgeçiyor? Bütün bu noktalar müşteri yolculuğu haritasında belirlenmelidir.

Yolculuk haritaları düzenli olarak güncellenerek optimize edilebilir. Ürün veya hizmet her değiştiğinde müşteri yolcuğu haritalarının da değişmesi gerekecektir. Bu nedenle haritaları sürekli güncellemek ve takip etmek önemlidir. Yolculuk haritalarından karşılaşılan engelleri ve sorunları belirledikten sonra geri çekilip tüm süreç gözden geçirilmelidir.

Geleneksel analiz yöntemleri aksine müşteri yolculuk haritasının sürekli geri besleyerek devamlı güncel tutulması, gelişime ve değişime açık olması bu yöntemin en önemli avantajları olarak görülmektedir. Müşteriler, kullanıcılar sürekli değiştiği için, müşteri yolculuğu haritaları da sürekli güncellenmelidir. Bu bağlamda kent ortamı da kent ortamındaki kentlilerde sürekli değişip dönüşmektedir. Müşteri

yolculuğu haritası ve yolculuk haritaları bu özelliğiyle kentsel tasarım ve şehircilik analiz yöntemi olarak kullanılabilir.

İyileştirme alanlarını belirlemek için müşteri yolculuğu haritası analiz edilmeli, genel müşteri deneyimini geliştiren değişiklikleri uygulamak için çapraz fonksiyonel ekiplerle iş birliği yapılmalıdır. Gelişen müşteri beklentilerini ve iş stratejilerini yansıtmak için müşteri yolculuğu haritasını düzenli olarak gözden geçirilmeli ve güncellenmelidir. (Agius, 2024)

Gözle görülmese de duygular ve kullanıcı motivasyonu yolculuk haritalarının görünmeyen etmenleridir. Duygular ve motivasyonlar kullanıcıların eylemlerinin arkasındaki sebepler olarak görülebilir. Yolculuk haritaları da kullanıcıların seçimlerinin arkasındaki duygular ve motivasyonları araştırmaktadır. Müşteriler ürün veya hizmet karşısında üzüntülü, heyecanlı, memnuniyetsiz, kafası karışmış hissedebilir. Bu duyguları belirlemek ve müşterilerle empati kurmak daha iyi bir kullanıcı deneyimi tasarlanmasına olanak sağlar.

Aynı şekilde kentsel tasarımda kullanılabilecek bir yolculuk haritası yöntemi kentlilerin kentsel mekânda hissettikleri üzüntü, heyecan, sinirlenme, memnuniyetsizlik, kafası karışıklığı gibi duyguların ortaya çıkarılmasına yardımcı olur. Böylelikle kentsel mekânda hissedilen duygu ve deneyimlerin analiz edilmesi, belirli kentsel noktalarda belirli duygu yoğunluklarının ortaya çıkması ve ona göre müdahale alanı belirlemesi kentsel tasarımın iyi ve kaliteli bir noktaya taşıyabilir.

Müşteri yolculuğu haritası aşamaları ise 5 ana başlıktan oluşmaktadır. Bunlar; farkında olma, düşünme ve değerlendirme, tercih etme veya satın alma, satın alma sonrası deneyimleme, sadakat veya müşteri bağlılığı, marka elçiliği veya marka savunuculuğundan oluşmaktadır.

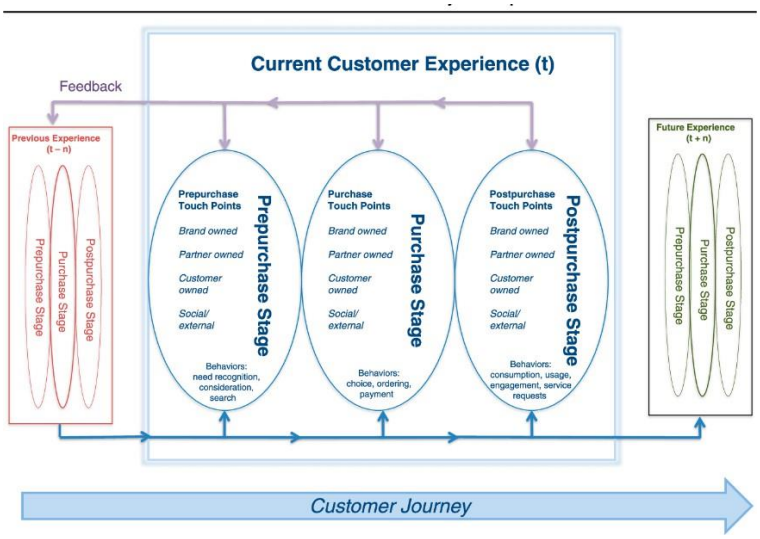


Şekil 4. 10 : Müşteri yolculuk haritası aşamaları.

Kaynak: (The Chartered Institut of Marketing, 2023)

(Lemon & Verhoef, 2016)'e göre müşteri deneyimini ve müşteri yolculuğunun üç aşamada gerçekleşebileceğini belirtilmektedir. (Şekil 4.10)

Satın alma eyleminden önce ürün ve müşteri ile marka, kategori ile tüm etkileşimleri kapsayan aşamaya satın alma öncesi aşamadır. Satın alma aşaması ise satın alma sırasında müşteri marka arasındaki tüm etkileşimleri dikkate alır. (Şekil 4.11)



Şekil 4. 11 : Müşteri yolculuğu haritası üç ana evresi: satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası.

Kaynak: (Lemon & Verhoef, 2016)

Bu aşamadaki davranışlara örnek olarak seçim yapmak, sipariş vermek veya ödeme yapmak verilebilir. Satın alma sonrası aşaması satın alma sonrasında müşteri ile ürün veya hizmetlerden oluşan tüm etkileşimleri kapsar. Bu aşamada, ürün veya hizmet önemli bir temas noktası haline gelerek tüketicinin deneyimlemesi, ürün veya hizmeti iade etmesi veya yakın çevresine tavsiye etmesi, satın alma sonrası aşamanın analizleri için kritik unsurlardır. İşte bu aşamada "sadakat döngüsü" ortaya çıkabilir (Ulusoy, 2023).

4.1.2 Empati haritası [Empathy Map]

Empati Haritaları yöntemini incelemeye başlamadan bir parçası ve aracı olduğu için öncelikle insan odaklı tasarım anlayışı ile ilişkisine bakmamız gerekmektedir. Empathy Map'in kökeni, tasarım düşüncesi (Design Thinking) ve kullanıcı deneyimi tasarımı (UX Design) bağlamında ele alınabilir.

İnsan odaklı tasarım ve empathy map ilişkisine bakıldığında, IDEO (2015) tarafından 2009 yılında insan odaklı tasarımın sosyal sektörü ve tasarım dünyasını nasıl ve neden etkileyebileceğini açıklayan, ilk örnek olan HCD [Human Centered Design] Toolkit adlı kitabı piyasaya sürülmüştür. Tasarımcılar ve girişimciler tarafından benimsenen bu rehber dünya çapında ses getirmiştir ve tasarım dünyasında insan odaklı tasarım yaklaşımı daha çok konuşulur hale gelmiştir.

Nisan 2015'te IDEO.org, Field Guide to Human-Centered Design adlı HCD Toolkit'in yeni bir versiyonunu yayınlanmıştır. Bir önceki versiyona göre en yeni yaklaşımların yer aldığı bu rehber niteliğindeki kitapta insan odaklı tasarım pratiğini ve vaatlerini sosyal sektörle paylaşarak bir adım öteye taşımış oldular.

Rehber niteliğindeki bu kitapta IDEO:

> İnsan odaklı tasarımcılar, tasarım yaptıkları kişinin yerine kendilerini koyarak dünyayı ve onu iyileştirmek için sunulan fırsatları, yeni ve güçlü bir perspektiften görmeye başlayabilir. Kendinizi başka bir dünyaya daldırmak, yalnızca yeni yaratıcı olasılıkların kapısını açmakla kalmaz, aynı zamanda önyargılı fikirlerden ve eski düşünce biçimlerinden kurtulmanıza da olanak tanır. (IDEO, 2015) diyerek empatiden ve empatik tasarımdan bahsetmektedir.

Kentsel tasarımcılar ve plancılar olarak tasarım yaparken veya karar alırken, tasarladığımız mekânın kullanıcılarıyla empati yapıp, onları daha iyi anlayıp ve bu

süreci tasarım sürecine dahil ederek iyi tasarımlar yapabiliriz. Empati, başkalarının yerine geçme, onların hayatlarını anlama ve sorunları onların bakış açılarından çözmeye başlama kapasitesidir. İnsan merkezli tasarım, empatiden hareketle, tasarladığınız kişilerin yenilikçi çözümlere ulaşmanız için bir yol haritası olduğu fikrine dayanır. Tek yapmanız gereken, onlara empati yapmak, onları anlamak ve tasarım sürecine dahil etmektir. (IDEO, 2015, s. 22)

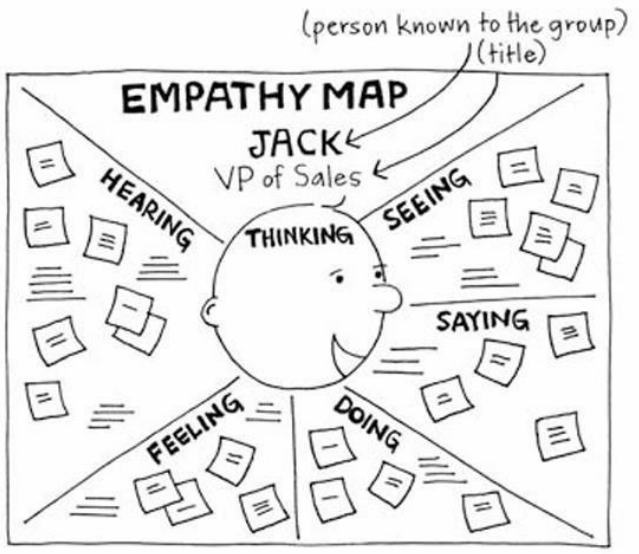
Tasarım yaparken kendimizi bambaşka bir perspektifle bakmak yeni olanakların ihtimalini doğurur.

> Kendinizi başka bir dünyaya daldırmak, yalnızca yeni yaratıcı olasılıkların kapılarını açmaz, aynı zamanda önceden sahip olduğunuz fikirleri ve modası geçmiş düşünce yollarını geride bırakmanızı sağlar. Tasarım yaptığınız insanlara empati yapmak, onların yaşamlarının bağlamını ve karmaşıklıklarını gerçekten kavrayabilmenin en iyi yoludur. Ancak en önemlisi, tasarladığınız kişileri işinizin tam merkezine sağlam bir şekilde yerleştirir. (IDEO, 2015)

Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufo (Gray, Brown, & Macanufo, 2010) tarafından yazılan ve Empathy Map tekniğini daha bilinir hale gelmesini sağlayan "Gamestroming" kitabında Empathy Map, bir oyun olarak tasarlanmıştır. 3-10 kişi oynanan oyunda süre olarak 10-15 dakika tanınmıştır. Oyun belirli "personalar" oluşturularak oynanır.

Personalar, bir grubun dikkatini bir projeye dahil olan insanlara—genellikle müşteri veya son kullanıcıya—odaklamasına yardımcı olur. Her ne kadar empati haritası oluşturmak, persona geliştirme için gereken titiz ve araştırmaya dayalı bir süreç olmasa da bir grubun dikkatini hızlı bir şekilde en önemli unsur olan insanlara yönlendirebilir (Gray, Brown, & Macanufo, 2010).

Egzersizde önce büyük bir daire çizilerek bir kişiye dair bir inceleme oluşturulmuştur. Büyük daireyi bir kafaya dönüştürüp gözler ve kulaklar eklenmiştir. (Şekil 4. 12)



Şekil 4. 12 : Empathy Map örneği.

Kaynak: (Matthews, 2021)

Oyunun oynayanlara şu direktifler verilmiştir:

1. Gruba bu kişi için bir isim vermelerini isteyin.
2. Kafanın etrafındaki büyük alanlara etiketler koyun: "Düşünceler", "Görüşler", "Duydukları" ve "Hissettikleri".
3. Gruba, bu kişinin bakış açısından hareketle deneyimlerini anlatmalarını isteyin. "Görmek"ten başlayarak "Hissetmek"e kadar olan kategoriler üzerinden ilerleyin.
4. Egzersizin amacı, grup içinde bu kişi için bir empati düzeyi oluşturmaktır. Egzersiz 15 dakikayı aşmamalıdır. Gruba sentez yapmalarını söyleyin: Bu kişi ne istiyor? Bu kişiyi motive eden güçler neler? Bu kişi için ne yapabiliriz?

Oyunun stratejisi ise empati haritasına geri birbirlerini "kontrol etme" konusunda rahat hissetmelidir olmuştur. Bu "X kişi ne düşünürdü?" gibi ifadelerle duyulacaktır. Empati haritasını çalışmanın süresi boyunca açık ve görünür bir şekilde tutmak, bu tür bir odaklanma aracı olarak kullanılmasını sağlamaktadır.

Kentsel tasarımda, tasarımcılar olarak kent sakinlerinin ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamak, etkili ve kullanıcı odaklı bir tasarım sürecinin temel taşı olmalıdır. Bu bağlamda, empati haritası (empathy map) gibi araçlar, tasarım sürecinde kullanıcı perspektifini merkezde tutmamızı sağlar.

Empati haritası, tasarım süreci boyunca kullanıcı profillerini görselleştirmek ve "X kişisi ne düşünürdü?" gibi sorular üzerinden odaklanmayı kolaylaştırır. Bu araç, tasarımcıların yalnızca teknik ve estetik çözümler üretmekle kalmayıp, kullanıcıların deneyimlerini anlamalarına da yardımcı olur. Harita, kullanıcıların algılarını, hislerini ve motivasyonlarını analiz ederek, tasarımların gerçek ihtiyaçlara cevap vermesini ve daha bağlamsal bir anlayışla geliştirilmesini mümkün kılar. Böylelikle, tasarım süreci boyunca empati haritasının kullanımı, kentsel mekanların sadece fiziksel değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal gerekliliklere de hizmet edecek şekilde şekillendirilmesine katkı sağlayabilir. Bu, tasarımın kullanıcılar için daha anlamlı ve işlevsel olmasını olanak sağlayabilir.

Burada oluşturulan şablonun (Şekil 4. 13) dayanağı XPLANE şirketinin yaratıcı direktörü Scott Matthews'in çizdiği "büyük kafalı" karikatürlere dayanıyordu.



Şekil 4. 13 : "Büyük Kafa" çizim örneği.

Kaynak: (Matthews, 2021)

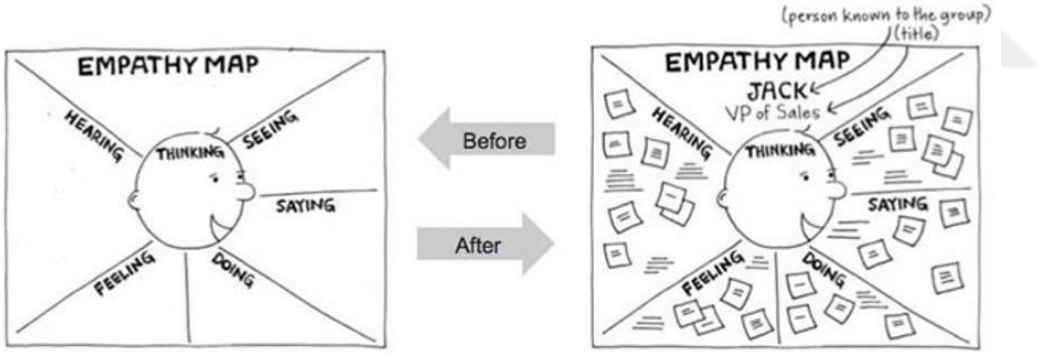
Bu "büyük kafa" karikatürlerin temel amacı tasarım yapılan insanlar hakkında fikirleri yakalamak ve personalar hakkında fikirlerle paylaşılırken yapışkan notlara kaydedilmesini sağlayarak bir keşif süreci oluşturmaktı.



Şekil 4. 14 : "Büyük Kafa" örnekleri.

Kaynak: (Matthews, 2021)

Daha sonra bu "Büyük Kafa"lar (Şekil 4. 14) 2010 yılında yayınlanan Gamestorming rehberi ile Empati Haritası biçimi almıştır. Oluşturulan bu yeni versiyon geniş bir etki yarattı ve tasarım alanında çokça kullanılmaya başlanmıştır. Stanford dschool, Accenture ve Nielsen Norman Group'un da aralarında bulunduğu kaynaklarda yer almıştır. (Şekil 4. 15)

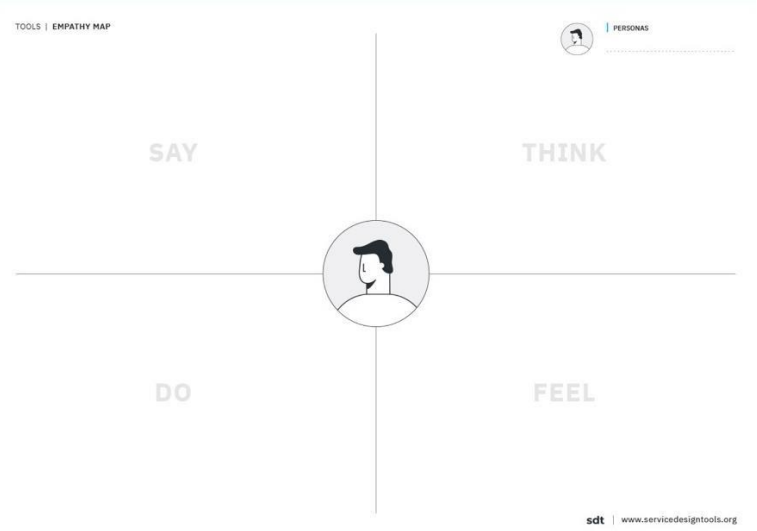


Şekil 4. 15 : Empati haritası öncesi / sonrası hali.

Kaynak: (Matthews, 2021)

IDEO'nun kurucusu David Kelley'nin bir yaratıcılık meydan okuması olarak Harvard Business Review'da da yer aldı. Kısacası, Empati Haritası, insanların hedef kitlelerinin zihnine girmelerine yardımcı olan, ürün, hizmet ve deneyimler tasarlarken kiminle konuştuğumuza dair daha iyi bir resim oluşturmak için insan merkezli bir çerçeve oluşturan yaygın bir araç haline geldi. (May, 2021)

Empati haritası, kullanıcının etrafında konumlandırılmış dört bölgeye (söyler, düşünür, yapar ve hisseder) ayrılmış bir şablondur. (Şekil 4.16) Haritayı doldurmak, kullanıcının kim olduğuna dair genel bir bakış sunmayı ve aynı kullanıcıya yönelik farklı ekip üyelerinin algıları arasındaki tutarsızlıkları belirlemeyi sağlar (ve böylece çatışmayı hafifletmek için müdahale edilebilir). (SDT, 2024)



Şekil 4. 16 : Empati haritası şablonu.

Kaynak: (Service Design Tools, 2024)

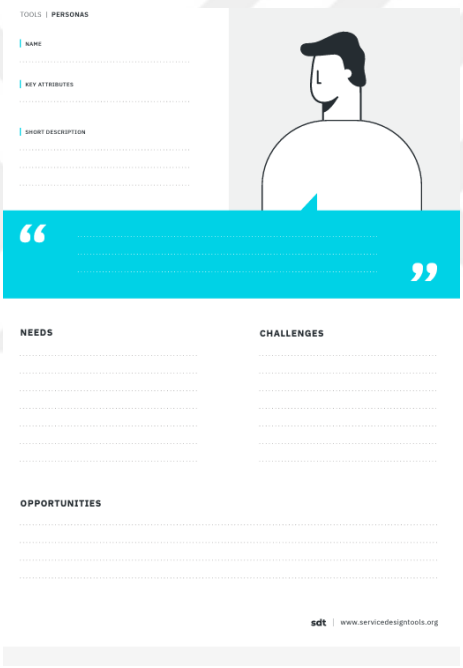
Empati haritaları, bir kullanıcının bir bütün olarak kim olduğuna dair bir bakış sağlar ve kronolojik veya ardışık değildir. Empathy Map, iş modellerini müşteri perspektiflerine göre tasarlamaya yardımcı olan bir yöntemdir. Demografik özelliklerin ötesine geçerek, müşterinin çevresi, davranışları, arzuları ve endişeleri hakkında daha iyi bir anlayış geliştirmeyi sağlar. EM'nin amacı, belirli bir kişi için bir dereceye kadar empati oluşturmaktır. (Ferreira, Silva, Oliveira, & Conte, 2015)

Bratsberg'e (Bratsberg, 2012)göre, Empati Map kullanıcı odaklı bir yaklaşımdır, yani odak noktası, diğer bireyi anlamak için dünyaya onun gözünden bakmaktır. Paydaşlar kullanıcıyı anladığında, tasarımda yapılan küçük değişikliklerin kullanıcılar üzerinde nasıl büyük bir etki yaratabileceğini de anlayabilirler.

Her persona için farklı bir harita hazırlanıp doldurulmaktadır. Tasarımcıların bu haritaları kullanarak kullanıcı profiliyle empati kurması amaçlanmaktadır. Empati Haritaların amacı, kullanıcıyla empati kurarak ürün geliştirme ekibinin kullanıcıları daha derinlemesine anlamasını ve gerçek ihtiyaçlarının daha fazla farkına varmasını

sağlamaktır. (Ferreira, Silva, Oliveira, & Conte, 2015) Empati haritaları tasarım dünyasında kullanıcıların ihtiyaçlarını daha iyi anlamak için kullanılmaktadır.

Empathy Map oluşturulurken ürüne, hizmete veya deneyime tabi olan her bir "persona" için ayrı haritalamalar yapılır. (Şekil 4.17) Her persona, belirli bir kullanıcı tipini temsil eden bir referans modelidir. Teknik olarak, tanımlanmış bir kişilik veya sosyo-demografik özellik ifade etmeden farklı davranışları (örneğin "bilinçli seçici") yakalamaya odaklandıklarında davranışsal arketipler olarak adlandırılabilirler. Arketipler ne kadar gerçekçi bir duyguyu (örneğin isim, yaş, hanehalkı kompozisyonu vb.) varsayarsa, o kadar gerçek personalar haline gelirler ve belirli kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarını, isteklerini, alışkanlıklarını ve kültürel geçmişlerini tam olarak ifade ederler. (SDT, 2024)



Şekil 4. 17 : Persona Şablonu.

Kaynak: (SDT, 2024)

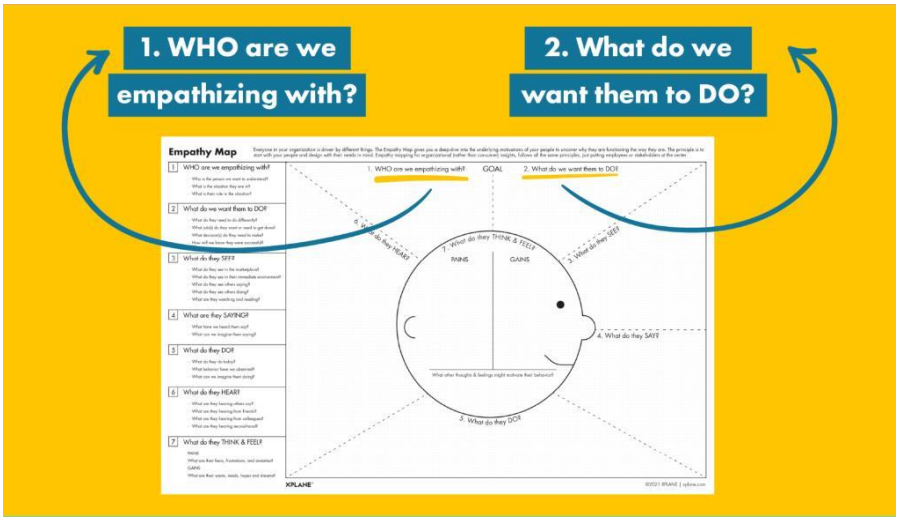
Kentsel ortamda kentlilerin ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara gör tasarımlar yapmak kentsel tasarımcılar ve şehir plancıları için iyi ve kaliteli mekanlar üretmek için önemlidir. Bu bağlamda kullanıcıların özelliklerini, ihtiyaçlarını ve hedeflerini ön planda tutan Empati Haritası tekniğinin kentsel tasarımda kullanılması, kentlileri daha iyi anlamaya olanak sağlayabilir.

