

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**COWORKİNG ALANLARI ÜZERİNDEN
ÇALIŞMANIN DEĞİŞİMİ:
TÜRKİYE ÖZELİNDE BİR DEĞERLENDİRME**

DOKTORA TEZİ

Dilay GÜVENÇ

Enstitü Anabilim Dalı: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sinem YILDIRIMALP

HAZİRAN – 2021

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**COWORKİNG ALANLARI ÜZERİNDEN
ÇALIŞMANIN ve MEKÂNIN DEĞİŞİMİ:
TÜRKİYE ÖZELİNDE BİR DEĞERLENDİRME**

DOKTORA TEZİ

Dilay GÜVENÇ

Enstitü Anabilim Dalı : Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri

“Bu tez sınavı 21/06/2021 tarihinde online olarak yapılmış olup aşağıda isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof.Dr.Tuncay YILMAZ	BAŞARILI
Prof.Dr.Sayım YORGUN	BAŞARILI
Prof.Dr. Cemal İYEM	BAŞARILI
Doç.Dr.Sinem YILDIRIMALP	BAŞARILI
Doç.Dr.Emel İSLAMOĞLU	BAŞARILI



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU

Sayfa : 1/1

Öğrencinin

Adı Soyadı	:	Dilay GÜVENÇ		
Öğrenci Numarası	:	d086005007		
Enstitü Anabilim Dalı	:	Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri		
Enstitü Bilim Dalı	:	Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri		
Programı	:	☐ YÜKSEK LİSANS	☒ DOKTORA	
Tezin Başlığı	:	Coworking Alanları Üzerinden Çalışmanın ve Mekanın Değişimi: Türkiye Özelinde Bir Değerlendirme		
Benzerlik Oranı	:	%6		

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,

☒ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.

16/07/2021
İmza

☒ Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.

Bilgilerinize arz ederim.

16/07/2021
İmza

Uygundur

Danışman
Unvanı / Adı-Soyadı:

Tarih:

İmza:

☐KABUL EDİLMİŞTİR

☐REDEDEDİLMİŞTİR

EYK Tarih ve No:

Enstitü Birim Sorumlusu Onayı

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde ilk anından son anına kadar desteği, güveni ve katkısının yanı sıra anlayışı, hoşgörüsü ve esirgemediğı güler yüzü için de değerli hocam ve tez danışmanım Doç. Dr.Sinem YILDIRIMALP'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Tez izleme jürisinde yer alarak tüm süreç boyunca içtenlikle sağladıkları tüm katkılar için Doç. Dr. Emel İSLAMOĞLU ve Prof.Dr. Tuncay YILMAZ ile savunma jürisinde yer alarak bilgi, tecrübelerini bizimle paylaşan Prof.Dr. Sayım YORGUN'a ve Prof.Dr. Cemal İYEM'e de ayrıca teşekkür ederim.

Son olarak da her zaman sevgileri ile yanımda olan, dualarının yanı sıra emeklerini de katkılarını da benden esirgemeyen aileme, destek ve anlayışı için eşime ve tüm gücüyle sabreden oğluma teşekkür ederim.

Dilay GÜVENÇ

21.06.2021

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	i
TABLO LİSTESİ.....	ii
RESİM LİSTESİ	vi
KAREKOD LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ	ix
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: PARADİGMA DEĞİŞİMİ: ÇALIŞMA VE ÇALIŞMANIN	
TÜKETİMİ	10
1.1. Paradigma ve Teknolojik Değişim	11
1.2. Kavramsal Olarak Çalışma ve Çalışma Paradigmalarının Tarihsel Seyri.....	23
1.2.1. Kavramsal Olarak Çalışma.....	23
1.2.2. Çalışma Paradigmalarının Tarihsel Seyri	28
1.2.2.1. Birinci Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları.....	30
1.2.2.2. İkinci Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları.....	36
1.2.2.3. Üçüncü Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları	45
1.2.2.4. Dördüncü Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları	56
1.3. Çalışmanın Tüketimi: Tüketim Paradigmalarının Tarihsel Seyri.....	64
1.3.1. Tüketim ve Tüketim Ekonomisi.....	64
1.3.2. Paylaşım ve Paylaşım Ekonomisi.....	70
BÖLÜM 2: ÇALIŞMANIN MEKÂNLARI	79
2.1. Kavramsal Olarak Mekân.....	80
2.2. Çalışma ve Mekân İlişkisi	82
2.3. Çalışma Mekânı Paradigmalarının Tarihsel Seyri.....	85
2.3.1. Sanayi Devrimine Öncesi 16.yy -18 yy Çalışma Mekânları	87
2.3.2. Sanayi Devrimi ve Sonrası Çalışma Mekânları (19.-20. Yüzyıl).....	95
2.3.2.1. 1950 Öncesi Kadar Çalışma Mekânları	95
2.3.2.2. 1950- 1970 arası Çalışma Mekânları	108
2.3.2.3. 1970 Sonrası Çalışma Mekânları	116
BÖLÜM 3: İŞBİRLİKÇİ-ORTAK ÇALIŞMA VE İŞBİRLİKÇİ-ORTAK	
ÇALIŞMANIN MEKÂNLARI OLARAK COWORKİNG ALANLARI (CWS) 130	
3.1. Çalışmanın Yeni Formları	131

3.2. İşbirlikçi /Ortak Çalışma	132
3.3. İşbirlikçi Çalışmanın Mekânları: Coworking Alanları (CWS)	142
3.3.1. Coworking Alanlarının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	148
3.3.2. Coworking Alanlarının Faaliyetleri ve Hizmet Kapsamı	154
3.3.3. Coworking Alanlarına İlişkin Genel İstatistikler.....	156
3.3.4. Coworking Alanları Kullanıcılarının Sınıflandırılması.....	159
3.3.4.1. Çalışma Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları	159
3.3.4.2. Kullanım Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları	174
BÖLÜM 4: COWORKİNG ALANLARINA VE KULLANICILARINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA	177
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	177
4.2. Araştırmanın Yöntemi	178
4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği.....	182
4.4. Araştırma Süreci ve Kapsamı	182
4.5. Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılıkları	184
4.6. Araştırmanın Bulguları.....	184
4.6.1. Demografik Bulgular	185
4.6.2. Mülakat Bulguları.....	191
4.6.2.1. Tema 1: Teknoloji ve Çalışma	192
4.6.2.2. Tema 2: Coworking Alanlarında Çalışma	199
4.6.2.3. Tema 3: Coworking Alanları Kullanıcılarının Gözlemlerine Göre Kullanıcı Bilgileri	235
4.6.2.4. Tema 4: Coworking Alanları Hakkında.....	240
4.6.2.5. Tema 5: Coworking Alanlarına Alternatif Çalışma Mekânları	253
SONUÇ VE ÖNERİLER	260
KAYNAKÇA.....	271
EKLER	292
ÖZGEÇMİŞ	294

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ATOM	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Teknokent Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi
CEO	: Chief Executive Officer
CWS	: Coworking Alanları
ÇUŞ	: Çok Uluslu Şirket
EUROFOUND	: Avrupa Yaşam ve Çalışma Koşullarını İyileştirme Vakfı
ILO	: Uluslararası Çalışma Örgütü
IPros	: Bağımsız Profesyonel
IBM	: International Business Machines
HSBC	: The Hongkong and Shanghai Banking Corporation
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KPMG	: Klynveld Peat Marwick Goerdeler
MINI	: MINI Otomobil Markası
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
P2P	: Eşten Eşe Dosya Paylaşımı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TEDX	: Teknoloji, Eğlence, Dizayn Konferansları
GİG	: Kısa Süreli İş
yy.	: Yüzyıl
www	: World Wide Web
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
TBK	: Türk Borçlar Kanunu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Üretim Modellerinin Değişimi ve Mekânsal Değişim	117
Tablo 2: Coworking Alanlarına İlişkin Literatür Özeti	143
Tablo 3: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler	185
Tablo 4: Katılımcıların Coworking Alanı ve Çalışma Modeline İlişkin Bilgileri	186
Tablo 5: Tema- Alt Tema ve Kategorilerin Sınıflandırılması	191
Tablo 6: Görüşülen Kullanıcı Sayısı Ve Gözlem Süreleri	192
Tablo 7: Görüşmelerin Gerçekleştirildiği Coworking Alanlarındaki Mekânsal Özellikler	234
Tablo 8: Görüşmelerin Gerçekleştirildiği Alanların Faaliyetlerine Ve Yapılanmalarına İlişkin Farklılıklar	253

RESİM LİSTESİ

Resim 1 : Uffizi Galery (1) U Planlı Giriş (2) Ana Kapı.....	88
Resim 2 : Uffizi Galery Planı.....	89
Resim 3 : Doğu Hindistan Evi, East India House, London, Thomas Hosmer Shepherd, Çizimi,1817.	90
Resim 4 : Ripley Binası, The Old Admiralty Office, 1760.....	91
Resim 5 : İngiltere Merkez Bankası, Bank of England.....	92
Resim 6 : (1) Evde Yün Eğirme / (2)Fabrikada Dokuma Tezgâhları	94
Resim 7 : (1) Kristal Saray Dış Görünüş / (2) Kristal Saray İç Görünüş.....	96
Resim 8 : Harper & Brothers Binası	96
Resim 9 : The Oriel Chambers (1) Dış Görünüş / (2) İç Görünüş	101
Resim 10 : The Oriel Chambers Kat Planları	101
Resim 11 : Larkin Binası (1) Dış Görünüş / (2) İç Görünüş.....	102
Resim 12 : Larkin Binası Ön Büro	102
Resim 13 : Taylorist Ofis	104
Resim 14 : Johnson Wax Binası İç Görünüş.....	104
Resim 15 : Ford Motor Company Piquette Üretim Tesisi (1904 / 1945)	105
Resim 16 : Ford Motor Company Long Beach Üretim Tesisi (1936)	106
Resim 17 : Bürolandschafts Office	109
Resim 18 : Action Office (1)	112
Resim 19 : Action Office (2)	112
Resim 20 : Cubicle Office.....	113
Resim 21 : Centraal Beheer Office	115
Resim 22 : Yalın Ofis	123
Resim 23 : (1) Facebook Ofisler (2) Google Ofisler	124
Resim 24 : (1) Sahibinden Ofisler (2) Yemek Sepeti Ofisler	125
Resim 25 : Biofilik Ofisler.....	126
Resim 26 : Dünya’dan Coworking Çalışma Alanları İç Görünüş Örnekleri	128
Resim 27 : Coworking Alanlarının Dünya Haritası Üzerindeki Dağılımı.....	128
Resim 28 : AP'nin 2018 Yeni Ortak Çalışma Girişine İlişkin Tarzı Facebook Duyurusu.....	138
Resim 29 : Mutinerie’nin İhtiyaç Çerçevesi (Paris’te Bir Ortak Bir Çalışma Alanı) .	147

Resim 30 : Neuberg'in Blogtan Coworking Alanına Davet İçin Yaptığı Duyuru	
Metni.....	150
Resim 31 : Spiral Muse (İlk Ortak Çalışma Alanı) (1) Dış Görünüm (2) İlk Ortak Çalışma Alanı Spiral Muse İç Görünüm	151
Resim 32 : Hub Islington Çalışma Alanı	152
Resim 33 : İlk Jelly Alanlarından Bir Örnek	153
Resim 34 : Coworking Alanlarının İstanbul Haritası Üzerindeki Dağılımı	231



KAREKOD LİSTESİ

Karekod 1: AmazonGo Market Tanıtım Videosu.....	63
Karekod 2: Alibaba Depo Tanıtım Videosu	63
Karekod 3: Larkin Binası Tanıtım Binası.....	103
Karekod 4: Johnson Wax Binası Tanıtım Videosu.....	105
Karekod 5: Ford Motor Company Piquette Ve Highland Üretim Tesisleri Tanıtım Videosu	106
Karekod 6: The Action Office: The Secret History of the Cubicle	113
Karekod 7: Centraal Beheer - Apeldoorn Tanıtım Videosu	114
Karekod 8: The Hat Factory Hikâyesi	151

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1 : Mekân-Tüketim-Çalışma Kavramlarının Kesişimi Olarak Coworkingler.....	4
Şekil 2 : MÖ 14.000'den Beri Doğu ve Batı'da Toplumsal Gelişme.....	30
Şekil 3 : Risk Kategorisine Göre ABD İstihdamı	60
Şekil 4 : İstihdamın Yeni Formlarına İlişkin Sınıflandırma.....	137
Şekil 5 : Coworking Alanlarında Hizmet Dağılımı	155
Şekil 6 : Çalış-Öğren-Oyna Üçüncü Alanların Tarihi Gelişimi	156
Şekil 7 : Çalışma Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları	160
Şekil 8 : Kullanım Modeli Üzerinden Coworking Alan Kullanıcıları	175
Şekil 9 : Nitel Çalışmanın Tümevarımsal Süreci.....	180
Şekil 10: Kartopu Örnekleminin Katılımcılar Ve Coworking Alanları Arasındaki Dağılımı Ve Ulaşımı.....	183
Şekil 11: Kodların Temalar Kapsamında Katılımcılara Dağılımı	191
Şekil 12: Teknoloji ve Çalışma Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım.	193
Şekil 13: Teknoloji ve İş Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım	193
Şekil 14: Teknoloji ve İş Gücü Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım	196
Şekil 15: CWS'de Çalışma Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım	200
Şekil 16: CWS'de Çalışmanın Nedenleri Alt Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım	200
Şekil 17: CWS'de Çalışma Fikrinin Oluşumu Alt Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım.....	201
Şekil 18: CWS'de Çalışmayı Devam Ettiren Temel Etken Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım.....	204
Şekil 19: Çalışma Fikri ve Temel Etken Kategorilerinin Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım	206
Şekil 20: CWS'de Çalışma Paradigmalarının Kategorilere İlişkin Kod Dağılımı	207
Şekil 21: Katılımcıların CWS'de Üretim Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı	208
Şekil 22: Katılımcıların CWS'de Zaman Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı.....	211
Şekil 23: Katılımcıların CWS'de Mekân Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı.....	214
Şekil 24: Katılımcıların CWS'de Çalışmaya İlişkin Alternatif Paradigma İfadelerin Dağılımı	217

Şekil 25: Katılımcıların CWS'de Network Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı...	218
Şekil 26: Katılımcıların CWS'de İşbirliği Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı	220
Şekil 27: Katılımcıların CWS'de Paylaşım Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı ..	222
Şekil 28: Katılımcıların CWS'de Komünite Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı.	224
Şekil 29: Katılımcıların CWS'de Lokasyon Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı.	226
Şekil 30: Katılımcıların Gözlemleri Çerçevesinde CWS Kullanıcılarının Bilgilerine İlişkin Genel Dağılım	236
Şekil 31: Katılımcıların Gözlemleri Çerçevesinde CWS Kullanıcılarının Yaş Bilgilerine İlişkin Dağılım.....	237
Şekil 32: Katılımcıların Gözlemleri Çerçevesinde CWS Kullanıcılarının Meslek Bilgilerine İlişkin Dağılım.....	239
Şekil 33: Katılımcıların CWS'ler Hakkında İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı	241
Şekil 34: Katılımcıların CWS'lerin İş Modeline Hakkında İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı.....	244
Şekil 35: Katılımcıların İstanbul'daki Farklı CWS'ler Hakkında Karşılaştırma İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı	246
Şekil 36: Katılımcıların Uluslararası Farklı CWS'ler Hakkında Karşılaştırma İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı.....	248
Şekil 37: Katılımcıların CWS'lere İlişkin Genel Kullanıma Yönelik Memnuniyet İfadeleri.....	250
Şekil 38: Katılımcıların CWS'ye Alternatif Çalışma Modellerine İlişkin İfadelerinin Kod Dağılımı	254
Şekil 39: Katılımcıların Kurumsal Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu Veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı	254
Şekil 40: Katılımcıların Evden Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu Veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı	256
Şekil 41: Katılımcıların Ofiste Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı	258
Şekil 42: Alan Etkisi ve İş Gelişimi Arasındaki İlişkinin Pozitif Etki.....	265

Sakarya Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Özeti

Yüksek Lisans	☐	Doktora	☒	
Tezin Başlığı: Coworking Alanları Üzerinden Çalışmanın ve Mekânın Değişimi: Türkiye Özelinde Bir Değerlendirme				
Tezin Yazarı: Dilay GÜVENÇ		Danışman: Doç.Dr.Sinem YILDIRIMALP		
Kabul Tarihi: 21.06.2021		Sayfa Sayısı: xii + 294		
Anabilim Dalı: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri				
İşbirlikçi ortak çalışma ile onun mekânları olan coworking alanları; teknolojik gelişmeler ile yeniden yapılanan üretim ve tüketim paradigmalarının çalışma paradigmalarındaki yansımalarını ifade etmeleri açısından önemli yapılanmalardır. Mülkiyet kavramının sorgulanması ile yükselen ve geleneksel ekonomiden farklı dinamiklere sahip paylaşım-işbirliği ekonomisinde üretim, tüketim ve çalışma olgularının karakteristik dönüşümler yaşadığı gözlenmektedir. Bu dönüşümün fırsatlarının yakalanması ve tehditlerine ilişkin önlemlerin alınması ancak detaylı bir analiz ile mümkün olabilecektir. Bu çalışmada, üretim, tüketim ve çalışma olgularına ilişkin dönüşümler, teknolojik gelişmeleri temsilen sanayi devrimleri ekseninde incelenecektir. Araştırma aşamasında ise nitel analiz yöntemi kullanılarak, işbirlikçi ortak çalışma formunun paradigmaları ve coworking alanlarının detaylı bir analizi gerçekleştirilecektir. İşbirlikçi-ortak çalışma, çalışmanın yeni özerk formlarından biridir. Aynı zamanda “birlikten kuvvet doğar” yaklaşımı ile beslenen bir işbirliği stratejisi olarak rekabet üstünlüğü de sağlar. Coworking alanları ise çok farklı çalışma formlarının birlikteliğini mekân paylaşımı ile sağlayan, işbirlikçi ortak yapılanmalardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. coworking alanlarında özellikle kendi hesabına çalışanların ve farklı ölçeklerdeki işverenlerin yoğunlaştığı görülmektedir. Coworking alanları, komünite yapılanması ile oluşturulan işbirlikçi ve paylaşımcı ortamlardır. Coworking alanları, verimliliğin, yaratıcılığın ve network olanaklarının arttığı, işin, bilginin, kaynakların çoğaldığı, maliyetlerin ve idari iş yükünün azaldığı bir yapı sunmaktadır. Ayrıca bu alanlar sosyalleşme, eğlence ve öğrenme merkezleri gibi hedef kitlenin memnuniyetini esas alan ek hizmetleri ve yarattığı alan etkisi ile çalışmanın tüketildiği mekânlardır.				
Anahtar Kelimeler: Çalışma, Üretim, Tüketim, Mekân, İşbirliği				

Sakarya University
Institute of Social Sciences Abstract of Thesis

Master Degree	☐	Ph.D.	☒
Title of Thesis: Change of Working and Space Through Coworking Areas: An Evaluation Specific to Turkey			
Author of Thesis: Dilay GÜVENÇ Supervisor: Assist.Prof. Sinem YILDIRIMALP			
Accepted Date: 21.06.2021		Number of Pages: xii + 294	
Department: Labour Economics and Industrial Relations			
Collaborative working and its coworking spaces are essential structures in expressing the reflections of production and consumption paradigms, restructured by technological developments, on the working paradigms. It is observed that production, consumption, and working phenomena have undergone characteristic transformations in the sharing-cooperation economy, which rises with the questioning of the concept of property and has different dynamics from the traditional economy. Capturing the opportunities of this transformation and taking precautions regarding threats will only be possible with a detailed analysis. In this study, changes related to production, consumption, and working phenomena will be examined in the axis of industrial revolutions as representing technological developments. In the research phase, a detailed analysis of the paradigms and coworking areas of the collaborative, collaborative work form will be carried out using the qualitative analysis method. Collaborative, collaborative work is one of the new autonomous forms of work. At the same time, it provides a competitive advantage as a cooperation strategy nurtured by the approach of "strength comes from unity." On the other hand, coworking areas emerge as collaborative joint structurings that enable the unity of many different work forms through space sharing. In coworking areas, it is seen that primarily self-employed and employers of different scales are concentrated. Coworking areas are collaborative and sharing environments created with community structuring. Coworking areas offer a structure where productivity, creativity, networking opportunities increase, work, information, resources increase, costs, and administrative workload decrease. In addition, these areas are places where the work is consumed with the additional services based on the satisfaction of the target audience, such as socialization, entertainment, and learning centers and the spacing effect it creates.			
Keywords: Work, Production, Consumption, Space, Collaborative			

GİRİŞ

Tarih, mutlak olduğu düşünölen çok sayıda olgu, kavram ve yapının değışimine tanıklık etmiştir. Araştırma-sorgulama ve öğrenme becerisine sahip insan da sürekli yeni bilgiler elde etmekte ve bu bilgiler ile yaşamını değıştirmektedir.

Geniş bir perspektife sahip olan paradigma kavramı mevcut inanç sisteminin yanı sıra, iş yapma biçimlerini, benimsenen değer ve tutumları da ifade edebilmektedir. Söz konusu çalışmada, paradigma çalışmaya ilişkin değışimi değerlendirmek bağlamında kullanılacaktır. Kurumsallaşmış bir olgu olan ve yerleşik paradigma ekseninde biçimlenen çalışma da daha önce defalarca olduğu üzere bugün de dönüşmektedir.

Çalışmanın değışimi, toplumsal konumu ve çok sayıda aktör ile olan ilişkisi açısından tek bir öge ile açıklanamayacak kadar etkileşimli bir süreçtir. Çalışma paradigmalarının dönüşümünde etkili olan tüm olguların ele alınması kapsam genişliği nedeniyle mümkün olmadığından, söz konusu çalışmada teknolojik gelişmeler ekseninde üretim, tüketim ve mekân paradigmalarının rolüne öncelik verilmiştir.

Üretim tüm zamanlar için toplumsal ve ekonomik anlamda belirleyici bir faaliyet olmuştur. Sanayi devrimi öncesi düşük olan üretim verimliliğinin sanayi devrimi sonrasındaki ani artışı ise, işgücü ile teknolojinin bilimsel ve akılcı yönetimi ve yönlendirilmesi ile mümkün olabilmektedir.

Sanayi devrimleri ile her kırılımda yeni enerji kaynaklarının yeni araçların ve yeni tekniklerin ortaya çıkmasıyla daha fazla sayıda ve seçenekte ürün, hizmet ve bilgi yeni pazarlara ulaşmıştır.

Bu süreçler sadece üretimi değil, üretime anlam katan tüketimi ve onları amaçlara uygun organize etmeyi ifade eden yönetimi de her kırılımda yeniden yapılandırmıştır.

Buharla gelişen üretim süreçlerinin hız ve verimliliği, elektrik-elektronik, otomasyon, nesnelerin interneti gibi teknolojilerle katlanarak artarken, tüketim ise iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişime bağlı olarak kapsam ve alanını genişletmiştir. Tüketicinin her yer ve alana nüfuz etmesi zamanla normalleşerek gereklilik halini almış ve yaşamın anlamı üretimden tüketime evrilmiştir. Daha fazla tüketme anlayışı, tüketicinin kültür ve yaşam tarzını belirlediği bir toplum yaratmıştır.

20. yüzyılın başlarındaki tüketimin üretimi yakalamasına yönelik çabalar, 20 yüzyıl sonlarında tüketime göre biçimlenen üretim haline dönüşmüştür. Sistemin toplum ve çevreye olan zararlarına ilişkin farkındalığın artışı ve teknolojik altyapının yeterliliği ile gerekli paradigma zemini oluştuğunda ise, her şeyin tüketim ögesi olduğu yapı ve onun temeli olan mülkiyet sorgulanmaya başlanmıştır. 21. yüzyıla gelindiğinde, 20. yüzyılın rekabet odaklı ekonomik yapılanması, her şeyin paylaşılabılır olduğu işbirliği kökenli yeni yapı ile yer değiştirmektedir. Paylaşmanın tüketmenin yerine aday olduğu bu yeni yapılanma kendi paradigmalarını oluşturmaktadır.

Geleneksel ekonomik yapılanmada neyin, nerede, nasıl ve ne zaman üretildiği ve tüketildiği önemli iken, paylaşım ekonomisinde ise kimin neyi, nasıl, nerede, kimlerle paylaştığı rekabet gücünü belirleyici rol oynamaktadır.

Üretim ve tüketimin yanı sıra 21.yüzyılda sorgulanan ve hatta yolun sonuna geldiği tartışılan bir başka olgu ise çalışmadır. Çalışma 19.yüzyılda dinsel ve yaşamsal gerekler karşılığı üretme faaliyeti iken 20. Yüzyılda kazandığı kurumsal yapı ile işçi-işveren arasında edime dayalı bir hukuki ilişki biçimini almıştır.

20. yüzyılın sonunda esnekleşerek yeni bir form kazanan çalışma, 21.yüzyılda ise özerklik ekseninde şekillenmektedir. 20. Yüzyılın geleneksel hukuki çalışma ilişkisi giderek işi arz eden (satıcı) ile işi talep eden (müşteri) arasındaki bir ilişkiye dönüşmektedir. İşverenin istihdam ilişkisindeki yer, zaman, üretim araçları sağlama gibi birçok yükümlülüğünü ortadan kaldıran bu durum teknolojik gelişmelerin iş/zaman-mekân bağının zayıflamasının bir sonucudur.

Her yerden gerçekleştirilmesi sadece teknik olarak mümkün olan çalışmanın, işyeri dışına çıkmasıyla işgücünün mekânla olan bağının yanı sıra işverenle olan istihdam bağı ve çalışma ortamına ilişkin sosyal bağları da zayıflamaktadır.

Çalışan için işin yerine getirilmesinden fazlasını ifade eden çalışmanın yeni formlarında işgücü kendi koşullarını seçebilme serbestisine sahip olmakla birlikte bunları sağlamakla da yükümlüdür. Bu yükümlülüklerden biri de çalışma mekânının sağlanmasıdır.

Hem eylemsel, hem de kimliksel mekân arayışındaki özerk işgücünün ev, cafe, kütüphane gibi üçüncü alanlar ile ofis gibi maliyeti yüksek alanlardaki memnuniyetsizliklerine bir

özüm önerisi olarak gelişen coworking alanları zamanla sahip olduğu işbirlikçi-paylaşımıcı ve yaratıcı ortam ile işverenler içinde cazip çalışma mekânları olmuşlardır. Coworking alanları hem mekân, hem de içerik olarak çalışmaya yeni bir soluk getirmektedir.

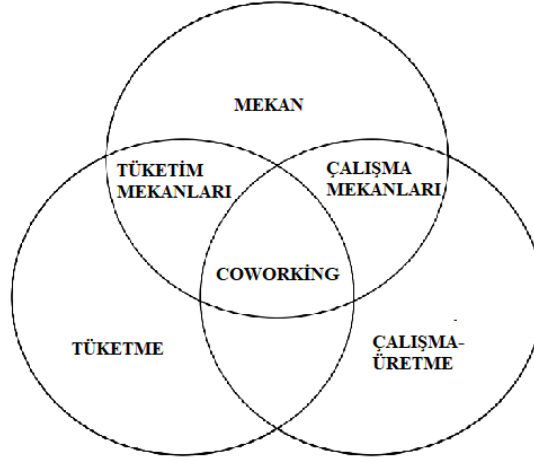
Ekonominin yeniden yapılanması sürecinde değışen çalışma paradigmalarının beraberinde, başarının anahtarı da değışmiş ve rekabet odaklı stratejilerden işbirliği odaklı stratejilere dönüşmüştür. İşletmeler verimliliğin, yaratıcılığın artırılmasında, hem kendi çalışanlarını işbirliğine teşvik etmekte, hem de farklı ölçeklerde işletmelerle ya da bağımsız çalışanlar ile işbirliği sağlayarak kazanımlarını arttırmaya çabalamaktadır.

Başarı için farklılıklara (bilgi, beceri, uzmanlık, kaynak gibi) ve çok yönlülüğe olan ihtiyaç, ancak kazan- kazan ilişkisinin yarattığı sinerjik etkiyle mümkün olduğundan, yeni ekonomi için birlikte üretmek kaçınılmaz hale gelmektedir.

Aynı amaca ulaşabilmek için birlikte gerçekleştirilen faaliyet olarak ifade edilebilen işbirliğinin gerçek anlamıyla oluşturulması yönergeler ile mimari ya da görsel öğelerle gerçekleştirememekte ve iletişime-etkileşime açık, paylaşmaya hazır, işletme ve bireylere ihtiyaç duymaktadır.

Sahip olduğu komünite ile etkileşim ve işbirliğinin formal ve/veya informal yollarla gerçekleştirilebildiği CWS ler, paylaşım ve işbirliğine açık bireylerin tek bir çatı altında bir araya geldikleri çalışma mekânlarıdır.

İşbirliğini arttıran mimari tasarımları ve hedef kitlesine yönelik hizmet ve etkinlikleri ile dikkati çeken coworking alanları, aynı zamanda paylaşımlı sistemi ile maliyetin düşürülmesine katkıda bulunan yapılardır. Kullanıcılarının tercihleri, kimlikleri doğrultusunda satın aldıkları alanlar olan CWS ler çalışmanın tüketildiği mekânlardır.



Şekil 1: Mekân-Tüketim-Çalışma Kavramlarının Kesişimi Olarak Coworkingler

İşbirlikçi- ortak çalışma modelinin gerçekleştiği mekânlar olarak coworking alanları, çalışma-tüketim-mekân kavramlarının kesişim noktasında ortaya çıkan kurumsal yapılardır. Bu nedenle çalışma paradigmalarının değişimi ve coworking alanlarının değerlendirilmesinde, bu üç kavramın değerlendirilmesine ve tarihsel akışlarına da ihtiyaç duyulmuştur.

Çalışmanın Konusu

Çalışma olgusundaki değişimi konu alan bu çalışmada, değişim çalışma mekanı üzerinden ele alınmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın gerçekleştiği yeni mekanlar olarak karşımıza çıkan coworking alanları üzerinden yaşanan değişim değerlendirilmektedir. Söz konusu çalışma, bu değerlendirmeyi teknolojik gelişmeler ekseninde biçimlenen üretim, tüketim ve çalışma paradigmalarının değişimi ekseninde ele almaktadır.

Çalışmanın Önemi

Coworking alanını konu edinen çalışmaların genellikle 2010'lu yıllarda paylaşım ekonomisinin yükselmesi paralelinde öne çıktığı ve 2015'ten sonra yoğunlaşmaya başladığı göze çarpmaktadır.¹

Coworking alanları, uluslararası literatürde kentleşmeden üretkenliğe, mimariden duygusal içeriğine kadar çok geniş bir kapsamla ele alınıp, geleceğin çalışma mekânları

¹ Google Akademik ile uluslararası veri tabanlarından; “coworking” , “co-working” ve “ortak çalışma alanları” ifadeleri ile gerçekleştirilen taramalar sonucunda

olarak değerlendirilirken, ulusal literatürde ise genellikle mimarlık ana bilim dalı kapsamında ve özellikle iç tasarım ekseninde ele alındığı dikkati çekmektedir.

Konuya ilişkin ulusal makaleler ² 2018’de iki ve 2019 da iki olmak üzere toplamda dört tanedir. Bu çalışmalar; Tunç ve Kayıhan (2018) “Ortak Çalışma Olgusu ve Ofis Kafeler”; Öztürk ve Koramaz (2018) “İstanbul’daki Paylaşımlı Ofis Alanlarının Sundukları Hizmetler ve Tasarım Özellikleri”; Makaklı vd. (2019) “Mekânsal ve Kentsel Bağlamda ‘Ortak Çalışma Mekânı’ Kavramı: Kolektif House Üzerinden Bir İnceleme” ve Yeşilyurt (2019) “Bir Müşterek Olarak Dünyada Mekân Deneyimi: “Herkesin ama hiç kimsenin de” olarak sıralanabilir.

Coworking alanlarını konu alan tezlerden, uluslararası alanda ³ 2015 ile 2020 yılları arasında Privet (2020), Stanceva (2017), Papageorgia (2019), Lee (2018), Fuzi (2016), Lorne (2015) tarafından gerçekleştirilen altı adet teze ulaşılmıştır. İngiltere, ABD ve Bulgaristan üniversitelerinde gerçekleştirilen tezlerin her biri farklı bir bölgedeki coworking alanlarını incelemeye yönelirken konu olarak ise girişimcilik, motivasyon, mimari ve coworking organizasyonu üzerine odaklanmaktadır.

Konuya ilişkin ulaşılan beş adet ulusal tezin ⁴, tamamı Mimarlık ve Sanat Tasarım Fakültelerinin, İç Mimarlık ABD’da gerçekleştirilmiş, dördü yüksek lisans ve biri Sanatta Yeterlilik çalışması biçimindedir. Alıcı (2020), Tekin (2019), Aydın (2019), Öztürk (2018), Çetiz (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmaların tamamının uygulamaları İstanbul bölgesindeki coworking alanlarıdır. Söz konusu çalışma ise, “coworking alanlarındaki çalışma paradigmalarının” irdelenmesi noktasında diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Sosyal bilimler açısından çalışma mekânının değişimini incelemek de gerek günümüz gerekse geleceğin çalışma formlarını, çalışma koşullarını, işveren ve işgücü tercihlerini, beklentilerini belirlemek açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda da coworking

² ULAKBİM veri tabanı ile Dergipark üzerinden; “coworking”, “co-working” ve “ortak çalışma alanları” ifadeleri ile gerçekleştirilen taramalar sonucunda

³ EBSCO Open Dissertations uluslararası açık tez veri tabanından “coworking” ve “co-working” ifadeleri ile gerçekleştirilen taramalar sonucunda

⁴ YÖK Tez Merkezi’nin Ulusal Tez Merkezi veri tabanından “coworking”, “co-working” ve “ortak çalışma alanları” ifadeleri ile gerçekleştirilen taramalar sonucunda

alanlarını bu çalışma mekânlarını kullananların gözüyle değerlendirmek, literatürdeki boşluğu doldurmak ve bu konuda gelecek çalışmalara rehberlik etmesi açısından da önemli görülmektedir.

Çalışmanın Amacı

Söz konusu çalışmanın amacı, teknolojik gelişmelerin üretim, tüketim ve çalışma paradigmalarına olan etkisi sanayi devrimleri eksenindeki etkileşimlerle dikkate alınarak, yeni çalışma formlarından biri olan işbirlikçi-ortak çalışmayı ve gerçekleştiği alan olan co-working alanlarını derinlemesine incelemektir.

Bu amaç doğrultusunda “Coworking Alanları Üzerinden Çalışmanın ve Mekânın Değişimi: Türkiye Özelinde Bir Değerlendirme” başlıklı çalışma toplamda 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci, ikinci ve üçüncü bölümlerde kavramsal çerçeve ve literatüre ilişkin taramalara yer verilerek, tarihsel sürecin yanı sıra kavramlar arası ilişki ağları oluşturulmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde ise, uygulama çalışmasına yer verilmiştir.

İlk bölümde paradigma kavramı ile teknolojinin paradigma değişimindeki rolü değerlendirildikten sonra çalışmanın tüketimi ve mekanın paylaşımı bağlamında çalışma-üretim ve paylaşma-tüketim kavramlarının tarihsel seyirleri, teknolojik gelişmenin söz konusu kavramlara yansımaları temsil eden sanayi devrimleri eksen tutularak ele alınmıştır. Toplumsal bir olgu olmakla birlikte, teknolojik gelişmenin üretim modelinde ve tüketim eğilimlerinde yarattığı değişime işaret eden sanayi devrimleri, üretim- tüketim ve teknoloji ilişkisinin kurulması anlamında kritik olduğu düşüncesiyle eksen olarak tercih edilmiştir. Ancak bu noktada sanayi devrimlerinin çok geniş bir coğrafyayı ve çok farklı olguları etkileyen, tetikleyen yapısı sürece tamamiyle yer verilmesini mümkün kılmamaktadır. Bu nedenle sanayi devrimleri teknolojik gelişmeler üzerinden üretim modelleri, yönetim yaklaşımları ve tüketime eğilimleri açılarından ele alınmıştır. Kronolojik sıralamayla her devrim dönemine ilişkin belirgin gelişmeler değerlendirilmiştir. Dönemsel karşılaştırma ise ekte paradigma değişimine ilişkin tablo ile sunulmuştur. Coworking kavramının köken ve gelişim sürecinin uluslararası mahiyeti nedeniyle çalışma modelleri ve tüketim yaklaşımlarının dönüşümünde ulusal bir ayırım gözetilmemiştir.

İkinci bölümde ise, araştırmaya esas oluşturan coworking alanlarına bir altyapı oluşturabilmek amacıyla, mekân ve çalışma mekânları kavramları ile çalışma mekânlarının tarihsel seyri ele alınarak çalışmanın mekânla etkileşimi ile iki kavramın birlikte gerçekleşen dönüşümü değerlendirilmiştir. Çalışma mekânlarına ilişkin yapılan faaliyeti esas alan fabrika, büro, ofis, plaza gibi ayrımların kendi adları ile kullanılmasına özen gösterilmekle birlikte, genel olarak bütünlük oluşturması için çalışma mekânı olarak değerlendirilmiştir. Çalışma mekânlarının tarihsel seyrine ilişkin değerlendirmenin gerçekleştirilmesinde

Yeni çalışma formlarından biri olan işbirlikçi-ortak çalışma ile onun mekanları olan coworking alanlarının literatür çalışmalarının gerçekleştirildiği üçüncü bölüm coworking kavramını ortaya çıkışı, gelişimi, faaliyet-hizmet kapsamaları, coworkinglere ilişkin istatistikler ve coworking kullanıcılarının sınıflandırılması başlıkları altında incelemektedir. Literatürdeki kullanımına paralel biçimde CWS kısaltması ile de kullanılan coworking alanlarının Türkçe'deki karşılığı ortak çalışma alanları olmakla birlikte, bu ifade alanın kullanıcıları ve konuya ilişkin taraflar arasında yaygın olmadığından çalışmada, coworking alanları ifadesi ve yer yer CWS kısaltması tercih edilmiştir.

Son olarak, dördüncü bölümde ise coworking alan kullanıcıları ile gerçekleştirilen görüşmelere ilişkin bulguların nitel araştırma yöntemi ile değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Çalışmanın Problemi

Teknolojik değişimler, hem üretim hem de tüketim modellerinde ve uzantısında toplumsal anlamda sürekli bir değişim yaratmaktadır. Bu noktada söz konusu çalışmanın problemi; üretimin mekân üzerinden tüketiminin nasıl gerçekleştiğinin yanı sıra çalışma paradigmalarına yansımalarının nasıl olduğudur. Söz konusu çalışmanın problemi çerçevesinde, yeni istihdam formlarından biri olarak, işbirlikçi-ortak çalışmanın ile onun ev sahibi coworking alanları ele alınmaktadır.

Çalışmanın Hedefleri

Söz konusu çalışma, çalışma paradigmalarının teknolojiye ilişkin değişimini, coworking alanları özelinde değerlendirirken, aşağıdaki hedeflere yönelmektedir.

1. Tarihsel olarak teknolojik gelişmelerin, çalışma, tüketim ve mekân paradigmalarının değişimine etkisinin belirlenmesi
2. Coworking alanlardaki işbirlikçi-ortak çalışma modelinin, işe ilişkin paradigmalar açısından (zaman, üretim, mekân, ekonomik) incelenmesi
3. Coworking alanlardaki ortak çalışma modelinin, işgücüne ilişkin paradigmalar açısından (mesleki, niteliksel ve niceliksel değişimler, demografik) incelenmesi
4. Coworking alanlardaki ortak çalışma modelinin, sürdürülebilirliğinin ve gelecekteki formlardan biri olup olmayacağının değerlendirilmesi
5. Coworking alanlardaki ortak çalışma modelinin, kullanıcıları açısından sağladığı avantaj/ dezavantajların belirlenmesi

Bu hedeflere ulaşabilmek için belirlenen alt problemlerde ise, aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Tarihsel süreçte, teknolojik gelişmelerin değişimi noktasında, çalışma paradigmalarında değişim nasıl gerçekleşmiştir?
- Tarihsel süreçte, teknolojik gelişmelerin değişimi noktasında, tüketim paradigmalarında değişim nasıl gerçekleşmiştir?
- Tarihsel süreçte, teknolojik gelişmelerin değişimi noktasında, mekân paradigmalarında değişim nasıl gerçekleşmiştir?
- Çalışmanın yeni formları nelerdir ve İşbirliği- Ortak Çalışma nedir?
- Coworking alanları nedir, nasıldır, faaliyet ve hizmetleri nelerdir?
- Coworking alanları kullanıcılarının nasıl sınıflandırılmaktadır?
- Kullanıcılarının coworkinglere yönelim nedenleri nelerdir?

İlk bölümü oluşturan ilk üç soru teknolojik değişim sürecinde, çalışmanın tüketilebilir bir ögeye dönüşümünün izlenimi amacıyla hazırlanmıştır. Tarih boyunca çalışma ve tüketim paradigmalarındaki değişimin incelenmesi ile hem çalışma hem de tüketim mekânı olan coworkinglerin artalanına ışık tutulması hedeflenmiştir. İkinci bölümü oluşturan soru, mekân paradigmalarının değişimin nasıl gerçekleştiği iken, üçüncü bölümü oluşturan devamındaki sorularda ise coworking alanları ve onun üzerinden işbirlikçi-ortak çalışmaya ilişkin cevaplar aranmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın ilk bölümündeki kavramsal değerlendirmeler sonrasında ikinci bölümde ise çalışma mekânları, sanayi devrimleri ekseninde kavramsal ve tarihsel gelişim açılarından ele alınmıştır. İşbirlikçi-ortak çalışma modeli ve coworkinge ilişkin literatür araştırması ile coworking kullanıcılarına ilişkin profillere yer veren üçüncü bölümü ise konuya ilişkin araştırmayı içeren dördüncü bölüm takip etmektedir.

Metodolojik olarak nitel araştırma, tüme varımsal bir yaklaşım ve olgu bilim deseni ile gerçekleştirilen araştırmanın verileri, betimsel olarak sunulduktan sonra, içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi kapsamında kodlanan veriler ise, tematik kodlama ile kategori, alt tema ve temalara dönüştürülmüştür. Verilerin kodlanmasında invivo yöntemi kullanılmakla birlikte yöntemin sınırlılıklarını bertaraf edebilmek için de gözlem ve yönetici görüşlerinden yararlanılmıştır.

İstanbul ilinde faaliyet gösteren 6 coworking alanından 20 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşmelere ek olarak coworking alanının günlük kullanımaları ile sağlanan gözlemlerden ulaşılan bulguların ve değerlendirilmesinin aktarıldığı dördüncü bölüm ise araştırmanın son bölümüdür. Tümevarım ve invivo kodlama ile değerlendirilen görüşme bulguları, NVivo 12 programı ile analiz edilmiştir. Görüşme bulgularında beş tema, iki alt tema ve yirmi kategoriye ulaşılmıştır. Kullanıcıların ifadeleri öncelikle proje haritalandırılması ile gösterilmiş olup devamında ise kullanıcı ifadeleri sunulmuştur. Tema sonlarında ise, bulgu ve gözlemlerin yer aldığı değerlendirmeler yer almıştır.

BÖLÜM 1: PARADİGMA DEĞİŞİMİ: ÇALIŞMA VE ÇALIŞMANIN TÜKETİMİ

Çalışma olgusuna ilişkin değişim ve tüketilen bir meta noktasına geliş sürecinin değerlendirilmesi ve bu değişime yön veren paradigma zeminlerinin anlamlandırılması amacıyla, birinci bölümde öncelikle paradigma ve teknolojik gelişim, kavramsal olarak çalışma başlıklarına yer verilmektedir. Çalışma ve tüketim paradigmalarının tarihsel seyri ise sanayi devrimleri ekseninde ele alınmaktadır.

Aynı kalmama mevcut durumun farklılaşması anlamına gelen değişim, hayatın her alanında ve her döneminde gerçekleşen bir olgudur. Mevcut durumdan yeni duruma geçişin yarattığı kaos ve karışıklık nedeniyle endişe yaratan ve bu nedenle çoğunlukla direnç gösterilen değişim aynı zamanda vazgeçilmesi ve hatta değiştirilmesi mümkün olmayan, bazen hızlı bazen yavaş, bazen büyük bazen küçük olmakla birlikte mutlaka gerçekleşen bir durumdur. Birbirine görünmez iplerle bağlı olan toplumsal örüntülerden, teknik, ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel yapılardan, herhangi birinde başlatılan değişim kendisiyle birlikte diğer alanların da dönüşümüne neden olmaktadır. Bu değişim ve dönüşüm tartışmaları içinde karşımıza çıkan paradigma kavramı, yeniden biçimlenme, mevcut ve yerleşik olan bilgi- kurumların yenileri ile yer değiştirmesi anlamına gelmektedir. Öte yandan bir paradigma kayması ya da kırılması yaşanması için, yeni paradigmanın üzerinde yükseleceği teknik ve sosyal zemininin oluşumu gerekmektedir. Tam bu noktada teknolojinin paradigma üzerindeki rolü dikkat çekmektedir.

En basit ifadeyle araç kullanarak iş yapma olarak ifade edilen teknoloji, insanın edindiği bilgiyi sahip olduğu düşünsel becerilerle şekillendirmesi ve çoğaltması ile doğa ve yaşamı, kendine ve ihtiyaçlarına uygun biçimlendirme çabasının bir sonucudur. Başlangıçta insanın dünyaya ilişkin bilgisi ölçeğinde biçimlenen teknoloji, hayatımızdaki alanını her geçen gün genişletmektedir. İnsanın ihtiyaçları ve hedefleri farklılaşırken, sahip olduğu bilgi birikimi ile sürekli geliştirdiği teknolojiden amaçladığını alabilmek için süreci kurumsallaştırması da gerekmektedir. İnsan yaşamındaki önemli kurumsallaşmış yapılardan biri de çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma tarihte defalarca mevcut ve yerleşik yapısı ile bağlarını kopartarak yeni bir biçimle yoluna devam etmiştir. Çalışma ve onun mekânlarına ilişkin paradigmlar da teknolojinin de etkisiyle bugün yeniden değişmekte ve yeniden biçimlenmektedir.

Çalışma ve çalışmaya ilişkin dinamiklerde yaşanan paradigmal değişimi anlamak için tarihsel süreci değerlendirmek önem arz etmektedir. Birinci bölümde yer verilen çalışma paradigmalarının tarihsel seyri kapsamında, araştırma odağının tarihsel bir akışa yönelmesinin engellenmesi amacıyla süreç mümkün olduğunca yalın tutulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda sanayi devriminden günümüze kadar olan dönem incelenerek, teknolojinin-çalışmayla ilişkisindeki ilk kırılmayı ifade eden sanayi devrimi başlangıç alınmış ve sanayi devrimi sonrası dönem değerlendirilmiştir. Sanayi devrimleri, onları hazırlayan çok sayıda etken ve ögenin bir araya gelişi ile mümkün olan ve elbette tek bir olay, etken veya teknolojinin ürünü değil, bir süreç ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayi devrimlerine ilişkin incelemeler gelişim seyrinin değerlendirilmesi amacıyla, ortaya çıktığı coğrafya ve dünya ekonomisinin dönemsel paradigması üzerinden dikkate alınmıştır. Bunun yanı sıra çalışmanın araştırma konusunun Türkiye özelinde gerçekleştirilmesi, Anadolu ve Türkiye sanayi gelişiminin ve çalışma paradigmalarının değişiminin incelenmesinin gerekli olduğunu düşündürse de araştırmada sürece yön veren ve belirleyen dinamiklerin önceliklendirilmesi gerekliliğinden, seyirdeki gelişmelerde ulusal ve uluslararası bir ayrım gözetilmemiştir. Zira araştırmaya konu olan coworking kavramı köken ve gelişim itibarıyla ulusal olmayan, mekanın ve çalışma modelinin dünyadaki değişimi çerçevesinde gelişerek, çalışma ilişkilerine entegre edilen bir kavramdır.

Bu kapsamda bu bölümde öncelikle paradigma ve teknolojik değişimden bahsedilecek sonra da çalışma paradigmasında yaşanan kırılmaları anlayabilmek amacıyla sanayi devrimi sonrası tarihsel süreç değerlendirilecektir.

1.1. Paradigma ve Teknolojik Değişim

İnsan, tarih boyunca bilim ve bilgiye ulaşma, daha fazlasını edinme istek ve ihtiyacı içinde olmuştur ve olacaktır. Birey, yaşamını kolaylaştıran, evreni anlamasına olanak sağlayan temel bilimlerin yanı sıra, içinde yaşamakta olduğu toplumu da anlamlandırmak arzusundadır. Dolayısıyla insan bilgi ile elde ettiği gücü hem doğayı hem de toplumu anlamak ve kontrol edebilmek için kullanmaktadır. İnsanlık tarihinden bugüne bilimin tanımlanmasında, kurama ve uygulamaya ağırlık veren birbirinden farklı iki görüş bulunmaktadır. Birinci görüş, kuramsal bilgiye ağırlık vermekte ve evreni anlayabilme ihtiyacını kontrol ihtiyacından önemli bulmaktadır. Kuramcılar için bilim deyince akla

gelen şey “bilgi” iken; uygulamacı görüş, bilimi günlük yaşamı yakından etkileyen makineler (radyo, TV, telefon, internet gibi) yani teknolojiye özdeş tutmaktadır (Genç, 2015:1). Tarihte mutlak kabul gören bilimsel birçok kavram, olgu ve bilgi defalarca yerle bir olarak yeniden şekillenmiştir. Bireyin gerçeğe ulaşma, bilgiye ve güce sahip olma amacı ile yaptığı araştırma ve sorgulama, bilginin ve teknolojinin gelişimini sağlamıştır. Bilgi ve teknolojide sağlanan gelişmeler ve ortaya çıkan değişim ise toplumsal değişim ve ilerlemenin temelini oluşturmuştur. İnsanın doğa ve toplumdaki yapıları, kurumları, bunlar arası iletişim ve etkileşimleri, mikro düzeyde bireye, makro düzeyde ise topluma sağlayacağı faydayı incelemeye, öğrenmeye, geliştirmeye yönelik çabası ve isteği devam etmektedir. Bu döngünün devam edişi yani bireyin araştırma ve sorgulama sürecinin sona ermemesi, değişimin de sona ermeyeceği anlamına gelmektedir.

Değişim söz konusu olduğunda araştırmacının olay, olgu ve kavramları algılama biçimi ve yaklaşımı da belirleyici rol oynamaktadır. Araştıran ve sorgulayan birey, merak ve öğrenme arzusu sonucunda yeni bilgiler elde etmekte, mevcut bilgiyi doğrulayarak, kabul etmekte veya yanlışlayarak reddetmekte ya da gözden geçirerek güncellemektedir. Bu süreçte hem bilimsel düşünce ve hem de bilgiye ulaşma yöntemleri farklılaşmaktadır. Birey tarih boyunca bilgiyi farklı kaynaklarda aramış, ulaşmak için farklı yol/ yöntemler denemiş ve farklı koşul ve sınırlamalarla karşılaşmıştır.

Geçmişin, sahip olduğu bilgi ile onu anlamlandırarak yaşamla bütünleştirme alan ve biçimlerinin geleceği şekillendirdiği, dolayısıyla geçmişin geleceğin yaşam biçimi için veri oluşturduğuna yönelik görüşler bulunmaktadır. Örneğin, İbn-i Haldun, tarihin sadece nakletme olmadığını ve kendi koşul ve olanakları kapsamında ele alınmasının gerekliliğini belirtmekle birlikte “Geçmiş ise geleceğe, suyun suya benzediğinden daha çok benziyor.” vurgusu ile geçmişin döngüsel özelliğine vurgu yapmaktadır (İbn-i Haldun, 2004, 32). Öte yandan bugünü anlamaya ve açıklamaya olanak veren yapı ve sistemlerin geleceği açıklama konusunda yeterli olup olmayacağı tartışmalıdır. Bu, genellikle bilginin veya sistemin doğru olmadığı demek değilse bile mevcut yapının, dönemsel ihtiyaç ve talepleri karşılayamadığı ve yeni paradigmalara ihtiyaç duyduğu, değişmesinin veya yenilenmesinin gerektiği anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda insan, bilgi ve teknolojiyi yeni sürece uygun beklenti, olanak ve kısıtlar çerçevesinde yeniden biçimlendirmektedir. Nitekim avcı/ toplayıcı toplumlar, tarım toplumu, sanayi toplumu,

bilgi toplumu, dijital (sanal) toplum sınıflandırmaları sahip olunan “bilgi” ve bilginin kullanıma aktarımı olan “teknoloji”lerle şekillenmektedir. Yeni bilgi ve teknolojilerin yaratılması ile mevcut bilgi ve sistemin değişimi, çok sayıda çarklının birbirini etkilediği, döndürdüğü ne büyüklükte ve ne kadar süre döneceklerini kestirmenin kolay olmadığı bir ivme oluşturmaktadır. Bireyin yaşamsal gereklilikleri arasındaki temel çarklılardan olan ve ilerleyen bölümlerde bahsi geçecek çalışma, üretim ve tüketim çarkları da bu ivmelenmede önemli bir rol oynamaktadır. Zira bilgi ile enformasyon, tarih boyunca ekonomik büyümenin kritik bileşenlerini oluşturmuşlardır. Bilginin teknolojiye dönüşümü ise toplumun kapasitesini ve hayat standartlarını hatta buna ek olarak ekonomik örgütlenmenin sosyal biçimlerini belirleyen öğeler arasında yer almaktadır. Bu noktada bilginin, kurumsal ortam ve tarihsel yörüngenin teknolojik değişimi güçlendirme ve yönlendirmedeki önemli rolü dikkate alındığında (Castells, 2013:100) sürecin sarmal öğelerden oluştuğu görülebilmektedir.

Tarihsel süreçte bilgi edinme, bilgiyi kullanma ve paradigmaya yönelik düşünceleri değerlendirmek, paradigmal değişimi anlamak açısından önem arz etmektedir. Antik Yunan medeniyetlerinde, bireyin bilgi arayışı dinsel yapı ile destanlar aracılığıyla aktarılan mitolojik düşüncede karşılık bulurken, Antik Roma’da dünyayı anlamının değil düzenlemenin önemli olduğu düşüncesinin hâkim olduğu görülmektedir. Bilginin konusunun her şeyden önce Tanrı olduğu Orta Çağ ise iki büyük dinin etkisi ile şekillenmektedir. Batı (Hristiyan) dünyasında egemen olan Skolastik düşüncenin amacı aklın vahiyle geleni kanıtlaması, denetlemesi ve açıklaması iken İslam felsefesi genelde rasyonalist bir yapı taşımakla birlikte esasta en önemli konuyu Tanrı oluşturmaktadır. 11.yy. da ortaya çıkan üniversitelerde de öğrenimin odağını kutsal inanç oluştururken, 13. yy. da birey gerçeği artık Antik çağ felsefesinde değil, doğrudan deney ve gözlem yoluyla aramaya başlamaktadır. Din ve bilimin ayrılması sonucu oluşan özgür düşüncenin yayılması ile Orta çağ değerleri sisteminin yıkıldığı, her türlü otoriteden bağımsız düşünebilme, anlayabilme, açıklayabilme çabasının ön plana çıktığı izlenmektedir. Avrupa’da skolastik düşüncenin yıkılması ile bilgi ve bilim alanında büyük ilerlemeler kaydedilmesini sağlarken (Genç,2015:3-12), 16.yy da ortaya atılan Rönesans’la başlayan modern çağ, Tanrı merkezli evren taassubundan, insan merkezli bir evren taassubuna geçişi ifade etmektedir. Öte yandan Rönesans insanı da bireyci, şüpheci, kendini merkeze alan ve üst otorite kabul etmeyen nitelikler sergilemektedir (Hira, 2017:14).

Bu dönemde Orta çağ Avrupası'nın metafizik dünya görüşü düşüşteki paradigma iken pozitivist bilimler yükselişteki paradigmayı temsil etmektedir. 17 ve 18. yyda yaşanan Aydınlanma dönemi ile Akıl çağı başlamaktadır. Aydınlanma, doğruya, refaha ve mutluluğa ulaşmada aklın önemini vurgulayarak insanın aklını kullanarak kendini geliştirebileceğini savunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek; 2016: 25-27). İnsanları, dinin etkisinden kurtararak özgürlüğe kavuşturma çabası biçiminde ifade edilen Aydınlanma döneminde (Hira,2017:17) Luther, Bacon, Descartes, Galileo, Newton, Wesley, Voltaire, Rousseau, Locke, Hume, Kant, Smith gibi birçok düşünür ve bilim adamı toplumsal sorgulamalar ile dönüşüme ilişkin ilk tartışmaları başlatmışlardır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 27).

19. yüzyılda, deneysel bilimle elde edilen bilgi, üretim araçları gibi araçların ortaya çıkmasını sağlayarak, sanayi devrimi gibi toplumu ekonomik, sosyal, siyasal alanda değiştirecek gelişmeleri tetiklemektedir. Yine 19.yüzyılda, kuramsal ve uygulamacı yaklaşımın yani bilim ve teknolojinin yakınlaşmaya başladığı görülmektedir. Bilimsel bilginin gündelik ihtiyacın karşılanması amacıyla kullanımı yani teknolojik gelişmelerin, toplumsal yapıyı birçok açıdan değiştirdiği ve bilime karşı duyulan saygı ve ilginin artışı izlenmektedir (Genç,2015:13). Dönemin bilimsel paradigması olan pozitivist (Newton'cu) paradigma mekanik bir dünya görüşü taşımakla birlikte, genellenebilirlik, evrensellik, deneysellik, bilginin keşfi, nicelleştirme karakteristik özellikleri oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek; 2016: 33). Toplumda yaşanan sorunların da doğa bilimleri yöntemleri ile çözülebileceğini düşünen pozitivist yaklaşımcılardan Comte, pozitivist sosyoloji (sosyal fizik) kavramını geliştirerek, gelenek ve değerlerin etkisini kaybettiğini, Fransız devrimi ve Sanayi Devrimi ile oluşan savaş ve anarşi halinin toplumun düzenini sarstığını söylemektedir. Bu etkinin giderilmesi için bilimsel bir toplum projesi ile bir toplum tasavvur ederek, üç hal yasasına göre (teolojik, metafizik, pozitif) pozitif aşamaya gelen toplumun, bilimin bulgularına göre düzenleneceğini iddia etmektedir (Hira, 2017:18). Comte'un ifade ettiği düzenlemenin konu olduğu 19. yüzyılı anlatırken Freyer (2014), "Dünya, tarihinin hiçbir çağında üzerinde yaşadığımız dünyanın tablosu bu yüzyılda olduğu kadar kısa bir zaman içinde değişmemiştir" ifadesini kullanmaktadır (Freyer, 2014: 22).

19.yüzyıldaki bu toplumsal değişimin arka planındaki ögelere bakıldığında, iletişim olanaklarının artışı, bilgi ve fikirlere ulaşımın kolaylaşması, biyoloji ve organik kimya alanlarındaki yenilikler görülmektedir. Ayrıca bakış açısının değişimi, yani siyasal düşünce ve ekonomik sistemlere dair o zamana kadar dokunulmaz kabul edilen inanç ve kurumlara karşı çıkılabileceği ve değişimin yaşanabileceğine yönelik kırılganlık yer almaktadır. Önemli bir başka öge ise makinelerin insan yaşamına girişi ve üretimin insan, güç, çevre ilişkilerini yeniden düzenlemesi oluşturmaktadır (Russell, 1972:350).

20. yüzyıla kadar doğayı, evreni, bireyi anlamlandırmaya çalışan insan, bu dönemde ilk olarak topluma ilişkin sorular sormaya başlamaktadır. Sanayi devriminin etkileri ile toplumda oluşan sorunlar ve yeni yapının tanımlanmaya çalışıldığı bu dönemin egemen düşüncesi, toplumsal dönüşümde temel belirleyicinin makine ve teknoloji olduğu yönündedir. Sanayi devrimi ve makinelerinin gölgesinde yerleşik kavramlar farklılaşmakta ve yeni bir dünya kurulmaktadır. Yirminci yüzyıla gelindiğinde bilimin işinin bittiğine ve birkaç küçük şey dışında keşfedilecek pek bir şey kalmadığına dair olan inanca sahip olanlar arasında, ilginç bir biçimde bilim insanlarının bile (Bryson, 2009: 28) bulunduğu görülmektedir.

Einstein'ın Görelilik ve Planck'ın Kuantum kuramı uzantısında, ortaya çıkan Marx, Freud gibi sosyal bilimcilerin önermeleri bu dönemin devrimsel gelişmeleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Russell ve Wittgenstein gibi analitik felsefe kurucularının mantık dili aracılığıyla bilimsel- bilimsel olmayanın ayırt edilmesinde nesnel yöntem ve ilkelerin kurulabileceği düşüncesi, bu yüzyılı farklı kılan gelişmeler arasında yer almaktadır (İnan, 2012:30-33).

Yirminci yüzyıl başlarında pozitivist paradigmaya alternatif olarak yükselen post pozitivist paradigma, pozitivist paradigmanın aksine, tek bir doğrunun olmadığını iddia ederek, bilginin keşfedilme yerine yorumlandığını, ortaya çıkarılma yerine oluşturulduğunu, bilimin bilgi üretme süreci olmadığını ve bilimsel sürecin dünyanın göreliliğini temel alan bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre, sosyal olgular, sosyal davranışı belirleyen genellenebilir yasalar türetmek yoluyla değil, bir durumun kendine özgü boyutlarının ayrıştırılması ile anlaşılabilir. Post pozitivistde insanlar anlamlar yaratılması sürecine etkin biçimde katılabilmekte, bilginin örgütlenmesi ve sunulmasında tek, en doğru bir biçim ya da yol bulunmamaktadır. Yeni paradigmada

sosyal, insana ilişkin, doğal ve fiziki olayları bağımlı ve bağımsız diye ayrıştırmak mümkün olmadığı gibi, “her şey” bir diğerinin içinde ve “her şey” in birbiriyle ilintili olması esastır (Yıldırım ve Şimşek; 2008: 27). Popper, doğrulanabilirlik yerine yanlışlanabilirlik kavramı ile, Dilthey doğa bilimlerinin topluma uyarlanamayacağı düşüncesi ve yasa yerine değer, norm, simge ve anlamlara vurgu yapılması gerekliliği ile, Habermas insanın anlamlı davranışlarının bir toplumsal düzen oluşturduğu düşüncesi ile, Feyerabend bilimin iktidar ve üstünlük ilişkisi ile hegemonya kurduğunu, evrenselliğinin doğruluk derecesi ile değil dünya sistemi ile kurmuş olduğu ilişkide saklı olduğu fikri ile ve Kuhn ise bilimsel teorilerin birer paradigma olduğunu belirterek pozitivist düşünceye çeşitli eleştiriler yöneltmektedirler (Hira,2017:24-32).

Pozitivist paradigma karşıtlarından biri olarak Kuhn, bilimsel girişimin, kesintisiz bir birikim ile değil aksine bilgiyi büyük kesinti ve koparmaları oluşturan devrimci dönüşümlerle geliştiğini belirtmektedir (Kuyaş,2019:14). Kuhn, bilim ve bilimsel bilginin insanlar arası uylaşımlara dayandığını savunmaktadır. Ulaşımcılığa göre, bilimsel kuram ve hipotezler olayların özet halidir, bu nedenle ne doğru ne de yanlış olarak değerlendirilemezler. Bakış açısına göre doğru ve yanlış olarak gözükebilirler. Kuhn’cu gelenek⁵, pozitivistizmin formülasyonuna değil, esasta kendisine karşı çıkmakta ve bilim adamlarının etkinliklerini ancak paradigmalarla sürdürebileceklerini, farklı paradigmaların birbiriyle karşılaştırılamayacak kadar ayrı noktalara sahip olduğunu belirtmektedir. Bilimsel bilginin birikimsel değil, devrimsel nitelik taşıdığını, bir paradigmadan diğerine geçişin ani bir algı dönüşümünü gerektirdiğini belirten Kuhn’cu gelenek, paradigma değiştirmeyi din değiştirmeye benzetmek suretiyle söz konusu değişimin keskinliği ve radikalliği noktasına vurgu yapmaktadır (Demir, 2000:76-79). Kuhn’un bilim anlayışında hiçbir bilimsel kuram, evrensel olmamakla birlikte kuramın uygulama alanı hep sınırlı ve belirsizdir. Kuhn, bilimsel teorilerin birer paradigma yani karşılaştırma modeli olduğunu belirterek, doğru yanlış şeklinde değerlendirmenin mümkün olmadığını ifade etmektedir. Toplumdaki değişimler ya devrim şeklinde ya da mevcut paradigmanın değişimi olarak algılanmalıdır. Dolayısıyla toplumsal değişme sadece mevcut bakış açısı içinde anlaşılabilir (Hira,2017:33).

⁵ Thomas Kuhn, Paul Feyerabend, Imre Lakatos, Stephen Toulmin, Russel Hanson, Larry Laudan, Michael Polanyi gibi antipozitivistler

Tarihin bir zaman dizimi ve anlatı deposu olarak ele alınmaması gerektiğini, egemen bilimin değişiminde belirleyici bir öge olduğunu ifade eden Kuhn, klasik yapıt veya ders kitaplarının iknaya yönelik pedagojik yapısını, turist broşürlerinden elde edilen bölge bilgilerine benzetmektedir. Buradan geliştirilen bilginin de temel noktalarda yanılığa sürüklediğini iddia etmektedir (Kuhn, 2019:81-83).

Dönemin algı, bakış açısı ve toplumsal kabullerine bağlı olan paradigmanın değişimi için tetiklemeyi sağlayacak devrim nitelikli bir etki, algılanabileceği bir toplumsal yapının yanı sıra, uygulanabileceği donanımsal yapıyı da gerektirmektedir. İç içe geçmiş sayıtların oluşturduğu bir zihniyet atmosferi olarak değerlendirilen paradigma; benimsendiğinde bir inanç sistemi halini almaktadır ve bu nedenle değiştirilmesi oldukça zorlaşmaktadır. Paradigmanın gücü, olağan/normal bilime sunduğu araştırma modelinin ve yönteminin işlerliğine bağlıdır. Olağan bilim, paradigmanın yol göstericiliğinde bilimsel araştırmalar yapmaktadır. Normal bilim paradigmanın öngördüğü sorunlar, araştırma modelleri ve yöntemleri çerçevesinde, paradigmanın sayıtlarını sorgulamaksızın hatta ontolojik ve çoğu epistemolojik kabullerden pek fazla haberdar olmaksızın yapılan bilimsel faaliyetlerdir. Ancak benimsenmiş olan paradigmanın çatısı altında normal bilim ile çözilemeyen sorunlar ortaya çıkar ki bunlara Kuhn “Anomali” adını vermektedir. Sürekli ve derin anomaliler bunalıma yol açmaktadır. Bunalımın, alternatif paradigmanın getirdiği çözüm ile sona ermesi, “bilimsel devrim” yani “paradigma dönüşümü” demektir. Ne var ki, paradigmanın bilime dair bir inanç sistemi olması nedeniyle bu dönüşümün uzun yıllar alacağı (Dikeçligil,2005:1-5) ifade edilmektedir.

Mevcut inanç sistemi biçiminde ifade edilebilen paradigmanın değişimi, aslında alanda çalışan bilim insanlarının algı ve bakış açısının yani olgu ve olayları yorumlama biçiminin değişimi ile gerçekleşmekte ve zincirleme etki ile diğer düşünürleri de etkilemektedir. Bu değişim hızlı veya yavaş ama en sonunda, bilim insanları ile sınırlı kalmamakta yayılıp, genişlemekte ve bütüne ulaşmaktadır. Bilimsel, toplumsal, kültürel, sosyal ve teknik alanda yaşanan her gelişme veya yeniden şekillenen her kavram, doğanın değişmez kanununu yerine getirerek bir değişim yaratmaktadır. Bu değişim değdiği tüm olgu, kavram, kurum ve yapıları değiştirmeye, zaman içinde bilinen kurallardan uzaklaşarak yeni bir inşa sürecine girmeye, yeni paradigmalar oluşturmaya zorlamaktadır.

Bireyin bilime, sosyal ve kültürel ögelere, geliştirdiği teknolojiye, ekonomiye ve daha birçok alana ilişkin tutum ve davranışlarının temelinde, bilgi ve bilinç ile inşa edilen paradigmlar bütünü yer almaktadır. Bilgi/teknoloji ilişkisinin topluma yansıttığı değişim, paradigma kaymasına ve elbette bireyin tutum ve davranışındaki değişime neden olmaktadır. İnsanın bilgiyi kullanma ve onu türetme gücü bireyi diğer canlılardan ayırt eden önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

İnsanın bedensel açıdan büyük oranda yeryüzündeki canlılarla aynı olduğunu ancak biyolojik açıdan ait olduğu primatlar ile karşılaştırıldığında zayıf, çıplak ve çevresiyle uyumsuz kaldığını belirten Canan ve Acungil (2018), insanın bedensel donanımının eksikliğini, zihinsel donanımını daha yoğun kullanmak ve geliştirmek yoluyla bertaraf ettiğini belirtmektedir. Canan ve Acungil (2018), zekânın yanı sıra üstün iletişim ve sosyal birlik kurma kapasitesini de göz ardı etmemek gerektiğini söyleyerek, insanın çok iyi organize olduğunu ve grup içinde iş birliği ile önemli avantajlar sağladığını vurgulamaktadır. (Canan ve Acungil 2018: 17-18)

İnsan edindiği, işlediği, çoğalttığı ve biriktirdiği bilgi ile doğayı kaynak olarak kullanmayı öğrenmektedir. Üretme, paylaşma, iletişim, iş birliği, dayanışma gibi kültürel öğelerle bilgiyi arttırmayı ve üretimi kolaylaştırmayı sağlamaktadır. Bunlarla birlikte alet ve araçlar yardımı ile üretimi çoğaltmayı zamanla ürettiğinden fayda sağlamayı, farklı üretimleri deneyimlemeyi, araştırma ve sorgulama ile bilgiyi biçimlendirmeyi öğrenmektedir. Bu edinimlerle insan, toplumsal yaşamın paradigmlarını oluşturmaktadır. Sonra yeni bilgiler ile bu paradigmları değiştirmekte, yeni toplumsal yapılar kurarak, yaşamını biçimlendirmektedir. Bireyin ilkçağlardan başlayan bu macerası günümüze kadar uzanmaktadır. İnsan kendi yarattığı paradigmları ve uzantıları olan kurumları, zamanı geldiğinde değiştirmekte, yeni paradigma ve kurumlar ile yaşam devam etmektedir.

Dolayısıyla bugün bildiğimiz, inandığımız, savunduğumuz, yaşadığımız bilimsel, dini, politik, felsefi, ekonomik inanç ve kuramlar tarih boyunca belli dönemlerde bilgi ve teknolojinin etkisiyle değişime uğramış, tamamen farklı bir yapıya dönüşmüş veya terk edilmiş ve hatta yerine yenileri kabul edilmiştir. Ancak paradigma değişiminin devrim nitelikli yapısı nedeniyle kabul edilip benimsenmesinin, genellikle zaman aldığı ve tepkilerle karşılaşıldığı izlenmektedir. Kuhn, bir paradigma veya adayının olmaması

halinde bilimin gelişim olanağının olmadığını, başlangıçtaki olgu biriktirmenin daha sonrakilerden daha fazla şansa dayalı bir etkinlik olduğunu vurgulayarak (Kuhn, 2019:88) aslında yine gelişimin zamansallığına vurgu yapmaktadır. Kuhn'un paradigma değişimi anlayışındaki “devrim”, birbiriyle çatışma halindeki ya da rekabet içindeki, farklı bilim görüşlerinin karşılaşmasında galip gelen bilim söyleminin egemenliğini oluşturduğu, geliştirdiği ve süregittiği yeni bir yapılanmayı ifade etmektedir. Bu noktaya denk gelen tartışma, “bugünün bilimsel bilgi içeriği olması gereken midir, yoksa mümkün birçok dünyadan sadece birinin yaratılıp gerçekleştirilmesi midir?” sorusunu cevaplamaya çabalamaktadır (Kuyaş,2019:14).

Bilgi ve teknolojide yaşanan gelişmelerin neden olduğu paradigma değişimi içinde insan yaşamı için önemli bir alanı oluşturan çalışmaya yönelik paradigma değişimi de söz konusudur. Bu noktada çalışma paradigmaları için de geçerli olan yukarıdaki söyleme göre; çalışmanın mevcut durumu olması gereken midir? Değişmeli midir? Değişecekse yeni yapılanma nasıl olmalıdır? Tarafların maksimum faydası amaç edinilerek mümkün olan birçok dünyadan hangisi yaratılmalı ve gerçekleştirilmelidir? soruları yanıt beklemektedir. Ancak çalışma kavramı ve uygulamasında yaşanan paradigma değişimini anlayabilmek için öncelikle üretim ve tüketim paradigmalarının teknoloji eksenli değişiminin anlaşılması gerekmektedir.

İlkçağdan günümüze, sağlıktan ulaşım, üretimden tüketime kadar birçok konuda yaşanan ciddi değişimlerin arkasındaki belirleyici etkenlerinden birinin teknoloji olduğu bilinmektedir. Ancak teknolojinin, değişimdeki tek belirgin unsur olduğunu ve toplumsal değişimin, teknoloji yoluyla açıklanabileceğini savunan teknolojik determinizm, bu noktada yanıltıcı etki yaratabilmektedir. Zira teknoloji önemli unsurlardan biri olmakla birlikte, toplumsal değişim için tek etken değildir. Toplumsal değişim çok daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Öte yandan toplumsal değişim için önemli olan teknolojinin gelişimi, bireyin bilgi edinimi, biriktirmesi ve artırımı ile gerçekleşmektedir. Birey, sahip olduğu bilgi ile yeni bilgiler üretmenin yanı sıra, bilginin kullanımı ile yeni araçlar, ürünler, yaklaşımlar ve anlayışlar geliştirmekte, yeni stratejiler belirlemektedir. Her yeni bilginin kullanımı ile yaşamı farklılaşan bireyin ve toplumun, değişime yönelik tutum ve yaklaşımı değişimde belirleyicidir. Bilgi, teknoloji

gelişimindeki temel öge olmakla birlikte, teknolojinin nasıl kullanılacağını belirleyen stratejilerin oluşumunda da etkilidir.

Buna göre ilkel dönemlerde bireyler, avcılık ve toplayıcılık ile hayatta kalmaya çalışırken taş/metale ilişkin bilgilerini kullanarak bu faaliyetleri kolaylaştırmanın yolunu bulmaya çalışmışlardır. Toprakta üretmeyi öğrenmeleri yani tarım üretiminin gelişimiyle yepyeni bir toplumsal yaşama geçmişlerdir. Tarımsal üretim boyunca kendi yapı, kurum ve değerlerini oluşturan toplumlar, makine kullanımını öğrenmeleri yani sanayi devrimi ile ortaya çıkan kitle üretimi sonucunda, yeniden yapısal değişimle karşı karşıya kalmışlardır. Kitleli üretimdeki ürün yapısının değişimi, ürün çeşitlendirmeyi öğrenmeleri, hizmet ve bilginin üretimi ile toplumsal yapı, bugün yaşadığımız teknoloji üretimi noktasına kadar gelmiştir. Bir toplumdaki üretim, tüketim ve bölüşüm ilişkilerini, “ekonomik sistem” adı altında genelleştirdiğimizde, bu sistemlerin farklı özelliklerine karşılık temelde, ekonominin yanı sıra toplumsal işleyişe ilişkin mekanizmaları da içeren, bir kurallar bütünü olduğu ve birbirini bütünleyen paradigmalardan oluştuğu görülmektedir. Dolayısıyla bu paradigmalarda değişimde sadece teknolojik gelişmeler değil, toplumun değerlerinin, normlarının, sembollerinin değişimi de dikkate alınmalıdır. Yerleşik ve sarsılmaz olduğu düşünülen ekonomik sistem ve paradigmlar, tarihte defalarca hem biçimsel ve hem içerik açısından değişmiştir. 20.yüzyılda da benzer bir dönüşümün paradigma zemininin oluştuğu yaygın bir görüş iken, 21. yüzyılda ise bu dönüşümün tekrarlanması beklenmektedir.

Geçimlik üretim döneminde Antikçağ ‘da felsefe, Orta Çağ’da dinsel değerler gibi geleneksel paradigmlarla belirlenen ekonomik faaliyetler, sanayi devrimi sonrası piyasa ekonomisine gelindiğinde ise toplumun içsel güdüleriyle açıklanmaya çalışılmıştır (Kazgan, 2004:41-42). Modern çağın düşünce biçimi bilim adamlarına göre şekillenmekte ve bilim adamları gücü, din adamlarından devralarak egemen düşünce biçimini yeniden oluşturmaktadır (Aron,2010: 62).

“İnsan yaşamının yazılı belgelere geçmiş tarihteki en büyük dönüşümü” (Hobsbawm, 2018:13) olarak değerlendirilen sanayi devrimi ile biçimlenen modern toplumdaki bilimin gücü, post modern toplumda yaygınlaşmaktadır.

Teknolojinin, bilginin paylaşılması ve yine bilginin gücünün topluma dağılımını mümkün kılması ile bilgi ve teknolojiye ulaşımın kolaylaşması, gerçek bilgiye olan ihtiyaç ve değeri arttırmaktadır. Aynı zamanda bilginin tüketilebilir bir meta haline gelip, alınıp satılışı post modern ekonomik yapılanmanın biçimlenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. İnsanın yaşamsal dönüşümüne ilişkin iki temel devrim olarak nitelendirilen neolitik devrim ve sanayi devriminin ortak özelliği, üretimin değişimi ile başlayarak toplumun tamamına yayılan devrimler olmalarıdır. Sanayi devrimi öncesinin tarım odaklı, feodal sosyo-ekonomik yapısı sanayi devrimi sonrası yerini kapitalist ekonomik sisteme devretmiştir. Son 200 yılın ekonomik paradigması olan kapitalizm, üretim ve tüketimin sürekli olarak arttırılması esasına dayanmaktadır. Teknoloji ise bu artışların gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynamakta ve gerekli altyapıyı sağlamaktadır. Enerji teknolojilerindeki gelişmeler, üretimin nitelik ve nicelik olarak arttırılmasını, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ise, tüketiciye hem fiziksel hem zihinsel erişimin arttırılması imkânı sağlayarak süreci desteklemektedir. Sistemin devamlılığı talebin yaratımına yani ihtiyacın oluşturulmasına bağlıdır. Artan mal ve hizmet üretimi, beraberinde bunu tüketecek kitlenin üretimini de gerekli kılmaktadır. Kitleyi ihtiyaç ve sahipliğe ikna etme amacındaki üretici, üretilenin satışı ile elde ettiği kazanç sayesinde tekrar üretim yapabilme imkânı ve sürdürülebilirlik elde etmektedir. Bu noktada, üretici, yeni ihtiyaç ve kullanım değerleri üreterek yaşam tarzını tüketim formlarına uyarlama gayretindedir. Dolayısıyla ihtiyacın; nasıl algılandığı, tüketmenin gerekliliği duygusunun yerleşimi, ihtiyaç alanlarının genişlemesi ve hatta yeni alanlar kazanması sistemi destekleyen yapılarıdır. Sanayi devrimi sonrası kapitalist tüketim toplumunun üretim ve tüketim yapılarının yanı sıra ihtiyaç ve mülkiyet kavramlarına dayalı yapısının, 21.yüzyılda daha az üretim daha az tüketim ve sahip olmadan kullanım kalıplarına doğru dönüşümü dikkati çekmektedir. Yeni kavramların bu dönüşümünün oluşturduğu değişim ekonomik alanda da bir paradigma kayması yaratmaktadır.

Tüketim yoluyla refahın arttığı, sahiplik üzerine kurulu geleneksel ekonomiye alternatif sistem arayışları sürerken, sahiplik temelli tüketim yerine, teknolojik altyapı aracılığıyla yeniden dağıtım sistemini oluşturan, esnek üretim ve tüketim kalıplarının öne çıktığı olanaklara sahip paylaşım/işbirliği ekonomisine ilgi giderek artmaktadır (Kiracı:2017:3-8).

Kavrama ilişkin ilk kullanım, Bootsman ve Rogers (2010) “What’s Mine is Yours”⁶ adlı kitapta yer almaktadır. Paylaşım ekonomisi ise, “ağ teknolojileri sayesinde insanların kişisel yaşam alanlarından, yeteneklerine, arabalarına kadar varlıklarını daha önce benzeri görülmemiş şekilde ve ölçüde paylaşımlarına veya takas etmesine imkân veren sosyal ve ekonomik bir sistem” olarak tanımlanmaktadır (Gül vd.2018:9).

Bauman (2016), toplumumuzun bir tüketim toplumu olduğunu söylerken, tüm insan ve canlıların ezelden beri tüketmekte olduğunu ancak günümüz mevcut toplumsal yapısının bundan daha öte bir tüketim anlayışına sahip olduğunu vurgulamaktadır. Modern toplumu, bir üreticiler toplumu olarak ifade eden Bauman, bu yapıda toplum üyelerine dayatılan iki temel normdan bahsetmektedir. Toplum üyelerinin oynama kabiliyeti ve isteğinin olması beklenen bu iki rol; kitlesel endüstriyel işgücü ve zorunlu askerlik rolleridir. Bu rollere ihtiyacı kalmayan post modern toplum ise üyelerini yeni bir paradigmayla biçimlendirmekte ve tüketici rolüne yönlendirmektedir (Bauman, 2016:92).

Bir şeyin yoksunluğu anlamına gelen ihtiyacın, çok daha ötesinde kimliksel tüketimin öne çıktığı post modern toplumun bireyi, modern toplumdan farklı olarak sadece üretileni tüketen değil, üretim gücüne sahip olabilen bireydir. Toffler tarafından 1980’de dile getirilen bir kavram olan üretken tüketici paylaşım ekonomisine ilişkin paradigma zemininin o dönemlerde oluşturulduğuna işaret etmektedir (Kıracı, 2017: 8).

