

## ÖZET

Modernleşme sürecinin bir öncüsü ve modeli olarak Atatürk Orman Çiftliği, aynı anda tarihsel, sosyal ve kültürel olgulara referans vermektedir. İçinde birçok fonksiyon barındıran Atatürk Orman Çiftliği arazisinin evrimleşme süreci ,özellikle son yıllarda uğradığı değişim,yapılan çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Bu araştırmada da Atatürk Orman Çiftliği arazisinde alınan kararların ve uygulanan planların hem mekansal hem de sosyolojik yansıması öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, yapılan anketlerin ve sözlü görüşmelerin temel amacı, hem Atatürk Orman Çiftliği hakkındaki düşünceleri ve katkıları görmek, hem de Atatürk Orman Çiftliği'nin uğradığı değişimlerden nasıl etkilenildiğini öğrenmektir. Yapılan çalışmada, soruları ve cevap şıkları bu amaca yönelik hazırlanan 2014 anketleri, sonuçları, değerlendirmeleri ve görselleri ile birlikte somut verilerle birlikte sunulmaktadır.

Atatürk Orman Çiftliği araştırmaları kapsamının bir bölümü olarak bu çalışmada, Atatürk Orman Çiftliği'nin Ankara halkı için ifade ettiği anlam ve bağlam, farklı bölgelerde farklı yaş ve meslek gruplarına yapılan anket ve sözlü görüşmelerle anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu yolla Atatürk Orman Çiftliği'nin bugünkü durumu ve geleceği için halkın görüşlerine ve katkılarına başvurulmuştur.

Araştırma temelde üç ana gruptan oluşmaktadır. Birinci grup, birebir yapılan anketlerden oluşmakta, ikinci grup Ankara ve dışından olan kişilerin internet ortamından yanıtlayabileceği çevrimiçi anket ve sonuçlarından oluşmaktadır. Son olarak üçüncü grup ise AOÇ satış ofisi ve bazı işletmelerinden elde edilen istatistiksel veriler ve sözlü görüşme değerlendirmelerini içermektedir. Bu noktada, geçmiş ve şimdiki kıyaslamak adına, bugün yapılan birinci ve ikinci grup anket değerlendirmelerine, Bartın Üniversitesi öğretim görevlisi Doç. Dr. Sebahat Açıksöz'ün 2001 yılında doktora tezi için 324 kişi ile yapmış olduğu anket sonuçları bir altlık oluşturmuş ve elde edilen sonuçlar bu tez verileriyle karşılaştırılmıştır. İki ankette ortak sorular olmakla birlikte farklı sorular da görülmektedir ve bu da Atatürk Orman Çiftliği'nin 2001'den 2014'e geçirdiği değişimlerin ve dönüşümlerin yansıması olarak algılanabilmektedir. Çalışma kapsamında, bahsedilen değerlendirmeler ve karşılaştırmalar tablolarla ve grafiksel ifadelerle anlatılmış, olabildiğince net veriler elde edilmeye çalışılmıştır.

## “AOÇ İÇİN DÜŞÜNMEK” | ANKET VE SÖZLÜ GÖRÜŞME RAPORU

Atatürk Orman Çiftliği'nin Ankara halkı için ifade ettiği anlam ve bağlam farklı bölgelerde farklı yaş ve meslek gruplarına yapılan anket ve sözlü görüşmelerle anlaşılmaya çalışılmış, bu yolla Atatürk Orman Çiftliği'nin bugünkü durumu ve geleceği için halkın görüşlerine ve katkılarına başvurulmuştur. Araştırma kapsamında anket ve sözlü görüşme sonucunda farklı bölgelerden, farklı yaş ve meslek gruplarından toplam 260 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma temelde üç ana gruptan oluşmaktadır. Birinci grup, Atatürk Orman Çiftliği kokoreççiler bölgesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Küçükesat- Tunalı Hilmi Caddesi ve Kızılay bölgelerinde birebir yapılan anketlerden oluşmakta, ikinci grup Ankara ve dışından olan kişilerin internet ortamından yanıtlayabileceği çevrimiçi anket ve sonuçlarından oluşmaktadır. Son olarak üçüncü grup ise, Atatürk Orman Çiftliği işletmeleri ve Atatürk Orman Çiftliği Ürünleri Satış Noktaları ile ODTÜ Çarşı işletmelerinden elde edilen istatistiksel veriler içermektedir. Birinci çalışma grubunda, Kızılay bölgesinin heterojen kimliği göz önüne alınarak bu bölgede yapılan anket sayısı diğerlerine göre daha fazla tutulmuştur. (Tablo 1) İkinci grupta AOÇ konusu Ankara sınırlarına bağlı kalmaksızın test edilirken üçüncü grupta ise, AOÇ ürünleriyle ilgili dağıtım, satış ve ürün bazlı sayısal verilere ulaşmak amaçlanmıştır. Üç anket grubundaki değerlendirmeler ile AOÇ'nin günümüzde ifade ettiği anlam, sınırları, bugünkü durumu, ürünleri ve bu ürünlerin halihazırda kullanılıp kullanılmadığı test edilmiş, geleceği içinse halkın katkılarına başvurulmuştur. Bu yolla hem halk tarafından AOÇ bilinci analiz edilmiş, hem de sorulan sorularla yeni bir bilinçlendirme, hatırlatma yapılması amaçlanmıştır.

Anketin Yapıldığı Bölge-Kişi Dağılımı	Sayı	Yüzde(%)
AOÇ	11	6
ODTÜ	43	23,4
Küçükesat-Tunalı Hilmi Caddesi	24	13,1
<b>Kızılay</b>	<b>105</b>	<b>57,3</b>
Toplam	183	100

Tablo 1 : Anketin Yapıldığı Bölge- Kişi Dağılımı

Birebir yapılan anket ve sözlü görüşmelere katılanların yaş grubu dağılımına bakıldığında, çoğunluğun “genç” yaş grubundan oluştuğu gözlemlenmektedir.(Tablo 2) Bu dağılım, Ankara'daki genç nüfusun “boş vakitlerinde AOÇ'yi kullanıp kullanmadığı” ya da “hangi amaçlar için AOÇ'yi kullandığı” sorularının cevapları için önemli bir girdi olarak görülmektedir.