Persona tekniği ile farklı empati haritaları hazırlanarak, konu edilen sistem veya tasarım için kullanılabilir şekilde tasarlayıp uygulanabilmesi için kullanıcıların ihtiyaçlarını ve hedeflerini anlamayı sağlar.

Kullanıcıların ihtiyaçlarını daha iyi anlamak için kullanılabilecek tekniklerden biri Persona tekniğidir. Persona tekniği, bir sistemin kullanıcılarını, özellikleri, ihtiyaçları ve hedefleri açısından anlayarak kullanılabilir bir sistem tasarlayıp uygulamaya olanak sağlar.

Kullanıcı modelleme tekniği olarak bilinen persona, son yıllarda mükemmel sonuçlar elde etmiştir. Ayrıca, Persona tekniği, kullanıcılar hakkında veri toplar, bu verilerle onların özelliklerini anlamaya çalışır, bu anlayışa dayalı olarak hayali kullanıcılar (kişilik profilleri olarak adlandırılır) tanımlar ve yazılım geliştirme süreci boyunca bu *persona*lara odaklanır. Persona tekniği ile toplanan veriler sayesinde, tasarımı yapılan ürünün kullanıcıları hakkında daha derin bir bilgi elde edilebilir. (Ferreira, Silva, Oliveira, & Conte, 2015)

Empati haritası oluşturulurken öncelikle hedef kitlenin veya personaların "KİM" ve çalışmaların sonucunda onlardan "NE YAPMALARINI" istendiği net bir şekilde tanımlanmaktadır. (Şekil4. 18)



Şekil 4. 18 : Empathy Map temel soruları.

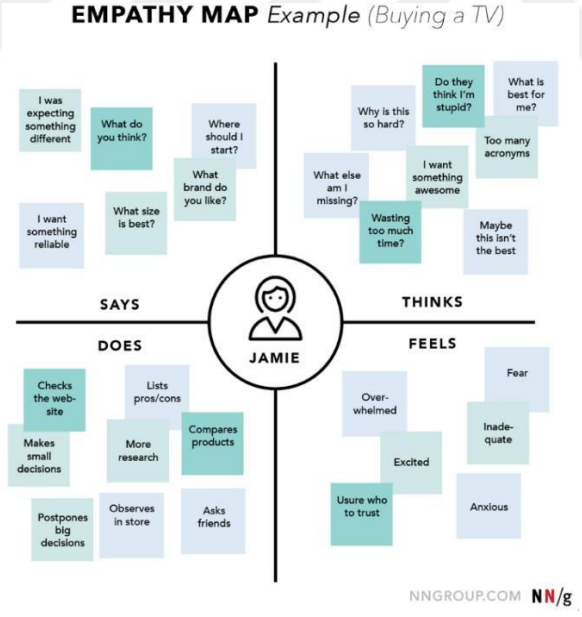
Kaynak: (Matthews, 2021)

Toplu empati haritaları**,** belirli bir kullanıcıdan ziyade bir kullanıcı segmentini temsil eder. Genellikle benzer davranışlar sergileyen ve tek bir segmentte gruplandırılabilen kullanıcıların birden fazla bireysel empati haritasını birleştirerek oluşturulurlar. Toplu

empati haritası, o kullanıcı grubunda görülen temaları sentezler ve kişiliklerin oluşturulmasında ilk adım olabilir. Ancak, empati haritaları kişiliklerin yerini tutmaz . Ancak bir kişilik hakkında bildiklerimizi organize ve empatik bir şekilde görselleştirmenin bir yolu olabilir. (Gibbons, 2018)

Empati haritaları, user experience dünyasında ekip üyeleri arasında ortak bir zemin oluşturmak ve kullanıcı ihtiyaçlaırnı anlamak ve önceliklendirmek için süreç boyunca kullanılmaktadır. Kullanıcı merkezli tasarımda, empati haritaları tasarım sürecinin en başından itibaren en iyi şekilde kullanılmaktadır.

User experience alanında kullanılan empati haritaları, kullanıcıların tutumlarını ve davranışlarını anlamanın hızlı ve kolay bir yolu olarak kullanılmaktadır. Bir proje kapsamında oluşturulan empati haritaları proje boyunca kaynak olarak kullanılabilir, ön yargılardan ve gereksiz varsayımlardan projeyi koruyabilmektedir. Araştırmalar ve geri beslemeler arttıkça empati haritaları gözden geçirilip canlı bir şekilde süreç boyunca kullanılabilir. Aşağıdaki (Şekil 4.19) örnekte televizyon almak isteyen bir kişinin empati haritası örneği bulunmaktadır.



Şekil 4. 19 : Televizyon almak isteyen bir personanın empati haritası.

Kaynak: (Gibbons, 2018)

User experience alanında kullanılan empati haritaları için genellikle şu adımlar izlenir; (Gibbons, 2018)

1. Kapsamı ve hedefleri tanımlamak: Hangi kullanıcı veya kişiliği haritalayacaksınız? Bir kişiliği mi yoksa tek bir kullanıcıyı mı haritalayacaksınız? Her zaman 1:1 haritalamayla başlayın (empati haritası başına 1 kullanıcı/kişi). Bu, birden fazla kişiliğiniz varsa her biri için bir empati haritası olması gerektiği anlamına gelir.

Empati haritalama için birincil amacınızı tanımlayın: Net bir kapsam belirleyip zamanı bir den fazla kullanıcının görüşmesini haritalamak için kullanmak gerekmektedir.

2. Malzemeleri toplanır: çalışma yapılacak ortam, yapışkan notlar, kalemler ve ekiple çalışmaya uygun ortam sağlanmalıdır.

3. Araştırma: empati haritasını beslemek için araştırmalar yapılır. Empati haritaları nitel yöntemler olduğu için kullanıcı görüşmeleri, saha çalışmaları, günlük çalışmaları, saha çalışmaları ve nitel anketlerle araştırma güçlendirilir.

4. Her kadran için ayrı ayrı yapışkan notlar oluşturulur: ekip olarak haritaya araştırmalar ve nitel gözlemler eklenir. Haritanın dört kadranına da yapışkan notlar eklenir.

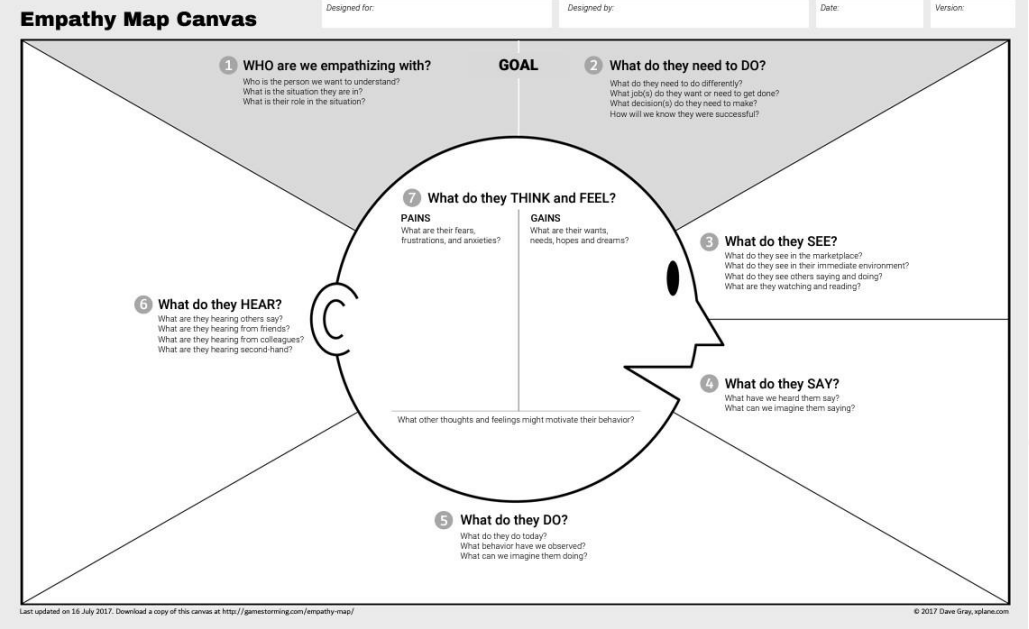
5. Kümeleme ve sentezleme için birleşme: bu adımda, ekip tahtadaki yapışkan notlar arasında iş birliği yaparak hareket eder ve aynı kadrana ait benzer notları kümeler. Her kadranda tekrarlanan temaları kümelere ayrılır. Kümeleme etkinliği tartışmayı ve uyumu kolaylaştırır — amaç, kullanıcınız hakkında tüm ekip üyeleri tarafından paylaşılan bir anlayışa ulaşmaktır.

Empati haritanız kümelendikten sonra bulgularınız üzerinde bir ekip olarak seslendirmeye ve uyum sağlamaya başlanabilir. Hangi aykırı değerler (veya hiçbir kümeye uymayan veri noktaları) var? Tüm kadranlarda hangi temalar tekrarlandı? Hangi temalar yalnızca bir kadranda mevcut? Anlayışımızda hangi boşluklar var? Gibi sorularla tartışma zenginleştirilir.

6. Pekiştirip planlanma: Empati haritanızın amacına bağlı olarak çıktıyı buna göre pekiştirip ve sayısallaştırılır. Kullanıcıyı, bekleyen soruları, tarihi ve sürüm numarasını eklediğinizden emin olmak gerekmektedir. Daha fazla araştırma toplandıkça veya UX kararlarına rehberlik ettikçe empati haritasına geri dönmeyi planlanmalıdır.

Adından da anlaşılacağı gibi, empati haritaları yalnızca son kullanıcılarla empati kurmaya yardımcı olur. Gerçek verilere dayandığında ve diğer haritalama yöntemleriyle birleştirildiğinde şu katkılara olanak sağlayabilirler:

- Tasarımlarımızdaki önyargıları ortadan kaldırıp ve ekibi kullanıcıya ilişkin tek ve ortak bir anlayış üzerinde birleştirebilir.
- Araştırmamızdaki zayıflıkları keşfetmemize olanak sağlayabilir.
- Kullanıcının kendisinin bile farkında olmadığı kullanıcı ihtiyaçlarını ortaya çıkarabilir.
- Kullanıcıların davranışlarını neyin yönlendirdiğini anlamamızı sağlayabilir.
- Bizi anlamlı inovasyona yönlendirebilir.



Şekil 4. 20 : Dave Gray tarafından geliştirilen Empathy Map şablonu.

Kaynak: (Gray, Xplane, 2017)

Dave Gray'in geliştirdiği Empathy Haritası (Şekil 4.20) temelde 7 ana sorudan oluşmaktadır. Bu sorular:

1. Kim için empati kuruyoruz?
   - Kullanıcı, müşteri veya katılımcı kim?
   - Bu kişi kim?
   - Kişinin amacı veya hedefi nedir?
2. Ne düşünüyor ve hissediyorlar?
   - Önem verdikleri şeyler neler?

- Endişeleri, umutları veya hayal kırıklıkları neler?

3. Ne duyuyorlar?
    - Çevrelerinden veya çevresindeki insanlardan ne tür mesajlar alıyorlar?
    - Arkadaşlarından, meslektaşlarından veya etkileyici kişilerden ne duyuyorlar?
4. Ne söylüyorlar ve yapıyorlar?
    - Kendilerini nasıl ifade ediyorlar?
    - Hangi kelimeleri kullanıyorlar?
    - Davranışları söyledikleriyle uyumlu mu?
5. Ne görüyorlar?
    - Çevrelerinde gördükleri şeyler neler?
    - Hangi trendler, etkiler veya engeller var?
6. Ne ihtiyaçları var?
    - Amaçlarına ulaşmaları için ne gerekiyor?
    - Hangi problemleri çözmek istiyorlar?
7. Ne yapıyorlar?
    - Bu kişi günlük yaşamında ne tür aktiviteler yapıyor?
    - Hangi yollarla etkileşimde bulunuyor?

Soruları sorularak harita doldurulmaya çalışılır. Empati haritası, bu soruların yanıtlanmasıyla kullanıcının ihtiyaçlarını ve davranışlarını daha derinlemesine anlamayı amaçlamaktadır. Empati map sayesinde konu edilen amaç ve hedefler doğrultusunda personaların ne düşündüğünü ve hissettiğini göz önünde bulundurulabilmektedir. Sonuç olarak kullanıcıların kararlarına nasıl vardıklarını ve hangi konuların onlar için acı veya kazanç(fayda) olduğunu anlamaya çabalamak esas hedeftir.

Çeşitli cevapları haritada topladıktan sonra haritanın diğer alanlarında yakalanan şeylere geri dönüp bakılabilir. Bunu ihtiyaç duyulan her an ve aşamada yapmak serbesttir. Bu personalar için acıları veya kazanımları hemen anlamamıza yardımcı olacak şeyleri ortaya koymak gerekmektedir. Son olarak tüm girdileri hedef kitlenin

daha iyi bulabileceği bir ürün, hizmet veya deneyime dönüştürmek için çalışılmaktadır. Bu noktada empati haritalaması(Şekil 4.21) ile daha önce yeterince düşünülmemiş, keşfedilmemiş ve kullanılmamış pek çok içgörü ortaya çıkmaktadır.



Şekil 4. 21 : Empathy Map örnekleri.

Kaynak: (Matthews, 2021)

4.2 Empati ve Yol Haritaları Yöntemlerinin Kentsel Tasarım Süreçlerin Olası Katkıları

Günümüzde kentsel tasarım, kullanıcı deneyimini merkeze alarak, kentlilerin fiziksel çevreleriyle olan etkileşimlerini derinlemesine analiz etmek ve geliştirmek için çeşitli yöntemlere ihtiyaç duyar. Customer Journey Map (Müşteri Yolculuğu Haritası) ve Empathy Map (Empati Haritası) gibi hizmet tasarımı araçları, kentsel tasarımda insan-merkezli, kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımları destekleyen temel özelliklere sahiptir. Bu iki yöntem, kentsel mekânların planlanmasında ve geliştirilmesinde, kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerini belirlemek, kullanıcılarla etkileşim kurmak ve katılımcı tasarım süreçlerine katkıda bulunmak amacıyla kullanılabilir.

Customer Journey Map, bir kullanıcının belirli bir hizmeti veya ürünü deneyimlerken yaşadığı tüm aşamaları kapsamlı bir şekilde analiz etmeyi sağlar. Bu harita, temas noktaları boyunca kullanıcı etkileşimlerini ve duygusal tepkilerini değerlendirir. Kentsel tasarım bağlamında bu araç, kentsel mekânların kullanımına dair detaylı bir analiz sunma potansiyeline sahiptir. Örneğin, bir meydan veya park gibi kamusal

alanlarda, kentlilerin bu mekânları kullanırken geçirdiği tüm aşamalar haritalandırılabilir.

Kentsel tasarımda Customer Journey Map kullanımı, belirli bir alanın farklı kullanıcı grupları tarafından nasıl deneyimlendiğini anlamaya yardımcı olanağı sağlayabilir. Kullanıcıların mekânla olan etkileşimlerini detaylandırmaya olanak sağlayacak bu araç, kentsel tasarımın yalnızca mekânsal düzenlemelere değil, aynı zamanda kullanıcıların mekânla kurduğu duygusal ve sosyal ilişkilere odaklanmasının önünü açabilir. Bu bağlamda, kentsel tasarım projelerinde Customer Journey Map 'in kullanılması, özellikle kamusal alan tasarımlarında kullanıcı memnuniyetini artırmak ve kentlilerin gündelik deneyimlerini daha işlevsel ve tatmin edici hale getirmek açısından önemlidir.

Empathy Map, kentsel ortamda kullanıcıların bir mekânla ilgili hislerini, düşüncelerini, söylediklerini ve yaptıklarını analiz edebilir. Bu yöntem, kullanıcıların mekâna dair algılarını ve deneyimlerini derinlemesine anlamayı sağlayabilir. Kentsel tasarım sürecinde Empathy Map kullanımı, mekânsal deneyimlerin farklı bakış açılarıyla analiz edilmesine olanak tanıyabilir. Bir meydan, park veya yaya alanı gibi kentsel mekânlar, kullanıcıların nasıl hissettiği, mekânda ne gördüğü, çevresel unsurlara nasıl tepki verdiği gibi unsurlarla değerlendirilebilir. Empathy Map, bu bağlamda, kentlilerin mekânla olan ilişkilerini daha insani bir perspektiften değerlendirmeye yardımcı olmasına olanak sağlayabilir.

Kentsel tasarım süreçlerinde Empathy Map'in kullanılması, özellikle kamusal alanlarda kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik daha doğru ve duyarlı tasarım kararlarının alınmasına katkıda bulunma fırsatı sunmaktadır. Bu yöntem, kullanıcıların mekânsal deneyimlerinde, örneğin güvenlik, konfor ve erişilebilirlik gibi unsurların nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini anlamak için güçlü bir araç olabilir. Böylelikle, kentsel tasarımcılar, kullanıcı merkezli bir anlayış geliştirerek, kentlilerin beklenti ve ihtiyaçlarına daha duyarlı mekânlar yaratma olanağına sahip olabilir.

Customer Journey Map ve Empathy Map gibi servis tasarımı araçları, kentsel tasarım yöntemleriyle önemli benzerlikler taşır. Customer Journey Map ve Empathy Map kullanıcının ürün veya hizmet ile etkileşimini analiz ederken, kentsel tasarımda ise kentli kullanıcıların mekanla olan etkileşimi analiz edilerek tasarım sürecinde kullanıcı odaklı bir perspektif oluşturur. Kentsel tasarımda kullanıcı deneyimi odaklı yöntemlerin kullanılması, fiziksel mekânın ötesine geçerek sosyal ve psikolojik

boyutları analiz etmemize olanak sağlayabilir; bu durum, her iki yöntemin kentsel tasarımda kullanıcı deneyiminin merkezi bir unsur olarak değerlendirilmesini sağlar.

Customer Journey Map ve Empathy Map, kentsel tasarım süreçlerinde katılımcılık ve kullanıcı odaklılığı destekleyen bir çerçeve sunar. Journey Map'in sunduğu detaylı yolculuk analizi, bir alanın tasarımında mekânsal yerleşimden kullanıcıların mekânda nasıl vakit geçirdiğine kadar farklı aşamalarda uygulanabilir. Benzer şekilde, Empathy Map ise mekânın sadece fiziksel bir düzenleme olmadığını, aynı zamanda kullanıcıların duygusal ve psikolojik tepkilerinin şekillendiği bir alan olduğunu vurgulamamıza olanak sağlayabilir. Bu yönleriyle her iki yöntem, kentsel tasarımı çok boyutlu ve dinamik bir yapıya uygun bir analiz süreci sağlamaya olanak sağlar.

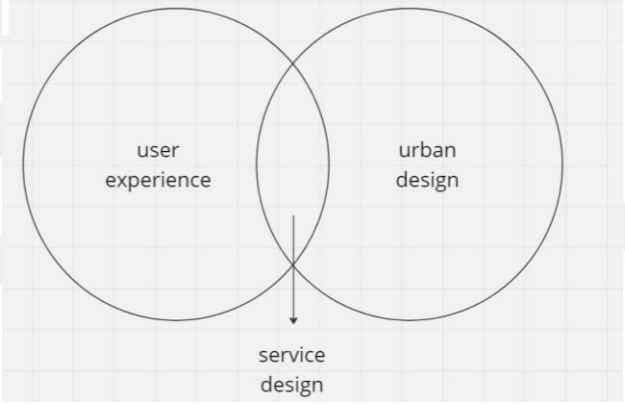
Kentsel tasarım, özellikle kamusal alanlarda yaşayan kullanıcıların deneyimlerini merkeze alarak daha yaşanabilir, erişilebilir ve kapsayıcı mekânlar oluşturmayı hedefler. Customer Journey Map ve Empathy Map, bu süreçlerde kullanıcıların mekâna dair tüm etkileşimlerini ve deneyimlerini detaylandırarak kentsel tasarıma yeni bir boyut kazandırma potansiyeline sahiptir. Bu araçlar, kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerine yönelik doğru çözümler geliştirmek ve mekânı kullanıcı deneyimi çerçevesinde tasarlamak için güçlü bir yöntem olarak ön plana çıkmaktadır. Kentsel tasarım projelerinde bu araçların kullanımı, daha etkin, kullanıcı dostu ve katılımcı mekânlar yaratılmasına olanak tanır.

4.3 Bölüm Sonucu

Kentsel tasarım, değişen dünya ve yeni koşullara uyum sağlama ihtiyacına göre gelişmekte ve sürekli yenilenmektedir. Bu adaptasyon süreci, kentsel yaşamın zorluklarına verimli ve sürdürülebilir çözümler üretebilmek adına önem arz eder. 2000'li yıllardan itibaren teknolojinin toplumsal yaşamdaki yeri giderek artmış; problem tanımlama ve çözüm üretme süreçlerinde kullanıcıyı merkeze alan yaklaşımlar tüm sektörlerde yaygınlaşmaya başlamıştır. Kentsel tasarım da bu paradigma değişiminden etkilenmiş, tasarım sürecine "katılımcılık" ilkesini entegre ederek daha dinamik yöntemler arayışına yönelmiştir. Bu yeni yaklaşım, geleneksel

analiz yöntemlerinin ötesine geçerek, özellikle servis tasarımı gibi insan odaklı disiplinlerden beslenmeyi gerektirir.

Servis tasarımı, kentsel tasarım süreçlerinde yeni bir çerçeve sunarak, kamusal hizmetlerin daha etkili, verimli ve kullanıcı dostu bir şekilde sunulmasını amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, kentsel tasarımın güncel gereksinimlerini karşılayabilecek ve mekânı yalnızca fiziksel bir unsur olarak değil, kullanıcı deneyimiyle zenginleşen bir hizmet bileşeni olarak ele alabilecektir. Servis tasarımının, "kamusal hizmet tasarımı" (civic service design) olarak adlandırılan bir alt dalı ise, devlet veya yerel yönetim tarafından sağlanan kamusal hizmetlerin kullanıcı odaklı bir bakış açısıyla tasarlanmasını öngörmektedir. (Şekil 4.22) Kamusal hizmet tasarımı, sadece mekânı değil, mekân-insan etkileşimini de odağa alarak kent yaşam kalitesini artırmayı hedeflemektedir.



Şekil 4. 22 : Servis tasarımı, kullanıcı deneyimi ve kentsel tasarım ilişkisi.

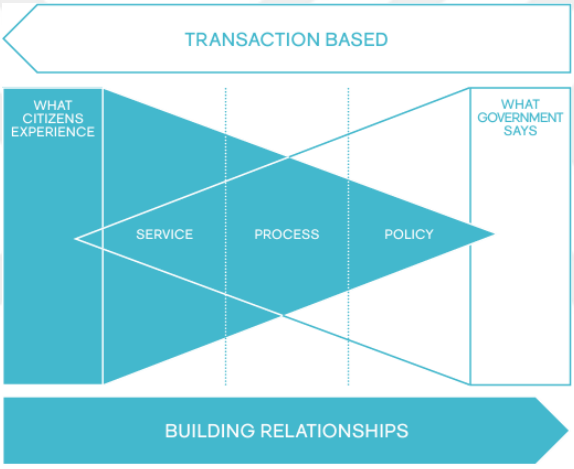
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Servis tasarımı yaklaşımlarının kentsel tasarıma entegrasyonu, teknoloji ve toplumsal gelişmelerin etkisiyle 2000'lerden itibaren giderek daha önemli hale gelmiştir. Özellikle iklim değişikliği, çevresel sorunlar ve teknolojik yeniliklerin artmasıyla, kentlerin "akıllı şehirler" ve "dayanıklı şehirler" gibi yeni kavramlarla uyumlanması gerekmiştir. Tasarım alanı ise bu gelişmelere "kullanıcı merkezli deneyim" ve "sistemsel yaklaşımlar" ile yanıt vermeye başlamıştır. Tasarımın yalnızca estetik bir çerçevede ele alınmasının ötesinde, sistematik düşünme ve çok katmanlı problem çözme süreçleriyle kentsel tasarım uygulamalarına entegre edilmesi, kamusal tasarımın verimliliğini artırmaktadır.