Teknoloji ve bilgi sentezi ile üretimin kolaylaştığı 21.yy. da ekonomik ilişki ağları ve paradigmaları yeniden yapılanmaktadır. Üretici ve tüketicilerin geleneksel rollerini terk ettiği yeni yapılanmanın iş süreçleri ve modelleri de farklılaşmaktadır. Ekonomik ilişki ağının ister üreticisi veya ister tüketicisi olsun merkezinde yer alan birey, kurduğu iletişim ve etkileşim ile toplumsal ilişkileri ve yapıları yeniden biçimlendirme gücüne sahip sosyal bir varlıktır. İnsanın bu sosyal yapıdaki rollerinden biri olan “çalışma” hem sosyo-ekonomik açıdan alt yapının hem siyasi, hukuksal, sosyal, ekolojik, dinsel, kültürel gibi toplumsal kurumlar bağlamında üst yapının etkisi ile şekillenmektedir. Bu nedenle çalışma paradigmalarında yaşanan değişim tek bir olguya bağlı olarak değil bir bütün halinde değerlendirilmelidir. Ancak tüm diğer faktörler gibi tek başına değişime neden

⁶ Benim Olan Senindir

olması mümkün olmasa da sürecin çok sayıda değişkeninden biri olan teknoloji, tetikleyici vasfı ile öne çıkan bir öğedir. Sanayi Devrimlerinin arkasındaki teknoloji ve paradigma zemini birleşiminin üretim paradigmlarında yarattığı etki, çalışma paradigmlarını ve uzantısında tüketim paradigmları ile toplumsal yapılanmayı da biçimlendirmektedir. Zamanla işleyemeyen ekonomik paradigma yeni teknolojiler ve toplumsal değişimin oluşturduğu yeni zemin üzerinde tekrar yükselmektedir.

1.2. Kavramsal Olarak Çalışma ve Çalışma Paradigmalarının Tarihsel Seyri

Her alanda olduğu gibi çalışma ve çalışma hayatıyla ilişkili kavramlarda da geçmişten günümüze bir değişim söz konusudur. İnsan yaşamı için her dönemde önemli bir etkinlik olan çalışma, başta bilgi ve teknolojide yaşanan gelişmelere bağlı olarak değişim ve dönüşüm yaşamaktadır. Sosyo-ekonomik bir kavram olan çalışma, tanım olarak sanayi öncesi toplum yapısından günümüze farklılaşırken, çalışmanın yapılışı, biçimleri, çalışmada kullanılan araç-gereçler, çalışmanın gerçekleştiği zaman ve mekânın da farklılaştığı izlenmektedir. Bu durum çalışmaya yönelik paradigmalarda bir kaymanın, değişimin yaşandığını göstermektedir.

1.2.1. Kavramsal Olarak Çalışma

Çalışma, hem bireysel (nitelikler, beceriler, yetenekler gibi) hem de toplumsal (değerler, inançlar, din, yönetim, kurumlar, mekânlar, kültür gibi) birçok faktörün etkisiyle şekillenen, bölgesel ve dönemsel anlamda da farklılaşan, hem ekonomik ve hem sosyal değere sahip geniş kapsamlı bir etkinliktir.

Çalışma kavramının etimolojisi, pre-modern toplumlar için çalışmaya ilişkin yüklenen anlam hakkında ipuçları taşımaktadır. Batı dillerinde çalışma anlamına gelen “travail”, Latince işkence aleti olan “tripalium”dan gelmekte, Romalılar tarafından çalışma için kullanılan “labour” sözcüğü ise zahmet, yorgunluk, acı, ızdırap gibi çağrışımlar taşımaktadır. Yani çalışmanın, pre-modern toplumlardaki anlamı bir tür ceza olarak düşünülmektedir. Türkçe köken açısından ise çalışma “çalmak” köküyle ilişkilendirilmekte, Azeri Türkçesi’nde çalışmak yerine “işlemek”, Kırgızistan’ da ise “emgeg” yani emek sözcüğü kullanılmakta ve yine sıkıntı, zahmet, yorgunluk anlamlarına gelmektedir. Çalışma kavramına ilişkin anlayışın ve yaklaşımının değişimi kavrama farklı anlamlar yüklenmesine neden olmuştur (Bozkurt,2012:49-50). Bugün

geniş bir kitleyi ilgilendiren bir kavram olarak çalışma, ilkel dönem toplumlarında onursuz bir uğraş olarak kabul edilmekte iken yine ilkel dönemlerde, zengin ve güçlü olmanın belirleyici unsuru ve çekici yönlerinden birisi, çalışmak zorunda olmamak ve kendi yerinize çalışacak insanları bulabilmektir (Yıldız, 2010:134-135).

Türk Dil Kurumu tarafından çalışma, “Çalışmak işi, emek, say” olarak yani “Bir şeyi oluşturmak veya ortaya çıkarmak için emek harcamak” (TDK,2018) şeklinde açıklanmaktadır. Çalışma günümüzdeki anlamına kadar hukuki anlamda da farklı şekillerde tanımlanmıştır.

Çalışma insanlık tarihi kadar eski bir kavram olmakla birlikte, insanlık tarihinde yapılan işlerin, ücretli iş olarak tanımlanması ise sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan oldukça yeni bir olgudur. “Çalışma” ücretli ve resmi işlerle eş tutulmakta olmasına karşılık başka biçimleri de bulunmaktadır (Budd, 2016:15). Bağımlılık ve ücret ilişkisi olmayan çalışma, bir eylem olarak, gönüllülük ya da ev içi gerekliliklerin yerine getirilmesi gibi biçimlerde de karşımıza çıkabilmektedir. Tarih boyunca köleler, serfler, zanaatkârlar, köylüler ve ev kadınları bazen zorla ve bazen gönüllü olarak, ücret karşılığı olmadan çalışmışlardır. Ancak modern toplumda çalışma kavramı genellikle istihdamı yani ücretli çalışmayı çağrıştırmaktadır.

Gorz (2007), temel karakteristiği, başkaları tarafından istenen, tanımlanan, yararlı görülen ve bu sıfatla onlar tarafından ücretlendirilen kamusal alandaki bir faaliyet olarak ifade ettiği çalışmayı “modernliğin bir icadı” olarak değerlendirmekte ve çalışmayı tanıma, uygulama, bireysel ve toplumsal hayatın ortasına yerleştirme tarzımızın, sanayileşmeyle birlikte icat edilmiş ardından genelleştirilmiş olduğunu belirtmektedir (Gorz, 2007:27).

Budd (2016) ise, “insani bir aktivite” olarak değerlendirdiği çalışmanın, tamamen değil fakat önemli biçimlerde, bireysel olarak ve toplu olarak kim olduğumuzu tanımlamakta olduğuna vurgu yapmaktadır (Budd,2016:358).

Çok farklı yönleriyle ele alınarak tanımlanabilen bir olgu olan çalışmaya ilişkin Keser (2000), Bauman’ın izin verilen tek bağımsız faaliyet, Miller’ın bir işyerinde gerçekleştirilen çeşitli aktiviteler, Donald ve Havinghurst’un topluma yararlı olma ve

hizmette bulunma aracı, Shimmin'in yapılmasından hoşlanılmayan eylem, Dubin'in merkezi yaşam ilgisi tanımlamalarına vurguda bulunmaktadır (Keser,2000:6-7-8).

Yıldız (2010) ise, Firth'ın gelir getiren, boş vakitten fedakârlık ederek enerji harcamayı gerektiren ve bir amaca hizmet eden aktivite, Lal'in evrenin temel kanunu ve Arvon'ın yorgunluk ve bitkinliğe sebep olan kas gücü harcama hali veya bilinçli ve kendiliğinden sarf edilen çaba tanımlamalarını öne çıkarmaktadır (Yıldız,2010:133).

Braverman (2008) ise, çalışmayı, doğadaki maddelerin sağladığı faydanın çoğaltılmasına yönelik doğal hallerini dönüştürme etkinliği olarak tanımlamakta ve insanın çalışmasındaki yönlendirici mekanizmanın kavramsal düşünce gücü olduğunu vurgulamaktadır (Braverman, 2008: 71-73). Giddens (2000), çalışmanın bireyin yaşamında en çok yer tutan etkinliklerden biri olduğunu fakat aynı zamanda insanların bu külfetten kurtulmaya çalıştıklarına dikkati çekmekte, bunun yanı sıra çalışmanın yani modern toplumda iş sahibi olmanın öz güven sağlanması açısından önemli olduğunu da altını çizmektedir. Çalışmanın, insanların ruhsal durum ve günlük etkinliklerinde yapısal bir unsur olmasının işin özelliklerine göre (ücret düzeyi, etkinlik düzeyi, ev işlerinden farklı bir şeyler yapmak-değişiklik, çalışma saatleri, toplumsal ilişki, kişisel kimlik) belirlendiğini belirtmektedir (Giddens, 2000:326-327).

Hulin çalışmanın yaşamdaki yerine ilişkin "...özellikle çalışma, hayatımızı oldukça fazla etkilemektedir. İş veya meslek seçimimizde olduğu gibi, hayatımızda yaptığımız hiçbir seçim (eşimiz dışında) kendimizi, ailemizi, çocuklarımızı, değerlerimizi ya da statümüzü bu kadar etkilememiştir. Yaşamımız boyunca, erken gençlik ve 20'li yaşlarımızın başından 60'lı yaşlarımıza kadar, çalışma ile ilgili faaliyetlerle uğraşırız, bu diğer herhangi bir uğraşından daha fazla zaman almıştır (uyku haricinde,) ancak uyku da bir uğraşı ya da faaliyet değildir. Gerçekten de yaşamımızın çok önemli bir bölümünü ele geçirmiş olan çalışma, bir faaliyet olarak çoğu bireyin yaşamında merkezi bir role sahiptir" demektedir (Güler, 2015:2).

20.yüzyıl için değerlendirildiğinde, ekonomik açıdan gelir, sosyal açıdan ise statü, prestij, toplumsal kabul ve ait olma hissi sağlayan bir olgu olan, bireye zaman zaman haz, zaman zaman da acı veren çalışma, bireyi psikolojik açıdan da etkileyen önemli bir olgudur. Çalışma aynı zamanda bireyin, paylaşma, dayanışma ve iş birliği duygularını geliştirerek sosyal yeteneklerin gelişimine de katkıda bulunmakla birlikte kişiyi boşlukta kalma

riskinden kurtarmaktadır. Bireyin yaşamsal düzenine de katkı sağlayan çalışma, üretkenliğini geliştirerek yaşamına da anlam katmaktadır (Ören ve Yüksel, 2012:41-42).

Çalışma olgusu, modern öncesi dönemde sadece “fiziki gereksinimler” in karşılanmasını ifade etmekte olmasına karşılık, modernleşme ile fiziki gereksinimlere ek olarak “sosyal gereksinimler” in de karşılanmasını kapsar hale gelmiştir. “İş” in sosyal gereksinimleri de kapsayışı, geçim sağlama amacının aşılmasıyla “toplumsal boyut” kazanmaya başladığının en önemli göstergesidir (Güzel, 2008:19,20).

Çalışmaya ilişkin literatürde çok sayıda tanım ve açıklama bulunmakla birlikte esasta önemli olan, çalışmanın birey ve toplum için ne anlama geldiği, nasıl algılandığı ya da hangi biçimlerde gerçekleştiğidir. Bireyin çalışıp, çalışmama veya ne kadar süre, nerede ve hangi ücretle çalışacağına ilişkin hususlarda aldığı kararlar bireyin sadece gelirini değil, nasıl bir yaşam biçimi süreceğini de belirlemektedir. Çünkü bireyin yaşamı geçmişte olduğu gibi bugün de çalışmaya odaklı şekillenmektedir.

Endüstri sonrası toplumlarda bireyler yaşamlarının oldukça önemli bir kısmını⁷ genellikle çalışarak geçirmektedirler. Bireyden bireye değişmekle birlikte bireylerin inançları, değerleri, tutumları, çalışmaya yönelik maddi ya da manevi beklentileri ile yaş, cinsiyet, eğitim, tecrübe gibi birçok demografik faktörde bireyin çalışmaya ilişkin yaklaşımında belirleyici olmaktadır. Endüstri öncesi toplumlarda farklı anlamlar taşımakla birlikte, endüstri sonrası toplumda birçok kişi için çalışma esasta gelir elde etme amaçlı gerçekleştirilmekle birlikte, bireyin toplumsal varlığına ilişkin kimlik ve statü edinmekte oldukça önemli olarak görülmektedir. “Çalışma” hem uluslararası olarak İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi⁸, hem de ulusal hukuk alanında ve T.C. Anayasası’nda⁹ bir hak olarak düzenlenmiştir.

7 2017 itibariyle Türkiye’de haftada ortalama 47.7 saat, OECD ülkelerinde ise haftada 36.6 saat (OECDStat, 2018)

⁸**Madde 23:1:** Herkesin çalışma, işini serbestçe seçme, adaletli ve elverişli koşullarda çalışma ve işsizliğe karşı korunma hakkı vardır. <http://www.danistay.gov.tr/upload/insanhaklarievrenselbeyannamesi.pdf> erişim tarihi: 19.03.2019

⁹**Madde 48.** – Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir. Özel teşebbüsler kurmak serbesttir. Devlet, özel teşebbüslerin millî ekonominin gereklerine ve sosyal amaçlara uygun yürümesini, güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayacak tedbirleri alır.

Madde 49. – Çalışma, herkesin hakkı ve ödevidir. (Değişik: 3.10.2001-4709/19 md.) Devlet, çalışanların hayat seviyesini yükseltmek, çalışma hayatını geliştirmek için çalışanları ve işsizleri korumak, çalışmayı desteklemek, işsizliği önlemeye elverişli ekonomik bir ortam yaratmak ve çalışma barışını sağlamak için gerekli tedbirleri alır. <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa82.htm> erişim tarihi: 19.03.2019

Çalışmanın anlamına ilişkin bir uluslararası araştırma olan MOW (1987) “Meaning of Working”¹⁰, çalışmaya verilen anlamın üç boyutlu olduğunu ve iç içe geçmiş üç çember şeklinde bulunduğunu ifade etmektedir. En içte çalışmanın merkeziliği yani tüm yaşam içerisindeki önemi, ortada çalışma ile ilgili normlar, toplumun çalışmaya yüklediği görev ve haklar ile bunlar arasındaki denge, dış tabakada ise geçim, gelişme imkânı, kendini ifade edebilme benzeri çalışmanın değer verilen sonuçları bulunmaktadır (Tevruz ve Turgut, 2004:34).

Bireyin hayatının merkezindeki iş ile bir bütün halinde olduğu, kişinin yapmış olduğu işin yaşamının ayrılmaz bir parçası halini aldığı göz önüne alındığında bireyin işine ilişkin özelliklerin tüm yaşantısını da etkilediğini söylemek mümkündür. İki etki ile açıklanan bu durumda, “saçılma etkisine” göre; kişi, iş yaşamında edindiği tutum ve davranışları iş dışı yaşamında da sürdürmek eğiliminde iken, “giderme etkisine” göre ise kişinin iş yaşamı bir takım beklentilerini karşılamıyorsa, kişi iş yaşamındaki bu eksikliği iş dışı yaşamında doldurmaya çalışacaktır (Uyguç ve diğ., 1998).

Tevruz ve Turgut (2004), çalışma amaçlarını belirlemeye yönelik gerçekleştirdikleri araştırmada, çalışma amaçlarının işlevlerini bireyselci, normatif ve dünyevi şeklinde tespit etmişlerdir. Bireyselci işlevde, bireyin amaçları, bilgi edinmek, özgürce yaşamak, hayata hareket katmak, hayatına anlam vermek, kendini meşgul etmek olarak belirtilmiştir. Normatif işlevde ise birey dini görevini yerine getirme, toplumsal katkı sağlama, düzenini kurma ve sakınma amaçlarını taşımaktadır. Dünyevi işleve bakıldığında ise bireyin geçimini sağlamak, hayata keyif katmak ve statü kazanmak amaçları karşımıza çıkmaktadır (Tevruz ve Turgut, 2004:35).

Çalışma yaşamındaki doyumsuzluk, mutsuzluk, hayal kırıklığı, isteksizlik gibi haller bireyin genel yaşantısına etki eden yapılardır. Bunlara ek olarak ilerleyen durumlarda ise, bireyin çevresini, aile ilişkilerini ve arkadaşlık ilişkilerini olumsuz etkileyerek fiziksel ve ruhsal sağlığını bozabilmekte (Keser,2005:899) veya bireyin iş yaşamındaki tatmin, başarı, yaratıcılık, işbirliği, paylaşım, mutluluk halleri de tam tersi işleyiş ile bireyin yaşantısında olumlu etkiler yaratabilmektedir.

¹⁰ Çalışmanın Anlamı

Vasıf düzeyi değıştikçe, çalışmaya verilen anlam da farklılaşmaktadır. Mavi yakalı işgücü için çalışma, zorunluluk, yerine getirilmesi gerekli iş iken; beyaz yakalılar için prestij, statü, unvan, kariyer sahibi olmaya ve yeteneklerini sergilemeye imkan sağlayan bir anlam taşımaktadır. Altın yakalılar için çalışma bağımsız, üretken olabilecekleri, rutin olmayan ve esnek yapılı olmalıdır. Altın yakalılar, yaşamlarında işi önceliklendirirken onlar için örgüt ve işyerinin anlamı zayıf kalmaktadır. İş amaç olarak değil araç olarak görmektedirler. Çoğunlukla yaşamlarını idame ettirecek gelire sahip olmayı tercih ederler. Çok farklı ilgi alanları bulunur. Yeni iletişim araçlarına bağılı olarak çalışma yaşam ve çalışma dışı yaşam sınırı belirsizdir. Örgüt ve meslektaşları çalışanların çalışma dışı yaşamlarını biçimlendirmez (Keser,2005:371-373).

Bireyin çalışmaya ilişkin seçimleri ve sahip olacağı iş, sadece bireyi değil, onunla paylaşım ve etkileşimde bulunan mikro ölçekte aile, makro ölçekte toplumu da etkilemektedir. Aynı zamanda birey içinde yaşadığı aile ve toplumun çalışmaya ilişkin kültürel yapısından -değerler, inançlar, tutumlar, beklentiler- etkilenmekte ve çalışmaya yaklaşımını belirlemektedir. Birey çalışmaya ilişkin yaklaşımını belirlerken işin özelliklerini, içeriğini, olanaklarını, kişilik özelliklerine ve değerlerine uygunluğunu, işgücü piyasası özelliklerini, kariyer olanaklarını, ilişki ağlarını, gerçekleştirilme biçimini; işyeri açısından ilişkisel, yönetsel, mekânsal özelliklerini ve toplumsal anlamda ise bireye sağladığı statü, aidiyet, mutluluk gibi çok sayıda faktörü dikkate almaktadır.

1.2.2. Çalışma Paradigmalarının Tarihsel Seyri

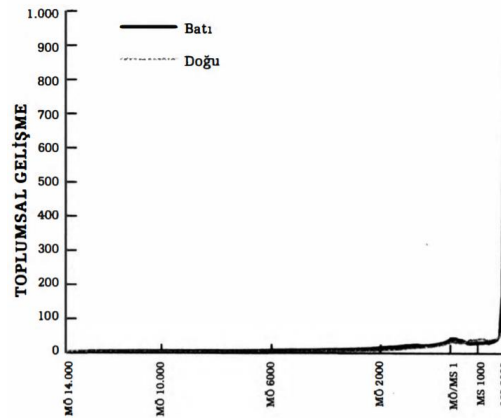
Sanayi devrimleri ve çalışma olgusundaki kırılmalar temel paradigmanın değişimi ile biçimlenmektedir. Bu durumu sadece teknoloji ile açıklamak mümkün olamayacağından, bilimsel ve sosyal paradigmanın dönüşümünü de dikkate almak gereklidir. Dünya ülkelerinin, teknolojilere, beşeri sermayeye aynı üretim ve tüketim olanaklarına, aynı piyasalara, aynı yönetsel, hukuksal ve ekonomik altyapıya sahip olmadığı göz önüne alındığında, devrimlerin tüm dünyada aynı biçimde yaşanmadığı görülmektedir. Bu devrimlerin gerçekleşmesi için öncelikle altyapı olarak hayata geçirilebilecek teknolojinin ve bu teknolojinin üretime ve yaşama entegrasi için onu uygulama ve kabule hazır kitlenin varlığı gerekmektedir. Bu noktada süreci anlayabilmek için öncelikle bu kabulün nasıl oluşturulduğu ve hangi teknolojilerin süreci beslediği değerlendirilmelidir.

Başlangıçta mülkiyetin olmadığı tarım toplumunda da köleliğin egemen olduğu ilkçağ toplumlarında da feodalizmin Ortaçağ toplumlarında da verimlilik miktarı oldukça düşüktür. Sanayi devrimi ile bu oranın artışında teknoloji kullanımının yanı sıra insanın ücretini aldığı bir çalışmayı gerçekleştirmesinin ve göreceli özgürlüğünün de ciddi bir etkisi bulunmaktadır. Üretimden ücretli iş ilişkisine geçiş, sanayi devriminin hemen öncesinde tarihteki yerini alırken buhar teknolojisinin kullanılmasıyla başlayan büyük dönüşümde ise çalışma ilişkisi yeniden şekillenmiş, kurumsallaşmış ve zamanla bireyin yaşamında daha merkezi bir konuma gelmiştir (Buyruk,2018:603).Teknolojinin özellikle üretim modelleri olmak üzere yaşamın farklı alanlarında yarattığı değişimin, topluma yönelik devrimsel etkisi olan sanayi devrimleri birbirinin üzerinde ilerleyen teknolojilerin, yeni ulaşılan enerji kaynaklarının daha fazla üretmek (ve daha fazla tüketmek) amacıyla kullanımı sonucunda ortaya çıkan ve mevcut sistem, yapı ve paradigmalarda köklü değişimlere neden olan tarihsel kırılımlardır. İlk kırılım olan ve 18.yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşen Sanayi Devrimini kitle üretim ve tüketimi ile endüstriyel toplumu yaratan ikinci kırılım izlerken, BİT alanındaki gelişmeler ile bilgi toplumunu yaratan üçüncü kırılım takip etmiştir. İçinde bulunduğumuz dönemde ise dördüncü kırılım gözlemlenmektedir. İmalat yöntemlerindeki değişimler gibi dar bir çerçevede değerlendirilmesi mümkün olmayan Sanayi Devrimleri aslında öncesindeki mevcut üretim modellerini, ilişkilerini, miktarını, maliyetini, hızını, mekânını, altyapısını değiştirmedeki etkisinin çok ötesinde toplumsal, kültürel, sosyal ilişkiler ağını da etkilemektedir. Bu noktada süreç bütün olarak görülmelidir çünkü bütünü oluşturan parçaların her biri irili ufaklı farklı etkilerle süreci beslemişlerdir ve bu etkilerin göreceli derecesini ölçmek de mümkün olamamaktadır. Sonuca bakıldığında ise hangi etmenden ne ölçüde kaynaklanırsa kaynaklansın, Sanayi Devrimleri yaşandığı dönemlerin birçok paradigmasında köklü değişimler yaratmışlardır. Bunların en belirginlerinden biri de çalışma olgusudur. Sanayi Devrimlerinin nedenleri ve sonuçları gerek kendisini deneyimleyen düşünürlerce gerekse daha sonraki dönemlerde yapılan inceleme ve yorumlamalarda çok farklı çehrelerle ele alınmıştır. Bu algılama, yorumlama ve anlatı farkları ve geniş alan ve zamana yayılan etkisi sanayi devriminin tanımlanmasını ve açıklanmasını zorlaştırmaktadır.Sanayi devrimi sonrası çalışma olgusu paradigma dönüşümü bağlamında ele alındığında, hayat bulduğu modernizmin paradigmalardan post modernizme doğru bir yol izleyerek kısa bir süre önce ise sorgulanmaya başlanmış,

devam edip etmeyeceği veya nasıl devam edeceğine ilişkin kritik bir dönemde konumlanmıştır. Bu araştırmada ise, çalışmanın değişimi, teknolojik gelişmeler ekseninde ele alınırken, çalışma- teknoloji ilişkisindeki temel referans noktalarından olan sanayi devrimleri kronolojik sıralamayla ele alınacaktır. Süreçte üretimin tarafları olan işçi-işveren arasındaki ilişkiler ile devletin bu noktadaki yapılanması önem arz etmektedir. Çalışma paradigmalarının tarihsel seyrinin değerlendirilmesinde, ekonomik, sosyal, kültürel, teknik ve tarihi birçok öge gerekli ve önemli olmakla birlikte, bu araştırma kapsamında tamamının ele alınmasının mümkün değildir. Bu nedenle, seyre ilişkin ögeler, teknolojik gelişmeler ekseninde ele alınacak ve her devrim dönemine ilişkin gelişmeler bu bağlamda genel olarak değerlendirilecektir.

1.2.2.1. Birinci Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları

Sanayi devrimi 1800'lü yıllarda, makinelerin gücünün buhar etkisi ile arttırıldığı ve üretimde nicel artışın sağlandığı kırılım biçiminde ifade edilebilir. Sanayi devrimi ile yaşanan değişim diğer tüm devrimlerde olduğu gibi üretimle sınırlı kalmamıştır. Değişimin boyutunu insanlığın gelişme düzeyini yansıtan bir endeks ile gösteren Morris (2014), Doğu ve Batı açısından çok uzun bir süre büyük bir farklılığın olmadığını altını çizerek, tarih boyunca sağlanan gelişimin 19.yy sanayi devrimine kadar oldukça durağan bir seyir izlediğini ve sonrasında ise ivme kazandığını belirtmektedir.



Şekil 2: MÖ 14.000'den Beri Doğu ve Batı'da Toplumsal Gelişme

Kaynak: Morris, 2014:195

İnsanlık tarihine ilişkin gelişmenin nereden ve neye göre başlayacağını belirlemenin zorluğuna vurgu yapan Brynjolfsson ve McAfee (2014) “insanlık tarihi eğrisini büken” in ne olduğu sorusuna ilişkin çok sayıda kritere işaret etmektedir. Bu noktada insanlığın gelişimindeki değişimin binlerce yıl boyunca, çok yavaş ve hatta neredeyse görünmez olduğunu ve hayvanların evcilleştirilmesinin, tarımsal üretimin, çiftliklerin, savaşların ve imparatorlukların, felsefelerin ve dinlerin etkisinin çok fazla olmadığını ifade etmektedir. Ancak, iki yüz yıl önce gerçekleşen, ani ve derin bir değişimin yani sanayi devriminin, insanlık tarihinin nüfus ve sosyal gelişim eğrisini neredeyse doksan derece eğdiğini belirtmektedir. Sanayi Devriminin, sadece buhar gücünün hikâyesi olmadığı ve modern yaşama yol açtığı vurgulanmaktadır (Brynjolfsson ve McAfee, 2014:1-4).

Devrimin ortaya çıkışında teknolojiye yapılan atıf, genellikle en önemli rolü almıştır. Freyer (2014), “pamuk ipliğinin makinede bükülmesi basit bir iştir, ama aynı zamanda bunda bugün “sanayi devrimi” dediğimiz bir devrim saklıdır” ifadesiyle, bir olay veya olgunun sadece görüldüğü gibi olmadığını, bazen hemen bazen de uzun vadede, bazen küçük bazen büyük ölçekte etkilerinin olabileceğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda devrimin farklılığını “dağları yerinden oynatan doğa güçleri sükûnet bulduğundan beri hiçbir güç dünyamızın yüzünü sanayi tekniği kadar kuvvetle şekillendirmemiştir” biçiminde tanımlayarak, devrim ile gerçekleşenin “geçmişten beri alışılmış olan geleneksel el işi dünyasından kütle halinde mal üreten makine dünyasına geçiş” olduğunu belirtmiştir (Freyer 2014:26).

Buna ek olarak Hobsbawn (2018) neden Britanya'nın “dünyanın ilk atölyesi” haline geldiği ve bunun neden 18.yüzyılda gerçekleştiği hakkındaki tüm tek faktör yaklaşımlarının belirleyici rolünü reddetmekte ancak bu faktörlere hiç önem verilmemesi halinin de akıllıca olmadığını ifade etmektedir (Hobsbawn, 2018:34-36).

Huberman (2019) ise konuya dair “insan yerine çalışacak makinelerin icadı eski, çok eski bir hikâyedir. Ama makine buhar gücüyle birleşince üretim yönteminde önemli bir değişiklik oldu. Buharla çalışan makinelerin konması fabrika sisteminin geniş çapta yükselmesi demektir. Makinesiz fabrika olurdu ama fabrikasız buharlı makine olmazdı ” şeklinde bir yaklaşım sunmaktadır. Bu durum ise üretimin, dolayısıyla girişimci ve emekçi sayısının artışının yanı sıra tüketici sayısının artışı ve sosyo-ekonomik açıdan bu ilişkilerin düzenlenişini gerektirmektedir. (Huberman, 2019:193-194)Sanayi

devriminin ortaya çıkışında “makine” kadar önemli olan, geçmişten gelen ve kapitalizmin ilerleyişine yol oluşturan çok sayıda yapı, kurum, görüş ve olgu bulunmaktadır. (Weber,1999:57) “Herzaman büyük para babaları ve tüccarlar var olmuştur. Oysa işletmelere yönelik emeğin ussal kapitalist örgütlenmesi ilk kez Ortaçağ'dan Yeniçağ'a geçişte ortaya çıkmıştır” söyleminde sanayi devrimi ile üretimde ortaya çıkan ilişkilerin ilk kez yaşanmadığının ve ancak “rasyonelleştirilmesinin” ilk kez gerçekleşmesinin, devrimi farklı kılan öge olduğunun altını çizmektedir. Yine sanayi devriminin önceki dönemlerde yaşanan birçok gelişmenin sonucu olduğunu belirten Eğilmez (2018) bu gelişmeleri şu şekilde ifade etmektedir;

“Hızlı nüfus artışı, çevirme hareketi, sonrasında başlayan ve devam eden kentlere göçün yarattığı hazır işgücü, tüketim mallarına yönelik talepte ortaya çıkan artış, kolonilerden Avrupa'ya akan değerli madenlerin yarattığı refah artışı, orta sınıfın zenginleşmeye başlaması” olarak sıraladıktan sonra “tarımda başlayan ticarete artan artı değer ve onun yarattığı sermaye birikimi de yeni yatırımlara yol açarak sanayi devriminin altyapısının oluşmasına katkıda bulundu” (Eğilmez 2018:97).

Fabrika sisteminin yükselmesi anlamına gelen buharlı makineler ile sağlanan iş bölümü ve örgütlenme, üretimde büyük artış yaratmaktadır. Bu artış hem sermayenin doğal arayışından hem de artan talepten kaynaklanmaktadır. Keşif bölgelerinde de pazarların kurulması artan talebin nedenlerinden biri iken iç pazarda da nüfus artışı talebi etkilemektedir (Huberman,2019:195-196). Bu yoğun talep artışı sanayi devrimindeki önemli öğelerden birini oluşturmaktadır. Bu dönemde savaşların azalması, geçici barışın sağlanması, hastalıkların kontrol altına alınması ile artan nüfusun yarattığı talep (Görçün, 2016:22) daha fazla üretimi gerektirmekte ve insanın makine ile ikame edilişi bu talebin karşılanmasında kolaylık sağlamaktadır (Görçün, 2016:13).Endüstrileşme ile toplumda hızlı bir değişimin yaşandığını fark ederek, “endüstri (sanayi) toplumu” kavramını ilk kez kullanan Saint Simon, geleceğin toplumunun endüstri toplumu olacağını belirtmekte ve endüstrileşme sürecini kontrol altına almak için bilimsel politikalar geliştirilmesinin gerekliliğini savunmaktadır (Savran,2018:33).

Sanayi devrimine ilişkin tanımlamalar, değişimin üretim sistemleri ve makineleşme kökenli olduğunda hem fikir olmakla birlikte, birbirinden farklı öğeleri ön plana çıkarmakta ve farklı noktalara vurgu yapmaktadır. Toplumsal dönüşümde yarattığı etkiye

farklı açılardan yaklaşan, üretimin ve refahın artışı açısından ele alan ifadeler karşılık, toplumsal dengeleri altüst eden bozulmalara yol açan bir süreç olduğunu belirten değerlendirmeler de bulunmaktadır.

Yarattığı sömürüye dayalı sistemden dolayı sıklıkla eleştirilse de, devrimin insanlık tarihine hem ekonomik hem toplumsal katkılar sağlayan, modern toplum ve insanın ortaya çıkışında önemli rol oynayan bir süreç olduğu da göz ardı edilmemelidir. Esasta üretimin değişimini ifade eden ve bu şekilde yarattığı kırılma ile birçok alanda etkisi devam eden sanayi devrimi ile ürünlerin çok kısa sürede ve çok sayıda üretilmesinin mümkün olması tüketimi de arttırmıştır. Üretimdeki artış tüketimi, tüketimdeki artış da üretimi destekleyici rol oynadığından endüstriyel üretimin hızla yaygınlaşması ile girişimcilerin, fabrikaların ve işçilerin sayılarının artışı da kaçınılmaz olmuştur. 1800’lerde henüz işçi sınıfının varlığından bahsedilmezken, 1800’lerin ortalarında nüfusun büyük bir kısmını özellikle de sanayileşmiş ülkelerde nüfusun yaklaşık üçte birini, 1900’lere gelindiğinde ise birçok ülkede bütün çalışan insanların neredeyse yarısını işçilerin oluşturduğu izlenmektedir (Freyer, 2014:58).

Bu dönemde asgari gelir, sosyal güvencesizlik ve yoğun mobilite unsurları etrafında şekillenen ücretli çalışma, sanayi öncesi toplumda da parçalı biçimde var olan ancak bir bütünlük oluşturamamış bir olgudur. Sanayi devrimi ile ücretli çalışma yüceltilmiş ve çalışan, üreten birey manifaktür ve fabrikalarda yeni işçi profilini geliştirmiştir (Castell, 2017: 299-300). Sanayi toplumundaki ücretli çalışma ilişkisinin biçimlenmesinde etkili olan öge, serbest piyasa düzenlemeleri yani emek ve toprağın satılabilir duruma gelmesidir. Toprak ve emeğin kaderini piyasaya bırakan sistem, aynı zamanda bu öğeleri yok olma tehlikesi ile karşı karşıya getirmektedir (Polanyi, 2011:82/192).

Daha fazla kazanmanın, daha iyi yaşamının çalışmaya endekslendiği bu dönemde çalışma ilişkileri, işçinin tek geçim kaynağı olan ücretin ve yaşam kalitesini belirleyen çalışma koşullarının, işgücü ve kiralayanın karşılaştığı yer olan işgücü piyasasının işleyişine bırakılmasının gerekliliğini savunan, “klasik iktisat teorisi” etkisinde biçimlenmektedir. Sanayi devrimi ile işgücü piyasasında vasıfsız ve vasıflı işçiler şeklinde iki grup yer almaktadır. Geçmişte tarımsal alanda faaliyet gösteren işgücü fabrikalardaki vasıfsız işgücünü; zanaatkarlar ise vasıflı işgücünü oluşturmaktadır.

Sanayi devrimi ile ortaya çıkan “mavi yakalı işçi”ler makineleri tamir etmek, sürmek ve mekanik üretim gibi işleri gerçekleştirmekle yükümlü iken odun kesme, hendek kazma, yük boşaltma gibi fiziki güç gerektiren işlerde ise vasıfsız işçilerin çalıştığı görülmektedir (Arslan ve Ergün:2012:124).

Maliyetlerin düşürülmesi, verimliliğin artırılması ve üretimin hızlanmasını sağlayan makineler ve/veya teknolojinin işe yönelik etkileri başlangıçtan bu yana çalışanlar açısından endişe verici olmuştur. Makineleşme bazı alanlarda işgücüne olan ihtiyacı azaltırken, yeni vasıflar talep ettiği yeni alanlarda da istihdam yaratmaktadır. Dolayısıyla kısa vadede olumsuz görülen etkiler genellikle uzun vadede dengelenmiştir. Çalışma da diğer birçok olgu gibi değişmek ve uyum sağlamak kalmıştır. Teknolojik değişim ile oluşan yeni çalışma alan ve modellerine ilişkin önemli olan gerekli hukuki yapının oluşturulmasıdır. Aksi halde işgücünün bu gecikmeden etkilenmesi kaçınılmazdır.

Zamanla makinelerle birlikte çalışmayı kabullenen işçiler için bu dönemde, ücretli çalışma ilişkisine yönelik koruyucu engellerin olmayışı ve ücret-çalışma koşullarının işçi/işveren arasındaki bireysel ilişki ile kurulması, işçinin temel ihtiyacını karşılamakta sadece ücrete bağımlı olması, onu iş ilişkisinin güçsüz tarafı haline getirmektedir. Makineleşme, nüfus artışı, daha ucuz olan kadın ve çocuk işgücünün çalıştırılması, sefalet ücretleri, uzun çalışma saatleri, sağlıksız barınma, altyapı eksikleri, salgın hastalıklar ve benzeri olumsuz koşullar işçilerin çalışma ve yaşam koşullarını zorlaştırmaktadır. Bu ortamda kalfa ve vasıflı işçiler tarafından kurulan yardımlaşma dernekleri gibi örgütler ise zamanla kolektif mücadele veren sendikalara dönüşmüştür (Makal, 2018:28-37). Sennet (2009) makinelere yani dönemin teknolojisine ilişkin ifadesinde insanın teknoloji ile mücadelesinin ve insanın yerini alma endişesinin tarihte defalarca tekrar ettiğini belirterek kabullenilmesinin gerekliliğine şu şekilde vurgu yapmaktadır;

Modern esnaf-zanaatkârın yüz yüze geldiği en büyük ikilem makinedir. Peki, bu insan elinin yerini alan, dost bir alet midir yoksa düşman bir alet mi? Hünerli el işinin ekonomik tarihinde, makineleşme çoğu kez bir dost olarak başlamış ve bir düşman olarak sona ermiştir. Dogmacılar, fırıncılar ve çelik işçileri, bunların hepsi sonunda kendi aleyhlerine dönen aletlere kucak açmışlardı” (Sennet,2009:111)

Bu dönemde fabrikalardaki değişen üretim ve çalışma ilişkileri, eski toplumsal yapıların çözülmesi ve yeni yapıların oluşumu, makro ölçekte siyasal rejim ve güç odaklarının, mikro ölçekte ise aile yapısının değişimi gibi gelişmeler beraberinde toplumsal eşitsizlik, suç, fakirlik, açlık, işsizlik, sömürü gibi gerilimleri de getirmiştir. Dev fabrikaların kuruluşu ve işletilmesi için gereken büyük sermaye işçi/ işveren sınıfı arasındaki ayrımı belirlerken, topraklarını kaybeden ve çalışmaktan başka seçeneği kalmayan insanların kitlesel göçler halinde kente doğru hareketi, yaşamın merkezini de köyden kente doğru değiştirmiştir. Sanayi öncesi toplumlarda ticari ve dini merkezler biçiminde karşımıza çıkan kentler artık sanayinin varlığı ile şekillenmekte ve hızlı kentleşme, nüfus artışı, vasıfsızlaşma ücretlerin düşüşüne neden olurken, çalışma ise kadın, çocuk, yaşlı ayrımı olmaksızın ağır ve zor koşullarda gerçekleşmektedir. Bu dönemde bir taraftan açlık ve sefaletle yaşamaya çalışan geniş kitleler diğer tarafta ise fabrikalarda gerçekleşen kitle üretimi nedeniyle üretim bolluğu yaşayan bir kesim bulunmaktaydı. Geniş ailenin mobiliteye olumsuz etkisi çekirdek aileye dönüşümüne, fiziksel güce ihtiyacın azalması kadın ve çocuk işgücünün artışına ve eşitlikçi politikaların ortaya çıkışına neden olurken ailede yaşanan çözülme toplumsal bütünlüğü de olumsuz etkilemektedir. Tarım toplumunda bütünleştirici görev gören aile, gelenek, din, dayanışma değerini kaybederken bireyselleşme ön plana çıkmaktadır (Serdar, 2014:13-23). Sonuç olarak, birinci sanayi devrimi üretimin kim tarafından, nasıl, kim için ve nerede yapılmakta olduğunu değiştirirken bu değişimin uzantısında yeni bir toplum yapısı yaratmıştır.

Feodal yapıdaki aristokrasi ve serflik ilişkisi, kapitalist toplumda yerini burjuvazi ile işçi ilişkisine bırakmıştır. Özgür emeğini satabilme, üzerinde pazarlık yapabilme hakkına sahip işçiler endüstriyel kapitalizmin ilk aşamalarında zor ve ağır şartlarda çalışmak durumunda kalmışlar ve üretim araçlarına sahip burjuvazi ile uzun bir süre devam eden mücadele ve çatışmalar yaşamışlardır (Tuna ve diğ. 2019:26).Bağımlı çalışmanın yeşerdiği sanayi devrimi sonrası dönemde, çalışmaya ilişkin paradigmaların da aynı toplumsal yapıda olduğu gibi kaotik ve anomik bir yapı sergilemekte olduğu dikkati çekmektedir. Çalışma paradigmalarındaki düzensizlik, serbestlik ve keyfiyet öne çıkarken, çalışma saatlerinin yoğunluğu, koşulların ağırlığı, güvencesiz, düşük ücretli çalışma dönemin bilinen belirgin özellikleri arasında sayılabilir. Thompson (2006:392), toplumun karmaşık durumunu “yerine oturmuş bir toplumsal ortam değil, iki hayat arasındaki geçiş dönemi” ifadesiyle dile getirirken, işçi sınıfının gelirinin azaldığına ve

artan ulusal zenginliğe karşılık çalışan insanın geçimlik düzeye çok yakın yani sadece hayatta kalabileceği bir gelire sahip olduğunu işaret etmektedir. Hobsbawn (2018:78-80) ise sanayi devriminin yarattığı değişimin, en çok toplumun çoğunluğu olan proleter işgücünü etkilediğini belirtmektedir. Hükümetin iş saatleri ve ücretlere ilişkin düzenleme yapmasının doğa yasalarına uygun olmadığı görüşünü benimseyen klasik iktisatçılar için devletin görevi asayiş sağlamaktır ve mülkiyeti korumaktır. Görüşün temel kavramlarından biri olan rekabet kavramı da fiyatların düşüş ve artışı ile güçlünün başarılı, zayıfın tasfiye oluşunu açıklamaktadır (Huberman,2019:217-235).

I. Sanayi devrimi devamında artan rekabet etkisi, sermaye sahiplerinin güçlenmesine neden olurken küçüklerin ise piyasa dışına atıldığı ortam yaratmaktaydı. I. Dünya savaşına kadar bu ortamda devam ederken (Huberman,2019:266), savaş sonrasında yükselen gücü ABD’de (Eğilmez:2019:120) yaşanan teknolojik gelişmeler iletişim-ulaşım ve üretim araçlarını hızlı, düzenli, ucuz biçimde bir araya getirmeyi mümkün kılmaktaydı (Huberman,2019:267).

Makineleşme, fabrika üretimi ve işçi sınıfının oluşumunu ifade eden birinci sanayi devriminin biçimlendirdiği bağımlı çalışma olgusunu zemin alan ikinci sanayi devrimi ise bu teknolojik gelişmeler üzerinde yükselmektedir.

1.2.2.2. İkinci Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları

Sanayi toplumuna hız kazandıran bu yeni süreç sanayide üretimin ve ücretli çalışmanın köklendiği ve yerleştiği dönemdir. Bu dönem birinci sanayi devriminin klasik liberal politikalarının sorgulandığı ve yeni arayışların geliştiği bir dönemdir. Üretimin hız ve niceliğinin arttığı ve çalışma ilişkileri açısından daha düzenleyici hatta koruyucu bir yapının geliştiği ikinci dönemde, toplumsal yaşam araç ve kurumları aracılığıyla yeni ihtiyaç ve taleplerin karşılanmasına yönelik yeni bir paradigmanın inşası gerçekleşmektedir.

Bu paradigmlar birinci sanayi devriminin liberalizmin egemenliğindeki sanayi toplum yapısını, devlet politikaları ile belirlenen refah toplum yapısına doğru biçimlendirmektedir. Çalışmanın bilimselleştiği ve sistemsal bir bütünlük kazandığı bu yapı; fabrika düzeninde çalışmayı içselleştiren, düzenli çalışan, bedenini disiplin altına alan, sorun çıkarmayan, uysal, itaatkâr, söz dinleyen bir çalışan tipine ihtiyaç

duymaktadır. Kitle eğitimi ve din yeni çalışan tipinin yaratılmasında etkin kullanılan araçlardır. Sanayileşmenin hız kazandığı ve kentleşmekte olan bu yeni yapıda fabrikalardaki ürünlerin zamanında üretilmesi ve yetiştirilmesinin yanı sıra kentlerde de toplumsal yaşamın aksamaması için zaman ve dakikliğin önemi artmaktadır (Zencirkıran,2012:202). Tarihsel süreçte kum, güneş, su gibi farklı ölçüm araçları ile ölçülen zaman, sanayi devrimi sonrası fabrika ve demiryolu şirketlerinin güvenilir evrensel zaman talebi üzerine 1884 ten sonra Greenwich zaman göstergesine bağlanmıştır. Standartlaşmış zaman rasyonelliğin son başarısı olarak ifade edilmektedir. Endüstrileşme ile modern toplumda bireyin zamana ilişkin farkındalık ve bağlılığı artmıştır. Zaman, çalışma faaliyeti açısından, ikiye ayrılarak boş zaman ve çalışma zamanı olarak belirlenmiştir. Boş zaman bireyin özel hayatına ilişkin zaman dilimini ifade ederken çalışma zamanı ise ücret karşılığı işverene sattığı zaman dilimi olarak kavramsallaştırılmıştır (Seçer:2011:24-30).

Geleneksel olarak ifade edilen tam zamanlı- bağımlı çalışmanın temelini bu ayırım oluşturmaktadır. Bu çalışma modeli işgücünün işverene karşı yükümlülüğü, ücret karşılığında belli bir zaman diliminde, belli bir yerde, belli bir işin yerine getirilmesi esası üzerine kuruludur. Dolayısıyla çalışma zaman, mekân ve üretim paradigmaları ekseninde biçimlenmektedir. Zamanın organize edildiği fabrikalarda ve toplumsal alanda, zaman düzenlemelerinin yanı sıra mekânsal düzenlemelerin de önemli olduğunu belirten Toffler, bürolardan, cezaevlerine, fabrikalardan mağazalara kadar çok sayıda mekânın da birbirine uyumlu biçimde düzenlenme ve konumlandırılmalarının gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca endüstri toplumunun işleminin mekân ve zamandaki bu eşleme ile mümkün olabileceğini ve bunun için akıl pozitif bilim ve teknolojinin kullanılmasının gerekliliğinin altını çizmektedir (Zencirkıran,2018:193-194).

Kapitalizmin ancak bütün mekana yayılarak varlık sürdürebildiğinin altını çizen Lefebvre (2014), bu durumu “Mekan, zemin, ve toprak yok olmadı, sanayi üretimi tarafından emilmediler; tersine, kapitalizme entegre edilerek, kapitalizmin yayılması içinde, özgül unsur ya da işlev olarak kendilerini ortaya koyuyorlar” biçiminde ifade etmektedir. Ayrıca Lefebvre’in aktif yayılma olarak tarif ettiği, üretimin ve üretici güçlerin bu yayılımı, üretim ilişkilerinin yeniden üretimi eşliğinde gerçekleşecektir ve mekânın buna kayıtsız kalması ise mümkün değildir. Lefebvre’e göre, kapitalizm sadece önceden var

olan mekânı yani Dünya'yı ele geçirmekle kalmamış, kendi mekânını da üretmeye yönelmiştir (Lefebvre, 2014:330-331). Zaman ve mekân kendi amaçları çerçevesinde düzenleyen kapitalizm, sanayileşmenin temel öğeleri olan standardizasyon ve mekanizasyon ile güçlenmektedir. Eski kavramlar olmasına karşılık modernize edilen standardizasyon ve mekanizasyon giderek toplumun her alanına yayılmakta ve nüfuz etmektedir. Bireyin yaşamını katmanlı bir hale getiren işbölümü ve standardizasyona uyum, ancak toplumsal yaşamın genel kurallar aracılığıyla disipline edilmesi ile mümkün kılınabilmektedir. Bu ise, endüstriye disipline edilmiş işgücünü temin edecek olan eğitimin kurumsallaşmasını gerekli hale getirmektedir. Ulus devletlerin ortaya çıkışı görünüşte siyasal olmakla birlikte kökeninde ekonomik gerekçeler barındırmaktadır. Ulus devlet, seri üretimi gerçekleştirilen ürünlere gerekli olan iç pazar talebinin aidiyet ve milliyetçilik kavramları üzerinden sağlanması amacına dayanmaktadır (Tuna ve diğ.,2019:27-28). Üretimdeki standartlaşmayı kolaylaştıran uzmanlaşma ve yoğun uzmanlaşmanın getirdiği yabancılaşma da endüstri toplumunun karakteristik özellikleri arasındadır. Endüstri toplumun da üretimin yanı sıra tüketimin yükselişi de rekabetin artışına ve daha fazla üretime ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Tüketime yönelik üretimin artırılması ise, üretim ve yönetim sistemlerinin akılcılaştırılmasını ve bilimselleştirilmesini gerekli hale getirmektedir. Sosyal tabakalar, üretim şekli, siyasal sistem, sosyal örgütlenme gibi birçok alanın gelenekselden uzaklaşarak, modern yani akılcı/ rasyonel değerler etrafında düzenlenmesi anlamına gelen modernleşme tarihte örneği olmayan bir biçimde geçmişten kopuşu ve başkalaşmayı ifade etmektedir. 15.yy da batıda gelişmeye başlayan ve askeri, teknolojik ve siyasal güç ile dünyaya yayılan bu süreç toplumların ekonomik ve sınıfsal yapısıyla yakından ilişkilidir. Teknolojik, coğrafik, siyasal gelişmelerin uzantıda gelişen kapitalizm ile yeniden şekillenen ekonomik ve sınıfsal yapı, yeni bir toplumsal yapıyı ve modern yaşam tarzını da beraberinde getirmiştir. (Tuna ve diğ: 2019:71-72)

Moderniteye ilişkin tanımlamasında, kurumsal ekseninin sanayileşme olduğunu vurgulayan Giddens (2019), sanayileşme ile maddi güç ve makinelerin yaygın kullanımını içeren toplumsal ilişkileri belirtmektedir. Modernitenin ikinci boyutunu ise, hem rekabetçi ürün piyasalarını hem de işgücünün metalaşmasını içeren bir meta üretim sistemi olan kapitalizm olarak sıralamıştır. Bu iki boyutun gözetiminin, analitik olarak gözetim kurumlarından ayrıldığına altını çizmekle birlikte gözetimi de bazen

Foucault'un kullandığı biçimde görünür, bazen de bilgilerin kullanımı biçiminde görülmez olacak şekle ayırmaktadır. Modernitenin ürettiği toplumsal formlardan en belirginini olarak nitelendirdiği ulus devlet, modern çağın organizasyon özelliğın temek örneğidir. Ayırt edici özelliğı büyüklük ve bürokratik karakterinden ziyada mümkün kıldığı ve gerektirdiğı reflektif gözetimdir. Modernite, toplumsal ilişkilerin sınırsız genişlikte zamansal ve mekânsal mesafelerde düzenli kontrolünü ifade etmektedir. Modern çağı öncekilerden ayıran temel özelliğın aşırı dinamizm olduğunun altını çizen Giddens modern dünyayı “kontrolümüzden çıkmış” olarak nitelemektedir (Giddens, 2019:29-38).

Modernizm, 17. ve 18.yy, Aydınlanmaya kadar uzanan, endüstri devrimi ile kurumsallaşan ve siyasal açıdan Fransız İhtilali ile özdeşleşen, mutlak etkisini 1960 ve 70'lerde gösteren, 1989 Berlin Duvarı'nın yıkılışı ile sona erdiğı söylenebilen, kapitalizmin gelişimi ile paralel değeriendirilen bir olgudur. Aklın ve bilimin egemenliğinde sürekli ilerleme, gelişme ve değışimin esas olduğı modern dönemde inanan insan düşünen insana; kulluk ise birey haline dönüşmektedir (Odabaşı:13-19).

Bireyin akıl yoluyla dünyaya müdahale edebileceğinin farkına vardığı bu dönem bireyin dünyayı hem üretim hem tüketim noktasında kendi istek, beklenti, hedeflerine göre biçimlendirmesinin yolunu açarak yeni bir toplumsal yapı ve yeni paradigmalardan oluşumunu sağlamıştır. Sanayi devriminin başarısında belirgin iki öge olan makineleşme ve düşük ücretli vasıfsız işgücü kullanımının (Strangleman veWarren: 2015:106-107) rekabet ortamında yeterli olamaması yeni arayışların ortaya çıkışına neden olmuştur. İlk sanayi devrimine ilişkin makinelerde, buhar ve kömürün kullanımı giderek zorlaşmaya, maliyetler artmaya başlayınca, yeni enerji kaynağı arayışları ortaya çıkmıştır.

İkinci Sanayi Devriminin başladığı yer olan ABD de; İç Savaş yüksek miktarlarda üniforma, silah ve cephane gerektirmiştir. Bu talebi karşılamak ancak daha hızlı ve daha etkili üretim yöntemleri ile mümkün olabilmektedir. Bu amaçla geliştirilen bu yöntemler, savaş sonrasında daha barışçıl amaçlara çevrilerek talepleri karşılamada kullanılmıştır. Bu dönemde, batı eyaletlerine döşenen demiryolu doğu ile birleşimi sağlamakta çelik üretimindeki yeni yöntemler imalatı kolaylaştırıp ucuzlatmakta ve dünyanın ilk petrol boru hattı döşenmekteydi. Bunun yanı sıra tarım sanayinde de büyük ilerlemeler görölmektedir (Pollard,1996:8-9).

Birinci Sanayi devrimi için hayati enerji kaynağı olan, kömür tedariğinin zor ve maliyetli oluşu, enerjinin üretimi sırasında ortaya çıkan fireler, tüketim hızının fazlalığı, stok zorlukları ve maliyeti, tüketiminin yarattığı atık ve olumsuzluklar gibi nedenlerle yeni endüstrinin ihtiyaçlarına cevap verememekteydi. Kömürün yerine ikame edebilecek yeni enerji arayışları sürmekteydi. Aslında uzun zamandır bilinen ancak sadece doğa güçleri ile ulaşılabilen bir kaynak olan petrolün, 1859 da yeni delme teknikleri ile çıkarılmasını mümkün kılan teknolojinin bulunuşu kısa sürede çok sayıda kuyu ve petrol çıkarma şirketinin ortaya çıkışı ile sonuçlandı. Petrol kömüre oranla akışkandı, taşınması, tedariği kolaydı, enerji kaybı düşüktü ve bu durum maliyetlerin düşmesini sağlıyordu. Ancak istenilen verimliliğe ulaşılması 1892 de R.Diesel in patentini aldığı içten yanmalı motor sayesinde mümkün olabildi. Buhar makinesinin yerini alan bu yeni teknoloji üretim, tedarik kolaylığının yanı sıra daha az yer kaplaması nedeniyle fabrika içinde daha fazla alan kazanımına neden olmuştur. Elde edilen bu yeni alanların etkinlik, verimlilik ve performansı arttırıcı biçimde yeniden düzenlenmesi yeni makineler ile üretime tahsis edilen alanın genişlemesi üretim miktarının artışı sağlamaktaydı (Görçün, 2016:52-57). Elektriğin sanayide kullanımı ve petrolün kömürün yerini alması ile öne çıkan ikinci sanayi devriminin belirgin gelişmelerinden biri de otomasyonun mekanik olmaktan çıkarak zihinsel boyuta geçişidir. Petrolün içten yanmalı motorlar ile buluşması, ilk kitle üretimini sağlayan kişisel otomobil sanayicileri ve tüketim toplumunun gelişimi dönemin karakterini belirlemede önemli rol oynamışlardır (İnan, 2012:202). Bu dönemde mevcut üretim ve tüketim kalıplarını tamamıyla değiştirmek suretiyle yeni bir birikim rejimi olarak Fordizmi, biçimlendiren Ford Motor Company, 1908 de ABD Detroit’te, 11 yatırımcı ile “Model T” nin üretimine başladı (Dikmen, 2017: 43). Bu yapıyı destekleyen bir başka düşünsel gelişme ise, Taylor’un Bilimsel Yönetimin İlkeleri adlı yapıtıydı. Bu çalışmada amacı, bir işin en verimli yapılacağının belirlenmesi ve işçilerin bu yönde eğitilmesiydi (Taylor, 2007:22).

Fordist ve Taylorist sistemler ile başlayan dönemde üretim ilişkileri ve buna bağlı birçok ilişki değişim göstermiştir. Fordizm dar anlamda bir üretim yöntemini ifade etse de geniş anlamıyla bir sermaye birikim rejimini ifade etmektedir (Selçuk, 2011: 4130). Fordist üretim, işin ufak parçalara bölünmesi yoluyla üretkenliğin artışı ifade eden fonksiyonel özdeşleşme ve sadece dikey bilgi akışının gerçekleştiği ve faaliyetlerin hiyerarşik bir dizi sırayla düzenlendiği hiyerarşik entegrasyon temellerine dayanmaktadır (Şenkal,

2015:58). Temel öğelerinin ayrıntılı iş bölümü, seri hareket ve süreklilik olduğunu belirten Ansal (1993) Fordizmi “Emek sürecinde yönetimin işçilerin becerilerine olan bağımlılığını ortadan kaldırıp, işçileri vasıfsızlaştıran bir dizi adımın mekanize olmuş bir bileşimidir” biçiminde seri üretime işaret etmektedir (Ansal, 1993:10-11).

Seri üretim aslında uzun zamandır var ola bir fikirdi. İlk olarak 1798 de Eli Whitney tarafından ateşli silah üretiminde kullanılmıştı. Seri imalat esasta işçinin işe değil, işin işçiye getirilmesi mantığına dayalıydı. Ve aslında bu fikir de uzun zaman önce başka biri tarafından bulunmuştu. 1738’li yıllarda, Amerikalı bir değirmenci olan Oliver Evans adındaki, buğdayı öğütmek ve çuvallara dolmasını sağlamak için ilkel bir montaj bandı yaratmıştı. Seri üretimin bir diğer önemli unsuru olan, doğru zamanlamalı imalat işlemleri fikrini ise bu dönemde “Bilimsel Yönetimin İlkeleri” kitabının yazarı ve aynı zamanda Amerikalı bir mühendis olan Frederick Winsloy Taylor oluşturmuştu. Ford, Taylor’un fikirlerini uygulamak için bir randıman uzmanı olan Flanders’ı işe almıştır. Flanders, ise, belirlenmiş bir işi yerine getirmek üzere eğitilmiş olan bir grup vasıfsız işçiye, montaj hattının belirli noktalarına yerleştirdiğinde üretim süresini kısaltmıştır. İlk olarak iki işçi tarafından çekilen montaj hattında hareket sırasında parçalar montaj edilirken sonrasında hat bir at ve bocurgat tarafından çekildiğinde de başarılı olmuştu. Ama montaj hattıyla birlikte bir arabanın üretimi on iki buçuk saatten altı saatin altına düşmüştü (Pollard,1996,20-47).

Fordist üretim sisteminde, üretim küçük parçalara bölünmekte ve işler yapılış sırasına göre bir hatta dizilmektedir. Bu hattın işleyişi sırasında işçiler herhangi bir nedenle (iş gereği parça almak ya da alet/makine kullanmak için bile) banttın ayrılmamaktadır. Böylelikle işçilerin gidiş-gelişleri önlenmektedir. Bunun yerine işin nesnesi yani ürün, işlem sırası göre dizilmiş makineler ve iş istasyonlarını takiben hareket etmekte ve böylelikle Fordist montaj hattı (akar band) ortaya çıkmaktadır. Bu yeni üretim sisteminin ortaya çıkışı kitle üretiminden sağlanan yüksek üretim miktarlarının tüketilebileceği büyük pazarların oluşumu ile bağlantılıdır. Üretim artışı ile yaşanan vasıflı işçi bulma zorluğu, emek maliyetlerini düşüren ve vasıflı emek ihtiyacını ortadan kaldıran üretim tekniklerini çekici kılmaktadır. Dolayısıyla Fordist üretim organizasyonu mümkün olan tüm sektörlerde uygulamaya konulmaya ve üretkenlik artışı sağlamaya başlanmıştır. Ancak Fordist sistemdeki, işin bunaltıcı etkisi ve yoğunluğu nedeniyle işçiler işlerini kısa

sürede terk eden etmekteydi. 1914 yılında, yıllık işgücü devri oranı yüzde 400'e ulaşırken, makinelere sabotaj, kasıtlı hatalı üretim, fire artışı ve işten kaytarma gibi problemler ve sendikacılığın güçlenmesi karşısında yeni çözümler arayan Ford yöneticileri çareyi 2.34 dolar dolayında olan işçi gündeliği 5 dolara çıkartmakta bulmuşlardır (Ansal,1993:10-12). Taylor, yönetim için öncelikli olanı, işçilerin “en fazla gayretini sağlamak” yani tüm iyi niteliklerini kullanmak biçiminde belirtmektedir. Ayrıca bunu gerçekleştirmenin ise ancak ücret dışında fazladan bir şey vermek ile mümkün olacağını altını çizmektedir. Ancak yönetimde dikkat edilmesi gerekenin ortalama bir işçinin işverenin istediği gayreti göstermekten uzak ve mümkün olduğunca yavaş çalışıp üstlerini hızlı çalıştığına inandırma çabasında olacağını da eklemektedir (Taylor,2007:21).

19.yy dönemin iki düzenleyici ilkesi olan liberalizm ve sosyal korumacılık arasındaki çatışma ile biçimlenmeydi (Polanyi, 2011:194-195). İlk olarak 1848'de (Fransa) Anayasa'da işsizlere iş bulma görevinin devlete verilmesi ile (Talas, 1991:407) kurumsal temelleri oluşturulmaya başlanan refah devleti 1880 lerden sonra öne çıkan sosyal adalet kavramının 20.yy da algı düzeyinden kabul düzeyine dönüşümü ile biçimlenmiştir (Yazıcı, 2010:95). Çalışmaya ilişkin paradigmanın farklılaşması anlamına gelen bu dönüşüm de, daha önce olduğu gibi yine, yeni bir yapı ve ona bağlı kurumları da gerekli kılmakta, bu süreci etkinleştirecek yeni politika ve stratejiler oluşturulmaktadır. Yeni paradigmanın zeminini oluşturan süreçte, çalışma şartlarını iyileştirmeye ilişkin düzenlemeler işgücü maliyetlerini arttırmakta ve ülkeyi uluslararası rekabette dezavantajlı hale getirmekte sorunların çözümüne ilişkin çalışmaların uluslararası alanda ortak hareketle gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede oluşturulan uluslararası işbirliği, 1919'da ILO'nun kuruluşu ile sonuçlanmıştır. 1920 krizi liberal kapitalizm anlayışının başarısızlığının kanıtı olarak değerlendirilirken ekonomik ve sosyal sorunlar devlet müdahalesini kaçınılmaz kılmaktadır (Serdar: 2014:32). 1929 krizi sonrası klasik iktisadın üretime yansımalarına ilişkin sorunlar devlet müdahalesi ile aşmaya çalışılırken (Tuna ve diğ., 2019:27-29) Klasik (Bilimsel) yönetim kuramı da sorgulanmaya başlanmıştır. Krizden çıkmak için “daha verimli çalışmak ve daha çok üretmek” yolu benimsenmektedir. Verimliliğin artırılmasında klasik yönetim kuramının eksik bıraktığı yön olan “insan unsuruna” önem verilmesi fikri, ilk olarak Elton Mayo ve arkadaşlarınca gerçekleştirilen Hawthorne Araştırmaları ile karşımıza çıkmaktadır.

Klasik yönetim “akılcı insan (homo rationalis)” varsayımına dayanmakta iken Neo-Klasik yönetim ise, aynı zamanda “duygusal insan (homo sensus)” varsayımını ekleyerek yönetim alanına ilişkin yeni bir paradigma oluşturmaktadır. Klasik yönetimde “teknik bir sistemi” ifade eden işletme, neo-klasik yönetimde “sosyal bir sistem” olarak değerlendirilmektedir (Saruhan, 2018:16).

Tüketim olmaksızın gerçekleştirilen üretimin, yarattığı olumsuzlukların bir sonucu olan ve tüm dünyayı etkileyen Büyük Buhran, Endüstri 2.0 olarak nitelendirilen devrim sürecinin duraksamaya girmesine neden olmuştur. II. Dünya Savaşı, üretime bir nefes olarak görülürken savaşın sürdürülebilirliğinin mümkün olmaması, tüketimin bir biçimde sürekli kılınmasına ilişkin çözümlere ihtiyaç oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler ile sağlanan üretim artışına uyumlaştırılmaya çalışılan tüketim, ancak insanların harcaabilecekleri geliri kazanmaları ile mümkün olabilecektir (Görçün;2018: 68-74). Rifkin (2014), iki aşamadan oluştuğunu belirttiği sürecin ilk dönemi olan, 1900lerden Büyük Bunalım’a kadar olan bölümünü çocuksu yapı olarak adlandırmakta ve bu dönemin II. Dünya Savaşına kadar askıda kaldığını belirtmektedir. Sürecin devamının ise otomobil çağı için altyapıyı oluşturan 1956 tarihli “Eyaletler Arası Otoyol Yasası”nın yarattığı etki, olduğunu ifade etmektedir (Rifkin, 2014:35).

Çalışmanın devlet ölçeğinde kurumsallaştığı bu dönemde, liberalizm ve serbest piyasaya ilişkin olumsuzluk yaklaşımları karşısında, devletin çeşitli müdahaleler ile refah artışını sağlama çabasında olduğu anlayış yükselmekteydi. 1929 Büyük Dünya Bunalım sonrası, sosyal görevler üstlenen bir liberal devlet görüşü olarak yükselen sosyal liberalizm, sadece ABD liberalizmi olarak kalmamış özellikle II. Dünya Savaşı sonrası tüm Batı dünyasında benimsenmiştir. Bu anlayış piyasanın yarattığı eşitsizliklere hayırsever devlet tarafından müdahale edilmesi ile özgürlüğün daha iyi korunacağını savunmaktadır. Refah devleti, kapitalist ekonomik düzeni serbest bırakmasının yanı sıra piyasa mekanizmasının çalışması ile büyümeyi garantilemekte ve ortaya çıkan sorunlarla ekonomik müdahale yolu ile mücadele etmektedir. Refah devleti 20.yy da liberal devlet ile sosyalist devlet arasındaki dengelemeyi, üçüncü bir yol olarak ifade edilebilir. Refah devletinin ortaya çıkış etkenlerine bakıldığında, ilki 1929 buhranı sonrası liberal ekonominin başarısızlıkları, ikincisi II. Dünya Savaşı sonrası çift kutuplu dünya için sosyalizme set oluşturma amacı ve son olarak emek-sermaye arasındaki uyumsuzluğu dengelenmesinin

yanı sıra işçi sınıfının kontrol altına alınma çabası olarak sıralanabilir. Kapitalist sistem tarafından üretilen bir yönetim tarzı olan bu yeni sistem, “liberalizmin modifiye edilmiş halini” yansıtmaktadır. Sistem özünde liberal olmanın yanı sıra minimal devletten de daha hacimlidir. Devlet gerekmedikçe serbest piyasaya müdahalede bulunmamakta ancak telafisi mümkün olmayacak noktalarda müdahale etmektedir. 1945-1975 yılları arasında altın çağını yaşayan Refah devleti, gelir harcamalarını arttırarak eğitimden sağlığa, konuttan sosyal güvenliğe birçok alanın gelişmesi, tam istihdamın sağlanması, gelir dağılımı gibi sosyal politikaların ve refah hizmetlerinin geliştirilmesi ile kurumsallaşmıştır (Özdemir,2007:53-85).

Uzun zamandır var olan, ancak üretimde kullanılmayan bir enerji kaynağı olan elektriğin sürece eklenmesi de üretimin mantıksal olarak değişimini sağlamıştır. Başlangıçta genellikle aydınlatmada kullanılan elektriğin, üretimde de kullanımının yaygınlaşması hız ve nicelik anlamında artışına neden olmuştur. Elektrik ile sistematik ve standart bir hal alan üretim sürecinde kontrol edilebilirlik de artmaktadır. Üretim bandının akış hızının düzenlenebilmesi fabrika yapılarının değişimini de gerekli hale getirirken, elektrik enerjisinin kullanımının sağladığı esneklik ile iki farklı tipte üretim sistemi aynı anda kullanılabilmekteydi. Bunlardan biri herhangi klasik üretim bandı iken, diğeri ise değişken nitelikte ve müşteri siparişine uygun biçimde gerçekleştirilen düzensiz üretim biçimiydi (Görçün,2016:76-77).

Bu değişim sürecinde, devrimsel olan elektrik değil, işin gerçekleştirilme hızının montaj hattının hızına göre biçimlendirilmesiydi. Vasıfsız çalışanların genellikle yoğun bir tempo ile sürekli birbirini yenileyen işler yaptığı, mühendis ve patronlar ise karı maksimize etme yeni pazar yaratma ve üretimi hızlandırmak üzere çabaladıkları yeni bir sistem ortaya çıkmıştı. Yönetim ve fabrika sahipliğinin ayrışması ile oluşan yönetici sınıf kapitalist adına onun karını maksimize etmek için çalışmakta, böylelikle kapitalistin çıkarları yönetimin rasyonel/ bilimsel / teknik doğrularının ardına gizlenebilmekte, teknik gelişmenin herkesin çıkarına olduğu genel çıkar söylemi özel çıkarı gizlemektedir. Üretimde ise dinamizm ve rutinin iç içe geçtiği ve birbirini gizlediği bir sistem bulunmakta ve gerçekleştirdiği işi kavrayamayan vasıfsız çalışanlar için üretim süreci anlamsızlaşmaktadır. Yönetimin üst kademelerine doğru iş anlam kazanmakta ancak bu sefer de üretimdeki ayrıntılardan uzaklaşarak kopma yaşanmaktadır. Denetimin arttığı

sadece iş değil, işyeri kurallarına uygunluğunda önem kazandığı bu yapıda üretim süreci kişisellikten uzaklaşarak mekanikleşmektedir. Siparişe bağlı olmayan yeni üretim biçiminde montaj hattı durmazken fabrika ve mağazalarda biriken ürünlerin satışı reklam faaliyeti ile desteklenmektedir. Montaj hattının yarattığı piyasada gereksinim kavramı yeniden tanımlanmakta ekonomi sınırsız ihtiyaçları karşılamaya yönelik bir bilim haline gelirken tüketimi kışkırtacak ve bu sayede üretimi arttıracak ve ekonomik büyümeyi mümkün kılacak model işlemektedir. Gereksinimlerin değil, vitrin ve reklamların alışverişi yönettiği yeni bir süreç gelişmektedir (Dikmen, 2017:109-113).

Birinci sanayi devrimi kaynak sahipliği kavramını ve dolayısıyla bu sahipliğin getirdiği ilişkileri ters yüz ederek yeniden biçimlendirirken, ikinci sanayi devrimi de benzer bir süreci işleterek bu taraflar arasındaki ilişkilerin bilimsel yöntemlerle etrafında kurumsallaşmasını sağlaması açısından önemli bir dönüm noktasıdır. İlk devrimdeki makine gücünün yerini, ikinci devrimde bu gücün akılcı ve bütünleşik kullanımı almaktadır. İkinci sanayi devrimi, Taylorist ilkeler ve montaj hattı temelinde şekillenen Fordist kitlesel üretim ile bu üretimi karşılayacak ulusal talebin yönlendirilmesi ve sürdürülebilirliğine ilişkin tam istihdam/sosyal refah ilkeleri üzerinde yükselmektedir. İletişim, ulaşım ve üretim teknolojilerinin tüketim veya siyasal herhangi bir amaç için bir arada kullanımının, yarattığı güç ve etkinlik düzeyi dünyayı birçok açıdan bütünleşik bir toplumsal yapıya doğru ilerletmektedir. Dönemi takiben, modernizmin eleştirisi olan post modernist paradigmanın yükselişi etkisinde gelişen üçüncü sanayi devriminde önceki yapıya ilişkin kurumlar parçalanırken devrim yine kendi yapılanmasını oluşturmaktadır.

1.2.2.3. Üçüncü Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları

Üçüncü sanayi devriminin başlangıç noktası da, elbette bir süreç olduğu düşüncesiyle değerlendirilmelidir. Dolayısıyla net bir tarih saptamak diğer sanayi devrimlerinde olduğu gibi zorluk teşkil etmekle birlikte konuya ilişkin değerlendirmeler genellikle, modern toplum ve ekonomi paradigmalarının sorgulanarak, post modern paradigmanın yükselişe geçtiği dönemde teknolojinin yanı sıra enformasyon ve elektronik alanlarındaki gelişmelere paralel olarak 1950 ve 1960 lı yılları işaret etmektedir. Birinci ve ikinci sanayi devrimlerinin, rasyonel ve modern paradigması; üçüncü devrimin post modern paradigmasında çözülmekte ve yeniden yapılanmakta ve nedensellik ilişkilerinin

belirleyiciliği yerini farklılıklara bırakmaktadır. Esnek ve rölatif argümanlardan oluşan yeni yapı üçüncü sanayi devrimine temel oluşturmaktadır (Hira, 2017:55-59).

Modern toplumun dayandığı pozitivist ve rasyonalist düşünce 1950’li yıllar ile birlikte sorgulanmaya ve modern dönemin eleştirisi olan post modern düşünce oluşmaya başlamıştır. Modern bilimin 18.yy da vaat ettiği refah toplumunun gerçekleştirilememesi açlık, sefalet, yoksulluğa ek olarak bilimin yıkıcı öldürücü silah ve savaşlara sağladığı katkı, II. Dünya savaşı sonunda bilime olan güvenin sarsılmasına neden olmuştur. Bilim felsefesindeki gelişmeler, modern bilime ilişkin anlayış ile bilimsel yasa, evrensellik, mutlak gerçeklik kavramlarını da değişime uğratmıştır. (Baran ve Olgun, 2012:55) Eleştiriler bütünsel dünya görüşleri bilimin kendisine yöneliktir. Modern bilim anlayışını dogmatik, düşünce darlığı eleştirici gücünün olmayışı, tek yönlü, donuk, değişime direnen, otoriter, dışlayıcı, bilim dışı yöntemlere kapalı sınırlı özgürleşmeyi engelleyen düzene disipline sokmaya çalışan standartlaştırıcı olmakla eleştirmektedir. 19.yy da Batı egemenliğine temel olan üretim ve endüstri ilişkileri zemininde yükselen modern dünya görüşü ve modern toplum, yerini 20.yy ın post modern anlayışlarına ve toplumuna bırakmaktadır (Eğribel, 2015:193-197).

1960 yıllardan itibaren, endüstri toplumunun temel karakteristiklerini etkileyen dönüşümü ve bu dönüşüm neticesinde endüstri toplumunun yerine gelmekte olan yeni toplumu ifade etmeye yönelik kavramlardan, “Modernlik Sonrası (Etzioni), Burjuva Sonrası (Lichtheim), Ekonomi Sonrası (Kahn), Kıtık Sonrası (Bookchin), Uygarlık Sonrası (Boulding), Post Endüstriyel (Bell), Bilgi (Drucker), Kişisel Hizmet (Holmes), Hizmet Sınıflı, Kapitalizm Sonrası (Dahrendorf), Teknokratik (Brzezinski), Enformasyon (Masuda), Network (Castells) toplumu, Üçüncü Dalga Toplumu (Castells),” kavramlarını sıralayan Bozkurt, bu yeni yapıya ilişkin, endüstri toplumu paradigmaları üzerinden tanımlamanın yetersiz kaldığını ve nasıl adlandırılırsa adlandırılırsın esasta, tanımlamalar da büyük benzerlikler olduğunu ve farklılıkların ise ayrıntıya dayalı olduğunu belirtmektedir (Bozkurt, 2012:20-21). Toffler, insanlık tarihindeki üçüncü büyük uygarlık süreci olarak belirttiği üçüncü dalgayı, tarım ve sanayiden sonra gelen, insanlığın ileri doğru sıçraması olarak nitelendirmekte ve “Tüm zamanların en derin sosyal çalkantılı ve yaratıcı yeniden yapılandırma süreci” olarak açıklamaktadır (Toffler, 2008:17).

Enformasyonun bir kavram ve ideoloji olarak doğuşunun, bilgisayarın gelişimi ile bağlantılı olduğunu ifade eden Kumar ise, savaş dönemi ve sonrasına ilişkin bir başarı olan bu gelişimde 1950’li yıllardaki askeri-sanayi-bilimsel kompleksin öykünün bütünü olmasa da, merkezde yer alan önemli bir parçası olduğunu belirtmektedir (Kumar, 2013:20-21). Masuda (1971) enformasyon toplumuna yönelik hazırladığı planlarda, oluşum hâlindeki bu topluma ilişkin belirsizliği vurgulamak için bu yeni toplum için iki önemli karakteristiğini vurgulayan kavramlar olan “bilgisayar ile ütopya” kavramlarından hareketle, “computopia” kavramını kullanmıştır (Bozkurt, 2011:16). Castells, toplumsal yapıyı ve yeni ekonomiyi enformasyonel/kültürel ekonomi ve yeni kültürü de gerçek sanallık olarak tanımlarken (Castells, 2013, 486) Giddens ise “elimizden kaçıp giden dünya” ifadesinde, düzenin değil düzensizliğin esas olduğunu belirtmektedir (Bozkurt,2012: 228). Sosyal bilim analizlerinde çok farklı nitelemelerle ifade edilen yirminci yüzyılın ikinci yarısında sanayi toplumuna ilişkin birçok özelliğin değiştiğine yönelik argümanlar öne çıkarken, vurgu genellikle ‘sanayi sonrası’na yoğunlaşmaktadır. Büyük anlatıların geçersizliği ‘postmodernizm’, üretim modelindeki değişim ise ‘post fordizm’ ile nitelendirilirken, bu ve benzeri ifadeler çoğaltılmaktadır. Hangi adla ifade edilirse edilsin, bu noktada önemli olan temelde yaşanan kırılmanın gözden kaçırılmaması gerekliliğidir (Man, 2011:169). Bu dönemde dünya, bilginin üretim, düzenleme ve kullanımının yanı sıra paylaşımını esas alan teknolojiler olan bilgisayar ve ağ teknolojilerinin bütünleşik kullanımı ile şekillenmektedir. Küreselleşmenin bir parçası olarak nitelendirilen, bilgi ekonomisi küreselleşmeyi kolaylaştırıcı bir etkiye sahip olmakla birlikte, bu süreçte tüketici ve şirketler arasındaki ilişkiler, ürün ve piyasa sınırları değişmekte ve hizmetler sektöründeki yükselişe paralel çalışma hayatına ilişkin sorunlarda da hızlı bir artış görülmektedir (Şenkal:2015:10).

Fordist üretim paradigması, 1973 ve 1978 krizleri, fosil yakıt tüketimine yönelik çevresel kirlenme, Fordist çalışmaya ilişkin hoşnutsuzluklar, üretkenlik artışındaki yavaşlama, yüksek işsizlik, enflasyonist baskılarla güç kaybetmekte iken, teknolojiyle biçimlenen ekonomik paradigma yükselişe geçmektedir (Freeman, Louça,2013:406).

1970 lerin ortalarından itibaren kapitalizm ve devletçiliğe ilişkin yaşanan krizlerin, yeniden yapılandırmayı gerekli kıldığını ve yeni yapının ülkelere, kültürlere ve hayatın farklı alanlarına doğru derinleştiğini belirten Castells, bu yeni kapitalizmin hedeflerinin

daha katı, ancak araçlarının daha esnek olduğunun altını çizmektedir. Ayrıca 1960'larda sanayi çağı kurumlarının yaşadığı krizlerle filizlenen, tüketim toplumu eleştirisi ve özgürlükçü ruhun, teknolojinin merkezsiz ve bireysel kullanımına ilişkin hareketlenmeyi arttıran ve yeniden yapılanmayı kolaylaştıran öğeler olduğunu da eklemektedir (Castells, 2013: 486).

1965'ten 1973'e kadar olan dönemin gelişmeleri nedeniyle, Fordizmin ve Keynesçiliğin, kapitalizmin çelişkilerini denetim altında tutmalarının olanaksızlaştığını belirten Harvey konuya ilişkin güçlükleri katılık kelimesi ile açıklamaktadır. İşgücü piyasalarında emek dağılımı ve iş sözleşmelerindeki katılıktan kaynaklanan sorunların çözilememesinin doğurduğu esneklik ihtiyacının işgücü piyasasını yeniden yapılandırıldığını belirtmektedir (Harvey,2010:164-171. Çalışmayı merkezsizleştiren, esnek ve bireysel bir hale dönüşümüne zemin olan tüm bu gelişmeler çalışmanın zaman-mekân paradigmalarının yanı sıra anlamını ve değerini de etkileyerek, çalışmaya ilişkin tutumların da farklılaşmasına neden olmuştur.