Yaşa Göre Dağılım	Sayı	Yüzde(%)
20 ve Altı	32	17,4
<b>21-30</b>	<b>92</b>	<b>50,2</b>
31-40	24	13,1
41-50	18	9,8
51 ve Üzeri	17	9,2
Toplam	183	100

Tablo 2 : Birebir Anket ve Sözlü Görüşmelere Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yapılan anketler, soruları ve cevaplarıyla birlikte Atatürk Orman Çiftliği'nin yalnızca bugününü görmeyi değil, aynı zamanda tarihini ve halk tarafından nasıl hatırlandığını anlamayı da hedeflemektedir. Bu noktada, geçmiş ve şimdiki kıyaslamak adına, bugün yapılan birinci ve ikinci grup anket değerlendirmelerine, Bartın Üniversitesi öğretim görevlisi Doç. Dr. Sebahat Açıksöz'ün 2001 yılında doktora tezi için 324 kişi ile yapmış olduğu anket sonuçları bir altlık oluşturmuş ve elde edilen sonuçlar bu tez verileriyle karşılaştırılmıştır. İki ankette ortak sorular olmakla birlikte farklı sorular da görülmektedir ve bu da Atatürk Orman Çiftliği'nin 2001'den 2014'e geçirdiği değişimlerin ve dönüşümlerin yansımaları olarak algılanabilmektedir. Çalışma kapsamında, bahsedilen değerlendirmeler ve karşılaştırmalar tablolarla ve grafiksel ifadelerle anlatılmış, olabildiğince net veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Ek olarak, anket görüşmeleri sırasında fotoğraflarının çekilmesini kabul eden kişilerin, anket ve sözlü görüşme yapılan Atatürk Orman Çiftliği işletmelerinin ve bu yerlerdeki ürünlerin fotoğrafları da anket raporuna eklenerek değerlendirmelerin daha somut bir hal alması sağlanmıştır.

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
Cinsiyete Göre Dağılım	Sayı	Yüzde(%)
Kadın	61	33,33
<b>Erkek</b>	<b>122</b>	<b>66,66</b>
Yanıt vermeyenler	0	0
Toplam	183	100

Tablo 3: 2014 birebir anket cinsiyete göre dağılımı

2001 Anket Sonuçları		
Cinsiyete Göre Dağılım	Sayı	Yüzde(%)
Kadın	194	59,9
<b>Erkek</b>	<b>129</b>	<b>39,8</b>
Yanıt vermeyenler	1	0,3
Toplam	324	100

Tablo 4: 2001 anketi cinsiyete göre dağılımı<sup>1</sup>

Birinci grup, bahsedilen bölgelerde birebir yapılan anket ve görüşmeler genellikle hareket halindeki kişilerle konuşma zorluğu nedeniyle durağan durumda olan kişilerle yapılmıştır. Bu kapsamda Kızılay bölgesinde Karanfil ve Konur sokak ile Selanik-2 ve Yüksel Caddelerindeki esnaf ve yaya yolları üzerinde bulunan banklarda oturan kişilerle, Atatürk Orman Çiftliği Bölgesinde restoran işletmeleri ve Gazi Orman Çiftliği parkında vakit geçiren kişilerle, Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde ise çeşitli öğretim üyeleri, öğrenciler ve Çarşı bölgesindeki işletme sahipleriyle görüşülmüştür. Bunların sonucunda, yapılan anket ve sözlü görüşmeler değerlendirildiğinde cinsiyet dağılımında toplam 183 kişiden, 61'inin(%33.3) kadın, 122'sinin(%66.6) ise erkek olduğu görülmektedir. (Tablo 3) Erkeklerin fazla olması, birebir yapılan görüşme ve anketlerin genellikle işletme sahibi ve çalışanlarıyla yapılması ve burada çalışan kişilerin genellikle erkek olmasının bir sonucudur.

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ açılımını biliyor musunuz?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Bilenler</b>	<b>165</b>	<b>90,1</b>
Bilmeyenler	18	9,8

Soldan sağa: Tablo 5: 2014 anketi katılımcıları AOÇ'ni tanıyıp tanınamalarına göre dağılımı

2001 Birebir Yapılan Anket Sonuçları	
AOÇ alanını tanıyor musunuz?	Yüzde(%)
<b>Evet</b>	<b>90</b>
Hayır	10

Tablo 6: 2001 anketi katılımcıları AOÇ'ni tanıyıp tanınamalarına göre dağılımı<sup>2</sup>

Ankara halkının son yıllardaki gelişim ve değişimleriyle bağlantılı olarak, öncelikli AOÇ konusundaki bilinci ve farkındalığı ölçmek üzere birebir yapılan anketlere "AOÇ'nin açılımını biliyor musunuz?"

<sup>1</sup> Sebahat Açıksöz. "Ankara'da Kentsel Tasarım Kapsamında Atatürk Orman Çiftliği'nin Günümüz Koşullarında Yeniden Değerlendirilmesi Üzerinde Bir Araştırma", Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Ankara, 2001, s.230.

<sup>2</sup> A.g.e., s.234.

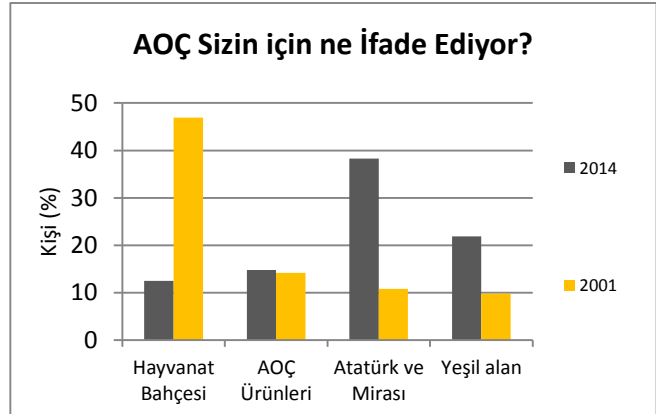
sorusuyla başlanmıştır. (Tablo 5) Bu soruya alınan cevap 2001'de sorulan "AOÇ alanını tanıyor musunuz?" sorusuyla benzerlik gösterir ve alınan cevaplarda kayda değer bir değişiklik gözlenmemiştir.(Tablo 5-6) Fakat yapılan birebir görüşmelerde, ilk aşamada AOÇ'nin açılımını bilmeyen kişilere açılımın doğru cevabı hatırlatıldıktan sonra, Atatürk Orman Çiftliği ile ilgili sonraki sorulara cevap verebilenlerin de olduğu gözlemlenmiştir.

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ sizin için ne ifade ediyor?	Sayı	Yüzde(%)
Hayvanat Bahçesi	23	12,5
AOÇ Ürünleri	27	14,75
<b>Atatürk ve Mirası</b>	<b>70</b>	<b>38,25</b>
Yeşil alan	40	21,85
Başbakanlık Konutu	10	5,46
Ankapark	2	1,09
Nostalji	1	0,54
Hiçbir şey ifade etmiyor	8	4,37
Hobi Bahçeleri	0	0
Hepsi	2	1,09
2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ sizin için ne ifade ediyor?	Sayı	Yüzde(%)
Atatürk ve mirası	33	21,85
Piknik alanı	36	23,84
<b>Hayvanat bahçesi</b>	<b>42</b>	<b>27,81</b>
Kokoreççiler	36	23,84
Başbakanlık konutu	2	1,32
Yeşil alan	1	0,66
AOÇ ürünleri	1	0,66
Ankapark	0	0
Hobi bahçeleri	0	0