Kamusal hizmet tasarımı, sürecin merkezine kullanıcı deneyimini koyarak çeşitli ilkeler ve aşamalar içerir. Örneğin, Ezio Manzini'nin 2000 yılında kurduğu Center for

Service Design ile hizmet tasarımı, ürün tasarımının ötesine geçerek bir sistem tasarımı olarak kavramsallaştırılmıştır. Kapsayıcı tasarım (inclusive design), kullanıcı deneyimi (user experience), etkileşim tasarımı (interaction design) ve insan odaklı tasarım (human-centered design) gibi kavramlar, kentsel tasarımda kullanıcının mekânla kurduğu ilişkiyi daha derinlemesine incelemeyi amaçlayan disiplinler olarak ön plana çıkmıştır. Kentsel mekân tasarımında bu yeni perspektif, meydanlar, parklar ve kamusal alanları fiziksel biçimin ötesinde kullanıcı deneyimi ile değerlendirerek, kentli-kullanıcı ve mekân arasındaki etkileşimi daha iyi anlamaya yardımcı olmaktadır.

Kamusal hizmet tasarımının katkıları, yalnızca mevcut hizmetleri iyileştirmekle kalmaz; aynı zamanda kentlilerin ihtiyaçlarını daha iyi analiz eden ve kullanıcı deneyimine odaklanarak yenilikçi çözümler sunan bir sistem geliştirir.



Şekil 4. 23 : Yerel yönetimler, hizmetler, politika geliştirme süreçleri ilişkisi.

Kaynak: (NESTA, 2016)

Nesta tarafından sunulan analiz (Şekil 4. 23), kentlilerin kamusal hizmetlerden elde ettiği deneyimlerin, yerel yönetimlerin politika geliştirme süreçleri ile örtüşmediğini ve bu hizmetlerin etkinliği konusunda büyük bir boşluk olduğunu ortaya koymaktadır. Bu fark, karmaşıklaşan kentsel sorunlar karşısında yenilikçi yaklaşımlara duyulan ihtiyacı işaret eder. Tasarım dünyası, özellikle kentsel tasarım gibi çok katmanlı bir alanda, adaptasyon ve çözüm odaklı olma esnekliği sayesinde bu role liderlik edebilir.

Kamusal hizmet tasarımı, çeşitli aşamalarla kullanıcının aktif olarak sürece dahil edilmesini sağlar. Süreç, sorunların tespiti ile başlar; ardından kullanıcılarla iletişime geçilir, paydaş analizleri ve saha çalışmaları yapılır. Bu aşamada odak gruplar ve

gözlem yöntemleriyle toplanan veriler, kullanıcı deneyimi haritaları (Empathy Map ve Journey Map gibi) aracılığıyla analiz edilerek yenilikçi çözümler geliştirilir. Sonraki aşamada, alternatif çözümler prototiplenir ve kullanıcılarla test edilerek hizmetin etkinliği değerlendirilir. Bu süreç, geri bildirimlerle döngüsel bir gelişme sağlayarak sistemin dinamik bir yapıya kavuşmasını mümkün kılar. Kentsel tasarım projelerinde bu tür yöntemlerin kullanılması, kentli-kullanıcı deneyimlerinin sistematik bir şekilde incelenmesine ve kamusal mekânların daha yaşanabilir ve adil bir hale getirilmesine katkı sunar.

Sonuç olarak, servis tasarımı yaklaşımıyla kentsel tasarım, geleneksel analiz yöntemlerinin ötesine geçerek yenilikçi bir çerçevede kendini geliştirebilir. Kamusal hizmet tasarımı prensipleriyle donatılmış bir kentsel tasarım, kapsayıcı, erişilebilir ve kullanıcı odaklı bir kent yaşamı yaratmayı hedefler.

5. HİZMET TASARIMI [SERVICE DESIGN] ARAÇLARININ KENTSEL TASARIM YAKLAŞIMI İLE ÖRNEK ALAN ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde, hizmet tasarımı araçlarından Empati Haritası ve Yolculuk Haritası yöntemlerinin, kentsel tasarım süreçlerine nasıl entegre edilebileceği örnek bir alan çalışması üzerinden değerlendirilmektedir.

Empathy Map ve Journey Map yöntemlerinin seçilmesinin temel nedeni, kentsel tasarımın çevre psikolojisi çerçevesinde mekânın duygusal etkilerine odaklanan bir disiplin olmasıdır. Geleneksel planlama yaklaşımları, kullanıcıdan bilgi alırken daha çok demografik, ekonomik ve fiziksel ihtiyaçları değerlendirmeye odaklanır. Ancak bu süreçte mekânın kullanıcılar üzerinde yarattığı duygusal etkiler genellikle göz ardı edilir. Oysa kentsel tasarım, çevresel psikoloji ile doğrudan ilişkilidir ve mekânların bireyler üzerindeki duygusal, bilişsel ve davranışsal etkileriyle yakından ilgilenir.

Empathy Map, kullanıcıların nasıl algıladığına, hissettiğine ve düşündüğüne dair ayrıntılı bilgiler sunar. Görme, duyma, hissetme gibi duyusal verilerin yanı sıra, etkileşimde bulunan şeyin kullanıcıda uyandırdığı duygusal etkileri de analiz eder. Örneğin, bir meydanın düzenlemesi, kullanıcıda güven mi yoksa huzursuzluk mu uyandırıyor? Bu gibi sorular, kentsel tasarımın özünde yer alan duygusal bağlamı anlamak için kritik öneme sahiptir.

Journey Map ise mekânın sadece statik bir analizini yapmakla kalmaz, kullanıcıların bir mekândaki yolculukları sırasında yaşadıkları deneyimleri adım adım inceleyerek dinamik bir anlayış sunar. Örneğin, bir parkın farklı noktalarının kullanıcılarda nasıl farklı duygular uyandırdığı ya da toplu taşıma istasyonları arasındaki bağlantının kullanıcı deneyimini nasıl etkilediği bu yöntemle analiz edilebilir.

Bu yöntemler, çevresel psikolojinin temel sorularına yanıt vermeye yardımcı olur: Mekân, bireyde hangi duyguları tetikliyor? Kullanıcı, mekânın hangi özelliklerinden memnun veya rahatsız? Empathy Map ve Journey Map, kullanıcı deneyimini bu açıdan derinlemesine analiz etmeye olanak tanır.

Çevre psikolojisinin öncülerinden J.J. Gibson'ın (1979) *affordance* (olanaklar) kavramı da bu iki yöntemin seçilmesinde önemli bir yere sahiptir. Gibson, fiziksel çevrenin bireylere sunduğu davranış olanaklarının onların algısal ve duygusal deneyimlerini şekillendirdiğini savunur.

Empathy Map, bir mekânın kullanıcıya hangi olanakları sunduğunu (örneğin, dinlenme, sosyalleşme ya da geçiş) anlamaya yardımcı olurken, Journey Map bu olanakların kullanıcı deneyimindeki sürekliliğini analiz eder.

Jan Gehl'in *Life Between Buildings* (1987) adlı çalışması, kamusal alanlarda sosyal etkileşimlerin nasıl tasarlanması gerektiğini tartışır. Gehl, insanların kamusal alanlarda sadece fiziksel ihtiyaçlarını değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını da karşıladığını vurgular. Empathy Map, kullanıcıların bu sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını anlamak için bir çerçeve sunarken, Journey Map ise bu ihtiyaçların mekân boyunca nasıl değiştiğini ve hangi tasarım unsurlarının bu ihtiyaçları desteklediğini incelemek için kullanılabilir.

Empathy Map ve Journey Map yöntemleri, kentsel tasarımın çevre psikolojisi çerçevesinde mekânın duygusal etkilerini anlamaya yönelik araçlar sunarak, tasarımın daha yenilikçi, kapsayıcı ve kullanıcı odaklı bir şekilde ele alınmasını sağlar. Bu nedenle, bu iki yöntemi seçmek, mekânın kullanıcılar üzerindeki bütüncül etkilerini değerlendirme ve daha etkili tasarım çözümleri üretme açısından bilinçli bir tercih olmuştur.

Çalışma, Kadıköy'deki Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı odaklı bir araştırma çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup, hizmet tasarımı araçlarının kentsel tasarım projelerine getirdiği katkıları somut bir bağlamda ele almayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, yöntemlerin mekânsal analizlerde, kullanıcı deneyimlerinin incelenmesinde ve tasarım süreçlerinde sağladığı yenilikçi yaklaşımlar detaylandırılacaktır.

Bölümün ilk kısmında, alan çalışması kurgusu oluşturularak, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı'nın tarihi ve mekânsal özellikleri ele alınmaktadır. Bu kapsamda çalışma alanının tarihsel gelişimi ve mevcut mekânsal dinamikleri analiz edilerek, kullanıcıların bu alanla kurduğu ilişkilerin daha iyi anlaşılması hedeflenmektedir.

İkinci kısımda, araştırma metodolojisi açıklanmakta ve veri toplama sürecinde kullanılan yöntemler detaylandırılmaktadır. Bu bağlamda, alana özgü tanımlanan

personaların oluşturulması, kullanıcı deneyimlerinin Yolculuk Haritası ve Empati Haritası yöntemleriyle değerlendirilmesi üzerine çalışılmıştır. Özellikle, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı üzerinden gerçekleştirilen bu yöntemler, kullanıcıların mekânla kurduğu ilişkilerin görselleştirilmesi ve analiz edilmesi açısından önemli veriler sunmaktadır.

Son olarak, araştırma bulgularının değerlendirilmesiyle elde edilen sonuçlar tartışılmakta ve bu yöntemlerin kentsel tasarım süreçlerine sağladığı katkılar ortaya konmaktadır. Bu çalışma, hizmet tasarımı araçlarının kullanıcı odaklı bir yaklaşım geliştirmek için sunduğu fırsatları vurgulamakta ve kentsel tasarım projelerinde bu tür yöntemlerin daha geniş bir şekilde kullanılması için bir çerçeve sunmaktadır.

5.1 Alan Çalışması Kurgusu

Tez çalışmasının önceki bölümlerinde bahsedilen kuramsal teorik yaklaşımlar odağında çalışmanın ortaya koyduğu araştırma soruları bağlamında bir alan çalışması yapılmıştır. Bu bölümde, araştırma kapsamında kullanılan yöntemlere altlık oluşturması için çalışma alanı konumu, morfolojik gelişimi detaylıca anlatılacak, mekansal analizleri yapılarak mevcut durum ortaya konacaktır.

5.1.1 Çalışma alanı ve seçim kriterleri

Çalışma alanın temelleri Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nde gerçekleşen 2023 Bahar Dönemi KNT 521 Kamusal Hizmet Tasarımı dersinde Kadıköy-Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı yapılan çalışmada atılmıştır. Ders kapsamında yapılan çalışması sayesinde mevcut bilgi birikimi ve metodolojik altyapı bulunmaktadır. Bu devamlılık, analizlerin derinleştirilmesine ve yeni yöntemlerin uygulanmasına olanak tanır. Aynı zamanda WRI Türkiye, Marmara Belediyeler Birliği, Superpool ve Global Designing Cities Initiative, Kadıköy Belediyesi ve İBB işbirliği ile Kadıköy Mehmet Ayvalıtaş Meydanın'da gerçekleştirilen çalışmanın verileri de çalışma alanının seçimi için bir kriter olarak belirlenmiştir.

Aynı zamanda çalışmaya konu olan alan tezin odaklandığı hizmet tasarımı araçlarının (Empathy Map ve Journey Map) kentsel tasarım süreçlerinde uygulanabilirliğini değerlendirmek için, kullanıcıların çeşitli deneyimlerini analiz etmeye olanak sağlayan bir yer olarak seçilmiştir.

Seçilen park-meydan alanı çevresinde yer alan okul, ticaret, konut gibi farklı fonksiyonlar nedeniyle öğrenciler, yerel halk ve turistler gibi farklı kullanıcı gruplarını ağırlamaktadır. Bu çeşitlilik, persona oluşturma ve kullanıcı deneyimi haritalama çalışmaları için zengin bir veri kaynağı sunar. Kamusal alan olarak Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı, herkesin erişimine açık bir yer olması nedeniyle, kapsayıcı bir kullanıcı deneyimi çalışması için ideal bir alan sunmaktadır.

Geleneksel analiz yöntemleri ve veri toplama değerlendirme sistemlerine ek olarak, günümüzde hem kentsel deneyimin giderek önem kazanması, hem de dijitalleşen dünyada iletişim araçlarının edindiği yer nedeniyle kentli deneyiminin kamusal servis tasarımı araçlarıyla bir veriye dönüşmesi potansiyeli ve bu potansiyel sayesinde kentsel okumaların ve analizlerin yapılması kentsel tasarımcılara katkı sağlayacaktır.

Çalışma alanı olarak seçilen park ve çevresinde “Kent sokaklarını, yaya ve çocuk dostu kamusal mekanlara dönüştürme amacıyla Marmara Belediyeler Birliği, Superpool ve Global Designing Cities iş birliğiyle hayata geçirilen “Sokak Dönüştürme Prova Uygulama Destek Programı” kapsamında yeniden düzenleme çalışması yapılmıştır.

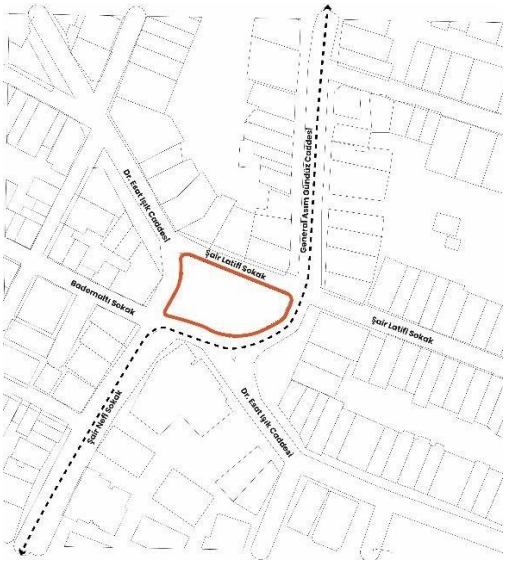
Mehmet Ayvalıtaş Meydanı’nı İstanbul-Kadıköy ilçesinde Caferağa mahallesinde Kadıköy ana meydanı dışındaki küçük meydanlardan biridir. (Harita 5.1) (Harita 5.2) Meydan, halk arasında “Bahariye” olarak bilinen General Asım Gündüz Caddesi ile Dr. Esat Işık caddesi kesişiminde yer almaktadır. Alan kuzeyde Şair Latifi Sokak batısında ve güneyde Dr. Esat Işık Caddesi doğusunda General Asım Gündüz Caddesi ile sınırlanmaktadır. (Şekil 5.1)



Şekil 5. 1 : Çalışma alanının İstanbul ve Kadıköy’deki yeri.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı, Kadıköy’ün popüler sokaklarından Bahariye Caddesi üzerinde yer alması sebebiyle çevresinde yoğun bir yaya trafiğine sahiptir. Park, çeşitli kafeler, restoranlar, mağazalar ve kültürel mekanlar ile çevrili bir alanda yer alır. Bu özellikleri, parkı hem dinlenme hem de sosyalleşme için cazip bir mekân haline getirmektedir. Çevresinde Moda Sahnesi gibi sanatsal ve kültürel etkinliklerin düzenlendiği alanlar bulunmaktadır. Bu durum, parkın çevresindeki hareketliliği ve kullanım çeşitliliğini artırmaktadır.



Şekil 5. 2 : Çalışma alanı çevre ulaşım aksları.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Park, toplu taşıma araçlarına kolay erişim imkânı sunmaktadır. (Şekil 5. 2) Kadıköy vapur iskelesine, metro ve otobüs duraklarına yürüme mesafesinde yer alır. Bahariye Caddesi boyunca uzanan tramvay hattı, parka hem tarihi hem de nostaljik bir ulaşım alternatifi sunar. Bu tramvay hattı, parkın çevresel karakterini güçlendiren bir unsurdur. Şükrü Saraçoğlu Stadyumu ve Yoğurtçu Parkı'na yakın olması nedeniyle genellikle hafta sonu olmak üzere Fenerbahçe futbol takımı taraftarlarının kullandığı bir meydan haline gelmiştir.

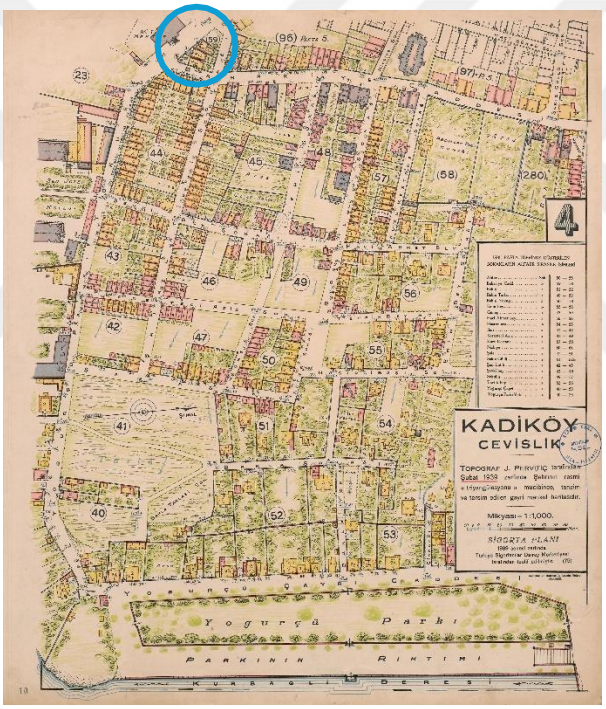
Park-Meydan, toplu taşıma araçlarına kolay erişim imkânı sunmaktadır. Kadıköy vapur iskelesine, metro ve otobüs duraklarına yürüme mesafesinde yer alır. Park, çevresindeki yoğun yapılaşmaya rağmen küçük ölçekli yeşil alanlardan biri olarak hizmet vermektedir. İçerisinde bulunan ağaçlar, çiçekler ve oturma alanları, ziyaretçilere kısa süreli dinlenme ve nefes alma imkânı sunar.

Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı, konumu itibarıyla Kadıköy'ün hareketli bir noktasında yer alarak çevresiyle uyumlu bir kentsel alan sunar. Sosyal, kültürel ve doğal unsurların bir arada bulunduğu bu alan, yaya hareketliliğini teşvik eden, dinlenme ve sosyalleşme olanakları sunan bir çekim noktasıdır. Bu özellikleri, parkı hem kentsel analizler hem de deneyim odaklı çalışmalar için ideal bir çalışma alanı haline getirmektedir.

5.1.2 Çalışma alanının tarihsel gelişimi

Günümüzde park olarak kullanılan Mehmet Ayvalıtaş Meydanı, Anais M. Martin'nin *"Her Yeri Resim Gibi, Küçük Moda"* adlı kitabında, Deniz Kuvvetleri Kumandanı Dilaver Paşa Konağı'nın bulunduğu bir alan olarak geçmektedir. Kitapta, konağın yıkılarak yerine McDonald's tarafından bir havuz yapıldığı da belirtilmektedir. (Martin, 2010)

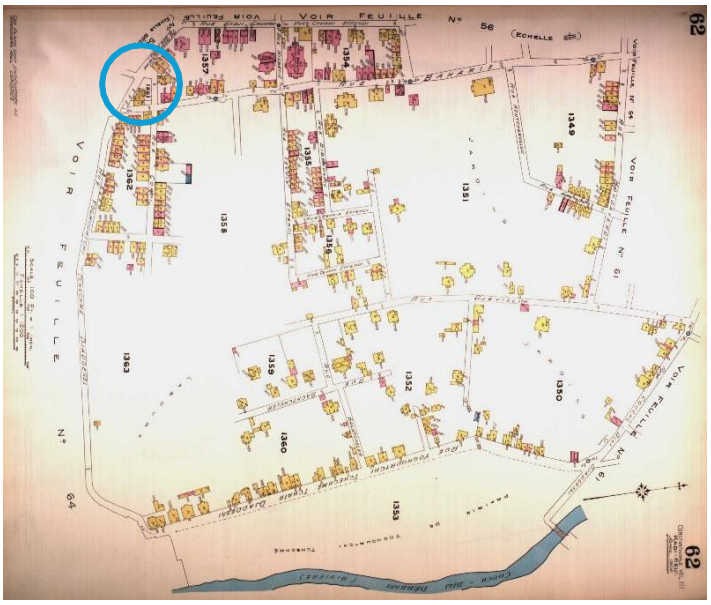
Çalışma alanına dair yıllara göre hava haritalarından bakılarak alanın değişimi analiz edilmiştir. Hava haritalarına bakıldığında 2007 yılına dek büyük bir havuz görülmektedir. (Şekil 5. 3)



Şekil 5. 3 : Meydanın Pervititch haritasında konumu, 1939.

Kaynak: (Salt Araştırma, 2024)

1906 yılında çizilen Charles Edouard Goad (Şekil 5.4) ve 1939 yılında çizilen Pervititch sigorta haritalarında çalışma alanı yapı adası olarak görülmektedir.



Şekil 5. 4 : Meydanın Goad haritasında konumu, 1906.

Kaynak: (Salt Araştırma, 2024)



Şekil 5. 5 : Yıllara göre çalışma alanının hava haritaları üzerinden değişimi.

Kaynak: Yazar tarafından Google Earth kullanılarak oluşturulmuştur.



Şekil 5. 6 : 2006 yılı hava haritası görünümü.

Kaynak: (Google Earth, 2006)



Şekil 5. 7 : Meydanın havuzlu görünümü.

Kaynak: (Firidin Özgür, Sayın, Seçer, & Göğüş, 2014)

2006 yılında hava haritasında büyük havuzun göründüğü Nazım Hikmet Parkı, yıllarca Havuz Meydanı olarak anılmıştır. (Şekil 5.6, Şekil 5.7)

2008 yılında kanalizasyon suyunun havuz suyuna karışmasının tespit edilmesi nedeniyle, (Şekil 5.7) Kadıköy Belediyesi tarafından havuz yıkılmış ve mahalle meydanına dönüştürülmüştür. (Martin, 2010)

Meydanla ilgili son düzenleme, Marmara Belediyeler Birliği, Superpool ve Global Designing Cities Initiative iş birliğiyle "Sokak Dönüştürme Prova Uygulama Destek Programı" kapsamında gerçekleştirilen projede Kadıköy Belediyesi ve WRI Türkiye (Sürdürülebilir Şehirler Ağı) ortak çalışmasının Mehmet Ayvalıtaş Meydan projesini gerçekleştirdi. Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nın General Asım Gündüz Caddesi yönü araç trafiğine kapatıldı, trafik düzenlemeleri ve çevre akslarda iyileştirme, zemin boyama ve tasarım çalışmaları yapılmıştır. Günümüzde ise trafiğe kapatılan aks araç trafiğinin yoğunlaşması nedeniyle tekrar araç kullanımına açılmıştır.

5.2 Araştırma Metodu

Alan çalışması kapsamında kentsel tasarım alanının temel mekansal analizleri ile kamusal servis tasarım araçlarından yolculuk ve empati haritaları yöntemleri ile elde edilen analizler ile birlikte kullanılarak mekana dair daha çok katmanlı veriye ulaşılması hedeflenmiştir. Bu bağlamda empathy map ve journey map çalışmalarına veri oluşturması amacıyla personalar oluşturulmuştur. Çalışma alanında yapılan görüşmeler ve gözlemler ile belirlenen personalar, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nın gerçek kullanıcıların temel özelliklerini, davranışlarını ve ihtiyaçlarını temsil ede bir modeldir. Kurgusal ancak gerçek kullanıcı verilerine dayalı olarak oluşturulan bu modeller, kullanıcıların belirli bir ürün, hizmet veya mekanla nasıl etkileşimde bulunduğunu anlamak için rehber eder.

Personalar, bu çalışma ve araştırma metodunda kentsel mekânı anlamak ve kentlilerin mekân nasıl etkileşimde bulunduğunu anlamak, yorumlamak ve analiz etmek için kullanılacaktır. Personalara göre oluşturulan Journey Map çıktıları çalışma alanı haritası üzerindeki verilere dönüştürülerek temas noktalarına, aşamalara, duygusal durumlara ve kentli-kullanıcı tepkilerine göre organize edilmiştir. Örneğin: kentli-kullanıcıların pozitif deneyim yaşadığı noktalar, zorluklarla karşılaştıkları adımlar ve süreçler ayrı kategorilerde incelenecektir.