Sanayi sonrası toplum olarak adlandırılan yeni yapı, birçok alanda olduğu gibi yönetim yaklaşımlarında da farklılaşmakta ve yeni teknolojiler, yeni ürünler, yeni yönetim düşüncesi, yeni örgüt yapılanmaları, yeni iş modelleri ve yeni mekânlar ortaya çıkmaktadır. Sanayi sonrası toplumun bu yeni yapılanmasında bilgi, rekabet ve esneklik kavramları ön plana çıkmaktadır. Birinci sanayi devrimine eşlik eden ve ikinci sanayi devriminin üzerinde yükseldiği klasik yönetim uygulamaları zamanla örgütlerdeki insani öğelerin belirginleşmesi ile yerini neo-klasik uygulamalara bırakmıştı. 1950 lere gelindiğinde ise, artık örgütün sadece iç yapılanmasının değil dış çevresinin de dikkate alınması gerekliliğinden bahseden modern yönetim uygulamaları belirlemektedir. 1950 lerde örgütlerin ilk kez biyolojik bir sistem olarak görülmesi gerekliliğini ifade eden, sistemlerdeki entropi, sinerji gibi kavramlara dikkati çeken, sistem teorisinde sistemin işleyişini etkileyen faktörlerin önemine vurgu yapılmaktadır. 1970 lerde başlayan durumsallık yaklaşımı, her yerde her zaman geçerli yönetim ilkelerinin olmadığını her örgütün kendi yapısal özellikleri çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu döneme kadar, organizasyon teorilerinde en iyi örgüt yapısı ve evrensel kurallar üzerinde durulurken, durumsallık yaklaşımı ile en iyi örgüt yapısının

olamayacağı, en iyinin koşul ve zamana bağlı biçimde görecelilik içeren bir durum olduğu düşüncesi gelişmiştir (Genç, 2004:71-77).

Geçmişin ürettiğini satan işletmeleri, bu dönemde müşteri taleplerinin öne çıktığı talep ekonomisinde yoğun rekabet altında faaliyet göstermektedir. Modernizmin evrensel yaklaşımından, değişken ve göreceli post modernizme doğru evrilen dünyada, müşteri beklentilerindeki değişim ve bu değişimin hızı, sonsuzluğu, yönetim ve üretim yaklaşımlarını da hızla uyum sağlayabilecek stratejilere odaklanmasına neden olmaktadır. 1950 lerin Amerikan film endüstrisindeki dönüşüme işaret ettikleri çalışmalarında Christopherson ve Storper (1989), 1950'lere kadar kitle üretim esaslarına göre örgütlenen endüstrinin, televizyon rekabeti ile değişen izleyici tercihlerinin ve hükümetin tekel karşıtı yeni politikalarının etkisiyle, esnek uzmanlaşma ile çalışmaya başladığını ve 1970'lere gelindiğinde ise dramatik şekilde dönüştüğünü ifade etmektedirler. Sektör, krizde sabit giderleri azaltmış, uzun süreli kontratlarla çok sayıda personeli çalıştırmaya son vererek sadece projeye uygun personeli çalıştıran bağımsız yapımcılara yönelmiştir. Üretimin aşamalarının tek merkezden gerçekleştirildiği kitle üretim yerine, çeşitli aşamalarının dışsallaştırıldığı ve taşeron şirketlere aktarıldığı esnek üretim biçimine geçilmiş ve 1970'lerden itibaren pekişen bu yapı günümüz film endüstrilerinde yapım sürecinin karakteristiğini de oluşturmaktadır (Çetin, 2014:62). Bu örnekte ise, esnekleşmenin sadece ürün üretimi gerçekleştiren fabrikalara özgü bir durum olmadığı çalışmanın her alanında ortaya çıktığı açıkça görülmektedir.

Fordizmin, Post Fordizme dönüşen yeni yapılanmasında öne çıkan esneklik ile Fordizm'in aynı çatı altında, tek bir merkezde, yoğun bir işbölümü ve katı bir uzmanlaşma ile gerçekleştirilen üretim ve yönetim anlayışı parçalanmakta ve çatının dışına taşmaktadır. Teknolojik olanakların sağladığı, işletme mekânının dışında da organize olabilme, büyük ölçekli işletmelerin bölünerek maliyetlerine düşürmelerine olanak sağlarken, aynı zamanda küçük işletmelerin ve girişimcilerin çoğaldığı bir yeni bir piyasa yaratmaktadır. Esneklik temelli üretim ve yönetim modellerinin çok geniş bir çeşitliliğe ve literatüre sahip olduğu bilinmekle birlikte, kapsam dâhilinde ele alabilmek mümkün değildir. Ancak hem kümelenme etkisi, hem de küçük işletmelerin öne çıkışlarındaki etkisi nedeniyle esnek uzmanlaşma ile mekânsal yapılanmalar ve geleceğin ofislerine olan etkileri nedeniyle de yalın üretime özellikle detaylı yer verilmiştir.

Bu sistemlerden esnek uzmanlaşma 1960'ların sonlarında, sendikaların üretim sürecine müdahalelerini engellemek amacıyla İtalya'da uygulanmaya başlanan, üretimin bazı bölümlerinin işletme içerisinde alt işverene (taşeron) veya işletme dışında (fason) küçük işletmelere verilmesini ifade eden bir üretim sistemidir. Yalın üretim ise, II. Dünya Savaşı sonrası ABD li mühendislerin katkıları ile Japonya'da geliştirilen ve büyük ölçekli işletmelerde kalite ve verimliliğin artırılması amacıyla toplam kalite, tam zamanlı üretim, kalite çemberleri gibi uygulamaları içeren bir üretim sistemidir (Müftüoğlu ve Bal, 2014:221).

1950'lerde Toyota ve Ohno tarafından geliştirilen üretim tekniğine ilişkin yalın üretim ifadesinin kullanılmasının nedeni Fordist üretime kıyasla herşeyi daha az talep etmesidir.(Çilhoroz ve Arslan, 2018: 159).

1980'lerde Toyota'nın üretimini, rakiplerine göre 10 kat daha az işçi ile gerçekleştirilmesini sağlayan, düşük stok anlayışına dayanan, düşük hacimli sistemin ürün çeşidi ise çoktur. Çalışanların çoklu beceri ve görevlerinin yanı sıra hattı durdurma yetkisi bulurken, üretim eğitilmiş işçilerce gerçekleştirilmektedir. Tedarikçi ve çalışanlarla uzun süreli ve güvene dayalı ilişkilerin kurulduğu yalın üretim sisteminde kalite kontrol ise her aşamada her işçi tarafından gerçekleştirilmektedir (Akyurt, 2019:27-28).

İnsan merkezli bir sistem olan yalın düşünce, personel seçiminde de eğitim düzeyi yüksek, gelişme ve yeniliklere açık kendini ve işini geliştirmeyi hedefleyen kişileri tercih etmektedir. İşçi ile dost bir çalışma sistemi olan Yalın yönetimde çalışanlar için yoğun eğitim, vasıflılık, yetkilendirme öne çıkmaktadır (Derin, 2017:9-10).

1984'te Piore ve Sabel tarafından geliştirilen esnek uzmanlaşma yaklaşımı 1970'lerdeki ekonomik gerilemenin nedeninin kitlesel üretim ve endüstriyel gelişimin sınırlarına ulaşım olduğunu belirtir ve bu durumu ikinci endüstriyel yol ayrımı olarak adlandırır. Kitle üretiminin krizi yeni gelişen mikro elektronik teknolojilerin de etkisi ile yeniden canlanan zanaat üretimine (esnek uzmanlaşmaya) doğru bir eğilime neden olmaktadır (Çetin, 2014:62). Aynı zamanda kitle üretiminin çöküşü olarak değerlendirilen esnek uzmanlaşma Fordizmdeki vasıfsızlaştırma, planlı ve uygulama ayrılığı gibi katılıkların ortadan kaldırılmasını amaçlamakta ve kitle üretiminin çöküşü olarak değerlendirilmektedir. Bölgelerin örgütlenme, yığılma ve kümelenmesini öne çıkaran bir

yapılanma modeli içeren esnek uzmanlaşmaya ilişkin başarılı örnekler arasında Üçüncü İtalya, Smaland, İkinci Danimarka, Baden-Wurttemberg, Silikon Vadisi, 128. Bölge (Route) yer almaktadır (Şen, 2004:1). Bu örneklerin en bilinenlerinden biri olan Üçüncü İtalya küçük firma ve atölyelerin oluşturduğu dinamik bir alandır. Genellikle az sayıda işçi istihdam eden atölye fabrikalar zenginleşmekte olan bölgenin çekirdeğini oluşturmaktadır. Bölgeler birbirine gevşek olarak bağlantılı bir ürün dizisinde uzmanlaşmakta, farklı uzmanlıklarla öne çıkmaktadır. Üretimin âdemi-merkezileşmesi ve toplumsal bütünleşmeyi ifade eden Üçüncü İtalya’da, imeceye dayalı geleneklerin varlığı dikkat çekiciydi. Yüksek teknoloji ev sanayileri biçimindeki atölye ve fabrikaların ürünleri gelişkin ve bilinçli tasarımlara dayanmakta böylelikle uluslararası pazarda da yer almaları mümkün olabilmektedir. İşçi ücretleri kuzeye göre daha iyi ve işsizlik oranı ise İtalya’nın herhangi bir bölgesinden daha düşüktür. Ulaşım, eğitim, konut, sosyal sigorta gibi imkânlarla ilişkin yüksek standardın varlığı ile sosyal ücretin sağlandığı bu bölgede genellikle vasıflı işçiler istihdam edilmekte ve vasıflılar ile denetçiler arasındaki ayırım duygusu oldukça azdır. Zanaatkârlıktan çıkıp girişimciye dönüşmek oldukça kolay iken, esnek işbölümü düşük hiyerarşinin yanı sıra tasarım ve uygulama ile birleştirilmektedir. Hem firma içinde, hem de firmalar arasında kolektif ve işbirliği belirgindir. Yoğun bir taşeronluk sistemine dayalı, yeniliği ateşleyen bu yapıda alıcılar ürünü almak için değil sorunun çözümü için taşeronlara başvurmaktadır. İşbirliği artmakta, firmalar siparişleri, maliyetleri donanımları paylaşmaktadır. Toplumsal bir uzlaşma havasının yaratılarak esneklik ve küçük firma ekonomisi ile toplumsal maliyetleri azaltmaya çalışmışlardır. Sanayi için düşük kira, mesleki eğitim, düşük faizli bor, vergi kolaylıkları ve altyapı tesis edilmiştir. Kendiliğinden gelişen, yönlendirilmemiş bir gelişim olarak düşünülmesinin mümkün olmadığını belirten Kumar, bu büyümedeki değer amaç ve politikaların kim tarafından belirlendiğinin, temel sorulardan birini oluşturduğunun altını çizmektedir. Üçüncü İtalya’nın örgütlü emeğin gücünden kaçışı ve emek üzerindeki yeniden denetim girişiminin bir sonucu olduğunu savunan görüş, gelişimin 1970’lere gelmesinin de tesadüf olmadığının altını çizmektedir. 1960’ların büyük atölyelerindeki kitlesel grevlere, huzursuzluklara çözüm olarak üretimin âdemi-merkezleştirilmesi ve taşeronluğa başvurulmasına yönelilmiştir. Küçük firmalar ise bu düzenlemelerden muafır. Bölgenin kapitalizmin yaratısı olarak değerlendirilen görüşe

karşılık, özerk bir girişim olduğunu düşünen bir görüş de bulunmaktadır (Kumar, 2013:54-59).

Üretimdeki dönüşümle birlikte yeniden yapılanan işgücü piyasaları 1990'lara gelindiğinde yeni istihdam biçimlerinin ortaya çıktığı, işgücünün kutuplaştırıldığı, esneklik uygulamaları ve düşük ücretin yoğun olduğu yeni bir dönem yaşanmaktadır. Endüstri yoğunluğunun azalımı, hizmet sektörünün büyümesi ile uluslararası finans faaliyetlerinin artışına neden olurken, temel üretim faaliyetleri de gelişmekte olan ülkelere kaymaktadır. Üretimin rutin ve sıradan aşamaları az gelişmiş ülkelere transfer edilirken tasarım, proje, teknik araştırma ve geliştirme aşamalarında nitelikli ve yüksek ücretli işgücünün gelişmiş ülkelerde istihdamı devam etmektedir. İşgücü piyasalarının küreselleşmesi; küresel işgücü piyasasının yeni bir işbölümünü ortaya çıkarması ve farklı ulusal işgücü piyasalarının birbirini daha kolay etkilemesi şeklinde gerçekleşmektedir. Dünyanın birçok bölgesinin “ucuz işgücü rezervleri” ne dönüşümüne neden olan küreselleşme ile ortaya çıkan yeni işgücü organizasyonları, gelişmekte olan ülkeler için sanayileşme isteklerini gerçekleştirmeyi ifade ederken gelişmiş ülke ekonomileri için ise düşük maliyetli işgücüne ulaşmak amacını karşılamaktadır. Süreçte esnekleşme eğilimi artarken, teknolojik gelişmeler nedeniyle işgücünün üretimdeki payı giderek azalırken payını giderek azaltırken, yüksek vasıflı işgücü ihtiyacını artırmıştır. Vasıfsız ve yarı vasıflı işgücü talebinin daralmasına karşılık yüksek vasıflı işgücü talebinin artışı ücretler arasındaki farkın da açılmasına neden olmaktadır (Uyanık, 2008:210- 224).

Giderek daha liberal hale özelliklere bürünen emek piyasaları, küreselleşmekte ve uluslararası bir hal almaktadır. Başlangıçta sadece düşük vasıflı işçileri etkileyen sorunlar, bilgi yoğun işlerin artması ile birlikte yüksek vasıflı çalışanlar için de gündeme gelmeye başlamıştır. Geleneksel emek piyasalarından farklı olan bilgi ekonomisi emek piyasaları birçok ülke için fırsat ve uyumları gerektirmiştir. Bu uyum sürecinden en çok etkilenenler ise vasıfsızlar, yoksullar, çocuk ve kadınlardır. Vasıflı işçi talebinde artış yaşanırken, esneklik ve kararsızlaşma benimsenmektedir. Emek piyasasının yapısını büyük ölçüde değiştiren kavram olan esnekliğin yaygınlaşması ile birlikte istihdam biçimleri, ücret belirleme yöntemleri, çalışma koşulları, iş değiştirme ve işten çıkarma uygulamaları yeni bir içerik kazanmıştır Çalışma hakları, örgütlenme özgürlüğü ve standart iş sözleşmeleri değişerek daha esnek bir istihdam ilişkisi yükselmektedir. Serbest

piyasaya bağılı istihdam ilişkilerinin benimsendiğı, şirket yapılarının bürokratik yapıdan şebeke ağlarına dönüştüğü, âdemi merkezi bir yapı oluşmaktadır. Yönetim açısından insan kaynakları yönetimi ve işçilerin karar alma süreçlerine katılımı önemli temalar halini alırken, bu temaların altında, performansa dayalı sistemler, yalın üretim, işbirliği, takım çalışması, çalışan yetkilendirme gibi uygulamalar yoğunlaşmaktadır. Yeni bir emekçi sınıfın ve yeni bir piyasanın oluştuğı 1990 lı yıllarda mavi yakalı çalışanların yerini beyaz yakalıları bırakmaları çalışan yapısını ve niteliğini önemli ölçüde değiştirmiştir (Şenkal, 2015:65-72).

Yeni oluşan sınıfı “yüksek maaşlı yöneticiler” olarak tanımlayan Erdoğan ve Alemdar (2010) ise, bu sınıfın ekonomik ve siyasal bir gücünün olmamasının yanı sıra güç yapısını kendi çıkarları yönünde de değiştiremediklerine vurgu yapmaktadır. Ayrıca, yönetici sınıfı, genellikle iş ve gelir garantisine sahip olmayan, yoğun rekabet altında çalışan fonksiyonel profesyoneller olarak betimlenmektedirler. Bunun yanı sıra endüstri ötesi toplumla gelişen sektörlerden hizmet ve enformasyon sektörlerinde emek sömürsünün yoğun olduğuna ve çalışanların ise temel ihtiyaçlarını düşünme kaygısı içinde olduklarına da işaret etmektedirler (Erdoğan ve Alemdar,2010:406).

Tüm bu değişimleri mümkün kılan teknolojilerin temelinde mikroçip teknolojisinin var olduğuna işaret eden Castells (2013), mikroişlemcinin yani çipe yerleştirilmiş bilgisayarın icadının, 1971’de Silikon Vadisi’nde Ted Hoff tarafından, “devrim içinde devrim” başlatarak gerçekleştirilmesi mikroişlemcinin elektronik dünyasını ve hattâ bizzat dünyayı alt üst ettiğini söylemektedir. Mokyr’in tarihsel standartları dikkate alarak “hızlanan ve görülmemiş teknolojik değişim” biçiminde tanımladığı bir döneme tanıklık ettiğimizi belirten Castells (2013) bu değişimin kökeninin mikro-elektronik olduğunun altını çizmekte ve mikroişlemcilerin mikrobilgisayarları mümkün kılarken; telekomünikasyondaki ilerlemelerin de mikrobilgisayarların ağlar halinde işlemesini sağlayarak, güç ve esnekliklerini arttırdığını belirtmektedir (Castells, 2013:75-78).

Masuda ise, bilgisayarın gelişimini tarihsel açıdan dört döneme ayırmaktadır. 1945-1970, 1955-1980, 1970-1980 ve 1975-2000 biçiminde gruplandığı dönemlerden ilkinde bilimsel alanda, ulusal savunma ve uzay keşiflerinde bilimsel sonuçlar alma amacıyla kullanılan bilgisayar bu dönemde ulusal prestiji ifade etmektedir. İkinci dönemde yönetimsel alanda ekonomik amaçlarla işletmelerin verimliliğini arttırmak amaçlı

kullanılırken, üçüncü dönemde kullanımı toplumsal refaha yönelik olarak kamusal alana yayılmıştır. Dördüncü dönemde kişisel kullanımının yaygınlaşması ile entelektüel yaratıcılığı ve bilginin üretimini amacı ile kullanılmıştır (Masuda, 1983:37).

1980 lerde birçok alanda toplumsal hayatı etkilemeye başlayan iletişim teknolojileri bankamatikler, endüstriyel robotlar, bilgisayarlı grafik efektler (CGI), elektronik müzik, video oyunları ile yaşama yerleşmekte iken bunun yanı sıra Apple, Commodore ve Tandy gibi markalar ile kişisel bilgisayar sayısı da giderek artmaktadır. 1980'lerin sonuna gelindiğinde ve gelişmiş ülkelerin çoğunda, pek çok iş yeri bilgisayarlara ve dijital teknolojilere bağımlı durumdaydı. CD-ROM'lar kişisel bilgisayarlardaki verilerin saklanması açısından önem kazanırken, yazı, resim, ses, film, animasyon gibi farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşılmasını sağlayan çoklu hiper ortam sistemi olarak ifade edilen World Wide Web 1989 da keşfedildi. Kullanımının yaygınlaşması 1991de devlet kurumları ve üniversiteler aracılığıyla halkın kullanımına açılması sonrasında gerçekleşti. 1993 ilk internet tarayıcısı, 1995te ilk elektronik kitap tanıtıldı. 1996 yılında hızla arttı ve toplu kültürün bir parçası haline geldi. 1999 da hemen her ülkenin internet bağlantısı bulunmaktaydı (Kurubacak, 2016:4-5). 1990 ların ikinci yarısında internetin yaygınlaşması, tek kutuplu dünyaya geçiş ve ABD nin üretim ekonomisinden hizmet ekonomisine geçişi paralel gelişmelerdir. 1980 sonrası küreselleşme ile işlerin sınır dışına çıkışı Amerikan ekonomisini olumsuz etkilemekteydi. 1992 ye kadar ticari kullanımı yasak olan internetin devri, kişisel bilgisayarlar “Apple” ile başlayarak sonra sırasıyla yazılım dalgası, ağ teknolojisi ve takiben kişisel internet, dolayısıyla servis sağlayıcılar, kullanıcıların birbirleriyle haberleşmesini sağlayan uygulamalar, tarayıcılar, içeriğin sağlanması ve internet üzerinden alışveriş ile devam etmiştir. İçeriğin çoğalması arama motorlarını beraberinde getirirken, mobil devrimle birlikte kişilerin birbirine bağlanmasını mümkün kılan sosyal iletişim ortamları da çoğalmaya başlamıştır. Bugün hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline alan interneti diğer buluşlardan ayıran ve bu hızlı gelişimini sağlayan öge gelişime açık oluşu ve sağladığı etkileşim kolaylığıdır (Ergen, 2018:79-82).

Yatırımların hızla teknolojiye yöneldiği 1990 ların sonlarında ve özellikle 1998-2000 arası dönemde, Silikon Vadisi'ne tam anlamıyla bir hücum yaşanırken kağıt üzerinde startuplar kurulup, fonlar kazanılmaktaydı. Eski ekonominin para kazandıkça büyüme

mottosu tersine dönmekte iken, çok sayıda kişi işlerini bırakarak Silikon Vadisi'nde bir garaj startup'ı oluşturma çabasıındaydı. Click Ekonomisi olarak adlandırılan bu yapı 2002 e kadar hızla devam etmiş ancak zaman içinde eski yatırım alanlarına doğru dönüş yapsa da, Mortgage krizi sonrası teknolojiye geri gelmiştir (Ergen, 2018:81-82).

Üretimde makine ve bilgisayarlaşmanın ötesinde üretimi zaman ve mekândan koparan gelişmelere tanıklık eden süreç, işgücünü yeniden sınıflandırmıştır. Mavi yakalı emeğin yerini teknoloji ikame ederken, talebin daha çok beyaz yakalı ofis çalışanları, enformasyon yaratan altın yakalı bilgi işçilerine doğru bir artış eğilimi gösterdiği dikkati çekmektedir. Bilgisayarlaşma ve otomasyon önce rutin işleri dönüştürürken zamanla ofis işlerinin bir kısmını da gerçekleştirmeye başlamıştır. Yeni dönemde çalışma daha önce bildiğimiz ve alışageldiğimiz formlarından uzaklaşmaktadır. Katılığın terk edilerek esnekliğin tüm alanlara yayıldığı kitle üretiminden uzaklaşan, yanal yapılanan, esnek formlu çalışma modellerinin öne çıktığı bu dönemde sayıca artan küçük işletmeler ve işletme olmaksızın faaliyet gösteren girişimciler de dikkati çekmektedir. Sermayenin biçim değiştirdiği, sosyal ve kültürel sermayenin öne çıktığı, bilgi, beceri ve fikrin yeni sermaye kaynakları halini aldığı dönemde teknolojik gelişmeler uzantısında üretim ve tüketim mecralarının yeniden yapılanmaktadır. “Click economy” “dot economy”, “internet ekonomisi”, “platform ekonomisi” gibi adlandırılan yeni yapılanmada çalışma, üretim paradigmalarının yanı sıra “paylaşım ekonomisi” ile tüketim paradigmaları da yeniden biçimlenmektedir.

Birinci sanayi devriminin ortaya çıkardığı çalışmada insan makinelerin bir parçası olarak değerlendirilerek, başlangıçta yok sayılmıştır. Ancak sürecin işlerliğinde insana olan ihtiyacın fark edilmesi makine, işçi ve işveren arasında bir uzlaşmayı gerekli kılmış ve ikinci devrimi biçimlendirmiştir. Takip eden gelişmeler ise, işçi, işveren ve makine üretiminin yanına tüketim devamlılığı ve rekabet avantajı gereksinimi nedeniyle enformasyona sahip “insan” ın eklenmesine ihtiyaç yarattığında, hem iç hem dış müşteri anlamında özelleşen insan kaynak olarak değerlendirilmiştir. Ancak hem ikinci devrimdeki uzlaş, hem de üçüncü devrimdeki kaynak olarak değerlendirme işveren açısından maliyetlerin sürekli artışı anlamına gelmektedir. Bu nedenle süreçten çıkarılması veya süreçteki konumunun minimize edilmesi gereken insan için gerekli paradigma zemini ise, dördüncü sanayi devriminin zeminidir.

1.2.2.4. Dördüncü Sanayi Devrimi ve Çalışma Paradigmaları

Sanayi gelişiminin dördüncü aşaması bu kez diğerlerinden farklı olarak belli bir tarih ve yerde ilan edilmiş bir yaklaşım olmakla birlikte, bu noktada önemli olan bu devrimin de diğerleri gibi bir sürecin devamı niteliğinde olduğu ve gerekli paradigma zemininin oluşumu ile onun üzerinde yükseldiğinin göz ardı edilmemesidir. Üretim, tüketim ilişkileri ve uzantısında gelişen tüm ilişki ağları değişmekte ve yeniden biçimlenmektedir. 20.yüzyılın insan ve bilgi odaklı üretim sistemi, 21. yüzyıl ile teknoloji odaklı dijital bir biçime dönüşmektedir.

Günümüze kadar üretim ve çalışma anlayışında yaşanan değişim ve dönüşümler hayatımıza giren yeni teknolojiler de kendi üretim ve istihdam yapısını oluşturacak ve üretim hattını, zincirini, işgücü piyasasını, işi, işletmeleri, örgüt ve kurumsal yapılanma ağlarını, toplumsal ilişkileri dönüştürerek yeniden şekillendirecektir. Gelecekte karşımıza çıkması beklenen (ancak ne kadar yakın bir gelecek olduğu tam olarak belirlenemeyen) bu yapı, birey ve toplum için olduğu kadar mikro ölçekte işletmeler ve makro ölçekte ise ülke ekonomileri için ve dahası toplumsal yaşam için önem arz etmektedir.

Her bir ürün ve hizmetin ortalama yaşam süresinin giderek azaldığı tüketim odaklı 21.yy toplumunda tüketicinin tercihleri üretim sürecinin temel belirleyicisi haline almaktadır. Endüstri 4.0 işletmeler açısından genel olarak maliyet, zaman, rekabet avantajı sağlamayı amaçlayan ve ayrıca müşteri iletişim verilerinin değerlendirilmesi, değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı uyum sağlanmasını kolaylaştıran, stok ihtiyacını azaltan, verimlilik artışı sağlayan bir sistemi ifade etmektedir. Sürece katılan, yöneten ve uyum sağlayan ülkeler ve işletmeler için katma değer yaratan/yaratması beklenen sistemin işlerliği ile ülkelerin hem ekonomik hem toplumsal gelişmişlik düzeylerinin artması kaçınılmazdır. Ancak sürece uyum sağlayamayacak, teknoloji üretimi teknik veya enformasyonel anlamda yetersiz olan ülkeler/ işletmeler veya kişiler açısından bakıldığında ise teknolojinin yaşamsal alanının artışı öncelikle işsizlik endişesi yaratmaktadır. Dördüncü sanayi devrimine özgü olmayan, teknolojik işsizlik teknolojinin geliştiği dönemlerde sürekli gündeme gelen bir olgudur.

Keynes, teknolojik işsizliği, ekonomiyi verimli, etkin hale getirme araçları yani teknolojik araçların keşfi nedeniyle ortaya çıkan işsizlik olarak tanımlamaktadır. Bununla

birlikte teknolojinin keşfi sonrası emeğin yeni teknolojide nasıl kullanılacağını bulunması zaman alacağını ve bu arada teknolojik işsizlik yaşanacağını belirtmektedir. Keynes ayrıca, bu uyumsuzluğun geçici olduğunu ve uzun vadede insanlığın ekonomik sorununun çözüleceğini ve ancak çözümün insanın geleneksel amacının ortadan kaldırması halinde yeni sorunlar da yaratabileceğini eklemektedir (Keynes,1963:2-6)

Hayata geçiren veya geçirme aşamasındaki şirketler için işgücünü minimize etme olanağı sunan Endüstri 4.0 teknolojilerinin işgücüne olan bağımlılığı azaltması ve ucuz işgücü peşinde koşan çok uluslu şirketlerin yuvalarına dönüş beklentisini ifade eden üretim sarkacının dönüşü ile dünya ekonomisini yeniden biçimlendirecek bir güç yaratması beklenmektedir.

Endüstri 4.0'a ihtiyaç duyulmasının nedenini, Siemens Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Ersoy (TedX, 2017), ciddi bir tehdidin varlığı olarak açıklamakta ve bu tehdidi ise “Doğu” olarak ifade etmektedir. 2011-2012-2013-2014 yıllarında Doğu’nun sanayi üretiminin, Batı’nın sanayi üretimini geçtiğini, dolayısıyla endüstri tarihinde ilk kez Batı’nın krallığını doğuya karşı kaybettiğini söylemekte ve batının bu tehdide yönelik üç strateji geliştirdiğini eklemektedir. Bu stratejiler pazara zamanında giriş, esneklik, verimlilik olarak sıralanmaktadır. Pazara zamanında giriş (Shorten Time to Market) ile hızın önemi vurgulanmaktadır. Buna göre, pazara giriş süresinin kısaltılması ve Doğu taklit etmeden pazara yeni ürün çıkarılması gereklidir. Stratejilerden ikincisi olan esneklik, Doğu’nun esas gücünü ifade etmektedir. Doğu’nun gücü, düşük ücretli işçi çalıştırarak oluşturulan fiyat rekabeti ile sağlanmaktadır. Batı ise kurduğu teknolojiler, esnek hatlar ile çok değişik kişisel beklentileri kitle üretiminden üretmeyi hedeflemektedir. Ersoy (2017) Çin’den ucuza üretimin ancak insanın yani kas gücünün sistemden çıkarılması ile mümkün olabileceğini ifade etmekte ve insanın sistemden çekilmesi halinde iki mucizenin birden ortaya çıkacağını belirtmektedir. Bunlardan birincisi, hatayı yapan insandır düşüncesiyle, sistemin mükemmel çalışmasıdır. İnsansız sistemde hata oranı düşmektedir. İkincisi ise, sistemde maliyet artışına neden olan insandır düşüncesiyle sistemin ucuzlamasıdır ve insansız sistem ucuza üretim anlamına gelmektedir (Ersoy, TedX: 2017).

“Yarının üretim vizyonu” olarak nitelendirilen ve hatta artık farklı boyutlarda hayata geçirilmekte olan Endüstri 4.0 süreçleri, işletmelerin birçoğu için ise hala sadece vizyonu

ifade etmektedir. Bu süreci inşa edecek bileşenler olan, 3D yazıcılar, nesnelerin interneti, akıllı fabrikalar, siber fiziksel sistemler, büyük veri, otonom robotlar, simülasyon, entegre sistemler, bulut bilişim sistemleri ve arttırılmış gerçeklik (Görçün, 2016:146) bugün maliyetlerinin yüksekliği, teknolojiye ulaşımın zorlukları, kullanıma ilişkin bilgi ve yeterliliğin azlığı nedeniyle ölçek olarak büyük işletmelerde konumlanmakta ve henüz etkileri tam olarak hissedilmemektedir. Bu teknolojiler bugün bilinen ve kullanımı mümkün teknolojiler olmakla birlikte yakın veya uzak gelecekte bu teknolojilere nelerin ekleneceği ve hangisinin süreci nasıl etkileyeceği tahmin edilmekle birlikte, elbette net olarak bilinmemektedir çünkü teknolojik dönüşümler bugün her zamankinden çok daha hızlı ve yaygın olarak gerçekleşmektedir.

Endüstri 4.0'ın, kendi yapılanmasını oluşturması için gerekli altyapı, halihazırda mevcut olmakla birlikte, paradigma değişimi için teknolojinin yanı sıra kabulün de varlığı gerektirmektedir. Değişimin kabulü için gerekli algı ve bakış açısının oluşumu bazen uzun bir zaman dilimi gerektirirken bazen radikal gelişmeler süreci hızlanmasına neden olabilmektedir. Bu radikal gelişmelerden biri olarak değerlendirilen, Covid-19 pandemi sürecinin de değişimin kabulunda önemli rol oynayacağı yaygın bir düşüncedir. Teknolojik eksen üzerinde yükselen bir paradigmanın temsilcisi olan dördüncü sanayi devrimi, politik, ekonomik veya kültürel olması fark etmeksizin başlayan her değişim gibi, hele günümüz iletişim ve etkileşim olanaklarının yaygınlığı düşünüldüğünde, başladığı nokta ile sınırlı kalması mümkün görülmemektedir. 1990larda yaygınlaşan internet, 1995 te ticarileşmişti ve 2000 lere doğru yeni internet modelleri gelişirken bugün internet hayatta kalmamızı, ekonominin işlemlerini, eğitim devam etmesini sağlayan, yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Bilgisayarlaşmanın giderek artacağını ifade eden Moore yasasının 2000 lerden sonra da geçerliliğini koruyacağı belirtilmekle birlikte işlemcilerin zamanla silikon olmaktan çıkacağı ve DNA bazlı olacağı iddia edilmektedir (Ergen, 2018:32-34).

Hem birey hem gruplar için işbirliği ortamı sağlayan teknolojilerin yarattığı derin ve yapısal değişimin paylaşım ve Pazar dışı üretim gibi kavramlarla 200 yıllık liberal ekonomiyi etkileyeceği iddia edilmektedir (Benkler, 2006:2).

2000 lere doğru P2P adı verilen eşten eşe dosya paylaşımı yoluyla artan, ağ üzerindeki paylaşım ve etkileşime ilişkin fenomen olan “Napster” uygulaması “yıkıcı” bir yeniliğin

arketipik örneği olarak değerlendirilmektedir. Bir müzik (mp3) “paylaşım” programı olan Napster’ın, yerleşik bir sektör olan müzik ekonomisine olan etkisi hala tartışılmakla birlikte farkında olunmayan veya göz ardı edilen bir talebi karşılayarak pazar payı kapıldığı ise gerçektir (Spitz ve Hunter, 2005:169). Alıcı ve satıcının karşılaştığı mecraa olarak tanımlanan piyasa kavramının anlam ve içeriğinin değişimi sadece üretim ve tüketimin değişimi değil, üretilen/tüketilen meta ve mecraların da değişimi anlamına gelmektedir.

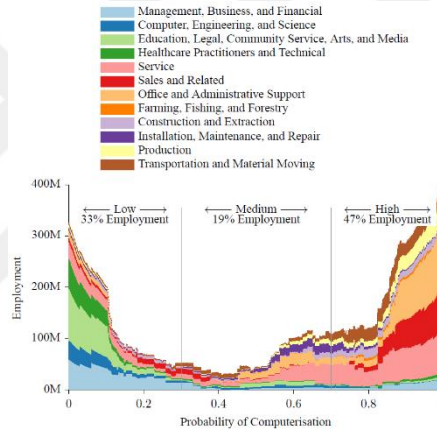
Hannover Messe 2018 davet metninde, Endüstri 4.0’ı açıklarken, tüm çalışma akışlarının dönüştürüleceği radikal bir değişim ifadesini kullanmaktadır. Ayrıca esneklik ve kişiselleştirilmiş üretim ve lojistiğin, rekabetçi kalmanın ön koşulu olduğunu ve Endüstri 4.0’ın Alman şirketleri için sınırsız fırsatlar ifade ettiğini eklemektedir (Hannover Messe, 2018). Endüstri 4.0, 2011 yılında Almanya Hannover fuarında ilk olarak dile getirilen ve "Yüksek Teknoloji Stratejisi 2020 Eylem Planı" nın bir parçasıdır (Uglovskaja, 2017:12). Cihazların ağlar aracılığıyla birbiriyle iletişime geçip senkronize oldukları, üretim için gerekli bilgiyi bulut sisteminde bulunan veriden elde ettikleri ve uygulama düzeyindeki “akıllı” tüketici ve fabrikaları olanaklı kılan (Alçın, 2016:20) bir üretim sürecine işaret etmektedir.

Ancak bu devrimsel gelişimlerin sadece üretim sürecini etkileyeceği düşüncesi elbette oldukça yalın kalmaktadır. Diğer üç devrimde olduğu gibi üretim aşamasındaki dönüşüm, çalışma ilişkilerini ve dolayısıyla toplumsal, ekonomik, hukuki yapıyı da kökten etkileyecek boyuttadır. Bu aşamada süreçlerin nasıl biçimleneceği, çalışma kavramının nasıl dönüşeceği, yeni yeteneklerin neler olacağı, işgücünde kimlerin yer alacağı gibi birçok soru yanıt beklemektedir.

Konuya ilişkin çok sayıda araştırma benzer sonuçlara işaret etmektedir. Bu araştırmalardan Oxford Üniversitesi’nde Frey ve Osborne (2013) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, Şekil: 3 de görüldüğü biçimde, toplam ABD istihdamının neredeyse yarısının bilişim nedeniyle kaybolma riski altında olduğu ifade edilmektedir.

İsveç işgücü piyasasını inceleyen bir başka çalışmada ise Fölster (2015), İsveç'teki mevcut işlerin% 50'sinden fazlasının önümüzdeki 20 yıl boyunca bilgisayarlar ve robotlarla değiştirilebileceği sonucuna varmıştır. Bu değiştirme sürecinin işgücü piyasasına eşit bir şekilde vurmayacağı da belirtilmektedir. Sonuç olarak, "düşük

yetenekli / düşük ücretli" ve "yüksek beceri / yüksek ücretli" segmentlere giderek ayrılmış bir işgücü piyasası karşımıza çıkacaktır. Orta sınıf işler, mavi yaka ya da beyaz yakalı olsalar bile kaybolacaklardır. Bu durumun, sadece iş gücü piyasasını etkilemeyeceği, işgücü piyasasının çok ötesinde sonuçlar doğuracağı ve hatta politik istikrarsızlığa neden olacağı ifade edilmektedir. 100 yıl geriye bakıldığında, günümüzdeki birçok işin mevcut olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla yeni gelişmelerle birlikte yeni işlerin ortaya çıkması doğaldır. Bilgisayarların aslında birçok yeni işi de geride bıraktığını fark edene kadar bu durumun rahatlatıcı bir düşünce olabileceği belirtilmekte ancak bu sefer, değişimin diğer değişimlerden farklı olabileceği de vurgulanmaktadır. Ve hatta sonunda, Keynes'in neredeyse 90 yıl önce bahsettiği "teknolojik işsizlik" ile yüzleşmenin söz konusu olabileceği ifade edilmektedir (Frey ve Osborne, 2013: 37).



Şekil 3: Risk Kategorisine Göre ABD İstihdamı

Kaynak: Frey ve Osborne, 2013:40

Oxford Üniversitesi'nin yaptığı bir başka araştırmaya göre ise, 700 den fazla işkolu bilgisayar otomasyonu tehdidi altındadır. Otomasyondan etkilenme yüzdesine göre sırasıyla; kredi memurları %98, karşılama görevlileri %96, kâtipler %94, perakende satış elemanları% 92, taksi şoförleri ve sürücüler%89, güvenlik görevlileri%84, aşçılar%81, barmenler %77, kişisel finansal danışmanlar %58, müzisyen ve şarkıcılar%7,4 gösterilmektedir. Araştırmanın devamında telefon aracılığıyla pazarlama yapanlar, matematik teknisyenleri, saat tamircileri, vergi hazırlayanlar ve kütüphane teknisyenleri ise bilgisayarlaştırılacak meslekler arasında sayılmaktadır. Buna karşılık, itfaiyeciler, terapistler, sağlık sektöründeki sosyal işçiler, ortodontistler ve diş hekimleri, satış mühendisleri, psikologlar, bilgisayar sistem analistleri, hemşireler, bütün mühendislik

alanları, makyaj ve sahne sanatları gibi uzmanlık alanlarının bilgisayarlaştırılma ihtimali düşük işler olduğu belirtilmekte ve bilgisayarlaştırılma ihtimali % 1 in altında öngörülmektedir (Özdoğan,2017:60-61).

ILO'nun işin geleceği sorununa yönelik, 2016 da başlattığı bir program olan “Future of Work”¹¹ iş ve çalışma yaşamındaki değişimi ve ihtiyaç duyulan çözümleri ortaya koymayı hedeflemektedir. “Çalışma Yaşamının Geleceği Girişimi” kapsamında, ILO üyesi devletler 2016-2019 yılları arasında; iş ve toplum, herkes için insana yakışır iş, işin ve üretimin organizasyonu, işin yönetimi başlıkları olarak belirlenen dört ana tema altında ulusal “Future of Work Diyalogları”nı yürüterek, hükümet, işçi, işveren ayağını içeren üçlü görüşmeler yapılmıştır. Future of Work Global Komisyonu, “Work for a Brighter Future” (2019) raporunda, çalışma yaşamının geleceğine ilişkin, dönüşmekte olan çalışmanın kalitesini yükseltmenin, alternatiflerini artırmanın, çalışmada toplumsal cinsiyet farkını kapatmanın ve küresel eşitsizliğin yarattığı hasarları düzeltebilmenin mümkün olduğunu belirtmektedir. Ancak bunların gerçekleşmesi için doğru ve kararlı eylemleri gerektirdiğini, aksi takdirde belirsizliklerin daha da artıran bir dünyaya işaret etmektedir. Ayrıca;

“Yapay zeka, otomasyon ve robot teknolojileri gibi teknolojik ilerlemeler yeni işler yaratacaktır ama bu geçiş sürecinde işini kaybedenler yeni iş fırsatlarını değerlendirmek için en hazırlıksız yakalananlar olabilir. Günümüzün becerileri yarının işlerine uymamaktadır ve yeni edinilen beceriler hızlı bir şekilde işe yaramaz hale gelebilmektedir. Yeşil ekonomiye geçiş, biz sürdürülebilir uygulamaları ve temiz teknolojileri benimsedikçe milyonlarca iş yaratacaktır, ancak ülkeler karbon ve kaynak-yoğun endüstrileri küçülttükçe diğer işler ortadan kalkacaktır. Demografik değişimler de daha az önemli değildir. Dünyanın bazı bölgelerinde genç nüfusun artması, başka yerlerinde ise yaşlanan nüfusun büyümesi, işgücü piyasalarında ve sosyal güvenlik sistemlerinde baskı yaratabilir; yine de bu değişimler, bakım sağlayan ve kapsayıcı, aktif toplumları sürdürebilmemiz için yeni imkânlar içermektedir. Daha aydınlık bir gelecek yaratmak ve ekonomik güvenliği, fırsat eşitliği, sosyal adaleti gerçekleştirmek ve nihayet toplumlarımızın dokusunu güçlendirmek için bu dönüştürücü değişimlerin sunduğu fırsatları yakalamalıyız.”

¹¹ *Çalışma Yaşamının Geleceği Girişimi*

ifadesi ile de işin geleceğindeki işsizliğin kaçınılmazlığına ancak bu noktada sürecin tehditlerinin belirlenip önlemlerin alınmasının ve fırsatlarının yakalanmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır (ILO,2019:10).

ILO Genel Direktörü Ryder, Haziran 2016'da ETUI and ETUC tarafından Brüksel'de düzenlenen “Shaping The New World Of Work”¹² konferansında, “Gelecek bugünden kararlaştırılmış değildir. Gelecek kaçınılmaz değildir. Kararı verecek olan tek başına teknolojiye değildir, demografi de. İşin özü, geleceği kuracak olan bizleriz. Arzu ettiğimiz gelecek onu yaratmamız için oradadır” ifadesi ile bu sürecin işleyişi ve nasıl bir gelecek oluşturulacağına en önemli belirleyicinin geliştirilecek politika ve stratejiler, takip edilecek yol ve yöntem olduğuna vurgu yapmaktadır (Ryder, 2016).

Gelecekte yaşanacak değişim ile birçok sektör ve alanda işgücü özelliklerinin değişmesi, bazı mesleklerin uygulanma biçimlerinin değişimi, birçok mesleğin yok olması veya yeni mesleklerin ortaya çıkması artık kaçınılmaz görünmektedir. Bu noktada önemli olan, elbette sürecin doğru yönetimidir. Konuya ilişkin, ütöpik veya distöpik değerlendirmeler, ya fazla iyimser yada fazla kötümser olmaları nedeniyle, sonuca ve çözüme ulaşamamaktadır.

Dünya Ekonomik Forumu'nun “Futures of Jobs”¹³ (2016) raporunda yer verdiği, 2020 de var olması beklenen meslek ve becerilerin üçte birinin bilinmeyeceğine ilişkin öngörüsü bugün kısmen gerçekleşmiş durumdadır. Araştırmanın uygulama aşamasında, karşılaştığımız bazı mesleklerin adını ilk kez duymuş olmamız ve böyle bir işin yapıldığına ilişkin bilgi sahibi bile olmamamız beklenenin gerçekleştiğine ilişkin bir örnek olarak değerlendirilebilir.

İşin dönüşümü sadece üretimde değil, süpermarketler, havaalanları, taksiler,... gibi birçok alanda karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, ABD’de bir internet alışveriş sitesi, Amazon, “Amazon Go” adı verilen otomatik dükkânlarının deneme amaçlı ilk şubesini ABD’nin Seattle kentinde açan şirket, yapay zekâ ve sensörler yardımıyla kasada ödeme bekleme derdini ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. AmazonGo’da yapılan alışverişte

¹² *İşin Yeni Dünyasının Şekillendirilmesi*

¹³ *İşin Yeni Dünyasının Şekillendirilmesi*

tüketiciler kasada dijital geçişle telefonda yapılan işlem sonrası ürünü alıp çıkabilmektedir. Böylelikle markette reyon görevlisi, kasiyer gibi personel istihdamına gerek kalmamaktadır.(<https://www.amazon.com>, 2020)



Karekod 1: AmazonGo Market Tanıtım Videosu

Yine bir internet sitesi olan “Alibaba”, devasa merkez deposu ise, sadece 60 robot tarafından idare edilmektedir ve bu robotların hata payları gerçekten oldukça düşüktür. Müşteri Alibaba'dan sipariş verdiği anda robotlardan birisi ürünün depo içindeki konumunu tespit ediyor. Ürün depo içinde bulunan 32 bin 300 tane raflardan birisinden robot tarafından alınıyor. Alınan ürün insanların çalıştığı istasyona yine robot tarafından getiriliyor. İnsanlar ürünleri paketliyor ve gönderime hazırlıyor (Altan,2018).



Karekod 2: Alibaba Depo Tanıtım Videosu

Bu örneklerin sayısı her geçen gün artmakta iken, geleceğin işgücü piyasalarına ilişkin sadece teknolojinin değil, çok sayıda değişken ve aktöründe rol alacağı unutulmamalıdır. Bu aktörleri ve etkilerini saptamak mümkün olmasa da Endüstri 4.0 ile günlük yaşamdan alışverişe, işletmelerin yapılarından işleyişe ve üretim süreçlerine, pazarlama ve dağıtım kanallarına, çalışma ve ücrete, mesleklere ve elbette becerilere kadar birçok açıdan yeniden şekillenecek olan dünya kökten bir değişimle karşı karşıya bulunmaktadır.

Hem mevcut işgücü, hem de potansiyel işgücü için gelecekte geçerliliği olan beceri setlerinin belirlenmesi ve edinilmesi kritik önem taşımaktadır. Geleneksel eğitimle, gelecek işgücü piyasası için gerekli becerilere sahip olamayan insanların “ne yapacağı?” önemli bir sorun olarak karşımızdadır. Asıl cevaplanması gereken soru ise, “Sanayi devriminden beri işsiz kalmamak için makineyle rekabet etmek durumunda olan insan gelecekte istihdam edilebilirlik için hangi becerilere sahip olmak durumunda olduğudur?” Gelecekte kariyer olanağına sahip olmak için “21. Yüzyıl becerileri” veya “dijital beceriler” olarak adlandırılan yeni bir beceri setine ihtiyaç duyulacaktır. Gelecekte

istihdam edilebilirlik ve kariyer olanakları, sahip olunan diploma ve sertifikalara yani ne bildiğinize göre değil, nasıl ve ne kadar öğrenip geliştirdiğinize göre biçimlenecektir.

1.3. Çalışmanın Tüketimi: Tüketim Paradigmalarının Tarihsel Seyri

Tarihin ilk dönemlerinde kendi ihtiyaçlarını farklı biçimlerde avlanarak, toplayarak, toprakta üreterek karşılayan insanın yaşantısı, üretim mekânının, yaşamsal mekândan ayrışması ve çalışmanın işbölümü, uzmanlaşma ve meslekleşme çerçevesinde ev dışında gerçekleştirilmesi ile katmanlı bir hal almış ve böylelikle üretme ve elde edilen ile tüketme biçiminde bireyin yaşamını ikiye ayırmıştır. Çalışma ve boş zaman üzerinden ifade edilen bu ayrım, toplum boş zamanda tüketerek üretim sürecine katkıda bulunmaktadır. Döngüsel olarak devam eden bu durum zamanla toplumsal yaşamın her alanına nüfuz etmiştir. Üretilen ürün, bilgi, hizmet, mekân tüketimi bugün geldiğimiz noktada artık üretimin yani çalışmanın kendisinin tüketildiği bir noktaya varmıştır. Özerkleşen çalışmayla birlikte çalışana, teorik olarak, bir takım haklarından vazgeçmesi karşılığında boş zaman ve serbesti satılmasının yanısıra bir başka üretici tarafından ise çalışanın eve, ofise farklı nedenlerle sığdıramadığı özerk çalışmasını konumlandırması için mekân ve network satılmaktadır.

1.3.1. Tüketim ve Tüketim Ekonomisi

Yaşamsal faaliyetin işbölümü çerçevesinde paylaşımı oldukça eski bir deneyimdir. Bireyin yaşamsal ihtiyaçlarının karşılanmasında tarihsel süreçte olduğu gibi bugün de diğer bireylerle olan etkileşimi gerekli ve önemlidir. Bu eksen, birey hem birilerince üretilen bir ürünü veya hizmeti kullanmakta ve hem de birileri için ürün ve hizmet üretmeye devam etmektedir. Bu bağlamda bir bütünün iki parçası olan üretim ve tüketim yaşam için vazgeçilmez bir döngü oluşturmaktadır. Birey, ihtiyacını satın alırken, sahip olduğu seçim yapabilme gücüne ek olarak süreçteki konfor, kolaylık, hız gibi etkileyici öğeler de tüketimi cazip kılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra tüketme ile duyulan haz ise tüketimi vazgeçilmez kılan temel öğedir. Modern ve post modern toplum bireylerinin mutluluk ölçeğindeki parametrelerden biri olan tüketim, çok farklı açılardan ele alınarak ifade edilmekte ve tanımlanmaktadır.

Tüketim ve tüketimin yönlendirilmesi noktasında Weber, statü kavramına öncelik verirken ortak bir yaşam tarzına ve benzer tüketim kalıplarına sahip olanların bir sosyal

statü oluşturduğunu ve böylelikle bir grubun diğerinden ayrıştığını belirtmektedir (Duman, 2018:120). Weber, geleneksel ihtiyaçlardan fazlasına özlem duymadıkları sürece, bireyleri daha fazla çalışmaya yönlendirmenin mümkün olmaması nedeniyle ve giderek artan üretime paralel, tüketimin de arttırılması için, yeni ihtiyaçların yaratılması gerekliliğinin altını çizmektedir. Üretim ve tüketim arasında uyumlu bir denklğin kendiliğinden ortaya çıkamaması nedeniyle tüketicilerin yönlendirilmesini gerekli bulan Weber, bunun da sosyokültürel değişimlerle sağlanabileceğini belirtmektedir. Durkheim da ise tüketim, “ekonomik yaşamın etik olmayan” özelliklerinden biri olarak nitelendirilmekte ve üretilen malların satılabilmesi amacıyla ihtiyaçların farklılaştırılması ve yeni ihtiyaçların yaratılması “kamusal bir tehlikeye eşdeğer” olarak ifade edilmektedir (Yanıklar, 2010:27-28). Tüketimin kapitalist sistemce yaratıldığını ifade eden Marx’a göre ise, ihtiyacın yönlendirildiği bir ekonomik sistemde karın esas alınarak tüketimin kaçınılmaz hale getirilmekte ve doğayı sömürmektedir (Duman, 2018:117).

Geleneksel toplumun üreticiler toplumu, endüstriyel çağın toplumunun ise bir tüketim toplumu olduğunu belirten Bauman (2016) da, bu ayrımı işbölümü üzerinden sınıflandırmaktadır. Geleneksel toplumun üyelerine dayatılan askerlik ve üreticilik rollerinin yerini tüketiciye bıraktığını belirtmekte ve tüketimin verdiği heyecan ile gönüllü bir katılım hali olduğunu altını çizmektedir (Bauman, 2016:92-93).

Tüketim alanında, sadece malların değil ihtiyacın kendisinin de çeşitli kültür özellikleri ile iç içe geçtiğini ve hiçbir ihtiyacın kendiliğinden doğmadığını belirten Baudrillard, ihtiyacın standart ihtiyaçlar paketinde yer alması için ise seçkin paketten geçmesi gerektiğinin de altını çizmektedir (Baudrillard, 2018:70).

Veblen ise esnek tabir ettiği saygınlık standardına, ulaşım amacıyla gerekenden fazlasının tüketildiğini belirtmektedir. Gösterişçi tüketim olarak değerlendirdiği bu durumda, gerilemenin zor olduğunu ancak ilerlemenin ise kolay olduğunu ve zaten ilerlememesi halinde bireyin toplumsal tepki ile karşılaşacağını ifade etmektedir (Veblen, 1995:88). Dolayısıyla toplumsal uyum açısından sürekli tüketmesi gereken bireyden hatta geliri ile orantılı tüketmesi de beklenmektedir. Simmel ise, metropoldeki yalnızlıktan kaçan bireyin, tüketim mekânlarına sığındığını belirtmekte ve bireyin, kendini tüketimcilik ile ifade ettiğini böylelikle sınıfsal farklılaşmayı kamusal alana taşıyarak yeniden üretmekte olduğunu eklemektedir (Duman, 2018:125). Arendt (2018) ise, tüketim toplumunun bir

hayal olmasının gerçekliğinden daha korkutucu olduğunun altını çizmektedir (Arendt, 2018:193-201).

Ritzer, tüketim tarzlarının türdeşleşmesine neden olan, seri üretimli mallara yönelik bir pazarın gelişmesini içeren bir sistem olarak ifade ettiği, Fordizmin tüketimin homojenleşmesinde önemli rolüne de vurguda bulunmaktadır (Ritzer, 2011:220).

Bu ifadelerden hareketle tüketimin yaşamsal anlam ve kökeninin sorgulanmasındaki soruların sistemin bir ürünü ya da aracı mı; yoksa gereklilik hali mi ya da sömürünün bir modeli mi olup olmadığı tartışmaları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu tartışmaların özünde ise, bireyin fiziksel ihtiyaçlarının ötesinde çok sayıda ihtiyacı bulunması nedeniyle tüketimin hangi ihtiyacı karşılama amacıyla gerçekleştiği fikirlerindeki farklılıklar yer almaktadır. Dolayısıyla farklı biçimlerde vücut bulan ihtiyaç tüketmeyi doğal ve geçerli kılmaktadır. Kendini akışa bırakan tüketici ise derindeki ihtiyacı sorgulamamakta ve yüzeysel olarak ona sunulanı kabul etmektedir. Tüketim toplumunun temeli olan bu otomotize hareket ise, 20. yy başlarında tüketimin üretimi yakalamasına destek olurken, 21. yy da ise, üretimin tüketime göre model belirlemeye çabaladığı dönüşüme neden olmuştur.

20.yy başlarında sanayi devrimi yükselirken temel amaç bugün olduğu gibi, verimliliğin ve üretimin arttırılması ve birim maliyetin ise düşürülmesidir. Sanayi devriminin ilk dönemlerinde daha çok üretmek, pazarda daha çok satabilmek demektir tüketime hazır ve boş pazar üretilenin satılabilirliğini mümkün kılmaktadır. Ancak bu noktada tüketime engel olan tüketimi gerçekleştirecek vakit ve nakit imkânının olmamasıdır. İkinci sanayi devrimi ile hızla artan ve kitlesel bir hal alan üretim kendi varlık koşulu olan tüketiminde kitlesel bir hal alması için yine teknolojiyi kullanmıştır. Sanayinin ilk dönemlerinde ve öncesinde ihtiyaç odaklı gerçekleştirilen tüketimin, üretimin ihtiyacını karşılanması için çoğaltılması kitle tüketimi haline getirilmesi ve bunu gerçekleştirecek kitlenin yaratılması, Fordizm kökeninde filizlenen gelişmelerdir. Modernite, üretim ve tüketim mekânlarının yanı sıra, çalışma ve boş zaman mekânlarını da ayırttığında, özel alanda yer alan, ikincilleştirilen, verimsiz, onaylanmayan, savurganlıkla eş görülen “tüketim””, kutsal, onaylanan verimli niteliklere sahip “üretim” (Odabaşı, 2004:108-109) için desteklenerek, normalleştirilmesine uğraşmıştır.

Tüketim faaliyeti 1970 lere kadar refah toplumunun üretim eksenli yapılanmasında yüksek ücret ve tam istihdam modeli altında, üretimi desteklemeye uzun süre devam etmiştir. Post modern toplumun yükselişi ve yeni yaşam modellemeleri tüketimde de farklılaşma ve özgünleşmeyi beraberinde getirmiştir. Post modern toplumun standart dışı, kişiye özgün, belirsiz ve dinamik kalıpları, tüketimi de kendi potasında eriterek “tüketim toplumu”nu biçimlendirmiştir.

Kapitalizmin kültürel paradigmasının her şeyin modasının belli bir sürede geçmesi üzerine kurulu olduğunu belirten Maycroft, yenilenme ve moda ile üretim-tüketim döngüsünün sürdürülebilir kılınacağını belirtmektedir. Bunun ise tüm ihtiyaçların metaların tüketimi yoluyla karşılanması, yeni ihtiyaçların yaratılarak metalaştırılması, tatminlerinin sürekli olarak değiştirilmesi ile mümkün olacağını açıklamaktadır (Maycroft, 2009: 3).

Güç ve görünüş açısından çok iyi olmasa da üretim yöntem ve pazarlanması onu kendinden öncekilerden farklı kılan Model T, hem kitlesel üretimin hem de kitlesel tüketimin simgesidir. H.Ford, araba üretmek ile satmak işlerinin birbirinden farklı olduğunu belirtmekte ve yapılması gerekenin herkesin taşıt sahibi olması gerektiğine inandırılması ve bunun mümkün kılınması olduğunu eklemektedir. Bunu daha önce Isaac Merrit Singer dikiş makineleri için yapmıştı. Çok sayıda Amerikalı kadını dikiş makinesinin gerekliliğine inandırmıştı. Ford yüksek sayıda üretimin tüketime teşvik ve rıza ile mümkün olabileceğini, seri üretim ile düşen fiyatın ürünün daha fazla kişiye ulaşımı ile destekleneceğini düşünmekteydi. Pazarlama planının kilit noktasını kolay ulaşılabirlik ve sahip olunabilirlik politikası ile işleyen bayilik sistemi oluşturmaktaydı.

Ford’un pazarlama stratejisi aşağıdaki ifadesinde net olarak görülebilmektedir;

“Biiyü kitleler için bir araç üreteceğim. Ailenin tamamı için yeteri kadar büyük, kullanımı ve bakımı için yeteri kadar küçük olacak. Modern mühendisliğin elverdiği en sade tasarım çerçevesinde, işe alınacak en iyi işçilerin üreteceği en iyi malzemelerden yapılacak. Ancak fiyatı o denli düşük olacak ki, iyi maaş alan bir kimsenin bu araçlardan birine sahip olamaması söz konusu olmayacak. Ve ailesiyle birlikte, Tanrı’nın sunduğu geniş alanlarda, mutlu saatlerin lütfuna erişecektir.” (Pollard, 1996:27)

Bu pazarlama stratejisi o kadar başarılı olmuştur ki, üretimin pazarlamanın hızına yetişememesi ciddi bir sorun haline gelirken bu sorun ise seri üretim ile çözüme kavuşturulmuştur (Pollard, 1996:27)

Teknolojik ve bilimsel gelişmeler ile üretimde sağlanan sistematikleşme ve kontrol edilebilirlik üretim miktarını arttırırken, 1929 Buhranı ve II. Dünya savaşı sonrası sadece üretim ile ilerlenemeyeceği tüketimin arttırılmasının zorunluluk hali olduğu fark edilmiştir. Endüstriler sosyoloji, psikoloji antropoloji gibi alanlardaki birikimi reklamcılık gibi araçlarla kullanarak kitleleri etkilemeye yönelik faaliyetler ile talebi arttırma çabasındadır. Zamanla çeşitlenen talep için ise, kitlesel üretimin katı yapılması uygun olmadığından sistemlerin esnekleştirilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Görçün,2016:54-60).

Sanayi toplumunun çalışma/boş (üretim-tüketim) olarak ayrıştırdığı yaşamda çalışma sürelerinin kısaltılması ve esnekleştirilmesi, tüketim süresinin artışına olanak sağlayan faktörlerden biri iken bilgisayar, ağ ve ulaşım teknolojilerinin gelişimi ise üretimi her yere ulaştırmakta ve hem tüketim alanını hem de süresini genişletmekte, hatta zamanla tam güne ve tüm yaşama yaymaktadır.

Teknolojik gelişmeler ile küresel boyutta, tedarik zinciri koordinasyonunun sağlanabilirliği ve artan rekabet etkisi, işletmeleri, küçük parçalara bölünerek veya dış destek ile en verimli ve en ucuz üretimin mümkün olduğu noktalara transfere yönlentmektedir. Müşteri sadakatinin düşüklüğü, tüketici taleplerinin değişkenliği artarken üretimin talebe cevap vermesinin zorlaşması ise daha da esnekleşmeyi ve tüketici ile daha yakın ilişkiyi gerektirmektedir (Görçün, 2016:113-114). Diğer bir yandan da teknoloji, ürünlere ilişkin, tüm coğrafyalarda benzer tüketim kalıplarının ve eğilimlerinin benimsenmesi, global tüketim kültürünün oluşturulması ve tüketimin homojenleşmesine destek olmaktadır (Odabaşı, 2004:128).

Reklam, moda, marka ile körüklenen, kredi kartı, taksit, kredi ile kolaylaşan tüketim küreselleşme ile ortaklaşırken, post modern kimlik arayışında ise bireyselleşmektedir. Her gün her dakika değişkenlik gösterebilen talebi karşılamak zorlaşırken, işletmeler ise sürece alternatif stratejiler geliştirmektedirler. Ayrıca işletmeler için rekabet ortamını

etkileyen bir başka unsur ise, 20.yy ın pasif ve talep eden tüketicisinin dağıtılmış güç aracılığıyla, 21. yy da talep eden kimliğinden arz eden kimliğine geçmekte oluşudur.

Tüketicie ulaşmada katalogtan, e.ticarete, reklamdan sosyal medyaya farklı yol ve yöntemlerin denendiği rekabet ortamında, tüketiciyle iletişim kurma, farklı ürün, hizmet üretme, sunma, ulaştırma yarışında belirleyici rol oynayan insan kaynağının önemi giderek artmaktadır. İşletmeler bu noktada sadece tüketiciyi değil iç hedef kitle olarak nitelendirilen fark yaratabilecek, yaratıcı, yenilikçi, gelişime açık insan kaynağını da cezbetme çabasıdadır.

Tüketim ve üretime ilişkin bu değişimler ekseninde, hem tüketici hem de işgücü kavramları yeniden yapılanmaktadır. Fordizmin vasıfsız/yarı vasıflı, örgütlü, mavi yakalı işgücü yerini vasıflı, eğitilmiş, bireysel, beyaz ve altın yakalıları bırakmaktadır. Yeni işgücünün sadece özellikleri değil, çalışmaya ilişkin tutum ve yaklaşımı da değişmektedir. Kökeninde liberal politikalar ve tüketici merkezli üretim yapısının da bulunduğu benmerkezci, kendini gerçekleştirme çabasında, kısa yoldan güç ve statü hedefleyen, anı yaşayan “yeni kişilik yapısı”ndaki tüketici (Zencirkıran, 2018:108) ise her şeyi tüketmekte ve sorgulamamaktadır. Bu bağlamda bağımsızlık (özerk) karşılığında ve konseptli biçimde, tüketilen bir çalışma anlayışı bile sorgulanmamakta ve hatta talep edilmektedir.

Hedonist bir kültürün, sürekli şırınga edildiği, insani ilişkiler ve duyguların da maddeleştiği tüketim toplumunda; Descartes’in “Düşünüyorum öyleyse varım” (Cogito ergo sum) mottosu, “Tüketiyorum öyleyse varım” mottosu ile ikame edilmektedir (Bayhan, 2015:43). Tüketim davranışını gerçekleştirenlerin ürüne bilerek ya da bilmeyerek yükledikleri konumlar ve kendilerine ait parçalar, tüketicinin neye ihtiyacı olduğunun anahtarı olarak değerlendirilmektedir.

Belk (1988), bu durumu kısaca “Sahip olduğumuz mallar, kimliklerimize önemli bir katkıda bulunur ve onları yansıtır” biçiminde ifade etmektedir (Belk, 1988:139).

Yaşamsal gereklilik olan üretim ve yaşamın her alanını çepeçevre saran ve bireyler üzerinde yoğun bir egemenlik kuran mülkiyet kökenli tüketim kavramları 21.yyda ise, güç kaybetmekte ve yerini “paylaşımlı tüketim” anlayışına bırakmaktadır. Tüketime (sahiplik eksenli) arttırılmasının dünyada neden olduğu ekonomik, sosyal, kültürel,

çevresel, sağlık gibi olumsuzluklar nedeniyle sürdürülemezliği düşüncesi dünyayı yeniden yapılandırmakta ve alternatif sistemlere yönelmektedir. Yeniden yapılanmanın eşliğindeki bu dönemde değişimin gerçekleşmesi kaçınılmazdır. Yeni yapılanmadaki üretim, tüketim ilişkilerinin ve uzantısında çalışma ilişkilerinin de çok daha farklı olacağı kesin olan bir gerçekliktir. 2030’da tüm ürünlerin hizmete dönüşeceğini belirten Parker (2016) mülkiyetin olmayacağını ve her şeyin kiralanacağını, ürünleri de dronelerin getireceğini belirtmekte ve dünyanın paylaşmayı yeniden hatırlayacağını altını çizmektedir.

21.yy da mülkiyet ve tüketimin yanı sıra ekonomik sistem de sorgulanmakta ve alternatif model arayışlarına doğru bir hareketlilik yaşanmaktadır (Kiracı, 2017:4).

2008 krizinin kökeninde var olduğu düşünülen “Sahipliğin arttırılması ekonomiyi olumlu etkileyecektir” yaklaşımına karşıtlık da yeni bir toplumsal ve ekonomik yapılanmaya ihtiyacı destekleyen bir görüş niteliğindedir. “Dünyayı değiştiren 10 fikirden biri” olarak ifade edilen paylaşım ekonomisi Walsh (2011), geleneksel ekonomik sistemin temel dinamikleri ile oynaması nedeniyle oyunbozan olarak adlandırılmakta ve ödeme biçiminden, işlem yerine (Kiracı,2017:4-6), ulaşımdan eğitime, tüketimden üretime tüm paradigmaları yeniden biçimlendirmektedir.

1.3.2. Paylaşım ve Paylaşım Ekonomisi

Paylaşım ve mülkiyet arasındaki tercihte, insanlar malları satın alamadıklarında, erişemediklerinde veya sadece satın alma talebinde olmadıklarında öne çıkan “paylaşım”, binlerce yıldır insanoğlunun yaşamsal faaliyetlerinden biridir. İnsanoğlu, geçmişte de mevcut kaynakları paylaşa da, 21.yy da bu kavram, temelden bir değişim yaşamakta, anlam ve içerik olarak farklılaşmakta, gönüllü değişim faaliyetinin ötesinde, ekonomik bir kavram haline dönüşmektedir.

Oldukça eski ve bilindik bir kavram olan paylaşımın bugün yeniden tanımlanması bu ayrımın ifade edilmesi açısından önem taşımaktadır. Geçmişte gerçekleştirilen paylaşım daha çok kolay ilişki ağları arasında, genellikle gayri resmi bir temelde, yani aile, arkadaşlar veya komşular arasında veya tanıdıklar arasında gerçekleşen bir faaliyet iken dijital ekonominin gelişimi, özellikle internet bu paylaşımı küresel boyuta taşımakta ve paylaşımın sınırlılıklarını ortadan kaldırmaktadır (Basselier ve diğ., 2018: 57).

Tüketim ve mülkiyetin karşısında konumlanan paylaşımın da mülkiyet ve sahiplik gibi kültürel olarak öğrenilmiş bir davranış olduğunu belirten Belk (2007), konuyu göçebe toplumlar örneği ile açıklamaktadır. Göçebe bir toplumda sahipliğin yük anlamına geldiğini ve bu nedenle göçebelerin hayatta kalmak için zorunlu olan yemek, silah ve aletleri paylaşmayı tercih ettiklerini belirtmektedir “Emtia değişimi ve hediye vermeye alternatif bir dağıtım” olarak ifade ettiği paylaşımın, topluluğu geliştirme ve sinerji yaratma özelliğine vurgu yapan Belk(2007), paylaşımın genellikle yakın çevre ile gerçekleştirildiğinin altını çizmektedir. Paylaşım, iki veya daha fazla kişiye, bir şeye sahip olmaktan ziyade fayda sağlamanın yanı sıra maliyet avantajı da sağlayan bir sistemdir. Sistemde benim veya senin yerine bizim kavramı öne çıkmaktadır. Sadece mekân veya ürünleri değil bunların ötesinde fikirleri, değerleri ve hatta zamanı da paylaşabileceğimizi belirten Belk (2007), bu paylaşımından anlaşılması gerekenin “bizim olanı başkalarına onların kullanımı için dağıtma veya kullanmak amacıyla başkalarından bir şey alma eylemi ve süreci” olduğunu ifade etmektedir (Belk, 2007:127-130).

Paylaşım, eski ve hep var olan bir kavram olsa da paylaşım ekonomisinin 1995 ‘te eBay ve Craigslist’in kurulmasıyla başladığına yer veren Schor (2014) yeni ekonominin kökenindeki kavramın ise paylaşım değil “yabancı paylaşım”ı olduğunu belirtmektedir (Schor, 2014:7).

Paylaşım platformları, birbirini tanımayan, arkadaşları veya ortak bağlantıları olmayan kişiler arasındaki paylaşımı kolaylaştırmaktadır. Yabancılarla paylaşma elbette daha yüksek derecede risk yaratmaktadır ancak dijital platformlar puanlandırma, derecelendirme veya itibar kullanımı gibi yöntemlerle kullanıcılar hakkında bilgi toplayarak yabancı paylaşımları daha az riskli ve daha çekici hale getirmektedir (Frenken ve Schor,2016:1-4).

E.ticarete ilişkin en önemli sorunun, en baştan beri güven olduğunu belirten Ross (2017) da, kodlanmış güvene ilişkin ilk büyük adım olarak nitelediği EBay’in kuruluşunu başlangıç olarak almaktadır. 1995 te, güvene dayalı bir pazar olarak kurulan, alıcı ve satıcıların doğrudan birebir yani eşler arası ticaret yaptığı, para karşılığı mal verdikleri bir internet platformu olan EBay tarafından atıldığını belirtmekte ve online güveni de bir algoritma ürünü olarak değerlendirmektedir (Ross, 2017:95).

Mülkiyet toplumunun sona erişinin “Napster” ile başladığını ve müziğin dijitalleşmesi ve paylaşımının, CD sahibi olmayı gereksiz hale getirdiğini belirten Walsh (2011) ise, “Napsterizasyon” olarak ifade ettiği durumun diğer alanlara yayılımının da hızla gerçekleştiğini belirtmektedir. İşbirliğine dayalı tüketimin gerçek faydasının aslında sosyal olduğunu, ailelerin bile dağınık olduğu bu çağda eşler arası paylaşımın “topluluğun yeniden ortaya çıkmasını” ve hatta yabancılarla bile anlamlı bağlantılar kurmamızı sağlayacağını belirtmektedir. Ayrıca bir araştırmaya yer veren Walsh (2011), insanların bir başkasının malını emanet aldıklarında nörotransmitter oksitosin artışı yaşadıklarını da eklemekte ve hatta paylaşımın gücünü buradan alabileceğinin de altını çizmektedir (Walsh, 2011).

Botsman (2013), paylaşım ekonomisinin ortaya çıkışında etkili olan öğeleri teknolojik yenilikler, değerlerin değişimi, ekonomik sorunlar ve çevresel baskılar olarak sıralamakta ve birçok alanda büyük bir paradigma değişikliği yaratan paylaşım ekonomisi sisteminin değerlerini de işbirliği, güçlendirme açıklık ve insanlık olarak ifade etmektedir (Botsman, 2013).

Sistemin işlerliği ve sürdürülebilirliğinin, teknik paradigma zemini olarak teknolojik altyapının yanısıra toplumsal paradigma zemini olarak da demokrasi, özgürlük, katılım, paylaşım, erişim ve işbirliği gibi insani değerlerin yükselişi ile ilintilidir. Modernizmin ve klasik ekonominin faydacı bireyi dönüşmekte sorumluluklarının kendisinden öte, yaşadığı dünya ve çevreye olduğunun farkında olan yeni değerlere eğilim artmaktadır. Uzun zamandır gerçekleşen bu sorgulama, paylaşım ekonomisinde meyvelerini vermektedir.

Tüketmenin farklı değer ve ilişki ağları ile yer değişimini aşağıdaki ifade ile açıklayan Baudrillard (2018) tüketimin türdeşleşme nedeniyle tüketim toplumundaki anlamını yitireceğini de belirtmektedir;

“Zorunlu mallar düzeyindeki görece türdeşleşmeye, bir değer kayması ve yeni bir hiyerarşi eşlik eder. Dengesizlik ve eşitsizlik azalmaz, yer değiştirir. Yaygın tüketim nesneleri giderek daha az toplumsal sınıf belirticisi haline gelir ve çok büyük aykırılıklar azaldığı ölçüde gelirler de ayırt edici ölçüt olarak değerlerini kaybeder. Hatta tüketimin de(harcama, beğenilir nesneleri satın alma ve onlara sahip olma anlamında) statünün değişken geometrisinde şimdilik oynadığı seçkin rolü diğer

ölçütler ve diğer davranış türleri yararına yavaş yavaş kaybetmesi mümkündür. En sonunda tüketim, artık hiçbir anlama gelmediğinde herkese özgü bir şey haline gelecektir. Şimdiden toplumsal hiyerarşinin çok daha ince ölçütlere kaydolduğu görülüyor. İş ve sorumluluk tipi, eğitim ve kültür düzeyi, yaygın malları tüketme tarzı bir tür ender bulunur mal olabilir. Kararlara katılım, bilgi ve iktidar bolluk toplumumuzun iki önemli az bulunur malıdır ya da öyle olacaktır” (Baudrillard, 2018:63).

Ürün ve hizmetin sürekli çeşitlendirilmesi ile herşeyin satılabilir hale dönüşümüne duyarlılık gösteren kitlenin rahatsız edici bulduğu bu durumu sadece tek bir nedenle açıklamak oldukça güçtür. Ancak ister çevre duyarlılığı veya sistem karşıtlığı gibi bir tercih hali isterse de gelir düşüklüğü gibi bir zorunluluk hali içersin gerçekte olan paylaşımın giderek yükseldiğidir.

2016’da Amerika Birleşik Devletleri’nde paylaşım ekonomisi hizmetlerini kullanan 44,8 milyon kişiye karşılık; 2021de bu rakamın 86,5 milyona çıkacağı tahmin edilmektedir (Lock,2019).

Paylaşım ekonomisinin amiral gemisi olarak değerlendirilen araba paylaşımı, (Kıracı,2017:21) ilk olarak 1948 de Zürih’te, genellikle kar amacı olmayan kuruluşlar, kooperatifler ile küçük işletmelerce gerçekleştirilirken, 1980'lere gelindiğinde özellikle Kuzey Avrupa da oldukça yaygın hale gelmiş bir sistemdir. Analog çağ, olarak nitelendirilen geleneksel ekonomide bilgi, ulaşım, lojistik maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle büyük ölçeklere ulaşamayan bu girişimler, dijital teknoloji ve internet ile yükselişe geçmişlerdir. Mal ve hizmetin paylaşımını ve bu paylaşımın organizasyon ve koordinasyonunu mümkün kılan teknolojiler maliyetlerin düşüklüğü ile kesiştiğinde “bir patlama” yı tetiklemiştir. Zamanla ulaşım, konaklama, perakende, ofis, lojistik, eğitim, finans ve hatta işgücü piyasasında geniş bir alana yayılan ve çok farklı platformlarda gerçekleşen ekonomik paylaşım, hem tüketiciler, hem hizmet üreticileri, hem de politika üreticileri açısından “paradigma kırılımı” yaratmıştır. Bu yeni ekonomiye ilişkin olumlu ve iyimser yaklaşımların yanı sıra karanlık olarak nitelendirilen bir tarafı olduğu da çok uzun sürmeden fark edilmeye başlanmıştır (Codagnone ve Martens, 2016:4).

2008 yılında ortaya çıkışından bu yana, hızlı bir yükseliş gösteren paylaşım ekonomisi artık bir niş eğilimi olmanın ötesinde, milyonları içeren karlı ve çok sayıda girişimcinin

yatırım yaptığı büyük ölçekli bir faaliyet olarak değerlendirilmektedir. Paylaşım ekonomisi geleneksel hizmet sağlayıcılara meydan okuyan rekabetçi bir iş modeli halini almıştır. İşbirliğine dayalı bu faaliyet, mal ve hizmetleri mekân ve zamandan ayırarak geleneksel işlem araçlarını aşması nedeniyle geleneksel ekonomi modelinden farklılaşmaktadır (Zhang ve diğ., 2019:276).

Paylaşım ekonomisi paradigmalarının gelişiminde, medya araçlarının ve internet teknolojilerinin niceliksel artışı, doğal kaynakların tükenmesine yönelik endişeler, aşırı tüketim davranışının çevresel ve toplumsal olumsuz etkilerinin fark edilişi, açık kaynak erişimi, bireylerin tüketici rolünden çıkarak iş/işlem yapıcı rollere geçişi gibi gelişmeler önem taşımaktadır. Ayrıca insanoğlunun 20.yyda modernizm, artan sanayileşme ve yaşam standartlarının etkisiyle sergilediği bencil tüketim kalıplarından fabrika ayarlarına dönüşünde çevreci yaklaşımlar, sadelik hareketi, ortaklaşa tüketim akımı gibi modern tüketici davranışına alternatif yaklaşımların da süreçte etkili olduğu görülmektedir (Kiracı,2017:48).

Paylaşımın pozitif sembolik değerinin, paylaşım ekonomisinin genişlemesinde olumlu rol oynadığı düşünülmektedir (Frenken ve Schor, 2016:1-4). Paylaşım terimine yönelik bu olumlu yargı, paylaşımın karşılıksız ve gönüllü olması gerekliliği (Belk,2007:127) düşüncesi ve paylaşımın ekonomik bir sistemle uyumlaştırılmasının zorluğuna ek olarak sistemin çok sayıda alternatif iş modeli içermekte ve hetererojen fikri kapsamakta olması (Acquier ve Pinkse, 2017: 3) ve farklı platformları kullanması tanımlanmasını güçleştirmektedir.

Yaygın kullanımı paylaşım ekonomisi olan sistem, “Erişim, İşbirliği, Armağan, Konser (GİG), Döngüsel, Emsal” ekonomileri gibi çok farklı adlarla anılmaktadır. Bu modeller özünde paylaşım kavramını esas almakla birlikte uygulama ve kapsam detaylarında ise farklılaştıkları dikkati çekmektedir (Botsman,2015). Birbirinden aslında farklı olan bu yapılanmaların karıştırılmasının nedenini hepsinin altında yatan “güçlü ortak yönler ve faydalar” oluşuna bağlayan Botsman (2013), üç ortak temayı ise “dağıtılmış güç, yıkıcı sürücüler, yenilikçi ve verimli varlık kullanımı” şeklinde sıralamaktadır (Botsman, 2013).

Eckhardt ve Bardhi (2015) erişim ekonomisi olarak adlandırdıkları sistemde paylaşımın kar olmadan gerçekleşen, başka birinin sahip olduğu mal ve hizmetlere geçici olarak

erişmek için ödeme yapılan sosyal bir alışveriş olduğunu belirtmektedirler (Eckhardt ve Bardhi, 2015).

Frenken ve Schor (2016) ise sistemin merkezinde atıl kapasite kavramının yer aldığının altını çizmektedirler. Hizmet kullanımı ile paylaşımı ayırmakta, UberPop'tan taksi siparişinin kullanım potansiyeli yaratan bir eylem olduğunu, BlaBlaCar'dan atıl koltuğu satın almanın ise paylaşım olduğunu belirtmektedirler (Frenken ve Schor,2016:6).

Az kullanılan varlıkları ihtiyaç duyanlarla buluşturma mantığına dayalı sistem (Ross, 2017:95-96) bunun için teknolojinin yanı sıra fiziksel ortamları da kullanmaktadır. Her gün işe gidip gelmek zaman ve kapasiteyi boşa harcamak anlamına gelirken, evin tüm gün, ofisin ise tüm gece boş durması gelecek nesiller için tuhaf karşılanabilecektir (Mokry,2001:2).

Belk (2014) paylaşım ekonomisinin gerçekleştirilmesindeki gerekli öğeleri mülkiyetin yokluğu, internet kullanımı ve güvenilirliğin gerekliliği olarak sıralamakta (Belk,2014:1597) iken Botsman (2012) ise sistemin arkasındaki gücün güven olduğuna vurgu yapmakta ve bu güvenin ise yine teknoloji ile sağlanabileceğini belirtmektedir.

Lessig (2008), paylaşım ekonomisinin temelini oluşturan bu teknolojiyi lego-ized innovation (kullanıcının sisteme katkıda bulunabilmesi) olarak ifade etmektedir (Lessig, 2008:123-137). Frenken ve Schor (2016), kullanılan teknolojilerin mal ve hizmet üretim ve tüketiminde gerçek bir paylaşım ve işbirliği uygulanmasına olanak sağlamasının yanı sıra sosyal bir hareket de oluşturduğunu eklemektedir (Frenken ve Schor, 2016:5).

Bruno ve Faggini (2017) paylaşım ekonomisini “Paylaşımın konsolide olduğu, açık kaynak kodlu bilgi piyasası” olarak ifade etmektedir. (Bruno ve Faggini, 2017:174) Açık kaynak hareketi ile başlayan bu özgürleşme, devamında dosya paylaşımı, video gönderme ve müzik paylaşımı, çevrimiçi içerikler oluşturulma ve paylaşma gibi benzer türlerin de eklenmesi ile büyümüş ve genişlemiştir (Frenken, Schor,2016:2).