Tablo 7: 2014 anketi katılımcıları AOÇ'yi tanımlama durumlarına göre dağılımı

2001 Anket Sonuçları		
AOÇ size ne ifade ediyor?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Hayvanat bahçesi</b>	<b>152</b>	<b>46,9</b>
AOÇ ürünleri	46	14,2
Atatürk evi/müze	22	6,7
Yeşil alan	32	9,8
Yiyecek-İçecek	6	1,9
Piknik olanağı	7	2,2
Örnek bir çiftlik olması	6	1,9
Bataklık ve çorak bir alanın yeşillendirilmesi	8	2,5
Atatürk ve mirası	35	10,8
Başkent Ankara ve Cumhuriyet'in simgesi	10	3,1
Yanıt vermeyenler	0	0

Tablo 8: 2001 anketi katılımcıları AOÇ'yi tanımlama durumlarına göre dağılımı<sup>3</sup>



Grafik 1: "AOÇ Sizin için ne ifade ediyor?" sorusunun 2001 ve 2014 karşılaştırmalı yanıtı

Ankara halkı için AOÇ'nin ne ifade ettiği araştırılan anket sonuçları değerlendirildiğinde, 2001 yılında yapılan anket sonuçlarına göre, Atatürk Orman Çiftliği'nin katılımcıların büyük çoğunluğu için hayvanat bahçesini ifade ederken 2014'te yapılan birebir anketlerde ise aynı soruya "Atatürk ve mirası" olarak cevap verilmiştir. Bu değişim, katılımcıların çoğunun, son zamanlarda kapatılan hayvanat bahçesi ve bu bölgenin mekansal kullanım kısıtlılığından dolayı bu bölgeyi kullanamadıklarını ifade etmelerinin bir sonucu olarak da görülebilir. İkincil olarak, 2001 yılında AOÇ

<sup>3</sup> A.g.e., s.236.

katılımcılar tarafından yüzde 14,2 ile "AOÇ ürünleri" ile tanımlanırken, 2014 yılına gelindiğinde yüzde 21,85 ile "yeşil alan" olarak tanımlanmıştır. 2014'teki "yeşil alan" tanımlamasında son yıllarda gündeme tahribatlar ile AOÇ arazisinin "yeşil alan" kimliğinin ön plana çıktığı söylenebilmektedir. Buna ek olarak, birebir anketlerde soruların şıkları katılımcılara okunmamış, ilk akla gelen cevapların söylenmesi istenirken, internette yapılan anketlerde cevap şıklarından seçim yapmaları istenmiştir. İnternet anketi sonuçlarına göre, Ankara'ya özgü gündelik pratikler de düşünüldüğünde, "piknik alanı" ve "kokoreççiler bölgesi" de AOÇ tanımlamalarına eklenmiştir.

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
Ankara'da AOÇ denince aklınıza gelen yer neresidir?	Sayı	Yüzde(%)
Atatürk evi	35	19,1
Piknik alanı	36	19,6
<b>Hayvanat Bahçesi</b>	<b>46</b>	<b>25,1</b>
Kokoreççiler Bölgesi	14	7,6
Şarap Fabrikası	4	2,1
Eski Bira Fabrikası	2	1,09
Devlet Mezarlığı	2	1,09
Hobi Bahçeleri	2	1,09
Başbakanlık Konutu	15	8,1
Tren Garı	1	0,5
Ankapark	1	0,5
Hepsi	7	3,8
Çiftlik Kavşağı	2	1,09
Yeni yol	1	0,5
Beşevler	1	0,5
Ankara'nın tamamı	1	0,5
Gazi mahallesi	4	2,1
Zırlı Birlikler	1	0,5
Yenimahalle	2	1,09
Batı Ankara Arazisi	2	1,09
Marmara Oteli	2	1,09
İstanbul Y. Eskişehir Y. arası	1	0,5
AOÇ Ürünleri Satış Noktaları	1	0,5

2001 Anket Sonuçları		
Sizce aşağıdakilerden hangisi bu alana aittir?	Evet (%)	Hayır (%)
Atatürk evi/müze	72	28
Piknik alanı	76	24
Büfelere ait alan	61	39
<b>Hayvanat Bahçesi</b>	<b>86</b>	<b>14</b>
Şarap fabrikası	49	51
Eski bira fabrikası	43	57
Devlet Mezarlığı	39	61
Beysukent, Etimesgut, Çakırlar'da yer alan tarım arazileri	16	84
Dolapdere mevkiinde yer alan hayvan ağılları	14	86

Tablo 10: 2001 anketi katılımcıları AOÇ'yi tanıma durumlarına göre dağılımı<sup>4</sup>

<sup>4</sup> A.g.e., s. 234.

2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ'de aklınıza gelen yer neresidir?	Sayı	Yüzde
Atatürk evi	28	17,28
Piknik alanı	14	8,64
<b>Hayvanat bahçesi</b>	<b>46</b>	<b>28,39</b>
Kokoreççiler	38	23,45
Başbakanlık konutu	3	1,85
Ankapark	1	0,61
Eski bira fabrikası	15	9,25
Şarap evi	9	5,55
Devlet mezarlığı	2	1,23
Hobi bahçeleri	6	3,7

**Tablo 9: 2014 anketi katılımcıları AOÇ'yi tanıma durumlarına göre dağılımı**

AOÇ arazisi sınırlarının bilinci konusunda yapılan ankette 2001 yılında Doç. Dr. Sebahat Açıksöz'ün tezinde kullanılan soruda 2014 internet anketinde yapılan benzer bir yöntem ile belirli bölgeler verilmiş ve bu bölgelerden hangilerinin AOÇ arazisine dahil olup olmadığı sorulmuştur. Gerek 2001, gerekse 2014 birebir ve internet anketlerinde bu soruya en çok "hayvanat bahçesi" cevabı verilmiştir. Fakat, 2014 birebir yapılan ankette şıkların görülmeden cevaplanması ve ilk akla gelen bölgelerin söylemesinin de bir sonucu olarak "zırhlı birlikler", "Yenimahalle", "Gazi Mahallesi", "çiftlik kavşağı" gibi çok çeşitli cevaplar alınmıştır. Bu sonuçlar, AOÇ arazi sınırlarının gün geçtikçe bulanıklaştığının bir göstergesi niteliğindedir. Ek olarak 2001 sonrası gündeme gelen mekansal değişiklikler ve Ankara Bulvarı, Başbakanlık Konutu gibi yeni oluşumların da 2014 anket sonuçlarına yansıdığı gözlenmektedir.