Toplanan veriler, belirli temalar altında gruplandırılmıştır. Örneğin, güvenlik, erişilebilirlik veya hizmet eksikliği gibi temalar oluşturulabilir. Journey Map'ler ile meydan kullanıcılarının temas noktalarının incelenmesi yapılmıştır. Olumlu deneyimlerin tekrar edilebilir özellikleri incelenmiştir. Sorun yaşanan temas noktalarında problemin nedenleri, kentli-kullanıcıların yolculuğundaki önemli karar veya geçiş noktaları değerlendirilmiştir.

Kullanıcıların deneyimleri boyunca yaşadığı duygusal iniş ve çıkışları incelenecektir. Negatif duygusal tepkiler veren aşamalar çözüm odaklı bir yaklaşımla ele alınmıştır.

- Davranış kalıpları: kullanıcıların belirli temas noktalarındaki davranışları ve tercihleri analiz edilecektir.
- Sorun yaşanan temas noktaları mekansal olarak işaretlenecektir ve yorumlanacaktır.

- Harita üzerinden kullanıcıların deneyimledikleri temel sorunlar ve engeller net bir şekilde belirlenecektir. Bu engellerin neden olduğu memnuniyetsizlik veya meydandan ayrılma gibi durumlar göz önünde bulundurulur.
- Kullanıcı memnuniyetinin yüksek olduğu aşamalar incelenerek, bu özelliklerin geliştirilmesi diğer adımlara nasıl entegre edilebileceği tartışılacaktır.

Analizler görselleştirilerek kullanıcı memnuniyeti seviyelerinin gösteren grafikler oluşturulmuştur. Geliştirilmesi gereken süreçler ve bu süreçlerin etkileşimleri belirlenecektir. Kullanıcıların geri bildirimlerinden çözüm önerilerine doğru ilerleyen süreç kullanıcıların ifade ettiği ihtiyaçlar doğrultusunda yeni özellikler ve iyileştirme adımları geliştirilecektir. Elde edilen bilgiler ışığında yeni tasarım konseptleri oluşturulabilir ve bunlar kullanıcılarla test edilebilir.

Journey map' te toplanan verilerin analizi, kullanıcıların ihtiyaçlarını, duygularını ve deneyimlerini daha derinlemesine anlamayı sağlar. Bu analiz, tasarım sürecine yön vererek daha kullanıcı dostu, etkili ve memnuniyet odaklı hizmetlerin ortaya çıkmasına olanak tanır.

Empathy map, kullanıcıların hislerini, düşüncelerini, söylediklerini ve yaptıklarını analiz etmek için güçlü bir araçtır. Kentsel tasarım ve kamusal alanlar bağlamında bu araçla elde edilen veriler, mekânın işlevselliğini, kullanıcı memnuniyetini ve sosyal etkileşim potansiyelini anlamak için detaylı bir analiz sunabilir. Empathy map'de "ne söylüyor, düşünüyor, yapıyor, hissediyor?" sorularıyla toplanan veriler, kullanıcı davranışları ve ihtiyaçları ile ilgili öne çıkan temaları ve kalıpları belirlemek için analiz edilmektedir.

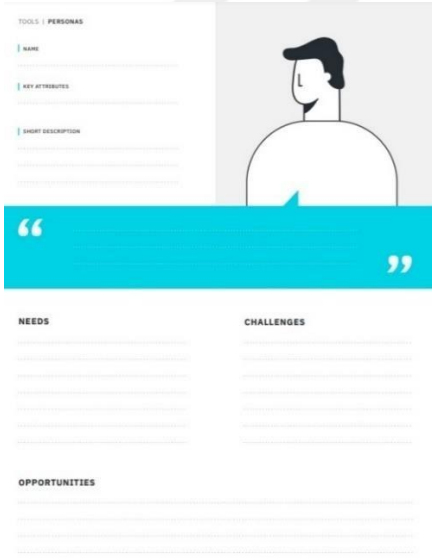
5.2.1 Veri Toplama ve Personaları Tanımlama

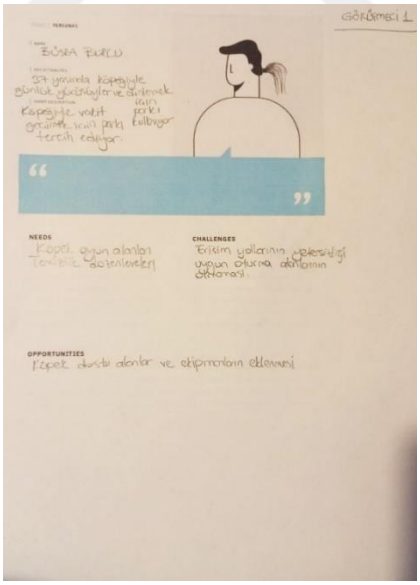
Bu bölüm, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı'nda gerçekleştirilen saha çalışmalarında toplanan verilerin analiz edilmesi ve bu analizler sonucunda belirlenen personaların tanımlanmasını içermektedir. Personaların oluşturulması sürecinde, kullanıcı davranışlarını ve ihtiyaçlarını anlamak amacıyla kapsamlı bir gözlem ve görüşme süreci gerçekleştirilmiştir. Gözlemler, yaz ve sonbahar mevsimlerinde hem hafta içi hem de hafta sonunu kapsayacak şekilde, farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiştir. Her bir gözlem yaklaşık 2-4 saat sürmüş ve toplamda 10 kez yapılmıştır. Ayrıca, farklı demografik gruplardan 30-40 kişiyle birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerin tamamı yarı yapılandırılmış formatta, kullanıcıların mekânı kullanım biçimlerini ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik detaylı sorularla yürütülmüştür. Bu yöntemlerle toplanan veriler, kullanıcıların demografik özellikleri, mekânsal alışkanlıkları, parktan beklentileri ve yaşadıkları sorunlar hakkında derinlemesine bilgi sağlamıştır. Veriler hem kullanıcı davranışlarının hem de mekânın mevcut kullanım senaryolarının anlaşılmasını mümkün kılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, parkı kullanan farklı profil ve ihtiyaçlara sahip 20 persona tanımlanmıştır.

Tanımlanan personalar, parkın kullanım alanlarına yönelik detaylı bir analiz sunarak, kullanıcı gruplarının temsil ettiği çeşitli davranışsal ve sosyokültürel eğilimleri anlamaya yardımcı olmuştur. Bu süreç, her bir personanın parka olan yaklaşımını, parkla olan etkileşimlerini ve mekâna dair ihtiyaçlarını anlamaya odaklanmıştır. Çalışmada elde edilen bu veriler hem Empathy Map hem de Journey Map analizlerine temel teşkil ederek, kullanıcı deneyimine dayalı tasarım kararlarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Aşağıda Service Design Tools kaynağındaki persona şablonunu kullanarak oluşturulan bir örneğini göreceğimiz format her bir farklı park kullanıcısı için persona olarak oluşturulmuştur.





Şekil 5. 8 : Persona şablonu boş hali.

Şekil 5. 9 : Personanın doldurulmuş hali.

Kaynak: (SDT, 2024)

Örnekte gösterilen (Şekil 5.8, Şekil 5.9) personalar, formdaki

- **Key attributes:** Temel nitelikler
- **Short description:** Kısa açıklamalar
    - **Needs:** İhtiyaçlar
    - **Challenges:** Zorluklar
    - **Opportunities:** Fırsatlar

Soruları cevaplanarak oluşturulmuştur. Bu bağlamda diğer personalar aşağıda sıralanmıştır:

1. Bisikletli Kurye

- **Key Attributes**: 25 yaşında, yemek dağıtım hizmetlerinde çalışan, parkı mola alanı olarak kullanıyor.
- **Short Description**: Hızlı bir iş temposunda çalışan ve parkı kısa dinlenme alanı olarak kullanan bir bisikletli kurye.
- **Needs**: Rahat oturma alanları, su doldurma noktaları, güvenli bisiklet park yerleri.
- **Challenges**: Hızlı dinlenme alanlarına erişim, güvenli ve temiz çevre eksikliği.
- **Opportunities**: Bisiklet dostu altyapı geliştirilmesi, gölge alanların artırılması.

---

2. Emekli Yerel Sakin

- **Key Attributes**: 65 yaşında, mahallede uzun süredir oturuyor, parkı sosyalleşme ve dinlenme için kullanıyor.
- **Short Description**: Gün içinde arkadaşlarıyla vakit geçiren ve parkı sosyalleşme alanı olarak gören emekli bir birey.
- **Needs**: Gölgelik alanlar, rahat banklar, sessiz ve huzurlu bir ortam.
- **Challenges**: Gürültü, kalabalık saatlerde rahat oturma alanı bulamama.
- **Opportunities**: Emeklilere yönelik aktiviteler, daha geniş oturma alanları.

---

3. Genç Sporcu

- **Key Attributes**: 18 yaşında, parkta koşu ve egzersiz yapıyor.
- **Short Description**: Fiziksel aktiviteler için parkı düzenli olarak kullanan genç

bir sporcu.

- **Needs**: Temiz koşu parkurları, egzersiz ekipmanları, su içme noktaları.
- **Challenges**: Koşu yollarının yetersizliği, spor yaparken alanın kalabalık olması.
- **Opportunities**: Spor ekipmanlarının artırılması, açık hava fitness alanlarının geliştirilmesi.

---

4. Küçük Çocuklu Anne

- **Key Attributes**: 32 yaşında, 3 yaşında bir çocuğu var, parkı oyun alanı olarak kullanıyor.
- **Short Description**: Çocuğunu oynaması için parka getiren, aynı zamanda sosyalleşmek isteyen bir anne.
- **Needs**: Güvenli oyun alanları, temiz tuvaletler, gölgelikli oturma alanları.
- **Challenges**: Çocuklar için yeterince güvenli alan olmaması, hijyen eksikliği.
- **Opportunities**: Çocuk dostu ekipmanlar ve etkinliklerin düzenlenmesi.

---

5. Öğrenci

- **Key Attributes**: 22 yaşında, yakındaki bir üniversitede okuyor, parkı arkadaşlarıyla buluşmak için kullanıyor.
- **Short Description**: Arkadaşlarıyla vakit geçirmek isteyen bir öğrenci.
- **Needs**: Wi-Fi erişimi, kalabalık gruplarla oturup dinlenebilecekleri oturma birimleri
- **Challenges**: Gürültü, oturma yerlerinin yetersizliği.
- **Opportunities**: Oturma alanlarınn artırılması, ücretsiz Wi-Fi hizmeti sunulması.

---

6. Moda İlkokulu Öğrencisi

- **Key Attributes:** 10 yaşında, Moda İlkokulu'na gidiyor ve parkı okul sonrası oyun alanı olarak kullanıyor.

- **Short Description:** Enerjisini atmak ve arkadaşlarıyla vakit geçirmek için parka gelen bir ilkokul öğrencisi.
- **Needs:** Güvenli oyun alanları, çocuk dostu ekipmanlar, temiz tuvaletler.
- **Challenges:** Oyun alanlarının yetersizliği ve güvenlik eksikliği.
- **Opportunities:** Çocuklara yönelik oyun ekipmanlarının artırılması ve güvenlik önlemlerinin geliştirilmesi.

---

7. Turist

- **Key Attributes**: 35 yaşında, parkı gezi sırasında dinlenmek için kullanıyor.
- **Short Description**: Kadıköy bölgesini keşfederken mola veren bir turist.
- **Needs**: Bilgilendirici levhalar, oturma alanları, güvenlik.
- **Challenges**: Dil bariyeri, yeterince bilgi alamama.
- **Opportunities**: Turistler için bilgilendirme panoları ve rehberlik hizmetleri.

---

8. Aktivist

- **Key Attributes:** 33 yaşında, çocuğunu Moda İlkokulu'ndan almayı bekleyen bir veli.
- **Short Description:** Çocuğunun okuldan çıkmasını beklerken parkta zaman geçiren bir ebeveyn.
- **Needs:** Rahat oturma alanları, gölgelik, dinlenme yerleri.
- **Challenges:** Oturacak yer bulamama ve uzun bekleme süreleri.
- **Opportunities:** Velilere yönelik oturma alanlarının artırılması ve bekleme sürecini keyifli hale getirecek etkinlikler düzenlenmesi.

---

9. Sanatçı

- **Key Attributes**: 28 yaşında, resim yapıyor veya fotoğraf çekiyor.
- **Short Description**: Sanat üretimi için doğal ortamı tercih eden bir sanatçı.
- **Needs**: İlham verici ortam, sessiz ve temiz bir çevre.
- **Challenges**: Gürültü, alandaki görsel estetik eksikliği.

- **Opportunities**: Sanatçılar için özel etkinliklerin düzenlenmesi.

---

10. Park Görevlisi

- **Key Attributes**: 40 yaşında, parkta düzen ve temizlikten sorumlu.
- **Short Description**: Parkın günlük düzenini sağlayan ve kullanıcıların sorunlarına çözüm bulan bir görevli.
- **Needs**: Temizlik araçları, kullanıcı geri bildirimleri.
- **Challenges**: Kaynak eksikliği, yoğunlukla başa çıkma zorluğu.
- **Opportunities**: Daha fazla ekipman ve geri bildirim mekanizması.

---

11. Sabah Yürüyüşçüsü

- **Key Attributes:** 50 yaşında, sağlığına dikkat eden, sabah erken saatlerde parkta yürüyüş yapıyor.
- **Short Description:** Sabahları temiz hava almak ve spor yapmak için parkı kullanan bir birey.
- **Needs:** Temiz yürüyüş yolları, aydınlatma, dinlenme bankları.
- **Challenges:** Sabah saatlerinde parkın yeterince temiz olmaması, güvenlik endişesi.
- **Opportunities:** Aydınlatma sistemlerinin iyileştirilmesi, sabah temizliği düzenlemesi.

---

12. Engelli Kullanıcı

- **Key Attributes:** 45 yaşında, tekerlekli sandalye kullanıyor, parkı sosyal alan olarak kullanıyor.
- **Short Description:** Parkın erişilebilirliği sayesinde dinlenmek ve vakit geçirmek için kullanan birey.
- **Needs:** Rampalar, engelsiz yollar, erişilebilir tuvaletler.
- **Challenges:** Erişim yollarının yetersizliği, uygun oturma alanlarının olmaması.

- **Opportunities:** Engelsiz alanların artırılması, park tasarımının kapsayıcı hale getirilmesi.

---

13. Köpek Sahibi

- **Key Attributes:** 38 yaşında, köpeğiyle günlük yürüyüşler yapmak için parkı tercih ediyor.
- **Short Description:** Köpeğiyle vakit geçirmek ve egzersiz yaptırmak için parkı kullanan bir birey.
- **Needs:** Köpek oyun alanları, su içme noktaları, temizlik düzenlemeleri.
- **Challenges:** Köpekler için özel alanların eksikliği, hijyen sorunları.
- **Opportunities:** Köpek dostu alanlar ve ekipmanların eklenmesi.

---

14. Genç Çift

- **Key Attributes:** 27 yaşında, buluşma noktası olarak parkı tercih eden bir çift.
- **Short Description:** Doğal ortamda vakit geçirmek isteyen romantik bir çift.
- **Needs:** Gölgelik oturma alanları, sakin ve özel köşeler.
- **Challenges:** Kalabalık, mahremiyet eksikliği.
- **Opportunities:** Daha fazla oturma alanı.

---

15. Dış Mekân İşçisi

- **Key Attributes:** 35 yaşında, inşaat veya temizlik gibi işlerde çalışıyor, mola için parkı kullanıyor.
- **Short Description:** İş sırasında dinlenmek ve yemek yemek için parka gelen bir birey.
- **Needs:** Gölgelik alanlar, temiz oturma yerleri.
- **Challenges:** Oturma yerlerinin yetersizliği, hijyen eksikliği.
- **Opportunities:** İşçilere yönelik dinlenme alanlarının oluşturulması.

---

16. Öğretmen

- **Key Attributes:** 42 yaşında, öğrenci gezileri için parkı ziyaret eden bir öğretmen.
- **Short Description:** Eğitim amaçlı geziler düzenleyen ve parkı öğrencileri için bir öğrenme alanı olarak kullanan birey.
- **Needs:** Güvenlik, bilgilendirici panolar, oturma alanları.
- **Challenges:** Kalabalıkta öğrenci gruplarını yönetme zorluğu.
- **Opportunities:** Eğitim materyallerinin ve bilgilendirme tabelalarının artırılması.

---

17. Akşam Piknikçisi

- **Key Attributes:** 30 yaşında, arkadaş grubuyla akşamları piknik yapmak için parkı kullanıyor.
- **Short Description:** Sosyal etkinlikler ve piknik için parkı tercih eden bir birey.
- **Needs:** Aydınlatma, çöp kutuları, geniş oturma alanları.
- **Challenges:** Akşam güvenliği, temizlik eksikliği.
- **Opportunities:** Aydınlatmanın artırılması, geniş piknik alanlarının düzenlenmesi.

---

18. Yaşlı Çift

- **Key Attributes:** 70 yaşında, parkta yürüyüş yaparak vakit geçiren bir çift.
- **Short Description:** Sağlık ve sosyalleşme amacıyla parkı kullanan emekli bir çift.
- **Needs:** Güvenli yollar, dinlenme bankları, gölgelik alanlar.
- **Challenges:** Kalabalık saatlerde huzurun bozulması.
- **Opportunities:** Yaşlı dostu alanların artırılması, huzurlu köşeler.

---

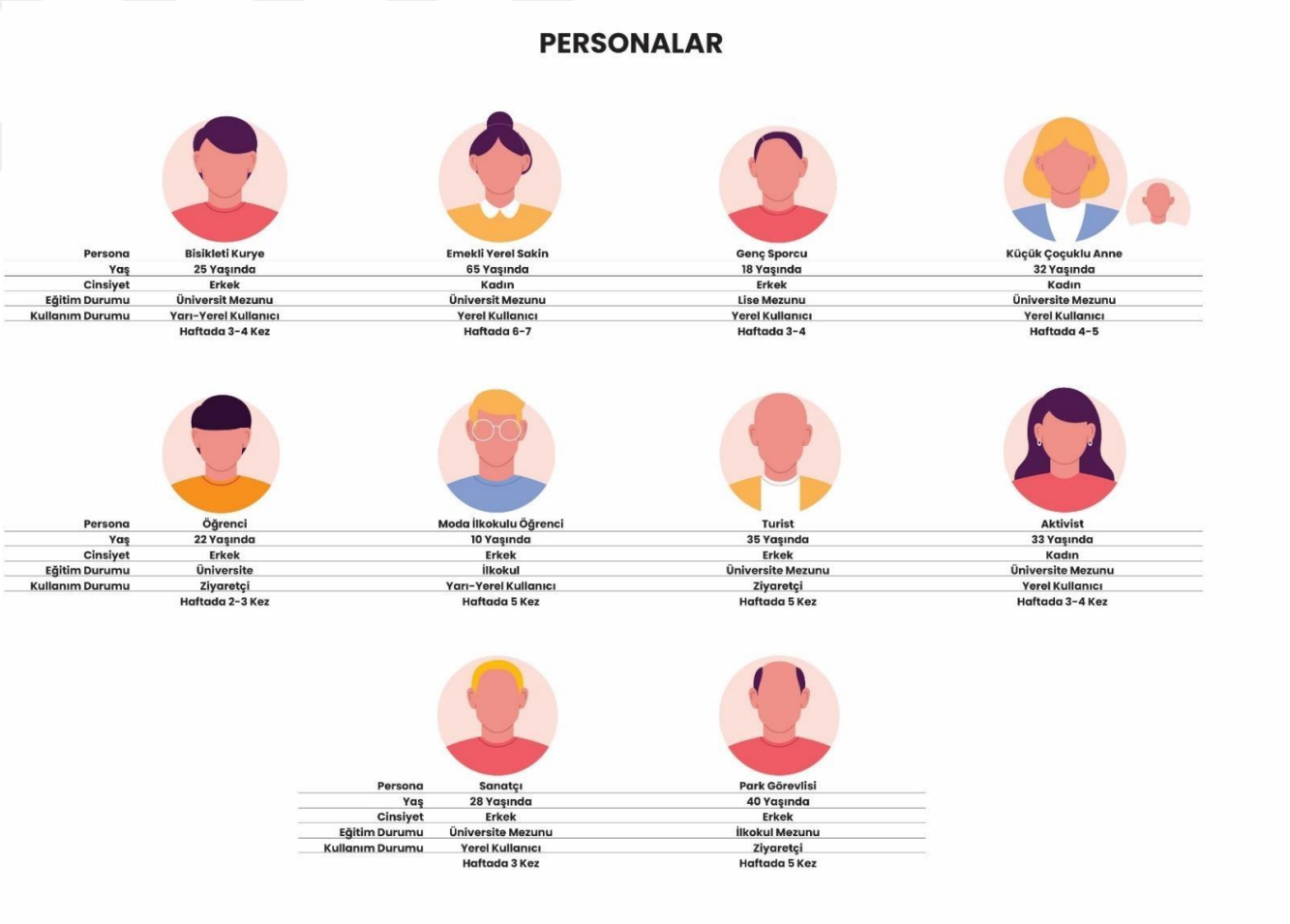
19. Kadıköy Barlar Sokağı Ziyaretçisi

- **Key Attributes:** 28 yaşında, akşamları eğlenmek ve sosyalleşmek için Kadıköy Barlar Sokağı'nı ziyaret eden bir birey. Çevrede vakit geçirdikten sonra dinlenmek veya arkadaşlarıyla oturmak için parka uğruyor.
- **Short Description:** Kadıköy Barlar Sokağı'nın sosyal atmosferini seven ve parkı etkinlik sonrası dinlenme alanı olarak kullanan bir ziyaretçi.
- **Needs:** Gece saatlerinde güvenli ve aydınlatılmış oturma alanları. Temiz çevre ve oturma yerleri.
- **Challenges:** Gece saatlerinde parkın yetersiz aydınlatılması. Gürültü veya kalabalık nedeniyle huzurlu bir ortamın sağlanamaması.
- **Opportunities:** Gece dostu bir park düzenlemesi ile güvenlik ve aydınlatmanın iyileştirilmesi. Barlar Sokağı ile park arasında bağlantıyı güçlendiren yönlendirme tabelalarının eklenmesi.

---

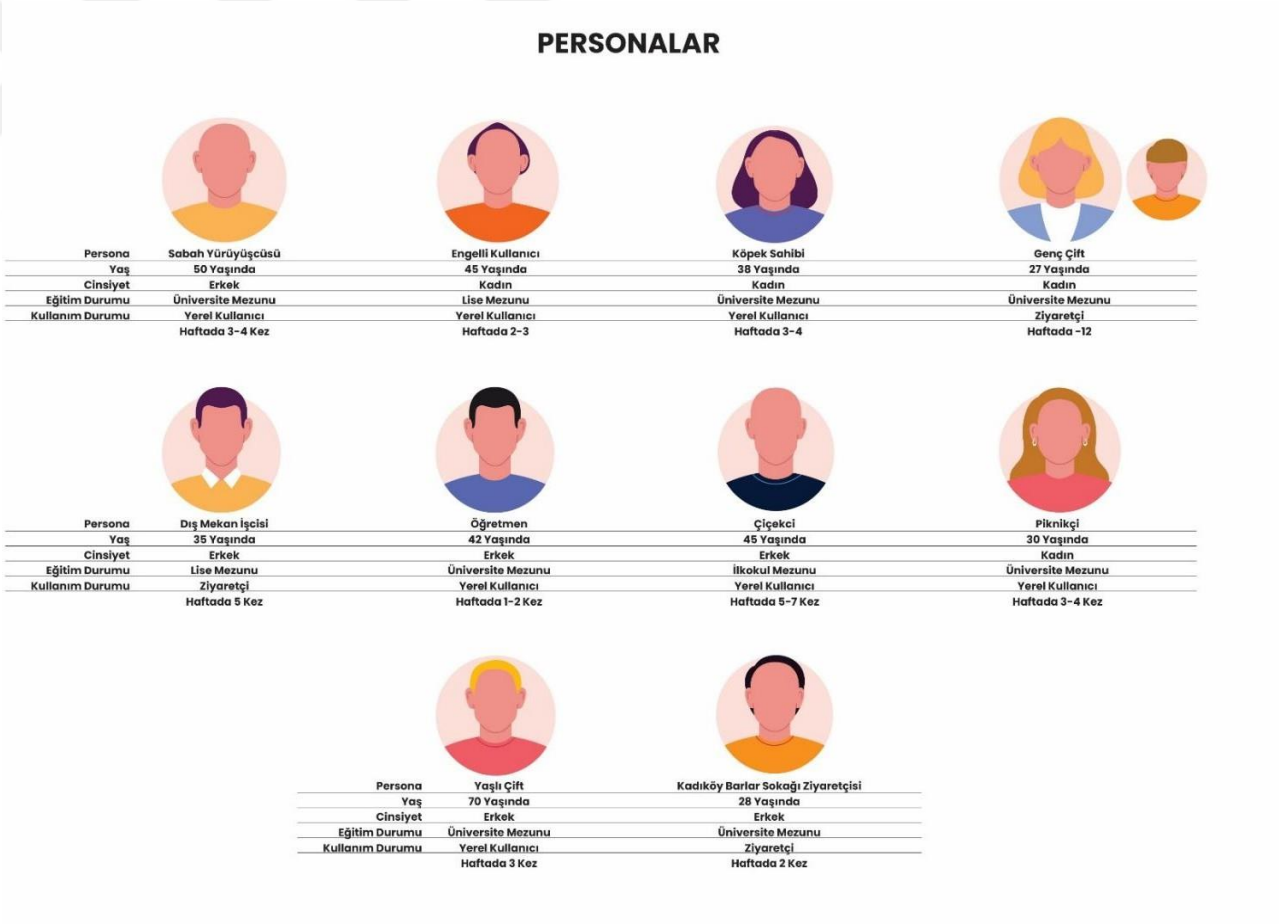
20. Çiçekçi

- **Key Attributes:** 45 yaşında, meydanda çiçek tezgâhı işleten bir esnaf.
- **Short Description:** Gün boyu çiçek satışı yaparak geçimini sağlayan ve parkı iş alanı olarak kullanan bir çiçekçi.
- **Needs:** Gölgelik alanlar, düzenli su temini, güvenlik ve satış yapabileceği sabit bir nokta.
- **Challenges:** Gün boyunca açık alanda çalışma zorluğu, altyapı eksiklikleri, yoğun saatlerde yer sıkıntısı.
- **Opportunities:** Daha iyi düzenlenmiş satış alanları, esnafın ihtiyaçlarına yönelik altyapı geliştirilmesi, müşteri çekmek için etkinlikler düzenlenmesi.