Teknoloji ile daha önce kullanılmayan ve hatta pazarı bile olmayan ürünlerin, daha önce görülmemiş ölçekte değişim ve paylaşımına olanak sağlandığını belirten Botsman (2012) ayrıca insanları güçlendiren ve insani değerleri öne çıkaran işbirlikçi tüketimin arz ve talep hakkındaki düşünme şeklinde de değişim yarattığını eklemektedir Botsman (2012).

Projelerin, fikirlerin paylaşımın, ekip kurulumunun ve hatta fonlamanın bile ağ üzerinde gerçekleştiği bu yeni ekonomiyi açıklarken sosyal yapılandırma kavramını kullanan Gorbis (2013) ise, yeni teknolojilerin küresel topluluğa sağladığı erişimin, ekonomik işlemlerimizde de anonim bir süreç yarattığını belirtmektedir. Gorbis (2013) e göre, bu sistem kurumsal üretimin egemenliğinden uzaklaşan, sosyal etkileşime dayanan, network ile işleyen, her alana temas eden ve onun ilişkilerini değiştiren, yeni bir ekonomik modeldir. Hem küresel hem yerel değişim yaratan bu yeni ekonominin, tutkuların peşinden gidilmesine olanak sağlayan ve bunun için yeni fırsatlar, yeni iş türleri yaratan ve işin doğasını yeniden tanımlayan bir ekonomi olduğunu belirtmekte ve mevcut egemen ekonominin ihmal ettiği birçok soruna da çözüm olacağını düşünmektedir. Buna ek olarak sosyal yapılandırmanın sadece yeni bir tür küresel ekonomi olmadığını aynı zamanda sosyal ağ teknolojileri ve kolektif zekâ ile bireylerin daha önce yalnızca büyük kuruluşların genellikle daha verimli bir şekilde gerçekleştirebildiği birçok işlevi üstlenebileceği yeni bir toplum türü sağlayabileceğini de belirtmektedir (Gorbis, 2013:3-4).

Toffler (1980) ise, süreci paylaşım ekonomisi olarak adlandırmamakla birlikte üçüncü dalga uygarlığının üretici ve tüketici profillerinde yaratacağı değişimi “üreten tüketici” (prosumer) kavramı ile açıklamaktadır. Birinci dalga uygarlığının insanları olarak ifade edilen üreten tüketiciler, genellikle kendi ürettiklerini tüketmekte iken endüstri devrimi bu iki fonksiyonu net bir uçurum ile ayırmıştır. Uçurumun bir yanında üretici, diğerinde ise tüketici yer almaktadır. İkinci dalga ise, kullanım amaçlı üretimi, alışveriş için üretim yapısına dönüştürmüştür. Her iki dalgada da elbette diğer grubu üyeleri yer almaktadır ancak birinci dalgada kullanım amaçlı üretim ölçeği büyük, alışveriş için üretim ölçeği küçük iken; ikinci dalga da ise tam tersidir. Üçüncü dalganın yarattığı etkinin üretici ile tüketiciyi ayıran çizginin belirsizleşmesi olduğunu vurgulayan Toffler (1980) üreten tüketicinin yeniden öneminin arttığını belirtmektedir. Karşılıklı dayanışma ve tecrübe paylaşımının ve kendin yap (DIY) örneklerinin, dışarıdakilerden (tüketiciler) alınan fikirlerin üretimde oynadığı rolün artışı üretici tüketici ilişkisinin belirsizliğin de artmasına neden olmaktadır. Kendi isteği ile üretime çekilen tüketici sayısının artması halinde ise, pazarın daralacağını belirten Toffler (1980), pazarın üretici tüketici uçurumuna bağlı bir yapı olduğunun da altını çizmektedir. Pazarın yakın gelecekte yok olması mümkün olmasa da ancak bazı faaliyetlerin pazardaki yerinin değişimi ve üretimin

kullanım veya tüketim noktasındaki amacının değişimi de ekonomik sistemin ve yapının belirlenişinde etkili rol oynayacaktır (Toffler, 1980,338).

Rifkin (2011), toplayıcı imalatın katı ürün üretme imalatına etkisinin büyük olacağını belirtmektedir. Bilgisayarlı destekli tasarım ile toz, erimiş plastik ve metaller kullanarak katı yapı iskelesini kurup katman katman tabakalarla ürünü yaratmak üzere 3D yazıcıya gönderilerek yazdırılmasına verilen ad olan “toplayıcı imalat”, mücevherden cep telefonuna ve hatta araba ve uçak parçalarına kadar her türlü malın yazdırılmasını mümkün kılmaktadır. Milyonlarca kişinin düzenli olarak, dijital imalatlı kişiye özel ayarlanabilir ürünleri bilgisayarlarına indirerek ev ve iş yerinde bastığına dikkat çeken Rifkin (2011) ayrıca toplayıcı imalatın geleneksel imalatla kullanılan hammaddenin %10 u ile ve elbette daha az enerji ve nakliye olmadan gerçekleştirilmesinin mümkün olduğunu da belirtmektedir. Rifkin (2011) 'e göre, üçüncü sanayi devrimi'nde imalat kavramının yeniden anlamlandırılışı ile dağıtılmış ve işbirliğine dayalı iş modellerinin birleşimi, ekonomiyi yeniden biçimlendirecektir (Rifkin, 2011:160-163).

Lessig (2008) ise, geçmişte nispeten nadir görülse de olağanüstü ekonomik bir fırsat vaat eden bir girişim olduğunu belirttiği “hibrit ekonomik model”in gelecek için önemli olduğuna işaret etmekte ve sistemin, hem ticari, hem de paylaşımcı bir ekonomik yapılanma olduğunu vurgulamaktadır (Lessig 2008:23-28).

Büyük küresel ağlara erişimin, bir değer olarak 19. ve 20. yy'daki özel mülk haklarının olduğu kadar önemli bir hale dönüşeceğini belirten Rifkin (2011) 'e göre, internet ile büyüyen kuşak, klasik iktisat teorilerinin ortak fayda adına yaratıcılık, bilgi, uzmanlık ve mal/ hizmet paylaşımını pek önemsememektedir. Milyonlarca gencin internetteki işbirliğine dayalı ve dağıtılmış sosyal ağlarda gönüllü yer almasını örnek olarak ifade eden Rifkin, yeniçağda mülk kavramının yerini sosyal ağlara erişim ve ortak deneyim paylaşma hakkı gibi kavramlara bırakacağını ifade etmektedir. İnternete erişim hakkı birbirine bağlanmış dünyada yeni, güçlü bir mülk değeri haline gelmektedir. Evrensel erişim hakkının ayrıcalıklı mülkiyet hakkını devirdiği işbirliğine dayalı ve açık kaynaklı bir dünyada telif haklarının ve patentlerin şu anki haliyle kalmasının mümkün olmadığını belirten Rifkin, mali sermayenin dev girişimlerin oluşumunun başlangıç aşamasında artık sosyal sermaye kadar önemli olmadığını ve hizmete erişimin mülkiyetten daha önemli olduğunu ifade etmektedir. Aydınlanma geleneğine ait, Amerikan Rüyası'nın maddi

çıkarcılık, otonomluk ve bağımsızlık üzerine kurulu olduğunu ancak işbirliğine dayalı çıkarın birbirine bağlanma ve karşılıklı güvene dayanan bir anlayış olduğunu vurgulayarak gerçek özgürlüğün herkesin arasına katılmak ile mümkün olduğunu altını çizmektedir. Genç kuşağa göre ekonomik refah önemli ise de kişinin mutluluğu aynı zamanda toplumsal sermaye birikimi ile de orantılıdır (Rifkin,2011:275-285).

Harari (2016) ağ üzerinde paylaşmanın mahremiyetten feragat anlamına geldiğine vurgu yapmakla birlikte bunun 20 yaş altı için ise sorun teşkil etmediğini ve insanların mahremiyet, özerklik ve bireysellikten vazgeçmek pahasına da olsa veri akışının bir parçası olmayı arzuladıklarını ifade etmektedir. Bu noktada son dönemde işgücü piyasasındaki yerlerini belirginleştiren ve doğduklarından beri internet teknolojisiyle birlikte yaşayan, internetsiz bir hayatı düşünemeyen Y kuşağı (1980-1999) ve yeni girmeye başlayan Z kuşağı (2000-2010) değerlendirildiğinde, paylaşımın hayatın bir parçası olduğu kolaylıkla gözlenebilen bir durumdur.

Teknoloji ancak toplumsal zeminin kabulü ve kullanım alanının varlığı ile hayata geçebilmektedir. Sosyal ağlarda paylaşım eğiliminin bugün genç ve hatta çocuk yaşlarda yoğunlaştığını düşünülse de bu kuşağın geleceğimiz anlamına geldiği göz ardı edilmemelidir. Uygulamaların değerleri kullanıcı sayısı ile karşılık bulurken, kişiler ise kendilerini takipçi sayısı ile kimliklendirmektedir. Modern-Post modern toplumun kendini tükettikleri ile ifade eden bireyleri bugün takipçi ve beğeni sayısında kendini bulmaktadır. Bu toplumların sermaye ve bilgi ile kendini ifade eden işletmeleri ise kullanıcı ve indirme sayılarında karşılık bulmaktadır. Trend bir eğilim olma eşliğini uzun zaman önce geçen tüketmek yerine “paylaşım felsefesi” üründen, hizmete, bilgiden, mekâna kısacası yaşamın her alanına yerleşmektedir. Bu durum kendini çalışma hayatında, çalışma mekânları üzerinde de göstermektedir.

BÖLÜM 2: ÇALIŞMANIN MEKÂNLARI

Çalışma ve mekân ilişkisinin önemi ile çalışma mekânlarının tarihsel dönüşümünün ele alınacağı ikinci bölümde, çalışma mekânlarında üretim, yönetim ve tüketim paradigmalarının değişiminin çalışma mekânları ile olan etkileşiminin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle mekân kavramı ele alınmakta, çalışma ve mekân ilişkisi incelendikten sonra ise çalışma mekânı paradigmalarının tarihsel seyri değerlendirilmektedir.

İnsanın, bedensel ve ruhsal ihtiyaçları ekseninde şekillendirdiği mekân ile arasındaki etkileşim kaçınılmazdır. İnsanlar, tarih boyunca yaşamın büyük bir bölümünün geçirildiği mekânları, ihtiyaç ve beklentilerine uygun biçimde tasarlamış ve kullanmışlardır. Işıktan, ısıya, büyüklükten, fonksiyonelliğe birçok ögenin belirleyici olduğu bu tasarımlarda insan mekânı biçimlendirirken mekân da insanı etkilemekte ve yönlendirmektedir. Özellikle yaşamın merkezi faaliyeti olan çalışmanın mekânları da, hem kullanım süresinin, hem de etkileşim derecesinin yoğunluğu açısından insan ile iletişimi en yüksek mekânlardandır. Çalışma süresi boyunca devam eden etkileşim sırasında, insan mekânda bilgi, ürün veya hizmet üretmektedir. Bu üretim sırasında da paylaşmakta, geliştirmekte, başarmakta-kaybetmekte, gülmekte ağlamakta, eğlenmekte, sosyalleşmektedir. İşletmeler açısından ise çalışma mekânı iş, işgücü ve organizasyon akışı ile örgütsel öğeleri temsil eden kimlikli bir yapıyı vurgulamaya olanak sağlamaktadır.

Çalışma değişirken, yeni paradigmlar bağlamında ortaya çıkan yeni çalışma modelleri, işin organizasyonu ve işgücünün yönlendirilmesinde yeni mekânlara, yeni yapı ve tasarımlara ihtiyaç duymaktadır. Dönemsel paradigmlar ekseninde biçimlenen alanların tasarım ve organizasyonunda, endüstrinin ilk dönemlerinde sadece üretim verimliliğine odaklanılan çalışma mekânları, beşeri unsurların öne çıkması ve hatta zamanla en önemli unsur haline gelişi ile paylaşılan açık alanlara dönüşmüştür. Önce kapalı ofisten açık ofise çıkan işgücü, teknolojik gelişmeler uzantısında işyeri dışına çıktığında ise çalışma ve mekânın bağının koptuğu düşünülmüştür. Ancak bu noktada çalışmanın mekânla olan bağı değil işyeri ile bağı kopmuştur. Her yerden gerçekleştirilebilen çalışma nerede gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin mekânsal ve ortamsal öğelerden etkilenmemesi mümkün değildir. Hem eylemsel ve hem de kimlikli mekan arayışındaki çalışma, eve

döndüğünde yakalayamadığı beklentilerini, önce üçüncü alanlar olan cafe, kütüphane gibi mekanlarda sonrasında ise coworkinglerde aramaktadır.

Coworking alanları, çalışma ile yaşam arasındaki sınırlar bulanıklaşırken, çalışma mekânları ile yaşamsal (özel) mekânlar arasındaki dengenin sağlanmasına ek olarak, yaşamsal kimliğin çalışma mekânına yansıtılabilmesine ek olarak benzeşen kimliklerin buluşarak, paylaşarak, işbirliği ile birlikte üretim/gelişimine olanak sağlayan ve yeni çalışma paradigmalarının uzantısında ortaya çıkan mekânlardır.

Kavramsal olarak çalışma mekânlarının ve tarihsel seyrinin değerlendirilmesinde bütünsellik ve netliğin sağlanabilmesi amacıyla ofis, fabrika, büro, plaza kavramları yer yer kendi adları ile kullanılsa da, genel bir değerlendirmenin gerçekleştirilebilmesi için çalışma mekânı olarak ifade edilecektir. Bu noktada çalışma mekânı, “çalışma ilişkisine konu olan işin, gerçekleştirildiği mekân” olarak ele alınmaktadır.

2.1. Kavramsal Olarak Mekân

Çalışma mekânları tarih boyunca insanlar için sadece, üretim ve tüketim ilişkilerinin değil aynı zamanda toplumsal yaşam ve ilişkilerinde kurgulandığı, biçimlendiği ve hayata geçirildiği alanlar olmuştur. Ekonomik yapılanmanın temeli olan üretim ve tüketim ilişkilerinin nerede, hangi ögelerin etki ve etkileşiminde olduğu, yapının biçimleniş açısından önemlidir. Ekonomik değerın ürün, hizmet veya bilgi fark etmeksizin; üretiminde mekân; fiziksel yapılanmanın çok daha ötesinde bir “anamlar kümesi” içermektedir. Mekânın içerdiği anlamlar kümesi o alandaki ilişkilerin biçimlenmesi ve mekânlar arası farklılaşmayı oluşturmaktadır. Çalışmanın gerçekleştirilmesi esnasında var olan ögeler, ortam ve ilişkiler çalışanı doğrudan etkileyen yapılar olmaları nedeniyle, bunların tasarımı önem kazanmaktadır. İşveren için çalışanın verimliliğine, motivasyonuna, ilişkilere etki etmesi beklenen bu yapıların tasarımı önem taşımakta iken işgücü için ise insani koşulları taşıması öncelikli olmakta ve yapılanmanın organizasyonel, ergonomik, psikolojik, sosyal, estetik ve konumu gibi birçok özellik belirleyici olmaktadır.

Üretimin gerçekleştirildiği, çalışma ilişkilerinin örgütlendiği mekânlar, modernite ile yaşamsal mekânlardan ayrıştırıldığında bile insanın doğası gereği bu iki örgütlenme arasındaki etkileşim ortadan kalkmamaktadır. İnsan bazen kendini ifade eden kimlikssel

öğeleri bulunduğu mekâna taşımak suretiyle mekânı biçimlendirirken, bazen de mekân amaca uygun öğelerin yerleştirilmesi ile insanı biçimlendirmektedir. Mekânı, sınırları belirli, çevresinden bağımsız üç boyutlu bir varlık olarak kabul eden, temelini Öklid geometrisinden alan Newton'un mutlak mekân kavramsallaştırması modernite ile hayat bulmaktadır. Mekânı, edilgen kılan toplumsal amaçlar için biçimlendirilecek bir şey olarak gören modernitede akılcılığın ön planda olduğu pozitivist anlayış öne çıkmaktadır. Mekânın öznel koşullarını göz ardı eden onu tekelleştiren genelleştiren bu yapı 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren post modern yapılanma ile kırılmaktadır. Pozitivist paradigma, uzun dönem boyunca başta coğrafya olmak üzere tüm sosyal bilimlerde mekânın, toplumsal ve doğal olayların gerçekleştiği, kartezyen koordinat sistemine sahip, salt bir uzay parçası olarak algılanışına ve bu nedenle de mekânın toplumsal süreçlerde pasif olan, düzenleyici ve belirleyici herhangi bir etkiye sahip olmayan, tarihsel bağlamı bulunmayan, kendiliğinden bir varoluşa sahip, Öklid geometrisi temelinde kavranabilen ontolojik bir geometrik düzlem olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. Ontolojik anlamda salt bir uzay parçasına indirgenen mekânın pozitivist paradigma çerçevesindeki tasarımı, sosyal bilimlerde onun rolünü hep zamanın (tarihin) ve diğer faktörlerin arka planına atmıştır. Post modern paradigma ile mutlak mekân yerini görelî mekâna bırakmaktadır. Einstein'ın görelilik kuramı doğrultusunda gelişen görelî mekân kavramı mekânın üç boyutlu coğrafik mekândan daha fazlası olduğunu ve sosyal, ekonomik ve politik boyutları ile birlikte ele alınması gerekliliğini belirtmektedir (Ünlü, 2013:139-142).

Mekân ve insan arasındaki ilişki birbirini tamamlayan, birbirine geçen bir yapı ile sadece kullanılan bir ürün değil, yaşamı bütünleyen bir içerikle değerlendirilmelidir. Mekân; sadece insanları değil, insanların yanı sıra şeyleri de barındıran ve hem onlara anlam kazandıran hem de onlarla da anlam kazanan, insan ve topluma bağımlı bir varlık olması nedeniyle toplumsal yapı ile biçimlenmektedir (Özbek ve Ertürk: 2017:79). Mekân ve insana dair etkileşimi konu alan çalışmalar pek çok başlık altında gerçekleştirilmektedir. Psikolojik yaklaşımlar kimliğin oluşumuyla ilişkilendirirken, sosyolojik çalışmalar sosyokültürel yapıyı vurgulamaktadır. Duyumsal ve zihinsel bir süreçle gerçekleşen mekânın algılanması, bireyin kültür ve deneyimlerini içeren psiko-sosyal durumunun yanı sıra mekân içinde geçirilen zaman, mekânın ışık, ısı, konum gibi fiziksel faktörlerden de doğrudan etkilenmektedir. Bireyin, mekâna yüklediği değer, o mekânın birey için

taşımakta olduğu anlamla ilişkilidir. İnsanlar mekânı sadece görsel veya sembolik olarak değerlendirmenin ötesinde mekânı anlamlandırarak yapılandırırlar. Dolayısıyla mekân, her birey için farklı biçimlerde hem fiziksel hem sosyal, hem psikolojik olarak inşa edilmekle (Solak, 2017:14-17) birlikte sosyal, kültürel, ekonomik ve toplumsal etkileşimlerle yeniden biçimlenmektedir. Bu değişim çalışmanın gerçekleştirildiği alanlar anlamında dikkate alındığında üretime (üretim modeli olarak Fordist, post fordist gibi), araçlarına (mülkiyetin kimde bulunduğuna), üretilene (ürün, bilgi ya da hizmet oluşuna) göre değişiminin, mekânsal farklılaşmalara da neden olduğu görülmektedir.

2.2. Çalışma ve Mekân İlişkisi

Günlük yaşamın önemli bir bölümünü oluşturan çalışmanın gerçekleştiği mekânlar olarak çalışma mekânları, hem üretimi, hem de üretenleri etkilemeleri nedeniyle yaşamsal açıdan önemli mekânlardır. Çalışanlar üzerinde sosyal, psikolojik ve fiziksel olarak etki yaratabilen bu mekânların organizasyon ve tasarımı, hem işletme, hem de çalışanlar açısından belirleyici rol oynayabilmektedir. Çalışma mekânlarının, çalışmanın her iki tarafının da ihtiyaçlarını karşılayabilmesi önemlidir. Bu nedenle çalışma mekânı, hem verimliliği, yaratıcılığı, işbirliğini arttıracak, hem de işletmenin vazgeçilmez kaynağı olan çalışanların çalışma ve yaşamsal ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilecek alanlar olarak düşünülmelidir.

Çalışanların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaç-beklentilerini karşılayan, üretim ve verimliliklerinin yanı sıra yaşamını, davranışlarını ilişkilerini düzenleyen ve tüm bu ilişkilerden etkilenererek biçimlenen çalışma mekânları da toplumsal değişimlerden etkilenmektedir. Kısacası çalışma değişirken mekânları da değişmektedir.

Sanayi devrimi sonrasında çalışma ve yaşam alanları birbirinden fiziksel olarak ayırtıklarında, amaç ve hedeflerinin farklılığı mekâna da yansımıştır. Çalışma mekânları sanayi devriminin ilk dönemlerinde ve takiben Fordist üretim yöntemlerinde, insanı değil üretimi esas alan klasik yönetim yaklaşımlarını eksen tutarak, üretim miktarının artırılmasına yönelik yönetsel yaklaşımlar ile düzenlenmiştir.

Zamanla hem üretim modellerinin, hem üretilenin, hem de yönetim modellerinin değişimi ile çalışma mekânlarının, çalışanların ihtiyaçlarına yönelen ve hatta önceleyen mekânlar haline dönüştüğü görülebilmektedir. Bilginin öne çıkışı ile üretimde insan rolünün belirginleşmesi ve insanın kaynak olarak değerlendirilmesi yaklaşımları mekân tasarımı da kullanıcı memnuniyetinin öne çıkışı sonucunu doğurmuştur.

Çalışma ortamlarının tasarımında belirleyici unsurlardan biri olarak kullanıcıların yani çalışanların gereksinimleri; “kullanıcıların özelliklerini karşılayabilecek donatı elemanları ve mekân tasarımları, çalışma ortamlarında herhangi bir rahatsızlık duymadan eylemlerini gerçekleştirmelerine ve çalışmalarında verimli olmalarına yardımcı olan tüm çevresel ve sosyal koşullar” olarak tanımlanmaktadır (Çimen, 2008:3).

Çalışanların kendini rahat hissetmesini odak alan fiziki düzenlemeler, esasta alansal yapılanmaya ağırlık vererek, alanın temizliği, hijyeni, aydınlatması, sıcaklığı, havalandırması, gürültü oranı, risk unsurları, ergonomisi gibi geniş bir yelpazede değerlendirilmektedir (Keser, 2014:150-151). Bu düzenlemelere işyerinin lokasyonu yani ulaşılabilirliğinin yanı sıra ile mekân atmosferini oluşturan görsel öğeleri, renkleri, özelleştirilmiş alanları, duvar yazılarını, müzik ve akustiği de ekleyebilmek mümkündür. Çalışanların fiziksel özelliklerine uygun ortamlarda verimlilikleri artmasının yanı sıra mekânı düzenleme özgürlüğü olduğunda mesela istediği renge boyayabildiğinde, çiçek yetiştirebildiğinde ve kişisel eşyaları ile dekore edebildiğinde kendisini daha huzurlu hissettiği ve bu durumun hem iş arkadaşları ve müşterileriyle iletişimine yansıdığı dikkati çekmektedir (Koçer ve diğ., 2016: 583).

İşin gerçekleştirilmesinde herhangi bir psikolojik rahatsızlığın duyulmamasına yönelik koşullar olarak ifade edilen, psiko-sosyal kullanıcı gereksinimleri, işitsel ve görsel mahremiyet, toplumsal çevrenin, insan davranışlarına ilişkin özellikleri ile insanın içinde yer aldığı mekâna ait form, renk, doku gibi estetik koşullar olarak sıralanmaktadır (İmal, 2009:60).

Çalışma mekânlarında, fiziksel ve psikolojik kullanım rahatlığına ek olarak sosyal açıdan da olumlu etkiler yaratacak ve böylelikle hem çalışanların sosyalleşmesine olanak sağlayacak hem de işletmelerin işbirliği, birlikte çalışma ve yaratıcılık beklentilerine yanıt verecek alanlara olan ihtiyaç giderek artmaktadır.

Çalışma mekânları işin yerine getirildiği yerler olmanın yanı sıra çalışanların iletişim kurdukları, paylaştıkları yaşam alanlarını ifade etmektedir. Üretimin gerçekleştirilmesi esnasında etkileşim ve iletişim içerisinde olan çalışanlar için, çalışma mekânı aynı zamanda paylaşım, gelişim, eğlenme, sosyalleşme mekânlarıdır. İşletmeler için de sadece işin gerçekleştirildiği alanlar olmayan bu mekânlar, aynı zamanda kimliklerini ifade etmenin, çalışanları yönlendirmenin ve hem çalışanlarla hem de müşterilerle iletişim kurmanın bir aracıdır.

Çalışma mekanlarının fiziksel, sosyal ve psikolojik uygunlukta düzenlenmesi ile oluşturulacak çalışma ortamları, çalışanların verimliliğinin yanı sıra aidiyetlerine, işbirliğine ve yaratıcılığına da olumlu etki de bulunabilmektedir.

Paylaşım tabanlı yeni ekonomik yapılanma ekseninde, yeni istihdam formları ile yeniden yapılanan çalışma, insanı, bilgiyi ve bilginin paylaşımını önceliklendirmektedir. Bu bağlamda değişen çalışma mekânları da yeni ekonominin ihtiyaçlarının yanı sıra çalışmanın yeni ihtiyaçları olan işbirliği, paylaşım, network gibi unsurlara da odaklanarak şekillenmektedir.

Teknolojik gelişmelerle mekândan bağımsızlaşan çalışmanın, işyerinin fiziksel unsurlarına olan değişimle birlikte psikolojik ve sosyal unsurlara olan ihtiyacı devam etmektedir. Çalışmanın iletişim ve işbirliği ihtiyacı evlerde gerçekleştirilmesini zorlaştırırken, ofislerde gerçekleştirilmesi ise hem maliyetli hem de idari iş yükü açısından zorlayıcı olmaktadır. Bu noktada çalışmanın, işbirliğinin gerçekleştirebildiği, deneyimlerin ve hatta işin paylaşıldığı esnek, teknolojik, konforlu, prestijli, kimlik, imaj sahibi, ergonomik, düşük maliyetli, paylaşımlı çalışma mekânları olan coworking alanlarına yöneldiği dikkati çekmektedir. Kullanıcılarının fiziksel, sosyal ve psikolojik unsurları açısından kendilerine uygun olduğunu düşündükleri mekânı seçerek tüketebilmelerini sağlayan coworking alanları hem işletmelerin, hem de işletme mekânında konumlanmayan kendi hesabına bağımsız çalışmakta olan üreticilerin ilgisinin giderek arttığı mekanlardır.

Coworking alanları, sağladığı olduğu fiziksel, sosyal ve psikolojik unsurlar ile çalışmaya ilişkin konforlu, eğlenceli, paylaşımlı ortamları tüketime sunmaktadır. Küçük işletmeler için idari iş yükünü azaltan, deneyim paylaşımına olanak sağlayan ve esnek yapısı ile

alternatiflere sahip olan coworking alanları büyük işletmelere de bunlara ek olarak yaratıcı, yeni fikirlere ulaşma, yatırımcı olabilme işbirliği gerçekleştirme gibi olanaklar sunmaktadır.

2.3. Çalışma Mekânı Paradigmalarının Tarihsel Seyri

İnsanın hem maddi hem manevi ihtiyaç-beklentilerini karşılayan ve ilişkilerini düzenleyen mekân hem toplumsal değişimden etkilenmekte hem de topluma yayılmak suretiyle de onu biçimlendirmektedir yani paradigmalar değişirken mekânlar da değişmektedir. Mekânın ortaya çıkışı ve üretilmesinde toplumsal, zihinsel sürecin önemini belirten Lefebvre (2014), mekânın tarihi bir ürün olduğunun da altını çizmektedir (Lefebvre, 2014:24). Çalışma mekânları da, değişken, dinamik ve tarihi bir olgu olan çalışmanın paradigmaları ekseninde dönüşmekte ve yeniden biçimlenmektedir.

“Her özgül üretim tarzı ya da sosyal formasyon kendine özgü bir zaman ve mekan pratikleri ve kavramları bohçası içerecektir.” ifadesinde Harvey (2014), bugüne kadar toplumsal yeniden üretime ilişkin maddi pratik ve süreçleri değiştiren devrimci bir üretim tarzı olan kapitalizmin değişimi ile birlikte mekan ve zamanın nesnel özellikleri ve anlamlarının da değişeceğini belirtmektedir (Harvey, 2014:230).

Kapitalist üretim ilişkileri hem örgütlenme biçimi ve hem de süreçler aracılığıyla mekanın üretiminde ve dönüşümünde önemli bir güce sahiptir. Mekânı da diğer üretim faktörleri gibi maksimize edilecek bir öge olarak gören ve araçsallaştıran sermaye, mekânı da kapitalist ekonominin değişen koşullarına bağlı olarak her defasında yeniden tarif etmekte, örgütlemekte, gerekirse tümden yok ederek yerine yeni ilişkilerin yer alabileceği ortam ve mekânlar yaratmaktadır (Yırtıcı ve Uluoğlu, 2004: 43).

Toplumsal bir olgu olarak çalışma, kurgulanışındaki ilişki ağları ve kurumlarını biçimlendiren, tarih boyunca değişim ve dönüşümüne eşlik eden kapitalizmle birlikte, her paradigma değişiminde, yeni mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Çalışma mekânları, çalışmanın dönüşümünden etkilenecek şekilde şekillendiği gibi yeni tasarım ve modellemeler üzerinden çalışmanın dönüşümüne etkide de bulunmuşlardır. Çalışma olgusu, çalışma koşulları ve mekânlarındaki değişim toplumsal, teknolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik parametreler ekseninde biçimlenmektedir. Öte yandan çalışma mekanlarının

biçimlenmesinde verimlilik ve üretkenliği artırma çabalarına yönelik yönetim ve motivasyon yaklaşımlarının da önemli etkisi olduğu görülmektedir.

Çalışma mekânlarının tarihsel seyrinin ele alınmasında Soyak (2009) endüstri devrimi öncesi ve sonrasını ayırıştırırken, 20.yüzyılı ise Taylorist, Bürolandshaft ve Cubic olarak sistemleştirmektedir (Soyak,2009:1). Altınkoç (2005) da ofis kavramının 19.yüzyıl gelişmelerinin bir sonucu sayılsa da aslında 15.yüzyılda Uffizi ile başladığını belirtmektedir (Altınkoç, 2005:7). Çimen (2008) ofis binalarının tarihsel gelişiminde tarım toplumundan sonrasını ve keşifler dönemi altında 18-19 ve 20. yüzyıl dönemlerini ele almaktadır (Çimen, 2008:1). Süreci 1950'lerden başlatan Dalga (2007) da bu dönem ve sonrasına işaret etmektedir (Dalga, 2007:1). İmal (2009) ise süreci yine 1950'lerden başlatmakta ve fabrika ofislerden Bürolandshaft ve Aksiyon ofislere olan süreci 1970leri kültürel çeşitlilik, 1980leri bilgisayar, 1990ları ise teknoloji etkisinde sınıflandırmaktadır (İmal, 2009:1).

Dufy, 19. yüzyıl ve 20. yüzyıl ofis binalarına ilişkin tarihsel sınıflandırmasında dört dönemden bahsetmekte ve bu dönemleri, 1849 -1864 Ev Mekânları Dönemi, 1894-1904 Gökdelen Kâğıt Fabrikaları Dönemi, 1954-1963 Ortak Kontrol Dönemi, 1973 sonrası Endüstriyel Demokrasi Dönemi olarak sıralamaktadır (Altınkoç, 2005:8).

Lovell (2017) ise, modern gelişim sürecine ilişkin sınıflandırmasında ofisleri “1900’ler Taylorist Ofis, 1910-1930 arası Savaş Öncesi Sosyal Demokrat Ofisleri, 1930’lar Modern-Aerodinamik Ofis, 1950’ler Açık Plan Ofisi, 1950’ler Bürolandschaft, 1960’lar Herman Miller Action Ofis I ve II, 1980’lerde Cubicle Ofis, 1990’larda Sanal ofis, ile Hot Desking, 2000’ler de ise Casual Ofis” olarak sıralamaktadır (Lovell, 2017).

ISS (2020) tarafından ofislerin tarihsel gelişimine ilişkin yapılan bir başka sınıflandırma ise, Taylorist ofis (1900), Streamlined (aerodinamik) Ofis (1930 lar), Cubicle ofis (1980ler), Virtual (Gerçek) ofis ve aktivite odaklı çalışma (2000 ler), Deneyim odaklı ofis (geleceğe ilişkin) biçiminde karşımıza çıkmaktadır (ISS,2020).

Bu araştırmada ise, çalışma mekânlarının tarihsel seyri ele alınırken, sanayi devrimleri rehberliğinde çalışma-teknoloji ilişkisi ekseninde bir kronoloji oluşturulmaya ve bu kronolojiye mekânların çalışmaya ilişkin üretim- yönetim ve paylaşım üzerindeki

döngüsel etkisi eklenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, mimari ekoller konunun dışında tutulmasının nedeni ve mekânın çalışmaya etkilerine yoğunlaşmak amacını taşımaktadır.

Tarih boyunca ihtiyaçlarını karşılamak için üreten bir varlık olarak insanoğlu mekânın dönemin paradigmaları ile iş yapabilme olanakları çerçevesinde ormanlarda, mağaralarda, su kenarlarında, sahip olunan veya olunmayan toprakta, evde, atölyede, fabrikada, ofiste, cafede ve hatta bilgisayarın küçülüp cep boyutuna indirildiği ve ağı her yerde ulaşılabilirliği sağladığı 21.yüzyılda sınırsızlaşarak bahçede, havuz başında, deniz kenarında yani artık gerçek anlamda her yerde ve her mekânda gerçekleşmektedir. Bu noktada çalışma mekânlarındaki fiziksellik yerini sanallığa bırakmakta ve mekânsız da olsa, çalışma kökenli ilişki ağları sürdürülmektedir. Bu noktada çalışma mekânını nasıl adlandırdığımız değil mekândaki ilişkisel örüntüler ile kimlikler öne çıkmaktadır.

Çalışmanın uzun süreli değişimine eşlik eden çalışma mekânlarının tarihi değerlendirilmesi 16.yy dan itibaren ele alınmıştır. Ticari kapitalizmin ve idari işlerin geliştiği çalışmanın ev ile olan bağlarının koptuğu ve mekânsallaştığı bu dönemin tercih edilmesinde ayrıca sanayi devriminin zemin oluşturması da etkindir. Bu noktada Sanayi Devrimine zemin oluşturan 16-18yy Çalışma Mekânları ve Sanayi Devrimi ve Sonrası Çalışma Mekânları olarak ayrıştırılmıştır. Ayrıca Sanayi Devrimi ve Sonrası Mekânlar, sanayi devrimlerine yakınlıkları bağlamında, yaklaşık bir değerlendirme ile 1950 öncesi, 1950-1970 arası ve 1970 sonrası biçiminde ele alınmıştır.

2.3.1. Sanayi Devrimine Öncesi 16.yy -18 yy Çalışma Mekânları

Tarihsel akış ile çalışmanın mekânları değerlendirildiğinde, karşımıza çıkan ilk kavramlardan biri olan “ofis”, Fransızca “bureau” sözcüğünden gelmektedir. TDK’na göre “çalışma odası, yazıhane, danışma ve yazı işlerinin yürütüldüğü iş yeri, bölüm, şube ve hatta yazı masası” olarak ifade edilmekle birlikte, Latince köklü bir sözcüktür ve “iş-yapıt” anlamına gelen “opus” sözcüğünden türemiştir (Altınkoç, 2005:2). Ofis, çağdaş anlamda örnekleri ilk olarak 15.yy da görülen, dini kurumların ve hükümetlerin kayıt ve belgelerini düzenledikleri yerler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Sanayi Devrimi sonrasında ise çalışma alanları ile yaşamsal alanların birbirinden ayrılması sonrasında fabrikalardaki faaliyetlerin düzenlenmesi ve organizasyonuna ek olarak, gerekli bilgi ve belge üretimini sağlayan mekânlar olarak şekillenmektedir. Marmot ve Eley (2000)

"Office Space Planning - Designing For Tomorrow's Workplace"¹⁴ adlı kitapta ofisin anlamının kişiye göre farklılık gösterebileceği üzerinde durulmaktadır (Sağlam, 2019:3). Çalışmanın anlamının kişiye, döneme göre değişimi düşünüldüğünde çalışma mekânı kavramının da her dönemde, her çalışan için farklı içerik, kapsam, donanım ve ağları ifade etmesi kaçınılmazdır. Ofis yerleşimini ifade eden temel eleman olarak oda, özel ofisin kendisi olmakla birlikte bazen evde yâda kütüphanede bir çalışma alanı, bazen de ayrı bir mekân olabilmektedir. Esasta kişinin mahremiyet ve kayıt ihtiyacının karşılandığı alanlar olarak ofis, bazen sadece bir adresi bile ifade edebilmektedir (Dalga, 2007:7).

16. yüzyılda, ticari faaliyetlerdeki artış ile idari nitelikteki işlerin öne çıkışı ile muhasebe faaliyetlerinin düzenlendiği, resmi nitelikteki ilişki ağı ve hiyerarşik düzene göre kurulmuş şirket yapıları öne çıkmaktadır (Çimen, 2008: 11).

İlk ofislerden biri olarak “Uffizi Binası”, 1560’da Floransa’da Giorgio Vasari tarafından “U” plan şemalı, 3 katlı inşa edilen bir yapıdan oluşmaktadır (Tan, 2019:4).



(1)

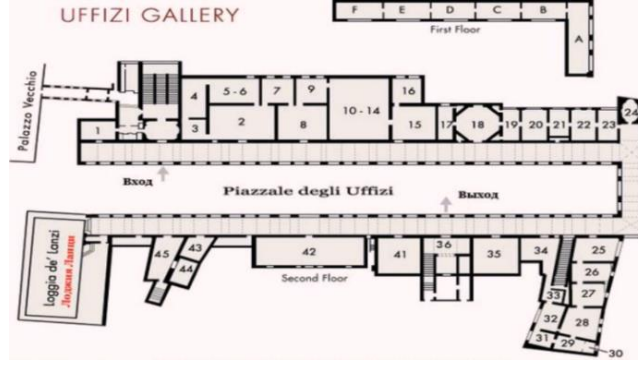


(2)

Resim 1: Uffizi Galery (1) U Planlı Giriş (2) Ana Kapı

Kaynak: www.uffizi.it

¹⁴ Ofis Alanı Planlama, Yarının Ofislerinin Tasarımı



Resim 2: Uffizi Galery Planı

Kaynak: www.youtube.com.

İdari ofisler, devlet arşivi ve ticaretle uğraşan personeli tek çatı altında toplayan, toplamda otuz adet özel ve kamu kurumunun yer aldığı bina kare biçimindeki kabul salonunun etrafını kâtip ve uzmanlar için odalarla çevrelemektedir (Soyak,2009:7). İtalyanca’da “ofisler” anlamına gelen “Uffizi”; ağırlıklı olarak Floransalı sulh yargıçları ve bürokratların ofis ve toplantı salonlarını içeren (Anonim, 2008) bir yapıdır.

Ofis kelimesinin aslında köken itibariyle bir mekâna referans vermediğini ve iş yapma eylemini ifade ettiğini belirten Kuruç (2014), ofislerin yönetim ve belgeleme faaliyetlerinde mekâna olan ihtiyaçtan ortaya çıktıklarını ve bu nedenle de ilk olarak saray ve tapınaklarda karşımız çıktıklarını ifade etmektedir (Kuruç, 2014:46). Uffizi, Medici ailesi mensuplarından Cosimo yönetiminde bulunan esnaf birliği, kamu ofisleri ve arşivlerin bulunduğu bir kompleks ofis şeklinde düzenlenmiştir (Dennis, 2016:64). Uffizi Galerileri, modern zamanlarda yapılan ofis yapıları arasında ofis kavramını yakalayan ilk büyük bina olarak kabul edilmektedir (Çimen, 2008:11). Sokak hissi yaratan iç avlu, ziyaretçileri içeriye davet ederken nesnelerin sergilendiği, yönetimin bulunduğu ve belgelerin saklandığı mekân olmak üzere, üçü de gücün göstergesi olan yapıları, aynı çatıya toplamaktadır (Kuruç, 2014: 46).

Gücün, mekân üzerinden sergilendiği bu dönemin belirgin yapılarından bir diğeri de Honourable East India Co.’dur. Honourable East India Co.1600-1874 arasında, kendi ordusu, kendi toprakları olan ve çay ticaretine neredeyse tamamen sahip, dünyanın en güçlü şirketi olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca Hindistan’la ticaret yapma ayrıcalığına sahip olan ve hisseleri halka arz edilen ilk şirket olmanın yanı sıra, ilk ÇUŞ olarak da

değerlendirilebilecek olan Honourable East India Co., ilk fabrikasını Batı Hindistan, Surat'ta kurarak, daha sonra Basra Körfezi, Çin ve Asya'nın başka yerlerine doğru genişlemiştir. Şirketin tedarik ve pazarlaması ise temsilciler aracılığıyla gerçekleşmektedir (Blakemore, 2019) .

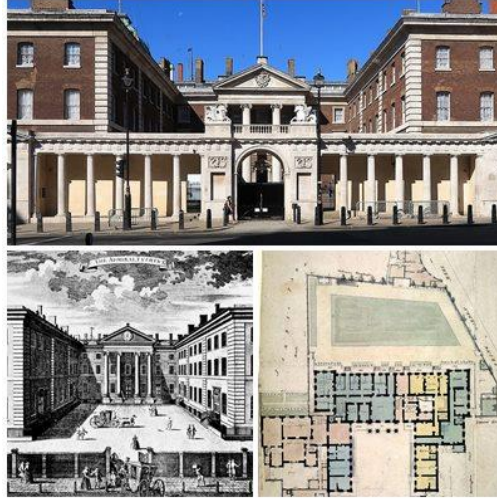


Resim 3: Doğu Hindistan Evi, East India House, London, Thomas Hosmer Shepherd, Çizimi,1817.

Kaynak: <https://www.britannica.com>.

Dolayısıyla Leadenhall Caddesi'ndeki merkezde, Hindistan, Asya gibi uzak mesafelerdeki organizasyonun sağlanabilmesi amacıyla binlerce personelin çalıştırıldığı İngiltere'deki en büyük işverenlerden biri olmanın yanı sıra aynı zamanda çalışmak için en çok arzu edilen şirketlerden biriydi (Ruggeri, 2016). Hiyerarşik ve sert çalışma koşulları ile iş ve işyerinde olağanüstü kontrol sistemleri uygulamanın yanı sıra ev, eğitim, sağlık yardımı gibi olanakları da sunan şirket çalışanları genellikle akrabalık veya tanıdıklık ilişkisi ile şirkete girebilen beyaz erkeklerden oluşmaktaydı (Tabili, 2012:350-352).

1726'da Londra'da inşa edilen “The Old Admiralty Office” de ilk ofis binaları arasında sayılmaktadır. Artan ticaretin düzenlenmesini amaçlayan bir yapı olarak düşünülen bu çalışma mekânı, bugün hala Kraliyet Donanmasının evrak işlerinin ve toplantılarının gerçekleştirildiği bir mekân olarak kullanılmaktadır. Mimar T. Ripley tarafından inşa edilen ve “Ripley Binası” olarak da bilinen, U biçimli yapı, çalışanların rahatsız olmalarını engellemek için ayrı odalar biçiminde düzenlenmiştir (Mansson, 2020:1).



Resim 4: Ripley Binası, The Old Admiralty Office , 1760

Kaynak: <https://www.wikiwand.com>.

Amirallik Bürosundan sonra resmi-idari işlerin gerçekleştirilmesi için özel alanların oluşturulması fikri yoğun ilgi görürken ofis binalarının sayısı da artmıştır. Birleşik Krallık tarafından hazırlanan bir raporda yer alan “ entelektüel çalışma yapan bir kişinin rahatsız edilmemesi için ayrı odalar gereklidir ama daha mekanik işleri yapan kâtiplerin aynı odada denetim altında çalışmaları tanışmak (iletişim) için daha uygundur” ifadesi ile çalışma modeli olarak Taylorizme işaret etmektedir. Ayrıca mekânsal ayrımın vasıflı-vasıfsız çalışanlar değerlendirmesi üzerinden yapılması gerekliliğini belirtmekte ve açık ofisin sağladığı iletişim olanağına da vurgu yapmaktadır (Tseng, 2018).

Güncel ofis binalarının gelişimi açısından belirleyici yapılardan biri olan, Londra’da 1734’te inşa edilen İngiltere Bankası’nın Genel Merkez Binası ise, iki iç avludan oluşmakta ve avlular etrafında gruplanan oda ve departmanlar ile mekânsal örgütlenmenin işlevsel bir yorumunu ifade ettiği düşünülmektedir (Tercan, 2014: 59).



Resim 5: İngiltere Merkez Bankası, Bank of England

Kaynak: (1) ve (2) <https://www.e-architect.co.uk/london/bank-of-england-building>
(3) <https://www.bankofengland.co.uk/museum/inside-the-museum>

On sekizinci yüzyılda değişime ilişkin tek itici gücün sanayileşme olmadığını belirten Murphy (2018), Britanya'nın ekonomik kalkınmasının şekillenmesinde ekonomik ve örgütsel devrimlerin de yerine vurgu yaparak İngiltere Bankası'nın bu devrimde belirgin rol oynadığına işaret etmektedir. 1694'te sadece 17 memurla küçük bir kiralık alanda hizmete başlayan bankanın, 1815'te yaklaşık 1000 işçi çalıştırmakta olduğu ve Threadneedle Caddesi bloğunun çoğunu işgal ettiği belirtilmektedir. Her gün yüzlerce, binlerce işlemle uğraşan bankada, hem ofis içinde hem de ofisler arasında koordine edilen, uzman bireyler ve fabrika benzeri işletim sistemi ile çalışıldığının altını çizen Murphy, akşamın geç saatlerine kadar uzanan vardiyalı çalışmanın varlığından bahsetmektedir (Murphy, 2018).

Çalışma faaliyetinin ağırlıklı olarak evden gerçekleştirildiği bu dönemde, bu yapılar çalışma mekânı olmanın yanında prestiji ve gücü de ifade etmektedir (Chevez ve Huppatz:2017:1). Yapıların biçimlenmelerinde Merkantalizm egemenliğindeki rekabetin, güç ve zenginlik üzerinden gerçekleştirildiği 15-18. yüzyılın etkileri netlikle görülmektedir.

Ayrıca Fransız devrimi ile oluşan statüye dayalı idare düzeni, büroların ast- üst ilişkisi biçiminde hiyerarşik olarak yapılanmalarında etkili olan faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Altınkoç, 2005:5).

Değerli maden birikimi, köle ve mal ticareti ile finansal faaliyetler üçgeninde temellenen Merkantalizmin ticaret odaklı yapılanması, üretim odaklı toplumsal yapılanmaya doğru değişirken, ofisler de daha fazla fonksiyonun yerine getirilmesi gereken mekânlara dönüşmektedir. Profesyonellerin ofislerden çalışması, ofis ile evi, konfor ile mahremiyet açısından ayırtırmaktaydı. On dokuzuncu yüzyılda, Rothschilds ve Barings gibi bazı bankaların müşterileri rahat hissettirmek amacıyla lüks evlerden işletilmeye devam etmesi de bu dönemin ofis algısının değerlendirilmesi açısından önemli arz etmektedir (Chevez ve Huppatz:2017).

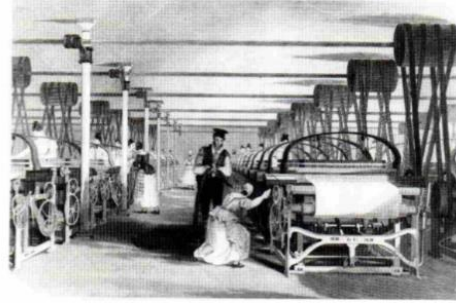
Banka ve sigorta şirketlerinin yaygınlaşması ve ticaretin kurumsallaşması ile çalışma mekânları ofis olan profesyonel gruplar ortaya çıkarken, ofis sayısı da artmaktaydı. Tren yolları ve iletişimin artışı da kent ve ticaret alanlarının birbirinden ayrışmasını mümkün kılmaktaydı. Kat planları ve dış görünüşleri bakımından benzer özellikte olan kiralık ofis binaları, iki ya da üç katlı yapılar biçiminde genellikle üç tip planla inşa edilmekteydi. Merkezi bir koridor etrafında düzenlenmiş odalardan oluşan ofis binaları, atrium etrafında benzer bir plan tipine sahip olan binalar ve merkezi geniş bir oda etrafında düzenlenen odalardan oluşan ofisler olarak karşımıza çıkan planlar yaygın kullanım biçimindeydi. On dokuzuncu yüzyıla kadar, ağırlıklı olarak burjuvazinin çalıştığı, özel ve kamusal sektör yöneticilerine ait olan bu çalışma mekânları genellikle geniş ve iyi döşenmiş odalar biçimindeydi (Soyak, 2009: 9).

Üretime bakıldığında ise, fabrika öncesi üretimin yoğunlukla gerçekleştirildiği yerin atölyeler (imalathaneler) olduğu görülmektedir. Kapitalist üretimin ilk biçimi olarak nitelendirilen imalathanelerin 16. ve 17. yüzyılda üretimin elle gerçekleştirildiği imalathanenin zanaatkâr üretimden farkı işbölümü üzerine kurulu bir yapılanma olmasıdır. Üretkenliğin yükselişine ve üretim hacminin artışına olanak sağlayan imalathane, kitle üretiminin bir biçimini ifade etmektedir. Genellikle merkezi ve dağınık olarak adlandırılan bir yapılanma sergilese de karma imalathaneler de bulunmaktadır. Merkezileşmiş imalathaneler, tek bir işyerinde oldukça fazla sayıda işçinin bir araya gelmesi, işçilerin her birinin mamul maddeyi üretmek için gerekli çalışmanın bir

bölümünü yerine getirmesi biçiminde örgütlenmiştir. Merkezileşmiş imalathanenin örgütleyicisi genellikle girişime sermaye yatıran zengin bir tacir veya usta-zanaatkâr olmaktadır. Merkezi imalathanenin kuruluşunda çoğunlukla mutlak monarşiler ön ayak olmakta ve sarayın, ordunun veya donanmanın ihtiyaçlarının karşılanması amaçlanmaktadır. Maden, kâğıtçılık, şeker, basım gibi sanayi alanlarında yaygın görülen bir üretim yapılanmasıdır. Genellikle kırsalda ortaya çıkan, örgütleyicisinin tacir olduğu dağınık imalathaneler ise, evde bir kapitalistin hesabına çalışan zanaatkârları ifade etmektedir. Kooperatif kuralların çok bilinmediği kırsalda çıraklık süresi çok önemli olmamakla birlikte herkes bir mesleği gerçekleştirebilmekteydi. Çok miktarda hammadde satın alan tacir, bunları işlemleri için zanaatkârlara dağıtmakta ve yarı mamul ise bir zanaatkârdan diğerine geçmekteydi. Bu imalathanede de bir işbölümü vardı ancak bu işbölümünde işçiler kendi evlerinde çalışmakta, zaman ve mekân açısından bölünmekteydi. Ortaçağ zanaatkârlığının üstyapısı olarak değerlendirilen dağınık imalathane, yöntem ve üretim tekniğinde bir değişiklik yapmadan zanaatkârların yaşam ve çalışma koşullarını bozmakta ve onları ücretliler düzeyine indirmektedir (Tanilli, 2017: 22).



(1)



(2)

Resim 6: (1) Evde Yün Eğirme / (2) Fabrikada Dokuma Tezgâhları

Kaynak: Bythell, 1983:17-19

Atölyeler, zaman içerisinde fabrikaya giden yolda bir durak olarak görülmeye başlanmıştır. Makine kültürünün gelişimi ile 19. yüzyıl zanaatkârları ise, giderek daha az ölçüde makine kullanımı ile üreten bir aracı ve hatta bir düşman olarak görülmeye başlanmıştır (Sennet:2009:115).

Mekân olarak fabrikanın ötesinde bir kavram olan fabrikalaşma karşısında mücadele edemeyen zanaatkârlar, çalışma alanlarını fabrikalara bırakırken kendileri de fabrikalarda

vasıflı işçi olarak çalışmaya devam etmişlerdir. Kendini kumaşın gerçek yapıcısı olarak gören zanaatkâr için “Onların emrinde dikilmenin en derinden gücenilen bir aşağılanma” olduğuna vurgu yapan Thompson, fabrikaya girmenin ne kadar fakir olursa olsun, kendi kendini yönlendiren bir adam statüsünden, bir hizmetçi ya da “araç” statüsüne düşmek olduğunun altını çizmektedir (Thompson,2006:377-378).

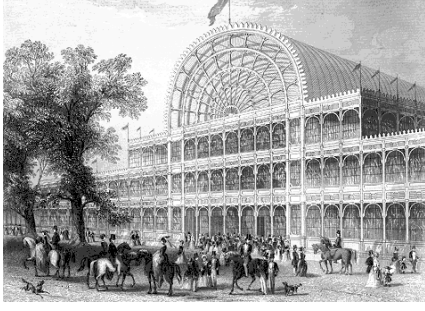
Birol (2006) :3-16), fabrikalaşma- mimari ilişkisinde, sanayi devrimi ile sanayi mekânlarına yönelen çalışma ile kentsel alana yönelen köylülerin yarattığı düzensizlik ve olumsuzluklara işaret etmektedir. Modern şehirciliğin, bu sorunlara bir çözüm arayışı sürecinde geliştiğini belirterek, sanayi devriminin çalışma mekânlarıyla birlikte toplu işçi konutlarının yapımı ile konut mimarisine olan etkisine de vurgu yapmaktadır. (Birol, 2006:3-16)

2.3.2. Sanayi Devrimi ve Sonrası Çalışma Mekânları (19.-20. Yüzyıl)

2.3.2.1. 1950 Öncesi Kadar Çalışma Mekânları

Kentsel alanda özgürleşen işçinin emeğini satması çerçevesinde kurulan iş ilişkisi, çalışmanın tarımsal alandan fabrika işçiliğine doğru hareketi ile birlikte yaşamsal alanları da etkilemekte ve kırsaldan kente doğru yönlendirmektedir. Sanayi devrimi ile birlikte güç dengeleri de değişmektedir. Öncesindeki toprak, maden sahipliğinin gücü azalırken, teknolojik gelişme ve icatların gücü ise öne çıkmaktadır. Merkantalizmin güç ve servet birikimini sergileyen binaları bu dönemde, teknolojik bilginin sergilendiği alanlara dönüşmektedir. Sanayi Devrimini izleyen dönemde teknolojik gelişmelerin sergilenmesini amaçlayan, yeni yapı tipleri ile yeni mekânlar ortaya çıkmaktadır.

Bunlardan biri olan 1851 yılında Londra, HydePark'ta İlk Dünya Fuarı için inşa edilen ve İngiltere'yi temsil eden Kristal Saray (Crystal Palace), güç ve zenginliğin mimari üzerinden sergilendiği yapılar arasında yer almaktadır. Yaklaşık altı milyon kişi katıldığı fuarda çok sayıda ürün sergilenmekteydi. İlk kez dökme demir ve camın birlikte yapı malzemesi olarak kullanıldığı ve böylece teknolojinin biçimlendirdiği bir yapı olması nedeniyle Kristal Saray büyük önem taşımaktadır. Teknolojik yarışla beraber teknolojinin ve farklı malzemelerin kullanımı ile inşa edilen binaların da uluslararasıdaki üstünlüğü sergileyişi 19.yüzyılda da devam etmektedir. Bu teknolojik gelişmeler aynı zamanda sermayenin amaçlarına ulaşımını kolaylaştırması açısından da önem taşımaktadır.



(1)



(2)

Resim 7: (1) Kristal Saray Dış Görünüş / (2) Kristal Saray İç Görünüş

Kaynak: <https://en.wikipedia.org>



Resim 8: Harper & Brothers Binası

Kaynak: <http://www.officemuseum.com>

İkinci katının yarısı ofis olarak kullanılan New York'taki beş katlı Harper & Brothers Binası'nın önü demirden inşa edilmiş ve binanın geri kalanı ile bitişindeki ek bina kitap üretmek ve depolamak için kullanılmıştır. (www.officemuseum.com, 2020)

Buharın üretime dâhil edilmesi ile teknolojinin üretimde kullanımı anlamına gelen sanayi devrimi sonrasında kapitalist, sermayeyi üretime aktarmaya başlamaktadır. Ticari faaliyetlerden üretime ve evsel üretimden fabrikalara doğru sergilenen akışta, çalışmanın merkezi alanı fabrika haline gelmektedir. Sanayi kapitalizminin mekânsal ifadesi olan fabrika, devrimin ve paradigmalarının şekillenmesinde önemli bir yer oluşturmaktadır. Verimin ve üretimin artırılmasının temel amaç olduğu fabrikalarda mekânsal düzenlemeler bu çerçevede tasarlanmaktadır. İşçi ve işveren arasındaki ilişkilerde izlenen hiyerarşik yapı mekâna yansımaktadır. Fabrika içi ilişkiler, iletişim ve iş yapış modelleri de üretim modeline uygun gelişmektedir.

20. yüzyılın başlarında ideal model olarak kabul edilen, “Amerikan fabrikası” modernizasyonun yanı sıra, kolektif emeği ve bununla birlikte daha adil, daha açık ve daha demokratik olan bir toplumun inşası fikrini de temsil etmektedir (Ravara, 2006: 68).

Fabrika çalışanları arasındaki etkileşim, zamanla ortak amaç ve hedeflerin ortaya çıkmasına neden olarak çalışma paradigmalarını belirleyici rol oynamıştır. Fabrika, modern toplumun ayrıştırılması ve sınıflandırılmasında belirleyici ölçüt olan üretim faktörlerini tek çatı altında toplamaktadır. Makine ve işçi etkileşimini öne çıkaran bir sosyal organizasyon yapısı olan fabrika, sadece üretimin gerçekleştiği alanla sınırlı da değildir. Bunun çok daha ötesinde bileşenlerden oluşmaktadır. Fabrikanın bileşenleri birincil ve ikincil kategori şeklinde değerlendirilebilmektedir. Birincil kategoride fabrikaları oluşturan temel etmenler yer alırken ikincil kategoride ise birinciyi etkileyen yan öğeler yer almaktadır. Birincil kategori şu şekilde ifade edilmektedir;

“Pazar mekanizmasının oluşması, girişimcinin ev ile işyerinin ayrılması, işçilerin tek çatı altında toplanması” yer alırken, ikincil kategoride “mekanik üretimin tasfiyesi, makine üretimi, kıt kaynaklara yakınlık, geniş sermayenin yaratılması, emek toprak ve paranın da ticari metaya dönüşümü” (Güzel, 2008: 93).

Ücretli emeğin üretildiği alan olan ve makineler aracılığıyla mekanizasyon sürecini otomasyona taşımakta olan bir organizasyon biçimi olarak tanımlanan fabrikada, atölye tipi üretimde birbirine eşit olan “iş” ve “meslek” birbirinden kopartılmaktadır. Fabrikalardaki işbölümünün yoğunluğu uzmanlaşmayı arttırmakla birlikte, beraberinde otorite ve hiyerarşiyi de getirmektedir (Dikmen, 2017:42). Ancak üretimin küçük formlara bölünüşü ve işin basit/standart hale gelişi ise işçilerin vasıfsızlaşmasına neden olmaktadır. Bu durum aynı zamanda işgücü sirkülasyonunu da kolaylaştıran bir etmendir (Serdar,2010: 15). Ticari bir meta olarak sürekli el değiştiren emek, çalışma mekânı ve üretilen ürün ile bir bağ oluşturamamaktadır.

Fabrikayı sadece üretimin gerçekleştirildiği bina ya da binalar topluluğu olarak değerlendirmek eksik bir yaklaşım olacaktır. 17. ve 18. yüzyıllardaki değişim ve dönüşümün yapı taşlarından biri olarak, aynı zamanda yeni bir yaşam biçiminin ortaya çıktığı bir mekânı da temsil eden fabrika, sadece ekonomik dönüşümde değil sosyal ve toplumsal dönüşümde de önemli rol oynayan mekânlardan biridir (Tuncer, 2011:2).

Fabrika, üretimin yanı sıra çalışmanın da sürekli, düzenli ve zamanlı gerçekleştirildiği bir alanı ifade etmektedir. Fabrika, işçi sınıfının doğuşu ve modern çalışma kültürünün ortaya çıktığı bir mekân olarak da tarihsel süreçte önemli bir çalışma alanıdır. İşçilerin toplanıp üretim yaptıkları bir alan olmakla birlikte işçilerin çalışma alışkanlıklarını, boş zamanlarını, disiplin, hiyerarşi, denetim mekanizmaları ile belirleyen bir organizasyonel bütünlüktür. İş ve işçiyi metalaştıran fabrika, yaşamı da mekanize eden aktörlerden biridir. Dönemin fabrika işçisi zamanla makinenin bir parçasına dönüşen ve çarklardan biri haline gelen işe yabancılaşan, rutinleşen, makineleşen insan olarak görülmektedir.

Zamanla pazarın ve fabrikaların büyümesi, çalışan sayısının ve üretimin artışı, üretim sürecine ilişkin kaynak ve malzeme satın alma, muhasebe, pazarlama gibi fonksiyonların gerekliliği nedeniyle fabrikaların organizasyonel yapılanması gelişmeye başlamıştır. İlk dönemlerde belge ve kayıtların tutulduğu mekânlar olan, ofisler zamanla ekonomik paradigmalardan etkisi ile ihtiyaçların değişimini karşılayabilmek daha fazla pazara ulaşabilmek amacıyla teknolojinin kullanıldığı, bilginin biriktirildiği, verinin işlendiği ve bilginin üretildiği mekânlar haline dönüşmeye başlamıştır.

1860 ile 1920 yılları arasında iş dünyasında ofisteki pozisyon sayısının hızla arttığı dikkat çekmektedir. Saval (2014) bu durumu “Yönetim ve bürokrasi iş dünyasını ele geçirdi” şeklinde ifade etmektedir (Saval, 2014:34).

1880’e kadar olan süreçte yaşanan teknolojik gelişmeler, çelik strüktürlerin yetkinleşmesi, asansörün icadı, seri imalat malzemeler, telefon, aydınlatma, daktilo gibi etkiler, ofis tasarımını farklılaştırırken çalışma ortamını da işlevsel ve simgesel olarak yeniden tanımlamaktadır (Tercan, 2014:59). 1884’te Mors telgrafının kullanımının genişlemesini takiben 1866’da daktilo ve 1874 yılında telefonun icadı, büroların birbirinden ayrılmasına neden olarak yönetim ve imalatın ayrıştırılmasını da mümkün kılmıştır (Altınkoç,2005-7). Böylece ofisler giderek hem pazarlara ulaşımı kolaylaştıran, hem de denetim ve verimliliği arttıran mekânlar biçiminde düzenlenmeye başlamıştır.

19. yüzyılın yarısında, endüstri, ticaret, ulaşım ve finans alanlarındaki gelişmenin yanı sıra karmaşık iş kapasitesine sahip olan şirketlerin ana iş kollarına bölünmesi ile artan şirket sayısı, ofis binalarının sayısında da artışa neden olmuştur. İş sürecindeki uzmanlıkların belirginleşmesi, hiyerarşik yapılanmayı arttırırken sorumluluğu, uzmanlığı

farklılaşan bölümlerin alanları da farklılaşmaya ve ayrılmaya başlamaktadır (Soyak, 2009: 9).

Evrak doldurmak, faturaları ödemek ve hesapları düzenlemek gibi faaliyetleri kapsayan idari işler, 19. yüzyılın ortalarında sanayileşmenin kurumsallaşmasına kadar işyerinde yapılması gerekli görevler şeklinde algılanmamaktadır. Bu işleri yapmakla görevli kişilere “offices” (ofis çalışanları) denilmektedir. Ofis çalışanları için bugünkü koşulların olmadığını, New York’ta 25 metre karelik bir ofiste altısı memur olmak üzere on kişi çalıştığını belirten Saval (2014) karanlık, sıkışık bir odadan ibaret olan "ofisler"de bir pencerenin varlığının bile şans anlamına geldiğini ifade etmektedir (Saval, 2014:37).

20. yüzyıl öncesinde, genellikle dönüştürülmüş meskenler biçimindeki ofisler için yeni bina tipleri geliştirilmeye başlanmıştır. Ayrıca şehirlerdeki meskenlerin, ofisleri karşılayamaması da yeni binaların gelişiminde etkili olurken, ofisler, genellikle belli coğrafi bölgelerde toplanmaktadır. Ofislerin yaygınlaşması bölgenin emlak değerini arttırırken, zamanla binanın ofis olarak tasarlanmasının işi daha barındırdığı anlaşılmıştır. Sonuçta, 20. yüzyılın en büyük ikonlarından biri olan ofisler ve ofis kuleleri şehirlerin göklerinde büyük yer işgal etmeye başlamaktadır (İmal, 2008:9-10).

Daha çok ofis alanına olan ihtiyaç probleminin ofislere yataydan ziyade düşeyde genişleme olanağı yaratan gökdelenler ile çözülmesi, kentlerin silüetinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Tekin, 2019:6).

Gökdelen biçimindeki ofis binaları, çok sayıda kişiye özel ofis alanı sunan, kalıcı duvarlarla ofis sahibinin statüsüne uygun büyüklüklere bölünmüş, aynı koridora bakan çok sayıda odadan oluşmaktadır. “Kapalı ofisler” olarak değerlendirilen bu ofislerin tasarımında esas alınan önemli konular gizlilik, mahremiyet ve yüksek konsantrasyondur. Bu yapılarda dezavantajı ise hiyerarşinin yoğunluğu, esnekliğin düşüklüğü ve işbirliğinin eksikliği oluşturmaktadır. Tek pencerele çok sayıda odanın, tek bir koridora yönelmesi esası ile oluşturulan bu yapılarda diğer ofislerden sayıca az olan, iki tarafı cam köşe ofisler, geniş oda ve masa ise şirketteki en iyi memurun yerleştiği yerler olarak terfiyi ifade etmektedir (Anton, 2015:3-5).

Sanayi devriminin ilk dönemlerinde atölye ve fabrikalarda geleneksel üretim yöntemlerinde emeğin yönlendirilmesi kapitalist tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ancak zamanla faaliyetin karmaşıklaşması nedeniyle kapitalistin istek ve çıkarlarına uygun hareket edecek bir yönetim modeline ve onun işlerliğini sağlayacak kişilere ihtiyaç artmaktadır. Yönetim kelimesinin kökeni olan Latince “manus” kökünden gelen “manage” atın manage egzersizlerini yapacak biçimde, yürümesi için eğitilmesi anlamına gelmekteydi. Kapitalistte bir binici gibi yönetim aracılığıyla denetim sağlamaya çabalamaktadır. Bu yeni durumda işçi ve işverenin yanı sıra yöneticiler de sürece dâhil olmaktadır. Kapitalist, sermayenin sahibi olarak yöneticilik görevini üstlenmektedir (Braverman,2008: 90-91).

Fabrikalarda giderek karmaşıklaşan faaliyetler zamanla farklı fonksiyonların da profesyonellere devredilmesiyle, muhasebe, finans, hukuk, pazarlama gibi alanların gelişimine neden oldu. Yönetici sınıf, aslında üretim araçlarına sahip değildi ve işçiler gibi işveren hesabına, ücretli olarak çalışmaktaydı. İşletme sahipleri faaliyetlerinde büyük risklere katlanmaktaydılar ve bu riski ortadan kaldırmak için gerçek kişilere tanınan haklar gibi haklardan yararlanma şansına sahip olabilecek yeni bir kişilik olan şirket kavramı geliştirildi. 1900lerin başlarında uzmanlaşma ve organizasyon büyük ölçüde yaygınlaşmıştı (Görçün, 2016: 42). Patron için güvenilir ve "sağ kol" olarak ifade edilen yöneticiler 1855'te New York'un en büyük üçüncü işçi grubunu oluşturmakta ve genellikle patronlara yakın yerlerde çalışmaktadır (Saval, 2014:34).

Bolton (1900) "The High Office-Buildings of New York¹⁵" ta, 1900 yılında Aşağı New York City olarak ifade ettiği bölgede, her birinin yüksekliği 200 fiti aşan altmış beş bina olduğunu ve bu binaların her birindeki ofislerde ise 1.000 ila 4.000 kişinin çalıştığını dile getirmektedir. Nash (1999), “Manhattan Skyscrapers”¹⁶ adlı kitapta 1890'da New York'ta 10 kattan daha uzun sadece altı bina bulunduğunu ve bu rakamın, 1908'e gelindiğinde 538 binaya ulaştığını belirtmektedir (<http://www.officemuseum.com>, 2020)

Mimari alanda 19.yüzyılın belirgin gelişmeleri olan çelik iskelet ve asansörün icadı ile yüksek binaların yapılabilirliği, zamanla bir güç gösterisi ve yarış halini almıştır. The Oriel Chambers (1864), Manhattan, (1891), Monadnock (1891), Reliance (1895), Guaranty (1895), Railway Exchange (1904), Wrigley (1921), Herald Tribune (1922),

¹⁵ *NewYork'un Yüksek Ofis Binaları*

¹⁶ *Manhattan Gökdelenleri*

Chrysler (1930), Empire State (1930) bu örnekler arasında sayılmaktadır (Soyak, 2009: 10-15).

İlk çelik iskeletle yapılan bina olan 1864te inşa edilen ve 2019’da el değiştiren The Oriel Chambers, günümüzde kiralık ofis alanı olarak kullanılmaktadır (<https://www.commerciallistings.cbre.co.uk>, 2020). Bu yapının kat planlarında, çoğunluğu koridora sıralanan tek sıra halindeki kişisel ofisler dikkati çekmektedir.



Resim 9: The Oriel Chambers (1) Dış Görünüş / (2) İç Görünüş

Kaynak: <https://www.commerciallistings.cbre.co.uk/>



Resim 10: The Oriel Chambers Kat Planları

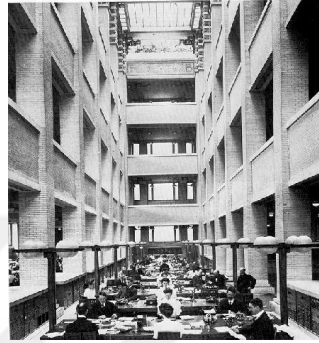
Kaynak: <https://www.commerciallistings.cbre.co.uk>

20.yüzyıl başlarının ofislerine yönelik örneklerden biri olan ve 1906'da Frank Lloyd Wright tarafından tasarlanan, New York'taki “Larkin Yönetim Binası” ise açık ofisin

doğuşuna işaret etmesi açısından önemlidir. Havalandırmanın klima ve aydınlanmanın ise flüoresan ile sağlandığı, doğal ışık ve havalandırmanın çok az olduğu bu binalarda, işçilerin dış dünya ile iletişimleri kesilmektedir (Mansson, 2020). Zamanın en ileri ofisi olarak ifade edilen, hem mimari hem de organizasyonel anlamda değişime öncülük eden bir yapı olan Larkin Yönetim Binası dönemin örneklerinden ayrılmaktadır.



(1)



(2)

Resim 11: Larkin Binası (1) Dış Görünüş / (2) İç Görünüş

Kaynak: <https://en.wikipedia.org/>



Resim 12: Larkin Binası Ön Büro

Kaynak: <https://www.buffalohistorygazette.net/>

ABD’nde evlere postayla eşya teslim ederek “postayla siparişin” icadını gerçekleştiren Larkin kardeşler için çok sayıda kişinin (1800 kişi) çalışacağı bu binada işgücünün disipline edilmesi oldukça önemliydi. Şirketin iş süreci ve kolektif yapılanmaya ilişkin yeni yöntemleri ise Frank Lloyd Wright’in analizleri ile geliştirilmekteydi. Monoton ve zor iş gününü telafi etmek için firma yöneticileri tarafından düzenlenen piknikler, konserler, mesleki eğitim kursları ile karın paylaşımı yeni bir organizasyonu ifade etmektedir (Çimen, 2008: 21). İyi bir ofis için en önemli kriterler arasında

“aydınlanabilirliğin” sayıldığı bu dönemde, yüksek tavan/geniş pencereler ve alanı dikey olarak çoğaltan katlar yani yüksek binalar öne çıkmaktadır. Wright'ın ofis binasında kadın-erkekler için tuvaletler, duş dolapları, dinlenme alanları, revir, kütüphane ve sosyal gereksinimin karşılandığı alanlar bulunması da dikkat çekmektedir (Anton, 2015:3-5).



Karekod 3: Larkin Binası Tanıtım Binası

Yerleşim ve mimari özelliklerle kontrol, disiplin ve hiyerarşiye uygun olan binanın duvarlarında, “sabır, gerçek, asalet, yücelik, memnuniyet, işbirliği, endüstri, eylem, düşünce” gibi kelimelere yer verilmiştir. Yaratılan bu görsel çağrışım ile bir ruh oluşturma çabası izlenmektedir. Ayrıca ön büroda bulunan ve girişte göze çarpan saat ise modern dönemin en önemli simgesel aracı olarak dikkati çekmektedir. Piramidal bir yapılanmaya sahip şirketin on beş farklı departmanının farklı mekânları kullandığı bir planlama yerine yukarıdan aydınlanan çok büyük bir holde bir arada çalışılmaktadır. Sadece şirket yöneticilerinin ayrı ofislerinin bulunduğu ve cam bölmelerle ayrıldığı şirkette tiyatro, squash sahaları ve güneşlenme terasları gibi alışılmışın dışında çalışma mekânları yer almaktaydı (Soyak,2009: 22-23).

Larkin binası, en iyi ofis binalarından biri olarak tarihe geçse de dönemin problemlerine çözüm üretememiştir (Saval,2014: 40). Teorik altyapısı Weber, Fayol ve Taylor’un çalışmalarından oluşturulan, hem mimari hem organizasyonel anlamda önemli bir başarıyı ifade eden Larkin Binası’nın tasarımında esas alınan, çalışanların refahının yanı sıra iş sürecinin iyileştirilmesi (Çimen, 2008: 21) ve hızlanmasıdır. Disiplin ve denetim çağının yansımaları ile tasarlanan sabit ve tabakalandırılmış modern ofisler işin akıcı hale getirilmesini, hızlanmasını ve hatanın azaltılmasını amaçlamaktadır. İşbölümü ve standartlaştırılmayı zemin edinen, Taylorist ve Fordist uygulamaların egemenliğindeki üretim birimleri de “beyaz yakalı fabrikaları” olarak değerlendirilmektedir. Teknoloji ve bilimin etkin kullanımının ürünü olan bu yapılar, zaman ve hareket etütleri ile verimlilik üzerine kuruluydu. İşin, üretim ve üretime destek ve bilgi sağlayıcı, yönlendirici, denetleyici, organize edici yönetim ve işin gerçekleştirildiği üretim olarak biçimlenmesi

roller ve ilişkilerin yanında sınıflanmayı da belirlemektedir. Atölyeden bir kişinin kıyafet ve yakasının temiz kalarak çalışmakta olması anlamına gelen beyaz yakalıların sayısı giderek artmaktaydı (Ross, 2012:1).

Çalışma alanlarını çevreleyen ofisler aracılığıyla yaratılan panoptik etki, denetimi sürekli hale getirirken, ofis yöneticileri ile sarılı ve birbirini takip edecek biçimde çok sayıda sırada konumlandırılmış, bant sisteminden farkı ürün yerine evrak dolaşımı olan katı bir düzenleme biçimindeki Taylorist ofislerde tek amaç verimliliğin arttırılmasıdır.



Resim 13: Taylorist Ofis

Kaynak: Tseng, 2018

Frank Lyod Wright'ın 1936'da tasarladığı bir başka ofis ise Johnson Wax binasıdır. Binanın mimarisindeki amaç, insani çalışma koşulları yaratmak ve şirketin prestijini arttırmak olarak ifade edilmektedir (Altınkoç, 2005: 11).

Açık plan ofislerin dünyayı daha iyi bir yer haline getirmek isteyen mimar ve tasarımcılarca tasarlandığını belirten Musser (2009), açık planın genişlik ve esnekliğinin ofis kullanıcılarını kutuların sınırlarından kurtarmak amacıyla gerçekleştirildiğinin altını çizmektedir.



Resim 14: Johnson Wax Binası İç Görünüş

Kaynak: Kulin, 2019

Kulin (2019) ise Wax binasını tanımlarken, dönemin trendlerinin aksine oldukça ferah ofis alanlarının bulunduğu, yatay mimariye sahip olan tek katta 200 kişinin çalıştığını ve verimliliği destekleyen aydınlık, huzurlu bir ortam bulunduğunu ifade etmektedir.



Karekod 4: Johnson Wax Binası Tanıtım Videosu

Parçalanmış görevlerin tekrarlanması mantığına dayalı ve aslında köken olarak imalat üretiminden gelen Fordist-Taylorist sistemin yirminci yüzyıl başlarında ofislere uyarlanması ile oluşturulan yapılar, düşük maliyete karşılık verimliliğin artışına sağladıkları katkı nedeniyle artmaktaydı.

Sisteme adını veren, Ford Company'nin ABD'nin çeşitli yerlerinde çok sayıda fabrikası bulunmaktaydı ve bu fabrikaların mimarisi de Fordist sistemin uygulanabilirliğine uygun biçimde tasarlanmaktaydı.

1904'te inşa edilen Ford Motor Company Piquette, güçlü ama ucuz otomobillerin seri üretiminin gerçekleştirildiği bir tesis olarak faaliyete başlamıştır. Ford'un 1906'dan itibaren Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en büyük otomobil üreticisi olmasını sağlayan, bu tesiste Amerikan tarihinin teknolojik, ekonomik ve kültürel açıdan en önemli otomobili olan "Model T Ford" un tasarlanması ve üretilmesidir.



(1)



(2)



(3)

(1)Dış Görünüş / (2)İç Görünüş / (3) T Modelin Tasarlandığı Ofis

Resim 15: Ford Motor Company Piquette Üretim Tesisi (1904 / 1945)

Kaynak : <http://fordmotorhistory.com/>



Karekod 5: Ford Motor Company Piquette Ve Highland Üretim Tesisleri Tanıtım Videosu

Bu tesislerden bir başkası Long Beach, son teknoloji ürünü sağlıklı, güvenli ve hoş bir alandan oluşmaktadır. Binada doğal ışık, havalandırma, çalışanlar için duş ve kilitli dolapların bulunduğu 14 genel dinlenme odası ve öğle yemeği saatlerinde açık teras bulunmaktaydı. Long Beach montaj hattında çalışma için serin, rahat bir ortama ve 700'den fazla arabalık otoparka sahipti.



Resim 16: Ford Motor Company Long Beach Üretim Tesisi (1936)

Kaynak : <http://fordmotorhistory.com/>

Ford Motor Company Highland Park ise, H. Ford tarafından mimar A. Kahn'a tasarlatıldı. Highland Park, açık avlular ve bölme duvarları olmayan tek bir çatı altında bütün olan bir binaydı. Her sürecin ayrı bir binada barındırıldığı önceki tasarımlardan kökten farklı olan Highland Park'ta 1912-1915'te sürekli hareket eden montaj hattı mükemmelleştirildi.

H. Ford, daha sonra modern otomotiv fabrikasını bir adım öteye taşıyan River Rouge fabrikasında ise Kahn'a yarım mil uzunluğundaki "B" Binası'nı tasarlattırdı. Burada ise üretim süreci sadece tek bir çatı altında değil, tek katta gerçekleşmekteydi. Üretim akışı dikkate alınarak tasarlanan tesiste ısıtma, havalandırma ve ışıklandırma doğal olarak karşılanmaya çalışılmaktaydı (<http://fordmotorhistory.com/>, 2020).

Çalışma mekanlarında değişime neden olan faktörler arasında yönetim ve motivasyon teorilerinin etkisi bulunmaktadır. Verimliliği ve üretkenliği artırma çabası, insani ve sosyal unsurların göz ardı edilmesine ve çalışma ortamlarının insana yaraşır olmaktan

uzak kalmasına neden olmuştur. İkinci dünya savaşından sonra ise özellikle psikoloji, iletişim ve yönetim alanındaki araştırmalarla çalışan motivasyonunun üretkenliğe olumlu etkisinin tespiti, çalışma mekânlarında da farklı düzenlemeleri beraberinde getirmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak birçok Kuzey Avrupa ülkesindeki sosyal demokratik ortam da çalışanların eşitlikçi bir yönetim talebinde etkili olmuştur (Tseng, 2018). Bu talebin doğal bir sonucu olarak çalışanlar, kendilerini ilgilendiren konularda söz sahibi olarak, çalışma alanlarının düzenlenmesinde de etkili olmuşlardır.

Fordist üretim modeli ve Taylorist Yönetim ilkeleri etkisinde biçimlenen Fordist Üretim anlayışının egemen yönetim teorisi olan klasik yönetim teorilerinin (Tengillimoğlu ve Tutar, 2009:26) temelinde “kurumsal performansın nasıl daha fazla yükseltilebileceği sorusu”na cevap arama ihtiyacı bulunmaktadır. Faydacı (pragmatic) olarak değerlendirilebilecek bu yaklaşım, örgütün gelirlerinin artırılması ve yönetici performanslarının da karlılık düzeyine göre değerlendirilmesi biçimde kurgulanmaktadır.

Sorunu ele alış ve çözüm önerileri anlamında farklılaşan yaklaşımların, ortak özelliklerine bakıldığında ise, kârın artırılması ve kurumsal performansın yükseltilmesine odaklı oldukları görülmektedir. Yönetimin çalışanları zorlayıcı nitelikleri, otoriter, merkeziyetçi, biçimsel örgüt yapısı ve dikey iletişimin varlığı da dikkat çekmektedir. Ayrıca işçiler için çalışma güvencesinin, karar verme ve inisiyatif, sorumluluk kullanmadan daha önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla işçilerin rasyonel davrandıkları ve ücretle motive edilebilecekleri öngörülmektedir. Klasik yönetim yaklaşımları, işçilerin kişisel sorunlarının işyerindeki verimlilik ve etkinlikleri üzerinde önemli etkisinin olmadığı, örgüt ve çevresi arasında önemli bir etkileşim bulunmadığı düşüncesine dayanmaktadır (Saruhan,2018: 11).