**Harita 1: 2014 anket sonuçlarına göre katılımcıların AOÇ arazileri olarak tanımladıkları yerler**

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ'yi ne sıklıkta kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Hiç</b>	<b>42</b>	<b>22,9</b>
Ayda Bir	39	21,3
Ayda Birkaç Kez	21	11,4
Üç Ayda Bir	18	9,8
İki / Üç Yılda Bir	9	4,9
<b>Yılda Bir</b>	<b>42</b>	<b>22,9</b>
Yılda Birden Fazla	12	6,55
2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ'yi ne sıklıkta kullanıyorsunuz?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Hiç</b>	<b>42</b>	<b>22,9</b>
Ayda Bir	39	21,3
Ayda Birkaç Kez	21	11,4
Üç Ayda Bir	18	9,8
İki / Üç Yılda Bir	9	4,9
<b>Yılda Bir</b>	<b>42</b>	<b>22,9</b>
Yılda Birden Fazla	12	6,55

Tablo 10: 2014 anketi katılımcıları AOÇ'yi kullanma sıklıklarına göre dağılımı

2001 Anket Sonuçları		
AOÇ'ye genelde hangi sıklıkta geliyorsunuz?	Sayı	Yüzde(%)
Hiç ziyaret etmedim	16	5
<b>Yılda 1-2</b>	<b>216</b>	<b>66,7</b>
2-3 Ayda bir	44	13,6
Ayda bir	23	7,1
Ayda birkaç	14	4,3
Her haftasonu	5	1,5
Hemen hemen her gün	5	1,5
Yanıt vermeyenler	1	0,3

Tablo 11: 2001 anketi katılımcıları AOÇ'yi kullanma sıklıklarına göre dağılımı<sup>5</sup>

Tabloda görüldüğü üzere, yüz yüze yapılan ankette AOÇ'ye hiç gitmeyenlerle yılda bir kez gidenlerin sayısı birbirine eşit çıkmıştır; ancak "hiç gitmiyorum" diyen insanların arasında "inşaata başladığından beri hiç gitmiyorum" ya da "ulaşım sıkıntısından dolayı hiç gidemiyorum" cevabı verenler de bulunmaktadır. Buna göre; "AOÇ'ye yılda bir gidiyorum" cevabı verenlerin sayısının ve yüzdesinin hem yüz yüze yapılan anketlerde hem de internette doldurulan ankette daha fazla olduğu görülebilir. İnternet anketinde "hiç gitmiyorum" cevabını işaretleyenler ise Ankara dışından anket dolduran katılımcılar olarak tespit edilmiştir. Doç. Dr. Sebahat Açıksöz'ün 2001 yılında doktora tezi için yaptığı ankette de, tıpkı diğer iki ankette olduğu gibi, "yılda 1" cevabı verenlerin sayısı ve yüzdesi en fazla olmaktadır.<sup>6</sup> Hiç ziyaret etmeyenler ise yüzde 5 olmak üzere 16 kişiden oluşmaktadır.<sup>7</sup> 2001 ve 2014 yıllarında yapılan iki anket karşılaştırıldığında, hem yılda bir gidenlerin hem de hiç gitmeyenlerin sayısının 13 yıl içerisinde oldukça azaldığı gözlenmektedir. Bu da AOÇ'nin gelişim ve değişim süreci doğrultusunda eskisi kadar rağbet görmediğinin bir kanıtıdır. Ankara halkının AOÇ'ye eskisi kadar gitmemesinin sebepleri ise "AOÇ'de sizi neler rahatsız eder?" sorusunun analizlerinden anlaşıldığı üzere 2001'de "yoğun ve düzensiz trafik" iken, 2014'te "Başbakanlık konutu ve Ankapark inşaatı" olmuştur.

<sup>5</sup> A.g.e., s. 235.

<sup>6</sup> A.g.e., s. 234.

<sup>7</sup> A.g.e.

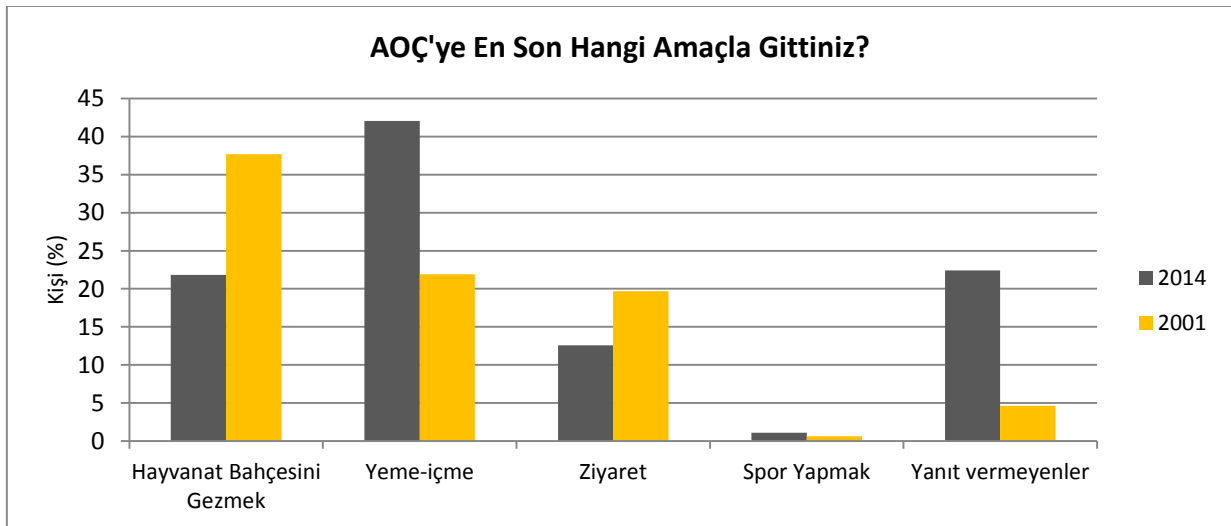
2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ'ye en son hangi amaçla gittiniz?	Sayı	Yüzde(%)
Hayvanat Bahçesini Gezmek	40	21,85
<b>Yeme-içme</b>	<b>77</b>	<b>42,07</b>
Ziyaret	23	12,56
Spor Yapmak	2	1,09
Yanıt vermeyenler	41	22,4
2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ'ye en son hangi amaçla gittiniz?	Sayı	Yüzde
<b>Yeme-içme</b>	<b>54</b>	<b>60,67</b>
Hayvanat bahçesi	17	19,1
Ziyaret	14	15,73
Spor yapmak	2	2,24
Gitmedim	2	2,24

Tablo 12: 2014 anketi katılımcılarının AOÇ'ye gitme amaçlarına göre dağılımları

2001 Anket Sonuçları		
AOÇ'ye genelde hangi amaçlar için geliyorsunuz?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Hayvanat bahçesini gezmek</b>	<b>122</b>	<b>37,7</b>
Piknik yapmak	29	9
Dondurma, köfte vb. yemek	71	21,9
Atatürk evi/müzeyi gezmek	23	7,1
Ankara dışından gelen misafirleri gezdirmek	41	12,6
Çocukların taleplerini karşılamak	21	6,5
Spor yapmak	2	0,6
Yanıt vermeyenler	15	4,6

Tablo 13: 2014 anketi katılımcılarının AOÇ'ye gitme amaçlarına göre dağılımları<sup>8</sup>

AOÇ'ye en son hangi amaçla gittiniz sorusuna 2014'te yapılan yüz yüze ve online anketlerde en çok verilen yanıt "yeme-içme" olarak görülürken, 2001 yılında yapılan ankette "hayvanat bahçesini gezmek" cevabının fazla verildiği görülmektedir. 13 yıl geçmesine rağmen "yeme-içme" ve "hayvanat bahçesini gezmek" seçenekleri hala ilk iki sırada yer almaktadır. "Hayvanat bahçesini gezmek" seçeneğinin seçenlerin belirgin bir şekilde azalmasının sebebi ise bugün gidilecek bir hayvanat bahçesinin olmamasındandır. Bu analizler aynı zamanda "AOÇ sizin için ne ifade ediyor?" sorusunun sonuçlarını da destekler niteliktedir.(Tablo 7, Tablo 8) İki tablo sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, AOÇ'nin halka ne ifade ettiğinin aslında AOÇ'ye gitme amaçlarıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.