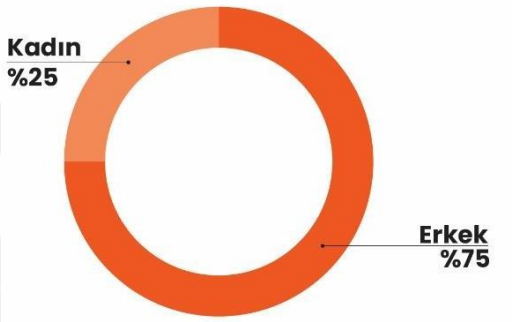
Şekil 5. 10 : Mehmet Ayvalıtaş Meydanı kullanıcı personaları

Kaynak: Tez çalışması kapsamında yazar tarafında hazırlanmıştır.



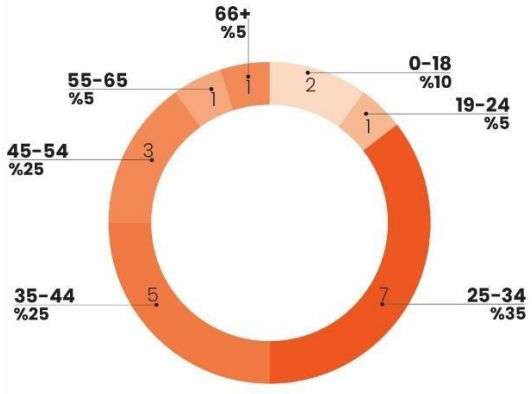
Şekil 5. 11 : Mehmet Ayvalıtaş Meydanı kullanıcı personaları
Kaynak: Tez çalışması kapsamında yazar tarafında hazırlanmıştır.

Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı odaklı çalışmada tanımlanan personalar (Şekil 5.10, Şekil 5.11), kullanıcı çeşitliliğini anlamak ve kentsel tasarım sürecine kullanıcı odaklı yaklaşımları entegre etmek için kritik bir rol oynamaktadır. Personalar, farklı yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum ve parkla kurdukları ilişkilere göre çeşitlendirilmiştir. Bu çeşitlilik, alanın sunduğu mekânsal imkanlar ve karşılaştığı sorunların anlaşılması için önemli bir altyapı sunmaktadır.



Şekil 5. 12 : Personaların cinsiyet dağılımı.

Personaların cinsiyet dağılımını yukarıdaki grafikte gösterilmektedir; (Şekil 5.12) %25 kadın ve %75 erkek katılımcı bulunmaktadır. Bu dağılım, erkek katılımcıların çoğunlukta olduğunu ve cinsiyet temsilinde belirgin bir farklılık olduğunu ortaya koymaktadır.



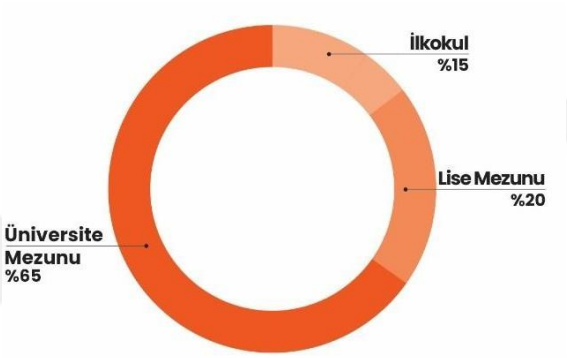
Şekil 5. 13 : Personaların yaş dağılımı.

(Şekil 5. 13) göre, personaların yaş dağılımı farklı yaş gruplarını kapsayacak şekilde

geniş bir yelpazeye yayılmıştır. En fazla katılım, %35 ile 25-34 yaş grubundan gerçekleşmiştir. Bunu %25 oranıyla 35-44 yaş ve 45-54 yaş grupları takip etmektedir.

Diğer yaş gruplarına bakıldığında, 0-18 yaş grubu %10 oranında yer alırken, 19-24 yaş, 55-65 yaş ve 66+ yaş grupları ise her biri %5 oranında temsil edilmiştir.

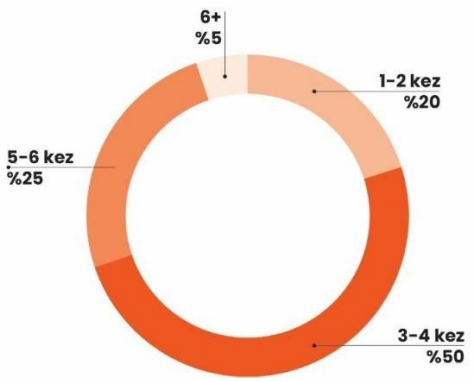
Bu geniş yaş dağılımı, çalışmanın farklı yaş gruplarının ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha iyi anlamaya olanak sağlamaktadır. Ayrıca, bu durum personaların yaş gruplarına göre çeşitlilik gösteren deneyim ve bakış açılarını çalışma sürecine entegre etmek açısından önemli bir katkı sunmaktadır.



Şekil 5. 14 : Personaların eğitim seviyeleri.

Persona çalışmasındaki katılımcıların eğitim seviyeleri analiz edildiğinde (Şekil 5. 14), "Moda İlkokulu Öğrencisi" ve "Küçük Çocuklu Anne" gibi personanın, genellikle ilkokul veya temel eğitimi temsil ettiği gözlemlenmektedir. Ancak, "Öğretmen," "Sanatçı," "Aktivist" ve "Çiçekçi" gibi daha yüksek eğitim veya özel eğitim gerektiren meslek ve rollerin yer aldığı personanın çoğunluğu oluşturmaktadır. "Emekli Yerel Sakin" ve "Kadıköy Barlar Sokağı Ziyaretçisi" gibi farklı rolleri içeren geniş bir dağılım, çeşitli bakış açılarını ve deneyimleri ortaya koymaktadır.

"Bisikleti Kurye," "Sabah Yürüyüşçüsü" ve "Dış Mekân İşçisi" gibi meslekleri içeren çeşitli iş dağılımı, toplumun farklı kesimlerini kentsel tasarım sürecine dahil etmektedir. Bu çeşitlilik hem işçi sınıfından hem de profesyonel sektörlerden bakış açılarını kapsayarak daha kapsayıcı kentsel çözümler üretilmesini sağlamaktadır.



Şekil 5. 15 : Personaların parkı kullanım sıklığı.

Park kullanım sıklığına ilişkin grafiğe göre(Şekil 5.15), personaların %50'sinin parkı 3-4 kez kullandığı görülmektedir. Bu, parkın düzenli bir şekilde kullanılan bir alan olduğunu göstermektedir. Personaların %25'i parkı 5-6 kez kullanarak daha sık bir kullanım alışkanlığı sergilerken, %20'si parkı yalnızca 1-2 kez kullanmıştır. Parkı 6'dan fazla kez kullananların oranı ise %5 ile en düşük grup olarak dikkat çekmektedir.

Bu dağılım, parkın genel olarak düzenli bir kullanım yoğunluğuna sahip olduğunu, ancak bazı kullanıcılar için kullanım sıklığının oldukça sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Daha sık kullanan grupların varlığı, parkın çeşitli aktiviteler için çekici olduğunu gösterirken, daha az kullananlar için parkın daha fazla erişilebilir hale getirilmesi ya da ilgi çekici özelliklerle donatılması gerektiğini işaret etmektedir. Bu çeşitlilik, kullanıcıların ihtiyaçlarını ve park kullanımını artırmaya yönelik stratejik düzenlemeler yapılması gerektiğini göstermektedir.

5.3 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı Yolculuk Haritası Çalışması

Bu bölümde, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı ve Parkı'nın farklı kullanıcı profilleri açısından nasıl deneyimlendiği, kullanıcı yolculuk haritaları aracılığıyla analiz edilmektedir. Yolculuk haritaları, parkı kullanan farklı demografik ve sosyo-ekonomik grupların ihtiyaçlarını, beklentilerini ve yaşadıkları zorlukları belirlemek amacıyla tasarlanmıştır. Bir önceki bölümde tanımlanan personalar, bu çalışmanın temelini oluşturarak, parkın kullanıcılar tarafından hangi aşamalarda, nasıl deneyimlendiğini adım adım ortaya koymaktadır.

Çalışmanın amacı, farklı kullanıcı gruplarının parkla etkileşimlerini analiz ederek, alanın mevcut kullanım durumu ile kullanıcı beklentileri arasındaki boşlukları tespit

etmek ve bu doğrultuda kentsel tasarım süreçlerine rehberlik edecek veriler elde etmektir. Yolculuk haritaları, parkın kullanıcılarına sunduğu fiziksel ve duygusal deneyimlerin yanı sıra, kullanıcıların karşılaştığı zorlukları ve bu zorlukların çözümüne yönelik fırsatları detaylandırmaktadır.

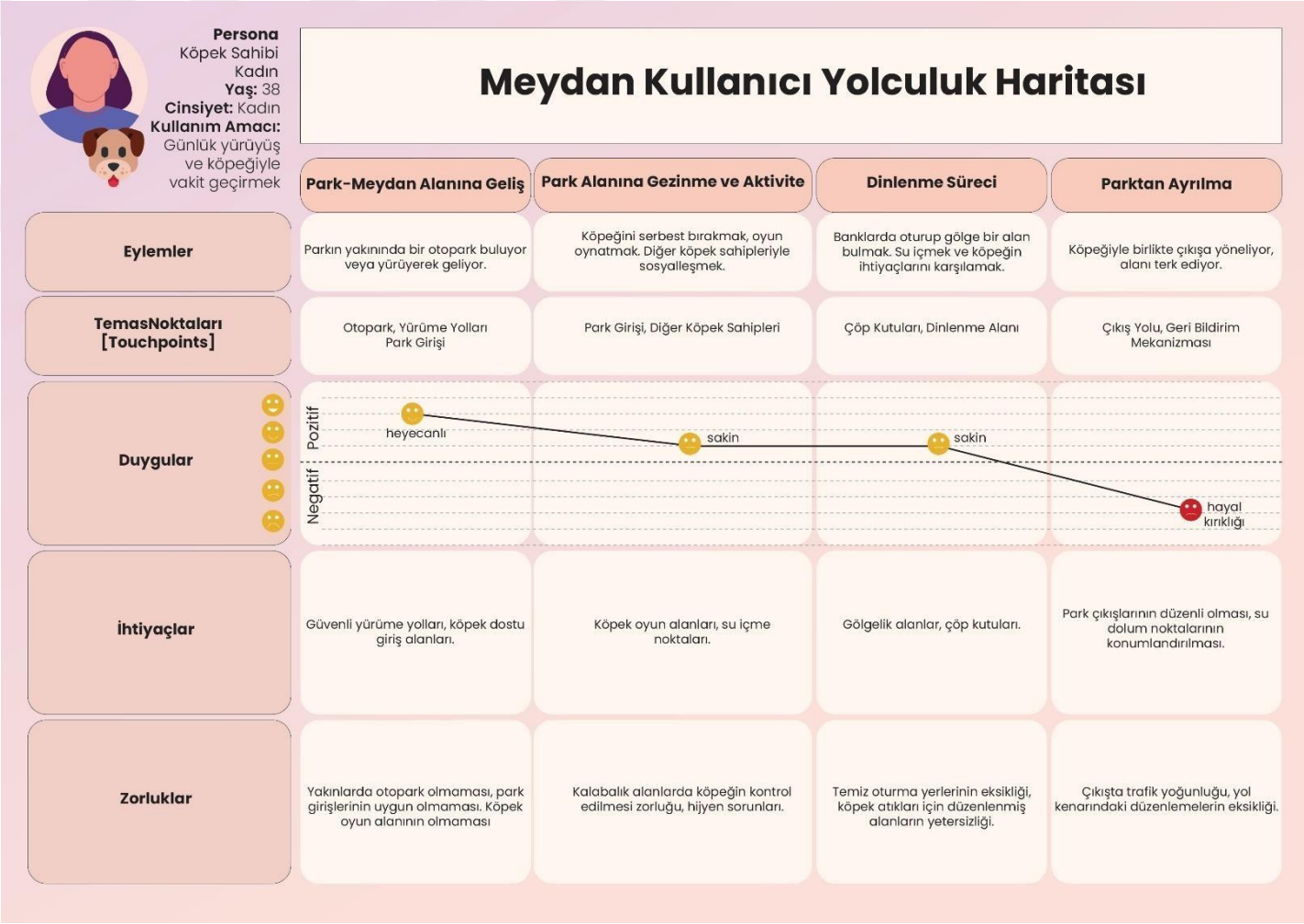
Bu bağlamda, belirlenen 20 personalar için oluşturulan yolculuk haritalarında her bir kullanıcının parkı ziyaret sürecindeki başlıca temas noktaları, duygusal tepkileri ve deneyim aşamaları incelenmiştir. Haritalar, parkın farklı kullanıcı grupları için ne derece erişilebilir, işlevsel ve kullanıcı dostu olduğunu değerlendirmek ve bu kullanıcı deneyimlerini daha tatmin edici hale getirecek öneriler sunmak amacıyla oluşturulmuştur.

Aşağıda sunulan yolculuk haritaları, bisikletli kuryeden köpek sahibine, emekli bir mahalle sakinden sanatçılara kadar geniş bir yelpazede personaların Mehmet Ayvalıtaş Meydanı ve Parkı'ndaki yolculuklarını gözler önüne sermektedir. Bu haritalar, yalnızca kullanıcıların park deneyimini anlamakla kalmayıp, aynı zamanda parkın mevcut sorunlarına ve potansiyel iyileştirme alanlarına dair ipuçları sağlamaktadır.

Aşağıdaki yolculuk haritası örneği (Çizelge 5.1), Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nda parkı kullanan bir "Köpek Sahibi Kadın" personasının deneyimini aşamalı olarak ele alan bir analiz sunmaktadır. Bu harita, kullanıcının parka gelişinden alanı terk edişine kadar olan süreci adım adım inceleyerek duygular, ihtiyaçlar, zorluklar ve temas noktaları (touchpoints) çerçevesinde detaylandırılmıştır. Yolculuk haritası, bir kullanıcının alanla etkileşimindeki olumlu ve olumsuz deneyimleri anlamak ve çözüm odaklı öneriler geliştirmek için güçlü bir araçtır.

Bu haritalar, her bir kullanıcının park ile olan etkileşim sürecindeki ihtiyaçlarını, zorluklarını ve duygusal tepkilerini ortaya koyarken, aynı zamanda parkın fiziksel ve sosyal altyapısının kullanıcı beklentilerini ne ölçüde karşıladığını değerlendirme fırsatı sağlamaktadır. Yolculuk haritalarının bir arada değerlendirilmesiyle, farklı kullanıcı gruplarının deneyimlerinden elde edilen veriler ışığında parkın mekânsal düzenlemelerinin ne derece etkili olduğu incelenecek, eksikliklerin ve potansiyel iyileştirme alanlarının belirlenmesi sağlanacaktır. Bu kapsamda, elde edilen bulgular, kamusal alanın daha kapsayıcı, erişilebilir ve kullanıcı odaklı bir yapıya kavuşturulması için yol gösterici olacaktır.

Çizelge 5. 1 Meydan kullanıcı yolculuk haritası örneği



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu yolculuk haritası (Çizelge 5. 1), Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nı kullanan "Köpek Sahibi Kadın" personasının parkta yaşadığı deneyimi farklı aşamalarda incelemektedir. Görselde dört temel aşama ve bu aşamalara eşlik eden duygular, temas noktaları, ihtiyaçlar ve zorluklar detaylı şekilde ele alınmıştır.

1. Park-Meydan Alanına Geliş

- **Eylemler:** Kullanıcı, parka ulaşmak için otopark buluyor ya da yaya olarak geliyor.
- **Temas Noktaları:** Otopark alanı, yürüme yolları ve park girişleri.
- **Duygular:** Kullanıcının bu aşamada heyecanlı olduğu belirtilmiş, köpeğiyle kaliteli zaman geçirme hevesi vurgulanmış.
- **İhtiyaçlar:** Güvenli yürüme yolları, köpek dostu giriş alanları gibi fiziksel düzenlemelere ihtiyaç duyuluyor.
- **Zorluklar:** Yakın otopark eksikliği, park girişlerinin uygun olmaması gibi sorunlar kullanıcı deneyimini olumsuz etkiliyor.

2. Park Alanında Gezinme ve Aktivite

- **Eylemler:** Köpeğini serbest bırakıyor, oyun oynatıyor ve diğer köpek sahipleriyle sosyalleşiyor.
- **Temas Noktaları:** Park girişleri ve diğer köpek sahipleriyle etkileşim alanları.
- **Duygular:** Bu aşamada kullanıcı sakin ve rahat hissetmekte.
- **İhtiyaçlar:** Köpek oyun alanları ve su içme noktalarının varlığı önemli bir gereksinim olarak öne çıkıyor.
- **Zorluklar:** Kalabalık alanlarda köpeğin kontrol edilmesi zorluğu ve hijyen sorunları, deneyimi olumsuz etkiliyor.

3. Dinlenme Süreci

- **Eylemler:** Kullanıcı, banklarda oturup dinleniyor ve köpeğinin ihtiyaçlarını karşılıyor.
- **Temas Noktaları:** Çöp kutuları ve gölgelikli dinlenme alanları.
- **Duygular:** Kullanıcı yine sakin hissetmekte.
- **İhtiyaçlar:** Gölgelik alanlar ve çöp kutuları gibi altyapı ihtiyaçları belirtilmiş.

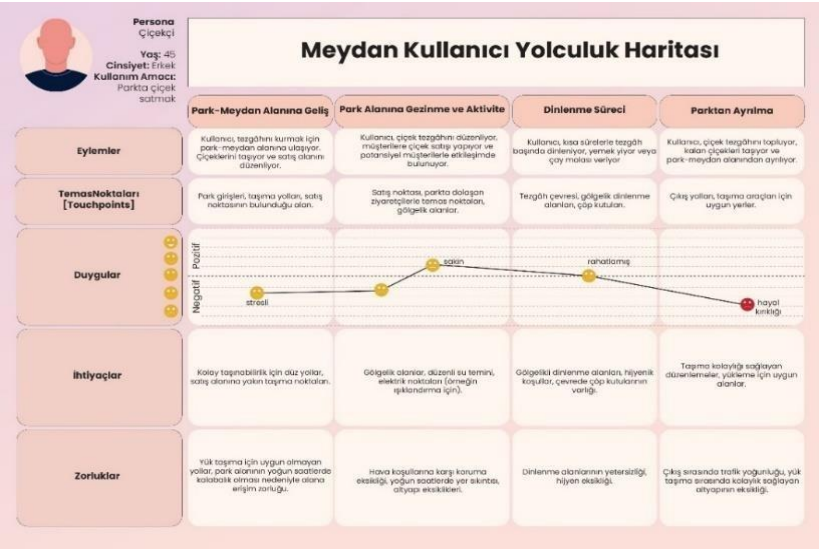
- **Zorluklar:** Temiz oturma yerlerinin eksikliği ve köpek atıkları için düzenlenmiş alanların yetersizliği dikkat çekiyor.

4. Parktan Ayrılma

- **Eylemler:** Kullanıcı köpeğiyle birlikte park çıkışına yöneliyor ve alanı terk ediyor.
- **Temas Noktaları:** Çıkış yolları ve geri bildirim mekanizması.
- **Duygular:** Hayal kırıklığı duygusu, özellikle park çıkışlarının düzensiz olması ve su dolum noktalarının eksikliği nedeniyle öne çıkıyor.
- **İhtiyaçlar:** Parkın düzenli çıkış yolları ve eksiksiz altyapıya olan gereksinimi belirtilmiş.
- **Zorluklar:** Çıkışta trafik yoğunluğu ve yol kenarındaki düzenlemelerin eksikliği deneyimi olumsuz etkiliyor.

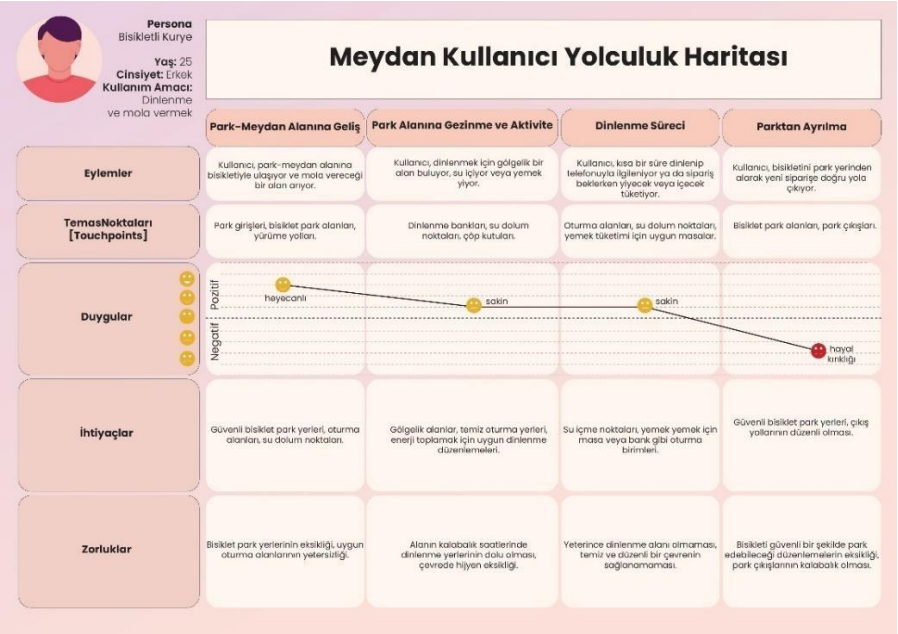
Bu yolculuk haritası, kullanıcı deneyimini farklı aşamalarda analiz ederek, olumlu ve olumsuz yönleri sistematik bir biçimde ortaya koymaktadır. Pozitif duygular (heyecan, sakinlik) parkın kullanıcıya sağladığı değerli bir deneyimi vurgularken, negatif duygular (hayal kırıklığı) fiziksel düzenlemelerin yetersizliğine işaret ediyor. Bu bulgular, parkın mevcut altyapısının iyileştirilmesine ve kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayan daha kapsayıcı bir tasarım oluşturulmasına yönelik yol haritası sunmaktadır.