19.yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde ise yoğunlaşan motivasyon teorilerinin etkisi izlenmektedir. Motivasyon artışının üretkenliği de arttırdığına yönelik görüşlerin hâkim olduğu bu dönemde (Keser,2014:96-132), her çalışan ayrı bir birey olarak değer kazanmaya başlamaktadır. Böylece modernizmin genelleyici, standartlaştırıcı yapısı ve Taylorizmin katı anlayışı sarsılmaktadır.

Verimliliğin sadece üretimi ifade eden bir kavram olmadığı, makine, teknoloji, enerji ve donanımın ötesinde örgütün mekânsal ve yönetime ilişkin organizasyonel yapılanmasının

tasarımının da verimlilikte etkili olduğu düşüncesinin gelişimi, sendikaların daha iyi ve insancıl çalışma koşul ve ortamlara ilişkin talepleri, II. Dünya savaşı sonrası liberal ekonomik sistemin refah devleti biçiminde düzenlenmesi, iş olanaklarının ve sosyal harcamalarının artışı, teknolojik gelişmeler ile iş süreçlerinin, sektörel yapılanmanın, organizasyonel akışların değişimi nedeniyle 1950 li yıllarda çalışma paradigmaları ve mekânları yeniden dönüşmektedir. Ofis binalarının dönüşümünde esas alınan motivasyon, daha yüksek kar ve verimliliğin sağlanması iken bu amaca ulaşmada etkili öğeler ise teknolojik gelişmelerdir. Organizasyon ve çevrebilimin ikinci sırada kaldığı bu yapılarda birbirine zıt iki farklı spektrum dikkati çekmektedir. Bunlardan biri, köşeye çekilme, hücre tipi ofisler diğeri ise serbestlik, açık planlı ofislerdir (Çimen, 2008: 26).

20.yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde, ikinci sanayi devriminin yükseldiği, elektrik kullanımının buhar gücünün yerini aldığı ve çalışmaya akılcılaşmanın, sistemleştirmenin ve bilimselleştirmenin eklendiği dönemi oluşturmaktadır. Fabrikaların yanı sıra yaşamın tüm alanlarında standartlaşma kendini gösterirken endüstri toplumu zamanın etkin kullanımı üzerine inşa edilmektedir. Zamanın standartlaştırılması ile akılcılaştırılması söz konudur ve bu yapılanma içinde boş zaman kavramı da çalışmaya ilişkin zaman diliminin karşısında yerini almaktadır. Bireyin günlük yaşamını kademelere ayıran bu durum, birey üzerindeki tahakkümün fabrika dışında da etkinleştirildiği bir yapılanmayı mümkün kılmaktadır. Modernitenin yaşamın her alanına yayıldığı ve nüfuz ettiği endüstri toplumu geleneksel toplum yapısından sosyal yaşamın yanında yeni yapıları ve mekânları ile de ayrılmaktadır. Kent olarak nitelendirilen yerleşim bölgelerinde oluşturulan kentlilik bir kimlik ve bilinç ortaya çıkmaktadır. Ofislerde ise doğal gün ışığına erişebilmek ve sınırlı alanları kullanabilmek için uzun ve dar kat planları, çift taraflı koridorlar yerine ve masaların tekrarlanmadığı açık plan alanlara duyulan ihtiyaç artmaktadır.

2.3.2.2. 1950- 1970 arası Çalışma Mekânları

Fabrikayla çok sayıda ortak özelliğe sahip olan ve bu nedenle de ‘Kâğıt fabrikası’ olarak adlandırılan 1950’lerin ofisleri, kâğıda dayalı bilgilerin toplandığı ve rutin olarak işlendiği mekânlardır. Bu dönemde ABD’de ofisler genellikle dar kulelerdeki derin planlı alanlara, üst yöneticiler kapalı ofislere, sekreteryaya tipi rutin işler ise açık planlı ofislere konumlanırken, Avrupa’da sekreteryaya ofislerin iki tipi bulunmaktaydı. Bunlar, dar derin hücresel ofis ve Almanya’da ortaya çıkan açık planlı Bürolandschaft ofistir (Dalga,

2007:43). 1960’larda, yapay havalandırma ve aydınlatmalar ile inşa edilen daha derin planlı binalar, açık planlı ofislerin gelişimine öncülük etmiştir (Çimen, 2008:26).

Kapalı ofislerin iletişimsizliği ile açık ofislerin gürültü, mahremiyet eksikliği gibi dezavantajlarını ortadan kaldırmak amacıyla 1960larda yeniden tasarlanan ofisler, 1950 öncesinin denetim ve hiyerarşiye dayalı modelinden daha esnek, daha keyifli, iletişime daha açık, mekânsal hiyerarşinin kaldırıldığı, işbirliği ve güvenin öne çıkarıldığı alanlar olarak biçimlenmekteydi (Anton, 2015:6-7). Amerikan açık ofis yapılanmasının yeniden yorumlanması ile 1960larda ortaya çıkan Bürolandschaft, Amerikan açık ofislerinin avantajlarının yanı sıra iletişim, işbirliği gibi insan ilişkileri üzerine de yoğunlaşmaktadır (Çimen, 2008:26). Bürolandschaft, hiyerarşik olmayan ve insanların çalışma alanında birlikte oturabileceği yapısıyla Taylorizme bir tepki olarak tasarlanmıştır (Ross, 2012:1). Quicborner takımının 1959’da ofis organizasyonları ve çalışma modeli üzerine gerçekleştirdikleri analizlerde, ofis mekânı aracılığıyla desteklenen iletişimin yüksek olduğu alanlara ihtiyaç duyulduğu ifade edilmiştir. Evrak alışverişi, bilgi akışı ve iletişim, ofisin düzenlenmesinde belirleyici parametreler olarak kullanılmış ve tüm duvarların kaldırıldığı açık plan konseptler yaygınlaşmıştır (Çimen, 2008:45).



Resim 17: Bürolandschafts Office

Kaynak: <https://k2space.co.uk/> /

Çalışma mekânında etkileşim ve işbirliğini arttırmaya yönelik tasarımların öne çıktığı yeni ofislerde, esneklik, doğal bitki ve mobilya kullanımı ile sağlanmaktadır. “Doğal Ofisler” olarak adlandırılan ve daha organik modeller olarak tasarlanan bu yapıların dezavantajları ise artan gürültü ve gizliliğin olmamasıdır (Mansson, 2019). Peyzaj

konseptinin öne çıktığı bu ofislerde, büyük bürokratik organizasyonların katı yapıları reddedilmekte ve ofisin mekânsal organizasyonu iş akışı ve iletişim ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirilerek daha organik ve doğal bir mekân oluşturulması amaçlanmaktadır. Ekipler iş akışına göre organik olarak gruplandırılmakta ve iç mekân bitkileri ise belirgin olmayan bu gevşek sınırları oluşturmak için kullanılmaktadır. Konseptin amacı, işbirliğini artırmak ve hiyerarşiyi ortadan kaldırmak, her seviyeden personelin tek bir açık kat planında birlikte çalışmasını sağlamaktır. Burolandschaft'ın bir diğer büyük avantajı, uygun fiyat ve esnekliktir çünkü uyarlanabilir bölme, şirketlerin büyütme veya küçültmelerini kolaylaştırmaktadır. Devrim niteliğinde kabul edilen bu konsept Avrupa ile Atlantik'i büyük ölçüde etkilemiştir (Tseng, 2018).

Bürolandschaft ofislerle gelen en önemli değişimlerden biri de resmi olmayan iletişim alanlarının çalışma mekanının bir parçası haline getirilmesidir. Buluşma, ferahlama ve dinlenme gibi alanların yanı sıra ofis planlarının, organizasyonların yapılabileceği esnek dönüşümlü şekilde düzenlenmesi nedeniyle değişime de kolay uyum sağlamaktadır. Bu ofislerin tasarımında 1960ların ruhunun önemli etkisinin var olduğu söylenebilir (Çimen, 2008:27).

Bürolandschaft'ın ortaya çıkışındaki temel düşünce, bilginin üretimdeki ana madde kabul edilmesidir. Esasta, ofislerin fabrikalar gibi geniş kişisel alanlara ihtiyacı fikrine dayanan Bürolandschaft ofisler, bilginin kâğıt ya da teybe işlendiği, telefon kablolarıyla beslenip çoğaldığı ve yoğunlaştırılıp karar haline getirildiği fabrikalar olarak nitelendirilmektedir. 1963'te inşa edilen Ninoflax binası Avrupa'nın, Dupond Ofis binası ise Kuzey Amerika'nın ilk 'Bürolandschaft' binası olarak kabul edilmektedir ve her iki proje de Quickborner Team tarafından tasarlanmıştır (Soyak,2009:24).

1960larda artık ofisler üretime destek işlerin, yan fonksiyonların gerçekleştirildiği yerler değil aksine gerçek işin ve bilginin üretildiği yerler olarak biçimlenmekteydi. “Serbest düzenli büro, doğal ofis, büyük hacim bürosu, bürolandschafts, office landscaping” gibi farklı şekillerde adlandırılan bu ofislerin yarattığı paradigma, rasyonel çalışma ortamının verimliliği arttırdığına ve düzenli memurlar yarattığı düşüncesine ters düşmektedir. Yatay iletişimin arttırıldığı, çalışma gruplarının geometrik değil düzen olmadan serbest biçimde konumlandırıldığı mekânlarda temel amaç, dikey yerine yatay iletişim, esnekliğin arttırılması ve merkezi arşivleme ile evrak sayısının azaltılmasıdır. Serbest iletişimin

sağlanabilirliği için mekân bölücü duvarların yerine bitki, pano gibi doğal ekipmanlarla bölümlendirilmesi maliyeti de düşürmektedir. İletişimi artırmakla birlikte demokratik bir ortam da sağlayan bu planlama mahremiyet, akustik ve bireysel kontrol noktalarında dezavantajlar yaratması nedeniyle çok yaygınlaşmamıştır (Altınkoç, 2005:11-12).

Bürolandschaft'ın sorunlarına yönelik gelişen iki farklı bakış açısının geliştirildiği görülmektedir. Avrupa'da refahın yüksek olduğu şehirlerdeki çalışanların talepleri, ofis koşullarının iyileştirilmesi yönündeydi. Hücre benzeri ofislerin talebi karşılayacağı düşüncesiyle Avrupa'da açık ofis ve hücre ofislerin bir arada kullanıldığı, karma ofisler geliştirildi. Çalışanın kendine ait, sessiz, konsantrasyon sağlayabileceği alana olan ihtiyaçtan filizlenen karma ofisler, bina cephesine yakın konumlanan yaklaşık altı m2 büyüklüğünde cam veya yarı şeffaf malzeme ile bölünen hücre türünde mekanlardan oluşmaktaydı. Ortak kullanımdaki ekipmanların yer aldığı açık ofis alanları ise binanın ortasındaki bölümde yer almaktaydı. İlk karma ofis, 1978 yılında Solna'da, Tengboom Architects tarafından yapılan Canon Binasıdır. Karma ofisin karşılığı 'cubicle' sistem olarak uygulama alanı bulduğu Amerika'daki çözüm ise piyasa ekonomisinin kurallarına uygun olarak geliştirilmekteydi. ABD'de binalar belirli bir firmaya özel olarak yapılmamakta ve kiralanmak üzere inşa edilmekteydi. Bu noktada uygun ortamın iç tasarımıyla sağlanması öne çıkmaktaydı. 1968'de Robert Propst ve Herman Miller, 'Action Office' tasarımıyla açık ofis içinde uygulanan modüler masalar, raflar ve bölücü elemanların oluşturduğu cubicle modelini yarattı. Bu sistem tümüyle hareketliydi ve dolayısıyla, değişen ihtiyaçlara uygun biçimde farklılaşabilmekte ve yeni çalışma alanları hızla oluşturulabilmekteydi. Fonksiyonel raflar ile gerekli evrakların el altında olduğu sistemde, bölücü elemanların yüksekliği çok da fazla olmadığından açık ofisin iletişim avantajı ortadan kalkmamaktaydı. Ancak ses izolasyonunun yetersizliği, kişiye özel alan olmaması, havalandırmanın yetersizliği ile büro içi yoğunluğun fazlalığı bakımından eleştirilmekteydi (Soyak,2009:26).



Resim 18: Action Office (1)

Kaynak: <https://k2space.co.uk/knowledge/history-of-office-design/>



Resim 19: Action Office (2)

Kaynak: <https://www.hermanmiller.com/>

Schnelle kardeşler, Bürolandschaft tasarımı ile modern ofisi büyük ölçüde biçimlendirirken, 1970'lerde Robert Propst ve ekibinin “hücre” ve “küp çiftlikleri” adıyla geliştirdikleri sistematik mobilyalar ilerleyen dönemin ofis tasarımında belirleyici rol oynadılar (Ross,2012). Dünyanın ilk açık plan ofis sistemi olarak bilinen, Action Office, insanların çalışma biçimine uygun bir çalışma alanı sunmaktaydı (<https://www.hermanmiller.com,2020>).

Aksiyon Ofisleri, Burolandschaft'tan farklı olarak, personel için çeşitli alternatif çalışma ayarları sunmaktaydı. Modüler sistemler olarak değerlendirilen aksiyon ofisleri daha fazla hareket özgürlüğü yanında sağladığı gizlilik açısından da önemliydi. Aksiyon ofislerinin giderek sabitlenen ve yükselen duvarları zamanla mahremiyetin artırıldığı,

hücre adı verilen, genellikle 1,5-1,8 m boyunda olan, yarıdan ayrılmış, kısmen kapalı çalışma alanlarının düzenlenmesine doğru şekillenmiştir. Amacın, ofis çalışanlarını, ses ve dikkat dağıtıcı öğelerden izole etmek olduğu “odacık denizi/ küp çiftlikleri” düzenli ve belirli bir yapıya sahip, kısmi gizlilik ve kısmi iletişim içeren yapılardı (Anton, 2015:15).



Karekod 6: The Action Office: The Secret History of the Cubicle



Resim 20: Cubicle Office

Kaynak: <https://digiday.com/>

Bu noktada ofis mobilyalarının her mekâna uygun kullanılabilirliği önemliydi. Herman Miller firmasının çözüme ilişkin ürettiği sistem, mobilyaların sökölüp takılabilmesini ve ek aksesuarlarla zenginleştirilmesini sağlamaktaydı. Action Office ile ofis mobilyasının tüm özelliklerinin değiştiği, çevrenin mobilya ile yaratıldığı sistemler öne çıkarken 70 lerin ofis tasarımında mizah ve eğlence kullanımı dikkat çekmektedir (Altınkoç,2005:13-14). 1970’lerin sonlarında İsveçli tasarımcılar özel hücrelerin ortak kullanım alanı içinde gruplaştırılması biçimindeki temelde geleneksel Avrupa hücre tipi ofislerini örnek alan “kombi ofisi” geliştirmişlerdir (Çimen 2008:30).

Modern toplum ve moderniteye özgü çalışma paradigmaları ile şekillenen ofisler, standardizasyonun yüksek olduğu, rasyonalitenin öne çıktığı mekânlar iken post modernitenin ofisleri kullanıcıların kullanılan alan ve mekân üzerinden kendini ifade ettiği, kimliklendirdiği ofislerdir. Teknolojik, siyasi, ekonomik gelişmelerin küreselleşme ekseninde bütünleşik süregittiği dönemde yerellik ve özelliğin yanı sıra durumsallık

önemli kavramlar olarak öne çıkmaktadır. Her organizasyonun kendine özel yapılanmasının gerekliliği, yönetim ve mekân parametrelerinin de özelleşmesine neden oluşturan etmenler arasında yer almaktadır.

1974 yılında Herzberger'in Hollanda, Apeldoorn'da inşa edilen Centraal Beheer sigorta şirketi, çalışanların 'kalabalıkta kaybolmadan bir çalışma topluluğunun parçası olma hissine sahip olmaları' için tasarlanmış bir tür 'işçi köyü' olarak ifade edilmektedir. Ekose bir ızgara üzerinde düzenlenmiş bina, derin bir mekânsal beton ve blok yapı matrisidir. Işık kuyularıyla ayrılmış platformlar, ışığın planın ortasına süzülmesini sağlamaktadır. Bu küçük platformların tekrarlanması, alanı kişiselleştirmeye ve dekore etmeye de imkân vermektedir. Nitekim bu yapılanmada 8-10 kişilik küçük grupların kendilerine özel alan oluşturmalarına olanak tanınmaktadır. Şirket, aile hissinin ofise girmesini aktif olarak teşvik ederken, birçok işçi aslında kişisel aksesuarları ve hatta ailelerini de işe getirebilmektedir.



Karekod 7: Centraal Beheer - Apeldoorn Tanıtım Videosu

Centraal Beheer'de mekânın kullanıcılarının, kişisel çevreyi kendilerine göre düzenledikleri, alanın kullanımında kullanıcının katılımının olduğu ve bunun çalışanların birbirlerini tanımalarında kolaylık sağlayıcı rolünün olduğu bir mekânsal yapılanma söz konusudur. Katı ofis zihniyetini azaltmayı amaçlayan yapıda, çalışanlar için işyerinde özgürlük ve sorumluluk esastır. Centraal Beheer'in, dönemin sosyolojik gelişmelerinden etkilenen yapısı ile ofis çalışanının artan statüsünü sergileyen ve ayrıca post modern çağda, modernist kavramlara meydan okuyuşu ile öne çıkan bir yapı (Oliviera, 2018: 1-9) olduğu ifade edilmektedir.



Resim 21: Centraal Beheer Office

Kaynak:<https://melaniealivera.files.wordpress.com/>

Centraal Beheer, bireyi güçlendirme noktasında değerlendirildiğinde en öne çıkan mimari yapılanma olarak görülmektedir ve Avrupa'da ofis çalışanının giderek artan bir statüye sahip oluşuna işaret etmektedir. Ayrıca kişi başına düşen alanın çok fazla olması nedeniyle açık ofise ilişkin dezavantajları bertaraf etmektedir (<http://architectuul.com/>,2020).

Centraal Beheer, bir Kuzey Amerika binası olmaktan çok uzak bir yapı sergilemektedir. Örgütsel kültüre ilişkin tamamen farklı bir anlayışa sahip olan Centraal Beheer eşitlik, gençlik, şirket karşıtlığı gibi kavramları “bluejeani” metafor kullanmak suretiyle ifade eden bir organizasyondur. Örtük bir yönetim anlayışının var olduğu, hiyerarşinin olmadığı, herkesin kendi işyerini istediği gibi süsleyebildiği bir mekândır. Centraal Beheer'in iç mekânı bilinçli olarak oluşturulmuş, denetim amaçlı değil, samimiyet ve etkileşimi teşvik etmek için tasarlanmıştır (<https://www.architectsjournal.co.uk>, 2020)

2.3.2.3. 1970 Sonrası Çalışma Mekânları

1970 sonrası, üretimin post modern paradigma eksenindeki dönüşümü, standart kitle üretiminin gerilemesine, esnek ve yalın üretim modellerinin öne çıkışına neden olurken çalışma formları da yeniden biçimlenmektedir. Üretim modellerindeki bu değişim, mekânsal değişimi de beraberinde getirmektedir. 1950’lerde bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, 1970 lere gelindiğinde üretimin insan denetiminde makine tarafından gerçekleştirildiği otomasyon sistemlerine dönüşümü fabrikaların yapısını tamamen farklılaştırmıştır. Otomasyon sistemlerle hızlanan ve artan üretimin maliyeti de azalmakta, ürünün kalitesi artarken, hata oranı ise düşmektedir. Otomasyon sistemler, fabrikalardaki insan sayısını azaltmakta ve üretimin gerçekleştirilmesini devralmakta olsa da sistemin programlanması noktasında insan kaynağına duyulan ihtiyaç devam etmektedir.

İmalat odaklı üretimden, hizmet ve bilgi üretimine doğru gerçekleşen sektörel dönüşüm, bilginin üretim faktörleri içerisindeki öneminin artışı, yönetim yaklaşımlarının insanı kaynak olarak değerlendiren ve ademi merkezileşen yapısı, tüketicinin alternatiflerinin çoğalması, işletmelerin toplumsal sorumluluğa yönelimleri, üçüncü sektörün yükselmesi ve sanal örgütlerin gelişimi sürecin belirgin gelişmeleri olarak sayılmaktadır (Bozkurt, 2012:125-155).

Özellikle 1980 sonrası teknolojik gelişmelerin sermayenin, üretimin, bilginin, iletişimin ve tüketimin mobilizasyonunun yanı sıra bilgi ve hizmet üretiminin, bilgiye dayalı işlerin, proje odaklı, takım çalışması gerektiren iş sistemlerinin arttığı, yaratıcı endüstrilerin yaygınlaştığı, neoliberal politikalar ve yoğun rekabet gölgesinde biçimlenen, parçalı, dağınık ve katmanlı bir yapı sergileyen post endüstriyel yapılanma çalışma paradigma ve mekânlarında da köklü bir değişim yaratmaktadır.

Tablo 1: Üretim Modellerinin Değişimi ve Mekânsal Değişim

Fordist üretim	Esnek Üretim
İşlevsel mekânsal uzmanlaşma	Mekânsal yığılma ve toplumsallaşma
Mekânsal işbölümü	Mekânda bütünleşme
Birbirinden bağımsız bölgesel işgücü piyasaları	İşgücü piyasalarının bölgelere göre farklılaşması
Mekânın kültür yapısı ve sosyal ilişkilerden bağımsız emek üretim ilişkileri	Mekânın kültürel ve sosyal ilişkilerinden üretim sürecinde yararlanma
Dışarıdan aktarılan yaratıcılık	Üretim mekânında yaratıcılık
Merkeziyetçi yönetim	Yerel yönetimlerin etkinlik kazanması

Kaynak: ak. Eraydın(1992) dan, ak. Bozkurt (2012:151)

Fordist üretimin işbölümü ile mekânı uzmanlık çerçevesinde işlevsel kullanma yaklaşımı, esnek üretimde yerini mekanda yığılma, bütünleşme ve toplumsallaşma anlayışına bırakmaktadır. Ayrıca fordist üretimde dışarıdan aktarılan yaratıcılık etkisi esnek üretimde mekânın öğeleri ile desteklenmeye çalışılmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişimi ve erişilebilirliğinin artışı ile süreci takiben ağın gelişimi ve zamanla ekonomik bir alana dönüşümü, iş ve mekân ilişkisinin birbirine olan bağımlılığını değiştirerek, işi giderek mekândan bağımsız bir forma getirmektedir.

Bilgisayarlar ve ağ ile üretilen bilginin, sektörel dönüşüme olan etkisi, ofislerde pazarlama, insan kaynakları, finans, pazarlama gibi fonksiyonların daha fazla öne çıkışına neden olmakla birlikte enformasyon ekonomisinde, değer yaratım aşamasının üretimden tasarıma geçişi nitelikli emeğe olan ihtiyacı arttırmaktadır (İnan, 2012:176). 1990'lar işgücü piyasasında emek talebi, mavi yakalıdan, beyaz ve altın yakalı çalışanlara doğru dönüşmektedir (Şenkal, 2015:73).

1950'lerin yüceltilen kavramı çalışmanın, yeni iş modelleri (part time, çağrı üzerine çalışma gibi) ile zaman dilimi olarak daralmasının yanı sıra 1990 sonrası teknolojinin her yere nüfus eden yapısı ile bireyin yaşamındaki ağırlığı daha da artmaktadır. Çalışmanın bireyin özgürlüğünü azalttığı ve bireyi köleleştirdiği görüşü yaygınlaşırken, teknolojinin sağladığı olanaklarla çalışmanın her yerde ve her zamanda gerçekleştirilebilirliği, işgücünü 24 saatlik çalışma ile karşı karşıya getirmektedir (Keser, 2014:51-52). Çalışma ev, ofis, tatil, cafe gibi mekân ayrımı olmaksızın ve hayatın her alanında gerçekleştirilen yerleşik bir kavram halini almaktadır. Çalışma mekânının fiziksel ortama bağımlılıktan kopuşu, bireyi çalışmaya ilişkin geleneksel formlardan da uzaklaştırmaktadır.

Reich (1991) sembolik değerlemesinde “parmakları farede (mouse) düşünceleri uzayda olan işçi, bilgi işçisidir.” ifadesi ile çalışmanın bağımsızlığına işaret etmektedir (Şenkal, 2015:74).

Post fordist yapılanma modellerinden biri olan yalın organizasyon ile hiyerarşinin azaltıldığı, yönetime katılımın, işbirliğinin arttığı, sürekli değişim ve gelişimin esas olduğu organizasyon yapılanmaları öne çıkarken, bir başka modeli olan esnek uzmanlaşmada ise üretim ve işletme ölçeğinin küçüldüğü, üretim sürecinin parçalandığı, işgücünün üretim merkezinin dışında konumlandırıldığı organizasyon yapılanmaları dikkati çekmektedir.

Bilgisayara ek olarak iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ofisleri ve çalışmayı sanallığa doğru biçimlendirmektedir. “Fiilen mevcut olmayan fakat sanki varmış gibi görülen, hissedilen” anlamı taşıyan ve hayatın tüm alanlarına hızlıca yerleşen sanallık, beraberinde yeni çalışma ve yeni işletme- organizasyon modellerini de getirmiştir. Rekabet gücünü arttırmayı hedefleyen işletmeler, zamanla sadece kendi sahip oldukları yetenek ve becerileri esas alan işlere odaklanmayı, öz yeteneklerin kullanılmadığı işleri ise organizasyon dışındaki işletmelerden satın alma yolunu tercih etmişlerdir (Koçel, 2010:437). Genellikle “outsourcing” (taşeron, fason gibi) adı verilen bu sistemin, rekabet ortamında nihai başarıları birbirine bağı olan işletmeler yaratması nedeniyle “co-sourcing” şeklinde kullanımına da rastlanmaktadır (Koçel, 2010:384).

Mobilizasyon veya mekânı tamamen ortadan kaldırarak sanallık üzerinden, iş ve süreçlerini gerçekleştirmek mümkün olmakta ve çoğu zaman fiziksel mekândaki bir üretime oranla çok daha düşük maliyetli gerçekleştirebilmektedir. Esneklik kavramı ise, her iki taraf içinde farklı anlamlar taşımaktadır. İşçi için iş yaşam dengesi sağlayan esneklik aynı zamanda işçiyi çevre işgücü haline getirmesi ile gelir düşüklüğü, güvencesiz çalışma, iş güvencesizliği gibi birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Çok sayıda formda karşımıza çıkan ve işverenlere maliyetler anlamında çok farklı seçenekler sunan esneklik, işin yapısına, akışına ve beklenen faydaya göre kullanılmaktadır.

Fiziksel olarak masa ve mobilyalardan uzaklaşan çalışma, konumsal değişiminin yanı sıra kapsam ve rakam olarak da farklılaşmaktadır. 1980lerde 120.000 çalışan ile çelik üreten

American Stiles'in 2015teki çalışan sayısı ise 20.000dir ve 120.000 kişinin ürettiği çelikten daha fazla üretim gerçekleştirmektedir (Şenkal, 2015:74).

Fordist kitle üretimi ile standardize ve rasyonalize edilen emek, giderek daha fazla sayıca, işletmenin dışında konumlanmaktadır. Ancak bu işgücü, işletmeden mekân ve kısmen zaman anlamında bağımsızlaşmakta iken işin gerçekleştirilmesine ilişkin bağımlılık ise süregelmektedir. Teknolojik ve organizasyonel değişim istihdamın mesleki yapılanmasında da etkili olmaktadır. İstihdamda düşük vasıflıdan yüksek vasıflı işgücüne doğru yaşanan hareketliliğe ek olarak sürekli değişken rekabet ortamında başarı için işgücünün hayat boyu öğrenmeye açık olması da önemli bir beklenti haline dönüşmektedir (Şenkal, 2015:78-82).

Bu süreçte ise uzun süreli istihdam anlamını yitirmekte ve sürekli yeni bilgiyle donatılmış işgücüne gereksinim duyulmaktadır. İşgücüne ilişkin bu güncelliğin yakalanmasında da sürekli istihdam yerine Bağımsız çalışan freelancerlar, işletmeye dışarıdan katkı sağlayan outsourcing işletmeler ve start-uplar veya benzer esnek çalışma formları işletme açısından verimli ve kullanışlı sistemler yaratmaktadır.

Yaşanan gelişim ve değişimler ekseninde, verimlilik ve motivasyon arasında güçlü bir ilişkinin farkında olan çok sayıda şirket, çalışanlarının çalışma ortamlarından memnuniyetini önemsemektedir. Özgürleşme, sosyalleşme, kendini geliştirme ve işbirliğini önemseyen yeni kuşak çalışanlara ve yeni çalışma biçimlerine uygun mekânların tasarımı dikkati çekmektedir. Yeni ekonominin esnek, değişime hızlı uyum sağlayan, network, etkileşim ve işbirliğinin öne çıktığı çalışma formları mekânda da karşılığını bulmaya çalışmaktadır.

Anton (2015) ' a göre, rahat bir yapıya sahip olan, şehir merkezinde konumlandırılmış, 24 saat açık, faaliyet odaklı, tasarım ve yaratıcı düşüncenin teşvik edildiği, kişiselleştirilmiş esnek çalışma alanları olan 1980lerin “Casual Ofisler”i, 1990larda ağın gelişimi ve iletişim teknolojilerinin ofis alanlarında yarattığı değişim sonucu ortaya çıkan “Sanal Ofis”lere dönüşmektedir. (Anton,2015:8-15)

“Casual (Günlük), Network(Şebeke) veya Innovative(Yaratıcı) ofisler, odak noktası verimlilikten ziyade etkinlik olan, 21. yüzyıl ofislerinin öncüleri olarak kabul edilmektedir. 1990’ların ofis tasarımlarını ifade etmek amacıyla bu ofisler “dot com

bubble ofisler” şeklinde nitelendirilmekte, teknolojik gelişmeler ve ağ erişiminin sonucu ortaya çıkan çalışma mekânları olarak değerlendirilmektedir (Saval, 2014: 59). Bu açık ofis düzeninin en önemli hedefinin ise çalışırken eğlenmek olduğu ve bu nedenle de yetişkin oyun alanları biçiminde tanımlanan bu ofislerde iş ve oyunun sınırlarının belirsizleşmesinin kaotik bir duruma yarattığının altı çizilmektedir. Teknoloji ve eğlencenin yanı sıra esnekliğin de önemli olduğu bu ofislerde, teknoloji çok hızlı değişirken, iş ise sürekli bir akış halindedir (Kına, 2020:15-16).

Post modern dönemin özgürleşme talebine eklenen teknolojik gelişmeler, ofis konseptlerinin sorgulanmasına neden olurken, sorgulamalar Stone ve Luchetti’nin “Ofis Bulunduğunuz Yerdir” (1985) ifadesinde karşılık bulmaktadır. Geleceğin çalışma paradigmasını belirlemede temel olan bu düşünce, aynı anda her yerde olan bilgi teknolojisiyle, ofisin mekân ve zamanı, yeni şekillerde kullanılabileceğini işaret etmektedir (Dalga, 2007:109).

Bilgisayar teknolojilerinin kullanımı ile dünya genelinde sağlanan iletişim ve bilgiye ulaşım, yönetimin önündeki zaman ve mekân sınırlarını kaldırarak çok sayıda kişinin “Sanal Ofis”lerde çalışmasına olanak sağlamaktadır. 1990’ların maliyetleri düşürmeyi hedefleyen anlayışının bir uzantısı olan sanal ofisler, her çalışanın bir oda ya da masaya sahip olduğu klasik ofis ortamı yerine, hiç kimsenin özel bir yere sahip olmadığı ancak gerektiğinde çalışana geçici olarak tahsis edilen, teknoloji ile donatılmış çalışma mekânlarıdır. Genelde her üç çalışana bir masa anlayışı ile düzenlenen bu ofisler, çalışanların günün büyük bölümünde ofis dışında oldukları düşüncesinden hareket edilerek tasarlanmaktadır. İlk olarak “Silikon Vadisi” bölgesinde karşımıza çıkan bu yapılanma ile şirketler, büyük yönetim binalarını daha küçük olanlarla değiştirerek işin ofis ortamı dışına taşınabilmesini sağlamaktadır (Yücel, 1998).

20.yüzyıl kurumları katı, hiyerarşik, çizgisel ofislerini giderek estetik ve işbirliğinin öne çıktığı alanlara doğru dönüştürürken, kurumsal yapılanmanın dışına çıkan işgücü olarak freelance ya da startup gibi bağımsız çalışanlarınsa kendi ofislerinden ziyade işbirliği, network sağlanabilen ortak mekânlara yöneldiği görülmektedir.

Myerson ve Ross (2013) “The Office of 21th Century”¹⁷ adlı kitapta, 21.yüzyılın ofislerine ilişkin dört temel temayı ele almakta ve bu temaları da narrative, neighbourly, nomadic, nodal olarak sıralamaktadır. Bu ofislerden Narrative (öyküleyici) ofisin, 1960 sonrası ofislerin standardize edilmiş, halısından büyüklüğüne kadar birbirine benzeyen yapılarına karşı bir tepkiyi temsil ettiği belirtilmektedir. Ofis ortamlarının artık sadece işin gerçekleştirildiği alanlar olmadığı ve mekânın, şirket ve markanın ortaya çıkışını ifade eden bir hikâyeye sahip olması, bu yolculuğu deneyimletmesi gerekliliğinin altı çizilmektedir. Çalışanlar ve yöneticiler arasında iletişimi azaltan, hiyerarşik 20. yüzyıl ofisine tepkiyi ifade eden Neighbourly (komşuluk) ofisleri konfor, uygunluk ve işbirliğine odaklı bir tema üzerine şekillenirken, Nomadic (göçebe) ofisin ise çalışmanın mekândan özgürleşmesine odaklandığı ifade edilmektedir. İnsanların istedikleri her yerde çalışabileceklerinin ve kurumsal adresin artık tuğla ve harç gerektirmediğini belirten Myerson’a göre, Nodal (düğüm) ofis, 20. yüzyılın izole ofis kültürüne bir eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel işgücünün sabit ofisleri, hiyerarşik bir dağılım sergilemekte ve aslında çalışma alanının bir bölümü atıl kalmaktadır. Nitekim 1990’ların başlangıcında yapılan araştırmalar, ofislerin yaklaşık %60ının sürekli kullanımda olmadığını ve atıl kaldığını göstermektedir. Bu dönemde mobilitesi artan çalışmaya eklenen “hot desking” (ortak çalışma masası) ve “hoteling” (otelcilik) gibi yeni çalışma modellerinin, bu soruna çözüm ürettiği düşüncesi ile ortaya çıkan paylaşımlı alanlar, ofis boyutunu küçültmekte ve tasarruf sağlamaktaydı. Ofise olan ihtiyacın azaldığı yeni çalışma paradigmaları ekseninde, ekiple veya müşteri ile iletişimin gerektiği noktalarda, sanal dünyada sabit bir nokta sağlayan paylaşımlı ofislere olan ihtiyaç giderek artmaktadır (Myerson ve Ross, 2013:8-16).

Yeni işgücü modellemeleri karşısında mekânsal yapılanmanın aynı kalması da mümkün olmamaktadır. Yoğun rekabetin yaşandığı küresel piyasaların yanı sıra emeğin de mobilizasyonu ve küreselliği de kutuplaşmanın artışına neden olmaktadır. Bu noktada rekabet olanağını arttıran meslekler ile yeni teknolojilerin gerektirdiği becerilere sahiplik de önemli bir etken oluşturmakta, 21.yüzyıl işgücü piyasası da üretimin kendisi gibi dağınık bir yapılanma sergilemektedir. Bu dağınık yapılanmada kaynak değerinde olduğu düşünülen nitelikli veya yüksek vasıflı tabir edebileceğimiz çalışanlar, örneğin yüksek

¹⁷ 21.yy ‘ın Ofisi

potansiyelli (Ready ve diğ.,2010) çalışanların veya yıldız çalışanların (Duman, 2020:31), işletmede istihdamlarının sağlanması ve elde tutulması noktasında, bağlılık ve performanslarının arttırılmasına yönelik çaba sarf edilmektedir. Bu durum “The Talent Storage”¹⁸ (2019) sonuçları ekseninde değerlendirildiğinde, dünya genelinde son on yılın en yüksek rakamı olarak, işletmelerin %54’ünün yetenekli işgücü bulmakta zorlandığı dikkati çekmektedir. X, Y, Z kuşağı çalışanları için ve hatta Genç Boomer nitelenenler (55-64 yaş) için bile esnek zamanlı çalışmanın ilk üçte yer aldığını ve hatta Y kuşağı için ücretin hemen peşinden gelen beklentinin esnek zamanlı çalışma olduğunu belirtmektedir. Rapor, ayrıca Maslow hiyerarşisi yerine, her işletmenin kendi çalışanlarına özel ihtiyaç listesi oluşturması gerekliliğini de ve bu nedenle de çalışanlar için ne istediğini bilmenin her zamankinden daha önemli olduğu vurgusunu öne çıkartmaktadır (ManPower, 2019).

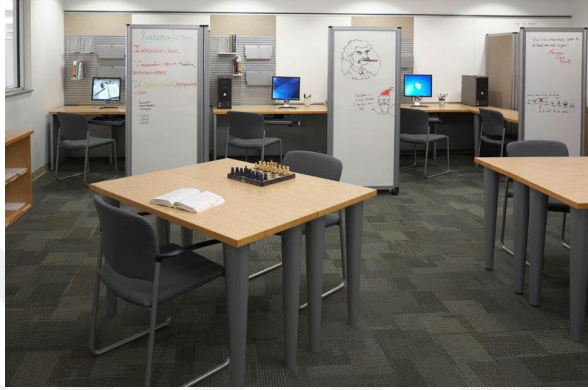
“Millennials At Work Reshaping The Workplace”¹⁹ (2011) de ise, Y kuşağının iş seçimine ilişkin kriterleri, gelişim, iş / yaşam dengesi ve ücret sıralaması biçiminde yer almaktadır. Bu noktada çalışma mekânlarının, rekabetçi bir pazarda en iyi yetenekleri çekmek ve elde tutmak için kullanılabilecek önemli bir araç olduğunun farkına varıldıkça, çalışanın rahatı ve iyiliğine odaklanan tasarımların artacağı öngörülmektedir. (PwC, 2011). Çalışmanın anlamının ve içeriğinin değiştiği ve sorgulandığı bu dönemde, doğru insan kaynağına ulaşmak ve uzun süre istihdamını sağlamak işletmeler için zorlaşmaktadır. “Yetenek Savaşı” olarak nitelendirilen bu duruma ek olarak, örgütsel sadakatin giderek azaldığı yeni kuşaklara (özellikle Y ve Z kuşaklarına) yönelik farklı ve etkileyici istihdam politikalarını oluşturmak önemlidir. Bu politikalardan biri olan mekânsal düzenlemeler rekabet edebilirlik noktasında öne çıkmaktadır.

Yönetim açısından değerlendirildiğinde, ofis alanı planlaması ve tasarımında en önemli noktalardan biri de elbette, çalışanların verimliliğini arttırmakla birlikte maliyeti düşürmektir. Günlük yaşamın merkezinde yer alan bir faaliyet olarak çalışmanın gerçekleştirildiği, günün büyük bir bölümünün geçirildiği mekânlar olan ofisler, hem çalışanların refahı, motivasyonu hususunda hem de işveren için üretkenlik ve verimliliğin arttırılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu noktada ofisin hem çalışanlarını memnun

¹⁸ Yetenek Biriktirme

¹⁹ Y Kuşağı İşyerini Yeniden Şekillendiriyor

edebilecek hem üretkenliği sağlayacak, hem de işletme kültür ve markasına da uyumlu tasarımı ön plana çıkmaktadır. Yalın üretim ve yalın yönetim anlayışları uzantısında gelişen bir anlayış olan “Yalın Ofisler”, tekrarın ortadan kaldırılması, iletişim sorunlarının minimuma indirilmesi, faaliyetlerin azaltılması ve süreçlere değer katmayan faaliyetlerin kaldırılması, üretkenliği ve verimliliği arttıran faaliyetlerin arttırılması ve çalışma alanının daha iyi kullanılmasını hedeflemektedir (Sastre, 2018:644).



Resim 22: Yalın Ofis

Kaynak: <https://ios-inc.com/>

Danielsson (2013), yalın ofis tasarımını bilimsel bir yönetim yaklaşımı uygulayan ve ofis tasarımında “standardizasyonu” savunan Neo-Tayloristik ofis tasarımı ile problem çözme ve "öğrenmeye" odaklı, takım çalışmasını, işbirlikçi çalışmayı, teslim sürelerini kısaltmayı, boş zamanı arttırmayı esas alan Takım Bazlı Yalın Ofis Tasarımı biçiminde ikiye ayırmaktadır. Yalın ofis, Duffy (1999) nin ofis tasarımına ilişkin iki farklı yaklaşım olarak ifade ettiği Kuzey Amerika ve Kuzey Avrupa yaklaşımlarından, Kuzey Avrupa yaklaşımı kapsamında yer almaktadır. Kuzey Amerika yaklaşımında, ofis bir araştırma ve kontrol aracı olarak görülürken, hiyerarşi mekân, dekor, mobilya aracılığıyla iletmeye çalışılmaktadır. Kuzey Amerika geleneği sadece ABD ve Kanada'nın yanı sıra Avustralya ve Tokyo, Hong Kong gibi Pasifik Kıyısı şehirleri ve İngiltere'yi de kapsamaktadır. Kuzey Avrupa geleneği ise çalışma ortamının tasarımını esas almakta ve onu çalışma yaşamının kalitesinde anahtar bir faktör ve çalışanlar arasında motivasyonu ve performansı artırmak için bir araç olarak görmektedir. Kuzey Avrupa geleneğine ise, İskandinav ülkeleri, eski Batı Almanya ve Hollanda da yaygın olarak karşılaşılmaktadır. Çalışma ortamındaki bu ayrımın temelinde, çalışanların işyerinde birlikte karar vermeleri ve sorumluluk paylaşımı yer almaktadır. Mimari önceleri dış kitleyi etkilemeye yönelik

iken ofis mimarisi giderek çalışanları ve hatta potansiyel işgücünü de etkileyen bir unsura dönüşmüştür. Baldry ve Hallier'e (2010) göre bir angajman olarak değerlendirilen ve hem dış kitleyi hem de iç müşteriyi etkileme amacıyla olan bu trendde, ofisler kafeler, bilardo masaları bulunan açık topluluk alanları, beyin fırtınası odaları, spor salonları, çamaşır makineleri gibi hepsi "Eğlenceli Ofisler" olarak tasarlanmıştır. Ofisin çekici bir mekân haline gelmesi de çalışanları uzun saatler çalışmaya teşvik etmektedir (Danielsson, 2013:167-170).

Köken olarak yalın ofise dayanan eğlenceli ofisin temeli, kişilerin hareket ve iletişimlerini yalınlaştırarak çoğaltmanın yanı sıra mekânı ise optimum biçimde kullanmak ve elbette bunları eğlenceli ve dinamik bir konseptle tamamlamaktır. Herhangi bir eğlence ofisinde (fun workspace) genellikle yoğun renk kullanımı, rahat oturma alanları veya üçüncü alanlar temel beklentilerdir. Bunlara ek olarak oluşturulan alternatif eğlence, çalışma, dinlenme ve kullanım alanları yaratıcılığa kalmaktadır. Silikon vadisinden yükselen bu eğlenceli ofise ilişkin ise en iyi örneklerden biri olarak Google.com verilebilir. Buna ek olarak Facebook, AoL, E.Bay gibi teknoloji şirketlerinde daha fazla görülen bu trend ise, Parliament, RedBull, Lego gibi şirketlerde de dikkati çekmektedir. Türkiye örnekleri ise, yemeksepeti.com, gittigidiyor.com, sahibinden.com gibi teknoloji şirketlerinde görülmektedir.

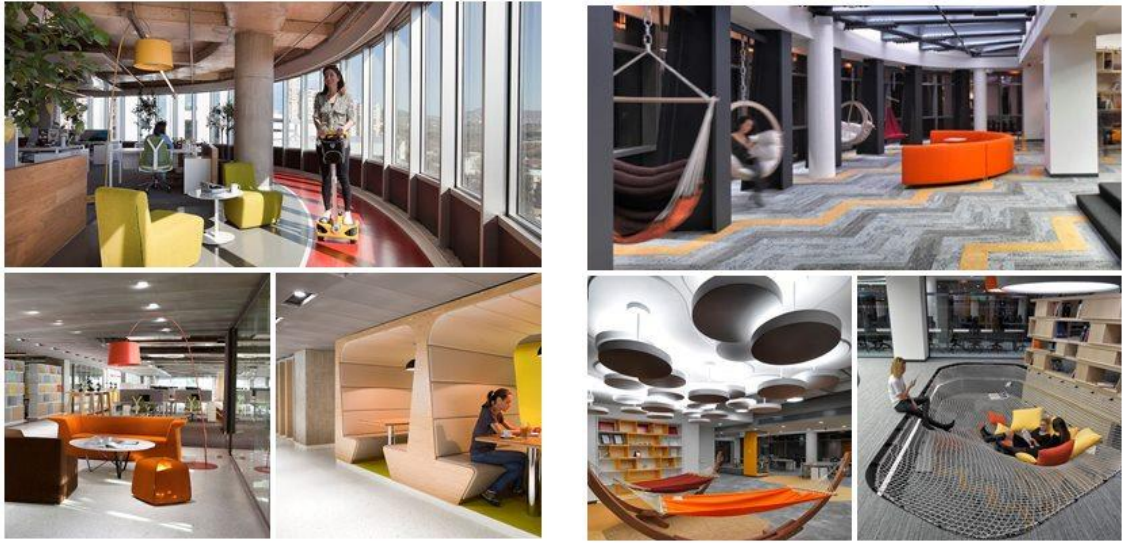


(1)

(2)

Resim 23: (1) Facebook Ofisler (2) Google Ofisler

Kaynak: <https://officesnapshots.com/>



(1)

(2)

Resim 24: (1) Sahibinden Ofisler (2) Yemek Sepeti Ofisler

(1)Kaynak: <http://www.arkiv.com.tr/> **(2) Kaynak:** <https://www.mimarizm.com/>

Yemeksepeti.com mimarlarından Erginoğlu (2014) çalışan odaklı yeni nesil ofisler olarak nitelendirdiği bu tasarımda dikkate alınanları şu şekilde ifade etmektedir;

“Yemeksepeti Park’ta hedeflediğimiz, çalışanların hem mesai boyunca hem de mesai dışında birlikte hoş vakit geçirmelerini sağlayan eğlenceli sosyal alanlar yaratmaktı. Bu amaçla 10 bin m2’lik bir alanda bu sosyal alanları en etkili nasıl oluşturabileceğimiz bizim için önemliydi. Bu nedenle uyku odaları, kafe, oyun odaları, kütüphane, fotoğraf stüdyosu, salıncaklar, bilardo masası, masa tenisi, spor odası, satranç, Playstation odası gibi alanlar hem konforu hem de işlevleri gözetilerek tasarlandı. Farklı zevklere ve tarzlara aynı anda hitap edebilecek bir ortak değer olarak tasarladık.”. (<https://www.mimarizm.com>).

Everet (2011) işyerinde eğlenmenin daha yüksek çalışan memnuniyeti sağlaması, ürün ve hizmetleri de olumlu etkilemesi sonuçlarına ulaşan araştırmalar nedeniyle birçok yöneticinin üretkenliği arttırmaya yönelik daha eğlenceli ve yaratıcı ofislere yöneldiğini belirtmektedir. Ayrıca eğlenceyi “üretilmiş ve türetilmiş” ayrımına tabi tutarak ve sadece organizasyonu ilerletmek için kullanılan eğlencenin samimiyetsiz olduğuna da vurgu yapmaktadır (Everet, 2011:4). Bu noktada işletmelerin türetilmiş ve zorlayıcı eğlence modelleri yerine coworking alanlarının komünitenin doğal akışında oluşan etkileşim kökenli bir eğlencenin çok daha verimli olabileceği düşünülmektedir.

“Office Design Trends Improving The Built Environment Through Design”²⁰ başlıklı rapor ise, rekabetin yoğunlaştığı günümüzde iş ve eğlence arasındaki sınırların bulanıklaştığına vurgu yapmakta ve. 21.yüzyıl ofis ortamlarının bir mekândan çok daha fazlasını ifade ettiği belirtilmektedir. Ofislerin işletmenin değerlerini, kültürünü ve vizyonunu yansıtan mekânlar olarak ele alınmasının gerekli olduğunu ve yeni dönemde sekiz ofis tasarım temasının öne çıktığını belirtmektedir. Rapor, bu temaları ise, “Sürdürülebilirlik, Sağlık ve Refah, Konukseverlik, Dinamik ve Fonksiyonel, Yaratıcı ve İlham Verici, Otantik ve Kişisel, Renkli, İşbirliği ve Topluluk” olarak sıralamaktadır (Ambius, 2020).

Yeni nesil ofisler, genel olarak işbirliği, iletişim, etkinlik, verimlilik sağlamaya yönelik ortamlar olarak ifade edilebilir. Bu ofislerde sosyalleşme alanları, teknolojik alanlar, mobil alanlar, isteğe göre tekil/grup çalışabilme alanları, konsantrasyonu ve verimliliği arttırmaya yönelik alanlar, aktivite ve etkinlik alanları, motivasyon alanları, eğlenceli alanlar, dinlenme alanları, stres atabilme alanları, yaratıcılığı arttıracak alanlar, ekolojik alanlar ve dış ortam alanları dikkati çekmektedir. Ayrıca yeni nesil ofislerin temel aldığı felsefelerden biri olan biyofilik yaklaşım, aydınlanma, havalandırma, renkler, bitkiler gibi dış mekân unsurlarının içeriye taşınması veya kolay ulaşımı ile çalışanları tüm gün kapalı ve izole olma hissinden uzaklaştırmayı amaçlamaktadır.



Resim 25: Biofilik Ofisler

Kaynak: <https://officesnapshots.com/>

²⁰ Çevreyi Geliştirici Ofis Tasarım Trendleri

Yoğun rekabet ortamında belirleyici rol oynayan unsurlardan işbirliği, iletişim ve etkileşim ile yaratıcılık ve yenilikçiliği tetikleyen tasarımlar öne çıkarken, giderek yaygınlaşan esnek çalışma formları da ofis tasarımında dikkate alınmaktadır. Esnek çalışma modelleri ile kısmen mekânın dışına itilen ve her gün veya günün bir bölümünde ofiste bulunmayan çalışanlar içinse, atıl bekleyen bir masa yerine, herkesin sürekli kullanabileceği bir alan oluşturulması maliyet açısından da avantaj sağlamaktadır.

“Making Real Estate Work Harder: Agregate Data, Trends and Example”²¹ başlıklı bir araştırma, ofis içerisindeki aktif olmayan alanların kullanımına ilişkin kapalı ofis alanlarının sadece % 23'ünün kullanıldığı, iş istasyonlarının ise yalnızca % 40'ının kullanıldığı belirtilmektedir. (Herman Miller Office, 2010) Ayrıca 2011 de gerçekleştirilen bir başka araştırma olan “Workspace utilization and Allocation Benchmarking. Office of Governmentwide Policy: Office of Real Property Management Performance Measurement Division”²² ise 08.00 - 17.00 saatleri arası tüm süre boyunca alanın sadece % 35 -% 50 arasında kullanıldığı ifade edilmektedir (Nik Lah ve diğ. 2015:86).

Atıl kaynakların aktifleştirilmesi temelinde yükselen ve 21.yüzyılın ekonomik paradigmasına önemli bir etkide bulunan paylaşım ekonomisi kapsamında, çalışma mekânlarının da optimum kullanımı dikkate alınmaktadır. Bu kapsamda atıl kaynak kullanımının önlenmesinin yanı sıra paylaşımlı sistemlerin kullanımı da yaygınlaşmaktadır. Hem mekânı paylaşan ve böylece atıl kullanımı engelleyen hem de sağladığı etkileşim ve işbirliği ortamı ile kullanıcılarına avantaj sağlayan ofis sistemlerinden coworkingler ise paradigma zemininin 20.yüzyılda olduğu 21.yüzyıl çalışma mekanlarıdır.

²¹ *Çalışılması Zor Ofislerin (Mülklerin) Oluşturulması: Veri, Trend ve Örnekler*

²² *Çalışma Alanı Kullanımı ve Tahsis Kıyaslaması*



(Soldan Sağa: ABD, Meksika, Kanada, Avustralya, İngiltere, İspanya)

Resim 26: Dünya’da Coworking Çalışma Alanları İç Görünüş Örnekleri

Kaynak: <https://www.coworker.com/>



Resim 27: Coworking Alanlarının Dünya Haritası Üzerindeki Dağılımı

Kaynak: <https://coworkingmap.org/>

Fiziksel çalışma mekânının paylaşarak kullanılması esasına dayanan felsefesi ile iletişim ve etkileşimin sağlanmasını amaçlayan coworking alanları, genellikle dinamik ve estetik tasarımlara sahip alanlardır. Network ve işbirliğine olanak sağlayan, iletişimi arttıran öğelerin kullanımı ile zenginleştirilmiş ortak alanların yanı sıra motivasyonu ve odaklanmayı da sağlayan ve bireysel çalışmayı da mümkün kılan özelleştirilmiş alan veya ofislerin bulunduğu mekânlar oldukları dikkati çekmektedir. Ayrıca yaratıcılığı tetikleyebilecek alanlar ile dinlenme, eğlence, spor, etkinlik ve hatta uyku alanlarını içeren coworkinglerin hizmetlerinde belli bir standart bulunmamakla birlikte alanın kullanıcı kitlesi özelinde belirlenen hizmetler oluşturulmaktadır. Genellikle ferah ve huzurlu bir ortam ve atmosfere sahip olan bu mekânlar da aynı zamanda, kurumsal yönetim tarafından yönlendirilmekle birlikte, komünitenin yön verdiği kimliksel

paylaşım da kendini hissettirmektedir. Coworking alanların tasarımında, kullanıcılarının yaratıcılığını ve motivasyonunu arttıracak görsel öge ve mesajlar da sıklıkla kullanılmaktadır. Bir mekânsal ruha sahip bu alanlar bazen de farklı kitlelere hitap edecek biçimde kat veya bölümlerle ayrılmaktadır. Mekânsal tasarımın yoğun biçimde öne çıktığı, kullanıcılarına çay, kahveden hijyene, kadar çok farklı hizmetler sunan mekânların, birbirinden çok farklı hizmet içeriklerine sahip oldukları dikkati çekmektedir.



BÖLÜM 3: İŞBİRLİKÇİ-ORTAK ÇALIŞMA VE İŞBİRLİKÇİ-ORTAK ÇALIŞMANIN MEKÂNLARI OLARAK COWORKİNG ALANLARI (CWS)

Çalışmanın üçüncü bölümünde, coworking alanları ve işbirlikçi ortak çalışmanın tanımı, gelişim süreci ve kullanıcıları ele alınmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın yeni formları, işbirlikçi/ortak çalışma ve işbirlikçi çalışmanın mekanları olarak coworking alanları başlıklarına yer verildikten sonra, coworking alanlarının ortaya çıkışı, gelişimi, faaliyet - hizmet kapsamı ve kullanıcılarına ilişkin değerlendirme yapılmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte, üretim ve tüketim ekseninde ortaya çıkan bir kavram olan, piyasa kavramı da değişmektedir. 21.yy piyasalarının ilişkileri, aktörleri, kurumları da yeniden yapılanmaktadır. Piyasalar değişirken başarıyı belirleyen unsurlar da farklılaşmaktadır. Hem işletmeler, hem de bağımsız çalışanlar kendilerini bu yeni rekabet öğelerine göre konumlandırmak, politikalarını ve stratejilerini bu minvalde belirlemek durumundadırlar.

Teknolojinin gücü ile 2000’li yılların başlarında piyasaların zaman ve mekâna olan bağımlılığı azalmıştır. 2000’ler ve sonrasında, mülkiyet yerine paylaşım felsefesinin gelişimi ile etkileşim ve paylaşımın sınırlarını ortadan kaldıran teknolojilerin birleşmesi, yeni piyasalarda başarıyı sağlayacak temel beceriyi, “ağı yönetme becerisi” haline dönüştürmektedir. 21. yy piyasaları için rekabeti belirleyen yeni kavram: “İşbirliği” dir.

Büyüklerin büyüklerle bir araya gelerek güçlerini katlaması, yeni fikirlere sahip küçüklerle bir araya gelerek farklı ve yeni dünyalara açılması ya da küçüklerin bir araya gelerek büyümesini sağlayabilecek birlikte üretme anlayışının gelişimi, aynı zamanda uzmanlaşmanın artık yetmediği ve multi-disipliner çalışmanın zorunlu olduğu teknolojinin bilgi denizi için kaçınılmazdır. Sürekli yeni bilgi ve beceriler gerektiren, çok hızlı güncellenen ve takibi çok zor yeni piyasalarda başarı, işbirliği ile sağlanabilmektedir. Sahip olunan güç ve kaynakların paylaşımı, tarafların/paydaşların daha güçlü ve daha başarılı olmalarının anahtarıdır. İşbirliğinin sağladığı sinerji aynı zamanda yenilikçi ve yaratıcı etki ile inovasyonun da kaynağını oluşturmaktadır.

Tarih boyunca üretimi belirleyen faktörler gücü ifade etmiş ve çalışma paradigmaları da bu güç ekseninde yapılmıştır. Toprağa sahiplik zamanla sermaye gücüne dönüşürken daha fazla üretebilmek, daha düşük maliyetle üretebilmek, daha farklı ve yeniyi üretebilmek gücü ifade eden öğelere dönüşmüştür. 20.yüzyılın egemen gücü bilgi, 21. yüzyılda tek başına yeterli olmamakta ve bilginin daha etkin kullanımı için güçlerin birleşmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bilginin görünürlüğü, kim veya kimlerle paylaşılacağı, sahip olunan ağ ve ağı kullanma becerileri ile şekillenmektedir.

Araştırmanın konu edindiği coworking alanları ise, fiziksel alanı paylaşmakta olan kullanıcılarının, paylaşım ve etkileşimleri ile oluşan komünite içerisinde işbirlikçi-ortak çalışma felsefesini benimseyen, bağımsız çalışanların ve işverenlerin yeni piyasaya yönelik ihtiyaçlarını karşılayan alternatif çalışma mekânlarıdır. Coworking alanları, ağa sahiplik etkisinin yanı sıra sağladığı işbirliği, iletişim, sosyalleşme ve öğrenme olanaklarına ek olarak maliyet avantajı, iş-yaşam dengesi ile fiziksel mekân paylaşımının ötesinde yapılanmalardır.

Farklılaşan çalışma paradigmalarını görünür kılan ve işin dönüşümü noktasında da önemli ipuçları veren coworking alanları, gelecekteki işgücü piyasasının önemli aktörleri olarak karşımıza çıkacaktır.

Araştırmanın bu bölümünde, işbirlikçi ortak çalışma modeli ve bu çalışma modeline ilişkin mekânsal yapılanmalar olan coworking alanları ayrı başlıklar biçiminde ele alınarak değerlendirilecektir.

3.1. Çalışmanın Yeni Formları

Endüstri 3.0'ın post modern bakış açısı ve esneklik üzerine kurulu yapılması ile birleşen Endüstri 4.0'ın, vizyon ve teknolojilerinin uzantısında şekillenen yeni çalışma formları bağımsız, paylaşımcı ve işbirlikçi özellikleri ile dikkat çekmektedir. Yeni çalışma formlarına ilişkin sınıflandırmalar ve odak alınan parametreler farklılık göstermekle birlikte değişim gerekliliği açıktır.

“Non-Standard Forms of Employment”(2015)²³ başlığı altında gerçekleştirilen sınıflandırmada, çalışmanın standart olmayan formları geçici istihdam; geçici taşeron; belirsiz istihdam ilişkileri ve yarı zamanlı istihdam biçiminde dört genel başlıkta tasnif

²³ *İstihdamın Standart Olmayan Biçimleri*

edilmektedir. ILO, ayrıca standart olmayan istihdamı, “standart istihdam ilişkisi dışında kalan formlar” olarak ifade etmektedir. (ILO, 2015)

“New Forms Work Digital Economy”²⁴ başlıklı rapor ise, standart dışı işler olarak ifade edilen işlerin ne olduklarına göre değil ne olmadıklarına göre tanımlanmaları gerektiğini belirtmekte ve standart olmayan işleri; Serbest meslek sahibi (kendi hesabına), geçici tam zamanlı çalışanlar ve yarı zamanlı çalışanlar (kalıcı ve geçici sözleşmeler dahil) olmak üzere üç ayrı kategoriye ayırmaktadır. (OECD, 2016)

Eurofound tarafından yayınlanan “New forms of employment”²⁵ (Mandl ve diğ.,2015) başlığıyla yayınlanan ve “Overview of New Forms of Employment - 2018 Update”²⁶ (Mandl ve diğ.,2018) olarak revize edilen raporda ise, 2000 yılından bu yana Avrupa işgücü piyasasında yaygınlaşan yeni istihdam türleri dokuz başlıkta incelemektedir. Bu formlar: Çalışan Paylaşımı, İş Paylaşımı, Geçici Yönetim, Talep Üzerine Çalışma, BİT Tabanlı Mobil Çalışma, Kupon Karşılığı Çalışma, Portföy Çalışma, Kalabalık İstihdam ve İşbirlikçi/Ortak İstihdam’dan oluşmaktadır. (Eurofound, 2018)

Çalışmanın yeni formlarında dikkati çeken nokta standart olmama ve paylaşım kavramlarının öne çıkmasıdır. Çalışmaya ilişkin çok sayıda yeni form bulunmakla birlikte, araştırmanın konusunu oluşturan coworking alanlarında gerçekleştirilen işin, ortak-işbirlikçi çalışma olarak değerlendirilmesi ve araştırmanın sınırlılığı nedeniyle, bu çalışma formlarından sadece ortak-işbirlikçi çalışma üzerinde yoğunlaşılacaktır.

3.2. İşbirlikçi /Ortak Çalışma

Bilginin, tarih boyunca üstünlük ve rekabet avantajı sağlamada önemli bir güç kaynağı olduğu bilinmektedir. Zamanla metalaşan bilginin maddi değeri hızla yükselmekte, ulaşılabilirliği artmakta ancak kullanım süresi kısalmaktadır. Küresel ekonominin rekabet odaklı ortamında bilgiyi satın almak yerine ona erişmek, paylaşmak hem işletmeler hem de birey açısından avantaj sağlamaktadır. Bu noktada işbirliği kavramı etrafında şekillenen yeni bir düzenin oluştuğu dikkat çekmektedir.

²⁴ *Dijital Ekonomide Yeni Çalışma Biçimleri*

²⁵ *İstihdamın Yeni Biçimleri*

²⁶ *İstihdamın Yeni biçimlerine Genel Bir Bakış, Güncelleme 2018*

Çağlar boyunca üretimin gerçekleştirilmesinin yanı sıra yaşamın her alanında önemli bir rol oynayan işbirliği, Türk Dil Kurumu tarafından (<https://sozluk.gov.tr>, 2020) “Amaç ve çıkarları bir olanların oluşturdukları çalışma ortaklığı, teşrikimesai” veya “Bir işin çeşitli kişilerce yapılması” olarak tanımlanmaktadır.

Beraberinde maliyet düşüklüğü, güvenilirlik ve zaman tasarrufu gibi birçok avantajı da getiren, başarının anahtarlarından biri halini alan ve 21.yüzyılın vazgeçilmez çalışma öğelerinden biri olan işbirliği, yeni yüzyılın beceri gereksinimlerinde ise ilk beş içerisinde yer almaktadır. (Gray, 2016)

2020 yılında yayınlanan “Schools of the Future Defining New Models of Education for the Fourth Industrial Revolution”²⁷ raporunda, öğrenme kalitesini arttıran özellikler arasında sayılan işbirliğinin elde edilmesinde, eğitimin süreç temelli olmaktan proje ve probleme dayalı olana geçmesi gerekliliğine vurgu yapılmakta ve akran işbirliğinin işin geleceğindeki önemi de eklenmektedir. (<http://www3.weforum.org>, 2020)

İşbirliği, paylaşım kavramı gibi yeni olmamakla birlikte tek bir formla ifade edilmesi de oldukça zor bir kavramdır. Birlik oluşturarak işin üstesinden gelme, geçmişte farklı formlarla olsa da kullanımı yaygın bir faaliyettir. İşin gerekliliklerine göre, içeriği değişen işbirliği bazen fiziksel veya zihinsel çabanın bazen de deneyimlerin, bazen de kaynakların paylaşılmasıdır. Yeni ekonomide ayırt edici güç olan bilginin değere dönüşüm sürecinde, sadece bilginin varlığı yeterli olamamaktadır. Paylaşıldıkça değerlendirilen bilgi, birey ve kurumları hem bağımsızlaştıran bir olgu olmakta hem de aynı zamanda tarafları birbirine bağlayan bir rol oynamaktadır. Bilgiye erişim kolaylaşırken, bilginin multidisipliner paylaşım ile bütünleştirilmesi ise bir gereklilik halindedir. Bazen kaynaklara ulaşımı kolaylaştıran bazen de aynı hataların yapılmasını engelleyen işbirliği, tarafların sahip oldukları ile katıldıkları ve güçlerinin harmanlandığı bir süreci ifade etmektedir. Tarafların kazanımlarını karşılıklı olarak arttıran işbirliği, gerek fiziksel gerek de sanal mekânlarda gerçekleştirilmesi mümkün olan ve hatta bazen sadece bir ağı temsil eden ve mekânsal yapılanmaya ihtiyaç bile duymayan bir paylaşım biçimidir.

²⁷ Dördüncü Sanayi Devrimi için Yeni Eğitim Modellerini Tanımlayan Geleceğin Okulları

Çalışmanın verim, motivasyon ve etkinliğinin arttırılmasında belirleyici bir rol oynayan unsurlardan biri olarak işbirliği, kurumsal işletmelerce benimsenmekte ve teşvik edilmekte iken, küçük işletmeler ve kendi hesabına çalışanlar için de vazgeçilmez bir önem taşımaktadır. Küçük işletmelerin ve kendi hesabına çalışanların, küresel pazarda rekabet edebilmek için kaynak ve güçlerinin sınırlı olması, onları deneyim ve güçlerini paylaşmaya yönlendiren önemli bir etkidir. Deneyimlerin paylaşımı, devam edebilmek ve aynı hataları tekrarlamamak için gerekli iken gücün birleştirilmesi ise sağladığı desteklere ilave olarak multidisipliner yaklaşımla da önemli bir öğedir.

Büyük şirketler, sadece küçüklerin var olmasını ve büyümesini desteklemek için değil, aynı zamanda dönüşüm için gerekli olduğundan, uyum sağlamak ve dış yaratıcılık kaynaklarına ulaşmak için de işbirliği yapmaktadır. Yeni ekonominin temel kavramı olan işbirliğine uyum sağlamak için stratejilerini, ürünlerini, iş yapış modellerini yenileyen işletmelere; 3 boyutlu yazıcılardan oyuncak üretmesi ile Hasbro'nun Shapeways'i veya BMW ve Ford'un elektrikli araçların satın alınması yerine ödünç alınmasını sağlayan Drive Now veya Ford GoDrive sistemleri örnek verilebilir (Lombardi, 2015)

İşbirliği, bazen kurumlar, bazen bireyler arasında, bazen kurum ile birey arasında gerçekleşebildiği gibi ayrıca resmi ve hukuki bir zeminde karşılıklı edimler çerçevesinde veya gayriresmi ilişkiler ağı içerisinde tesadüfi olarak da ortaya çıkabilen bir paylaşımı ifade etmektedir. Tarafların birbirlerini desteklemeleri esasına dayanan ve kazan-kazan üzerine kurulu bir olgu olan işbirliği yeni ekonomiyi biçimlendiren kavramlardan biridir.

İşbirliği ekonomisi, sadece işletmeler açısından değil ayrıca toplumsal açıdan da katkı ve fayda sağlayan bir yapılanmadır. 21.yy da hala karşı karşıya olunan gelir dağılımı, işsizlik, kaynak tüketimi gibi sorunlara çözüm olarak işaret edilen yeni ekonomik yapılanmanın kökeninde olduğu belirtilen olgulardan biri de işbirliğidir (Schwab, 2019)

Benjamin (2015) işbirliği ekonomisini, öğretme ve öğrenme, tasarlama ve üretme, hatta etkileşim biçimlerini ve parayla ilişki kurma şeklini değiştiren, yeni bir paradigma ve zamanın ekonomik ilişkilerini anlamının yeni yolu olarak değerlendirmektedir (Benjamin, 2015)-

Owyang (2016) ise, işbirlikçi ekonomiyi, yaygın teknolojilerin insanların birbirlerinden ihtiyaç duyduklarını elde etmelerini sağladığı sahiplik ve erişimin insanlar, girişimler ve

şirketler arasında paylaşıldığı ekonomik bir model olarak tanımlamakta ve özünde, eşler arası ticaretin olduğunu belirtmektedir (Sarkar, 2016)

Owyang (2019) işbirliği ekonomisinin gelişimine ilişkin süreci beş aşamaya ayırmakta ve dijital çağın da üçüncü aşama olduğunu ifade etmektedir. İnternet Çağı olarak nitelendirdiği 1990'larda dot. com'ların yükseldiğinin altını çizerek, 2001 durgunluğu ile Sosyal Medya çağına geçildiğini belirtmektedir. Düşük maliyetli bir kanal olan sosyal medyanın ise, 2008 ekonomik krizi ile birlikte işbirlikçi ekonomiye evrildiğini belirtmektedir (Owyang, 2019).

Sosyal, beşeri ve kültürel sermayenin etkin kullanımını gerektiren işbirliği, başarılı kişi ve kurumların gelişmesinin hedeflendiği bir ekosistemin belirleyici ögesidir. Farklı yapılarla ilişki ve uyum içinde olunması, tarafların birbirine ulaşılabilirliğinin yüksek olması ile eşler arası paylaşım ve işbirliği kendi hesabına çalışanlar ve küçük işletmeler için bir vazgeçilmez nitelikler durumundadır. Sağladığı paylaşım, sinerji ve komünite desteği ile işbirlikçi-ortak çalışmanın gerçekleşmesinde önemli rol oynayan coworking alanları ise, işbirliğinin organizasyonel ihtiyacına cevap vermesi açısından önemli mekanlardır.

Eurofound (2015) ortak çalışma mekanları olarak ifade ettiği coworking alanlarındaki çalışmayı işbirlikçi-ortak çalışma olarak nitelendirmekte ve “kendi hesabına çalışanların veya küçük işletmelerin maliyetleri düşürmek ve verimliliği artırmak için bir mekân aracılığıyla bir araya geldikleri ve ofis hizmeti satın aldıkları çalışma biçimi” olarak tanımlamaktadır (Mandl, ve diğ., 2015:118)

Eurofound (2018) “ortak-işbirlikçi çalışma”ya ilişkin üç modele işaret etmektedir. Bunlar;

£ şemsiye (umbrella organisations) kuruluşlar

£ kooperatifler

£ ortak çalışma mekânları (co-working) biçiminde sıralanmaktadır (Mandl, ve diğ., 2018:17).

İlk olarak 1980'lerde ortaya çıkan şemsiye kuruluşlar, adının da çağrıştırdığı üzere, serbest meslek sahipleri veya kendi hesabına çalışanlar için bir 'şemsiye' sağlamaktadır. Girişimcilik faaliyetine ilişkin risk, bağımsızlık, özerklik ve kontrol gibi ana özelliklerin

korunduğu bu yapı, organizasyon üyelerine idari yükümlölükleri için destek sağlandığı bir iş sözleşmesi üzerinde kuruludur. Şemsiye organizasyon, müşterilerinin evrak işlerini muhasebe kayıtlarını üstlenir ve bunun karşılığında da işçinin gelirin yaklaşık% 10'u kadar bir ücret alır (Mandl ve diğ., 2015:118-120).

Cambridge sözlükte ise, “benzer bir amaca sahip olan kuruluşların faaliyetlerini kontrol eden veya düzenleyen bir kuruluş” olarak tanımlanan şemsiye kuruluşlar, (<https://dictionary.cambridge.org>, 2020) üyelerinin ortak görüşlerini temsil etmek için oluşturulmuş üye örgütler olarak faaliyet göstermektedir.

Genellikle küçük işletmeler ve kendi hesabına çalışan üye destek sağlayan kuruluşlardır. Özellikle STK bazında oda, dernek veya birlikler ile eşleştirilebilecek biçimde faaliyet gösteren bu yapı kısaca yasal statüye sahip üyelik kuruluşu olarak ifade edilebilir. Eurofound’un müşterek ve demokratik yapılar olarak ifade ettiği kooperatifler ise, üyeleri arasında üretim, pazarlama ve stratejik birçok alanda yoğun işbirliği sağlamayı amaçlayan (Mandl ve diğ., 2015:120) yaygın bir örgütlenme yapılanmasıdır.

İşbirlikçi istihdam, Eurofound (2020) tarafından işçilere esneklik sağlayan ve iş-yaşam dengesinin iyileştirilmesine katkıda bulunan bir istihdam modeli olarak ifade edilmektedir. Ayrıca sosyal ve profesyonel izolasyonu azaltmaya yardımcı olan işbirliğine dayalı istihdamın üç türünde de “içsel ağ etkisi”ne özellikle atıfta bulunmaktadır. Ağın kullanıcısı akranlar, ağ sayesinde hem verimlilik artışı sağlamakta hem becerilerini geliştirmekte hem de fikir ve bilgi alışverişı imkânı bulabilmektedir. Esneklik ve özerkliğin arttırılması, iş yaşam dengesinin sağlanması, sosyal ve profesyonel izolasyonun azaltılması, üretkenliğin artması, becerilerin geliştirilmesi, serbest mesleğe teşvik ve girişimcilik ruhunun arttırılması ile girişimcilik risklerinin azaltılması işbirlikçi istihdamın avantajları olarak sıralanabilir. Buna karşılık sabit bir gelirin olmaması ve belirsiz istihdam ve sosyal koruma hali ise bu çalışma formunun dezavantajlarıdır (Mandl, 2020: 49)

Gerek şemsiye organizasyonlar gerek de kooperatifler daha çok küçük işletmelerin ve kendi hesabına çalışanların faaliyetlerine destek sağlamayı amaç edinmektedirler ve her ikisinde de fiziksel anlamda paylaşılan bir mekân bulunmamaktadır. Bir ağ

yapılanmasını, temsiliyeti, aidiyeti destekleyen bu yapılanmalar küçük işletme ve kendi hesabına çalışanların gelişiminde önemli rol üstlenmektedirler.

Şemsiye organizasyonlar ile kooperatif yapılanmaların her ikisinde de fiziksel anlamda paylaşılan bir mekân bulunmamakta iken, coworking alanları ise sürecin mekân odaklı işlediği yapılanmalar olarak farklılaşmaktadır.

Coworking alanları, çalışma sırasında sosyalleşme, dinlenme, eğlenme imkanlarıyla birlikte oluşturduğu ağ ve komünite ile de sinerji, işbirliği ve etkileşime olanak sağlamaktadır. Ofis hizmetlerinin ötesinde network ağının oluşturulmasını ve kullanımını öne çıkaran, kahve içerken, dinlenirken, eğlenirken kurulan iletişim ve etkileşimlerin uzantısında projelerin tasarlandığı veya müşteri edinildiği bir ortam sunan ve böylelikle taraflara sözleşme-kurumsal işbirliklerine ihtiyaç kalmaksızın paylaşım olanağı veren ya da hukuki ilişki kurulmasına ilişkin atmosferi yaratmayı amaç edinen mekânlardır. Coworkingler, oluşturulan komünite (topluluk/cemaat) etkisi ve kullanıcıları için oluşturduğu ekosistem ile çalışmaya yeni bir boyut getirmekte ve geleceğe ilişkin alternatif bir çalışma modeli oluşturmaktadır.

İşbirlikçi-ortak çalışma, istihdamın diğer yeni formları ile karşılaştırıldığında ise, kendi hesabına çalışma modeline yakınlığı ile ve oldukça esnek çalışma düzeni ile dikkati çekmektedir (Mandl ve diğ., 2015:50).

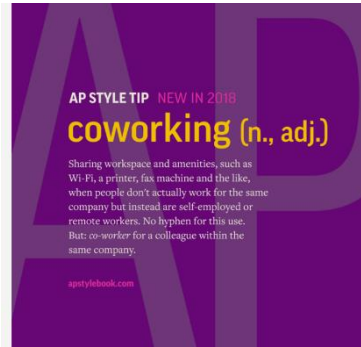


Şekil 4: İstihdamın Yeni Formlarına İlişkin Sınıflandırma

Kaynak: <https://www.eurofound.europa.eu/>

“Collaborative employment” ifadesiyle adlandırılan bu çalışma modeli dilimizde “işbirlikçi/ortak çalışmaya dayalı” olarak karşılık bulmaktadır. CWS lerde hayat bulan çalışma modeli bir ortaklık hali olmamakla birlikte, bir işbirliği zorunluluğu da taşımamaktadır. Bu çalışma hukuki bir işbirliği türünü ifade etmediği gibi aynı zamanda işletme ortamındaki verim arttırıcı işbirliği temelli takım ve grup çalışmalarına karşılık da gelmemektedir. Ancak, aynı zamanda da bunların hepsine olanak sağlayabilen bir yapı içermektedir. Coworking alanlarında mekânsal paylaşım üzerinden ortaya çıkan bu çalışma modeli, birey ve kurumlar arasında resmi/gayri resmî birliktelik ve paylaşım ile çalışmaktadır. Bu nedenle bu çalışma modelinin “birlikte çalışma” veya “paylaşımlı çalışma” olarak adlandırılması önerilmekle birlikte literatür ve çeviriye bağlı kalmak adına “işbirlikçi/ortak çalışma” ifadesi kullanılacaktır.

Söz konusu ikiliğin kökeni, çalışma modelinin mekânı olan, coworking alanlarına yönelik “co-working mi, coworking mi” tartışmasından kaynaklanmaktadır. Uzun bir süre yoğun tartışmalar içeren kısa çizgi (-) tartışması, 2018 Mayıs’ında, Associated Press Sytle’in kısa çizgiyi resmi olarak kaldırarak, co-working yerine coworking kavramını kabul etmesiyle sonlanmıştır. Bu değişikliğin, küçük gibi görünse de aslında oldukça ciddi bir anlam içerdiğini, AllWork, AP Stylebook'un yıllar içinde yaptığı diğer değişimlere vurguda bulunarak açıklamaktadır. 2010 yılında "web sitesini" "websitesi" olarak değiştiren APS, 2011 de ise e-postayı, eposta olarak değiştirmiştir. Bu terimlerin orijinal bir kavram ve içeriğe kavuşmasında bu değişimlerin yeri olduğunu belirten Allwork, (-) kısa çizginin kaldırılmasının da coworking için artık bir sektör haline gelişinin kabulü anlamını içerdiğini belirtmektedir. (Meunier, 2018)



Resim 28: AP'nin 2018 Yeni Ortak Çalışma Girişine İlişkin Tarzı Facebook Duyurusu

Kaynak: <https://allwork.space/>

Kısa çizginin (-) aslında ortak çalışma kültürü içinde 2005'ten önce, genellikle meslektaşlar veya aynı işletmenin çalışanları için kullanılan “co-working” yani “ortak çalışmayı” ifade ettiği düşünülmektedir. Bunun yerine ise, son dönemde işbirliğini ifade eden “coworking” kavramının kullanımı tercih edilmektedir (Lynch ve diğ.,2016:6).

Merkel (2019), işbirlikçi/ortak çalışmayı, "görünmez" ve “güvencesiz” bir işgücü olarak nitelendirdiği serbest çalışanlar tarafından gerçekleştirilen bir çalışma olarak ifade etmektedir. Ayrıca işbirlikçi/ortak çalışmanın, bağımsız çalışmanın kayıt dışılığını, belirsizliğini ve risklerini azaltma olduğunu ve onlarla başa çıkmak için oluşturulan kolektif bir örgütlenme pratiği olduğunu da belirtmektedir. Ortak çalışmanın, Avrupa ve Kuzey Amerika şehirlerinde yaygın hale gelen bir model olmasının nedenleri olaraksa uygun fiyatlı konut eksikliği, sosyal refah devletinin daraltılması ve kemer sıkma şhirciliğinin dayatılan koşulları olduğunu eklemektedir (Merkel, 2019:541).

İşbirlikçi/ortak çalışmanın, bilgi iletişim ile desteklenen diğer çalışma yöntemlerinden farklı olduğunu belirten Bueno (2018) ise, tele çalışmayı merkezden uzakta, çalışanlar arası iletişim olmayan sadece teknoloji aracılığıyla iletişim kurulabilen çalışma olarak tanımlarken; ortak çalışmayı mobil çalışanlar için birbirini tanıyan bir grup ile gerçekleştirilen çalışma biçiminde ifade etmektedir. Tele çalışma ve ortak çalışma arasındaki farkı ise, tele çalışmada izolasyon hissinin oluşabileceği ancak ortak çalışmada bu riskin çok düşük olduğu şeklinde açıklamaktadır (Bueno, 2018:453)

İşbirlikçi/ortak çalışmanın gerçekleştirilmesinde çok sayıda aktör bulunmaktadır. Bu aktörlerden biri tarafların fiziksel, düşünsel, işbirliksel anlamda bir araya gelmelerine aracılık eden mekânlar olarak CWS lerdir. İşbirlikçi/ortak çalışmayı oluşturan sistemde yer alan ve bilinen anlamları dışında kullanımı yerleşmiş olan farklı kavramların bu sistem için ne ifade ettikleri de sistemin değerlendirilmesinde önem taşımaktadır.