Grafik 2: "AOÇ'ye En Son Hangi Amaçla Gittiniz?" sorusunun 2014 ve 2001 karşılaştırmalı yanıtı

<sup>8</sup> A.g.e., s. 237.



2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ ürünlerini kullanıyor musunuz?	Sayı	Yüzde(%)
Evet	125	68,3
Hayır	58	31,7
AOÇ ürünlerini tercih sebebiniz nedir?	Sayı	Yüzde(%)
Lezzetli Olması	58	46,4
Sağlıklı Olması	29	23,2
Güvenilir Olması	25	20
Alışkanlık	9	7,2
AOÇ etiketinden ötürü	4	3,2
AOÇ ürünlerini tercih etmeme sebebiniz nedir?	Sayı	Yüzde(%)
Her yerde Bulunmaması	16	27,6
Pahalı olması	9	15,5
<b>Kalite yetersizliği</b>	<b>18</b>	<b>31</b>
Yeterli bilgiye sahip değil	1	1,72
Cevap vermeyenler	14	24,13
2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ ürünlerini kullanıyor musunuz? Neden?	Sayı	Yüzde
Evet, çünkü sağlıklı	51	50,49
Evet, çünkü lezzetli	38	37,62
Evet, çünkü alışkanlık	9	8,91
Hayır, çünkü sağlıksız	1	0,99
Hayır, çünkü tatsız	2	1,98

Tablo 14: 2014 anketi katılımcıları AOÇ ürünlerini tercih etme ya da etmemelerine göre dağılımı

2014 yılında yapılan anketlere göre, AOÇ ürünlerini kullananların sayısının kullanmayanlara göre çok daha fazla olduğu gözlenmektedir. "AOÇ ürünlerini kullanıyorum" yanıtı verenlerin çoğu ürünleri lezzetli bulduğu için kullandığını ifade etmiştir. AOÇ ürünlerini tercih etmeyenlerin tercih etmeme sebeplerinin de "kalite yetersizliği" olduğu görülmüştür. 2001'deki anket sonuçlarında ise farklı bir tablo görülmektedir. 2001'de AOÇ ürünlerini kullanmayanların sayısı kullananlara göre daha çok olmakla birlikte, tercih edenlerin "alışkanlıktan" dolayı tercih ettikleri, etmeyenlerin ise ürünlerin "her

2001 Anket Sonuçları		
AOÇ'nin ürünlerini satın alıyor musunuz?	Sayı	Yüzde(%)
Evet	52	16
Hayır	271	83,7
Yanıt vermeyenler	1	0,3
AOÇ ürünlerini tercih nedeniniz nedir?	Sayı	Yüzde(%)
Taze olması	62	19,1
Lezzetli olması	63	19,4
Güvenilir olması	66	20,4
Ucuz olması	12	3,7
<b>Geleneksel/Alışkanlık</b>	<b>73</b>	<b>22,6</b>
Diğer (başka seçeneğin olmaması)	1	0,3
Yanıt vermeyenler	7	2,2
AOÇ ürünlerini tercih etmeme nedeniniz nedir?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Her yerde bulunmaması</b>	<b>19</b>	<b>5,9</b>
Pahalı olması	5	1,5
Diğer markaların tercih edilmesi	13	4
Kalite yetersizliği	11	3,4
Diğer (hangi ürünler olduğunun bilinmemesi)	1	0,3
Yanıt vermeyenler	4	1,2

Tablo 15: 2001 anketi katılımcıları AOÇ ürünlerini tercih etme ya da etmemelerine göre dağılımı<sup>9</sup>

<sup>9</sup> A.g.e., s. 239, 240.

yerde bulunmamasından" dolayı tercih etmedikleri tespit edilmiştir.<sup>10</sup> 2001'deki ankette AOÇ ürünlerini "alışkanlıktan" dolayı tercih edenlerin sayısının 2014'te yerini "ürünlerin lezzetli ve sağlıklı olmasından" dolayı tercih edenlere bırakması günümüzde artan organik gıda özleminin bir sonucu olarak da yorumlanabilir. 13 yıl sonrasında yapılan 2014 anketleri, katkısız ve doğal ürünlerin daha çok kıymetlendiğini kanıtlamaktadır. Buna rağmen, 2014'te AOÇ ürünlerinin kullanılmama sebepleri arasında en çok "kalite yetersizliği" gösterilmesi bir ironi yaratmaktadır. Ürünlerin "her yerde bulunmaması" ise günümüzde de AOÇ'nin dağıtım ile ilgili bazı sorunları ya da eksiklikleri olduğunu göstermektedir.

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ'de sizi neler rahatsız eder?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Başbakanlık Konutu ve/veya Ankapark İnşaatı</b>	<b>64</b>	<b>35</b>
Yapılan Tahribatlar	48	26,22
Yoğun ve Düzensiz trafik	7	3,82
Ulaşım Kısıtlılığı	23	12,56
Kullanıcı(ziyaretçi) profili	5	2,73
Esnaf(satıcı) profili	8	4,37
Birbirinden kopuk mekanların olması	1	0,54
Ürünlerinin pahalı olması	3	1,63
Herhangi bir şey rahatsız etmiyor	24	13,11