Çizelge 5. 2 Çiçekci personası yolculuk haritası



Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çizelge 5. 3 Bisikletli kurye yolculuk haritası

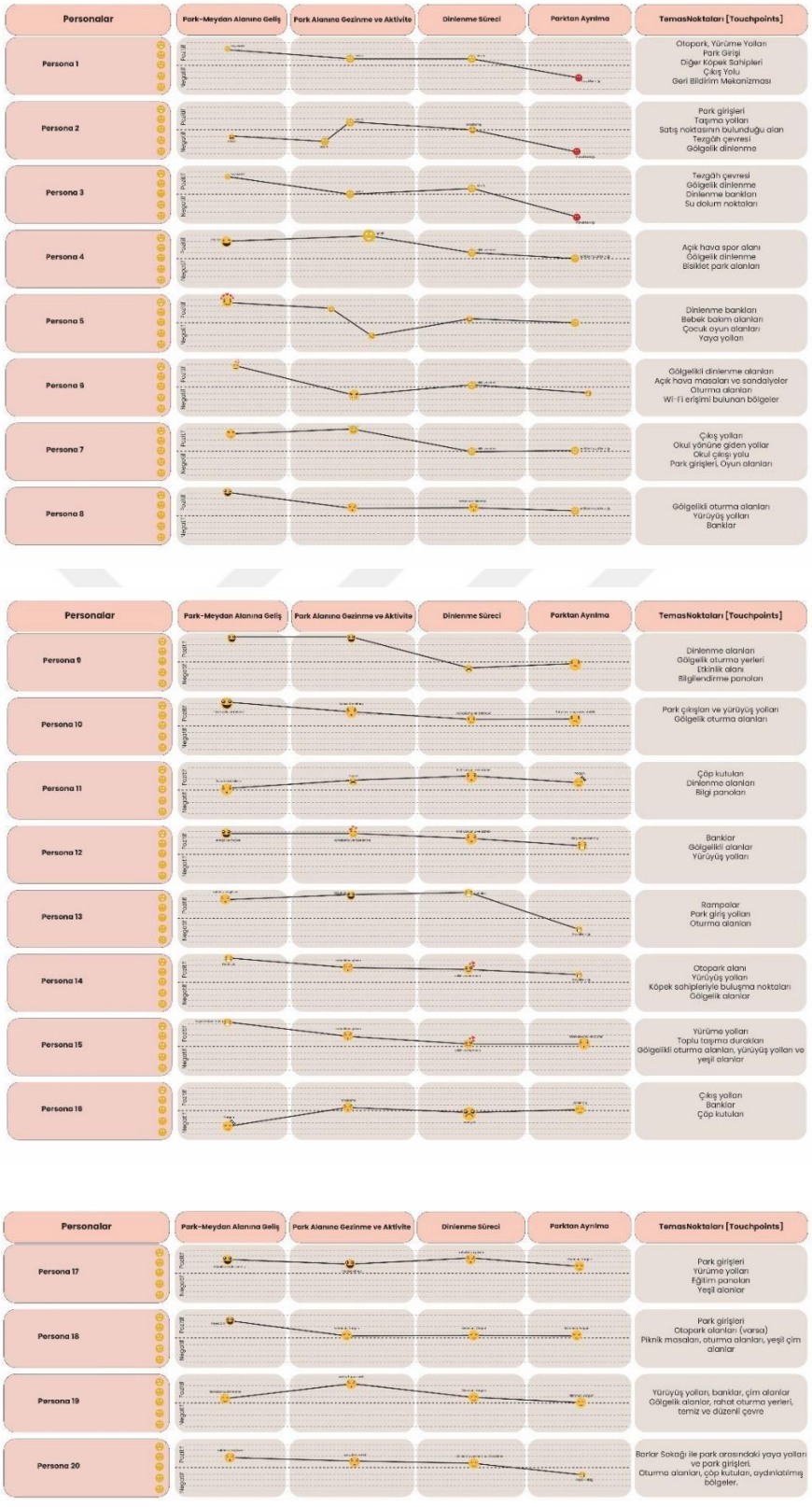


Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hazırlanan 20 farklı persona yolculuk haritası (Çizelge 5. 2, Çizelge 5. 3) Mehmet Ayvalıtaş Meydanı ve Parkı kullanıcılarının mekânla olan etkileşimlerini, ihtiyaçlarını, karşılaştıkları zorlukları ve deneyimlerini detaylı bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu haritalar, kullanıcı profillerinin çeşitliliğini ortaya koyarak farklı demografik, sosyal ve davranışsal grupların ortak temas noktalarını ve ihtiyaçlarını belirlemeye olanak tanır.

Yapılan analizler sonucunda, kullanıcıların mekânsal deneyimlerini etkileyen unsurlar, ortak zorluklar ve fırsatlar ortaya çıkarılacaktır. Bu analiz, farklı kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarına yanıt verecek şekilde parkın yeniden düzenlenmesi için stratejik bir çerçeve sunacaktır. Özellikle altyapı eksiklikleri, güvenlik, erişilebilirlik ve kullanıcı memnuniyetine yönelik mekânsal düzenlemeler gibi kritik unsurlar, bu haritalardan elde edilen bulgular ışığında değerlendirilecektir. Böylece, parkın kullanıcı odaklı ve katılımcı bir yaklaşımla iyileştirilmesi hedeflenmektedir.

Çizelge 5. 4 Tüm personaların yolculuk haritaları



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'na ait 20 farklı persona için oluşturulmuş yolculuk haritaları (Çizelge 5. 4), kullanıcıların parkta deneyimledikleri süreçlerin detaylı bir analizini sunmaktadır. Her bir persona, parka geliş, park içinde aktivite, dinlenme süreci ve park alanından ayrılma aşamalarında farklı duygusal durumlar, ihtiyaçlar ve zorluklar yaşamaktadır. Bu haritalar, meydanın mevcut durumunu ve kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik eksikliklerini anlamada önemli bir veri kaynağıdır.

Mekânsal durum analizine bakıldığında Yolculuk haritaları, aşağıdaki mekânsal özellikleri vurgulamaktadır:

1. Otopark ve Yaya Yolları Eksikliği: Çoğu persona, parka gelirken otopark veya güvenli yaya yollarının eksikliğinden şikâyet etmektedir.
2. Dinlenme ve Sosyalleşme Alanları: Gölgelik ve rahat oturma alanlarının eksikliği, kullanıcıların park içindeki deneyimlerini olumsuz etkilemektedir.
3. Aktivite Alanları: Spor yapanlar ve çocuklu aileler için yeterli oyun veya egzersiz alanlarının olmaması öne çıkan bir sorundur.
4. Geri Bildirim Mekanizmaları ve Çıkış Alanları: Parkın çıkışlarında trafik yoğunluğu ve geri bildirim mekanizmalarının eksikliği dikkat çekmektedir.

Persona duygu durumlarının analizi: kullanıcıların duygusal durumları, park içindeki deneyimlerin memnuniyet seviyesini ölçmede kritik bir göstergedir:

- Pozitif Duygular: Parka giriş aşamasında heyecan ve rahatlama duyguları baskındır.
- Negatif Duygular: Çıkış sürecinde, özellikle altyapı eksiklikleri nedeniyle hayal kırıklığı ön plana çıkmaktadır.
- Ortaklaşan Duygular: Kullanıcıların büyük bir bölümü dinlenme sürecinde huzurlu ve sakin hissetmekte ancak bu duygular, ihtiyaçların giderilemesi nedeniyle tam anlamıyla sürdürülememektedir.

Temas Noktaları (Touchpoints) analizi: 20 personanın ortak temas noktaları şu şekilde analiz edilmiştir:

- Ortak Kullanım Alanları: Yürüme yolları, oturma alanları ve çöp kutuları gibi altyapı elemanları sık kullanılan ortak alanlardır.

- Eksik Temas Noktaları: Köpek sahipleri için oyun alanları, sporcular için ekipmanlar ve çocuklar için güvenli oyun alanları eksik gözükmektedir.
- Kritik Geliştirme Alanları: Çıkış yollarının düzenlenmesi, su dolum noktalarının artırılması ve bilgilendirici levhaların konumlandırılması gerektiği belirtilmektedir.

Bu yolculuk haritaları, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nın kullanıcı odaklı bir şekilde yeniden düzenlenmesi için önemli ipuçları sunmaktadır. Haritaların analizinden elde edilen veriler, kentsel tasarım projelerinde şu şekilde değerlendirilebilir:

1. Katılımcı Tasarım Süreçleri: Kullanıcı ihtiyaçlarının mekânsal çözümlerle buluşturulması, daha kapsayıcı bir tasarım anlayışı sağlayacaktır.
2. Hedefe Yönelik Geliştirme: Çocuklu aileler, engelli bireyler ve yaşlılar gibi özel kullanıcı gruplarına yönelik çözümler geliştirilebilir.
3. Deneyim Odaklı Yaklaşım: Kullanıcıların parkta geçirdiği sürenin duygusal olarak olumlu olmasını sağlayacak tasarımlar yapılabilir.
4. Kullanıcı Memnuniyeti ve Erişilebilirlik: Parkın genel memnuniyet seviyesini artıracak, erişilebilir ve kullanıcı dostu bir alan haline gelmesi sağlanabilir.

Bu analizler, kentsel tasarım sürecinin kullanıcı odaklı bir anlayışla yeniden şekillendirilmesine olanak tanımakta ve kamusal alanların daha yaşanabilir, fonksiyonel ve katılımcı bir yapıya dönüşmesine katkıda bulunmaktadır.



Şekil 5. 16 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı personaların park kullanımı gösteren diyagram



Şekil 5. 17 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı personaların park içindeki konumları



Şekil 5. 18 Yolculuk haritalarında elde edilen verilerin mekânsal yansıması

Çalışma, kullanıcı yolculuk haritalarından (Şekil 5. 16, Şekil 5. 17) yola çıkarak mekânsal deneyimlerin kullanıcıların pozitif ve negatif duyguları üzerindeki etkisini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Şekil üzerinde görülen renkli daireler, personaların belirli alanlarda yaşadığı duygusal durumları temsil etmektedir. Kırmızı tonlar, negatif deneyimlerin yoğunlaştığı bölgeleri işaret ederken; sarı tonlar, pozitif duyguların baskın olduğu alanları göstermektedir. Bu duygusal dağılım, kullanıcıların mekânsal tasarıma nasıl tepki verdiğini anlamak ve tasarım sürecinde iyileştirme fırsatlarını belirlemek için kritik bir veri seti sunmaktadır.

Şekilde, mekânsal deneyimlerin yoğunluk noktaları gözlemlenebilir. Örneğin, giriş ve çıkış noktalarında kırmızı tonların yoğunlaşması, bu alanlarda karşılaşılan engeller, yönlendirme eksikliği ya da kalabalık gibi olumsuz deneyimlerin varlığını işaret etmektedir. Bunun aksine, yeşil alanların ve gölge sağlayan bölgelerin bulunduğu noktalarda sarı tonların hâkim olması, kullanıcıların burada daha rahat ve memnun olduklarını göstermektedir.

Bu analiz hem fiziksel çevre düzenlemesinin hem de hizmet tasarımının kullanıcı deneyimini iyileştirmek için nasıl optimize edilebileceğine dair değerli bilgiler sunmaktadır. Önerilen iyileştirmeler arasında, negatif deneyimlerin yoğun olduğu alanlarda yönlendirme, erişim kolaylığı ve kullanıcı dostu tasarım çözümleri sağlanması; pozitif deneyimlerin hâkim olduğu alanlarda ise bu özelliklerin güçlendirilmesi bulunmaktadır.

Bu bağlamda, yolculuk haritaları ve mekânsal analizler bir arada kullanılarak, kullanıcı merkezli tasarım sürecinde daha somut ve hedefe yönelik çıktılar elde edilmiştir. Journey map'lerden elde edilen duygusal verilerin renklerle ifade edilmesi, kullanıcıların mekânla kurduğu etkileşimleri ve bu etkileşimlerde yaşanan sorunları görselleştirme imkânı sunar. Böyle bir yaklaşımın faydaları ve kullanımları şu şekilde özetlenebilir:

Kullanıcı Deneyiminin Görselleştirilmesi (Şekil 5. 18):

- Farklı renkler, kullanıcıların mekân içinde hissettiği olumlu (sarı) ve olumsuz (kırmızı) duyguları görselleştirir. Bu, mekânsal sorunların tespiti için görsel bir rehber oluşturabilir.

- Örneğin, kırmızı bölgeler kullanıcıların zorlandığı alanları gösterirken, sarı alanlar memnuniyetin yüksek olduğu bölgeleri temsil eder. Kırmızı alanlar ise müdahale ihtiyacının yüksek düzeyde olduğu yerleri işaret eder.
- Harita, kullanıcıların park alanındaki hareketlerini ve deneyimlerini analiz ederek tasarım müdahalelerine yön verebilir. Bu sayede, mekân tasarımı kullanıcıların ihtiyaçlarına ve beklentilerine daha duyarlı bir hale gelir.
- Görselleştirilen bu haritalar, kentsel tasarımcılar, yerel yönetimler ve paydaşlar için somut bir veri kaynağı sağlar. Bu, tasarım kararlarının rastgele değil, veriye dayalı bir şekilde alınmasına yardımcı olur.
- Kullanıcı ihtiyaçlarına göre eksik olan altyapı elemanları (banklar, gölgelik alanlar, yönlendirme tabelaları, oyun alanları) net bir şekilde belirlenebilir.
- Harita, mekânın hem fiziksel hem de duygusal deneyimlere nasıl yanıt verdiğini göstererek daha kapsayıcı bir kentsel tasarım sürecine olanak tanır.
- Haritalar, kamu katılım süreçlerinde kullanılarak, yerel halkın sorunlarının ve beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlar. Bu sayede, katılımcı bir tasarım yaklaşımı benimsenebilir.

Journey Map tekniği kullanılarak üretilen renk kodlu haritalar, kullanıcı deneyiminin mekân bağlamında okunabilir hale gelmesini sağlayarak, kentsel tasarım süreçlerinde etkin bir analiz aracı olarak öne çıkabilir. Hem mevcut sorunları tespit etmek hem de gelecekte yapılacak müdahalelerin etkisini ölçmek için önemli bir rehber olabilir. Böylece, kullanıcı memnuniyetini artıran ve daha kapsayıcı kentsel alanlar oluşturulmasına olanak tanıyabilir.

5.4 Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı Empathy Haritası Çalışması

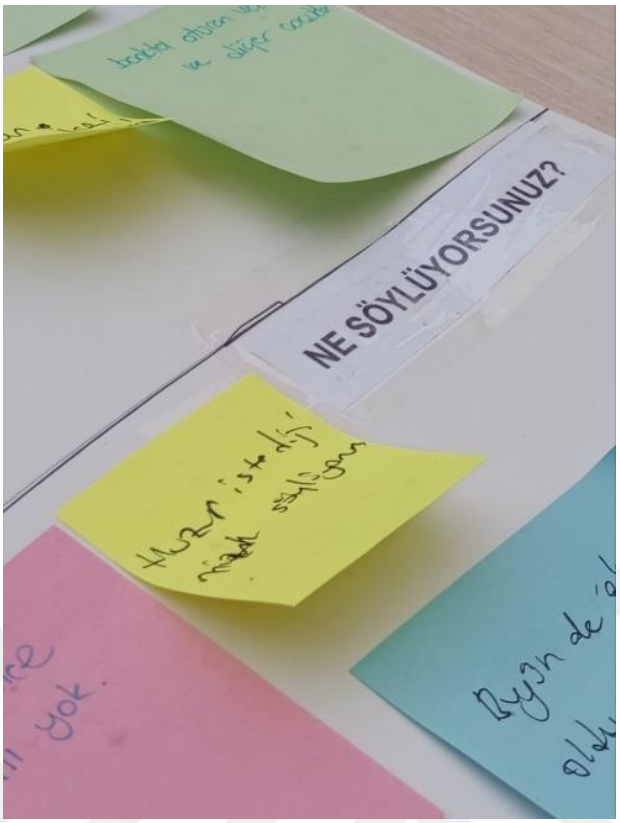
Bu bölümde, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı ve Parkı'nı kullanan farklı profillere sahip 20 persona üzerinden Empathy Map çalışması gerçekleştirilmiştir. (Şekil 5. 19)



Şekil 5. 19 Empati Haritası alan çalışması

Empathy Map, kullanıcıların bir mekâna dair hissettikleri, düşündükleri, söyledikleri ve yaptıkları unsurları analiz ederek, kullanıcı deneyimini derinlemesine anlamayı hedefleyen bir yöntemdir. Bu kapsamda belirlenen 20 farklı persona, parkı kullanım amaçları, demografik özellikleri ve ihtiyaçları doğrultusunda analiz edilmiştir. (Şekil 5. 20)





Şekil 5. 20 Empati Haritası alan çalışması

Çalışma, kullanıcıların mekânla kurduğu duygusal ve fiziksel ilişkiyi anlamak, kentlilerin mekânsal deneyimlerini detaylandırmak ve bu deneyimlerin iyileştirilmesi için stratejik veriler sağlamayı amaçlamaktadır.



Şekil 5. 21 Empati Haritası alan çalışması

Empathy Map çalışması, parkın mevcut durumu ve kullanıcı profillerine göre tasarım süreçlerine entegre edilebilecek önemli içgörüler sunmaktadır. (Şekil 5. 21) Bu süreçte elde edilen veriler, özellikle kullanıcıların mekânsal deneyimlerinde karşılaştıkları zorluklar ve ihtiyaç duydukları olanaklar üzerine odaklanmaktadır. Empathy Map ile, kullanıcıların parkla ilgili memnuniyetlerini, karşılaştıkları sorunları ve geliştirilmesi gereken noktaları duygusal, düşünsel ve fiziksel boyutlarda incelemek mümkün hale gelmiştir. Empati haritası için alan çalışması sonucunda oluşan veriler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir. (Şekil 5. 22)

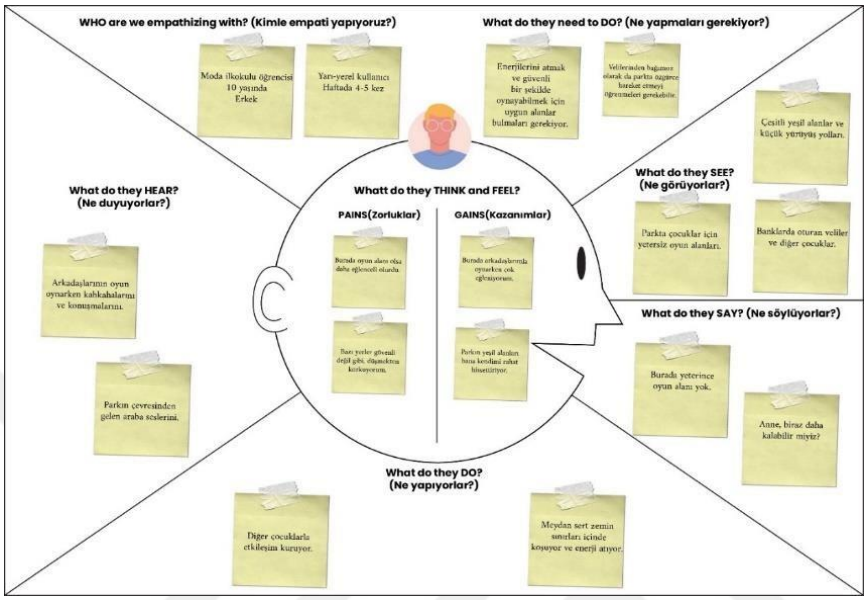


Şekil 5. 22 Alan çalışması sonucunda oluşan Empati Haritası

Çalışmanın nihai amacı, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı ve Parkı'nın mevcut durum analizine dayanarak, daha kullanıcı dostu, katılımcı ve ihtiyaçlara duyarlı bir kamusal alan tasarımı için öneriler geliştirmektir. Bu bağlamda, empathy map verileri kentsel

tasarım sürecine dahil edilerek, kamusal alanların daha kapsayıcı ve sürdürülebilir hale getirilmesi hedeflenmektedir.

Bu bağlamda aşağıda seçilen bir personanın empati haritası örneğini gösterilmiştir: (Şekil 5. 23)



Şekil 5. 23 : Moda İlkokulu öğrencisi empati haritası çalışması.

Çalışma kapsamında Mehmet Ayvalıtaş Meydanı kullanıcılarına Empati haritasını oluşturan:

What do they SAY? Ne söylüyorlar?

What do they DO? Ne yapıyorlar?

What do they HEAR? Ne duyuyorlar?

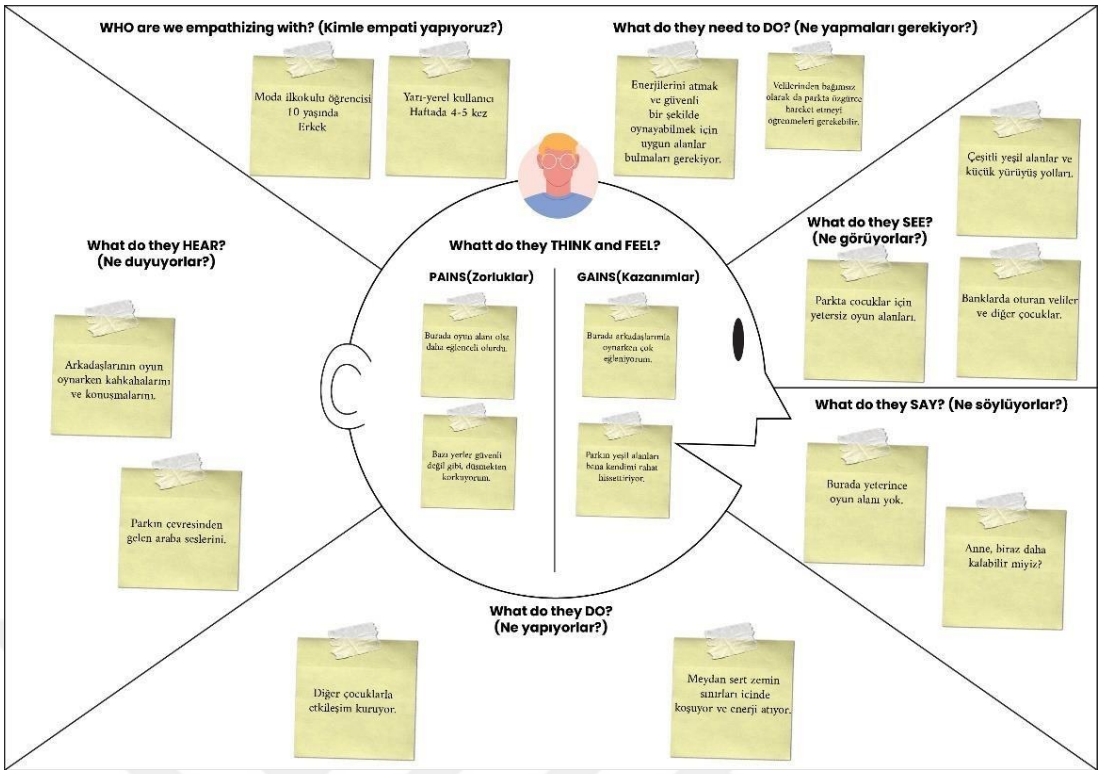
What do they THINK and FEEL? Ne hissediyorlar ve düşünüyorlar?

- Pains-Zorluklar
- Gains-Kazanımlar

What do they SEE? Ne görüyorlar?

What do they NEED TO DO? Ne yapmaları gerekiyor?