Bu kavramlardan işbirlikçi ortak çalışma modelinin etkileşim ve paylaşım amacına ulaşılmasında önemli rol oynayan komünite kavramı ise, köken olarak ekolojiktir. Türkçe’de topluluk veya cemaat olarak ifade edilen komünite Cambridge Sözlük’te, aynı yerde yaşayan veya ortak özelliğe, çıkarlara sahip insanlar olarak tanımlanmakla, ayrıca internet ve iletişim alanındaki anlamı da değerlendirilerek “sosyal medyada, benzer ilgi

alanlarına sahip veya birlikte bir şeyler başarmak isteyen insanlar” olarak ifade edilmektedir.

Spinuzzi (2019):3), topluluk kavramını "işbirliğine dayalı, birbirine bağımlı ortak bir nesneye yönelik etkinlik” olarak ifade etmektedir (Spinuzzi,2019:3). Genellikle ilişkilerin içeriğine, yoğunluğuna ve samimiyet derecesine göre sınıflandırılan topluluk, üyelerinin birbirlerine olan davranışları, faydaları ile büyüyen ve köklenen eski bir kavramdır.

Sisteme ilişkin önemli kavramlardan bir diğeri olan ekosistem ise, biyolojik anlamda canlı ve cansız varlıkların birlikte oluşturdukları yapıyı ifade etmektedir. Girişimciliğe ilişkin söylemlerde sıklıkla kullanılan kavram girişimcilik açısından değerlendirildiğinde, “girişimciliğe sağlanan tüm destek yapılanmalardan oluşan ilişki ortamı” olarak ifade edilebilir. Girişimci, fikrini geliştirme aşamasında birçok faktöre ihtiyaç duymakta ve bu faktörlerin bir araya getiren kişiyi ifade etmektedir. Sosyal network olarak da nitelendirilen girişimcilik ekosisteminin performansı, girişimciler ile örgütler ve kurumlar arasındaki etkileşime bağlı olarak biçimlenmektedir (Çitçi, 2017).

Girişimcilikte en az fikir kadar önemli olan ekosistemin aktörleri sosyal, ekonomik, kültürel gibi birçok açıdan girişimcilerle sağladıkları işbirliği ile onların işlerini, yeteneklerini, bilgilerini arttırmalarını desteklemektedir. Teknolojik gelişmeler girişimciliğin kolaylaşmasında ve sermaye faktörlerinin değişiminde belirgin rol oynarken aynı zamanda tarafların birbirlerine ulaşımını desteklemesi açısından da bir ağ oluşturmaktadır.

İlk olarak Cohen (2006) tarafından kullanılan, ekosistem kavramını bir ağdan farklı kılan, kökenindeki yaklaşım olan sistem yaklaşımıdır. Sistem, birbiriyle uyumlu biçimde çalışmakta olan ve birbirlerine farklı bağımlılık ilişkileriyle bağlanan, alt ve üst parçalardan meydana gelen yapı olarak ifade edilebilmektedir. Sistemin uyumlu çalışması beklenen ve gerçekleşen sonuçların tutarlılığı ile değerlendirilen bir yapıdır (Çitçi, 2017).

Girişimlerin belirsizlik içerisinde deneme yanılma yoluyla ortaya çıkışlarının tehlikeli olduğuna vurgu yapan Isenberg (2010), bu dağınıklığın yerine mevcut deneyimlerden yararlanmanın gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bu noktadaki paylaşımın sadece hükümet tarafından organize edilmesinin mümkün olmadığını bu nedenle, şirket

yöneticilerinin, üniversitelerin, meslek kuruluşlarının, vakıfların, sendikaların yanı sıra girişimcilerin kendilerinin de eşler arasında sistemden yararlanmalarının gerekli ve önemli olduğunu belirtmektedir. Tüm bu kişi ve kuruluşların oluşturduğu ağı ise ekosistem olarak tanımlamaktadır (Isenberg, 2010).

Paylaşımlı bir çalışma modeli olan işbirlikçi/ortak çalışmada modelin tarafları, kendi hesabına çalışanlar, startuplar-girişimciler veya kurumsal işletmeler olabilmektedir. Bu yapılanmalar arasındaki etkileşim derecesi ise tarafların organizasyonel yapılanmalarının yanı sıra amaç-hedeflerine ve paylaşıma bakış açılarına göre değişebilmektedir.

1950lerden sonra, özellikle gelişmiş ülkelerin girişimciliğe ilişkin davranış biçimlerindeki değişimi bir evrim olarak değerlendiren OECD, üreticilerin artık güçlü bir şekilde, yüksek büyüme eğilimi gösteren firmaları yani startupları teşvik etmeye odaklandığını belirtmekte ve bu desteğin aslında startupların yaratıcılık özelliğinden kaynaklandığının altını çizmektedir. Bu noktada hızla büyüyen birkaç şirketin tüm net yeni işlerin orantısız bir şekilde büyük payı oluşturduğuna dikkati çekmekte, toplam işletme sayısının sadece %6'sı olan startupların, tüm net işlerin %54 ünü gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Kendi büyümesinin yanı sıra kümelenme ve taşıma etkisi ile diğer işletmeleri de olumlu etkilediği bilinen bu işletmelerin özellikle teknoloji tabanlı işlerde yoğunlaştığı ise dikkat çekmektedir (Mason ve Brown, 2016:4-5).

Ekonominin gelişiminde ve kalkınmada önemi ve etkisi her zaman büyük olan ancak son dönemlerde teknolojik gelişmelerin etkisiyle, nakit sermaye ve üretim kaynaklarının bağımlılığından kısmen uzaklaşan girişimciliğin başarısında, destekleyici yapıların varlığı ve birlikte bir bütün olarak sistemsel işbirlikçi hareketin sağlanabilmesi önemlidir. İşin mekânsız ve dağınık yapılanmasında ona sosyalleşme, paylaşma ve topluluk etkileşimi imkânı sunan mekânlar olarak CWS ler ise, süreci bünyesinde yer alan aktörler aracılığıyla desteklemektedir. Yatırımcılar, ÇUŞler, STKlar ile bağımsız kendi hesabına çalışanlar, startuplar, küçük işletmeler arasında ortaya çıkan işbirliği, eşler arasında da gerçekleşmektedir. Bu işbirliği bazen resmi nitelikte karşımıza çıkabilmekte ancak sıklıkla gayri resmi bir ilişki ağıyla hatta bazen farkına varılmadan bile oluşabilmektedir. Son olarak komünitenin oluşumunda, işbirliklerinin desteklenmesi ve teşvik edilmesinde CWS yönetiminin yaklaşımı ve vizyonu da büyük önem taşımaktadır.

3.3. İşbirlikçi Çalışmanın Mekânları: Coworking Alanları (CWS)

Ofisin sadece telefona sığıldığı 21.yüzyıl başlarında, işin her yerde gerçekleştirilmesi mümkün olsa da nerede gerçekleştirileceği önemli bir sorun oluşturmaktadır. Çalışmanın gerçekleştirilmesinde fiziksel donanım, teknoloji aracılığıyla kolaylıkla sağlanabilmekte iken işyerinin çalışana sağladığı sosyal donanım, ev veya cafe gibi mekânlarda gerçek anlamda sağlanamamaktadır.

Evden gelişen ve zamanla tekrar eve dönmeyi deneyen ancak verimlilik, konsantrasyon, sessizlik veya psikolojik anlamda ise zorlayıcı unsurlar nedeniyle evde çok da verimli olamayan çalışma, işverenden bağımsızlaşarak, etkileşim, işbirliği, network ve komünite oluşturabileceği, ev konforundaki çalışma mekânlarına doğru hareketlenmekte ve coworking alanlarında bu sorunlarına çözüm bulabilmektedir.

CWS ler kısaca çalışma alanına ilişkin hizmet ve fayda sağlayan ve bunu sabit bir maliyet karşılığında gerçekleştiren mekânlardır. Modern iş hanları olarak nitelendirilmenin oldukça yalın kaldığı CWS ler, sistemsal bir yapı ve felsefe taşıyan mekânlardır. Çalışanların ortak bir mekânı kullanımları ile birlikte, iletişim ve etkileşim oluşturdıkları ve aynı zamanda da bağımsız oldukları ancak pratikte birlikte çalışmaya yönlendirildikleri, mekânsal ve örgütsel bir düzenleme biçimidir. İlk olarak 2005 yılında kurulumundan bu yana CWS ler hızla gelişen ve dünya çapında egemen bir ofis sistemi haline gelmiştir.

CWS ler, uluslararası literatürde özellikle 2010lardan itibaren yoğunlaşmakla birlikte hakkında çok sayıda çalışma ve araştırma bulunan bir ofis fenomeni olarak değerlendirilmektedir. Ulusal literatürde ise, yeni gelişmekte olan bir kavram olarak dikkat çeken CWS ler hakkındaki araştırmalar, daha çok mimari özellikleri ile öne çıkmaktadır. Akademi dışı yayınlar açısından değerlendirildiğinde de çok daha geniş bir literatür varlığına sahip CWS lere akademik ilgi de gün geçtikçe artmaktadır. Bu doğrultuda CWSlere ilişkin literatür değerlendirilmesi, net tanımlama içeren ifadeler tablolaştırıldıktan sonra detayların karşılaştırılması yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2: Coworking Alanlarına İlişkin Literatür Özeti

Blagoev ve diğ.	Bağımsız çalışmanın gerçekleştirildiği yerlerden öte çalışmanın örgütellenmesine katkı sağlayan mekânlar (Blagoev ve diğ., 2019:895).
Appel-Meulenbroek ve diğ.	Büyük uluslararası zincir yöntemi ile yeni çalışma ortamlarının merkezi bir bileşeni ve girişimcilik ekosisteminin önemli bir aktörü (Appel-Meulenbroek ve diğ., 2020:3).
Bouncken ve diğ.	Ortak çalışma alanlarını bağımsız bilgi profesyonelleri arasındaki iletişim ve bilgi paylaşımını geliştiren ortak kullanım mekânı (Bouncken ve diğ., 2019:2068)
Moriset	İzolasyona ilişkin çözüm amacıyla, reklam öğelerini barındırarak tasarlanmış, bağımsız çalışanlar ve girişimciler için samimi ve işbirliğini destekleyen "şans hızlandırıcıları"dır (Moriset, 2014:1)
Bueno	Ortak çalışma alanları, aynı organizasyonun üyesi olmayan çalışanlar tarafından paylaşılan işyeri (Bueno, 2018:452).
Fuzi	Yaratıcılık, fikir paylaşımı, ağ oluşturma, sosyalleşme ve işbirliğini teşvik etmek için tasarlanmış, küçük şirketler, yeni başlayanlar ve serbest çalışanlar için yeni iş fırsatları yaratan, farklı profesyoneller tarafından kullanılan esnek, paylaşımlı, kiralanabilir ve topluluk odaklı çalışma alanları (Fuzi, 2015:463).
Spinuzzi	Bağımsız bilgi çalışanlarının bir araya geldiği ortak çalışma ortamları; geleneksel istihdamın parçalanması, dış kaynak kullanımı karşısında yerel topluluklar oluşturma ve aralarındaki işbirliğini desteklemek amacıyla kurulmuş mekânlar (Spinuzzi, 2019:116-118).
Capdevila	Firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılıklar ve bilgi akış dinamiklerinin, kaynakların ve güvenin hayati olduğu sosyal ağların oluşturulduğu kümelenme mekânları (Capdevila, 2015:3).
Bouncken ve diğ.	Topluluk oluşturma ilkeleri çerçevesinde oluşturulan ve işletilen, esnek üyelik yapılanmaları ile gayriresmi formlar içeren, işbirliği ve değerlerini öne çıkaran, kullanıcıların hem toplulukta hem de inşasında yer aldıkları, ancak özerkliklerini ve öz kimliklerini sürdürmeye devam ettikleri, değişken ve akıcı topluluklar yaratan mekânlar (Bouncken ve diğ., 2019:2).
Nakano ve diğ. (2020)	Bağımsız ve serbest çalışanlar için altyapı ve etkileşim fırsatları sağlamak üzere oluşturulmuş iş yerleri (Nakano ve diğ., 2020:135-136)
Mulas ve diğ.	Farklı bağımsız yaratıcı profesyonel gruplarının ve Uzaktan çalışan bireylerin ortak bir ortamda çalışmasına olanak tanıyan üyelik tabanlı bir çalışma alanı (Mulas ve diğ., 2017:10-11))
Mandl ve diğ.	İşbirlikçi- ortak çalışmanın gerçekleştirildiği mekânsal yapılar kendi hesabına çalışanların veya küçük işletmelerin maliyetleri düşürmek ve verimliliği artırmak için amacıyla hizmeti satın aldıkları yerler (Mandl ve diğ., 2015:118)

Literatürdeki vurguların “bağımsız, güvencesiz çalışma, ağ ve topluluk oluşturma, verimlilik ve yaratıcılığı arttırma, yeni iş fırsatları oluşturma, maliyet düşüklüğü, işbirliği, etkileşim yaratılması” şeklinde ifadelerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Literatürde ayrıca CWSlerin mekan paylaşımı esas alınmakla birlikte çalışmayı farklılaştırıcı, dönüştürücü etkisine de yer verilmektedir. Çalışma modeline ilişkin kavramlar “bağımsız

çalışma, ortak çalışma, dinamik çalışma, güvencesiz çalışma” iken role ilişkin kavramlar, “arabuluculuk, şans hızlandırıcıları, şehir planlamasının ögesi, yeni iş fırsatları yaratıcı, girişimciliği destekleyici rolü” biçiminde yoğunlaşmaktadır. Genellikle işyeri ve üçüncü alanlara alternatif olma özelliği taşıdığı belirtilen CWSlerin kullanıcıları içinse “kendi hesabına çalışanlar, startuplar, ortak yaşam tarzına sahip olanlar, aynı işverene sahip olmayan ancak birlikte çalışanlar ve Y kuşağı” öne çıkmaktadır. CWS lerde oluşturulmaya çalışılan etkiye ilişkin çok sayıdaki çalışmada “paylaşım, komünite, sosyalleşme, işbirliği, bilgi alışverişi, yaratıcılık, fikir paylaşımı, ağ oluşturma kavramları” ele alınmaktadır. Ekonomik gelişmeler açısından incelendiğinde ise “2008 mali krizine ve paylaşım ekonomisinin gelişimi”ne sıklıkla vurgu yapıldığı dikkati çekmektedir. Ayrıca işbirliği ve etkileşim ile arttırılan “üretkenlik ve verimliliğin” yanı sıra “yaratıcılığı geliştirici” etkisine sıklıkla değinilmektedir. Mekânsal özelliklerinin değerlendirildiği çalışmalarda ise “açık ofis ve işbirliğine, yaratıcılığa uygun tasarım, esnek, paylaşımlı, kiralanabilir ve topluluk odaklı çalışma alanları” vurgusu öne çıkmakla birlikte açık ofisin dezavantajları olan “odaklanamama, gürültü kirliliği” gibi etmenler ise CWS lere sıklıkla yöneltilen eleştiriler arasında yer almaktadır.

CWS lerin literatür tanımlamalarına ek olarak, öne çıkan yönlerine yapılan vurgulamalar ise birbirinden oldukça farklı noktalara değinerek, dağınık bir yapı sergilemektedir. CWS lerin faaliyet ve kapsam farklılıklarından kaynaklandığı düşünülen bu dağınıklığın aslında CWS lerin içeriğinin dinamikliğini sergilemek anlamında önemli görülmektedir.

Wijngaarde (2020)’in CWS lerde oluşan resmi ya da resmi olmayan, ticari veya ticari olmayan etkileşimlerin yenilik yaratıcı gücüne dikkat çekerken (Wijngaarde, 2020:87), Nakano vd. (2020) ise CWS leri esnek ve proje tabanlı çalışma ile paylaşım ekonomisine yönelik bir eğilimin sonucu olarak nitelendirmektedir (Nakano ve diğ., 2020:1). Capdevila (2015) ise coworking alanlarının bireylerin bir araya gelerek kişisel ve mesleki gelişim olanağı sağladıkları alanlar olmasına vurguda bulunmaktadır (Capdevila ,2015:3).

Mulas vd. (2017) CWS leri, birbirleri arasında geçişkenliğin yoğun olduğu, ortak değerlerle potansiyel sinerji geliştiren yaratıcı topluluk alanlarından (ortak çalışma alanı, hızlandırıcı, yapımcı alanı, topluluk alanı, kuluçka makinesi, fabrika laboratuvarı, bilgisayar korsanı alanı) biri olarak değerlendirmektedir (Mulas ve diğ., 2017:6).

Moriset (2014) başlangıçta özel girişimler olan ancak zamanla geniş kitlelere yayıldıkça şehir planlamasının bir ögesi haline alan ve hatta endüstriyel mahallelerin yenilenmesine yönelik kullanımı yaygın olan CWS lerde gerçekleştirilen ortak çalışma modeli ile eski çizgilerin bulanıklaştığına dikkati çekmektedir (Moriset, 2014:6).

Walden (2018) ise, çeşitli sektörlerden özellikle vasıflı çalışanları bir mekân aracılığıyla toplayan, onlara ağ ve iş ortaklıkları için yeni fırsatlar sunan yapılar olan CWSlerin özellikle yaratıcı sınıfın güvencesiz çalışanlarının, pazardaki konumunu güçlendirecek kişisel ağ kurmalarında etkili olduğunu ifade etmektedir (Walden, 2018:317).

Bouncken ve Aslam (2019) da CWSlerin dinamik çalışma, topluluk duygusu, iş tatmini, yaratıcılık ve girişimciliği kolaylaştırma gibi avantajları ile öne çıktığını belirterek, CWSlerin işlerliğinin temelinde kullanıcıların paylaşım sürecine açık olmalarının yer aldığına vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte ortak alan kullanımının; örtük bilgi alışverişini kolaylaştıran, fikirleri yeniden yapılandıran-sentezleyen, öğrenmeyi teşvik eden, girişimciliği kolaylaştıran komünite yapısı gibi fayda sağlayan yanlarına da değinmektedir (Bouncken ve Aslam, 2019:2067-2069).

Ayrıca CWSlerin dünya genelinde çoğalan yapılanmasına dikkati çeken Bouncken vd (2020) kullanıcılarının ortak yaşam tarzına ve yüksek dijital kimliğe sahip olduklarını dile getirmekte ve temel farklılığın sahiplenme modellemelerinde ortaya çıktığını belirtmektedir (Bouncken ve diğ., 2020:1477)

Mekânın sosyal mimarisinin fiziksel mimarisinden daha önemli olduğuna vurgu yapan ve çalışma mekânı tasarımının tek başına işe yaramayacağını, güçlü bir kültürle harmanlanması gerekliliğini belirten Stumpf'a göre (2013):1) CWS de oluşturulmaya çalışılan sosyal faktörlerin topluluk, erişilebilirlik, işbirliği, açıklık, iletişim ve yaratıcılık unsurlarından oluştuğunu dile getirmektedir (Stumpf, 2013:1).

Curaoğlu (2017) tarafından yapılan araştırmada, CWS lerin yeni nesil kullanıcıların farklı mekânsal ihtiyaçlarını karşılayan daha yaratıcı çalışma ortamları sunduğu ve kullanıcı profiline genellikle yeni nesil (Y/Z kuşağı) kuşağından oluştuğu belirtilmektedir. Ayrıca bu çalışma, coworking alanların sunduğu karşılaşma olanağı ile sağladığı gayriresmi öğrenme ortamlarına da dikkati çekmektedir. (Curaoğlu, 2017:4765-4766)

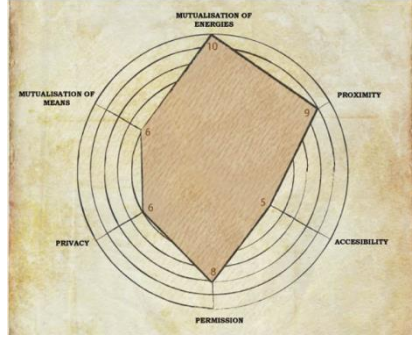
Çalışmanın gerçekleştirilmesinde işbirliği, sinerji, etkileşim, network, komünite kavramlarının öne çıktığı yeni çalışma modeli ile çalışana yine özgürleşmenin ve kimliğin sunulduğu, network pazarlayan ticari kuruluşlar olarak CWS ler işyerinin dışına atılan veya burada konumlanmayı tercih eden işgücü için alternatif mekânlar oluşturmaktadır. Formica (2018), yeni bir fikir olduğu düşünülen CWS lerin, Rönesans ustalarının kendilerini yeni sanatçılara öğrettikleri, onları yetiştirdikleri ve elbette bu esnada da yeni tekniklerin işlendiği ve aralarında rekabetin de bulunduğu, yeni sanatsal biçimlerin ortaya çıktığı bir yapı olan 15. yüzyıl Floransa'sındaki, “bottega” (atölye) ile olan benzerliğine dikkati çekmektedir. Bilim adamları, sanatçılar, ressamalar, heykeltıraşlar, mimarlar, matematikçiler, mühendisler ve tüccarların bir araya geldikleri bu atölyelerde üretilen sosyal, kültürel ve ekonomik değerler Rönesans topluluklarının biçimlenmesinde etkili olmuşlardır. Girişimciliğin öne çıktığı Floransa atölyelerini, hayallerin olduğu, tutkular ve projelerin içiçe geçtiği, yaratıcılık ve yenilik toplulukları olarak ifade eden Formica, bu mekânlarda bir arada çalışan çıraklar, işçiler, zanaatkârlar, mühendisler, sanatçılar ve konukların birbirlerine bağlı ancak bağımsız olduğuna vurguda bulunmaktadır (Formica, 2018).

LinkedIn'in kurucu ortağı Hoffman, “Kiminle olduğun, kim olduğundur” ifadesiyle olmak veya benzemek istenilen kişilerle bir arada bulunmanın gelişim için gerekli olduğunun altını çizmektedir. (<https://girisimturkiye.com>, 2020)

CWS yönetiminin önemini Brown (2019:112) “Arabulucu” rolü ile açıklarken, Parrino (2017) ise CWS yönetimi ve kullanıcılar arasındaki “işbirliği”ne vurgu yapmakta ve iyi bir organizasyonel bir yapı ile mümkün olabileceğini, aksi halde sadece fiziksel alan paylaşımı halini alacağını ifade etmektedir (Parrino, 2017). Bouncken ve diğ. (2020) ise CWS'nin bir topluluk duygusu yaratma potansiyelinin, kurumların bundan elde edecekleri avantajlarda farklılık oluşturabileceğine dikkati çekmektedir (Bouncken ve diğ., 2020:1477).

Broek (2012), ortak çalışmanın karşıladığı ihtiyaçları, Maslow Ortak Çalışma Piramidi ile dinamik bir biçimde sınıflandırmaktadır. İhtiyaçları görselleştirmek ve önceliklendirmek amacıyla yapılan bu sınıflandırmada, erişilebilirlik, paylaşılan araçlar, paylaşılan enerjiler, yakınlık, izin ve mahremiyet olmak üzere sıraladığı ancak değişebilirliğinin altını çizdiği altı eksen yer almaktadır. Bu eksenlerdeki her bir kategori

10 üzerinden derecelendirildiğinde ortaya çıkan ihtiyaç analizi coworkinglere yönelimin kökenindeki ihtiyaçların belirlenmesine yardımcı olacaktır (Broek, 2012).



Resim 29: Mutinerie'nin İhtiyaç Çerçevesi (Paris'te Bir Ortak Bir Çalışma Alanı)

Kaynak: <http://www.deskmag.com/>

Kullanıcılarının çeşitliliğinin yanısıra bulunduğu bölge, coğrafya, kültüre ilişkin beklenti ve ihtiyaçların farklılaşması ile her seferinde kendi özelinde bir topluluk oluşturan ve farklı dinamiklere sahip olan CWS ler “Bağımlı- bağımsız kullanıcılarına; network ve komünite aracılığıyla işbirliği, etkileşim ve paylaşım ile verimliliğin arttığı, maliyetlerin düşürüldüğü, hedef kitleye yönelik konsept mimari ile oluşturulmuş ortamlar yaratmayı amaçlayan paylaşımlı ofis hizmetlerinin sunulduğu mekanlar” olarak ifade edilebilir.

Modern paradigmanın, günlük yaşamda çalışmaya ayrılan bölümünün yoğunluğu ve merkezi önemi bir tarafa, çalışmanın gündelik yaşamdan ayrıştırılması gereken sistematik yapısı, onu başlangıçta gerçekleştirildiği evlerden alarak, zamanla kendi kural ve işleyişi olan kurum ve mekânlara yönlendirmiş olsa da, bugün itibariyle çalışma, zihinsel ve mekânsal olarak özgürleşmekte, bağımsızlaşmaktadır. Ancak doğası gereği işbirliğine ve insan ögesine ihtiyaç duyan çalışmanın bireyselleşememesi ortak çalışma alanlarına yönelimin artması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Post modern toplumun kimlikssel varlığını ortaya koyma çabasındaki çalışan birey, kimliğini coworkingin renkli ortamında, kahvesinin, çayının kalitesinde, ikramlarında, spor, dinlenme, etkinlik alanlarında, fondaki müzikte, mobilya ve tasarımda bulmakta ve kendini kendi seçtiği çalışma mekânı, çalışma ortamı, arkadaşları ve konsepti ile konumlandırmaktadır. Günümüz itibariyle listeye eklenen ve gelecekte de listede olması muhtemel hijyen arayışı da paylaşım ofislerinin olmazsa olmazları arasına girmektedir.

2020 yılının Mart ayında başlayan pandemi (Covid-19) dönemi sonrası, evden çalışma düşüncesi ve pratiğinin arttığı dünyada, bu sürecin gelecekte coworking alanlara ilişkin nasıl gelişeceği yönündeki tartışmaları da arttıracacağı tahmin edilmektedir. Bu şekilde düzenledim ama bunu da okuyup, değerlendirmeni rica ediyorum.

Sonuç olarak çalışma olgusunun macerasına; nerede devam edeceğini zaman ve yeni paradigmalar belirleyecektir. Ancak çalışma, ister fiziksel bir alan olarak evde, ofiste veya sanal bir ortamda, nasıl gerçekleşirse gerçekleşsin kesin olan işbirliği, sosyalleşme ve etkileşimin çalışmanın vazgeçilmezleri olduğudur. Çünkü çalışma mekânında bulunmak sadece işi yerine getirme amaçlı bir davranış değildir. Paylaşımın sağlanması için fiziksel mekân ihtiyacına olan mecburiyet algısının da giderek azalması ile paylaşım ve topluluğun gücü sanalda da sürdürülmeye çalışılmaktadır. Coworking alanları ise, bu noktada daha çok kullanıcıyı yakalamak için hijyenden esnekliğe, işbirliğinden samimiyete kadar evi ilham alan hizmetler sunmanın yanı sıra hizmetlerini sadece fiziksel mekânlarla sınırlandırmamakta, sanal ve dijital platformlarda da komünite oluşturmaya devam etmektedir.

3.3.1. Coworking Alanlarının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Teknolojik ve ekonomik gelişmelerin çalışma modellerinde yarattığı değişim sürecinde hayat bulan ve çalışmanın yeni formlarına ev sahipliği yapan mekânlar olan CWS ler paylaşım ve işbirliği paradigmaları üzerinde yükselen yeni nesil sistemsel ofis yapılanmalarıdır.

İlk olarak 1995'te dile getirilen coworking kavramının hayata geçişi ise 2005'te gerçekleşmiştir. Kısa sürede yükselen bir seyir izleyen coworking alanlarının bu yükselişini 2008 krizi sonrası yeniden biçimlenen ekonomik yapılanmaya bağlayan Cheah ve Ho (2019) yatırımcı sayısındaki artışa ve girişimciliğin yükselmesine vurguda bulunmaktadır. (Cheah ve Ho, 2019:2)

Spinuzzi (2019) ise “Dağıtılmış İş Çağı” olarak ifade ettiği bu dönemde, kuruluşlar arasındaki geleneksel engellerin azaldığını ve çalışmanın parçalanmasının ortak çalışmanın temelini oluşturduğunu belirtmektedir (Spinuzzi, 2019:3). Ortak çalışma yerlerinin gelişimi altındaki itici güçleri, yeni çalışma modelleri, estetik, iş-yaşam dengesi, maliyetlerin düşüklüğü, sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınma olarak ifade eden

Kojo ve Nenaner (2017) ise birincil ortak çalışma yeri olan telemerkezleri aynı fenomenin evrimsel aşaması olarak nitelendirmekte ve dolayısıyla CWS lerin kökenlerinin 1960'lara dayandığını belirtmektedir (Kojo ve Nenaner, 2017:303).

Moriset (2014) ise, CWSlerin kesinlikle telemerkezlerle, esnek ofislerle ve çeşitli kuluçka merkezleri ile karıştırılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. "Uğrak" ofisler olarak adlandırdığı telemerkezlerin, mesleki etkileşim derecesinin düşük olduğunu ve buralardaki ortak çalışma uygulamalarının sadece tesadüfi olabileceğini belirtmektedir. Ofis kiralama çözümleri sunan esnek ofis sağlayıcılarında ise (Regus gibi) herhangi bir ortak çalışma veya atmosfer bulunmadığını, kuluçka merkezlerinin ise ağırlıklı olarak seçimle belirlenen startaplara ayrıldığını ifade etmektedir. CWSleri, işyerlerinin ve üçüncü alanların melezlenmesine ilişkin küresel trendin bir parçası olarak değerlendiren Moriset (2014) ortak çalışma hareketinin başlangıç çağı olarak nitelediği 2005-2010 arasında, daha çok bilgisayar bilimleri ve oyun topluluklarınca talep görürken giderek şehir planlamacıların ve büyük teknoloji şirketlerinin alanına dâhil olduğunu belirtmektedir (Moriset, 2014:303). Brown (2019) CWS leri üçüncü alanlara alternatif olarak gelişen mekânlar olarak ifade etmektedir. (Brown, 2019:112) Moriset ve Brown'un CWS tanımlamalarında yer alan üçüncü alan kavramı, ev ve işyeri dışında sosyalleşmenin gerçekleştiği alanlar olarak tanımlanmaktadır (Çetiz, 2017:32).

Vandelannoitte(2016):4) işin gelişimindeki üçüncü sanallaştırma dalgasını ev ve ofislerin ötesine yayılan çalışma esnekliği ve CWS lerin artışı olarak ifade etmektedir. Kişisel bilgisayar kullanımı ve zaman/ mekân dağılımı olan ilk iki dalgadaki izolasyon, aşırı işbölümü, daha az paylaşım, örtük bilgi, özel-profesyonel yaşam sınırlarının bulanıklaşması gibi dezavantajlarına karşılık; üçüncü dalgaın avantajlarını işbirliği, sosyalleşme, yaratıcılık, ağ oluşturma, sosyal sermayenin artırılması olarak sıralamaktadır (Vandelannoitte,2016:4).

Ricarda vd.(2020) ise CWS lerin kökenine ilişkin görüşlerinde Silikon Vadisine işaret etmekte ve Silikon Vadisinin açık ofislerinin halk kütüphanelerindeki sosyal etkileşim ile birleştiği ortak sosyal mekânlar olarak değerlendirmektedir (Ricarda ve diğ.,2020:2).

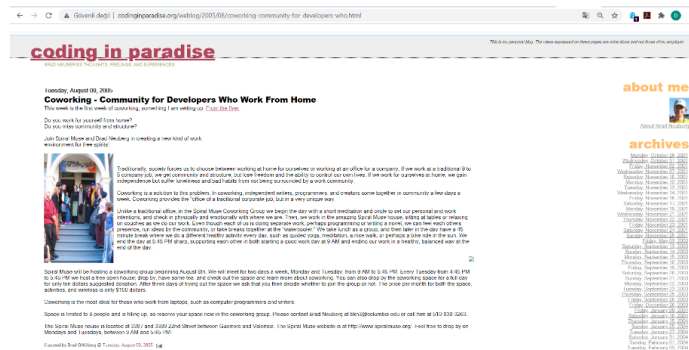
CWS lerin gelişimine ilişkin ilk coworking alanının kurucusu olan "Brad Neuberg", kendisini ortak çalışma fikrinin ortaya çıkışına yönlendiren ihtiyacın, hem kendi için

çalışmanın, hem de başkalarıyla çalışmanın avantajlarına sahip olma isteği olduğunu belirtmekte ve coworking alanlarının bu ikisini bir arada sağlayan yapısına vurgu yapmaktadır;

“2005 yılında Rojo adlı bir girişimde çalışıyordum ve işimden memnun değildim. Daha önce danışmanlık yapıyordum ve bir işin sağlayabileceği topluluğa ihtiyaç duymaktaydım. O noktada kafam karıştı, çünkü hem kendim için çalışmıştım, hem de bir işte çalışmıştım ama ikisinde de mutsuzdum. Çünkü kendim için çalışmanın özgürlüğü ve bağımsızlığı ile birlikte başkalarıyla çalışma yapısı ve topluluğu gibi istediğim her şeyi aynı anda birleştiremiyordum” (Neuberg, 2020)

Coworking kavramının ilk olarak 1999'da “Bernie DeKoven tarafından kullanılarak bir alan adı oluşturulduğu, ortak çalışma teknikleri ve teknolojileri konusunda farkındalığı artırmaya çalışan “Coworking Institute” adında bir enstitü kurulduğu görülmektedir. Ancak Neuberg, coworking kavramını DeKoven ile farklı amaç için kullandıklarını belirtmektedir (Neuberg, 2020) Bu kapsamda mekânsal bir paylaşıma işaret etmeyen, oyun tasarımcısı olan DeKoven, ortak çalışma terimini oyun tasarımı sırasındaki yaratıcı ve eğlenceli paylaşımı ifade etmek için kullanmaktadır (Lynch ve diğ., 2016:6).

Neuberg ise, bu terimi mekânın çalışma amaçlı kullanımı ve bu alanda gerçekleşen topluluk ve işbirliğini ifade etmek için kullanmaktadır. Neuberg, ilk coworking alanının kuruluş hikâyesinde bir alan arayışında iken arkadaşının tavsiyesi ile Spiral Muse alanını haftada iki gün kiraladığını, başlangıçta alana çok gelen olmadığını ve fikri yaymak için cafelerde bu alanı anlattığını, el ilanları dağıttığını, insanların zamanla gelmeye başladıklarını ifade etmektedir (Neuberg, 2020).



Resim 30: Neuberg'in Blogtan Coworking Alanına Davet İçin Yaptığı Duyuru Metni

Kaynak: <http://codinginparadise.org/>



(1)

(2)

Resim 31: Spiral Muse (İlk Ortak Çalışma Alanı) (1) Dış Görünüm (2) İlk ortak Çalışma Alanı Spiral Muse İç Görünüm

Kaynak: <http://codinginparadise.org/coworking/>

Neuberg, ortak çalışmanın büyümesinde üç önemli gelişmenin varlığına dikkat çekmektedir. Buna göre ilk gelişme, alana sadece bakmaya ve ortak çalışmanın ne olduğunu anlamaya gelen çok sayıda insana "bu fikri al, çal ve kendin yap" demek olduğunu belirtmektedir. Aslında böylelikle insanlara ortak çalışma yapma izni verdiğini söyleyen Neuberg bunu tıpkı geldiği "açık kaynak kökleri gibi" ifadesiyle açıklamaktadır. Neuberg CWS lere ilişkin ikinci gelişmeyi ise Messina ve Hunt'ın desteğiyle oluşturulan "ortak çalışma wiki" adında bir Google grup listesi ile çevrimiçi bir topluluk oluşturulmasının olduğunu belirtmektedir. Neuberg, sürece etkisi olan son gelişmeyi ise, Spiral Muse'nin kapanmasından birkaç ay sonra Messina ve Hunt'ın yaklaşık on gönüllü ile "The Hat Factory" adıyla daha büyük bir alan olan ikinci coworkingi açmaları olduğunu eklemektedir (Neuberg,2020).



Karekod 8: The Hat Factory Hikâyesi

Coworking gelişim sürecinin üç kökenden geliştiğini belirten Lynch(2016), ikinci hikâyeyi bugün Impact Hub olarak bilinen Hub ların kuruluşu, üçüncü hikâyeyi ise Jelly çalışma grupları olarak ifade etmektedir (Lynch, 2016:6).

İkinci hikâye, 2005 yılında Londra’ da eski bir deponun üst katında bir grup sosyal girişimci tarafından kurulmuştur. The Hub (Impact Hubs)’ın kurucularından Robinson, yola çıkarken, birbirinden uzakta ve yalnız fikir üreten insanların, potansiyellerinin değerlendirilemediğini, onların aynı fiziksel alanda bir araya gelmeleri fikrinden hareket ettiklerini belirtmektedir. Küreselleşme karşıtı protesto hareketlerinden esinlenen genç aktivistler tarafından kurulan ve genellikle mikro- girişimleri hedefleyen Impact Hubs, Word Social Forum da "başka bir dünya mümkün" gibi sloganlarla kendilerini "değişimin gerçekleştiği yerler" olarak tanıtıyorlardı (Lynch, 2016:7-8). Bu alanların ilk amaçları, değişim yaratacak sosyal girişimciliği teşvik etmektir. Impact Hub, şu anda dünyadaki en büyük ortak çalışma alanı ağlarından birini (Marshall, 2016) oluşturmaktadır.



Resim 32: Hub Islington Çalışma Alanı

Kaynak: <https://coherent.work/>

Üçüncü hikâye ise, 2006 başlarında, aynı evi paylaşan Gupta ve Crawford’un diğer serbest çalışan ve yazılımcı arkadaşlarını evlerine davet etmelerini başlangıç olarak almakta ve resmi niteliği olmayan bu toplantılarının adının ise, fikrin toplantıda "jöleli fasulye” yerken ortaya çıkması nedeniyle, jöle anlamına gelen “Jelly” olarak adlandırıldığını ifade etmektedir. Kavramı Jellyler de Wiki lerde, Google gruplarında kullanarak San Fransiskalı ortak çalışma öncüleri (Neuberg vd.) gibi, konseptin özgürce benimsenmesini teşvik etmişlerdir. “Jellies” zamanla dizüstü bilgisayarda çalışan arkadaş canlısı insanlar için kullanılan bir kavram halini almıştır (Lynch, 2016:8-9).



Resim 33: İlk Jelly Alanlarından Bir Örnek

Kaynak: <https://coherent.work/>

2005 yılında ilk alanının kurulumunu takiben, 2005 ve 2006 yıllarında kurulan “Hat Factory, Hub, Citizen Space, Brooklyn Coworking” gibi örneklerle hızla çoğalan CWSlerin sayısı 2007’e gelindiğinde 75’e ulaşmıştır. 2008’de ilk zincir alan olan “Next Spaces” kurulurken, ilk çocuk bakım tesisine sahip çalışma alanı olan “Cubes&Crayon” da bu yılda kurulmuştur. 2009’da başlayan “CoworkingVisa” seyahat edenlerin sayısındaki artış nedeniyle, bu kişilerin gittikleri yerdeki alanı kullanmalarını sağlamak üzerine oluşturulan ağı ifade etmektedir. Aynı yıl Küresel Coworking Konferansı (GCUC) düzenlenirken, D.Jones, T.Sundsted ve T. Bacigalupo tarafından yazılan kitap “I’m outta here!”²⁸, “Okuyunca neden yetenekli çalışanların ofise sırt döndüğünü anlayacaksınız” sloganıyla yayınlanmıştır. 2010’da International Coworking Day²⁹, 09 Ağustos olarak belirlenerek coworking.com alan adı alındı ve ilk dergi olan deskmag çıkarıldı. 2011’e gelindiğinde 1.130 olan coworking sayısı, 2012’de 2000leri aşarken Alex Hillman Coworking Weekly³⁰i başlattı. 2013’te Uluslararası dernek olan Coshare kuruldu ve yine aynı yıl ilk sağlık sigortası olan COHIP başlatıldı (<https://wiki.coworking.org>,2020)

Deskmag, 2020’ye ilişkin verilerin değerlendirilmesinde ise COVID-19 nedeniyle var olan katı kısıtlamalar kaldırıldıktan sonra başlangıçta yavaş bir üye dönüşü olduğunu ancak bunun her hafta arttığını belirtmekte ve önceki seviyeye dönmenin özellikle ekonomik nedenlerle biraz zaman alacağını da eklemektedir. Ancak bu noktada coworking alanlarına yönelimi etkileyen en önemli nedenlerden birinin maliyet avantajı

²⁸ Ben Buradan Gidiyorum

²⁹ Uluslararası Coworking Günü

³⁰ Coworking Haftası

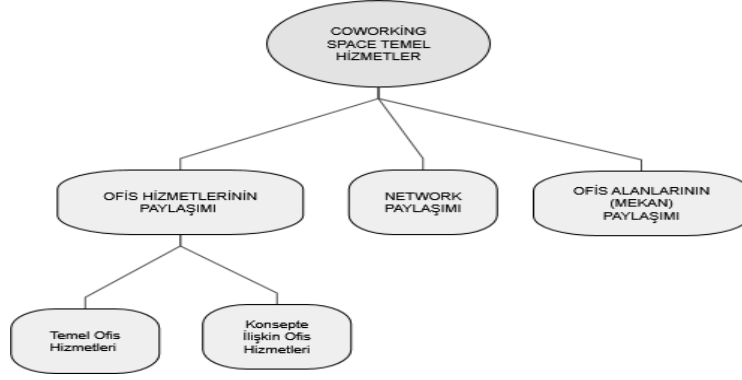
olduğu düşünülduğünde kısıtlamalardan sonra sürecin hızlanarak artacağı öngörülmektedir. Deskmag, dış dünyayla bağlantısı kesilmiş bir orman kulübesinde paylaşılan bir çalışma alanının, genellikle her gün 10.000 kişinin çalıştığı bir şehir merkezindeki binanın 40. katındaki tek bir ofisten daha iyi virüs koruması sağlayacağını belirterek, bu alanların güvenilirliğine işaret etmektedir (Foertsch, 2020) .

3.3.2. Coworking Alanlarının Faaliyetleri ve Hizmet Kapsamı

Üçüncü alanlara alternatif olan CWS ler faaliyet ve hizmetlerini kullanıcı kitlenin ihtiyaç ve beklentileri ekseninde şekillendirmektedir. Faaliyetleri ve sunulan hizmet açısından, ilk bakışta birbirine oldukça benzer görülen, kurumsal ofis hizmetleri ile CWS ler, iş modeli açısından kısmen benzemekle birlikte, işleyiş ve paylaşım açısından derin farklılıklar içermektedir.

Kurumsal ofis hizmetleri sağlayan alanlarda, paylaşım fiziksel mekân iken, coworking alanlarında ise mekâna ek olarak ağ ve ekosistem paylaşılmaktadır. Kurumsal ofis hizmetlerinde alanın kullanıcıları genellikle kurumsal işletmeler iken, CWS lerde ise kurumsal işletmelerin yanı sıra mikro ölçekli işletmeler ve bağımsız kendi hesabına çalışanların yoğunluğu dikkati çekmektedir.

Mekân paylaşımının ötesinde, komünal bir çalışma ortamının hedeflendiği CWS lerde işbirliği ve network öne çıkmaktadır. İşbirlikçi-ortak çalışmanın mekânı olarak değerlendirilen CWS'lerin hizmet dağılımı; ofis hizmetlerinin paylaşımı, network paylaşımı ve ofis alanlarının paylaşımı biçiminde üç başlıkla ele alınmalıdır. Ayrıca paylaşılan ofis hizmetlerini, hemen hemen her CWS de standart olan temel ofis hizmetleri ile konseptte ilişkin olarak adlandırılan hedef kitleye yönelik ticarileşen ofis hizmetleri biçiminde iki başlıkta değerlendirmek mümkündür. Coworking alanlarındaki hizmet dağılımına ilişkin gözlemler ekseninde Şekil 5 araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 5: Coworking Alanlarında Hizmet Dağılımı

Ofis (mekân) paylaşımında, fiziksel anlamda bir paylaşım ele alınmakta ve genellikle sabit masa, gezgin masa, hazır ofis, sanal ofis, toplantı salonu bazen de üretim alanı ve sütüneler olarak biçimlenmektedir. Genellikle üyelik sistemi ile işleyen yapıda üyeliklerin süreleri ve hizmetin içeriğine göre ücretlendirmeleri farklılık göstermektedir. CWS lerde temel ofis hizmetleri açısından mekânsal paylaşımın ötesinde, internet, yazıcı, fotokopi, düzenli temizlik, kitchenette ve mutfak kullanımı, aydınlatma, elektrik, su, iklimlendirme, güvenlik ihtiyaçlarının yanı sıra sınırsız çay-kahve gibi olanaklar da sunulmaktadır.

Konsepte ilişkin ofis hizmetlerinde, CWS lerin, hedef kitle anlayışı benimsedikleri dikkati çekmektedir. Hizmet sundukları Coworking kullanıcıları/üyeleri (hedef kitle) farklı meslek, farklı eğitim, farklı çalışma alanlarında yer almakla birlikte, ortak bir çalışma ve yaşamı seçmiş bireylerden oluşmaktadır. Paylaşım ekonomisinin aktörlerinden biri olan Coworking alanları ticari işletmeler olmakla birlikte, paylaşım ve işbirliğinin gelişimini misyon edinmiş işletmelerdir.

Coworking alanlarının gelişimindeki felsefenin, “çalış-öğren-oyna” olduğunu belirten Lynch vd. (2016) ise sosyal ve işbirlikçi faaliyetlere yapılan vurgu ile mekân tasarımının CWS’leri önceden hizmet verilen ofis endüstrisinden ayırdığını belirtmektedir. İlk ortak çalışma alanlarının “iş ve oyun” ikilisini harmanlayan, kendine özgü, ısmarlama post fordist karakteristikler taşıyan, tasarım mekânlar olduğunu belirten Lynch, bu ifadenin ise hamak ve tenis masalarında karşılık bulduğunu ifade etmektedir (Lynch ve diğ., 2016:4).



Şekil 6: Çalış-Öğren-Oyna Üçüncü Alanların Tarihi Gelişimi

Kaynak:<https://www.researchgate.net/>

CWS ler, kendilerine özel belirledikleri konsept dahilindeki farklılıklarını öne çıkararak, tüketicilerine paylaşılan bir meta olarak çalışma mekanı sunan ticari kurumlardır. Bu noktada CWS lerin sunduğu hizmetlerin farklılaşması öne çıkarken, hizmetler yogadan detox sularına, atıştırmalık ikramlardan, misafir karşılamaya, uyku ve oyun odalarından spor salonlarına, kütüphanelere, eğitimlerin çeşitliliğine, lokasyonun paylaşımına, etkinliklere ve daha birçok öge ile geniş bir yelpazede çeşitlenmekte ve bu ögeler de CWS lerin kimliği (konsepti) halini alarak ayrıştırıcı olmaktadır.

Network paylaşımında ise CWS nin sahip olduğu komünite ve bu komünitenin ekosistem gücü öne çıkmaktadır. CWS ler bu durumu, işbirliğinin üyelerine sağladığı etki ve bünyesindeki girişimlerin etkinliği üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Komünitenin yapılanması için üyeliklerini başvuru sistemi ile yapan CWS ler ya da komünitenin işlerliği için üyelik sürelerinin asgari tutulduğu sistemler dikkati çekmektedir

Coworking alanlarının, çalışmaya ilişkin mekân paylaşımı ve sosyalleşme ile başlayan süreci, zamanla kullanıcı talepleri ve çevresel faktörler ekseninde biçimlenerek çeşitlenmektedir. Bugün ise içinde bulundukları kaotik ortama da hızla uyum sağladıkları görülen coworking alanlarının değişime açık, esnek yapılanmalar olarak süreci takip ettikleri izlenmektedir.

3.3.3. Coworking Alanlarına İlişkin Genel İstatistikler

İlk olarak 2005'te kurulan coworking alanları, bu kısa zaman diliminde sayı, hacim ve kullanıcılarının hızla arttığı, coğrafik olarak genişleyen, giderek daha uzun yaşam süresine sahip olan bir “ofis fenomeni” olarak sürekli yükselen bir ivme göstermektedir.

Deskmag tarafından gerçekleştirilen, 2018 Global Coworking Survey³¹'e göre yıllık artış oranı Avrupa'da %21 iken, dünya genelinde ise %25 düzeyindedir (<http://www.deskmag.com>, 2018) Coworking alanlarının 2015'te 8900 olan sayısının, 2020 de 26.300 olması, kullanıcı sayısının ise 2.680.000'e ulaşacağı beklenmiştir (Foertsch, 2019).

Çalışmanın bu bölümünde 2019 verileri dikkate alınmıştır. 2020 verilerine yer verilmemesinin nedeni ise, 2020 başlarında başlayan ve devamında tüm dünyada yaşanan gelişmelerin, ticari ve sosyal hayata olan etkilerinin ayrıca dönemsel etkiler özelinde değerlendirilmesi gerekliliğidir. Pandemi etkileri, her faaliyet alanını olduğu gibi coworking alanlarını da etkilemiştir ancak bu başlık ayrı bir araştırmanın konusu olabilecek kadar kapsamlı olduğundan bu çalışmada bu etkilere yer verilmemiştir. Ayrıca araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde mevcut olmayan bu durumun çalışmanın kapsamına uygun olmayacağı düşüncesi ile 2020 verileri çalışma kapsamında dikkate alınmamıştır.

2019 Global Coworking Survey'e göre, CWS lerin sayısal büyüklüklerinin giderek arttığı ve 2018'de, % 25 olan büyüme, 2019'da % 31 düzeyine yükseldiği belirtilmektedir. Genellikle mega şehirlerde gerçekleşen büyümenin kıtalararası oranları ise, Asya ve Avrupa'da iki katına çıkarken, Amerika'da ilerleme daha yavaş seyretmektedir. CWS lerin yaşam süresinin uzadığına dikkat çekilirken, 12 aydan kısa süredir faaliyet gösteren CWS lerin oranının 2012 de %51 iken, 2019 da bu rakamın %26'a düştüğü görülmektedir. 60 aydan uzun süredir faaliyette olan CWS sayısının ise, %18'e karşılık geldiği belirtilmektedir. 2019'da 10 ortak çalışma alanından sadece 1'i iş durumunun kötü olduğunu bildirmekte ve bu coworking alanları da genellikle küçük şehirlerde bulunmaktadır. Coworking alanlarının başarısında belirleyici faktörlerden birinin de kuruluşunda genellikle büyük şehirlerin tercih edilmesi ve sermayenin büyüklüğü olduğunun altı çizilmektedir. Alanın büyüklüğü ve üye sayısının, karlılık ve sürdürülebilirlik açısından önemli olmasına ek olarak komünitenin gücünün de daha fazla üyenin tercih etmesinde etkili olduğu belirtilmektedir. Alanların % 28'i ortalama fiyatını yükseltirken, tüm ortak çalışma alanlarının üçte ikisinin üye sayısında artış olmuştur.

³¹ Uluslararası Coworking Anketi

Ortalamada her beş CWS den biri yeni lokasyon açarken, mega şehirlerde ise her üç CWS den biri yeni lokasyon açmaktadır. CWS ler için en büyük sorun ise, yeni üye edinmek (%60) iken ikinci sırada ise %37 ile ekonomik konular yer almaktadır. Ortak çalışma alanlarının % 86'sı daha fazla üye ve % 84'ü ise daha yüksek ciro beklemektedir. Tüm ortak çalışma alanlarının dörtte üçü kârlılığın artmasını beklemekte ve % 44'ü üyelik ücretlerini veya ofis kiralarını artırmayı düşünmektedir. Üyelerin% 60'ı mevcut ortak çalışma alanlarından ayrılmayı planlamazken, artan üye sayısının yarattığı topluluk etkisi, lokasyonda kalma kararında etkili olmaktadır (<http://www.deskmag.com>, 2019).

2019 Global Coworking Survey'in demografik verilerine baktığımızda ise, 2019'da ilk kez kadın kullanıcı sayısı %50 oranını geçerken, kullanıcıların kadın oranı değerlendirmesi %40 düzeyindedir. Yaş dağılımına bakıldığında en yüksek grubun, %20 ile 30-34 yaş aralığı olduğu görülürken bu yaş grubunu %18 ile 25-29 yaş aralığındakiler takip etmektedir. Yaş dağılımının genişliği dikkati çekmektedir. 18-24 yaş aralığındaki üye sayısı %10 iken 60 ve üzeri üye sayısı ise %3 düzeyinde görülmektedir. Yaş yoğunluğu 18-35 aralığında yükselmekte ve 44 ten sonra ise düşen bir seyir izlemektedir. Üyeler faaliyet alanları açısından değerlendirildiğinde %42 freelance ve %16 işveren olmak üzere çoğunluğunun %58 ile kendi hesabına çalıştığı görülürken en fazla beş çalışanı olan bir şirket için çalışanlar da %13 lük bir grubu ifade etmektedir. Geri kalan %29 luk kesim ise 6 kişiden fazla çalışanı olan şirketlerin çalışanları, öğrenciler ve diğerleri biçimindedir. Üyelerin mesleksi dağılımına bakıldığında, %19'unun programlama, web tasarımı, yazılım alanlarında; %12 sinin pazarlama, satış, iletişim alanlarında; %10'unun danışmanlık; %9 unun tasarım, % 6 sinin yazarlık, %6 sinin yönetici, %5 inin muhasebe, ofis yönetimi, %4 ünün proje yöneticisi olduğu kalan %29 unun yoğunlukta ise sanatçı, eğitimci, araştırmacı olduğu görülmektedir. Katılımcılar eğitimleri açısından değerlendirildiğinde %44 lisans, %31 master, %5 inin ise doktora ve üzeri eğitim seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Üyelerin gelir dağılımları incelendiğinde, %54 ü orta düzey, %27 si yüksek, %5 i ise çok yüksek olarak ifade edilirken sadece %14 ünün orta düzeyin altında gelir elde ettiği görülmektedir. %14 ünü dijital göçmenler oluştururken, %6'sı dijital göçmen olmamakla birlikte sıklıkla seyahat etmektedir (<http://www.deskmag.com>, 2019). Karlılık oranları açısından değerlendirildiğinde ise dünya genelinde CWS lerin %43 sinin kar etmekte olduğu, %32 sinin ise kar zarar dengesini koruduğu görülmektedir (Foertsch, 2020).

3.3.4. Coworking Alanları Kullanıcılarının Sınıflandırılması

Paylaşım ekonomisinin mekân paylaşımı kategorisinde değerlendirilen coworkingler, sadece çalışma mekânının paylaşımını ifade eden bir model değil, aynı zamanda çalışmak amacına hizmet etmesi için “tüketilen bir meta” olarak da değerlendirilmelidir. Bu mekânın tüketimini tetikleyen ihtiyacın, her birey için farklı biçimlerde ortaya çıkışı, bireyin farklı beklentileri ve talepleri doğrultusunda, her coworking için kendine özel bir “kullanıcı kitlesi” oluşturmaktadır.

Sadece gelir sağlama amacına yönelik bir faaliyet olmayan çalışma, aynı zamanda bireyin sosyalleşmesini sağlayan, kimlik, aidiyet ve statü oluşturan, amaç ve hedeflerine aracılık eden, öğreten, geliştiren bir faaliyettir. Sahip olduğu bu güç ile de bireyin yaşamında biçimlendirici ve dönüştürücü bir role sahiptir. Bu nedenle çalışmanın nerede, nasıl, hangi zaman diliminde ve kimlerle gerçekleştirildiği sadece işi değil bireyin yaşamını da etkilemektedir. Dolayısıyla kullanıcılar çalışmayı satın aldıkları CWS lerden aynı zamanda çalışmanın bileşeni olarak yaşam tarzını da satın almaktadırlar.

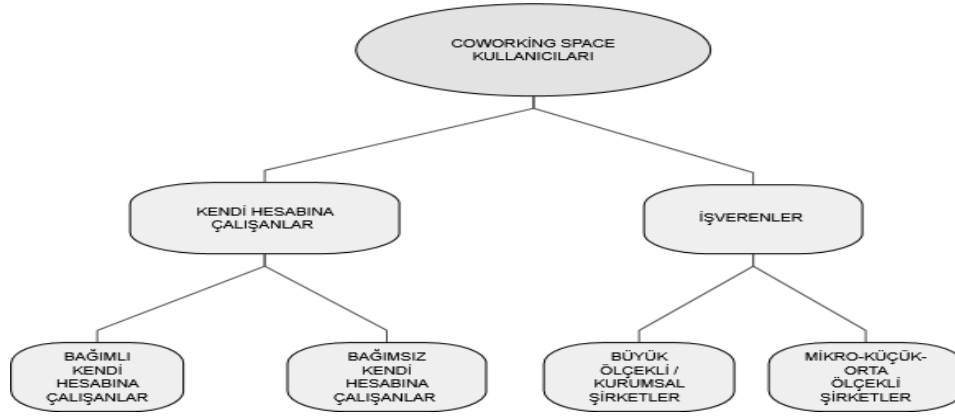
CWS leri tercih eden kullanıcıların hedef kitle anlayışı ile sınıflandırılması gerekli olsa da, her CWS nin kendi kültür ve komünitesindeki farklılıklar nedeniyle bunun belli bir coworking alanına özel gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu araştırmada ise, CWS kullanıcıları çalışma ve kullanım modelleri ekseninde sınıflandırılarak değerlendirilmektedir.

3.3.4.1. Çalışma Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları

CWS kullanıcılarına ilişkin çalışma modelleri üzerinden gerçekleştirilen sınıflandırma tarafımızca literatür, gözlem ve bulgular dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu noktada, dünya genelindeki bir yapıya ilişkin evrenin büyüklüğü ve örneklemin darlığı, sınıflandırmanın yapılmasında bir sınırlılık oluşturmaktadır.

Çalışma modeli üzerinden, coworking alanı kullanıcıları, kendi hesabına çalışanlar ekseninde bağımlı ve bağımsız olarak ele alınırken, işverenlere yönelik değerlendirme ise, işletmelerin büyüklüğüne göre sınıflandırılmıştır. CWS’ten doğrudan hizmet almayan ve işverenlerinin sözleşmesi aracılığı ile alanın kullanıcısı olan ücretliler ise, dolaylı hizmet olarak ayrıca değerlendirilmişlerdir.

Coworking alanlarındaki çalışma modeli üzerinden coworking alanı kullanıcılarına ilişkin gözlemler ekseninde Şekil 6 araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 7: Çalışma Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları

3.3.4.1.1. Kendi Hesabına Çalışanlar

Tarih boyunca teknolojik, ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi çok sayıda olgu ve aktörün etkilerine maruz kalarak defalarca dönüşen çalışma, 21.yüzyılda da yoluna yeni formlarla devam etmektedir.

Sanayi devrimi sonrasında yerleşik hale gelen geleneksel bağımlı çalışmaya ilişkin hukuki ve kurumsal yapılanmalar zamanla yerleşerek bugünün egemen çalışma modelinin çerçevesini oluşturmuştur. Genellikle ulusal ölçekte biçimlenen ve uluslararası düzenlemeler ile de desteklenen hukuki yapı geleneksel bağımlı çalışma ilişkisinin bel kemiğini oluşturmaktadır. Kendi hesabına çalışma ise bu hukuki düzenlemelerin dışında kalan bir yapıya işaret etmektedir.

Çalışanın kendi ad ve hesabına mal-hizmet üretimi gerçekleştirdiği bu çalışma modeli, aslında yeni bir çalışma formu değildir. İhtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretebilmek insanın varoluşundan gelen bir faaliyet olmakla birlikte üretimin gerçekleştirilmesinin üretim faktörlerine olan bağımlılığı çalışmanın bir başkası için gerçekleştirilmesini gerekli kılmıştır ve kılmaktadır. Geçmişte daha çok nakdi sermayeye dayalı olarak yapılan bu çalışma, üretim sermayesinin çeşitlenmesi (emek, sosyal, kültürel, maddi) ve ona erişim imkânlarındaki farklılaşmalar ile daha kolay ulaşılabilir bir hal almıştır. Bir kariyer seçeneği olarak değerlendirilen kendi hesabına çalışmanın talebi giderek

artmaktadır. Dolayısıyla kendi hesabına çalışma hem klasik formu (bağımsız) hem de ekonomik ve teknolojik sürece uyumlaştırılarak güncellenmiş (bağımlı) formu ile yaygın çalışma modeli olan ücretli çalışmaya güçlü bir alternatif oluşturmaktadır.

Kendi hesabına çalışmanın tanımlanmasının zor olduğunu belirten ve bu zorluğun nedenleri olarak ulusal farklılıkların yanı sıra işgücünün ve sürecin dinamik ve değişken yapılanmasına işaret eden Pedersini ve Coletto (2010), son dönemlerde birçok işletmenin faaliyetlerini çeşitli atipik sözleşmeler ile gerçekleştirdiğini ve emeğin sağlanmasında genellikle taşeron uygulamaların, serbest meslek sahipleri ile çalışmanın yada geçici emek kullanımının öne çıktığını belirtmektedir (Pedersini ve Coletto, 2010:22)

ICSE-93/20.Uluslararası Çalışma İstatistikleri Konferansı'nda geleneksel bağımlı çalışma ile çalışmanın yeni formlarının ayrıştırılmasının gerekliliğini vurgulayan ILO, konunun sınıflandırılmasındaki karmaşıklığın nedenini ise ülkeler ve hatta ülke içinde bile farklı uygulamalar olarak belirtmektedir.

ILO ICSE-93'te istihdam sınıflandırmasına ilişkin yaptığı revizyonda istihdamı, ücret ve maaşlı işçiler (çalışanlar) ile kendi hesabına çalışma biçiminde ikiye ayırmaktadır. Bu ayırımın devamında ülkesel farklılıkların var olduğunu belirterek ücretli işçileri sınıflandırmazken, kendi hesabına çalışanları, işveren, çalışanı olmayan kendi hesabına çalışanlar, kooperatif üyeleri ve yardımcı aile işçisi biçiminde gruplandırmaktadır. Ayrıca “Own-account workers”³² başlığı altında kendi hesabına çalışan tanımlamasında, işveren tanımına da gönderide bulunmaktadır. Buna göre de kendi hesabına çalışanı “bir veya birkaç ortakla, serbest meslek olarak tanımlanan işlerde gerçekleştirilen, ücretin doğrudan mal ve hizmetlerden elde edilen kara bağlı olduğu, yanında bir veya daha fazla kişinin çalışmasının mümkün olduğu istihdam durumu” olarak tanımlamakta ve ayrıca savunmasız istihdam altında da konumlandırmaktadır (ILO, 2018).

OECD (2003), ILO'ya referans ile aynı tanımlamayı kabul ederken kendi hesabına çalışanı, “bir veya daha fazla ortakla çalışan serbest meslek olarak tanımlanan iş türüne sahip olan ve referans dönemi boyunca kendileri için herhangi bir çalışanı sürekli olarak çalıştırmayan kişiler” olarak tanımlamaktadır (<https://stats.oecd.org>,2020) Eurostat ise,

³² Kendi Hesabına Çalışanlar

“herhangi bir çalışanı istihdam etmeyen serbest meslek sahipleri, kendi başlarına çalışan kişiler” olarak ele almaktadır (Pedersini ve Coletto, 2010:2-7).

Buschoff (2009), girişimci genel profili ile uyumlu, geleneksel bağımlı çalışanlardan daha fazla sosyal riski bulunan, daha düşük statüde konumlandırılan, daha az sosyal hak ve güvenceye sahip çalışanlar olarak tanımladığı “yeni serbest meslek sahipleri”nin genellikle çalışanı olmayan ve daha düşük sermayeye sahip çalışanlar olduğunu belirtmektedir (Buschoff, 2009:147). Lewsey (2018) ise, kendi hesabına çalışmanın gelişmekte olan ülkelerde resmi işlerin azlığı ve şehirlerde konumlanması sonucunda bir karar değil mecburiyet olduğunu ifade etmektedir (Lewsey, 2018). Rinne (2015) de bu çalışma modelini uzun süreli işsizlik karşısında, insanlar için geçici de olsa bir nimet olarak değerlendirmektedir (Rinne, 2015).

Kendi hesabına çalışmanın yükseldiği zemin olarak işaret edilen GİG ekonomisi ve bu çalışmanın yaygınlığına ilişkin Brown (2017), “Artık tanıdığım kimsenin işi yok. Konserleri (gig-kısa süreli iş) var.” ifadesi ile açıklamaktadır (Brown, 2017).

Kalleberg (2016) standart ve standart olmayan işlerin iyi ve kötü olarak sınıflanmasına ilişkin tartışmanın eski olduğunu belirtmekte ve yeni olanın ise, sadece ekosistemin çevrimiçi yürütülmesi olduğunu eklemektedir (Kalleberg,2016:11-14).

Bazen bir tercihi ifade eden bazen de gereklilik hali olan kendi hesabına çalışma, coworking alanlarında karşılaşılan yaygın çalışma modellerinden birini oluşturmaktadır. Üretim faktörlerinin yeniden yapılanması, girişimciliğin desteklenmesi, bağımsız ve esnek çalışma talebinin artışının yanı sıra işletmelerin dış destek uygulamalarına yönelimi de kendi hesabına çalışmanın yükselişini etkileyen gelişmelerdir.

Brown (2009), GİG ekonomisinin alt gelir dilimlerindeki insanlar için yeni bir şey olmadığını “gig work”un eskiden “parça başı” olarak adlandırıldığını, yeni olanın ise, “seçkin bir okuldan, üniversite diplomasına sahip olanların bu biçimde çalışmakta” olduğunu belirtmektedir (Brown, 2009)

Yeni bir olgu olmayan bağımsız kendi hesabına çalışma, 1900’ lerde Amerikalı işçilerin %50 sinin çalışma modeli iken bu sayı 1977 de %7 ye düşmekte, 1993’e gelindiğinde ise %13’e yükselmektedir. (Peters,1993) ABD Çalışma İstatistikleri Bürosu verilerine göre

ise, serbest meslek sahipleri, serbest çalışanlar ve bağımsızlara ilişkin işgücünün sürekli bir artış sergilediği görülmektedir. 1989 da %17 olan oranın, 2015 te %36 ya çıkması ve 2020'de ise % 43 olması beklenmiştir (Rinne, 2015).

Temelde benzer özelliklere sahip olmakla birlikte hem işleyişleri ve sorumlulukları açısından hem de zaman ve emek kombinasyonları olarak, farklı biçimlerde gerçekleşebilen kendi hesabına çalışma hem kapsam genişliği hem de uluslararası farklılaşmalar nedeniyle temel ayrım olan, bağımlı- bağımsız ayırımı noktasında ele alınmıştır. Buna göre bağımsız kendi hesabına çalışma, geleneksel bağımlı çalışmadan farklı olarak çalışanı olmadan üretim gerçekleştiren ve tüketime sunan üreticinin çalışma modelini ifade ederken; bağımlı kendi hesabına çalışma, genellikle geleneksel bağımlı çalışmaya oldukça benzer özellikler sergilemektedir. Bu ilişkide işgücü üretici, işveren ise üreticinin hizmet veya ürününü satın alan bir tüketici konumunda gözükmektedir. Bu durumun yanıltıcılığı nedeniyle bağımlı kendi hesabına çalışma ilişkisinde tarafların iş ilişkisinde olduklarının anlaşılması ve durumun açıklanması zorlaşmaktadır. (Williams ve Lapeyre.2017:15)

Kansikas (2007) bağımlı kendi hesabına çalışmayı girişimcilik altına gizlenmiş bir istihdam olarak değerlendirirken (Kansikas, 2007:52), Böheim (2009) ise, bağımlı serbest meslek sahibi olmayı “fırsat” girişimciliğinden ziyade “zorunluluk” hali olarak nitelendirmektedir (Böheim, 2009:184).

Bağımlı kendi hesabına çalışma, ne bağımlı istihdam, ne de serbest meslek kavramlarına karşılık gelmeyen, ikili bir tasviri bulunan bir çalışma modeli olarak ve gri alanda yer almaktadır. Bağımlı kendi hesabına çalışmanın işçi-işveren ilişkisi olarak değerlendirilmesi noktasında genellikle çalışmanın aynı işverene ne kadar yoğunlukla gerçekleştirildiği dikkate alınmaktadır. Bağımlı kendi hesabına çalışma, farklı kaynaklarda "yanlış", "sahte", "bağımlı", "yanlış sınıflandırılmış" ve "sahte serbest meslek" veya "kılık değiştirmiş istihdam" gibi farklı adlandırılmaktadır. Williams ve Lapeyre (2017) ayrıca bağımlı kendi hesabına çalışmadaki gri alanın büyümesinin ana nedenini, işverenler için kendi hesabına çalışan kişileri işe almanın, geleneksel çalışanları (ücretliler) işe almaktan daha ucuz olması ile açıklamaktadır. (Williams ve Lapeyre, 2017:18)

Ulusal mevzuat bağlamında ele alındığında ise geleneksel bağımlı çalışma, İş kanunları kapsamında (4857 sayılı Kanun) ortaya çıkarken, “kendi hesabına çalışma” ise farklı hukuki zeminlerde karşımıza çıkmaktadır.(Çalışanı olmayan şirket statüsünde 33 veya serbest meslek erbabı 34 olarak ya da eser sözleşmesi³⁵)

Kendi hesabına çalışma, herhangi bir alanda faaliyet gösteren bir şirket veya serbest meslek sahibini ifade edebileceği gibi, herhangi bir güvencesi olmayan bir tezgâh sahibini yada bir Uber, Armut çalışanını ya da çevirmenlik, editörlük, gazetecilik, web tasarımcılığı, mimarlık, muhasebecilik gibi işleri gerçekleştirenler uzmanları da içine alabilecek kadar geniş bir yapıya sahiptir.

Eurostat verileri, bağımsız kendi hesabına çalışanlar arasındaki en yaygın grubun %24 ile “profesyoneller” olduğunu belirtmektedir. Profesyonelleri takiben sıralamada (%19) “vasıflı tarım, ormancılık ve balıkçılık işçileri” (%16) “hizmet ve satış işçileri” (%14) ve “zanaat ve ilgili ticaret işçileri” ile “teknisyenler ve yardımcı profesyoneller” gelmektedir. Bağımsız kendi hesabına çalışanlardaki en yüksek payın Yunanistan'da, en düşük payın ise Danimarka ve Lüksemburg'da olduğu da ayrıca dikkati çekmektedir. Bağımsız çalışma genellikle GİG ekonomisi üzerinden Uber, Task Rabbit gibi örneklerle öne çıksa da, aslında dijital platform üzerinden çalışmanın henüz emekleme aşamasında olduğunu ve bağımsız çalışmanın küçük bir bölümünü ifade ettiğini belirten Manyika vd. (2016) bağımsız “independent” işgücünü, “kendi hesabına çalışanlar (the self-employed), bağımsız yükleniciler (independent contractors), freelancers, startuplar (some small business owners) ve geçici (temporary)çalışanlar” biçiminde sıralamaktadır. İnşaattan, ev hizmetlerine, ulaşımdan temizliğe kadar geniş bir alanı kapsayan bağımsız çalışmada, belirli uzmanlık gerektiren meslekler olan vergi muhasebecileri, mimarlar, yazarlar, akademisyenler, doktorların gerçekleştirdikleri kendi hesabına çalışma da bağımsız çalışma kapsamında değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, Avrupa ve ABD'deki

³³ Genellikle TBK kapsamında adi şirket veya TTK kapsamında şahıs şirketleri olarak.

³⁴ Gelir İdaresi Başkanlığı'na göre “sermayeden ziyade şahsi mesaiye, ilmi veya mesleki bilgiye veya ihtisasa dayanan ve ticari niteliği olmayan işlerin işverene bağlı olmaksızın şahsi sorumluluk altında kendi nam ve hesabına yapılmasıdır. Her türlü serbest meslek faaliyetinden doğan kazançlar serbest meslek kazancıdır. Tahkim işleri dolayısıyla hakemlerin aldıkları ücretler ile kolektif, adi komandit ve adi şirketler tarafından yapılan serbest meslek faaliyeti neticesinde doğan kazançlar da serbest meslek kazancıdır

³⁵ Borçlar Kanunu, Madde 470-Eser sözleşmesi, yüklenicinin bir eser meydana getirmeyi, işsahibinin de bunun karşılığında bir bedel ödemeyi üstlendiği sözleşme

işgücünün büyük bir kısmı için 09.00/17:00 çalışma normunun çalışma hayatının gerçekliğini ifade etmediğinin altı çizilmektedir (Manyika ve diğ.,2016:11-16).

Rapelli (2012) ise, GİG ekonomisinde kendi hesabına gerçekleştirilen çalışmada vasıf farklılığını öne çıkartarak “I-Pros” ifadesini kullanmakta ve bu çalışanları da “tarım zanaat veya perakende sektörü dışında bulunan, hizmet sektöründe fikri nitelikte faaliyet gösteren ve işvereni olmayan kendi hesabına çalışanlar” olarak tanımlamaktadır (Rapelli ,2012:7). Leighton (2013) ise, Rapelli’nin tanımına referans vererek iki kriterin varlığını vurgulamanın gerekli olduğunu belirtmektedir. (1) tarım zanaat veya perakende sektörü dışında bulunan, hizmet sektöründe fikri nitelikte faaliyet gösteren (2) işvereni olmayan kendi hesabına çalışanlar. Avrupa’da özellikle 2008 krizinden bu yana baskın bir fenomen olarak değerlendirilen “iPros”, “kendileri için çalışan ama başkalarını çalıştırmayan vasıflı ve çok yetenekli serbest meslek sahipleri” olarak tanımlamaktadır. İPros’ların, 2004-2013 arasında Hollanda’da %93, Polonya’da %88, Fransa’da %85, İngiltere’de %63, Finlandiya’da %56, Belçika’da %51, Almanya’da %43, İtalya’da %12 düzeyinde büyüklerini ve EU27 ortalamasının ise %45 olduğuna dikkati çekmektedir (Leighton, 2013:9). Leighton (2015) bir başka araştırmasında ise, IPros’un tasarım, gazetecilik, pazarlama, bilgi iletişim teknolojilerinden (ICT) hukuk ve mimarlık gibi serbest mesleklere kadar çok farklı bilgi sektörlerinde çalıştığını belirtmektedir. Ayrıca bağımlı çalışanlardan çok farklı deneyim ve iş beklentileri olduğunu ve zor zamanlardan geçseler bile bağımlı istihdama tekrar dönmek istemediklerini eklemektedir (Leighton, 2015:115-116).

IPros Index 2014’da, IPros’ların bağımsız çalışmayı tercih etmelerindeki nedenlerin, sırasıyla daha fazla kazanma isteği (%73), özgürlük hissi (%73) çeşitli işler yapma arzusu (%71) ve esnek saatler (%60) biçiminde olduğu görülmektedir (<http://insights.entitysolutionsgroup.com>, 2020).

Kendi hesabına çalışma bazen işgücünün bağımsızlık, özgürlük elde edebilme veya hayallerini gerçekleştirme, hedeflerine ulaşma arzusu ile yöneldiği bir çalışma modeli olabilmektedir. Ancak bazen de yoğun işsizlik ortamının sonuçlarından birine dönüşmekte ve işgücünü kayıtlı sistemin dışında konumlandırmaktadır. Bu nedenle de kendi hesabına gerçekleştirilen çalışmanın nedenini açıklamak oldukça zorlaşmaktadır. Ayrıca faaliyet gösterenler şirketleşmemediklerinde veya bağımsız kendi hesabına

çalıştıklarında kayıt dışı (gri alan) alanda yer almaktadırlar. Dolayısıyla bu durumda, kendi hesabına çalışma modelinin kapsamını belirlemek ve kendi hesabına çalışanlara ilişkin sayılara ulaşmak da tam anlamıyla mümkün olamamaktadır.

Geleneksel çalışmaya göre hem zaman, hem mekân, hem de iş tercihi anlamında daha fazla özgürleşme sağlayan, ancak belirli ve düzenli bir geliri ve sosyal güvencesi bulunmayan, kendi hesabına çalışma ayrıca geleneksel bağımlı çalışmadan farklı sorumlulukları da içermektedir.

Kendi hesabına çalışmada tek bir işveren için çalışmayan işgücü, herhangi bir hiyerarşiye ya da organizasyonel bir düzene tabi olmamakta ancak bunun karşılığında hem iş güvencesi ile çalışmamakta hem de çalışacak mekân, zaman, idari işler gibi sorumlulukları da üzerine almaktadır.

Başka bir kişiyi istihdam etmeden kendi hesabına çalışıyor olmak beraberinde hem işin gerçekleştirilmesi, hem de takibi ve organizasyonu anlamında büyük bir çaba gerektirmektedir. Herhangi bir işin gerçekleştirilmesi argeden, pazarlamaya, finanstan, halkla ilişkilere idari birçok fonksiyonun yanı sıra temizlikten çay hizmetine kargo karşılamadan telefona kadar birçok faaliyetin gerçekleştirilmesini gerektiren bir bütünlük içindedir. Kendi içerisinde uzmanlık isteyen bu faaliyetleri çalışan istihdamı veya farklı işletmelerden hizmet almak suretiyle gerçekleştirmek elbette mümkündür ancak başlangıç aşamasında maliyet açısından oldukça zorlayıcıdır. CWS lerin bu çalışanlara sağladığı, düşük maliyetle ofis hizmetinin yanı sıra network ve işbirliği ortamı tercih edilmelerinde önemli bir etken olmaktadır.

Mekansal bağımsızlık nedeniyle ev, cafe gibi ortamlarda gerçekleştirilmesi de mümkün olan kendi hesabına çalışma için CWS lerin tercih edilmesindeki bir başka neden ise, sağlanan işbirliği ve sosyalleşme ortamı ile izolasyon hissinin azaltılmasıdır.

Kendi hesabına gerçekleştirilen çalışmada en önemli ve kritik öge ise işin gerçekleştirileceği müşteri-tüketiciye ulaşımıdır. CWS lerdeki işbirliği, dayanışma, paylaşımı esas alan komünite etkisi ile doğal bir yapılaşma olarak ortaya çıkan iç pazar dinamiği de kendi hesabına çalışanlar için avantaj sağlayan öğelerden birini oluşturmaktadır. Müşterilere ulaşımı kolaylaştıran komünite aynı zamanda fikir sahibi

girişimciler açısından yatırımcılara (melek yatırımcılar, risk yatırımcıları gibi) ulaşmada da ciddi kolaylıklar sağlamaktadır.

3.3.4.1.2. İşveren

Mikro-Küçük- Orta Büyüklükteki İşletmeler: Yeni bir olgu olmayan hatta tarihi Ortaçağ’a kadar uzanan girişimcilik, zamanın ruhu ile farklı paradigmlar ekseninde yeniden biçimlenen olgulardan biridir. İktisadi açıdan her zaman önem taşıyan girişimcilik tarih boyunca farklı açılardan öne çıkarılan bir kavram olmuştur. 1860-1880 tarihleri arasındaki dönemde sübjektivizm ile bir arada değeriendirilen girişimcilik yürütülecek faaliyet ile ilgili bilgi elde etmeyi, faktörlerin en etkin bir biçimde kullanılabilmesini, hesaplamayı, girişimcinin kendi iradesiyle hareketini ve üretimini içermektedir biçiminde tanımlanırken, 1890-1920 tarihleri arasındaki dönemde ise iktisat biliminde kabul gören bir kavram halini almakla kalmayarak iktisatın başlıca aktörü biçiminde değeriendirilmiştir. Schumpeter tarafından temsil edilen bu görüşün ardından 1950-1970 tarihleri arasında girişimcinin özellikleri ve davranışlarına ilişkin çalışmaların yoğunlaştığı görülmektedir. 1980’li yıllarda ise girişimciliğin istihdam yaratma ve ekonomik büyümedeki rolünün ispatlandığı görüşler ağırlık kazanmıştır. 2000li yıllar ise girişimciliğin; yeni işletme kurma süreci olarak değeriendirildiğı, istihdam ve ekonomik büyümede ekonomilerin itici gücü olarak vurgulandığı bir dönemi ifade etmektedir (Topkaya,2013:51).

Girişimciliğı, risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümünü ifade eden bir kavram olarak değeriendiren TÜSİAD (2002) girişimciliğın popülerleşmesine ilişkin yarattığı ekonomik refahın yanısıra işsizlik için bir çözüm olarak görülmemesinin de etkili olduğunu belirtmektedir (Çetindamar, 2020:33-34)

21.yüzyıl için girişimcilik ise, sadece ekonomik açıdan kalkınmanın lokomotifini ve istihdamın anahtarı değil; aynı zamanda sosyal, toplumsal problemlerin çözümünde destek sağlayan bir mekanizma olarak da değeriendirilmelidir. 21.yüzyıl için dünya çapında benzeri görülmemiş bir girişimcilik rönesansının yaşandığını belirten Ries (2020) önemli olanın inovatif fikir ve girişimlerin doğru yönetilmesi olduğunu vurgulamaktadır (Ries, 2020:20).

Büyükuslu, yeni nesil girişimciyi “bir üniversiteyi bitirdikten sonra bir işyerine girip, çalışmak yerine hayallerinin peşinde koşan kişi” olarak ifade etmektedir. Ayrıca “iyi üniversitelerden, Silikon Vadilerinden, bilim parklarından veya teknoparklardan çıkan sermayesi bilim ve bilgi olan ve aynı zamanda zamanını ve aklını riske eden kişi” olarak da nitelendirmektedir (<http://www.subconturkey.com>, 2020).

Gençlerin yenilikçi düşünme, büyük fikirler üretebilme, icat veya girişimci olmaya yönelmelerinin gerekliliğine ilişkin düşünce, gençlerin teknoloji ve inovasyondaki avantajlarının yanı sıra ailevi sorumluluklarının da az olması ile ilişkilendirilmekte ve daha dönüştürücü fikirler üretme yeteneğine sahip oldukları düşünülmektedir. Gençlerin mevcut düşünce ve uygulama paradigmalarına çok bağlı olmadıklarını esas alan ve “Planck Prensibi” ile uyumlu olan bu düşünce, Bill Gates, Steve Jobs ve Mark Zuckerberg gibi, 20’li yaşlarının başlarında dünya lideri şirketlere sahip olan insanlara referans vermektedir (Azoulay,2019:2-3). Başarılı startup örneklerinin, işletmeler için kısa değerlendirilebilecek bir zaman diliminde inanılmaz boyutlarda şirketler olmalarının temelinde, fikrin yıkıcılığı ve sürdürülebilirliği yatmaktadır. Bu şirketler çalışan sayısı veya sermaye miktarından ziyade taşıdığı felsefe ve sahip olunan vizyon ile öne çıkan yapılardır.