**Tablo 16: 2014 anketi katılımcılarının AOÇ'de nelerden rahatsız olduklarına göre dağılımları**

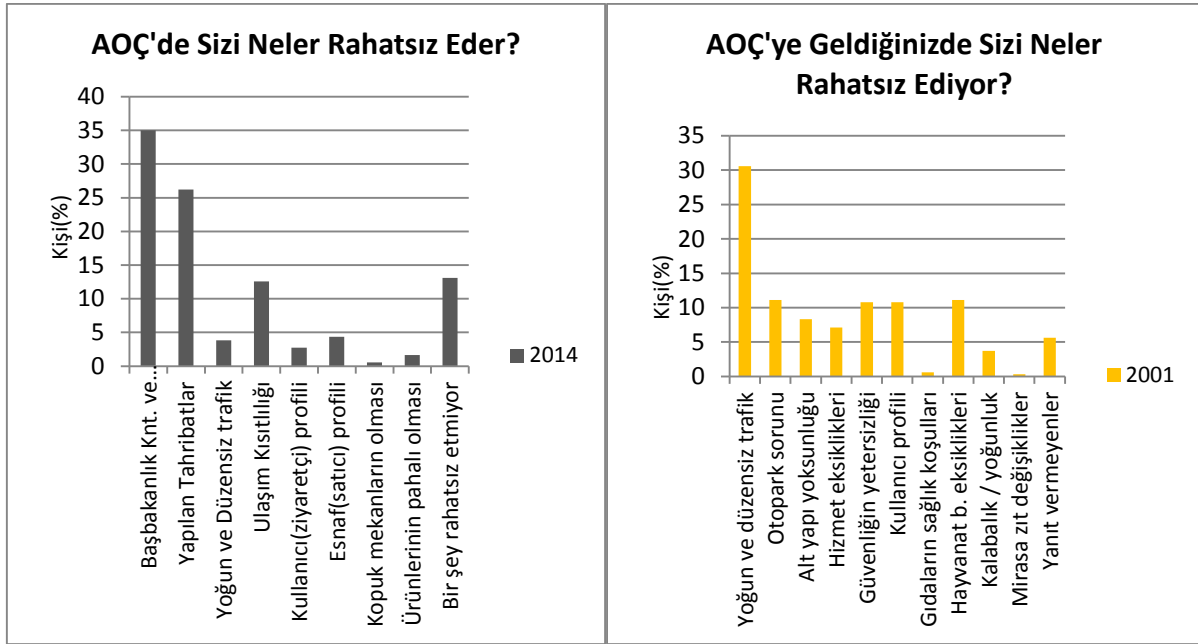
2001 Anket Sonuçları		
AOÇ'ye geldiğinizde sizi neler rahatsız ediyor?	Sayı	Yüzde(%)
<b>Yoğun ve düzensiz trafik</b>	<b>99</b>	<b>30,6</b>
Otopark sorunu	36	11,1
Alt yapı olanaklarının yoksunluğu	27	8,3
Hizmet sektöründeki eksiklikler	23	7,1
Güvenliğin yetersizliği	35	10,8
Ziyaretçi (kullanıcı) profili	35	10,8
Sunulan gıdaların sağlık koşulları	2	0,6
Hayvanat bahçesinin eksiklikleri	36	11,1
Kalabalık / yoğunluk	12	3,7
Atatürk'ün mirasına uygun olmayan değişiklikler	1	0,3
Yanıt vermeyenler	18	5,6

**Tablo 17: 2001 anketi katılımcılarının AOÇ'de nelerden rahatsız olduklarına göre dağılımları<sup>11</sup>**

Ankara halkının "AOÇ'de sizi neler rahatsız eder?" sorusuna 2014 ve 2001'de farklı cevaplar verdiği görülmektedir. 2014'te halkın çoğunluğu yapılan Başbakanlık konutu ve Ankapark inşaatlarını rahatsız edici bulurken, 2001'de en rahatsız edici problemin "yoğun ve düzensiz trafik" olduğu belirlenmiştir. Aradan geçen 13 yıl ve yapılan değişiklikler, iki ankette farklı cevaplar alınmasına sebep olmuştur. Başbakanlık konutu, Ankapark inşaatı ve yapılan tahribatlar 2001'de söz konusu değilken, 2014'te en çok duyulan rahatsızlıklar arasında yer almıştır. 2001'de verilen "hayvanat bahçesi eksiklikleri" yanıtı ise 2014'te rahatsız eden konular arasında yer alamamıştır, çünkü başlanan inşaatlar sonucu Ankara halkının AOÇ'ye en çok gelme sebebi olan hayvanat bahçesi tamamen kaldırılmıştır. Buna ek olarak, 2001'de en fazla rahatsızlık duyulan konulardan biri olan "ziyaretçi (kullanıcı)profili", 2014'te neredeyse hiç rahatsızlık duyulmayan bir konu haline gelmiştir. Bunun nedeni ise, Tablo 10 ve Tablo 11'den anlaşıldığı üzere, AOÇ'ye giden kişi sayısının azalmasından kaynaklanmaktadır.

<sup>10</sup> A.g.e.

<sup>11</sup> A.g.e., s. 238.



Grafik 3 ve 4: "AOÇ'de Sizi Neler Rahatsız Eder?" sorusunun 2014 ve 2001 karşılaştırmalı yanıtı

2014 Birebir Yapılan Anket Sonuçları		
AOÇ'de hangi düzenlemeler yapılmalıdır? Hangi düzenlemeler yapılmamalıdır?	Sayı	Yüzde (%)
Hayvanat Bahçesi geliştirilmeli	15	8,19
Yeşil alan arttırılmalı,düzenlenmeli	49	26,77
Daha temiz piknik alanları yaratılmalı	9	4,91
Ürünlerin fiyatları düşürülmeli	4	2,18
<b>İnşaat yapılmamalı, Doğal hali korunmalı</b>	<b>52</b>	<b>28,41</b>
Başbakanlık konutu ve Ankapark inşaatı devam etmeli	7	3,82
Yeme- içme yerleri düzenlenmeli	11	6
Güvenlik arttırılmalı	1	0,54
Kullanımı arttırılmalı, kamusallaştırılmalı	13	7,1
Yapacak bir şey kalmadı	12	6,55
Tanıtımı geliştirilmeli	4	2,18
Ulaşımı kolaylaştırılabilir, trafik düzenlemesi yapılabilir	3	1,63
Açık hava müzesi haline getirilmeli	2	0,16
Otopark ve düğün salonu yapılabilir	1	0,54

2001 Anket Sonuçları		
Geliş amacına göre AOÇ'de hangi düzenlemeler yapılmalıdır?	Sayı	Yüzde (%)
<b>Hayvanat bahçesi geliştirilmeli</b>	<b>201</b>	<b>62</b>
Yeşil alan miktarı arttırılmalı ve düzenlenmeli	147	45,4
Daha temiz, düzenli piknik alanları yaratılmalı	178	54,9
AOÇ, Atatürk evi/müze için broşür vb. açıklayıcı bilgi, rehberlik hizmeti sağlanmalı	119	36,7
AOÇ'de satışa sunulan ürünlerin sağlık ve hizmet koşulları iyileştirilmeli	87	26,9
Otopark yeri ayrılmalı, trafik düzenlenmeli	128	39,5