Soruları sorularak veriler toplanmıştır. Saha çalışması sırasında meydan kullanıcıları soruları yapışkan not kağıtlarına yapıştırarak ilgili yerlere yapıştırmıştır. (Şekil 5. 24)



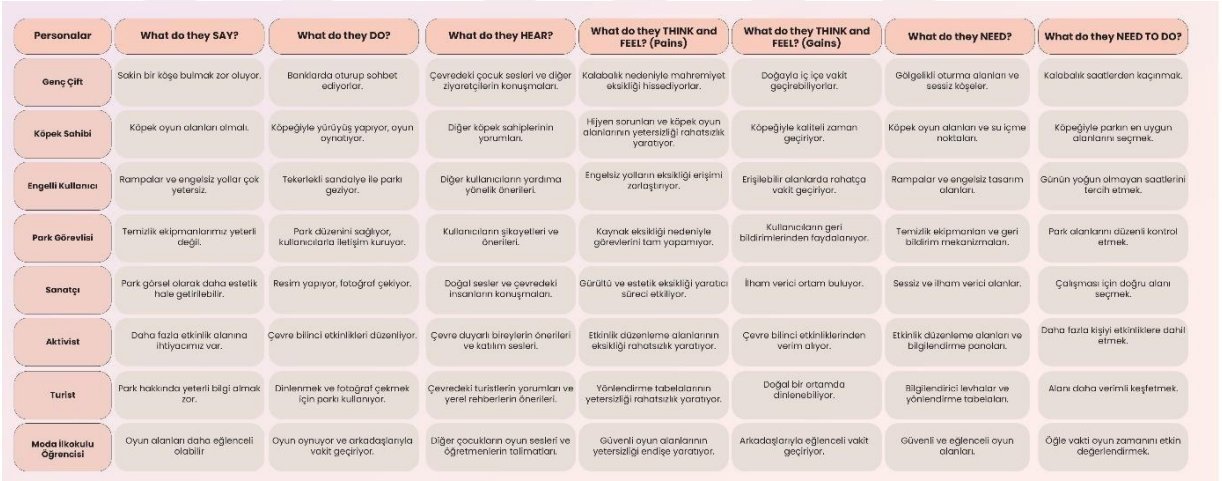
Şekil 5. 24 : Alan çalışmasından görseller.

Alan çalışması kapsamında, meydan kullanıcılarından toplanan veriler bütüncül bir şekilde analiz edilmiştir. Bu süreçte, kullanıcıların mekânda ne gördükleri ne söyledikleri ve ne duydukları gibi deneyim odaklı unsurlar detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Analiz, kullanıcı deneyimlerini anlamaya yönelik derinlemesine bir yaklaşım benimseyerek, kullanıcıların mekânla kurdukları ilişkileri ve etkileşimlerini daha iyi anlamayı hedeflemiştir.

Çizelge 5. 5 Alan çalışması kapsamında elde edilen empati haritası verileri



Personalar	What do they SAY?	What do they DO?	What do they HEAR?	What do they THINK and FEEL? (Pains)	What do they THINK and FEEL? (Gains)	What do they NEED?	What do they NEED TO DO?
Bisikletli Kurye	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.	Parkta daha fazla bisiklet parkı ve su içme noktaları olmalı.
Emekli Yerel Sakin	Burası çok kalabalık olmamalı; huzurlu bir yer olmasını istiyorum.	Arkadaşlarıyla buluşuyor, sohbet ediyor.	Kuş cıvıltıları ve çevredeki sakinlerin konuşmaları.	Gürültü ve kalabalık huzurunu kaçırıyor.	Doğayla iç içe olmak kendisini rahatlatıyor.	Sessiz, huzurlu bir çevre ve daha fazla oturma alanı.	Daha erken saatlerde parka gelerek kalabalıktan kaçınmak.
Genç Sporcu	Koşu yolları çok dar ve insanlar sık sık yolumu kesiyor.	Koşu yapıyor ve sert zeminde egzersiz yapıyor.	Koşarken diğer insanların şikayetlerini duyuyor.	Koşarken kalabalık ve ortadaki heykel nedeniyle temposunu koruyamıyor.	Egzersiz yapmak için güzel bir alan buluyor.	Temiz koşu parkurları ve daha geniş egzersiz alanları.	Koşu yollarını seçerken daha az yoğun yerleri tercih etmek.
Küçük Çocuklu Anne	Çocuklarım için daha güvenli oyun alanları istiyorum.	Çocuklarını meydana götürüyor ve onları izliyor.	Çocukların neşeli sesleri ve kalabalığın uğultusu.	Oyun alanlarında yeterli güvenlik önlemi olmaması rahatsız ediyor.	Çocuğunun oyun oynayabileceği bir yerin olması mutluluk veriyor.	Güvenli oyun alanları ve temiz tuvaletler.	Çocuklarının güvenliğini kontrol ederken rahatlamak.
Öğrenci	Wi-Fi erişimi olan bir çalışma alanı bulamıyorum.	Arkadaşlarıyla buluşup ders çalışmaya çalışıyor.	Çalışma alanlarında sohbet eden grupların sesi.	Sessiz bir çalışma ortamı bulmakta zorlanıyor.	Arkadaşlarıyla açık havada vakit geçirme fırsatı buluyor.	Wi-Fi erişimi ve uygun oturma alanları.	Parkın sessiz köşelerinde ders çalışma alanı aramak.
Çiçekçi	Tezgahım için daha iyi düzenlemeler yapılabilir.	Çiçek satıyor, müşterilere yardımcı oluyor.	Müşteri konuşmaları ve çevredeki kalabalık sesleri.	Tezgah alanının yetersizliği işini zorlaştırıyor.	İşlek bir konumda daha fazla müşteriyle buluşuyor.	Daha geniş ve düzenli satış alanları.	Çiçek düzenlemelerini sergileyecek görsel alanlar oluşturmak.
Kadıköy Barlar Sokağı Ziyaretçisi	Park gece daha güvenli olabilir.	Bara gitmeden önce parka gelip burada vakit geçiriyor.	Canlı müzik sesleri, sokaktan gelen sesler.	Gece güvenliğinin yetersizliği rahatsızlık yaratıyor.	Gece oturma alanlarında huzur buluyor.	Aydınlatma ve güvenlik önlemleri.	Güvenli alanlarda arkadaşlarıyla dinlenmek.
Yaşlı Çift	Dinlenme alanları daha konforlu olsa daha çok zaman geçirebiliriz.	Yavaş yürüyüş yapıyor, banklarda dinleniyor.	Kuş sesleri ve diğer çiftlerin sohbetleri.	Yürüyüş yollarının düzensizliği hareketi kısıtlıyor.	Sakin bir ortamda huzurlu vakit geçiriyor.	Güvenli yürüyüş yolları ve banklar.	Günün sakin saatlerini tercih etmek.
Akşam Piknikçisi	Akşam aydınlatmalar yetersiz.	Arkadaşlarıyla piknik yapıyor.	Çevredeki arkadaşlarının konuşmaları, açık hava sesleri.	Aydınlatma eksikliği güvenlik kaygısı yaratıyor.	Grup etkinliklerinde keyifli vakit geçiriyor.	Aydınlatma ve oturma alanları.	Geniş gruplara uygun piknik alanlarını seçmek.
Öğretmen	Öğrencilerim için bilgilendirici panolar olmalı.	Öğrencilerle park gezisi yapıyor.	Öğrencilerin soruları ve oyun sesleri.	Eğitim materyallerinin yetersizliği rahatsızlık yaratıyor	Eğitimde açık alanların faydasını görüyor.	Bilgilendirici panolar ve etkinlik alanları.	Öğrencilere yönelik eğitici etkinlik planlamak.
Dış Mekân İşçisi	Dinlenme alanları temiz olmalı.	Mola sırasında parkı kullanıyor.	Çalışma ekip arkadaşlarının sohbetleri.	Hijyen eksikliği ve oturma yerlerinin yetersizliği zorlayıcı.	Gölgede rahat bir mola yapabiliyor.	Temiz oturma alanları ve su içme noktaları.	Kısa molalarını gölge alanlarda değerlendirmek.



Personalar	What do they SAY?	What do they DO?	What do they HEAR?	What do they THINK and FEEL? (Pains)	What do they THINK and FEEL? (Gains)	What do they NEED?	What do they NEED TO DO?
Genç Çift	Sakin bir köşe bulmak zor oluyor.	Banklarda oturup sohbet ediyorlar.	Çevredeki çocuk sesleri ve diğer ziyaretçilerin konuşmaları.	Kalabalık nedeniyle mahremiyet eksikliği hissediyorlar.	Doğayla iç içe vakit geçirebiliyorlar.	Gölgelikli oturma alanları ve sessiz köşeler.	Kalabalık saatlerden kaçınmak.
Köpek Sahibi	Köpek oyun alanları olmalı.	Köpeğiyle yürüyüş yapıyor, oyun oynatıyor.	Diğer köpek sahiplerinin yorumları.	Hijyen sorunları ve köpek oyun alanlarının yetersizliği rahatsızlık yaratıyor.	Köpeğiyle kaliteli zaman geçiriyor.	Köpek oyun alanları ve su içme noktaları.	Köpeğiyle parkın en uygun alanlarını seçmek.
Engelli Kullanıcı	Rampalar ve engelsiz yollar çok yetersiz.	Tekerlekli sandalye ile parkı geziyor.	Diğer kullanıcıların yardıma yönelik önerileri.	Engelsiz yolların eksikliği erişimi zorlaştırıyor.	Erişilebilir alanlarda rahatça vakit geçiriyor.	Rampalar ve engelsiz tasarım alanları.	Günün yoğun olmayan saatlerini tercih etmek.
Park Görevlisi	Temizlik ekipmanlarımız yeterli değil.	Park düzenini sağlıyor, kullanıcılarla iletişim kuruyor.	Kullanıcıların şikayetleri ve önerileri.	Kaynak eksikliği nedeniyle görevlerini tam yapamıyor.	Kullanıcıların geri bildirimlerinden faydalanıyor.	Temizlik ekipmanları ve geri bildirim mekanizmaları.	Park alanlarını düzenli kontrol etmek.
Sanatçı	Park görsel olarak daha estetik hale getirilebilir.	Resim yapıyor, fotoğraf çekiyor.	Doğal sesler ve çevredeki insanların konuşmaları.	Gürültü ve estetik eksikliği yaratıcı süreci etkiliyor.	İlham verici ortam buluyor.	Sessiz ve ilham verici alanlar.	Çalışması için doğru alanı seçmek.
Aktivist	Daha fazla etkinlik alanına ihtiyacımız var.	Çevre bilinci etkinlikleri düzenliyor.	Çevre duyarlı bireylerin önerileri ve katılım sesleri.	Etkinlik düzenleme alanlarının eksikliği rahatsızlık yaratıyor.	Çevre bilinci etkinliklerinden verim alıyor.	Etkinlik düzenleme alanları ve bilgilendirme panoları.	Daha fazla kişiyi etkinliklere dahil etmek.
Turist	Park hakkında yeterli bilgi almak zor.	Dinlenmek ve fotoğraf çekmek için parkı kullanıyor.	Çevredeki turistlerin yorumları ve yerel rehberlerin önerileri.	Yönlendirme tabelalarının yetersizliği rahatsızlık yaratıyor.	Doğal bir ortamda dinlenebiliyor.	Bilgilendirici levhalar ve yönlendirme tabelaları.	Alanı daha verimli keşfetmek.
Moda Lisesi Öğrencisi	Oyun alanları daha eğlenceli olabilir	Oyun oynuyor ve arkadaşlarıyla vakit geçiriyor.	Diğer çocukların oyun sesleri ve öğretmenlerin talimatları.	Güvenli oyun alanlarının yetersizliği endişe yaratıyor.	Arkadaşlarıyla eğlenceli vakit geçiriyor.	Güvenli ve eğlenceli oyun alanları.	Öğle vakti oyun zamanını etkin değerlendirmek.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Mehmet Ayvalıtaş Meydanı'nın mevcut mekânsal durumu, farklı profillere sahip kullanıcıların çeşitli deneyimlerine göre değerlendirildiğinde, şu temel unsurlar ön plana çıkmaktadır:

1. Fiziksel Altyapının Yetersizliği:
    - Çocuklu aileler güvenli oyun alanlarının eksikliğinden şikayetçi.
    - Köpek sahipleri, hijyen ve köpek oyun alanlarının eksik olduğunu belirtiyor.
    - Engelli kullanıcılar için rampalar ve engelsiz yollar yeterli değil.
2. Duygusal Deneyimlerin Çeşitliliği:

- Bazı kullanıcılar huzurlu bir ortam beklentisiyle gelirken, diğerleri etkinlik ve sosyalleşme talep etmektedir.
- Kalabalık ve gürültü, özellikle emekli sakinler ve yaşlı çiftler için rahatsız edici bulunmuştur.

3. Erişim ve Kullanım Sorunları:
    - Otopark eksikliği ve yürüme yollarının düzensizliği, bisikletli kurye ve dış mekân işçileri gibi kullanıcıların deneyimlerini olumsuz etkiliyor.
    - Turistler, yeterli bilgilendirme panolarının ve rehberlik hizmetlerinin eksikliğinden şikayetçi.

Birleşen Duygusal ve Mekânsal Temalar Empati haritaları analiz edildiğinde, kullanıcıların deneyimlerinde öne çıkan ortak duygu durumları ve ihtiyaçlar şunlardır:

- Pozitif Temalar:
    - Doğal çevrede vakit geçirmenin getirdiği rahatlama.
    - Çeşitli etkinliklerin sosyalleşme ve dinlenme fırsatları yaratması.
- Negatif Temalar:
    - Temizlik ve hijyen sorunları.
    - Fiziksel düzenlemelerdeki eksiklikler nedeniyle yaşanan hayal kırıklıkları.

5.5 Bölüm Sonucu

Beşinci bölümde, hizmet tasarımı araçlarının kentsel tasarım süreçlerindeki uygulanabilirliği, Mehmet Ayvalıtaş Meydanı-Parkı odaklı bir alan çalışması üzerinden ele alınmıştır. Mehmet Ayvalıtaş Meydanı, kullanıcı çeşitliliği ve mevcut mekânsal dinamikleri nedeniyle ideal bir çalışma alanı olarak seçilmiştir. Empati Haritası ve Yolculuk Haritası gibi yöntemlerin kullanımıyla, kullanıcıların mekânla kurduğu ilişkiler ve bu ilişkilerin sunduğu fırsatlar detaylı bir şekilde incelenmiştir. Empati Haritası ve Yolculuk Haritası yöntemleri, kullanıcıların mekânla kurduğu

ilişkilerin görselleştirilmesi ve ihtiyaçlarının detaylı analizinde kullanılmıştır. Çalışma, bu yöntemlerin kentsel tasarım projelerine sağladığı katkıları somut bir bağlamda değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Alan çalışmasında, seçilen park ve meydan alanı çevresinde yer alan çeşitli kullanıcı grupları tanımlanmış ve bu gruplar için personalaştırma yöntemi kullanılmıştır. Persona ve Veri Toplama Süreci Farklı yaş, demografik ve sosyo-ekonomik profillere sahip 20 persona tanımlanmıştır. Kullanıcı deneyimlerine dair ihtiyaçlar, zorluklar ve fırsatlar tespit edilmiştir.

Personaların, kullanıcıların demografik özelliklerini, mekânsal alışkanlıklarını ve deneyimlerini temsil edecek şekilde kurgulanmasıyla hem empati haritası hem de yolculuk haritası analizlerine altlık oluşturacak veriler elde edilmiştir. Çalışma kapsamında, gözlem, anket ve derinlemesine görüşmeler gibi geleneksel yöntemlerle empati ve yolculuk haritası gibi yenilikçi yöntemler kullanılarak meydan kullanıcılarının mekânsal deneyimleri üzerine veriler toplanmıştır.

Bulgular, parkın mevcut kullanım durumuyla kullanıcı ihtiyaçları arasındaki boşlukları ortaya koymuş ve kentsel tasarım süreçlerine rehberlik edecek önemli içgörüler sunmuştur. Özellikle otopark ve yaya yolları eksiklikleri, dinlenme ve sosyalleşme alanlarının yetersizliği gibi mekânsal sorunlar belirlenmiş; çocuklar, engelli bireyler ve yaşlılar gibi farklı kullanıcı gruplarının özel ihtiyaçları tespit edilmiştir. Ayrıca, olumlu deneyimlerin tekrar edilebilir özellikleri ve sorun yaşanan temas noktalarındaki problemlerin nedenleri incelenmiştir.

Bu bağlamda, hizmet tasarımı araçlarının kentsel tasarım projelerine sağladığı katkılar şu şekilde özetlenebilir: kullanıcıların mekânsal deneyimlerinin detaylı analizi, kullanıcı odaklı tasarım kararlarının geliştirilmesine yönelik stratejik veriler ve kentsel alanların daha kapsayıcı, erişilebilir ve memnuniyet odaklı bir yapıya kavuşturulması için öneriler. Çalışma, hizmet tasarımı araçlarının, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı merkezli bir yaklaşım geliştirmek için etkin bir araç olduğunu göstermiştir.

6. SONUÇ

Kentsel mekânlar, insanların sosyal, ekonomik ve fiziksel yaşamlarını şekillendiren karmaşık yapılardır. Henri Lefebvre'nin "yaşanan mekân" kavramı, mekânın yalnızca fiziksel bir varlık değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler ve deneyimler aracılığıyla anlam kazandığını vurgular. Lefebvre'nin yanı sıra Kevin Lynch'in "Kent İmgesi" çalışmasında mekânın algılanma biçimi, David Harvey'in kentsel mekânın kapitalist üretim ilişkileriyle dönüşümünü irdeleyen analizleri ve Juhani Pallasmaa'nın duyusal deneyimin tasarımdaki rolüne dair katkıları, doğrudan da olmasa kentlilerin deneyiminin önemini teorik olarak desteklemiştir. Bu teorik arka plan, günümüzde hızlı kentleşme, teknolojik ilerlemeler ve tüketim toplumunun etkisiyle kentsel tasarım süreçlerinde yeni yöntemlere duyulan gereksinimi açıklamaktadır.

Kentsel planlama ve tasarımda etkili eylemler gerçekleştirebilmek için öncelikle bütün sistemin doğru bir şekilde anlaşılması gereklidir. Ancak geleneksel yöntemler, günümüzün hızlı yaşam temposu, internetin etkisi ve farklı mekanlarda süregelen dinamik yaşam biçimlerinin hızını yakalamakta yetersiz kalma riskini taşımaktadır

Batty'nin ifade ettiği üzere, kentleri anlamada günümüzün dinamiklerine uyum sağlamak ve geleneksel veri toplama ve analiz yöntemlerinin ötesine geçmek artık bir zorunluluktur. Burada vurgulanan, yalnızca bu yeni yöntemlerin kullanılması değil, aynı zamanda geleneksel yöntemlere ek bir veri kaynağı sağlayarak, kentlerin çok katmanlı yapısını daha derinlemesine anlamayı ve yorumlamayı desteklemektir.

Kullanıcı deneyimi kavramı, başlangıçta daha çok ürün ve hizmet tasarımı bağlamında ele alınırken, bugün yaşamın her alanına yayılan bir perspektife dönüşmüş ve birçok disiplin tarafından yöntem olarak kullanılmıştır. Özellikle kentsel mekân tasarımında, bireylerin mekânla olan duygusal ve işlevsel ilişkilerinin dikkate alınması, yaşanabilir

ve kapsayıcı şehirler oluşturma sürecinin merkezine yerleşmiştir. Hizmet tasarımı araçları, bu anlayışın uygulanabilir kılınmasında kritik bir rol oynabilmektedir. Empati Haritası ve Yolculuk Haritası gibi araçlar, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını görünür kılarak, tasarım süreçlerini insan odaklı bir yaklaşımla şekillendirmektedir. Geleneksel analiz yöntemlerinin aksine, bu yaklaşımlar duyusal etkileşimleri ve sosyal bağları göz önünde bulundurarak tasarım süreçlerini zenginleştirir. Özellikle kentsel alanlarda topluluk duygusunu güçlendiren ve bireylerin psikolojik ihtiyaçlarına cevap veren tasarımlar oluşturulabilir.

Empati Haritası ve Yolculuk Haritası yöntemleri, kentsel alanlarda kullanıldığında, geleneksel analiz yöntemlerinden farklı olarak, kentliye ve kullanıcıya dair daha önce ele alınmamış deneyim odaklı tematik sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu yöntemler, bireylerin mekânla olan duygusal ve işlevsel bağlarını detaylı bir şekilde analiz ederek, kullanıcıların deneyimlediği sorunları, ihtiyaçları ve beklentileri derinlemesine anlamayı sağlar. Özellikle sosyal etkileşim, bireysel duyusal algılar ve gündelik yaşam pratikleri gibi geleneksel analizlerle yeterince irdelenmeyen unsurlar, bu araçlar sayesinde görünür hale gelmiştir.

Empati Haritası, kullanıcıların hislerini, düşüncelerini, davranışlarını ve ihtiyaçlarını anlamaya odaklanarak, kentsel mekânın insana dair duygusal ve işlevsel boyutlarını analiz etmeye olanak tanır. Bu araç, tasarım sürecinde genellikle bireylerin mekânsal algılarını ve etkileşimlerini derinlemesine anlamak için kullanılır. Örneğin, bir meydan ya da park tasarımında, kullanıcıların bu alanı nasıl deneyimlediği ve bu deneyimlerin duyusal veya işlevsel gereksinimleri nasıl etkilediği anlaşılabilir.

Yolculuk Haritası ise bireylerin bir kentsel mekânda geçirdikleri zaman boyunca deneyimledikleri süreçleri görselleştirir. Bu araç, bir bireyin bir mekânda nasıl hareket ettiğini, hangi noktalarda etkileşim kurduğunu, memnuniyet veya zorluk yaşadığını sistematik bir şekilde ortaya koyar. Örneğin, bir kamusal parkta bireylerin girişten itibaren yaşadıkları deneyimler, oturma alanlarıyla etkileşimleri veya çocuk oyun alanlarına erişimleri gibi unsurlar, bu araç kullanılarak analiz edilebilir. Yolculuk Haritası, özellikle kentsel tasarımın insan odaklı boyutunu güçlendiren bir araç olarak öne çıkma potansiyeli barındırmaktadır.

Bu hizmet tasarımı araçları, kentsel mekânların tasarımında yalnızca fiziksel düzenlemelerle sınırlı kalmayarak, bireylerin günlük yaşamda karşılaştıkları zorlukları

ve deneyimledikleri olumlu unsurları belirlemeye olanak sağlar. Empati Haritası, tasarım sürecinin erken aşamalarında kullanıcıların ihtiyaçlarının ve beklentilerinin netleştirilmesinde kritik bir rol oynar. Bu süreç, kentsel mekânların bireyler için daha erişilebilir, kullanışlı ve anlamlı olmasını sağlamaya yöneliktir.

Yolculuk Haritası, kullanıcı deneyimindeki sorunlu noktaları ortaya çıkararak, tasarımcıların bu sorunları giderici çözümler geliştirmesine olanak tanır. Örneğin, bir kentsel alanda yön bulma, oturma alanlarının kullanımı veya engelli bireyler için erişilebilirlik gibi sorunlar, bu yöntemle tespit edilip çözüme kavuşturulabilir. Bu araç aynı zamanda kentsel mekânların insan hareketliliğine nasıl uygun hale getirilebileceğini ve mkânın çeşitli kullanıcı grupları tarafından nasıl algılandığını detaylandırır.

Gelişen teknoloji, bu araçların erişimini ve etkinliğini artırarak daha geniş kitlelerin katılımına olanak tanımıştır. Özellikle dijital platformlar, kullanıcı geri bildirimlerini toplama ve analiz etme süreçlerini hızlandırmış, kentsel tasarım projelerinin daha dinamik ve kapsayıcı olmasını sağlamıştır.

Kentsel mekânların tasarımında kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımlar, şu açılardan belirleyici bir rol oynamaktadır:

1. İhtiyaçların Daha İyi Anlaşılması: Hizmet tasarımı araçları, bireylerin duyusal, işlevsel ve sosyal ihtiyaçlarını derinlemesine analiz ederek tasarım süreçlerinin daha bilinçli bir şekilde yönlendirilmesine olanak tanır.
2. Katılımcı Süreçlerin Güçlenmesi: Dijital teknolojiler, bu araçların daha geniş kitleler tarafından kullanılmasını kolaylaştırarak katılımcı bir tasarım anlayışını destekler. Bu, mekânların topluluk ihtiyaçlarına daha uygun hale getirilmesini sağlar.
3. Sürdürülebilir ve Kapsayıcı Tasarımlar: Kullanıcı deneyimini merkeze alan yaklaşımlar, yalnızca mekânların fiziksel ihtiyaçlarını değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğini de artırır. Özellikle erişilebilirlik ve kapsayıcılık konularında somut iyileştirmeler yapılabilir.
4. Kullanıcı Odaklı Verilerin Derinliği**:** Geleneksel mekânsal analiz yöntemleri daha çok fiziksel veriler (yapı yoğunluğu, erişilebilirlik, yeşil alan oranı vb.) sunarken, Empati Haritası ve Yolculuk Haritası bireylerin mekânla kurduğu

duygusal bağlantılar, algıladıkları engeller veya mekânı kullanım motivasyonları gibi daha derin ve tematik veriler sağlar.