Blank (2013), start-up’ların büyük şirketlerin daha küçük versiyonları olmadığını belirterek geleneksel girişimcilik ile startup arasındaki farkı iş modeli üzerinden açıklamaktadır. Geleneksel girişimler mevcut iş modelini uygularken, start-up’lar ise tekrarlanabilir ve ölçeklenebilir yeni bir iş modeli arayışında olan girişimlerdir (Blank, 2013:5).

“Start-up kurmak herhangi bir işletme kurmaktan farklı değildir” ifadesiyle aralarındaki farkın kuruluştan kaynaklanmadığını belirten Ries (2020) ise startupı açıklarken araba metaforunu kullanmakta ve büyüme motoru ile direksiyonun önemine vurgu yapmaktadır. Startupların kutup yıldızı olarak değerlendirilen vizyonlarının gelişen ve dünyayı değiştirecek bir iş kurmak olduğu, ürünün ise bunun çıktısı olduğu belirtilmektedir (Ries, 2020:19-25).

Geleneksel girişimler genellikle daha önceden çözüm üretilmiş bir problem üzerinden ilerken, startuplar ise yeni problemler üzerinden ilerlemekte, henüz çözüm bulunamamış

veya çözüm aranmamış problemlere yönelmektedir. Bazen de mevcut olmayan ürünleri, hizmetleri ve modelleri üreterek de farklılıklar yaratmaktadır. Geleneksel girişimler, startuplara göre yerleşik ve denenmiş olması nedeniyle daha az risk içermektedir. Geleneksel girişimler kar elde etmek üzerine kurulurken startuplar da (sosyal girişimler haricinde) kar elde etme amacıyla hareket etmekte ancak esasta fark yaratmak ve bir iş modeli oluşturmayı hedeflemektedir. Geleneksel girişimler yenilikçi modeller içerse de temeldeki hizmetin veya ürünün gelenekselliği nedeniyle büyük ölçekli bir fark oluşmamaktadır. Startuplar ise farklı iş modelleri oluşturmak suretiyle alışkanlıkları değiştirebilmekte ve yön verebilmektedir. Geleneksel girişimler genelde yerel ve bölgesel alanlara hitap etmekte iken startuplar geniş ürün ve hizmet yelpazesi ile ülke ve dünya pazarına yönelmektedir (<https://www.itohaber.com/2020>).

Startupı, “Olağanüstü belirsizlik şartları dâhilinde yeni ürün ve hizmetler geliştirmek için dizayn edilmiş bir beşeri kurum” ifadesi ile tanımlayan Ries, belirsizlik şartları altında yeni ürün veya iş geliştirmek için çalışan herkesin girişimci olarak nitelendirilmesi gerekliliği olduğunu belirtmektedir (Ries, 2020:25).

Blank (2006) yeni şirket ve yeni ürünlerin neredeyse mitolojik bir vizyonla başladığını ve çok az kişinin görebileceği bir hedefle yola çıktığını ve aynı zamanda umutla hareket ettiğini belirtmektedir (Blank, 2006).

Ries (2020), startup gibi inovatif, yıkıcı ve kaotik bir şeyin yönetiminin geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilemeyeceğini ancak bunun yönetilmemesi anlamına da gelebileceğini belirtmekte ve “pivot” olarak adlandırılan “yap, ölç, öğren” ile ifade ettiği yaklaşımda startupların temel aktivitesinin fikirleri ürüne dönüştürmek ve müşterilerin tepkilerini ölçmek olduğunu belirtmektedir. Startupların başarılarının temelinde ise (bu ne demek anlayamadım) hızlı geri bildirim ve gelen bu bilginin işlenmesi olduğunu eklemektedir (Ries,2020:14-15).

Yeni fikirlere ve teknolojiye açık dijital yerli olarak nitelendirilen gençlerin sahip oldukları heyecan ve dinamiklik startup ekonomisi açısından tercih edilmelerine neden olmaktadır. Silikon vadisinde yatırımcılıkta yaş ayrımcılığı iddialarına yol açan bu durum, daha yaşlı girişimcilerin ise daha fazla insan sermayesine, sosyal sermayeye ve

hatta finansal sermayeye sahip olabilecekleri biçiminde eleştirilmektedir (Azoulay,2019:2-3).

Genç girişimciler, yeni nesil girişimciler, startuplar her ne şekilde adlandırılırsa adlandırılırsın gerçek olan bu girişimlerin 21.yy. pazarlarını altüst edecek vizyona sahip olmalarıdır. Yeni ekonomik yapılanmanın üzerinde yükseldiği startuplar sağladıkları ekonomik kalkınma, refah ve yenileşmenin ötesinde geleneksel çalışmaya bir alternatif olarak yükselmesi noktasında da dikkate alınmalıdır. Fikrin, başarı ve paraya dönüşümü için ürün veya hizmetin ticarileştirilmesi ve tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Sadece iyi bir fikir başarı için yeterli olamamakta, bu fikrin ticarileştirilmesi için ekip ve işbirliği öne çıkmaktadır. Fikir sahipleri için ürünlerin ticarileştirilmesinde ve sürecin işletilmesine işbirliği gerçekleştiren yatırımcılar hem tecrübe hem de sermaye anlamında destek sağlamaktadırlar. Yeni fikirlerin finanse edilmesi elbette yeni bir yaklaşım değildir. Riskli ancak gelecek vaat eden fikir ve projelerin finanse edilmesi geçmişte de defalarca gerçekleşmiştir. Bell (1874), Ford (1903), Apple (1977) gibi örnekler en bilinenler arasında yer almaktadır (Ramadani,2009:249).

Fikirlerin finansmanında aile desteği, birikimlerin kullanılması, kredi veya teşvik alma gibi birçok yöntem bulunmaktadır. Yatırımcılar ise, hem finansmanın sağlanması hem de sahip olunan bilgi ve tecrübenin paylaşılmasında fark yaratmaktadırlar. Elbette yatırımcı modellerinin hepsi aynı biçimde çalışmamaktadır. Örneğin venture capitalist yani risk sermayedarı yepyeni ve ilk defa uygulamaya konacak bir teknolojiyi satın alarak pazarlayan kimsedir (Ergen, 2018:131).

Yatırımcının sadece gelir beklentisi ile hareket etmediği ve sadece maddi destek sağlamadığı aynı zamanda birlikte tecrübe ve bilgisini de paylaştığı modele ise melek yatırımcı adı verilmektedir (Kurnaz, 2017:28).

Teknoloji veya yeni bir fikrin kabulü çok kolay bir süreç değildir. Bu kabul zaman ve emeğin yanı sıra mümkün olabilmesi için gerekli toplumsal, teknik altyapıyı da gerekli kılmaktadır. Bu nedenle küçük başlayan startuplar, büyüme ve fikrin olgunlaşması sürecini minimum kayıpla atlatmaya çalışan işletmelerdir. Fikrin müşterisinin bile olup olmadığının bilinmediği bir konumdan hareket eden startuplar, doğru süreci işletebilirlerse pazarı altüst etme ve başarılı olma şansına sahip olabilmektedir.

Dolayısıyla startup için, yeni fikirler ile ürün ya da hizmet üretip bundan kar elde eden yeni çağın girişimleri demek oldukça zayıf kalmaktadır. Startuplar, yeni bir fikir oluşturmakla kalmamakta aynı zamanda yeni fikirler ile yeni üretim ve iş modelleri de oluşturmaktadır. Bazen aslında var olan bir kullanımın işleyişini değiştirerek ve hatta bazen çok küçük dokunuşların büyük etkisi ile çalışmadan, alışverişi, eğitimden ulaşım, konaklamadan iletişime kadar birçok alanda alışkanlıklarımızı ve yaşam biçimimizi de etkilemekte ve farklılaştırmaktadır.

21.yüzyıl fikirleri, yeni bir düzlemde, sanal bir ekonomik yapılanma üzerinde yoğunlaşmaktadır. Startuplar elbette sadece CWS lerden yükselen değerler değildir, teknoparklar, kuluçka merkezleri gibi çok sayıda alanda konumlanmaktadır. Ancak CWS leri bunlardan ayıran ve tercih edilmesinin altındaki nokta gayri resmi network ağlarının varlığıdır. Bu ağ, startuplara başarılı veya başarısız deneyimlerle karşılaşma ve onlardan öğrenme imkânı ve fikrini olgunlaştırabileceği paylaşımlar sunmaktadır. CWS bünyesindeki resmi-gayri resmi yatırım ilişkileri ile işbirliği oluşturabilen startuplar için, CWS ler aynı zamanda bir müşteri örneklemini oluşturmakta ve kendilerini deneme olanağı sunmaktadır.

CWS den alınan hizmet ilişkisinin şirket üzerinden kurulumu gerekli olmadığından startuplar belli bir noktaya kadar şirketleşmeyi bekleyebilmekte ve doğru zamanda şirketleşebilmektedir. Bununla birlikte fikre odaklanmayı kolaylaştıran idari iş yükünün CWS yönetimi tarafından üstlenilmesi ve başlangıcın kolay ulaşılabilir ve prestijli bir lokasyonda gerçekleştirilmesi de CWS lerin startuplar için yarattığı avantajlar arasında sayılabilir.

Kurumsal İşletmeler: Yeni çalışma modelleri ile ofise olan ihtiyacın azaldığı bir dönemde sahip oldukları ofislere ek olarak, CWS lerde alternatif ofisler kiralayan veya çalışanlarını bu alanlara yönlendiren kurumsal işletmelerin bu tercihi aslında CWS lerin bir mekândan ötesi olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilmektedir.

Sosyal bir hareket olarak başlayan ancak zamanla kurumsal şirketlerde de öne çıkmaya başlayan ortak çalışmanın tercih edilmesinin nedeninin inovasyona duyulan ihtiyaç olduğunu belirten Nagy (2018) , şirketlerin doğru zamanda, kalitede, miktarda ve kompozisyonda yeteneğe ulaşmak için sürekli bir mücadele içinde olduklarını

eklemektedir. Bu mücadelede ortak çalışma alanlarını kullanmanın veya şirket içerisinde bu etkiyi yaratmanın yâda kendi ortak çalışma alanına sahip olmanın yarattığı avantajın belirleyici bir etken olduğunu ifade etmektedir (Nagy, 2018).

2016’da ilk olarak Microsoft, bazı merkezlerindeki çalışmanın, WeWork lokasyonlarında gerçekleştirilebileceğini açıkladığında, iş dünyasına oldukça yabancı olan bu konsept, 2019’a gelindiğinde Forbes 500 listesinde yer alan, HSBC, Salesforce, Facebook, IBM, Bank of America gibi çok sayıda şirketin WeWork’ün 'kurumsal ortağı' arasında olması ile sonuçlanmıştır. 1.000’den fazla çalışanı olan şirketler olarak tanımlanan bu kurumsal müşteriler, WeWork’ün yıllık gelirinin % 25’inden fazlasını oluşturmaktadır. WeWork özelinde değerlendirilmesi mümkün olmayan bu durum Birleşik Krallık’taki CWS lerden bir başkası olan Hubble ile ortaklık kuran EY, Shell ve Jaguar, Land Rover gibi yapılarda da karşımıza çıkmaktadır (<https://www.yardikube.com>,2020).

General Electric, KPMG ve Merck gibi şirketlerin de çalışanlarına bir ortak çalışma alanında çalışma seçeneği sunmasının nedeninin sadece ekonomik olmadığı, CWSlerin sağladığı üretkenlik artışının yanı sıra orada yer almanın iş geliştirme stratejisinin bir parçası olarak değerlendirildiği de görülmektedir (Konya, 2020)

2019’da gerçekleştirilen “ABD Workplace Survey”³⁶, 100 kişiden büyük şirketlerin tam zamanlı çalışanlarına yönelik yapılan araştırmada, katılımcıların yedide birinin standart bir çalışma haftasında en az bir kez CWS leri kullandığını göstermektedir. CWS leri kullananların çoğunluğu bu alanı haftada bir günden daha az kullanırken çoğu için ortak çalışma, birincil çalışma alanı değil alternatif bir çalışma alanı olarak değerlendirilmektedir. Araştırma ayrıca, CWS lerde çalışmanın, çalışanların etkinliğine ve performansına yansımalarının olumlu olduğunu altını çizmekte ve önemli olanın burada harcanan zaman değil erişim olduğunu belirtmektedir. Araştırmada, henüz işyerlerinin yerini alacaklarını söylemenin erken olduğu ve şu an itibarıyla alternatif bir deneyim olmasının öne çıktığına da ayrıca vurguda bulunmaktadır (<https://www.gensler.com>., 2020)

Konuya ilişkin önemli bir gelişmeyi de ortak çalışmadaki gerçek devrim olarak değerlendiren, şirketlerin kendi CWS lerini oluşturmaya yönelik girişimleri olduğunu

³⁶ ABD İşyeri Anketi

ifade eden Nagy ve Lindsay (2018) Harvard Business Review’da yayınlanan “Why Companies Are Creating Their Own Coworking Spaces”³⁷ başlıklı makalelerinde ele almaktadır. Bu çalışmada, telekomünikasyon şirketlerinden teknoloji devlerine, otomobil üreticilerinden sigorta şirketlerine kadar düzinelerce şirketin, çalışanlarının şirket dışından insanlarla birlikte çalışabilecekleri ofisler oluşturarak ortak çalışma alanları trendine dâhil olduklarını yani kendi CWS lerini oluşturdukları belirtilmektedir. ABD, Güney Amerika ve Avrupa’da bir düzineden fazla kurumsal ortak çalışma alanında yapılan görüşmeleri içeren makalede, şirketlerin ve çalışanlarının, ortak çalışma alanlarındaki deneyimlerinden beklentilerinin daha hızlı öğrenme, beceri kazanımı, bağlantı kurma, ilham alma ve denetim olduğu vurgulanmaktadır

Nagy ve Lindsay (2018), makalelerinde Paris’in Silicon Sentier bölgesinde yer alan Villa Bonne Nouvelle (VBN) örneğini ele almaktadır. İlk bakışta yeni bir CWS gibi görülse de çalışanlarının sadece yarısı serbest çalışanlardan oluşan, diğer yarısını ise çalışanlarının şirket dışından insanlarla çalışmayı deneyimlemelerini isteyen Orange adlı bir telekomünikasyon firmasının çalışanlarının oluşturduğu bu örnek, 2014 yılında Orange tarafından kurulmuştur. Şirketlerin ortak çalışma alanlarını tercih etme nedenlerine bakıldığında birçok şirket için ilk sıralarda işbirliği ile üretkenlik, yaratıcılık, yenilikçiliğin artışı gelirken, bu mekânlardaki fiziksel ve zihinsel hareket özgürlüğünün hem kurum çalışanlarına hem de potansiyel işgücüne yönelik sağladığı olumlu imaj da etkili olmaktadır

Nagy ve Lindsay (2018) şirketler tarafından oluşturulan alanların dönüşüm, yenilik ve geleceğe hazır olma biçimindeki üç amaca yönelik kurulduğunu belirtmektedir. Bu alanlar, yeni bir hayata veya heyecana ihtiyaç duyan bir organizasyona kıvılcım sağlayan “dönüşüm rolü”, kamp alanlarında, farklı paydaşlarla markayı ilerletmek için görevler ve projelerin geliştirildiği “yenilik” ve açık uçlu fikirlerin yaratıldığı ağ oluşturma alanları “geleceğe hazır olma” biçimindedir. Örneğin MINI’nin, Brooklyn’de açık ev tarzı konseptinin görevi araba satmak değil, fikirlere ulaşmaktır. Silikon vadisindeki şirketlerden biri ise ortak çalışma ile proje tamamlama süresinde %30-40 azalma olduğunu belirtmektedir. HanaHaus ise SAP’nin isimli, Silikon Vadisi yakınlarındaki

³⁷ *Niçin Şirketler Kendi Coworking Alanlarını Kuruyorlar?*

mühendislerin müşterilerle birlikte çalıştıkları alan olarak ifade edilmektedir (<https://hbsp.harvard.edu>,2020).

Dolayısıyla oluşturulmuş bir komüniteye dâhil olmak yerine kendi komünitesini oluşturmayı anlamlı bulan şirketler, son dönemlerde bir CWS alanının kullanıcısı olmak yerine kendi CWS lerini yaratmayı tercih etmektedir. Sprint, AT&T, IBM, MINI, State Farm gibi şirketlerin katıldıkları bu trend Coworking'in kuruluş kalıplarının çok ötesine geçmeye devam ettiğini göstermesi açısından önemlidir.

Kurumsal ortak çalışma yani “Corpworking” kurumsal ve ortak çalışmanın birleşimi olarak ifade edilmektedir. Bir şirketin tesislerinin içinde veya dışında konumlandırılan bu alanlar çalışanların özgürce çalışabilecekleri, dışarıdan ziyaret gerçekleştirilebilen alanlardır. Bu alanların hareketlilik ihtiyacını karşılamasının yanında işveren markası için olumlu imaj oluşturduğu ve önemli bir tecrübe sağladığı görülmektedir (<https://cowork.io>, 2020)

KMC ortak çalışma alanlarında gerçekleştirilen çalışmanın % 64 daha üretken, % 68 daha odaklı ve % 90 daha güvenli hissettirdiğine ilişkin araştırmaların yanı sıra, açık ofis alanlarının eposta iletişimini arttırdığına ilişkin araştırmalara da işaret ederek hibrit bir modelin yani ofis çalışanın anlık nefes alabileceği alanlarında var olması gerektiğini belirtmektedir (Tomagan, 2020)

Kurumsal işletmelerin, verimlilik ve konsantrasyon artışının yanında CWS lerde çalışmayı tercih etme nedenleri arasında; sahip olunan paylaşım ve etkileşim ortamı, genç ve başarılı yeteneklere ulaşım kolaylığı ile mekan değişiminin kurum çalışanlarında yaratacağı esneklik algısı sayesinde sağlanacak motivasyon da önemli rol oynamaktadır.

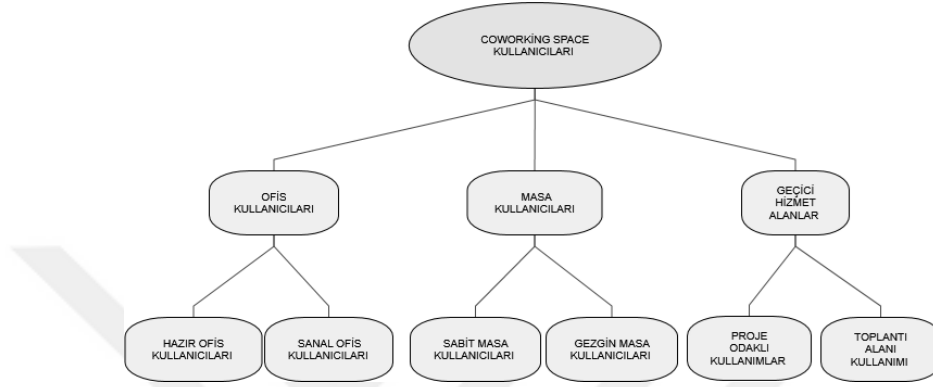
3.3.4.2. Kullanım Modeli Üzerinden Coworking Alanı Kullanıcıları

CWS kullanıcılarına ilişkin kullanım modelleri üzerinden gerçekleştirilen sınıflandırma tarafımızca literatür, gözlem ve bulgular dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu noktada, dünya genelindeki bir yapıya ilişkin evrenin büyüklüğü ve örneklemin darlığı, sınıflandırmanın yapılmasında bir sınırlılık oluşturmaktadır.

Kullanım modeli üzerinden, coworking alanı kullanıcıları, ofis kullanıcıları, masa kullanıcıları ve geçici hizmet alanlar biçiminde ayrılmıştır. Ofis kullanıcıları hazır ve

sanal ofis kullanıcıları olarak ayrılırken, masa kullanıcıları için sabit ve gezgin masa ayrımı yapılmıştır. Geçici hizmet alanlar ise proje odaklı kullanımlar ile toplantı alanlarının kullanımı biçiminde değerlendirilmiştir.

Coworking alanlarındaki kullanım modeli üzerinden kullanıcılara ilişkin gözlemler ekseninde Şekil 7 oluşturulmuştur.



Şekil 8: Kullanım Modeli Üzerinden Coworking Alan Kullanıcıları

Hazır ofis kullanımı belirli bir lokasyonda, sadece ekibin kullanımı için ayrılan bir mekânı içeren bir üyelik modelidir. Üyelik bedeli, genellikle ofis büyüklüklerine, masa sayısına, toplantı alanı kullanımının dâhil olup olmadığına veya içeride yazıcı bulunup bulunmadığına göre değişkenlik gösterebilmekte, ekip içerisinde kişiye göre farklılaşabilen kullanım süreleri ve alanları düzenlenebilmektedir. Çoğunlukla toplantı odalarının belli sayıda kullanımı da bu üyelik modelinin kapsamına alınmaktadır. Genellikle işverenler tarafından tercih edilen hazır ofis alanları, herhangi bir tadilat, nakliyat veya düzenleme yapmadan sadece bilgisayarın getirilip işe başlanabileceği alanlardır. Hazır ofis alanlarının kullanıcılarının aynı zamanda ortak alanları kullanımı da mümkün olduğundan tercihe göre paylaşımına veya etkinliklere katılma veya katılmama olanağına sahiptirler.

Sanal ofis kullanımı, fiziksel bir mekân ihtiyacı olmamasına veya bu kullanımı tercih etmemesine karşılık, adres ihtiyacını karşılamaya yönelik bir üyelik modelidir. Bu üyelik modelinde, şirketin ticari kayıttaki adresi, coworking alanının adresidir. Sanal ofis kullanımının bedeli de genellikle en uygun üyelik olmakla birlikte kargo karşılama veya sekreteryaya gibi ek hizmetlere göre değişkenlik göstermektedir.

Masa kullanıcıları ise ofis sahibi olmayıp sadece masaya sahip olan üyelik modelidir. Sabit veya gezgin ayrımı, masanın sadece üyenin kullanımına tahsis edilip edilmeyeceği üzerinden yapılmaktadır. Gezgin masa kullanımında, kullanıcıların coworking yönetimince belirlenen ortak alanlardaki masaları, boş buldukları, alışkın oldukları veya tercih ettikleri bir masayı seçerek belli bir süre için kullanmaları söz konusu olmaktadır. Gezgin masa tamamen paylaşımına dayanan herhangi bir tahsisin bulunmadığı kullanım modelidir. Masa kullanımı, masanın sabit veya gezgin olmasının yanı sıra, kilitli çekmecesini olup olmadığına veya toplantı alanı gibi hizmetlerin kullanılıp kullanılmadığına göre değişken paketlerle de kullanıcıya sunulmaktadır.

Geçici hizmet olarak değerlendirilen sınıflandırmada ise, belirli süreli üyeliklerden ziyade bir amaç için kullanım dikkate alınmaktadır. Bazen etkinlik alanının, bazen toplantı alanlarının geçici süreli kullanımları mümkün olabilmektedir. Kullanımın süresi kullanıcının amacına göre belirlenerek, günlük ve hatta bazı alanlarda saatlik uygulamalarla bile karşılaşılabilmektedir. CWS, aynı zamanda Hollywood tarzı örgütlenen, geçici bir ekip ile proje odaklı işbirliği içerisinde çalışan ve proje bitiminde dağılan çalışma modelinde de sıklıkla kullanılan bir mekân olarak karşımıza çıkmaktadır.

CWS'lere göre ve hatta CWS'lerin lokasyonlarına göre bile sağlanan hizmetler farklılık gösterdiğinden üyelik modellerinin oldukça değişken olduğu söylenebilmektedir. Üyelik uygulamalarında, farklı paketlerin ve hatta kampanyaların bulunduğu, ek hizmetlerin sunulduğu konseptler bulunmakta ve fiyatlandırmalar değişkenlik göstermektedir. Kullanıcılar ve CWS yönetiminin taraf olduğu, üyelik (hizmet) sözleşmesi ile kurulan ilişkide taraflar hizmet alımı gerçekleştirmekte ve bunun karşılığında fatura alabilmektedirler. Hem çalışma hem iş geliştirme hem sosyalleşme hem de öğrenme mekânı olarak değerlendirilen CWSler, işverenlerin ve kendi hesabına çalışanların çalışmaya ve yaşama ilişkin hizmetleri bir bütün halinde satın alabilmeleri ile kullanıcılarına birçok açıdan avantaj sağlayan mekânlardır. Hızla yükselen bir ivme gösteren coworkinglerde, genellikle ticari bir "hizmet ilişkisi" söz konusudur. Kamu ve yerel yönetimler tarafından oluşturulan CWS ler bulunmakla birlikte sayısal anlamda üstünlük, ticari iş ilişkisi ile yürütülmesi biçimindedir. Dolayısıyla bu hizmet ilişkisinin taraflarından bir olan CWS, bir işveren değil, ticaret yapmakta olan, network ve mekân sağlayıcı, bir iş piyasası aktörü olarak karşımıza çıkmaktadır.

BÖLÜM 4: COWORKİNG ALANLARINA VE KULLANICILARINA YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Çalışma yaşamsal etkileşimi yüksek bir faaliyet olarak büründüğü formlar ile, taşıdığı anlam ile, gerçekleştirilme yeri ve zamanı ile yaşamı biçimlendirme gücüne sahip bir olgu olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. Dolayısıyla çalışmanın ve yaşamın yeni paradigmalarına ilişkin öngörüler oluşturmak, geleceği karşılamak noktasında gerekli ve önemlidir. Yeni paradigmaları kavramak ve değerlendirmek için yeni form ve yapılar hakkında bilgi ve deneyime ihtiyaç duyulması muhakkaktır. Yeni formların ve onlara ilişkin yapıların, kurumların irdelenmesi; bu formlara ilişkin gerekli hukuki ya da işlevsel zeminin hazırlanması noktasında da önem arz etmektedir. Bu noktada yeni paradigmaların kurumlarından coworking alanlarını ve yeni çalışma formlarından işbirlikçi- ortak çalışmayı konu edinen söz konusu çalışmada öncelikle konuya ilişkin literatür ve kavramsal çerçeve sunulmuştur. Dördüncü bölümde ise coworking alanlarının kullanıcılarının deneyim ve görüşleri, gözlemlerle birleştirilerek içeriğin bütünleştirilmesi hedeflenmektedir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Söz konusu araştırma, İstanbul’da faaliyet göstermekte olan coworking alanı kullanıcılarının, teknolojik gelişmelerin çalışma paradigmalarındaki değişimi ile yeni çalışma formlarından işbirlikçi-ortak çalışma modelini ve gerçekleştirildiği mekân olan coworking alanlarını değerlendirmelerinin belirlenmesi amacını taşımaktadır.

İlk coworking alanı, Spiral Muse’un kuruluşunun 2005 olduğundan hareketle, konunun akademik açıdan oldukça kısa bir geçmişe sahip olduğu söylenebilmektedir. Buna rağmen uluslararası literatürün geniş bir kapsama sahipken, ulusal literatürde mimari alanına yoğunlaşan araştırmaların varlığı dikkati çekmektedir. Etkileşimi yüksek bir olgu olan çalışmanın formlarından işbirlikçi ortak çalışmanın ve mekânları olarak coworkinglerin ulusal zeminde hangi paradigmalar ekseninde şekilleneceğinin belirlenmesi gerekli ve önemlidir. Söz konusu araştırma ise, coworking alanlarındaki çalışma paradigmalarına odaklanarak işbirlikçi-ortak çalışma modeli ve coworking alanlarını İstanbul özelinde değerlendirmek suretiyle ulusal anlamda bir değerlendirme oluşturmaktadır. Bu noktada yerel anlamda bir değerlendirme ile geleceğin çalışma

formlarından biri olan işbirlikçi-ortak çalışmaya ilişkin paradigmaların yanı sıra geleceğin çalışma mekânlarından coworking alanlarının değerlendirilmesi konuya ilişkin gerekli politika ve stratejilerin oluşturulması noktasında da önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma ile gerçekleştirilen söz konusu araştırma tümevarım süreci ile derlenen bulguları içerik analizi ile değerlendirilmesi sırasında olgu bilim deseninden yararlanmaktadır. Kartopu yöntemi ile ulaşılan katılımcılarla gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda ulaşılan bulguların tematik olarak kodlanmasında ise invivo yönteminin kullanılmış ve elde edilen veriler ise Nvivo 12 aracılığı ile analiz edilmiştir.

Araştırmanın yöntemi olarak belirlenen nitel araştırma genel olarak “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlanabilmektedir. Nitel araştırma yöntemini daha belirginleştirmek için nicel araştırmadan ayrılan özelliklerine bakıldığında ise, dikkati çeken ilk husus nicel araştırmada amaç genelleme, tahmin ve nedensellik ilişkisi iken, nitel araştırmada ise amacın derinlemesine betimleme, yorumlama ve bakış açısını anlama çalışma biçiminde olduğudur. Nitel araştırmada asıl olan durumun kendisidir ve araştırmacı olay ve olguları yakından izlemekte ve katılımcı bir tavır sergilemektedir. Dolayısıyla gerçeklik nesnel değil oluşturulmuştur. Deney, manipülasyon ve kontrol içeren nicel araştırma kuram ve denence ile başlarken, kendi içinde ve doğal bir yapı sergileyen nitel araştırma ise kuram ve denence ile son bulmaktadır. Veri toplama araçları, analiz yöntemleri anlamında da nicel araştırmadan farklılaşan nitel araştırma yaklaşımında araştırmacının kendisi veri toplama aracıdır ve örüntülerin ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Olgunun varlığına ve anlamına odaklanan nitel araştırmada, çokluluk ve farklılık anlayışı ile verinin derinliğine betimlenmesi mümkün olmakla birlikte araştırmacı. olay ve olgulara dahil olarak öznel bakış açısı ve empati oluşturma çabasıdır (Yıldırım ve Şimşek:2016:41-49).

Bu noktada araştırma, çalışılan duruma ilişkin mümkün olduğu ölçüde katılımcının görüşlerine dayanmalıdır. Katılımcılar durumun anlamını genellikle diğer kişilerle tartışma ve etkileşim içerisinde yapılandırdıklarından sorular geniş ve genel nitelikli

olmalıdır. Araştırmacı ise katılımcıların kendi yaşam alanlarında söyledikleri ve yaptıklarına odaklandığından sorgulama açık uçlu olmalıdır. Araştırmacının kişisel geçmişinin yorumlarını şekillendirmesi nedeniyle araştırma içindeki konumlarını netlikle belirlemelidirler. Araştırmacının amacı, durum ile ilgili başkalarının anlamlarını yorumlamak ve anlamlandırmaktır. Araştırmacı bir kuram üzerinden yorumlamaktan ziyade anlama ilişkin bir kuram veya modeli, tümevarım ile geliştirme çabasıdadır (Creswell, 2017:8-9).

Bu amaçla veri toplama aşamasında ulaşılan katılımcılara sorulan sorular geniş ve genel ifadelerle, yönlendirici olmadan, öznel anlamlar içerecek biçimde sorulmaya ve elde edilen veriler tümevarım ile birleştirilerek bir modele ulaşılmaya çalışılmıştır.

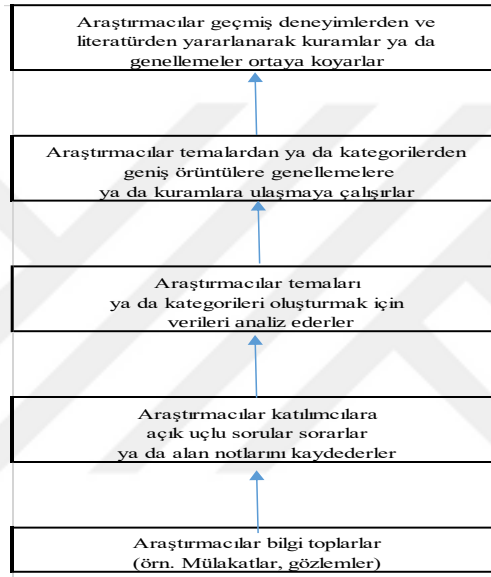
Yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaya yönelik olgu bilim araştırmalarında olgu, betimsel bir anlatım ile alıntılar kullanılarak tema ve örüntülerle açıklanmakta ve yorumlanmaktadır. Olgular, olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar hayatın içine dâhil olmuş, nüfuz etmiş yapılardır. Herhangi bir olguyla karşılaşmış olma, olgunun tam anlamıyla kavranmış olması anlamına gelmemekle birlikte aslında yabancı olunmayan olguların derinlemesine araştırılmasını amaçlayan olgu bilim çalışmalarında, veri kaynakları olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek veya yansıtabilecek birey ve gruplardan oluşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:68-72).

Desen olarak ise olgu bilim deseni dikkate alınarak hazırlanan bu nitel araştırma da ise veri toplama aşamasında olguyu değerlendirebilmeleri amacıyla, soruların yöneltildiği katılımcılara ilişkin aşağıdaki özellikler dikkate alınmıştır.

- Olgusal deneyimi anlamlandırabilecek kadar uzun bir süredir coworking kullanıcısı olmaları
- Karşılaştırma yapabilmeleri açısından daha önce başka bir alanda çalışma tecrübesine sahip olmaları,
- Farklı mesleki alanlara dâhil olmaları ve farklı biçimlerde faaliyet göstermeleri
- Coworking alanını farklı üyelik modelleri altında kullanmaları

Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde iki temel yöntem önerilmektedir: betimsel analiz ve içerik analizi. Betimleme tüm nitel araştırmalar için önemlidir çünkü araştırmacı ulaştığı verileri betimlemeler üzerinde temellendirmektedir.

Bu noktada kendi görüş ve yorumlarını dışarıda bırakarak okuyucuya yorumsuz biçimde sunulmalıdır. Elde edilen veriler betimlendikten sonra ise araştırmacı bulgulara ilişkin yorum ve açıklamaları sunabilmektedir. Araştırmacının bu yorumları, araştırma probleminin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olması nedeniyle önemli ve gereklidir (Yıldırım, Şimşek:2016:86-87). Bu nedenle bu nitel araştırma, verileri betimsel olarak sunduktan sonra araştırmacının içerik analizi ile devam etmektedir. Verilerin betimsel bağlamdaki içerik ve yoğunluklarındaki farklılıklar ise analizlerin kapsamında ve yönteminde de farklılıklara gidilmesine neden olmuştur.



Şekil 9: Nitel Çalışmanın Tümevarımsal Süreci

Kaynak: Creswell, 2017:66

İçerik analizinin ilk aşamasında kodlanan veriler, ikinci aşamada genel düzeyde açıklanabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplanan temalara dönüştürülmelidir. Tematik kodlamayı takiben verilerin ortaya çıkan kod ve temalara göre düzenlenmesi ile yorumlanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek,2018: 242-251). Araştırmacı, verileri temalar, kavramlar ve benzer özellikler temelinde değerlendirip ve bu kapsamda kategorize ederek analiz etmelidir. Veri analizinin bir parçası olarak değerlendirilen nitel kodlamada verilerin kodlanmasında araştırmacı hem verileri kavramsal kategorilere ayırarak, temalar veya kavramlar yaratmaktadır (Neuman,2017:663-664). Bu araştırma kapsamındaki veriler ise Tablo 5’te görülebileceği gibi 5 tema, 2 alt tema ve 20 kategori altında sınıflandırılmıştır.

Bir fenomen ya da sürece dair yeni bir kuram geliştirmek amaçlı araştırmalarda klasik ya da yeniden tasarlanmış, temellendirilmiş kuram ve ona eşlik eden kodlama yöntemlerinde In vivo kodlama, süreç kodlama, ön kodlama, odaklı kodlama, eksensel kodlama ve kuramsal kodlama önerilmektedir. In vivo kodlar, kod olarak araştırmaacı tarafından oluşturulan sözcük ya da ifade yerine doğrudan katılımcıların dilinin kullanıldığı kodlardır (Saldana, 2019:71). In vivo kodlama için, harfiyen kodlama, motamot kodlama, tümevarımsal kodlama, yerli kodlama, doğal kodlama ve emik kodlama şeklinde farklı ifadeler de kullanılmaktadır. In vivo kelimesinin kökeni “canlı olanın içinde” anlamına gelmekte ve kod söz konusu olduğunda da nitel veri kayıtlarındaki dilin kendisinde olan kelime ve kısa ifadeler, katılımcıların kendi kullandıkları terimler anlamına gelmektedir. In vivo kodlama özellikle belirli bir alt kültüre özgü söz dağarcığı ya da argo gibi yerel terimlere sahip kayıtlarda öne çıkan bir kodlama yöntemidir (Saldana, 2019:105-106).

Tümevarımsal analize iyi bir başlangıç için çalışılan ortamdaki kişilere özel anahtar sözcük terim ve uygulamalar tanımlanır. Bu kapsamda “görüşülen kişilerin kendi dünyalarını anlamlandırmak için oluşturduğu özgün kategorileri nelerdir? Sadece onların dünya görüşü içinde anlaşılabilen uygulamalar nelerdir?” soruları yanıtlanmaktadır. Emik (içeriden bakış) olarak adlandırılan bu analiz araştırmaacı tarafından dayatılan etiketleri ifade eden etik analizden ayrılmaktadır. Bilgi verenlerin kendilerinin kullandıkları kategorileri ve terimleri tanımlamaya in vivo kodlama adı verilmektedir (Patton, 2018:455). In Vivo kodlama tek yöntem olarak kullanılabileceğı gibi bakış açısını sınırlandırma riskine karşılık farklı kodlama yöntemleriyle birleştirilmesi tavsiye edilirken, bazen katılımcının bazense araştırmaacının en iyi biçimde dile getireceğı düşüncesinden hareketle in vivo kodlamaya aşırı bağı kalınması önerilmemektedir (Saldana, 2019:110). Kodlamaların gerçekleştirilmesinde, kodları katılımcıların analizine ve onların bakış açılarına dayandırmak amacının yanı sıra gerek coworking alan yöneticileri gerekse de kullanıcıları tarafından içselleştirilen ve kullanılan dilin doğru biçimde ifade edilmesi amacıyla birinci döngü kodlamada In Vivo kodlama kullanılmıştır. Ancak In vivo kodlamanın sınırlandırma olasılığının minimize edilmesi ve katılımcıların coworking alanına ilişkin ifadelerinin netleştirilmesinin yanı sıra görüşlerindeki farklılıkların da sınıflandırılması amacıyla benzeşen kodların birleştirilmesinde ise gözlemler ve literatürden yararlanılmıştır.

Araştırma, İstanbul Avrupa yakasında faaliyet gösteren coworking alanlarının kullanıcılarına kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılarak, veri toplamak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ayrıca kullanıcılarla yapılan görüşmeler öncesinde, coworking kurucuları veya çalışan/yöneticileri ile de pilot görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Coworking alanlarını tanımak ve anlamak amacıyla oluşturulan yarı yapılandırılmış soru formu ve randevu ile gerçekleştirilen bu görüşmelere ilişkin yanıtlar sadece gözlem niteliğinde araştırma kapsamına alınmıştır. Bu görüşmelerin görüşülen kullanıcılar ekseninde tutulmasına özen gösterilmiş olmakla birlikte farklı coworking alanlarına ilişkin bilgi ve gözlemler de değerlendirmeye katkı sağlamıştır. Yapılan bu görüşmeler yoğun bir gözlem olanağı sağlamanın yanı sıra uzun süreli etkileşimin sağlanması ve veri çeşitleme açısından da önemli olmuştur. Ayrıca coworking alanlarında kullanıcı olmak üzere görüşme yapmak ve kullanıcı olarak vakit geçirmek suretiyle gerçekleştirilen gözlemler ile veri yönteminin sınırlılığı aşılmaya ve veri çeşitlenmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

4.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Tematik kodlamanın gerçekleştirilmesinde iç tutarlılık ve dış tutarlılık ilkelerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. İç tutarlılık yani “temanın altında yer alan verilerin anlamlı bir bütün oluşturup oluşturmadığı”, dış tutarlılık yani “temaların tümünün araştırmada elde edilen verileri anlamlı bir biçimde açıklayabilirliği” veri setinin anlamlı yansıtılması açısından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek,2018: 250-251).

Kodlamanın iç güvenilirliği için; yapılan açık kodlamaya ilişkin mülakat metinlerinden 147 kod ile kodlanmış dört tanesi, kodlamaları için iki araştırmacıya verilmiş ve bağımsız kodlama yapmaları istenmiştir. Kodların karşılaştırılması sonucunda uzlaşamayan kod sayısı 29 olarak belirlenmiş ve %80 güvenilirlik oranına ulaşılmıştır. Dış tutarlılık için ise temalar periyodik aralıklarla üç döngüsel kontrolden geçirildiğinde iki kategori ve bir tema değiştirilmiştir.

4.4. Araştırma Süreci ve Kapsamı

Konunun ampirik olarak değerlendirilmesi, İstanbul Avrupa yakasında bulunan co-working alanları bünyesindeki kullanıcılar (kendi hesabına çalışanlar, startup yöneticileri

Creswell (2017:189) in yanı sıra Charmaz (2006) da veri toplama sürecinin kategoriler veya temalar doygunluğa ulaştığında ve yeni verilerin toplanmasıyla ilgili yeni bakış veya özellikler ortaya çıkmadığında durdurulmasının gerektiğini belirtmiştir (Creswell,2017:189).

İstanbul’da bulunan coworking yöneticileri ile iletişime geçilerek öncelikle kendileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve kullanıcılarına ulaşmada destek talep edilmiştir. Ancak coworking yöneticilerinin aracı olmayı, çalışanların konsantrasyonunu etkileyeceği, onları rahatsız edebileceği gerekçesiyle kabul etmemesi de aslında coworking yöneticilerinin kullanıcıların memnuniyetini odak aldıklarını ve önemsediklerini gösteren bir veri oluşturmuştur. Sürecin devamında coworking kullanıcılarına kişisel çabalar ve kartopu yöntemi aracılığıyla ulaşılarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Alanda mümkün olduğunca zaman geçirilerek, ortama ilişkin gözlemler de verilere eklenmiştir. Elde edilen veriler Nvivo 12 aracılığıyla analiz edilerek, bulgular derlenmiştir.

4.5. Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılıkları

Araştırmada, katılımcıların co-working alanlarındaki çalışma modeline ilişkin yeterli bilgiye sahip oldukları ve bunu dürüstlikle paylaştıkları varsayılmaktadır.

Coworking alanları, dünyanın birçok bölgesinde yaygın çalışma mekânlarıdır. Bu yaygın modele ilişkin araştırmanın, sadece İstanbul ilinde faaliyet gösteren coworking alanlarından seçilenler ile gerçekleştirilmiş olması nedeniyle sonuçların genellenebilirlik düzeyi düşüktür. İlerleyen zamanda araştırmanın farklı bölgelerde gerçekleştirilmesinin konuya katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Konu teknolojik değişimin sonunda farklılaşan üretim ve tüketim paradigmalarından hareketle çalışma ilişkileri özelinde ele alınmaktadır. İnsani ve toplumsal bir olgu olan çalışmanın değişiminde, farklı paradigmaların belirlenmesi sonucu etkileyebilir.

4.6. Araştırmanın Bulguları

Araştırma bulguları, demografik bulgular ve görüşmelere/mülakata dayalı bulgular şeklinde iki alt başlık altında ele alınarak değerlendirilecektir. Araştırmaya ilişkin bulgularda öncelikle katılımcılara ilişkin demografik veriler ve katılımcıların çalışmaya

ilişkin verileri sunulacaktır. İkinci olarak ise katılımcılar ile gerçekleştirilen mülakat değerlendirmelerine tema, alt tema ve kategori alt başlıkları ile yer verilecektir.

4.6.1. Demografik Bulgular

İstanbul ili Avrupa Yakası'nda faaliyet gösteren 6 coworking alanındaki, 20 kullanıcı ile gerçekleştirilen görüşmelerde öncelikle katılımcıların olguyu anlamlandırabilmeleri açısından bazı temel niteliklere sahip olmaları esas alınmıştır. Bu nedenle katılımcıların coworking alanını birçok açıdan değerlendirebilecek kadar uzun bir süredir kullanıcı olmalarına dikkat edilmiştir.

Bu noktada belli bir süre belirlenmemiş olmakla birlikte katılımcıların coworking alan deneyimleri, alan özelinde değil, genel olarak coworking kullanıcısı olma anlamında değerlendirilmiştir. Ayrıca katılımcıların daha önce başka bir coworking alanında çalışmayı deneyimlemiş olmaları, farklı mesleki alanlarda faaliyette bulunmaları ve coworking alanını farklı üyelik modelleri altında kullanmakta olmaları hususları da dikkate alınmıştır.

Bu niteliklerin ötesinde, katılımcılara ilişkin genel demografik bulgular ve katılımcıların coworking alanı, alanda çalıştıkları süre, çalışma biçimleri, çalışma alanları, daha önceki çalışma mekânları ve daha önce farklı CWS kullanıcısı olup olmadıklarına ilişkin bulgular iki farklı tabloda sunulmuştur. Tablo-5'te, katılımcılara ilişkin yaş, cinsiyet, medeni durum ve eğitim bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 3: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum	Eğitim
K1	30-39	Kadın	Bekâr	Lisansüstü
K2	20-29	Kadın	Bekâr	Lisansüstü
K3	20-29	Kadın	Bekâr	Lisans
K4	20-29	Kadın	Bekâr	Lisans
K5	20-29	Kadın	Bekâr	Lisans
K6	30-39	Kadın	Bekâr	Lisans
K7	20-29	Kadın	Bekâr	Lisans
K8	40-49	Kadın	Bekâr	Lisans
K9	50+	Kadın	Evli	Lisans
K10	20-29	Erkek	Bekâr	Lisans
K11	30-39	Erkek	Evli	Lisans
K12	20-29	Kadın	Bekâr	Lisans
K13	20-29	Erkek	Bekâr	Lisans
K14	20-29	Erkek	Bekâr	Lisans
K15	30-39	Erkek	Bekâr	Lisans
K16	30-39	Erkek	Bekâr	Lisans
K17	30-39	Erkek	Bekâr	Lisans
K18	50+	Erkek	Bekâr	Lisans
K19	40-49	Erkek	Evli	Lisans
K20	30-39	Kadın	Bekâr	Lisans

Buna göre, katılımcıların 9’u 20-29 yaş aralığında, 7’si 30-39 yaş aralığında olmak üzere çoğunluğunun 40 yaş ve altında oldukları dikkati çekmektedir. 40-49 aralığında 2, 50 ve üzeri aralığında ise 2 katılımcının bulunduğu örneklemin coworking alanlarına ilişkin gözlemler ve mülakat değerlendirmelerine uygun biçimde evreni yansıttığı görülebilmektedir.

Katılımcıların belirlenmesinde cinsiyet dağılımına da özellikle dikkat edilmiştir. Buna göre 20 katılımcının 11’i kadın, 9’u ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcılardan sadece 3’ünün evli olmasının ise yaş ortalaması ile ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

Coworking alanlarındaki kendi hesabına bağımsız çalışma ile gerçekleştirilen işlerin bilgi ve hizmet alanlarına yoğunlaşması ve uzmanlık ağırlıklı yapılanmasından da tahmin edilebileceği üzere, kullanıcıların eğitim düzeylerinin genellikle yüksek olduğu gözlenmiştir. 20 katılımcının 18’inin lisans, 2’sinin ise lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu örneklem de bu gözlemi doğrulamaktadır.

Tablo 4’de ise, katılımcıların coworking alanı ve çalışma modeline ilişkin bilgileri yer almaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Coworking Alanı ve Çalışma Modeline İlişkin Bilgileri

Katılımcı/CWS	Çalışılan Süre-	Çalışma Biçimi	Çalışma (Faaliyet) Alanı	CWS Öncesi Faaliyet Gösterilen Çalışma Mekanı	CWS Kullanım Deneyimi	Üyelik Modeli
K1-C Alanı	1-3	Ücretli/Bağımsız Kendi Hesabına	Akademi/ Sanatsal Ürün Tasarımı	Ev-Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Gezgin Masa (Yarı Z)
K2-C Alanı	1-3	Ücretli	Sanat Platformu	CWS Çalışan ve Kullanıcısı	Farklı CWS ler	Sabit Masa /Tam Zam
K3-C Alanı	0-1	Ücretli	Eğitim& Danışmanlık	Kurumsal İşletme	Farklı CWS ler	Ofis Alanı /Tam Zam
K4-C Alanı	1-3	Bağımsız Kendi Hesabına	Diyetisyen	Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K5-C Alanı	1-3	Ücretli	Bilgi Aktarım Platformu	Ev-Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Gezgin Masa/Tam Zam
K6-C Alanı	3-5	Bağımsız Kendi Hesabına	Endüstriyel Tasarım	Ev-Ofis	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K7-C Alanı	0-1	Bağımsız Kendi Hesabına	Endüstriyel Tasarım	Startup	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K8-FAlanı	3-5	İşveren	Editör	Ev-Kurumsal İşletme	Farklı CWS ler	Sabit Masa /Tam Zam
K9-FAlanı	5+	İşveren	Mimar	Kurumsal İşletme-Ofis	İlk CWS Kullanımı	Ofis Alanı /Tam Zam
K10-FAlanı	0-1	Bağımsız Kendi Hesabına	Oyun Tasarımı	Ev-Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K11-FAlanı	3-5	Bağımsız Kendi Hesabına	Reklamcılık	Ofis	Farklı CWS ler	Sabit Masa /Tam Zam
K12-B Alanı	1-3	Ücretli	Deneyim Aktarım Platformu	Kurumsal İşletme-Ofis	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K13 B Alanı	0-1	Bağımsız Kendi Hesabına	Oyun Tasarımı	Startup	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa (Yarı Z)
K14 B Alanı	1-3	Ücretli/Bağımsız Kendi Hesabına	Sinema TV/CWS Komünite	Ev	İlk CWS Kullanımı	Gezgin Masa/Tam Zam
K15 B Alanı	0-1	Ücretli	Sürdürülebilirlik Danışmanlık	Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Ofis Alanı /Tam Zam
K16-D Alanı	3-5	Ücretli	STK- Sürdürülebilirlik Danışmanlık	Ev-Kurumsal İşletme	İlk CWS Kullanımı	Ofis Alanı /Tam Zam
K17-D Alanı	0-1	İşveren	Avukat	Ofis	İlk CWS Kullanımı	Ofis Alanı /Tam Zam
K18-D Alanı	5+	İşveren	Sosyal Medya Platformu	Ofis	İlk CWS Kullanımı	Ofis Alanı /Tam Zam
K19-A Alanı	1-3	Bağımsız Kendi Hesabına	Yazılım	Kurumsal İşletme-Ofis	İlk CWS Kullanımı	Sabit Masa /Tam Zam
K20-D Alanı	5+	Bağımsız Kendi Hesabına	Yemek Dağıtım Platformu	Ev-Kurumsal İşletme-Ofis	Farklı CWS ler	Sabit Masa /Tam Zam

Tabloya göre, 20 katılımcının, 1’i A Alanını, 4’ü B Alanını, 7’si C Alanını, 4’ü D Alanını, 1’i E Alanını ve 3’ü ise F Alanını kullanmaktadır.

Katılımcıların CWS alanlarındaki çalışma süreleri, şu an kullanmakta oldukları alanı ne kadar süredir kullandıklarını değil, genel olarak coworking deneyimlerinin ne kadar süre olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların bazılarının yanı sıra 4 katılımcının daha önce farklı alanları kullanmış olmalarının yanı sıra bazılarının ise daha önce şu an kullandıkları alanı veya başka alanları ya da kamuya ait alanları günlük olarak kullandıkları da görülmektedir. Buna göre katılımcılardan 6'sı coworking alanlarını 0-1 yıl aralığında, 7'si 1-3 yıl aralığında, 4'ü 3-5 yıl aralığında kullanırken, 2 katılımcı ise 5 yıldan fazla süredir alan kullanıcısı olduklarını belirtmişlerdir.

Coworking alanını bir yıla yakın bir süredir kullanmakta olan bir katılımcı daha önce günlük çalışmalar için başka bir alanı kullandığını belirtmiştir.

“Gerektiğinde günlük olarak kullanıyordum ama başka bir coworking alanını burası değil.”(K17)

Coworking alanı ile olan iletişimin bir proje kapsamında başladığını belirten bir katılımcı ise bu kullanımı şu şekilde ifade etmektedir.

“Biz alanı daha önce proje kapsamında kullanıyorduk, o sürekli bir kullanım değildi tabi. Ayda 10 günlük kullanım hakkımız vardı o zaman.” (K7)

Coworking alanlarını 5 yıldan uzun süredir kullanan katılımcılardan biri çok sayıda alanı kullandığını ancak şu an kullandığı alanın ihtiyacını tam olarak karşıladığını belirtmektedir. Diğer 2 katılımcı ise uzun süredir aynı alanı kullanmakta olduklarını ve alanın ilk kullanıcılarından olduklarını özellikle belirtmektedirler.

“İlk açıldığı günden beri buradayız.” (K18)

“Burası kurulduğundan beri bu alanda çalışıyorum.”(K9)

Bağımsız çalışan bir katılımcı ise bağımsız çalışmaya başladıktan kısa bir süre sonra coworking alanına geldiğini belirtmektedir.

“Son altı aydan beri de bağımsız bir şekilde çalışıyorum. Aslında birine de iş yapmıyorum. Ben oyun programcısıyım. Şu an kendi oyunumu çıkarmaya çalışıyorum. Herhangi birine bağlı olarak çalışmıyorum kısacası.”(K13)

Coworking alanlarındaki kullanıcıların çalışma biçimine ilişkin gözlemlerde dikkati çeken, alandaki kullanıcıların çoğunluğun kendi hesabına bağımsız çalışanlar ve

işletmeler ile o işletmelerde istihdam edilmekte olan ücretliler biçiminde olduğudur. Kartopu yöntemi ile ulaşılan katılımcıların belirlenmesinde de, örneklemin bu profili yansıtmaya özen gösterilmiştir. Bu noktada 20 katılımcının, 10'u bağımsız kendi hesabına çalışırken, 4 katılımcı ise işveren konumundadır. 8 katılımcı ise farklı ölçeklerdeki ulusal veya uluslararası işletmelerde ve STK larda ücretli olarak istihdam edilmektedirler.

Hem bağımsız kendi hesabına çalışan ama aynı zamanda gelir sabitlemek amacıyla bir işte ücretli çalışmakta olan 2 katılımcıdan biri üniversitede akademisyenlik yapmakta iken diğeri ise kullanmakta olduğu coworking alanında komünite sorumlusu olarak çalışmaktadır. Katılımcılardan biri mesai dışında bağımsız çalışmaya devam edebilmenin sağladığı avantaja vurgu yaparken diğeri ise bu alanı amaçları doğrultusunda kullandığının altını çizmektedir.

“Freelance çalışmanın en büyük avantajı, aslında paranın farklı yerlere bölünmemesi yapan da kalması. Bir de saat konusunda mesela bir çekim var dediklerinde bana gün aralığı veriyorlar. Bir hafta bir süre gibi hangi gün müsait olursun dediklerinde günü ben seçmiş oluyorum. Bir de boş zamanlarım da kurgu ve montajımı yaptığım için benim buradaki işimi de çok engellememiş oluyor. Farklı işler yapabiliyorum.” (K14)

“Yarı zamanlı üyeyim. Flex üyeyim. Bağımsız küratör olarak çalışıyorum. Sanatçı olarak da işler üretiyorum ve burayı daha çok yaptığım aktivitelerin bir toplamı için kullanıyorum diyebilirim. Yani sadece tez ya da sadece sanat üretimi için değil, günlük akışta hangi projem öncelikliyse onun için buradan yararlanıyorum.”(K1)

Coworking alanlarındaki faaliyet alanlarına ilişkin gözlemlerde de dikkati çeken hususlardan biri de kullanıcıların çok farklı ve çeşitli işler yapmakta olduklarıdır. Mesleki yapılanmaya ilişkin altı çizilmesi gereken unsurlardan bir diğeri ise, katılımcılara ulaşma aşamasında daha önce bilinmeyen çok farklı fikir ve mesleklerle de karşılaşmış olmasıdır.

Mesleki anlamda geniş bir yelpazeye sahip olan katılımcıları sınıflandırmak oldukça zor olmakla birlikte, 20 katılımcıdan aynı alanı kullanan 2 katılımcının Endüstriyel Tasarımcı olduğu, farklı alan kullanıcısı olan 2 katılımcının ise ücretli olmakla birlikte biri sivil

toplum kuruluşunda diğeri ise şirkette çalışmakta olan Sürdürülebilirlik Danışmanlığı yaptıkları görülebilmektedir.

Yine farklı alanların kullanıcısı olan 2 katılımcının kendi hesabına bağımsız olarak çalıştıkları ve oyun tasarımı yaptıkları da dikkati çekmektedir. Ayrıca 4 katılımcının kendilerini sanat, deneyim aktarımı, sosyal medya, bilgi aktarımı ve yemek dağıtım platformu biçiminde tanımladıkları ve web sayfası odaklı işletmeler oldukları görülmektedir. Diğer katılımcıların ise editör, mimar, reklamcı, avukat, yazılımcı, diyetisyen gibi farklı uzmanlıklara sahip bulunmaktadırlar.

Bu geniş dağılıma karşılık üretim anlamında bir sınıflandırma yapıldığında ise katılımcıların genellikle hizmet ve bilgi üretimi yapmakta oldukları dikkati çekmektedir. Bu noktada sadece 2 katılımcının ürün üretiminde tasarımcı oldukları ve üretim laboratuvarına sahip tek coworking alanının kullanıcısı oldukları görülmektedir. Bu katılımcılar ürünlerinin sadece prototip aşamasını bu alanda gerçekleştirdiklerini seri üretimin ise coworking alanının dışında yapıldığını belirtmektedirler.

“Benim için üretim yapmak çok kompleks bir şey. Seri üretime geçmeden önce belli sayıda prototip ile oyunu deneyimlemek için üretimler yapmak zorundayız. Prototipleri üretim laboratuvarında yapabiliyoruz. Zaten en çok biz kullanıyoruz galiba orayı.”(K7)

“Üretim laboratuvarını kullanabiliyoruz. Mesela ben’ı burada çıkardım”(K6)

Katılımcılar genellikle coworking alanından önce farklı mekânları deneyimleyen kişiler olmanın yanı sıra bu alanlardaki çeşitli memnuniyetsizlikleri onları coworking alanına yönlendirmiştir. Katılımcıların coworking alanına yönelimlerine ilişkin etmenler ile mekânlar arası karşılaştırmalara yönelik ifadeleri mülakat bulguları altında değerlendirildiğinden burada detaylıca yer verilmemiştir.

Bu noktada 20 katılımcıdan coworking alanı kullanıcısı olmadan önce hem evde hem kurumsal alanda faaliyet gösteren 5 katılımcı bulunurken, ofis ve kurumsalda faaliyet gösteren 3 katılımcı, ofiste faaliyet gösteren 3 katılımcı, kurumsalda çalışan 3 katılımcı, start-upta çalışan 2 katılımcı bulunmaktadır. Ayrıca katılımcılardan biri daha önce başka bir coworking alanında hem kullanıcı hem çalışan olarak görev yapmıştır. Bir başka

katılımcı ise ev, ofis ve kurumsal mekânların tamamını deneyimledikten sonra coworking alanında çalışmaktadır.

Coworking alanlarında çok farklı kullanım olanakları bulunmakta ve seçeneklere göre fiyatlandırma oluşturulmaktadır. Üyelik modelleri, coworking alanlarına ve içerdikleri sekreteryaya, kargo karşılama, toplantı salonu kullanımı, etkinlik alanı kullanımı gibi ek hizmetlerle çeşitlenmenin yanı sıra zaman esasına göre de farklılaşmaktadırlar. Tam zaman diliminde yani coworking alanının çalışma saatlerinde veya ofisin mesai saatlerinde ya da 7-24 kullanım olanağının yanı sıra haftalık, aylık gün sayıları ile yarı zaman dilimi biçiminde çeşitlenen kullanım modelleri de bulunmaktadır. Katılımcılar, üyelik modellerine ilişkin farklı kullanım detaylarına sahip olmalarına karşılık sınıflandırmayı kolaylaştırması açısından sabit masa, gezgin masa ve ofis olarak genel bir kapsamla değerlendirilmişlerdir. Buna göre, 20 katılımcının 10'u tam zamanlı sabit masa kullanıcısı iken 1'i yarı zamanlı sabit masa kullanıcısıdır. Katılımcılardan 5'i ofis alanı kullanıcısı iken, 2 katılımcı gezgin masayı tam zamanlı biri ise gezgin masayı yarı zamanlı kullanmaktadır.

Full time üyeliğe sahip olmanın ayrıcalığını hisseden ücretli bir katılımcı bunu şu şekilde dile getirmektedir.

“İşte 2 tip üyelik var. Benim ki full time üyelik. Benim patronumun üyeliği part time üyelik. Ben mesela 7/24 gelebiliyorum. Benim bir kartım var. İstersem gece 5 de çıkarım istersem burada uyurum”. (K5)

Küçük bir ekip olmaları nedeniyle daha fazlasına ihtiyaç duymadıklarının altını çizen bir başka ücretli katılımcı ise coworking sağladığı avantajı şu şekilde ifade etmektedir.

“Biz küçük bir ekibiz yani 10 kişiyi bulmadı bizim ekibimiz. Şu anda da altı kişi devam ediyoruz. Zaten o noktada B alanına geçmeye karar verdik. Burada üç tane masayla idare ediyoruz çünkü bazı arkadaşlarımız da evden çalışıyor”(K12)

Kullandığı coworking alanının komünite sorumlusu olarak görev yapan, gezgin masa kullanıcısı masa sahibi olmanın avantajını şu şekilde belirtmektedir.

“Üyeler açısından bir ofis sahibi olmaktansa burada bir masa sahibi olmak daha avantajlı olur aslında onlar da birer şirket ve biz şirketten şirkete bir satış yapmış oluyoruz. Onların sadece adresleri bizimle aynı onun dışında bir ortaklığımız yok” (K14)

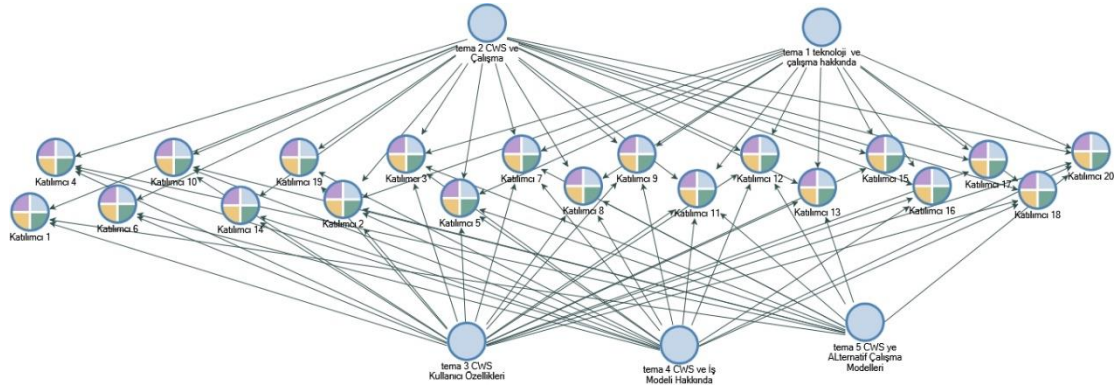
4.6.2. Mülakat Bulguları

Araştırma sonucunda ulaşılan kayıtlara yönelik invivo kodlamanın birinci döngüsünde 789 koda ulaşılırken, süreci takiben yenilenerek gerçekleştirilen ikinci döngü kodlamada 654 kod ve üçüncü döngü kodlamada ise 493 koda ve kodların birleştirilmesi sonucunda 5 tema, 2 alt tema, 20 kategoriye ulaşılmıştır. Bulguların sınıflandırılmasında ve başlıklandırılmasında kullanılan tema, alt tema ve kategoriler Tablo 5 te belirtilmektedir.

Tablo 5: Tema- Alt Tema ve Kategorilerin Sınıflandırılması

TEMA	ALT TEMA	KATEGORİ
Teknoloji ve Çalışma		Teknoloji ve İş Hakkında Teknoloji ve İşgücü Hakkında
CWS de Çalışma	CWS de Çalışmanın Nedenleri	CWS de Çalışma Fikrinin Oluşumu CWS de Çalışmanın Temel Etkeni
		Üretime İlişkin Paradigmalar Zamana İlişkin Paradigmalar Mekana İlişkin Paradigmalar Networke İlişkin Paradigmalar İşbirliğine İlişkin Paradigmalar Paylaşım İlişkin Paradigmalar Komiteye İlişkin Paradigmalar Lokasyona İlişkin Paradigmalar
	CWS de Çalışma Paradigmaları	
CWS Kullanıcı Özellikleri		
CWS ler Hakkında		CWS ler Hakkında CWS İş Modeli Hakkında Farklı CWS ler Hakkında Karşılaştırma Uluslararası Karşılaştırmalar Memnuniyet İfadeleri
CWS ye Alternatif Çalışma Mekanları		Kurumsal Çalışma Evde Çalışma Ofiste Çalışma

Kodlamaların, katılımcılara dağılımı Şekil 11 ile gösterilmiştir. Şekilde katılımcıların vurgularının CWS de Çalışma, CWS Kullanıcı Özellikleri, CWS’ler ve İş Modeli üzerinde yoğunlaştığı dikkati çekmektedir.



Şekil 11: Kodların Temalar Kapsamında Katılımcılara Dağılımı

Mülakatların gerçekleştirildiği 20 katılımcı ile toplam 652 dakika görüşülmüş olup görüşme ortalaması 32,6 dakika olarak belirlenmiştir. Görüşmelerin yanı sıra coworking alanlarındaki atmosfer, yapı ve işleyişe ilişkin fikir sahibi olmak amacıyla yöneticilerden alınan izinler doğrultusunda gözlem amaçlı alan kullanımı gerçekleştirilmiştir. Ayrıca coworking yöneticileri ile gerçekleştirilen görüşmeler toplamda 7 coworking alanında gerçekleştirilmiş olup, alanlar arası dengenin sağlanmasına özen gösterilse de randevu ve kartopu yöntemiyle ulaşılan katılımcıların coworking dağılımı eşitlenememiştir.

Coworking alanı yöneticileri ile gerçekleştirilen görüşmelerde coworking alan adlarının kullanılmaması tercih edildiğinden, coworkinglere alfabetik bir kod verilmesi uygun görülmüştür. Bu kodlar ile görüşülen kullanıcı sayısı ve gözlem süreleri Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 6: Görüşülen Kullanıcı Sayısı Ve Gözlem Süreleri

CWS için Kullanılan Alfabetik Kod	Görüşülen	Gözlem
	Kullanıcı sayısı	Süresi
A	1	-
B	4	1 gün
C	7	1 gün
D	4	1 gün
E	1	1 gün
F	3	1 gün

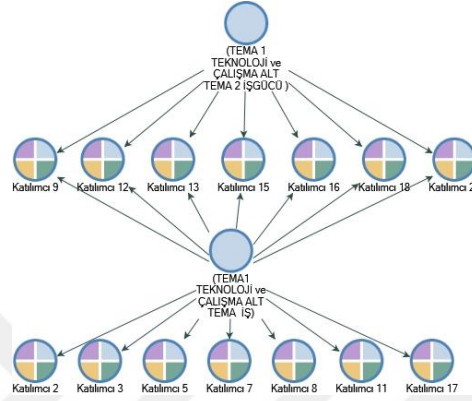
Araştırmaya katılan 20 katılımcının her biri, K1, K2 şeklinde sayısal ifadeyle kodlanmıştır. Ayrıca bulguların değerlendirilmesinde, katılımcıların temayla ilişkili oldukları düşünülen bilgilerinin öne çıkarabilmesi amacıyla, kodlara ek olarak katılımcılara ilişkin vurgulamalara, ihtiyaç görüldüğü takdirde, katılımcı kodu ile birlikte parantez içerisinde yer verilmiştir. Katılımcılara ilişkin detaylı bilgiler ise Ek 3'de tablo olarak sunulmaktadır.

4.6.2.1. Tema 1: Teknoloji ve Çalışma

Katılımcılara “Teknolojik değişim ve gelişmelerin çalışmaya olan etkilerine ilişkin görüşleri” sorulduğunda 20 katılımcıdan 14’ü sadece işe olan etkilere vurguda bulunurken, 7 katılımcı ise işgücü-teknoloji ilişkisine işaret etmektedir. Bu çerçevede, araştırmaya ilişkin ana temalardan ilkinin oluşturan “Teknoloji ve Çalışma” teması Tablo 5’te görülebileceği şekilde biri “Teknoloji ve İş”, diğeri “Teknoloji ve İşgücü” hakkında olmak üzere iki kategoride ele alınmaktadır.

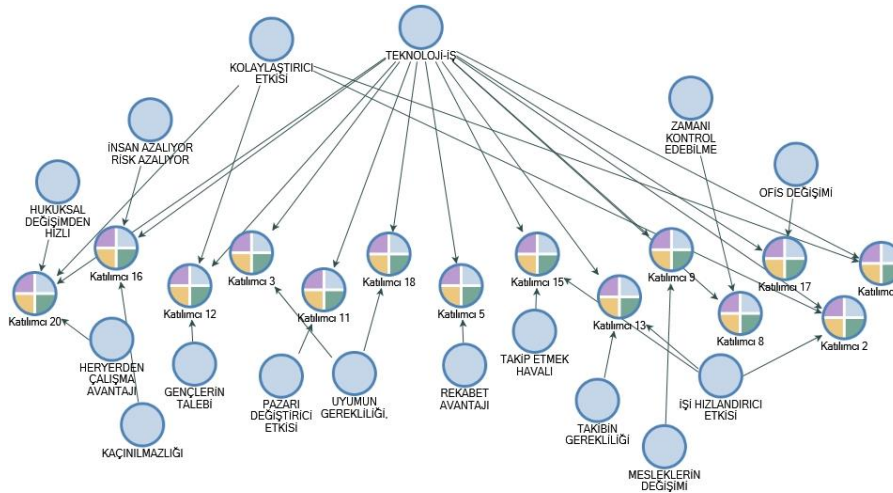
Kategori 1. Teknoloji ve İş

Katılımcıların teknoloji ve işe ilişkin ifadelerinin analizinde 14 katılımcı tarafından kodlanan 15 koda ulaşılmıştır. Teknoloji ve işe ilişkin 15 koddan, en yüksek referans değerine sahip olanların teknolojinin kolaylaştırıcı etkisine 4 katılımcının, işi hızlandırıcı etkisine ise 3 katılımcının işaret ettiği tespit edilmiştir.



Şekil 12: Teknoloji ve Çalışma Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

“Teknoloji ve İşgücü” ne referansta bulunan katılımcıların tamamının “Teknoloji ve İş” kategorisinde de yer aldıkları görülmektedir. Diğer katılımcılar ise teknolojinin işe ve işgücüne ilişkin etkisi sorulduğunda belirgin bir ifadeyle bulunmayarak, soruya “evet”, “kesinlikle” gibi ifadelerle yanıt vererek olumlu yargı belirtmekle yetinmişlerdir.



Şekil 13: Teknoloji ve İş Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Buna göre, teknolojinin kolaylaştırıcı etkisine vurgu yapan katılımcılar, ayrıca ifadelerinde teknoloji ile her yerden çalışmanın mümkün olduğuna, teknolojinin

meslekleri deęiřtirdięine ve gençlerin teknolojiyi yoğun kullanan iřletmeleri tercih ettiklerine de yer vermektedirler. Bu dūřūncelere ait bazı katılımcıların ifadeleri řu řekildedir;

“Aslında dōnūřmekte olan yařam bięimi bence. Artık her řey çok hızlı tūketiliyor imaj deęiřti, řekil deęiřti, yařam bięimi ile beraber. Artık meslekler bile farklı deęerlendiriliyor geęmiřte ki bu geęmiř çok kısa bir geęmiř çok popūler olan meslekler gūnūmūzde yok olmaya bařladılar. Artık çok hızlı bir teknolojinin ięindeyiz” (K9)

“Biz bir giriřimiz ve ben ilk girdięim andan itibaren Google Cloud kullanmaya bařladık her tūrlū būtin dokūmantasyonumuz artık orada ve bir sheete ūę dōrt kiři aynı anda ulařabiliyor. Ortak bir ęalıřma alanı orada da var. Aslında bu çok gūzel bir řey aslında artık dedięim gibi řirketler bu tarafa yōneliyor bence ve bunları bir artı olarak da sunuyorlar. ęekime gittięimiz řirketlerde bunu gōrūyorum. Daha geęen ay mesela biz bir gaz řirketine gittik sadece bunu anlatmak istediler. Yani biz Google Drive kullanıyoruz herkes her řeye ulařabiliyor anında ve dūzenleme yapabiliyoruz ve zaman kazanıyoruz ve bunu anlatmak istiyorlar çok farklı geldi bana da aslında.”(K12)

Teknolojinin kaçınılmaz olduğunu belirten bir katılımcı, aynı zamanda teknolojinin işteki insan sayısını azaltan bir ōęe olduğunu ancak bunun riski de azaltacağını belirtmektedir.

“Risk azalıyor ama diğer taraftan da insanın azalması durumu var. Elbette iř gūcū birileri buna ayak uyduracak bu sistemin iğinde yer alacak, birileri de uyduramayacak elbette. Tūrkiye’de de buna ciddi şekilde uyum sağlayabilecek bir kitle var mı olmak zorunda. Daha ōnce buna benzer ōrnekleri yapıldı aslında. şimdi marka ismi vermeyeyim ama bir takım firmalar ęok alakasız yerlerde ęok ōzel ara eleman kursları ağtı. řu an piyasada tesisat konusunda ęalıřan ve onun okulunda ęalıřmamıř hię kimse yok neredeyse. Yani bunu becerdiler aslında. Hatta diğer firmalar ięin ęok ōnemli bir referanstır. O okula gitmiş olmak ve o okuldan ęıkmıř olmak. Dolayısıyla bu olur yani hani isterseniz”(K16)

Teknolojinin işi hızlandırdığına vurgu yapan katılımcılar ise ifadelerinde teknolojiyi takip etmenin gerekli olduğunu vurgularken, bu durumun “havalı” olduğunun da altını ęizmektedirler.

“Bir de yeniliği takip etmek havalı bir şey burada. Mesela bu işe daha adapte gösteriyor seni daha şey gösteriyor. Yani takip edebilen yenilikçi filan gibi anlatabiliyor muyum? İşte mailde attachment eklemiyoruz da bilmem ne bulutunda linki alabilirsiniz diye söylüyoruz. Aynı şey aslında o araçları bu tarz yerler de etkiliyor ve değiştiriyor bence. Kurumsaldaki müşteriye hala mail ekliyoruz ama burada çalıştığımız arkadaşlara buluttan yolluyoruz gibi sabit sunucumuz yok mesela o da buluttan fiziki mekân kaplamıyor.” (K15)

Teknolojiye uyum sağlamanın gerekliliğine işaret eden katılımcılar, ayrıca coworking gibi alanların bu uyumu arttırdığının da altını çizmektedirler.

“Teknolojik açıdan da iş anlamında da süreçler çok hızlı akıp gidiyor. Eğer siz bu suyun akışına ayak uyduramıyorsanız ayak uyduramayan maddeleri nasıl ki su yana doğru atar, aynı böyle sizi kenara atar çer çöp olursunuz kenarda. Onun için suyun akışına ayak uyduran bir kano gibi hareket etmek durumundasınız. Aslında bu gibi alanlar ve bu gibi yerler bizim akışa ayak uydurmamızı sağlayan yerler çünkü gündemi burada koklayabiliyorsunuz, yaptığınız işle de alakalı tabi.”(K18)

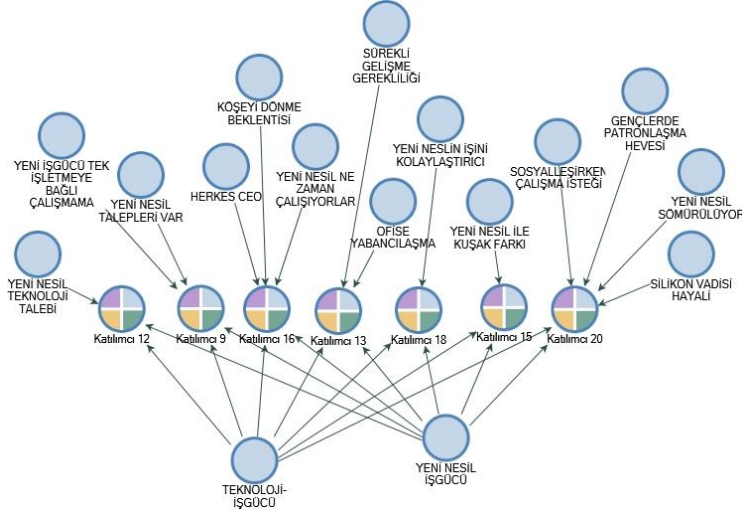
Bunlara ek olarak, teknolojinin işe yönelik etkilerine ilişkin ifadelerinde katılımcılar ayrıca teknolojinin pazarı değiştirici etkisine, teknolojinin zamanı kontrol olanağı sağlamasına ve ofislerin değişimine de yer vermektedirler.

“Ofis alanlarında da ekonomik ve alansal değişim yaşanıyor” (K17- avukat- D Alanı)

Kategori 2. Teknoloji ve İşgücü

İfadelerinde “Teknoloji ve İşgücü” ne ilişkin değerlendirmelere yer veren 7 katılımcı aynı zamanda “Teknoloji-İş” kategorisine ilişkin vurgularda da bulunmuşlardır. Teknoloji ve işgücüne vurguda bulunan katılımcılar, değerlendirmelerini “gençler” veya “yeni kuşak”, “yeni işgücü” gibi farklı adlandırmalar altında gerçekleştirmiş olsa da bu kavramların esasta aynı şeye işaret etmesi nedeniyle, kodlamanın bütünleştirilmesi sırasında, aynı anlamda değerlendirilmişlerdir.

Katılımcıların teknoloji ve işgücüne ilişkin ifadelerinin bütünleştirilmesinde “yeni nesil işgücü” kodu kullanılmıştır. Katılımcıların ifadelerinin analizinde çerçeveleme amaçlı kullanılan bu koda ek olarak 13 ayrı koda daha ulaşılmıştır.



Şekil 14: Teknoloji ve İş Gücü Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Teknoloji- işgücü ilişkisi hakkında doğrudan değerlendirme olarak kabul edilebilecek tek ifade aslında teknolojiye ilişkin en önemli unsurun “sürekli gelişme zorunluluğu” olduğu yönündedir.

“Akademik eğitimin eksikliğini hissediyorum, mühendislik eğitimi almadığım için sayısal alanda özellikle. Fakat şu an günümüzde teknoloji bu kadar hızlı gelişirken bizim kullandığımız ürünler de çok hızlı değişkenlik gösteriyor. Eskiden uzmanlık çok ön plandaydı yani bir işi uzun süre yapmak tecrübe yani sadece ona fokuslanmak sizi iyi bir noktaya getiriyordu. Ama günümüzde artık bu yetmiyor diye düşünmeye başladım ben. Başka alanlar için bilemem ama benim alanım için yetmediğini düşünüyorum. Orada çalışan profiline kendini şöyle geliştirmesi gerektiğini düşünüyorum yani uzmanlaşacak kadar zaman harcayamıyorsunuz bir konuya dolayısıyla diplomadan çok ne kadar hızlı adapte olabildiğiniz önemli duruma geliyor”(K13)

Yeni nesil işgücüne ilişkin ifadelerde yer alan “yeni neslin talepleri var”, “teknolojiyi talep ediyorlar” ve “tek işletmeye bağlı çalışmak istemiyorlar” söylemleri ne yaptığını ne istediğini bilen kararlı bir işgücü profili çizmektedir.

“Yeni işgücünün beklentileri farklı, daha rahat, daha özgür çalışmak istiyorlar ve sosyal olmak istiyorlar. Mesela onlara verilenle sınırlamıyorlar kendilerini. Talepleri var dile getiriyorlar”(K9)

Diğer yandan yeni nesil işgücü, katılımcılar tarafından “iş yapma yöntemlerini bilmeme” ve “sosyalleşirken çalışmak isteme”, “rahatlığı hayatlarının her anına yayma”, “çalışmanın anlamını kavrayamama” ve “ne zaman çalıştığının belli olmaması” biçiminde eleştirilmektedirler.

“Ben 9 buçuk gibi geliyorum. Şu ortak alanlar var ya bomboş ondan sonra böyle bir saat bir buçuk saat sonra bir sigara içmeye çıkıyorum aşağı. Aaa bi bakıyorum dolmuş böyle her taraf metrobüs gibi ondan sonra öğlen vakti bakın ben öğlenleri çıkmıyorum ama bizim ofistekiler çıkıyor. Herkes arazi, ondan sonra da akşam 5 ten sonra da bir daha ölüm sessizliği var içeride herkes gene gitmiş yani ben akşam 7 de çıkıyorum. Ne zaman çalışıyorlar anlamıyorum yani. Gerçekten anlamıyorum yani ki ben aslında kişisel olarak çok rahat çalışan bir insanımdır.” (K16)

30-39 yaş aralığındaki kullanıcılardan daha önce ev, kurumsal ve ofis çalışmasını deneyimlemiş olan bir katılımcı ise, yeni nesil işgücünü hayalperestlik ile coworking alanlarını da hayal satmakla eleştirmekte ve yeni nesil işgücüne bakışını “Silikon vadisinde yer alma” ve “CEO-patron olma hayalleri” peşinde olmak ifadeleri ile dile getirmektedir. Bu noktada tenkit edilen yeni nesil işgücüne yöneltilen eleştirilerin ise, onlardan ziyade onları sömürdüğüne inanılan sisteme yönelik olduğu düşünülmektedir.