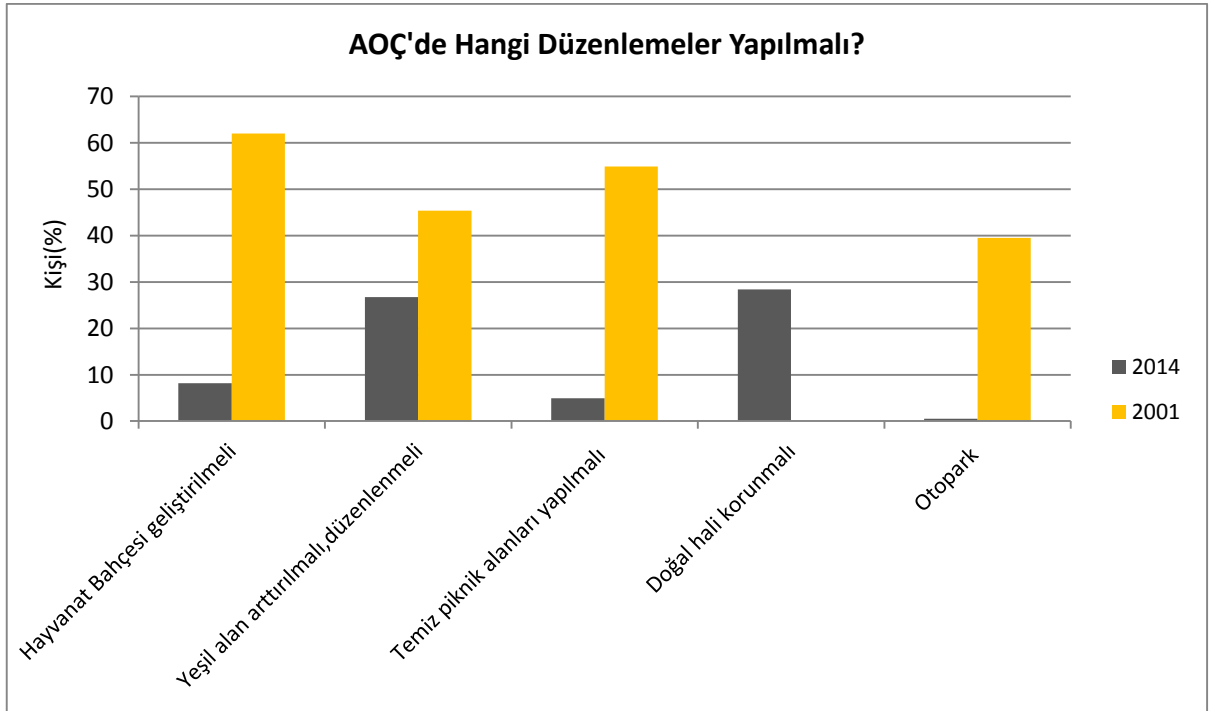
Tablo 19: 2001 anketi katılımcılarının AOÇ'de neler görmek istediklerine göre dağılımları<sup>12</sup>

<sup>12</sup> A.g.e., s. 239.

2014 İnternet Anket Sonuçları		
AOÇ'de ne yapılmalı ya da ne yapılmamalı?	Sayı	Yüzde
Doğal hali korunmalı	43	38,05
Başbakanlık konutu ve Ankapark inşaatı devam etmeli	0	0
Sadece yeme-içme alanı düzenlense yeter	16	14,15
<b>İnşaat yapılmamalı, yeşil alan arttırılmalı</b>	<b>53</b>	<b>46,9</b>
Daha fazla özelleştirilmeli	1	0,88

Tablo 18: 2014 anketi katılımcılarının AOÇ'de neler görmek istediklerine göre dağılımları

"AOÇ'de hangi düzenlemeler yapılmalı ya da yapılmamalı?" sorusu anket katılımcılarının AOÇ'de neler görmek istediklerin ya da istemediklerini anlamak amacıyla sorulmuştur. 2001 anketinde hayvanat bahçesinin geliştirilmesi en çok talep gören madde olmuştur.<sup>13</sup> 2014'ün birebir yapılan anketinde ise "inşaat yapılmamalı, doğal hali korunmalı" seçeneği öne çıkmıştır. Buna paralel olarak 2014 internet anketinde de "inşaat yapılmamalı, yeşil alan arttırılmalı" ve "doğal hali korunmalı" seçenekleri katılımcılar tarafından en çok işaretlenen seçenek olmuştur. İki yılda da yapılan anketler yeşil alanların arttırılması ve düzenlenmesi isteğinin ön plana çıktığını göstermektedir. Buna karşın, 2014'te yapılan anketlerde "Başbakanlık konutu ve Ankapark inşaatı devam etmeli" ya da "sadece yeme-içme alanları düzenlense yeter" diyenler az da olsa bulunmaktadır. 2014'ün birebir yapılan anketinde yapılacak bir şey kalmadığını savunanlar ise, AOÇ'de yapılan değişiklikler dolayısıyla, halkın içinde bulunduğu umutsuzluğu göstermesi açısından önemlidir. 2001 ve 2014 yılları anketleri arasındaki en büyük farklardan bir diğeri ise, AOÇ'de otopark yapılması konusundaki taleptir. 2001'de bu talep en çok söylenen olmasına rağmen 2014'ün birebir anketinde neredeyse hiç dile getirilmemiştir. Bu da yine geçen 13 yıl içerisinde AOÇ kullanıcılarının azaldığının bir kanıtı olarak görülebilir.



Grafik 5: "AOÇ'de Hangi Düzenlemeler Yapılmalı?" sorusunun 2014 ve 2001 karşılaştırmalı yanıtı

<sup>13</sup> A.g.e., s. 238.

## İşletmelerle Yapılan Sözlü Görüşme Değerlendirmeleri

Yapılan çalışma kapsamının üçüncü bölümü olarak, çeşitli bölgelerdeki işletme yetkilileriyle görüşülüp AOÇ ürünleri hakkında bazı sayısal verilere ulaşılmıştır. Bu kapsamda, AOÇ'deki kokoreççiler bölgesi esnafıyla, AOÇ dondurmaları dağıtım merkeziyle, ODTÜ çarşı bölgesindeki işletmelerle ve Ümitköy AOÇ ürünleri satış ofisi ile sözlü görüşme yapılmıştır. İşletme sahipleriyle ve çalışanlarıyla yapılan anketler birinci ve ikinci kısmın içerisinde değerlendirilirken, yapılan sözlü görüşme sırasında elde edilen sayısal verilere ise raporun bu bölümünde ayrıca yer verilmiştir.

### ODTÜ Çarşı İşletmeleri

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Çarşı işletmeleri içerisinde yapılan sözlü görüşmeler sonucunda bireylerin kendi evlerinde AOÇ ürünlerini çoğunlukla tercih ettikleri fakat işletme içerisinde kullanmadıkları belirlenmiştir. Bunun başlıca nedenleri; ürünlerin piyasada fazla bulunmaması, AOÇ ürünlerinin dağıtımının sınırlı ve yetersiz kalması olarak görülmüştür. Bu nedenlerin bir sonucu olarak ise piyasadaki bu ürünleri temin edebilmenin pahalı olması ortaya çıkmıştır. Bu görüşmeler değerlendirildiğinde, çoğu işletme tarafından AOÇ ürünlerinin kullanımının güvenilirlik ve kalite bakımından öncelikli tercih sebebi olsa da, dağıtım problemleri sebebiyle bu işletmelerde kullanılmadığı tespit edilmiştir.