5. Yeni Tematik Sonuçların Ortaya Çıkışı: Bu araçlar sayesinde kullanıcıların mekâna yönelik sezgileri, olumlu veya olumsuz deneyimleri ve mekânsal tercihleri hakkında daha önce sistematik olarak incelenmeyen veriler elde edilebilir. Örneğin, bir meydan tasarımında bireylerin hangi alanlarda kendilerini rahat veya güvende hissettikleri gibi sonuçlar bu araçlarla analiz edilebilir.
6. Kentliye Özel Çözüm Önerileri: Bu yöntemlerle elde edilen bulgular, kentsel tasarım sürecinde spesifik kullanıcı gruplarına yönelik çözümler geliştirilmesine olanak tanır. Örneğin, yaşlı bireylerin bir parkta karşılaştıkları fiziksel engellerin veya çocukların oyun alanlarıyla ilgili beklentilerinin analiz edilmesi, daha kullanıcı dostu ve kapsayıcı mekânların tasarlanmasını sağlar.

Hizmet tasarımı araçları, yalnızca kentsel mekân tasarımında değil, aynı zamanda sağlık, eğitim, ulaşım gibi pek çok alanda insan merkezli çözümler geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Örneğin, bir hastanede Empati Haritası kullanılarak hasta deneyimi analiz edilebilir veya bir toplu taşıma sisteminde Yolculuk Haritası ile kullanıcıların karşılaştıkları zorluklar tespit edilebilir. Bu araçların etkili kullanımı, bireylerin yaşam kalitesini artıran, daha erişilebilir ve kullanıcı dostu hizmetlerin geliştirilmesine katkıda bulunur. Farklı kullanıcı gruplarının ihtiyaçlarını anlamak, daha kapsayıcı ve erişilebilir kentsel mekânların tasarlanmasına olanak tanır. Özellikle kamusal alanlar, parklar ve meydanlar gibi herkese açık alanlarda bu tür analizlerin değeri belirginleşir.

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte bu araçlar, yapay zeka, büyük veri analitiği ve dijital platformlar sayesinde daha fazla kişiselleştirilebilir hale gelmiştir. Bu durum, tasarım süreçlerinin hem hızlanmasını hem de daha esnek ve etkili hale gelmesini sağlamaktadır.

Kullanıcı Odaklı Araçların Eğitim Müfredatına Dahil Edilmesi: Üniversitelerde kentsel tasarım ve şehir planlama programlarına Empati Haritası ve Yolculuk Haritası gibi araçların teorik ve pratik eğitimleri eklenebilir.

Dijital Teknolojilerin Entegrasyonu: Hizmet tasarımı araçları, dijital platformlarla zenginleştirilerek daha geniş kitlelere ulaşacak şekilde tasarlanmalıdır. Özellikle sanal

gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojiler, kullanıcı deneyimlerini daha detaylı analiz etmek için kullanılabilir.

Kamusal Alanlarda Pilot Projelerin Uygulanması: Kamusal parklar, meydanlar veya yaya alanları gibi yerlerde bu araçların etkinliğini test eden pilot projeler geliştirilerek somut sonuçlar elde edilebilir.

Çapraz Disiplinler Arası İşbirliklerinin Artırılması: Sosyal bilimler, mühendislik ve teknolojiden beslenen multidisipliner yaklaşımlar, bu araçların kentsel tasarımdaki potansiyelini artıracaktır.

Geleneksel mekânsal analiz yöntemleri, kentsel mekânın fiziksel ve yapısal boyutlarına odaklanarak veriye dayalı sağlam bir temel sunar. Ancak bu yöntemler, mekânın insan deneyimi üzerindeki etkilerini anlamakta yetersiz kalmaktadır. Kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımlar, bu eksikliği tamamlayan bir işlev görür ve tasarım sürecinde şu kesişim noktalarını yaratır:

- Veri Zenginliği: Mekânsal analizlerden elde edilen somut veriler, deneyimsel analizlerin niteliksel verileriyle birleştiğinde daha derinlemesine bir anlayış sunar.
- Hibrit Yaklaşımlar: Örneğin, GIS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) gibi araçlarla kullanıcı deneyimini analiz eden yöntemlerin birleştirilmesi, mekânsal karar alma süreçlerini iyileştirir.
- Dinamik Perspektif: Geleneksel yöntemlerin statik yapısı, kullanıcı odaklı yaklaşımlarla dinamik ve çok katmanlı bir hale gelir.

Bu tez, Empati Haritası ve Yolculuk Haritası gibi hizmet tasarımı araçlarının, kentsel tasarım süreçlerinde kullanıcı deneyimini anlamak ve bu deneyimleri tasarım süreçlerine entegre etmek açısından sunduğu olanakları ortaya koymuştur. Çalışma, kentsel tasarımda geleneksel analiz yöntemlerinden deneyim odaklı analizlere doğru bir geçişin gerekliliğini vurgulamış ve bu alandaki yenilikçi yaklaşımların önemini göstermiştir.

Sonuç olarak, kullanıcı deneyimi odaklı yaklaşımlar ve hizmet tasarımı araçları, kentsel mekânların daha yaşanabilir, kapsayıcı ve sürdürülebilir bir hale gelmesini sağlama potansiyeline sahiptir. Bu yöntemlerin daha yaygın şekilde benimsenmesi ve

uygulanması, kentlerimizin gelecekte daha insan odaklı ve anlamlı bir şekilde gelişmesine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKLAR

Bratsberg, H. M. (2012). *Empathy Maps of the FourSight Preferences* . Buffalo: State University of New York College at Buffalo - Buffalo State University.

Aelbrecht, P. (2010, July). Rethinking urban design for a changing public life. *Journal of Place Management and Development* , s. 151.

Agius, A. (2024, Kasım 15). *ustomer Journey Maps: How to Create Really Good Ones [Examples + Template]*. hubspot: https://blog.hubspot.com/Service/Customer-Journey-Map adresinden alındı

Aichner, T., & Gruber, B. (2017). Managing Customer Touchpoints And Customer Satisfaction in B2b Mass Customization: A Case Study. *International Journal Of İndustrial Engineering* , s. 131-140.

Aksel Enşici, B. (2008). *YARATILAN İMAJ ODAKLI MEKANSAL TÜKETİM SÜREÇLERİNİN KENTSEL MEKANA ETKİLERİ.* İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.

Alkay, E., Akgün, A. A., Kerimoğlu , E., Koramaz, T. K., Kundak, S., Okumuş, G., & Özçevik, Ö. (2014). *Şehir Planlamada Analiz ve Değerlendirme Teknikleri.* İstanbul: Literatür Yayınları.

Barthes, R. (1975). Semiology and the Urban. *Architecture of the Sign: A Semiological Interpretation of Architecture*, s. 87-98.

Barker, R. G. (1968). *Ecological Psychology: Concepts and Methods for Studying the Environment of Human Behavior*. Stanford University Press.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge.* New York: Anchor Books.

Bergson, H. (2007). *Madde ve Bellek.* Dost.

Berry, J. K. (1987). Fundamental Operations in Computer-Assisted Map Analysis. *International Journal of Geographical Information Systems, 1*(2), s. 119-136.

Bloomer, K., & Moore, C. (1977). *Body, Memory, and Architecture.* New Haven: Yale University Press.

Budiu, R. (2017). You Are Not the User: The False-Consensus Effect. *Nielsen Norman Group*.

Carver, S. (2001). The Future of Participatory Approaches Using Geographic Information: Developing a Research Agenda for the 21st Century. *URISA Journal*, 35-42.

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society.* Oxford: Blackwell Publishing.

Ceuclelis, H. (1982). Planning and System Approach: Exploring Some Myths, Creating Reality, Human and Energy Factors, In Laconte. G. J. P. içinde, *Urban Planning: A System Approach* (s. 65-78). Newyork, US: Springer.

Chapin, B. (2016). *Customer Journey Maps: What They Are and How to Build One*. Toptal: https://www.toptal.com/designers/product-design/customer-journey-maps adresinden alındı

Corbusier, L. (1929). *The City of To-morrow and Its Planning.* Dover Publications.

Crosier, A., & Handford, A. (2012). Customer journey mapping as an advocacy tool for disabled people: A case study. *Social Marketing Quarterly*, s. 67-76.

Conzen, M. R. G. (1960). *Alnwick, Northumberland: A Study in Town-Plan Analysis.* Transactions and Papers (Institute of British Geographers), Publication No. 27. London: George Philip & Son.

Çubukçu, M. K. (2008). *Planlamada Klasik Sayısal Yöntemler.* Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Daniela, S. (2004). *Il Design dei Servizi come Design dei Sistemi di Attività: la Teoria dell'attività Applicata alla Progettazione dei Servizi.* Milano: Politecnico di Milano.

Design Council. (2024, Kasım 12). *The Double Diamond*. Design Council: https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/ adresinden alındı

Dijk, J. (2013). A Theory of the Digital Divide. G. Muschert, & M. Ragnedda içinde, *The Digital Divide: The Internet and Social Inequality in International Perspective* (s. 29-51). Routledge.

Dutoğlu, T., & Aktuğlu Aktan, E. Ö. (2022). Metaphoric Approaches in Urban Space: An Analysis Method Proposal in the Context of Practical Design Criteria. *Tasarım+Kuram*(36), s. 129-149.

Erlhoff, M., & Marshall, T. (2007). *Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology.* Berlin: Birkhauser.

Ferreira, B., Silva, W., Oliveira, E., & Conte, T. (2015). Designing Personas with Empathy Map., (s. 1-6). Pittsburgh.

Firidin Özgür, E., Sayın, T., Seçer, S., & Göğüş, B. (2014). Kamusal Mekân Kullanımının Özel Alan Odaklı Kentleşme Biçimi İçinde Dönüşümü: İstanbul, Kadıköy ve Ataşehir Örnekleri.

Forlizzi, J. (2013). The Product Service Ecology: Using a Systems Approach in Design. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-27.

Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond (2nd Edition) (Voices That Matter)* . Berkeley: New Riders .

Gehl, J. (2010). *Cities for People.* Washington D.C: Island Press.

Gibbons, S. (2018). *Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking*. NNGroup: https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/ adresinden alındı

Giddens, A., & Sutton, P. W. (2016). *Sociology.* Cambridge: Polity Press.

Google Earth. (2006).

Gray, D. (2017). *Xplane*. Xplane Empathy Map: xplane.com adresinden alındı

Gray, D., Brown, S., & Macanufo, J. (2010). *Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers.* Sebastopol: O'Reilly Media.

Harvey, D. (1989). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Harvey, D. (1992). *Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri.* İstanbul: Metis.

Harvey, D. (2016). *Kent Deneyimi.* İstanbul: Sel Yayıncılık.

Hassenzahl, M. (2011). User Experience and Experience Design. M. Hassenzahl içinde, *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction.* Denmark: Denmark: The Interaction Design Foundation.

Hillier, B. (1996). *Space is the machine: A configurational theory of architecture.* Cambridge: Cambridge University Press.

IDEO. (2002). *Method Cards.* San Francisco: William Stout Architectural Books.

IDEO. (2015). *The Field Guide To Human Centered Design.* Canada: IDEO.org.

İlisulu, T. İ. (2015, 06 16). TASARIMDA YENİ BİR BOYUT: HİZMET TASARIMI. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, s. 98-111.

Interaction Design. (2024). *Interaction Design User Scenarios*. Interaction Design: https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-scenarios adresinden alındı

Interaction/ UX/ CX Design. (2024, Aralık 2). https://mmd4d.org/:

https://mmd4d.org/research/mobile-technology/ adresinden alındı

ISO. (2024, Aralık 2). *ISO UCD.* ISO.org: https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:9241:-210:ed-2:v1:en adresinden alındı

ISO. (2024, Aralık 2). *ISO User Experience*. ISO: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec-ieee:24765:ed-2:v1:en:term:3.4472 adresinden alındı

Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism.* Durham: NC: Duke University Press.

Kaplan, K. (2016). *When and How to Create Customer Journey Maps.* Nielsen Norman Group.

Kaplan, K. (2016). *When and How to Create Customer Journey Maps*. NNGroup: https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/ adresinden alındı

Kaya, Z. B., & Alpan, A. (2019). KATILIMCI KENTSEL TASARIM PRATİKLERİNDE GÜNCEL . *27. Kentsel Tasarım ve Uygulamalar Sempozyumu* (s. 88). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.

Klosterman, R. E., & Brail, R. K. (2001). *Planning Support Systems: Integrating Geographic Information Systems, Models, and Visualization Tools.* California: Esri Press.

Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space.* Oxford: Oxford Blackwell.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, s. 69-96.

Lindberg, Y. (2024, Kasım 20). *What Can Branding Learn From Service Design?* . Ylvalindberg: http://ylvalindberg.com/whatcan-branding-learn-from-service-design-and-vice-versa/ adresinden alındı

Long, F. (2009). Real or Imaginary: The Effectiveness of Using Personas in Product Design. *Ergonomics Review, Proceedings of the IES Conference* . Dublin: IES Conference .

Løvlie, L. (2009). *From Products to People. Touchpoint.*

Lynch, K. (1960). *The Image of the City.* MIT Press.

Madanipour, A. (2003). *Public and Private Spaces of the City.* London: Routledge.

Martin, A. M. (2010). *Her Yeri Resim Gibi: Küçük Moda. İstanbul: Heyamola.*

İstanbul: Heyamola.

Matthews, S. (2021). *The Empathy Map: A Human-Centered Tool for Understanding How Your Audience Thinks*. XPLANE: https://xplane.com/the-empathy-map-a-human-centered-tool-for-understanding-how-your-audience-thinks/ adresinden alındı

May, T. (2021, Kasım 2). *The Empathy Map: A Human-Centered Tool for Understanding How Your Audience Thinks*. xplane.com: https://xplane.com/the-empathy-map-a-human-centered-tool-for-understanding-how-your-audience-thinks/ adresinden alındı

Meroni, A., & Sangiorgi, D. (2011). *Design for Services.* Routledge.

Metroquest. (2024). *Metroquest.* https://metroquest.com adresinden alındı

Montagu, A. (1971). *Touching: The Human Significance of the Skin.* William Morrow Paperbacks.

Morelli, N. (2007). New representation techniques for designing in a systemic perspective. *Design Inquires*.

Moritz, S. (2005). *Service Design Practical Access to an Evolving Field.* Köln: International School of Design Press.

Moritz, S. (2005). Service Design: Practical Access to an Evolving Field. S. Moritz içinde, *Service Design Research: Insights and Perspectives.* International School of Design Press.

Mutluer, Ö. (2021). *Ajansara Müşteri Yolculuk Haritası*. Ajansara.com: https://ajansara.com/Musteri-Yolculuk-Haritasi/ adresinden alındı

Mutluer, Ö. (2021). *Müşteri Yolculuk Haritası.* https://ajansara.com/: https://ajansara.com/Musteri-Yolculuk-Haritasi/ adresinden alındı

Negroponte, N. (1995). *Being Digital.* New York: Vintage Books.

NESTA. (2016). *Designing for Public Services.* Design for Europe.

Nişanyan Sözlük. (2024, 12 Aralık). *Nişanyan Sözlük*. nisanyansozluk.com: https://www.nisanyansozluk.com/kelime/deneyim adresinden alındı

Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things.* New York: Basic Books.

Norton, D. W., & Pine, B. J. (2013). Using the customerjourney to road test and refine the business model. *Strategy & Leadership*, s. 12-17.

Ong, W. J. (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözün Teknolojileşmesi.* İstanbul: Metis.

Oxfor Learner's Dictionaries. (2024, Aralık 2). *Oxfor Learner's Dictionaries Experience*. Oxfor Learner's Dictionaries:

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/experience_1?q=experience adresinden alındı

Önemli, S. (2024, Kasım 14). *Dijital Kültür*. Mediatrend: https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/37326-2/ adresinden alındı

ÖNER, S. U. (2022). *DENEYİM ODAKLI TASARIM YAKLAŞIMLARI VE İÇ MEKÂN TASARIMI* . ADANA: ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ .

Pacenti, E., Diana, C., & Tassi, R. (2009). Visualtiles - Communication tools for service design. *Rethinking Service Design, First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation.* Oslo, Norway: First Nordic Conference on Service Design and Service Innovation.

Pallasma, J. (2011). *Tenin Gözleri: Mimarlık ve Duyular*. . İstanbul: YEM Yayıncılık.

Pallasmaa, J. (2005). *Tenin Gözleri.* İstanbul: Yem Yayın.

Piaget, J. (1972). *The Principles of Genetic Epistemology.* New York: New York Basic Books.

Polson, G. P., Lewis, C., Rieman, J., & Wharton, C. (1992). Cognitive Walkthroughs: A Method for Theory-Based Evaluation of User Interfaces. *International Journal of Man-Machine Studies*, s. 741-773.

Saffer, D. (2010). *Designing for Interaction, Second Edition: Creating Innovative Applications and Devices.* Berkeley: New Riders.

Salt Araştırma. (2024, Kasım 22). *Gayrımenkul Haritası. Kadıköy. Cevislik. Pafta 4.* Salt Araştırma: https://archives.saltresearch.org/handle/123456789/93771 adresinden alındı

Salt Araştırma. (2024, Kasım 22). *Plan d'assurance de Constantinople. Vol. III - Kadikeui. No: 62.* Salt Araştırma: https://archives.saltresearch.org/handle/123456789/93729 adresinden alındı

Sanders, E.-N., & Stappers, P. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, s. 5-18.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands.* New York : Free Press.

SDN. (2014). *What is Service Design?* Service Design Network: https://www.service-design-network.org/about-service-design adresinden alındı

SDT. (2024, 11 17). Service Design Tools: https://servicedesigntools.org/tools/empathy-map adresinden alındı

SDT. (2024). *Service Design Tools Personas*. Service Design Tools : https://servicedesigntools.org/tools/personas adresinden alındı

Service Design Tools. (2024). *Service Design Tools*. servicedesigntools.org: https://servicedesigntools.org/tools adresinden alındı

Stickdorn, M., & Schneider , J. (2012). *This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases.* New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Stillwell, J., & Clarke, G. (2004). Introductiıon. *Applied GIS and Spatial Analysis* (s. 1). içinde Southern Gate, Chichester, West Sussex : John Wiley & Sons Ltd.

Tamasi, L. (2016). User Experience Design in Spatial Contexts. *Design, User Experience, and Usability: Design Thinking and Methods* (s. 14-26). Toronto: Springer International Publishing.

Taylor, N. (1998). *Urban Planning Theory Since 1945.* London: UK: Sage Publications.

The Chartered Institut of Marketing. (2023). *Five stages of your customers' buying journey*. CIM: https://www.cim.co.uk/content-hub/blog/five-stages-of-your-customers-buying-journey/ adresinden alındı

The Design Council. (2014). *The Design Council*. The Design Council: https://www.designcouncil.org.uk/ adresinden alındı

This Is Service Design Doing. (2024). *This Is Service Design Doing Writing User Stories*. This Is Service Design Doing: https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/writing-user-stories adresinden alındı

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience.* Minnesota: Minnesota Press.

Türk Dil Kurumu. (2024, Aralık 2). *Güncel Türkçe Sözlük*. Sözlük Tdk Gov Tr: https://sozluk.tdk.gov.tr/?utm_source=chatgpt.com adresinden alındı

Türken, A. Ö. (2020). *Kentsel Tasarımda Toplum Katılımına Yönelik Dijital Araçların Kullanımı* . İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Ulusoy, C. (2023). *Alışveriş Yolculuklarında Temas Edilen Kanalların Kişiselleştirilmiş Müşteri Deneyimlerine Etkisi.* İzmir: İzmir: Tobb Ekonomi Ve Teknoloji Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen , A. L., Tsiros, M., & Schlesinger, L. (2009). Customer Experience Creation : Determinants, Dynamics And Management . *Journal Of Retailing*.

Viladas , X., & Purcell, J. (2012). *Design at Your Service: How to Improve Your Business With the Help of a Designer.* Barcelona: Index Books S L.

White, B. (1974). *The Literature and Study of Urban and Regional Planning.* Taylor & Francis.

Whittle, S., & Foster, M. (1989). . Customer profiling: Getting into your customer's shoes. . *Management Decision,* 27-30.

Wilson , M. (2024, Aralk 2). *Infographic: The Intricate Anatomy Of UX Design*. Fastcompany: https://www.fastcompany.com/1671735/infographic-the-intricate-anatomy-of-ux-design adresinden alındı

wise-gis. (2024, Kasım 18). *GIS/RS Solution for Public Sector*. wise-gis: https://wise-gis.com/gis-rs-solution-for-public-sector/ adresinden alındı

Wozniak, T., Schaffner, D., Stanoevska-Slabeva, K., & Lenz-Kesekamp, V. (2018). Psychological antecedents of mobile consumer behaviour and implications for customer journeys in tourism. *Information Technology & Tourism,* s. 85-112.

Yener Metin, S. N. (2020). *Kamusal Mekan Kalitesinin Sağlanmasında Kentsel Tasarım Araçlarının Rolü.*

ÖZGEÇMİŞ

İBRAHİM ÖZVARİŞ

Kişisel Bilgiler:
Adı Soyad: İbrahim Özvariş
Doğum Tarihi: 20/07/1993
Doğum Yeri:

İletişim Bilgileri:
Telefon:
E-Posta:

Eğitim Bilgileri:
2012-2017
Lisans | Mimarlık | Çift Anadal Programı
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, MSGSÜ

2011-2016
Lisans | Şehir ve Bölge Planlama
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, MSGSÜ

Ödüller ve Sergiler
2023, Imprint, shopi go ART, Tavern, İstanbul, Türkiye

2023, Birincilik Ödülü ve Sergilenme, Performing Oasis, YAC, Performing Oasis, YAC ve EQI işbirliği ile Kahire İtalyan Büyükelçiliği'nin katkılarıyla, Siwa, Mısır. [Siwa vadisi çevresinde sahne sanatları ve mekâna özgü sanatları hayal etmeyi amaçlayan bir fikir yarışması.]

2023, İkincilik Ödülü ve Sergilenme, Lecce, İtalya. [Lecce, İtalya'daki sahil gözetleme kulesi Torre Rinalda'nın yeniden kullanımı üzerine Mimarlık Yarışması.]

2023, Mansiyon Ödülü ve Sergilenme, Konya Alaaddin Tepesi II. Kılıçarslan Köşkü ve Kazı Alanı Mimarlık Fikir Projesi Yarışması, İstanbul, Türkiye.

2022, ‘’beni neredeyse unutuyordum’’ fotoğraf serisi, Karma Sergi, Mamut Art Project,

Bomontiada, İstanbul

2022, 3. Ödül ve karma sergi, "İstanbul Senin" Yeşil Alanlarda Sanat Yapıtları Tasarımı Yarışması

2022, Mansiyon ödülü ve karma sergi, İstanbul Kara Surları Topkapı Kaleiçi Meydanı Kentsel Tasarım Yarışması.

2022, Mansiyon ve karma sergi , Sağlık Çalışanlarına Adanmış Bursa Nilüfer Belediyesi Sanat Eseri Yarışması.

2021, Satın Alma Ödülü, Bursa Kent Mobilyası Tasarım Yarışması.

2021, 3. Ödül ve sergileme, Mersin Cumhuriyet Meydanı ve Atatürk Caddesi Çamlıbel Kentsel Tasarım Yarışması.

2021, Satın Alma Ödülü, Bursa Hanlar Bölgesi Çarşıbaşı Kentsel Tasarım Projesi Yarışması.

2020, Satın Alma Ödülü, Kayseri Melikgazi Buluşma Noktası Ulusal Fikir Yarışması.

2019, Eşdeğer Ödül, Grup Sergisi, TMMOB Mimarlar Odası 2020 Takvimi Fotoğraf Yarışması.

2018, Mansiyon ödülü, Çanakkale Belediyesi Çarşı, Yaşam Merkezi ve Otopark ve Çevresi Ulusal Mimarlık Proje Yarışması.

2018, Sergi Ödülü, 2. Ankara ve Kültürel Değerler Temalı Poster Yarışması.

2017, Satın Alma Ödülü, Karabağlar Belediyesi Kamusal Açık Alan ve Şehir Meydanı Kentsel Tasarım Yarışması.

2016, Mansiyon, Işık Üniversitesi Amfitiyatro ve Çevresel Yapı Ulusal Öğrenci Yarışması.

2012, Birinci Ödül, Karma Sergi, Denizcilik Odası 'Deniz Yolculukları' Fotoğraf Yarışması