### AOÇ Ürünleri Ümitköy Satış Ofisi Sözlü Görüşme Değerlendirmeleri

AOÇ Ümitköy Satış Ofisi Günlük Satış Verileri	Günlük Satış Miktarı
Süt	30-40 lt
Yoğurt	60-100 kg
Dondurma	600 lt

Tablo 19: AOÇ Ümitköy satış ofisi sayısal verileri

Ümitköy'de AOÇ ürünleri satış ofisi sahibiyle yapılan sözlü görüşme sonucunda AOÇ ürünlerinde katkı maddesi bulunmaması sebebiyle güvenilir olması, taze ve doğal olması, "çiftlik" düşüncesini ön plana çıkarma amacı olması, kolay bozulmaması ve organik ürünlerinin bulunması gibi nedenlerle AOÇ markasının bir tercih sebebi olduğu ortaya çıkmıştır. Ümitköy satış ofisinde sadece AOÇ markalı yüz çeşit ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerden en çok günlük olarak süt ve süt ürünlerinin özellikle de yoğurtluk süt, tereyağı, bal, kefir, keçi yoğurdu, peynir ve su gibi ürünlerin satışının yapıldığı belirtilmiştir. Bazı restoranlara kaşar peyniri ve ayran toplu satışının yapıldığı söylenmiştir. Evlere dağıtımın yapılmadığı fakat yakında böyle bir planlarının olduğu da bu görüşmede ortaya çıkan verilerdir.

### AOÇ Dondurmaları Dağıtım Merkezi ve Şençam Köftçisi Sözlü Görüşme Değerlendirmeleri

AOÇ dondurma baş bayii (dağıtım merkezi)	Sayı	Şençam köftçisi	Sayı
Bulunan dağıtım arabası	10	Çalışan kişi	70 kişi
Bir arabanın aldığı dondurma	3000	Bulunan masa	50 kişi
Bir günde dağıtıma çıkan araba	9	Bir günde restorana gelen müşteri	400-500 kişi
Günlük dağıtılan dondurma	27000		

Soldan sağa, Tablo 20: AOÇ'de bulunan dondurma dağıtım merkezi sayısal verileri

Tablo 21: AOÇ'de bulunan Şençam köftçisi çalışan ve müşteri sayısal verileri

AOÇ'de görüşülen iki işletmenin de çalışanları, AOÇ'nin kendileri için "kazanç kapısı" anlamına geldiğini ifade etmiştir. AOÇ dondurma baş bayiinden öğrenilen bilgilere göre, -33 derecede, 3000 dondurma alabilecek kapasiteye sahip 10 dağıtım arabası bulunmakta ve günde 8 ya da 9 araba dağıtım için yola çıkmaktadır. Bununla elde edilen verilere göre, günlük dağıtılan dondurma sayısının 27000 civarında olduğu söylenebilir. Ankara, İstanbul, Eskişehir ve Mersin'e de dağıtım yapıldığını ifade eden dağıtım merkezi çalışanları, AOÇ ürünlerini kendilerinin de güvenle tükettiğini belirtmişlerdir. Görüşmelerin yapıldığı ikinci işletme olan Şençam köftecisinden de, gelen müşteri ve çalışan eleman sayısı açısından oldukça net bilgiler edinilmiştir. AOÇ'yi "kazanç kapısı" olarak gören 70 Şençam köftecisi çalışanın 30'u mutfakta, 15'i restoran içinde, diğer 25'i ise ayaküstü yemek isteyen müşteriler için kokoreç, döner, ızgara, büfe ve temizlik işleriyle ilgilenenlerdir. Burada edinilen bilgilere göre, bir günde restorana gelen müşteri sayısı hafta içi 400 ve 500 arasında değişmektedir. Hafta sonu daha da kalabalıklaşan Şençam köftecisi çalışanları, yapılan inşaatlardan ve ulaşım kısıtlılığından dolayı müşteri sayısının geçmiş yıllara göre çok azaldığını belirtmişlerdir.

### **Sonuç ve Değerlendirmeler**

1923'te Cumhuriyetimizin kuruluşuyla başlayan modernleşme sürecinin bir öncüsü ve modeli olan Atatürk Orman Çiftliği, gerek yüklendiği misyonuyla, gerekse başkent Ankara'nın değişimine yaptığı tanıklığıyla yıllar içinde daha da önem kazanmıştır. 1925 yılında tüm imkansızlıklara rağmen kurulan Atatürk Orman Çiftliği, günümüze kadar Ankara bozkırında yeşil zenginliğiyle göz doldurmuştur. Yapılan organik ve doğal gıda üretimleri, sağlanan kamusal alanlar, içinde bulunan değerli mimari yapılar ve hissettirdiği değerler açısından Atatürk Orman Çiftliği, aynı anda tarihsel, sosyal ve kültürel olgulara referans vermektedir. İçinde birçok fonksiyon barındıran Atatürk Orman Çiftliği arazisinin evrimleşme süreci özellikle son yıllarda uğradığı değişim yapılan çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Bu araştırmada da Atatürk Orman Çiftliği arazisinde alınan kararların ve uygulanan planların hem mekansal hem de sosyolojik yansıması öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, yapılan anketlerin temel amacı, hem Atatürk Orman Çiftliği hakkındaki düşünceleri ve katkıları görmek, hem de Atatürk Orman Çiftliği'nin uğradığı değişimlerden nasıl etkilenildiğini öğrenmektir. Soruları ve cevap şıkları bu amaca yönelik hazırlanan 2014 anketleri, sonuçları, değerlendirmeleri ve görselleri ile birlikte somut veriler içermektedir.

İncelenen tüm veriler ışığında, birebir yapılan anket grubuyla internet üzerinden soruları cevaplayan katılımcıların hemen hemen tüm sorularda aynı cevapları verdiği görülmüştür. Bu da, Atatürk Orman Çiftliği'ni aktif olarak kullanan ve kullanamayan insanların Atatürk Orman Çiftliği'ndeki değişikliklere ya da oluşumlara aynı hassasiyette yaklaştıklarını göstermektedir. İki grup için de hazırlanan soruların olabildiğince yalın ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda anket katılımcılarına, "AOÇ sizin için ne ifade ediyor?" (Tablo 7, 8) ve "AOÇ denince aklınıza gelen yer neresidir?" (Tablo 9, 10) gibi birbiriyle ilişkili sorular yöneltilmesi sonucu alınan yanıtların aynı olması da anketin kendi içindeki tutarlılığını yansıtmaktadır. Tüm bunlara ek olarak, 2014'te yapılan iki anket grubunun sonuçlarını 2001'de Doç. Dr. Sebahat Açıksöz tarafından yapılmış olan anket verileriyle kıyaslamak ise, aradan geçen on üç yılın etkilerini anlamak adına yol gösterici olmuştur. Üçüncü grupta toplanan Atatürk Orman Çiftliği satış ofisleri ve diğer işletmelerle yapılan görüşmeler de Atatürk Orman Çiftliği'ne farklı bir bakış açısıyla bakılmasını sağlamış, net sayısal verilerle Atatürk Orman Çiftliği'nin üretim faaliyetleri değerlendirilmiştir.