“Özellikle gençlerde profesyonel tecrübe sahibi olmanın anlam ve önemi kavranmadan bir patronlaşma iddiasına gidiliyor. Bu aslında onların hayatından da çalan bir şey yani çok büyük projeler var. Herkes bakıyor ki niye ben Mark Zuckerberg olmayayım. Bilmem kim üniversiteyi terk etmiş böyle böyle olmuş onun da terk edesi var ama birine üniversite yetmemiş öbürü üniversiteyi zaten becerememiş. Kendini onunla bir tutması hiç mantıklı değil aşmış gitmiş değil hayat algısı daha gelişmemiş diyor ki hani ben kendi kurallarımı koyacağım. İş dünyasında bazı sektör ve senaryolarda belki ama her senaryo da herkes bunu söyleyemez ve papağan gibi aynı cümleleri tekrarlama var bu ekosistemde. Herkes aynı şeyleri söylüyor herkes aynı kurallara çok inanıyormuş gibi davranıyor bu iyi bir şey değil” (K20)

Katılımcıların ifadelerindeki tüm eleştirilerin yanı sıra, yeni nesil işgücünün işletme kurmaya ve iş dünyasının gerçeklerine olan uzaklığına işaret eden bir başka katılımcı ise bu sorunun coworking alanları aracılığı ile çözüme kavuştuğunun da altı çizilmektedir.

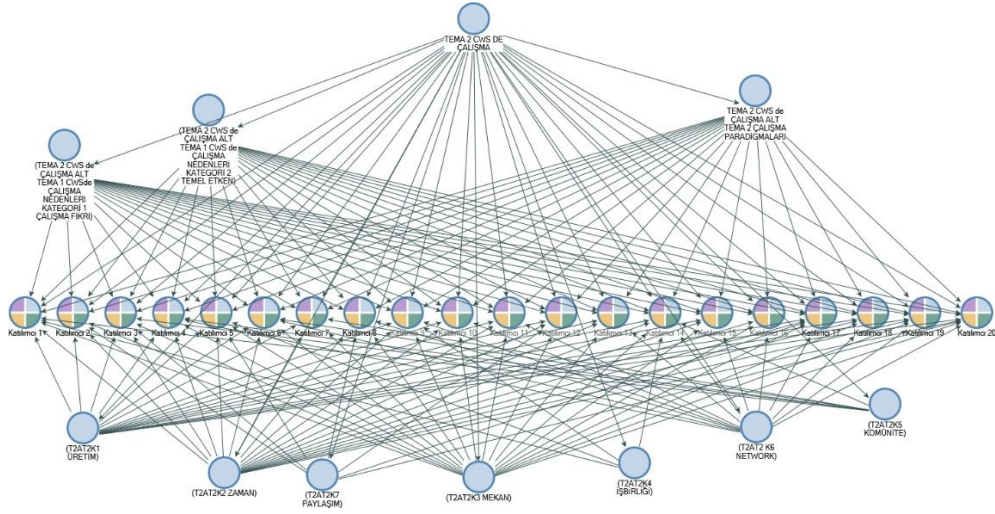
“Benim yaşıım biraz ileride ama özellikle gençlere stopaj dediğinizde stopaj ne abi diyor. Nasıl bir şey. Hiç anlamadım diyor. KDV yi anlatamazken bunlara gider pusulasıydı stopajdı bilmem neydi anlatmaya çalıştığınızda feleğiniz şaşıyor ondan sonra. Bu gibi çocuklar için yeni nesil çocuklar için buradaki yapıyı anlaması daha kolay. Benden istediğin bedel neydi ben senden bin lira 2000 lira onu alırım sana faturanı veririm. Sen de onu muhasebecini verirsın biter dediğinde abi süpermiş diyor. Öbür türlü diyorsun ki işte bin liraya yer kiralayınca çok güzel ama 3 ay sonra aaa stopaj çıktı 1000 lira neden 1000 lira veriyorum ben diyor. Ben kira mı veriyorum zaten neden bir kira daha veriyorum şimdi. Anlamadım ben bunu diyor anlayana kadar göbeği çatlıyor bu insanların. Coworking alanları bunların bu tarzda işlerini kolaylaştırdı aslında.” (K18)

Teknolojinin işe etkilerine farklı perspektiflerden olumlu yaklaşan katılımcılar, mesleksel anlamda geniş bir dağılım sergilemekle birlikte çoğunluğunun teknolojiyi aktif kullandıkları dikkati çekmektedir. Katılımcıların, yoğun teknoloji kullanımı ile çalışmakta olması ise sadece dijital alanda faaliyet gösterdikleri anlamına gelmemektedir. Katılımcılardan bazıları yazılım, platform yönetimi, oyun tasarımı gibi doğrudan internet tabanlı teknolojiler ile iş yaparken, reklamcılık, endüstriyel tasarım, mimarlık gibi alanlarda çalışanlar da teknolojiyi yoğun biçimde kullanmaktadırlar. Diyetisyen, editörlük, avukatlık gibi mesleki olarak teknolojiyle doğrudan bağlantılı olmayan katılımcıların ise web sayfalarına sahip oldukları ve işlerini ayrıca bu alandan organize ettikleri görülmektedir. Bu noktada dikkati çeken katılımcıların hepsinin farklı düzeylerde de olsa teknoloji ile hemhal olduklarıdır. Ayrıca teknoloji kullanımının öğrenilmesi ve yayılmasında çevre ve etkileşimin önemli bir etken olduğu düşünüldüğünde katılımcı ve kullanıcıların teknolojiyi öğrenmeye ilişkin birbirlerinden etkilenmeleri de coworking alanının sağladığı etkiler arasında yer almaktadır. Teknolojiye ilgi ve yaklaşım noktasındaki yaş ve cinsiyete odaklı önyargılara karşılık, katılımcıların teknoloji- iş ilişkisine yönelik ifadelerinde yaş ve cinsiyet anlamında bir farklılık görülmemektedir. Ayrıca tamamının teknoloji-iş ilişkisine olumlu yaklaştıkları ve ifadelerinde herhangi bir endişe hali ve gelecek kaygısının bulunmamasının, eğitim ve farkındalık durumunun yanı sıra teknolojiye ilişkin hâkimiyetten de kaynaklandığı düşünülmektedir.

Katılımcıların, teknoloji ve işgücüne ilişkin değerlendirmelerinde ise kuşak farklılığına yaptıkları vurgular nedeniyle yaşa ilişkin özelliklerine yer verilmiştir. Teknolojinin işgücüne ilişkin etkilerinde ise genellikle yeni kuşak işgücüne yönelik eleştiriler dikkati çekmektedir. Coworking kullanıcılarının yoğunlukla gençlerden oluşması dolayısıyla katılımcıların işgücüne yönelik gözleminin bu yönde oluşmasını etkilemiş olabileceği düşünülmektedir. Genellikle X ve Y kuşağında konumlanan katılımcıların eleştirdikleri, yeni nesil işgücü yani gençlerin, ya kendileri ile yaşıt olması veya aralarındaki yaş farkının çok olmaması ise değişimin hızına işaret etmektedir.

4.6.2.2. Tema 2: Coworking Alanlarında Çalışma

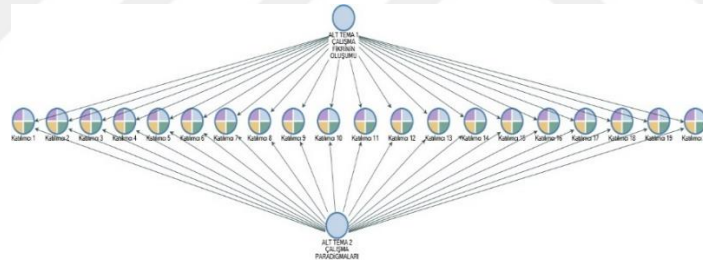
Katılımcıların, “Coworking alanında çalışmak sizin için ne ifade etmektedir?”, “Bu çalışma modelinin özellikleri nelerdir?”, “Coworking alandaki çalışma biçimini nasıl tanımlarsınız?” ve “Sizi burada Coworking alanında çalışmaya yönlendiren, sizi burada tutan temel etken nedir?” sorularına verdikleri yanıtlar değerlendirilerek, “Tema 2” kapsamında “CWS de Çalışma” adı altında bütünleştirilmiştir. Tema 2’nin altında iki alt tema bulunmaktadır. Bu temalardan ilki olan Alt Tema 1 “CWS de Çalışma Nedenleri”nde çalışma fikrinin oluşumuna ilişkin söylemler ve katılımcıların alanı kullanmalarına esas olan temel etken ele alınmıştır. Sekiz kategoriden oluşan Alt tema 2 CWS’de Çalışma Paradigmaları, “Coworking alanda çalışmak sizin için ne ifade etmektedir?”, “Bu çalışma modelinin özellikleri nelerdir?”, sorularına verilen yanıtlardan elde edilen kodların bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştur. Daha önce Tablo 5’te belirtildiği üzere “CWS’de Çalışma” temasında 2 alt tema ve 10 kategori yer almaktadır. “CWS’de Çalışmanın Nedenleri” alt temasında yer alan iki kategorinin analizinde tüm katılımcıların ifadelerinin var olduğu dikkati çekmektedir. “CWS’de Çalışma Paradigmaları” alt temasında bulunan kategorilerde ise soru formunda yer alan mekân, zaman ve üretim paradigmalarında katılımcıların her birinin ifadesi yer almaktadır. Ancak katılımcıların kendi ifadelerinden oluşturulan network, işbirliği, paylaşım, komünite ve lokasyon paradigmalarında ise, katılımcıların ifadelerinin değişken olduğu görülmektedir.



Şekil 15: CWS'de Çalışma Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Alt Tema 1: Coworking Alanlarında Çalışmanın Nedenleri

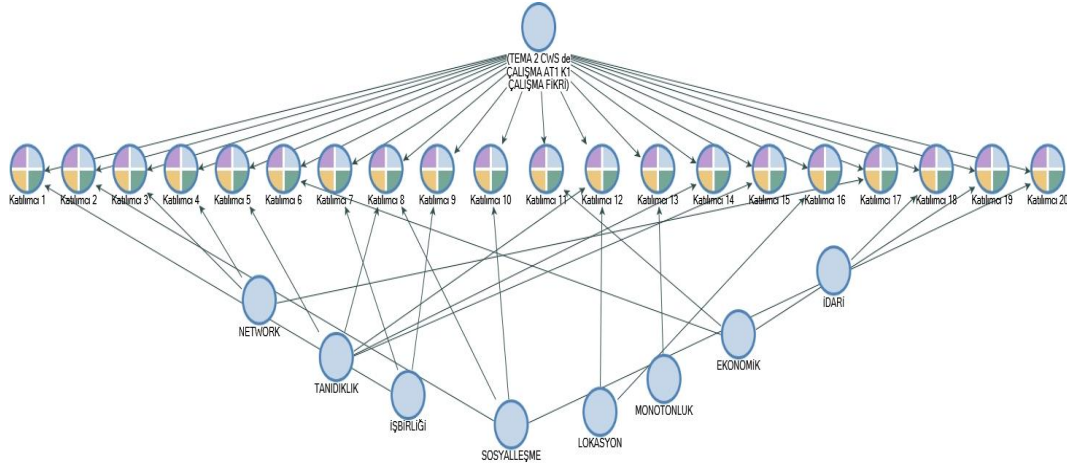
Katılımcıların tamamının ifadelerinin yer aldığı alt tema 1 kapsamındaki, “Çalışma Fikrinin Oluşumu” ve “Temel Etken” kategorilerinde katılımcıların her birinin her iki kategoride de bir referans değerine sahip oldukları tespit edilmiştir.



Şekil 16: CWS'de Çalışmanın Nedenleri Alt Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Alt Tema 1 / Kategori 1: Çalışma Fikrinin Oluşumu

Çalışma fikrinin oluşumu, her katılımcı için özelleştirilebilir bir hikâyeye sahip olmakla birlikte 20 katılımcı için 8 kod etrafında yoğunlaştığı izlenmektedir. Katılımcıların çalışma fikrinin oluşumuna ilişkin ifadelerinden elde edilen 8 kodun katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 17’de görülmektedir.



Şekil 17: CWS'de Çalışma Fikrinin Oluşumu Alt Temasındaki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Buna göre katılımcılardan en çok referans alan tanidıklık yani ilişki ağlarının karar ve seçimde yarattığı belirleyici etki 5 katılımcı tarafından öne çıkarılmıştır. Ayrıca bu katılımcıların üçünün B alanında yer aldıkları da dikkati çekmektedir.

“Bizi buraya çeken temel etken aslında mekân güzel. Fiziksel özellikleri iyi buranın bizim aslında B Alanı ve komünite ile aslında bir dirsek temasımız da vardı. Burayı kuran arkadaşlar arkadaşımızdı ve burada çalışanların bir kısmını tanıyorduk iş de yapıyorduk zaten. Hatta etkinliklere geliyorduk katılımcı olarak ya da konuşmacı olarak da dolayısıyla zaten komünitenin bir parçası gibiydik de o biraz resmi hale dönüştü de diyebiliriz.” (K15)

Sosyalleşme nedeniyle coworking alanına yöneldiklerini belirten 4 katılımcının tamamının coworking alanı öncesinde evden çalışmayı deneyimledikleri dikkati çekmektedir.

“Bir proje döneminde on gün evden hiç çıkmadığımı ve hiç aslında sosyalleşmediğimi buna şey de dâhil market alışverişi bile yapmadan evde kalıp böyle inziva halinde bir kitap yetiştiriyorken evde on günün sonunda evde ekmek bitince şeyi fark ettim. Gerçekten 10 gündür kimseyle konuşmamışım dışarı çıkmamışım sabah 9 da kalkıp gece 12 e kadar bilgisayar başında yazı yazmışım. O anda şeye karar verdim ben en azından hani bu işi yapıyorum ve iş itibariyle zaten çok tekil bir iş yapıyorum biraz daha insanlar arasında karışmak adına şeyde çalışmak istiyorum coworking alanlarında çalışmak istiyorum diye.”(K8)

Coworking alanı tercihlerinin belirlenmesinde networke referans veren 3 katılımcının yeni kurulma aşamasında işletmeler olduğu ve ayrıca farklı mesleki gruplara dâhil oldukları da tespit edilmektedir.

“Katıldığım bir etkinlikte burada işte psikologla çalışıyor, avukatta çalışıyor gibi bir ibare duyunca dedim neden bir diyetisyen de çalışmasın”(K4)

İşbirliğine işaret eden 3 katılımcının başlangıçta coworking alanında yer almak gibi bir projelerinin var olmadığı ancak sürecin devamında bundan memnuniyet duydukları görülmektedir.

“.... diye bir eğitim programı vardı. Biz de ona katılan takımlardan birisiydik ile ilk o zaman tanıştık sadece eğitimlere geliyorduk o zaman. programı kapsamında 10 gün kullanım hakkımız vardı. Aslında böyle düşünmemiştik ama burayı sevdik ve kaldık diyebilirim” (K7)

Ekonomik gerekçeler nedeniyle coworking alanına yöneldiğini belirten 3 katılımcının da küçük işletme sahipleri oldukları dikkati çekmekle birlikte her birinin farklı bir alanda konumlandığı da izlenmektedir.

“Bomonti’ye taşınmaya karar vermiştim ve bir mekân arayışındaydım. Yalnız başıma besleyemiyordum. Bir arkadaşım başka bir arkadaşının taşınacağından bahsetti coworking filan diye. O zaman ben böyle bir kavramdan da haberdar bile değildim. Sonra buraya geldim tanıştım filan çok ısındım çok hoşuma gitti başvurdum kabul oldu. Sonra zaten işin içine girince devam ettim çıkma ihtiyacı da hissetmedim” (K6)

Lokasyona vurguda bulunan 2 katılımcı daha önce Florya ile Etiler lokasyonlarında kendi ofis deneyimleri olduğunu belirterek, hem kendi ofisine sahip olmanın maliyetinin yüksekliği hem de coworking alanının müşterilerine ulaşmada sağladığı kolaylığın altını çizerek, alanı tercih etmelerinde etkili olan faktörleri ifade etmişlerdir.

“Orada böyle baya villanın bir tanesinde çalışıyorduk yani böyle bahçeli mahçeli bilmem ne. Böyle bir yerde o villa nın tabi başka başka avantajları vardı. Ama şeye uzaktık yani business burada iş dünyası burada ve bizim yani biz şurada camdan kafamızı çıkarttığımız zaman yönetim kurulu üyelerinin yarısından fazlasının binasını görüyoruz zaten. Ve bir toplantı yapmamız gerektiği zaman şurda ya şurda ya onların binasında tıp diye gidebiliyoruz. Biraz aslında haksızlıktı yani erişim

anlamında böyle bir yere taşınmamız gerekiyordu. Diğer türlü onların oraya gelmesi işte zaten İstanbul'da bir yerden kalk karşıya geç falan zor oluyor.”(K16)

İdari iş yükünü azaltan yapısının coworking alanına yönelimde belirleyici olduğunu belirten bir katılımcı ise bu durumu şu şekilde ifade etmektedir.

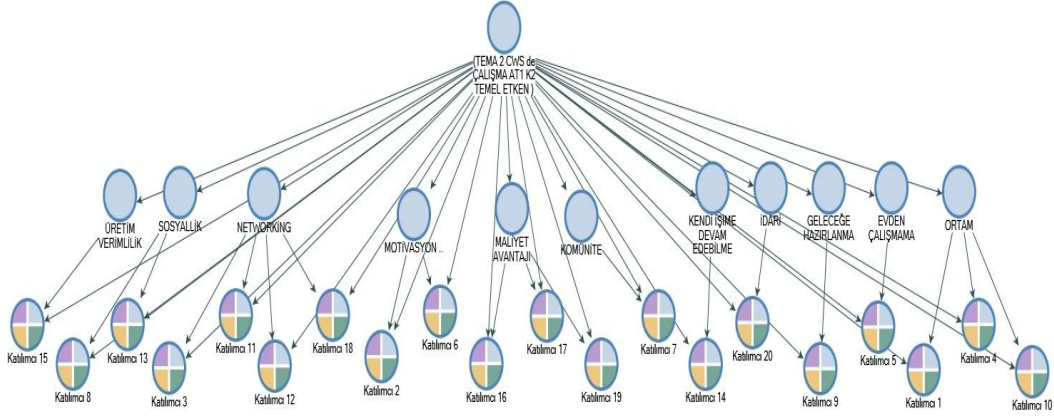
“..... ilk açıldığı günden beri buradayız.’de arkadaşlar alanı kiralamışlardı. Hemen tadilatını yaparak açılışını yaptılar. Biz de orada kullanıcı olduk. Bizim için de çok güzeldi bize standart bir yer vereceklerdi. Isıtma, soğutma, güvenlik, çay, kahve her şey ile onlar ilgilendiler. Mükemmel bir şeydi. Artı vergisel boyutuna baktığımızda da bize fatura keseceklerdi. Bizde faturalarımızı direkt masrafımıza işleyecektik. Stopajdı şuydu buydu ekstra hiç bir iş ile de uğraşmayacaktık. Biz verdiğimiz parayı bilecektik” (K18)

Evde çalışmanın yarattığı monotonluk etkisinden kurtulma amaçlı coworking alanına yöneldiğini belirten bir başka katılımcı ise durumu şu şekilde özetlemektedir;

“Freelance çalışmanın tercih edilmesinin sebebi benim için mesela monotonluk uzun vadede potansiyelimi bastırıyor diye düşünüyorum. Hergün aynı süreci yaşayarak aynı işe gidip aynı şeyleri yapıp geri dönmek yani monotonluktan kasıt bu. Beni yıpratıyor evde de aynısı oluyor onun için burası bir alternatif hem kendimi yaptığım işte daha çok geliştirebiliyorum monoton bir ortamda bunu yapamıyorum”(K13)

Alt Tema 1 / Kategori 2: Temel Etken

Farklı hikâyelerle coworking alanına yönelen katılımcıların alanda çalışmaya devam etme nedenlerini açıklayan “Temel Etken” kategorisindeki ifadelerin analizi sonucunda 11 koda ulaşılmıştır. Katılımcıların coworking alanında çalışmalarına ilişkin en belirgin etmenin analizindeki 11 kodun katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 18’de gösterilmektedir.



Şekil 18: CWS'de Çalışmayı Devam Ettiren Temel Etken Kategorisindeki Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Buna göre, katılımcılardan en çok referans alan ögenin 4 katılımcının işaret ettiği “network” olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların ikisinin aynı alanda konumlanmasının yanı sıra ayrıca tamamının da etkileşim gerektiren bilgi üretimi işleri yaptıkları dikkati çekmektedir.

“Ama bu aynı zamanda bir etkileşimde yaratıyor. Bizim burada olma sebeplerimizin en başta gelen bir tanesi network ortamı oluşturması ben arkadaşlarıma diyorum ki ofiste değil katlarda ortak alanlarda çalışacaksınız. Bizim işimiz bunu gerektiriyor biz kod yazmıyoruz kodlama yapsak sakın olmaya odaklanmaya ihtiyacımız olur o zaman ok. Ama iş olarak odaklanma gerektiren bir iş değil bizimki. Bizim insan ilişkilerine ihtiyacımız var biz onun için buradayız özellikle insan ilişkilerine ihtiyacımız var. Dijital alanda çalışan çok arkadaşımız var burada onun için ortak alanlarda çalışmayı tercih ediyoruz.” (K18)

Coworking alanında çalışmanın maliyetleri düşürmesi nedeniyle alanda kalmaya devam ettiklerini belirten 3 katılımcıdan birinin çalışma fikrinin oluşumunda da aynı nedene işaret ettiği görülmektedir.

“Ama her anlamda şey paylaşımlı ofisin sinerjisi falan üçüncü Sırada duruyor diyebilirim. İlk olarak mali olarak ucuz, operasyon maliyetlerinizi üzerinizden alıyor. İkincisi çok büyük bir kısmı merkezi yerde sizin merkezi yerde buranın yan tarafı ama bizim buradan ofis tutmamız imkânsız yani. Şu binadan ya da Kalyon’dan. O size o imkanı sağlıyor aslında merkezi yerde takılabiliyorsunuz. Dördüncüsü de sinerji gibi duruyor aslında. İşte o sinerji ön plana çıkartıp ve ben sadece burada olduğum için atıyorum yılda ek bir 10.000 tl 20.000 tl 30.000 tl

kazanabiliyorsak eğer kazanabilsek o işte sinerjiyi dördüncü maddeyi getirebiliyorsak o zaman çok daha güzel olur. O zaman daha çok kalırız burada. Ben en büyük bariyeri o görüyorum yani.” (K16)

Ortam ve atmosfere devam nedeni olarak işaret eden 3 katılımcının ifadelerinde, “rahatlık, enerji ve paylaşım” kavramlarını öne çıkardıkları dikkati çekmektedir. Öte yandan ikisi aynı alanda konumlanan katılımcıların hepsinin ilk coworking alan kullanım deneyimi olduğu izlenmektedir.

“Temel etken buranın enerjisini seviyorum ve buranın enerjisinin yaratıcılığımı arttırdığına inanıyorum.”(K10)

“Yani buranın ortamından dolayı buradayım. Aslında paylaşım için.’yi bırakmak istemiyorum. Ortam kaynaklı yani” (K4)

Sosyalleşmeyi temel etken olarak değerlendiren 2 katılımcıdan birinin alanda çalışmaya yönelim nedeni “sosyallik” iken diğerinin ise “monotonluktan kurtulma ve sosyalleşme ihtiyacı” olması, coworking alanlarında devam etme nedeni olarak beklentilerinin karşılanması biçiminde de değerlendirilebilmektedir.

“Evde de aynı şekilde bu sefer çok asosyal kalıyorsunuz ben yazılımcı olduğum için daha çok bilgisayarla haşır neşirim. Çok sosyal olarak iş konusunda da iletişime geçtiğiniz kimse olmadan çok yıpratıcı olmaya başlıyor”K13

Sağladığı motivasyon nedeniyle alanda çalışmaya devam eden 2 katılımcı da coworking alanında daha iyi çalıştıklarının altını çizmektedir.

“Hem kendi zamanımı kendim ayarlayabiliyorum, hem de bunu yaparken çalışmak içinde çok motiveyim”(K1)

“Burada dedicate çalışan çok insan var ve bu beni çok motive ediyor. Yani çalışkanlıkla besleniyorum diyebilirim. Buraya geldiğimde o çalışma ortamı benim de çalışmaya odaklanmamı sağlıyor burada” (K6)

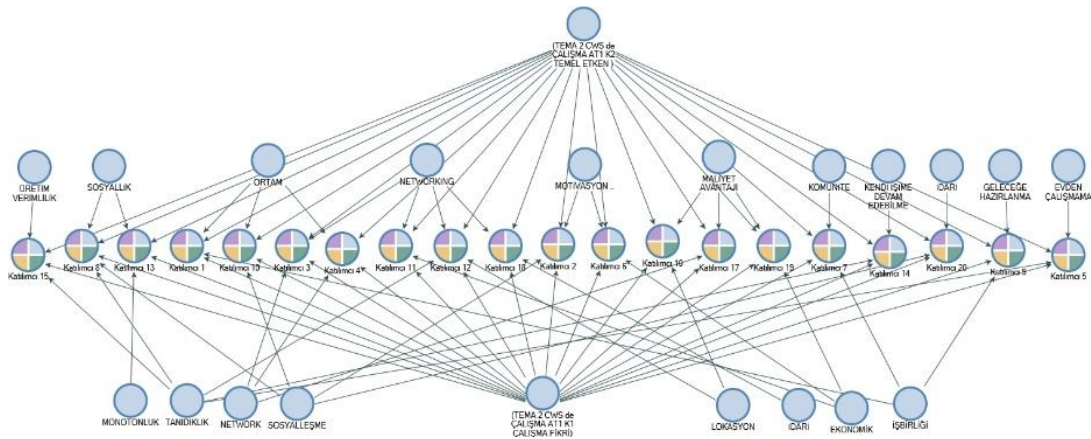
Diğer katılımcıların ise ayrı ifadelerde belirttikleri üzere, coworking alanında bulunma etkenleri, üretim verimliliğinin artışı, idari yükün azalması, evden çalışmanın zorlukları

ve komünitenin olumlu etkisi ile aynı zamanda başka bir işte devam edebilme olanağına sahip olabilme biçiminde sıralanabilmektedir.

Son olarak, belirtilmesi gereken önemli bir husus da tek bir etkenin alanda devam için elbette yeterli olmayacağıdır. Ancak görüşmelerde özellikle en önemli öğenin ne olduğu vurguyla sorulmaya çalışılmış ve katılımcı ifadeleri de bu kapsamda ele alınmıştır.

Bu alanda devam etme nedenine ilişkin hemen hemen her katılımcının belirttiği üzere birden fazla etmen bulunmaktadır. Ancak ifadelerin analizinde özellikle öne çıkarılanlar dikkate alınmıştır. Örneğin, ilk olarak sosyalleşmeye işaret eden bir katılımcının coworkingte çalışmaya ilişkin etmenlere yönelik derecelendirmeli sınırlandırılması sosyalleşme olarak değerlendirilmiştir.

“Birincisi sosyalleşme, ikincisi asistanımı eve çağırırım ama burada birlikte çalışabilirim. Üçüncüsü konfor çünkü çay hazırlama kahve hazırlama yemeğiymi temizlik filan zor. Dördüncü olarak ise lokasyon çok önemli benim evime 15 dk burası. Mesafe açısından ofisinizin lokasyonunu da seçebiliyorsunuz. Fiyat açısından da avantajlı oluyor ve de disiplin açısından da. Yani bazı insanlar evde konsantrasyon sağlayamayabiliyor. Benim de mesela dönemsel değişiyor. Mesela bazen konsantre olabiliyorum, bazen olamıyorum bir ofis ortamı her zaman insanı daha dinamik tutuyor.”(K8)



Şekil 19: Çalışma Fikri ve Temel Etken Kategorilerinin Katılımcı Görüşlerine İlişkin Dağılım

Şekil 19’da ise, çalışma fikrinin oluşumu ve temel etken kategorileri birlikte ele alınmıştır. Bu değerlendirmede dikkati çeken ise ortaklaşan 3 kodun var olmasının yanı sıra her ikisinde de networke işaret eden 1 katılımcının ve sosyalleşmeye işaret eden bir

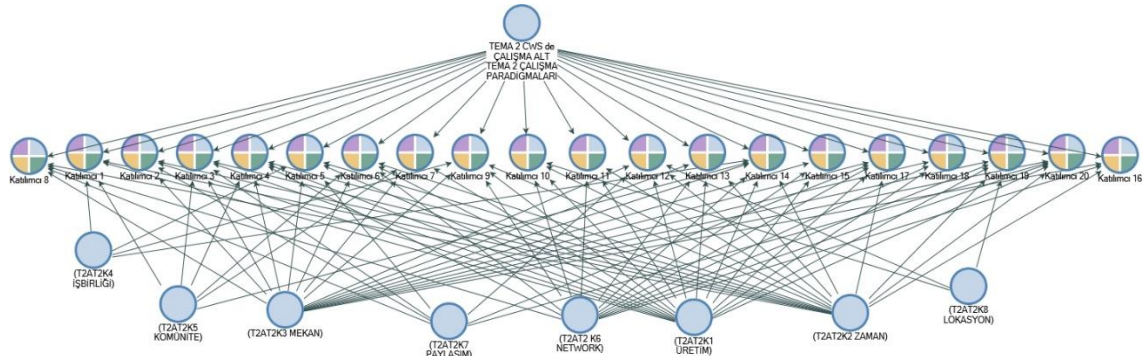
katılımcının olması ve ekonomik- maliyet düşüklüğüne işaret eden katılımcıların ise birbirinden farklı olmasıdır. Dolayısıyla bu noktada, coworking katılımcılarının kendilerini alana yönlendiren etmenlere ek olarak sağladığı faydaların da devam etkisinde öne çıktığını söylemek mümkündür.

Alt Tema 2: Coworking Alanlarında Çalışma Paradigmaları

Tema 2, “CWS de Çalışma” nın ikinci alt teması olan “CWS de Çalışma Paradigmaları” nda Tablo 5’te belirtildiği üzere sekiz kategori yer almaktadır. Katılımcıların “Coworking alandaki çalışma biçimini nasıl tanımlarsınız? “Coworking alanda çalışmak sizin için ne ifade etmektedir? ve “Bu çalışma modelinin özellikleri nelerdir?” sorularına verdikleri yanıtlar kapsamında, ifadelerin bütünleştirilmesi ile kategorilere ulaşılmıştır. Ulaşılan kategorilere ilişkin katılımcıların tümünün referans değeri var olmakla birlikte yoğunluklarının ise değişkenlik gösterdiği belirtilmelidir.

Katılımcıların CWS’deki çalışma modeline ilişkin bütünleştirilemeyen ifadeleri ise “CWS’ler Hakkında” teması altında ayrı olarak ele alınmıştır.

Katılımcıların CWS’de Çalışma paradigmaları kapsamındaki ifadelerinin analizi ile elde edilen 8 kodun katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 20’de görülmektedir.

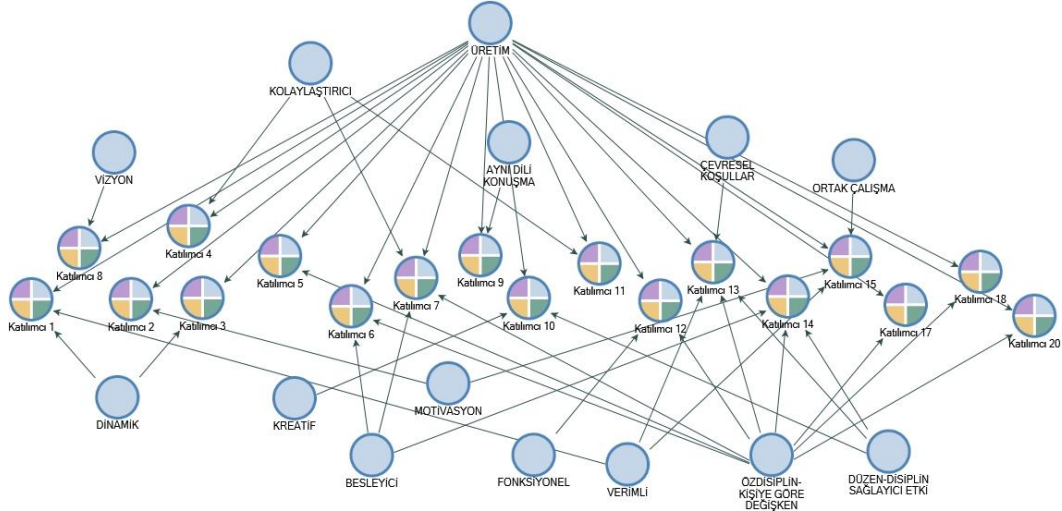


Şekil 20: CWS'de Çalışma Paradigmalarının Kategorilere İlişkin Kod Dağılımı

Alt Tema 2: Kategori 1. CWS’de Üretim Paradigmaları

Katılımcılara “Coworking alanlar; çalışmayı, üretim modeli paradigması yani işin gerçekleştirilme biçimi olarak nasıl etkilemektedir?” sorusu yöneltilerek üretime ilişkin görüşleri sorulduğunda, katılımcıların “CWS’de Üretim Paradigmaları” ifadelerinin 13 kod etrafında bütünleştiği ve bu kodlardan en yüksek referans değerine sahip olanın ise,

9 referans değeri ile “özdisiplin- kişiye göre değişken” biçiminde oluştuğu görülmektedir. Üretim paradigmlarına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 21’de yer almaktadır.



Şekil 21: Katılımcıların CWS'de Üretim Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Katılımcılar üretimin kişiye göre değişkenliğine vurguda bulunarak, öz disiplin kavramına işaret etmektedirler. Özdisiplin becerisi, 21.yy dünyasında başarılı olmak için gereken bilgi ve becerilere odaklanan P21 kapsamında öne çıkan ve “bağımsız çalışma” ile doğrudan ilişkilendirilen bir beceridir (<http://exploresel.gse.harvard.edu>., 2020).

Kişinin kendi sorumluluk bilinci ile belirlediği disiplin altında çalışmasını ifade eden öz-disiplin becerisi, çalışma ile sosyalleşmenin bir arada gerçekleştirildiği alanlar olan ve geleceğin çalışma alanları olarak değerlendirilen coworkinglerde öne çıkan bir beceridir. Katılımcılar dikkatlerini toplayabildikleri, kendilerini disipline edebildikleri için burada olmaya devam edebildiklerini belirtmektedirler. Ayrıca ifadelerde kişisel düzen ve disiplini sağlayamayanların şikâyetçi olabildikleri ve zaten burada devam etmedikleri de vurgulanmaktadır.

“Dikkatini zor toparlayan insanlar için burası biraz zorlayıcı olabilir. Çünkü ses oluyor. Mesela alt katta etkinlik varken yukarıya çıkılıyor o zaman biraz şikâyet olabiliyor.”(K14)

“Çalışma disiplini gerek burada çalışmak için bence özdisiplin yani. Aslında kişiye göre değişiyor. Bence burada çok iyi çalışabilen de var çalışamayan gidiyor zaten.”(K17)

“Burası biraz boşalınca daha fokuslanabiliyorum çalışabiliyorum yani. Hani eve gitmeyi tercih etmem o yüzden. Mesela çok fazla sosyallik de herkese laf atıp gene çok konuştum bugün hiçbir şey yapamadım da olabiliyor. Bu birazcık kişilik yapısıyla da alakalı bence.”(K6)

Coworking alanında üretmenin düzen ve disiplin sağlayıcı etkisi de özdisiplinle birleştirildiğinde katılımcıların yarıdan fazlası haline gelen bu grubun temel arayışının “esnekliğin kontrol edilebilirliği” olduğu ortaya çıkmaktadır.

“Bilgisayarın olduğu her yerde çalışabiliyorum aslında evet. Ev, cafe filan ama öncelikle bu seçeneklerin hepsi denendi bunu söylemeliyim. Ben aslında şeyi çok sevmiyorum normal yaşantı ile iş yaşantısını karıştırdığınızda o çizgiler bulanıklaşmaya başladığında bir noktadan sonra ya keyif aldıklarınızdan keyif almamaya varıyor. Birçok şeyin içiçe geçip aynı kavram altında sizi etkilemesi yani bu şöyle bir şey. Mesela iş bilgisayarınız bile mümkün olduğunca ayrı olmalı evde mesela bir bilgisayar üzerinden eğlenmeniz varsa kendiniz için onu iş bilgisayarından ayırmalısınız. Çünkü dediğim çizgiler bulanıklaştığında bir yerden sonra keyif almamaya başlıyorsunuz. Yoğun olarak çalıştığınız bilgisayara oturduğunuz zaman film ya da dizi izleyeceğiniz zaman bile artık otomatikman iş psikolojisi geliyor ya da gözünüze çarpıyor veya tam tersi oluyor çalışmak istediğiniz de bir eğlence aleti olarak da size engel olabiliyor dikkatinizi dağıtıyor gibi.” (K10)

Üretimin coworking alanında gerçekleştirilmesinin “kolaylaştırıcı” olduğunu belirten 3 katılımcıdan ikisi aynı alanda yer almakta iken bu katılımcıların tamamının küçük işletme sahipleri olması ve coworking alanının destekleyici yapısından faydalandıkları dikkati çekmektedir.

“Dışarıda tek başınıza bir şeyleri yapmaya çalışırken ve çok yorulurken yıpranırken burada birine soruyorsun.Aaaa şu vardı bu vardı böyleydi filan diyip kolay bir şekilde birilerine ulaşabiliyorsunuz.” (K7)

“Muhasebecisi aynı binada, kurumsal iletişim bir ofis uzağında, bu avantajlar için bu sistem çok iyi. Dolayısıyla hem müşterinizi arttırıyor hem işinizi kolaylaştırıyor.” (K11)

Coworking alanındaki üretim hakkında verimliliğe işaret eden 3 katılımcının, verimlilik ile ilgili ifadelerinin olumlu yönde olduğu ve coworking alanlarının verimlilik artırıcı etkisine işaret etmenin yanı sıra, katılımcılardan ikisinin evden çalışabilme olanağına da sahip olabilmesi dikkati çekmektedir.

“Üretmek için kesinlikle doğru bir alan ve ben burada çok verimli olduğumu düşünüyorum.”(K1)

Coworking alanlarındaki üretimin verimlilik ve motivasyon sağlayıcılığıyla birlikte ortak gerçekleştirilmesine de vurgu yapan, daha önce kendi ofisini kullanan bir katılımcı ise verimlilik artışına ilişkin durumu şu şekilde ifade etmektedir.

“İlk geldiğimizde bir anda zihnimizin açıldığını felan düşündük. Sonra o da rutinleşti tabi bir zaman sonra. Ama bu ciddi bir verimlilik sağlıyor burası bunu söylemeliyim.” (K15)

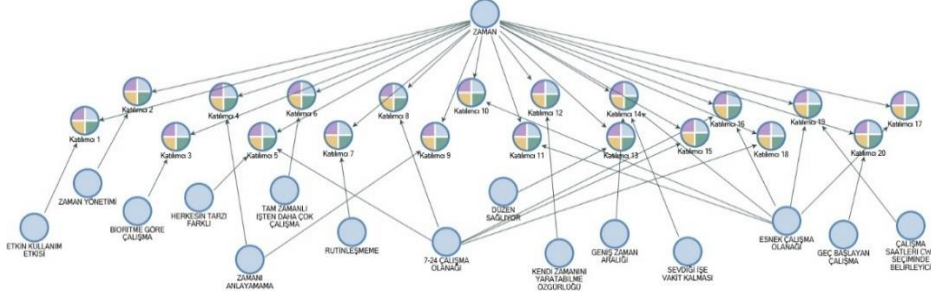
Bu ifadelerin yanı sıra üretimin coworking alanlarında “kreatif, besleyici, fonksiyonel, vizyon sunabilen, dinamik, motive edici” özellikleri de dile getirilmektedir. Bu durumun ise üretimin etkileşimle gerçekleştirilmesi olanağı sunmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bir katılımcı ise ifadesinde bu durumu şu şekilde özetlemektedir.

“Bence motive edici. Üretmek de bence biraz insanın karakterine bağlı. Ben mesela çok sosyal bir insanımdır. İnsanlarla olmayı severim. Dediğim gibi evde ben kalınca köreldim. Evde hiçbir şey yapmadım. Buraya geldim. Mesela bazen kendimi yorgun hissediyorum, çok çalışmak istemiyorum ama etrafıma bakıyorum herkes çalışıyor. Bu bence çok motive edici bir şey.” (K2)

Alt Tema 2. Kategori 2. CWS’de Zaman Paradigmaları

Katılımcılara “Co–working alanlar; çalışmayı, zaman paradigması yani işin gerçekleştiği zaman dilimi olarak, nasıl etkilemektedir?” sorusu yöneltilerek zamana ilişkin görüşleri sorulduğunda, katılımcıların “CWS de Çalışma Özelliklerinden Zamana İlişkin” ifadelerinin 16 kod etrafında bütünleştiği ve bu kodlardan en yüksek referans değerine sahip olanların 6 ile “**7-24 çalışma olanağı**” ve 5 ile de “**esnek çalışma olanağı**” biçiminde oluştuğu tespit edilmiştir. Aslında her ikisinde de çalışmanın zamansal esnekliğine vurgunun bulunduğu anlam ve içerik olarak birbirinden çok da farklı olmayan bu kodlar, coworking alanındaki çalışma olanaklarının görülebilirliğini arttırmak

amacıyla ayrıştırılmıştır. Zaman paradigmlarına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 22’de gösterilmektedir.



Şekil 22: Katılımcıların CWS'de Zaman Paradigmlarına Yönelik Kod Dağılımı

Katılımcılar, coworking alanındaki çalışma sürelerinin esnekliğine ve tam zamanlı 7 gün 24 saat biçiminde çalışılmakta olmasına işaret etmektedir. 6 katılımcı tarafından ele alınan “esnek çalışma” en yüksek referans değerine sahip iken “7-24 çalışma olanağının” referans değeri ise 5’tir. Esnek çalışma olanağına işaret eden katılımcılardan 3’ü sadece esnek çalışmaya işaret etmektedir.

“Saat ve çalışma koşulları bağlamında esnek tabi. Yani coworking alanlarında genelde öyle bir durum oluşuyor. Bunun da en büyük sebebi çünkü burada herkes sonuçta kimisi şirket sahibi, kimisi çalışan olarak burada ama yine de beraber yemek yerken bile süre uzayabiliyor, esneyebiliyor. Aşağı yukarı benim de gördüğüm burada diğer girişim sahipleri de aslında çalışanlarına bu konuda oldukça esnek diyebilirim yani” (K10)

Esnek çalışma olanağına vurgu yapan diğer katılımcılardan biri 7-24 çalışmaya işaret ederken, diğerleri ise geniş zaman aralığına ve coworking alanlarının açık bulunma saatlerinin seçimde belirleyici bir öğe olduğunu belirtmektedir.

“Ben buraya karar verirken, İstiklal’in üzerinde bir yer daha vardı aslında orası da olurdu ama oranın çalışma saatleri farklıydı uymazdı yani bana.” (K19)

Coworking alanlarındaki 7-24 çalışma olanağını öne çıkaran katılımcılardan 2’si sadece bu öğeyi ele almaktadır. Diğerleri ise farklı tarz bir çalışma zamanı olduğunu ve zamanı kendine göre ayarlayabilmenin sevilen başka bir işi yapmaya imkân sağlamasına vurgu yapmaktadırlar.

“Ben bir iş daha yapıyorum o da kedi köpek bakımı. Hayvanları çok seviyorum bir tane girişim vardı. diye o kapand ama onun bir elemanıydım. Kedi köpek bakımı yapıyordum ama o zamandan kalan müşterilerim var. Onlarla bir bağ var beni biliyorlar sonuçta, onda da freelance çalışıyorum” (K14)

Coworking alanındaki 7-24 çalışma süresinin kullanımına ilişkin ifadesinde kendi çalışma modelini örneklendiren bir katılımcı durumu şu şekilde ifade etmektedir;

“Burada öyle bir kültür ki bazen o kadar meşgul oluyor insanlar hani gece gitmiyorum eve diyor. İşte 3’e kadar çalışıyor sonra nasılsa sabah geri geleceğim deyip. Şurada 2 saat kestireyim. Kestirip işine geri dönüyor. Öyle bir kültür var yani ve kimse kimseyi takmıyor. Öyle yaptığım günlerde oldu yani. Ama mesela benim patronumun ayda 10 gün toplam hakkı var ve masası da yok. Benim masam var. En baştaki masalardan Ortadaki masalar daha böyle flexible olanlar için. İşte haftada gelip gidenler için. Yani herkesin farklı bir tarzı var. Herkes kendi tarzına göre şekillendiriyor diyebiliriz aslında çalışma zamanını.”(K5)

7-24 ifadesine ilişkin kendi kullanımları olmasa da bunun avantajını öne çıkaran ve hatta modelin gelecekte gece gündüz kullanımı gibi ücretlendirilebileceğini de belirten bir başka katılımcının ifadesi ise şu şekildedir.

“Mesela burası 24 saat açık, henüz mesela 24 saat kullanmıyor kimse. Geceleri arada ben geliyorum böyle 2 haftada 3 haftada bir işim olduğu zaman. Henüz o tarafı kullanılmıyor ama birim alan kiralamalar çok pahalı olduğu için ve operasyonel maliyetleri çok pahalı olduğu için mecburen o noktaya gelinecek diye düşünüyorum.”(K16)

Ayrıca katılımcılardan 4’ünün zamanın kontrol edilebilirliğine yönelik ifadeler olan zamanı etkin kullanma, zamanı yönetebilme ve düzenleyebilme, kendi zamanını oluşturabilme olanaklarına vurgu yaptıkları dikkati çekmektedir.

“Ekipten ekibe değişiyor açıkçası kullanımlar. Mimar arkadaşlarımız var burada onlar 09.00 da gelip 18.00 da çıkıyorlar yöneticileri ile birlikte. Bizim için öyle değil mesela. Coworking spaceler genelde sabah sekizde açılıyor siz gece kendi alarminızı kurup çıkabiliyorsunuz. İstersem sabaha kadar da kalabilirim mesela bu güzel bir şey kendi çalışma saatimi kendim yaratabilmem çok özgür bir alan sağlıyor bana.” (K12)

Katılımcıların coworking alanındaki çalışma zamanına ilişkin değerlendirmelerinde öne çıkan öğelerden bir diğeri de “zamanı anlayamama- fark edememe” biçimindedir. Bu ifadeye olumlu anlam yükleyen katılımcılar bu alanda çalışırken sıkılmadıkları, monotonlaşmadıklarını ifade etmektedirler.

“Zamanın nasıl geçtiğini fark etmiyorsunuz burada, bu da buradaki insanları rahatlatıyor, kasmıyorlar, koşmuyorlar ama çalışıyorlar.”(K9)

Coworking alanında çalışırken rutinleşmenin yaşanmamasıyla birlikte kendi işinde çalışmanın süreyi arttırdığının da altını çizen katılımcılar bulunmaktadır.

“Ben kendi adıma tam zamanlı bir işten çok daha fazla çalıştığımı düşünüyorum. Keşke 09.00 17.00 olsa ama ben hiç de böyle bir şey tercih etmedim mesela. Biraz kafa yapısı ve bakış açısıyla ilgili galiba. Yeri geliyor çalışmıyorum yeri geliyor 15 saat çalışıyorum yani aslında. Ben hep girişimci kafasında oldum sanırım ama patron kafası da pek bana göre değil öyle değişik yani” (K6)

Bioritme göre çalıştığını belirten bir katılımcının konuya ilişkin ifadesi ise şu şekildedir.

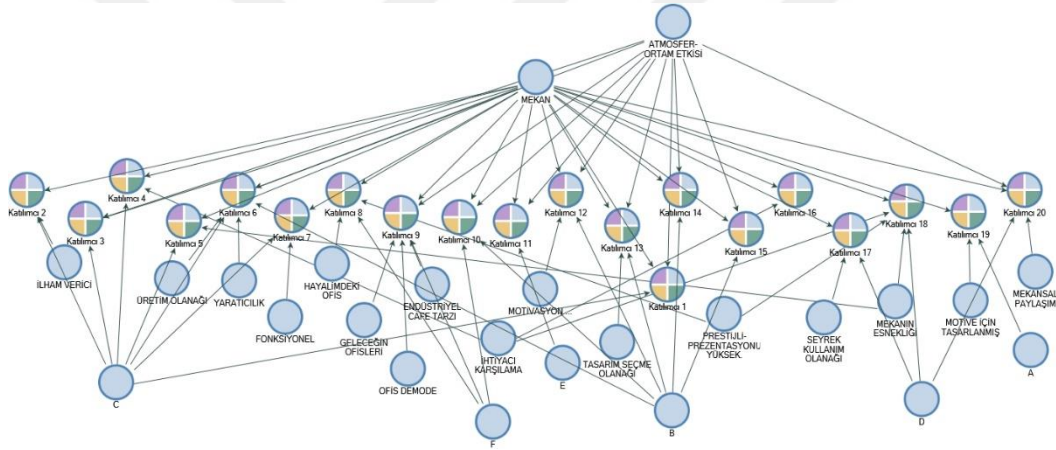
“Verimli olduğum saatlerde çalışabiliyorum mesela. Akşam çok geç saatlere kadar çalışmışsam çok geç gelebiliyorum mesela. 12:00’de 13:00’de geliyorum sonra burada ona göre istediğim saate kadar da çalışabiliyorum. Benim en verimli olduğum saatler 18.00-20.00 arası o arayı yemek yemek veya yolda geçirmek yerine kalıp çalışabiliyorum. Onun yerine sabah geç gelebiliyorum bu bence büyük bir avantaj yani. Yani verimli olduğum saatte çalışmayı tercih ediyorum biyoritmime göre çalışıyorum aslında.” (K3)

Coworking alanlarındaki çalışmanın genelde geç başladığını belirten bir başka katılımcı ise bu durumu kendi deneyimi ile örneklendirerek açıklamaktadır.

“Coworkinglerde çalışma çok geç başlıyor. Mesela bir sabah işim vardı geldim şok oldum yani kimse gelmemiş. Daha keyfi çalışma saatleri oluyor tabi. 09.00 -17.00 ten uzun çalışılıyordur vardır öyle de çok çalışan tabi. Girişimci olunca da öyle olmuyor 18.00 oldu gideyim olmuyor. Ben kurumsaldayken mesai bitince çıkardım. Ama coworkingte çalışırken hiç öyle olmadı mesela saat 22.00 e kadar çalışıyordum o da marketlerin kapanma saati yol aydınlık oluyor diye filan. Gerçi aile hayatınız varsa bu eve gitmek için bir motivasyon yaratabilir tabi ama onun dışında kalınabildiği kadar uzun kalınıyor diyebilirim.” (K20)

Alt Tema 2, Kategori 3. CWS’de Mekân Paradigmaları

Katılımcılara “Co-working alanlar; çalışmayı, mekân paradigması yani işin gerçekleştiği mekân olarak nasıl etkilemektedir?” sorusu yöneltilerek mekâna ilişkin görüşleri sorulduğunda, katılımcıların “CWS de Çalışma Özelliklerinden Mekâna İlişkin” ifadelerinin 17 kod etrafında bütünleştiği ve bu kodlardan en yüksek referans değerine sahip olanın “CWS ‘in atmosfer ve ortamına” ilişkin ifadelerden oluştuğu görülmektedir. 11 referans değerine sahip olan bu kod içerisinde katılımcıların CWS in mekânsal olarak renkli olmasından sıcaklığına, farklılığından güzelliğine birçok açıdan değerlendirmeleri yer almakla birlikte katılımcıların birçoğunun mekânı farklı açılarda ele aldıkları da dikkati çekmektedir. Mekân paradigmalarına ilişkin, kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 23 de görülmektedir.



Şekil 23: Katılımcıların CWS'de Mekân Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Atmosfer ve ortama vurgu yapan 11 katılımcıdan 5’i konuya ilişkin sadece bu ögeyi öne çıkarmışlardır.

“Mekân çok hoş bir kere ve bu beni olumlu etkiliyor bence”(K1)

Diğer 6 katılımcıdan biri olarak kullanıcısı olduğu coworking alanının tasarımı yapan mimar bir katılımcı, coworking alanlarını geleceğin ofisleri olarak nitelendirmekte ve artık ofisin demode olduğunun da altını çizmektedir.

“Kocaman ofisler elektriği, suyu, telefonu aidatı problem olan, gelen müşteriye hava atmak için şov yapılan ofisler artık demode oldu bunlar. Ancak büyük kurumsalda görebildiğimiz şeylere dönüştü.”(K9)

Coworking alanlarının mekânsal değerlendirmesinde atmosfer ve ortama ek olarak üretim olanağı sağlayabilmesine vurgu yapan ürün tasarımcısı bir katılımcı ise ürününü alandaki üretim laboratuvarında çıkardığını belirtmektedir.

“Burada ayrıca bir üretim lab. ımız var. Mesela burada benim gibi ürün tasarımcısı olan veya benzer alanlardan gelen üretim yapmak isteyen insanlarda orada kendi ürünlerini yapabiliyorlar.” (K6)

Atmosfer ve ortama işaret eden bir ücretli katılımcının vurguladığı motive edicilik ise şu ifade ile karşılık bulmaktadır.

“Şirket yöneticileri için de çalışanları için de güzel bir alan olduğunu motive olduklarını düşündüklerini biliyorum. O yüzden tercih ediyorlar bence” K12

Coworking alanlarının alternatifli kullanımlarını mekanın esnekliği ile dile getiren 2 katılımcı ise ifadelerinde, istenildiği alanda çalışabilmenin sağladığı motivasyon ve yaratıcılığa yer vermektedirler.

“Herkes kendi masasında oturmak zorunda değil. Bazen canım sıkılıyor buraya gelip burada çalışıyorum, bazen aşağıya iniyorum’ın yanında çalışıyorum. İşte bazen toplantı odasında filan herkesin hakkı var işte kiraliyorum oraya geçiyorum orada çalışıyorum. Çünkü bence yer değiştirmede insan daha iyi odaklanabiliyor.” (K5)

Atmosfer ve ortam dışındaki kodlardan bir diğeri olarak, 2 işveren tarafından öne çıkarılan mekanın prestij ve prezentasyonun önem ve faydası ise şu şekilde dile getirilmektedir.

“Avantajı oldu bence. Kendimiz için konuşuyorum tabi diğerleri için farklı da olabilir. Mesela bizi internetten bulmuştu mail attı biz sizinle tanışmak istiyoruz dediler. Biz tabi çok sevindik ekip olarak. Ok, süper filan. Bir toplantı düzenlemememiz gerekiyordu toplantı için konum istedik. Onlar dediler ki yooo gerek yok siz D alanında mısınız orası güzel biz oraya gelelim dediler. Bir dünya markası sizin ayağınıza toplantıya gelebiliyor. Sizin bugün Acıbadem’de bir ofisiniz olabilir bugün Levent’te farklı bir noktada bir ofisiniz olabilir o zaman o marka gelmeyi tercih etmeyebilirdi. D Alanında olduğumuz için orası güzel bir ortam biz gelmek istiyoruz demeleri önemli. Çünkü siz bunu artıya çevirebiliyorsunuz ve

dolayısıyla bir kimlik ifadesi var şirketimiz adına ve bu işi almamızda da etkili olduğunu düşünüyorum.”(K18)

“Ofis aradım buradan önce çok pahalıydı. Bir hana gidip handa bir oda kiralama hani nasıl olur diye ona da baktım. O da rakam olarak çok yüksek rakamlar değil ama ortamının dekorasyonu prezentasyona çok uygun değildi ve enteresan lokasyonlar eski binalar filan.”(K8)

Coworking alanlarının ticariliğini olumsuz değerlendiren bir katılımcı mekanın motivasyon artırıcı etkisine vurguda bulunmaktadır.

“Burası coworking alanları yani hani işte insanları daha iyi çalışmaya motive etmek için yapılmış filan ama öyle bir mantık yok. Burası ticari işletme. Bu ticari işletmenin içerisinde hizmet aldığınız ve bunun karşılığında ödeme yaptığınız bir yer burası sadece.”(K19)

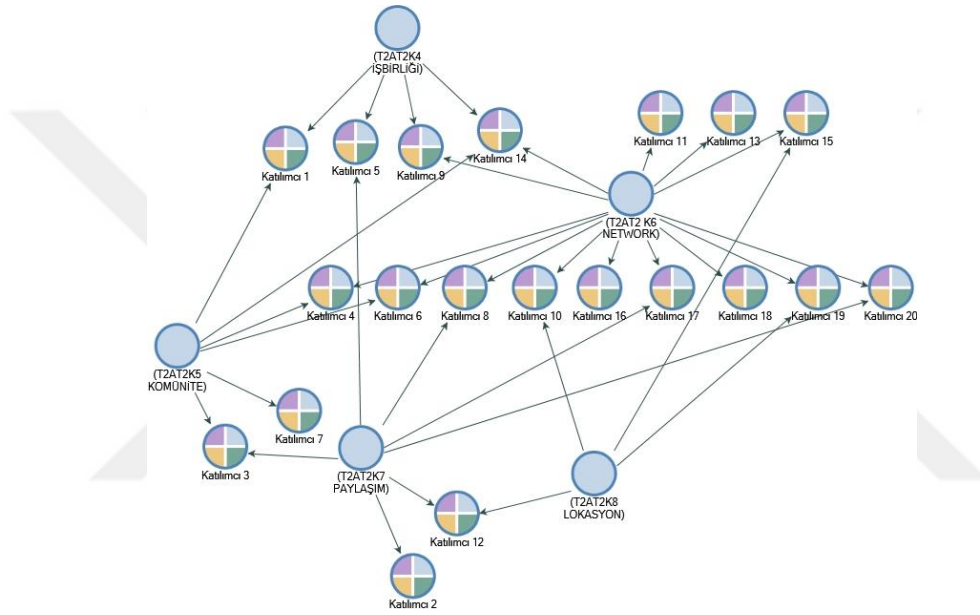
Coworking alanlarının ticariliğine olumlu yaklaşan bir başka katılımcı ise bu şekilde hayalindeki ofisi satın alma olanağına kavuştuğunu dile getirmektedir.

“D Alanı’nın Şişhane’deki yeri, hem Leyla Gencer’in eski ofisiydi. Hem orayla ilgili benim zaten daha önceden bir hayalim vardı. Orada alt katta bir cafe vardı. Cafenin üst katında bir büyük masa vardı 12 kişilik bir masa ve orada çalışırken orası tadilata girdi. Allah’ım ne olur burası benim ofisim olsun ne olur elimden almasaydın burayı dedim. Sonra oraya D Alanı açıldı. Ben D Alanı’nın kurucusuna da dedim ben evrene mesajı gönderdim kapan sen olmuşsun diye. Öyle de bir anımız var”(K8)

Coworking alanlarındaki çalışmanın üretim, zaman ve mekân açısından ne tür özellikler taşıdığını saptamaya ve ortak çalışmaya ilişkin paradigmaların belirlenmesi amacıyla katılımcılara yöneltilen soruların, tüm katılımcılar tarafından değerlendirildiği ve buna ek olarak da coworking alanına ilişkin öne çıkarttıkları farklı özelliklerin bulunduğu görülmektedir.

Coworking alanındaki işbirlikçi-ortak çalışmaya ilişkin paradigmaların belirlenmesini amaç edinen araştırmanın bu noktasında, üretim, zaman ve mekân paradigmalarının devamında katılımcıların kendi ifadelerinden oluşturulan paradigmalar öğeler olan network, lokasyon, işbirliği, komünite ve paylaşım ele alınmaktadır.

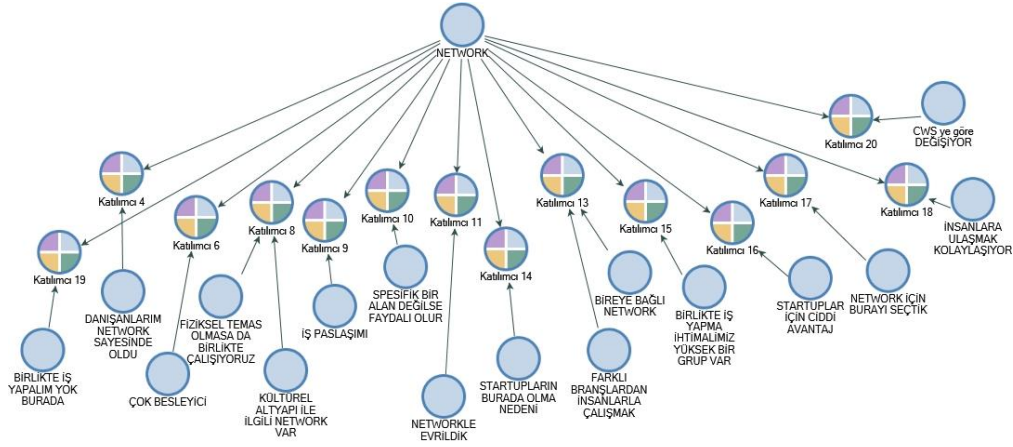
Aynı katılımcıların farklı öğelerden de bahsettikleri dikkati çekmekle birlikte, Şekil 24'te görüldüğü gibi 14 katılımcı networke, 7 katılımcı paylaşıma, 4 katılımcı işbirliğine, 6 katılımcı komüniteye ve 4 katılımcı da lokasyona vurguda bulunmuşlardır. Ayrıca networke vurguda bulunan 2 katılımcı işbirliğine, 2 katılımcı komüniteye, 2 katılımcı lokasyona, 3 katılımcı ise paylaşıma işaret etmişlerdir. Lokasyona dikkat çeken katılımcının aynı zamanda paylaşıma da vurguda bulunduğu, paylaşıma vurguda bulunan katılımcının işbirliğine ve komüniteye yer verdiği görülmektedir. Komüniteye vurguda bulunan katılımcılardan biri ise aynı zamanda işbirliğine de dikkat çekmiştir.



Şekil 24: Katılımcıların CWS'de Çalışmaya İlişkin Alternatif Paradigma İfadelerinin Dağılımı

Alt Tema 2, Kategori 4. CWS'de Network Paradigmaları

Katılımcıların ifadelerinde yer alan coworking alanlarındaki networke ilişkin değerlendirilmelerin bütünleştirilmesi ile oluşturulan bu paradigmaya yönelik 16 kodun ortaya çıkmaktadır. Network paradigmasına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımına ise Şekil 25'de yer verilmektedir.



Şekil 25: Katılımcıların CWS'de Network Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

14 katılımcının işaret ettiği 16 kodda bazı katılımcıların birden fazla değerlendirmede bulundukları tespit edilmektedir.

Bu katılımcılardan bağımsız kendi hesabına oyun tasarımı yapan bir katılımcı coworking alanındaki farklı insanlarla çalışmanın avantaj olduğunu belirtirken aynı zamanda networkün bireye bağlı bir öge olduğunu da vurgulamaktadır.

“İçerde iyi bir network var aslında o da önemli bence iş açısından yani. Network var aslında ama bir yandan da bu tamamen bireye kalıyor yani aslında. Bu fırsatı sunuyor ortak çalışma alanları ama bir, o aksiyonu alacak birey buna ne kadar yatkın; iki, çevrenizdeki insanlar o hubtaki insanlar buna ne kadar yatkın bu önemli. Ama bence iyi bir fırsat var bu alanda kullanabilene tabi.” (K13)

Coworking alanlarının hukuki anlamda birlikte çalışılan yerler olmasa da beraber çalışılan yerler olduğunu belirten, uzun süredir coworking alanı kullanan işveren bir katılımcı ise artık bir coworking altyapısının ve kültürünün oluştuğunu, bu nedenle de networkün arttığını eklemektedir.

“Aslında buradaki insanlarla bizim fiziksel bir temasımız yok yani beraber proje yapmıyoruz. Ama network sayesinde aslında şeye mahal veriyor. Mesela ben D alanında çalıştığım için birinin biyografisini yazdım. Orada çalışan bir moda tasarımcısının annesi Vakfı’nın başkanymış onun biyografisini yazdım. Mesela bu şekilde bir network geliyor, oluşuyor. Bir de birbirimizden çok danışmanlık alıyoruz. Bir ajans sahibi görsel paylaşımıyla ilgili geri dönüyor. bir şey öneriyor işte yeri geliyor bana soruyor işte dergi tasarımcısı arıyorum kime gideyim diye filan böyle bir paslaşma oluyor.” (K8)

Coworking alanındaki networkün olumlu etkisine işaret eden katılımcılardan biri danışanlarının alandaki kişilerden oluştuğunu, bir diğeri alanın iş anlamında çok besleyici olduğunu belirtirken, bir başka katılımcı sürekli iş paylaşımının var olduğunu eklemektedir. Bir diğeri katılımcı ise network sayesinde büyüdüklerini ve evrildiklerini şu şekilde ifade etmektedir.

“Reklam ajansı aslında burası. Daha doğrusu reklam ajansından iç mimarlık ofisine evrildi. Daha doğrusu konumumuz itibariyle oldu. Buranın ve buradaki kurumsalların bize verdiği avantaj dolayısıyla çevremiz bizi hızlı bir şekilde buna yöneltti.”(K11)

Olumlu yaklaşan katılımcılardan biri, yönelim nedenlerinin network olduğunun altını çizerken bir diğeri ise bu çalışma mekânında bulunmanın insanlara ulaşmadaki önemini şu ifade ile belirtmektedir;

“.....’daki ortam çok hoşuma gitmişti. Bir de esas sebep bazı görüşmek istediğim insanlar vardı onlar otomatikman kendileri geliyordu buraya. Toplantılar, seminerler, sunumlar vardı onlar geliyordu buraya. Bazen konuşmacı bazen dinleyici oluyorlardı bu adamları burada yakalama fikri cazip geldi. Gerçekten de bunda başarılı oldum. ‘da dâhil olmak üzere herkes buraya kendisi geliyordu. Ben’ı yakalayıp bir dakikanız var mı deyip kartımı verip asansörde kullandığım bir cümleyle kafasına bir şey atabilirdim. Ve oldu da sonrası için bir fırsat yakalama olanağım da oldu. Burada birçok insanla görüştüm ben. Görüşmek ve randevu almak istediğim birçok insanla, şirketle burada görüştüm ben” (K18)

Olumlu yaklaşım gösteren bir diğeri katılımcı networkün ayrıca startuplar için önemine ve bir başkası ise startupların burada bulunma temel nedenlerinin network olduğuna vurguda bulunmaktadır.

“Burada daha çok startuplar var. İlk etapta ben işe başladığımda aslında daha çok startup olmasının nedenini startuplar hangi belli bir bütçeyle yola çıktıkları için burası da uygun oluyor diye düşünüyordum. Kendi başına bir ofise çıkmaktansa yani ama daha sonra fark ettim ki startuplar aslında burada birbirlerinden besleniyorlar, network yapıyorlar, böyle büyüyorlar yani.” (K14)

Katılımcıların networke ilişkin yaklaşımlarının genellikle coworking alanlarında network bulunduğu ve olumlu etkisi üzerine yoğunlaşırken, ifadelerin tamamının olumlu olmadığı da dikkati çekmektedir. Coworking alanında network bulunmadığı belirten bir katılımcı

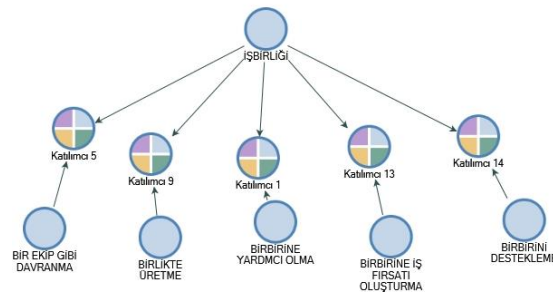
ile networkün alana göre değiştiğini belirten bir başka katılımcının ifadeleri ise şu şekildedir;

“Burada kolektif çalışalım, birlikte çalışalım, birlikte iş yapalım gibi bir mantık yok. Her koyun burada kendi bacağından asılıyor sonuçta.” (K19)

“Ama network olarak paylaşım coworkinglere göre değişiyor aslında’deyken çok diyalogumuz yoktu mesela. kapanınca D alanına geçtim ve orada’da beraber olduğum ama konuşmadığım sadece denk geldiğim insanlarla burada arkadaş oldum. Ortam, etkinlikler filan filan etkili yani. Her coworkingin ayrıca kendi içinde de mesela D alanı Levent çok farklı Şişli çok farklı. Biz Şişhane de bayağı aile gibiydik mesela. sosyal ve dayanışmanın olduğu ilişkilerin güzel olduğu bir ortam vardı. Ortamlar networke de yansiyordu yani zamanla. Ama mesela D alanı Levent’in her köşesi Instagramlık, her köşede selfie yapabilirsiniz yani.” (K20)

Alt Tema 2, Kategori 5. CWS’de İşbirliği Paradigmaları

Katılımcıların, ifadelerinde yoğunlaşan özelliklerden biri olan coworking alanlarındaki “işbirliği” ise ortak çalışmanın birlikte iş yapmanın temelini oluşturan kavramdır. İşbirliğine ilişkin vurguda bulunan 5 katılımcının konuya yönelik ifadelerinin de olumlu olduğu dikkati çekmektedir. İşbirliği paradigmasına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 25’te görülmektedir.



Şekil 26: Katılımcıların CWS’de İşbirliği Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Katılımcılardan bir ekip gibi davranma, birbirine yardımcı olma, birbirini destekleme ve birlikte üretme ve birbirine iş sağlama vurgularının birbirlerinden çok uzak olmadıkları dikkati çekmektedir.

Akademisyen olarak bir üniversitede çalışan ancak bağımsız çalışmaları için coworking alanını kullanan bir katılımcı, coworking kullanıcılarının birbirine yardımcı olduklarının altını çizerek, bu ortamı kurumsal yapı ile karşılaştırarak açıklamaktadır.

“Bağımsız çalışan insanlar da aslında birbirlerine yardımcı olabiliyorlar farklı konularda. Hani kurumsal hayatta çok net çizgiler, herkes böyle bir aman o benim görev alanım değil diye imtina eder ya bir şeylerden. Burada ise insanlar daha organik olarak birbirlerine yardımcı olmaya çalışıyorlar.” (K1)

Coworking alanı kullanıcılarının birbirine iş sağlamakta olduklarını belirten bağımsız kendi hesabına çalışan oyun tasarımcısı katılımcı, işinin gelişiminde işbirliğinin sağladığı katkıyı şu şekilde dile getirmektedir;

“Bence ben kendi işim adına bir iki tasarımcıya ki ben tasarımcı değilim sonuçta oyun da yapıyorum ama onların bakışı farklı tabi. Fikir almak adına gösterdiğim zamanlar oldu. Bakın böyle bir şey yaptım diye fakat işte ondan ne kadar verim alabileceğiniz karşınızdaki insana ve ilişkilere kalıyor. Sonuçta onlar da yoğun çalışıyorlar. Bu arada size ne kadar zaman ayırabilirler bir de bu biraz da şansla alakalı bence. Yani burada grafik tasarım ekibi olsaydı veya o alanda çalışan biri olsaydı o gün olmasa da bir ay içinde onlarla konuşsam iyi bir geri dönüş alabilirdim mesela. Bir de içeriye iş yapabilirsiniz ayrıca ben yapmadım ama benzer bir şey oldu. Bir arkadaşla beraber arttırılmış gerçeklik üzerine bir iki prototip yaptık. Üst katta bir ajans var. Onlar bir okulla çalışıyorlardı biz onlara gösterdik mesela böyle bir şey yaptık diye. Çok hoşlarına gitti o okula toplantıya gittiği zaman bizim uygulamayı da gösterdi mesela bakın biz de böyle bir şey de var diye ve satış kanalı için iyi bir fırsat sağlandı.” (K13)

Coworking kullanıcılarının birbirine olan desteğine vurguda bulunan bir başka katılımcı ise aynı zamanda coworking alanında ücretli bir çalışandır. Hem kullanıcılar arasındaki hem de coworking alanı ile kullanıcılar arasındaki etkileşimi ise şu ifadeyle açıklamaktadır;

“Yani mesela atıyorum bir startup var reklamcılık yapıyor. Bir tane de mesela başka bir startup var onların reklam şeyini o yapıyor. Öbürü başka bir şey yapıyor mesela. Ya da biz üyelerimize bir hediye verecez buradaki tasarım yapan startup ile işbirliği yapıyoruz ve dolayısıyla herkes birbirini destekliyor yani.”(K14)

Aynı ekipten olmasa da birbirlerine ekip gibi davranabilme ve destek olabilmenin önemine vurgu yapan katılımcının ifadesi ise şu şekildedir.

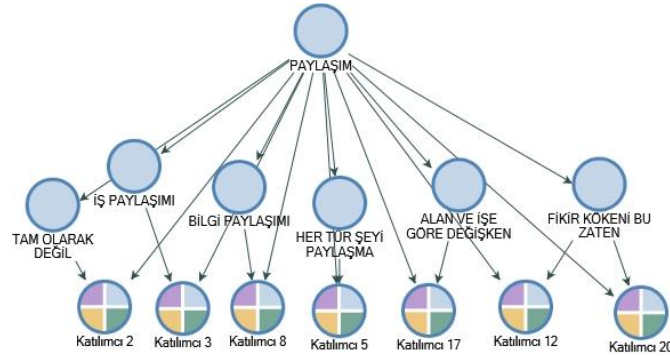
“Burası komünite alanı ama herkesin farklı masaları var ve işte herkesin farklı işleri var. Benim kendi ekibim olabilir ama aynı zamanda başkalarına da kendi ekibimden gibi davranabilirim.”(K5)

Coworking alanlarının, ortak alanlarında gerçekleşen üretime dikkati çeken bir katılımcı işbirliği ile üretmenin yaratıcılığı da desteklediğini belirtmektedir.

“ Ortak alanda çalışıyoruz, üretiyoruz yan yana oturup burada kendi içinden de farklı şeyler de çıkabiliyor”(K9)

Alt Tema 2. Kategori 6. CWS’de Paylaşım Paradigmaları

Katılımcıların, coworking alanlarındaki çalışmaya ilişkin ifadelerinde yoğunlaşan diğer bir öge ise paylaşımdır. Fiziksel mekânın yanı sıra sahip olunan bilgi ve deneyimin paylaşıldığı alanlar olan coworking alanlarındaki paylaşım ile ilgili vurguda bulunan 7 katılımcının konuya yönelik ifadelerinden 6 koda ulaşılmıştır. Paylaşım paradigmasına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 27’de görülmektedir.



Şekil 27: Katılımcıların CWS'de Paylaşım Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Katılımcıların paylaşım ile ilgili yaklaşımlarının tamamının olumlu olduğu dikkati çekmekle birlikte, “tam olarak değil” koduyla, alandaki paylaşımı yeterli görmediğini ve hayata entegrasyonda eksiklik olduğunu düşünen bir katılımcı durumu şu ifadeyle açıklamaktadır.

“Paylaşım deyince aklıma daha bir komün fikri geliyor, öyle olmalı diye düşünüyorum yani. Burada paylaşıyoruz aslında ama günlük hayatımda daha basit paylaşımcılık yapıyorum. Çok daha hayatımın içinde değil bence.”(K2)

Paylaşım ile ilişkin ifadelerde bulunan katılımcılardan 2’si ise startuplarının fikir kökeninin paylaşım odaklı olduğunu altını çizmektedir.

“Aslında fikrin ortaya çıkışında da aslında paylaşım ekonomisi kapsamında mesela sizin tecrübeniz var benim tecrübem var bunu neden bir ortak platformda buluşturmayalım bizim aslında ana çıkış noktamız bu”(K12)

“Paylaşım ekonomisi çok sempatik her şeyden önce. Ben bu fikri yurt dışında duyup sonra gelip yaptım. Yapmaya karar verdiğimde Türkiye’de benzer modeller olduğunu farkına vardım bana ulaşamamışlar demek ki tanıtım olarak. Ama ben zaten ben geç kullanıcıyım bu alanda mesela ben Uber kullandığımda hayatımda herkes Uber kullanıyordu”(K20)

Paylaşımın alanla da çok ilişkili bir öge olduğunu altını çizen avukatlık bürosunun sahibi katılımcı, kendi alanında mümkün olmasa da diğer alanlarda paylaşımın var olduğunu belirtmektedir.

“Avukatlık bürolarında çok da öyle işbirliği felan çok söz konusu olmaz yani. Zaten bizim olayımız o bilgi yani öyle olduğu için onu paylaşmak gibi bir şey söz konusu olmaz. Olmuyor da yani sonuçta ama. Etrafıma baktığımda diğer alanlarda paylaşım ve işbirliği yapılabiliyor, yapılıyor yani görüyorum.” (K17)

İş paylaşımı gerçekleştirdiklerini belirten katılımcıların yanı sıra bilgi paylaştıklarını ve hatta her şeyi paylaştıklarını belirten katılımcılar da ifadelerinde paylaşımın olumlu etkilerine yer vermektedirler.

“Bizimle aynı işi veya çok paralel iş yapan şirketler var ve onlarla paslaşabiliyoruz ve takip de edebiliyoruz rakipleri aslında.” (K3)

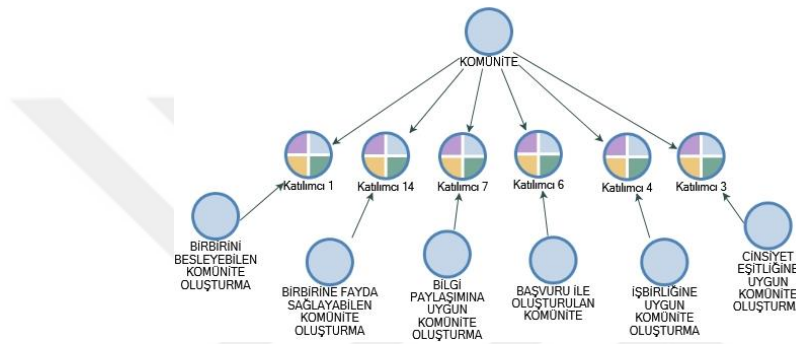
“Aslında birbirimize çok ciddi anlamda bilgi aktarımında bulunuyoruz. Birbirimizden çok şey öğreniyoruz”(K8)

“Her türlü şeyi paylaşabiliyoruz. Dışarıdan daha yüksek maliyetler ile alabilecekken komünite içinde kendi paylaşımlarınızı kullanabiliyorsunuz. Bu çok avantajlı bir şey

oluşturuyor. Bu şekilde bilginin paylaşımı bilgiyi aynı zamanda çoğaltan ve arttıran da bir şey.”(K5)

Alt Tema 2 Kategori 7. CWS’de Komünite Paradigmaları

Katılımcıların, ifadelerinde yoğunlaşan coworking alanlarındaki çalışmaya ilişkin bir başka öge olan komüniteye vurguda bulunan 6 katılımcı bulunmaktadır. Komünite paradigmasına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 28’de gösterilmektedir.



Şekil 28: Katılımcıların CWS'de Komünite Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Katılımcıların komüniteye ilişkin vurgularında öne çıkan birbirini besleyebilme, birbirine fayda sağlayabilme, bilgi paylaşımına uygunluk, başvuru ile oluşturulma, işbirliğine uygunluk, cinsiyet eşitliğine uygunluk kriterlerinin başarılı bir komünitenin taşıması gereken özellikler arasında yer aldığı düşünülmektedir. Komüniteye vurguda bulunan 6 katılımcının 5’i C alanının kullanıcısı iken bir diğeri B alanının kullanıcısıdır. Söz konusu her iki alanın da kullanıcılarını seçim ve mülakat ile kabul ettikleri bilinmektedir.

Bağımsız kendi hesabına çalışan ürün tasarımcısı bir katılımcı, alana gelecek kullanıcıların seçimle geldiğini, herkesin gelemediğinin altını çizmekte ve coworking alanının işini kolaylaştırdığını ve geliştirdiğini de vurgulamaktadır.

“Burada farklı bir yapılanma var yani onun için de hiçbir zaman coworking space olarak tanımlamıyoruz burayı. Açık ofis olan yer komünitenin alanı bir de başvuru ile alınıyor buraya üyeler. Yani komüniteyi besler mi, komüniteye uygun mu soruları soruluyor. Buranın düzenine ayak uydurabilecek mi yada bu bahsettiğim yüzdeler içerisinde eksik olan alanlarda mı faaliyeti yüzdelik dilimi nasıl etkiler gibi. Tam detaylarını komünite yönetimi biliyor tabi ben o kadar bilemiyorum ama. Burası bize

bir destek sağlamıyor yani teknopark gibi değil yani. Burası bir networking sistemi ve tanıştığınız kişiler olabiliyor belli kontaklar çıkabiliyor. Şöyle bir yapısı var yani burada birlikte çalışan çok fazla insan var özellikle yazılım yeni app ler var mesela buradan çıkan. İnsanlar birleşip ürün ortaya çıkarabiliyorlar. Bu bana nasıl şöyle destek oluyor projemle ilgili ortaklaşa çalışabildiğim ve çözüm ortağı bulabildiğim mühendislik tarafından alabiliyorum veya işte üretimle ilgili bana desteği de oluyor bu alanın. Dışarıda işte bir grafik ile ilgili bir iş yaptırırsam mesela veya web sitesi ile ilgili bir şey yaptırırsam dışarıdan bulmakla uğraşana kadar buradan komünite içerisinde hızlıca kolayca çözebilirim.”(K6)

Seçilerek alınan aynı alanın bir başka kullanıcısı ise komünite kreasyonunu yapan bir ekibin varlığına işaret ederek işin ciddiyetini vurgulamaktadır.

“Buranın komünite kreasyonunu yapan arkadaşlar da çok hassaslar gerçekten bu konuda bence bu çok önemli”(K1)

Kabul kriterlerinden biri olarak işaret edilen kadın erkek eşitliği alanlarda dikkati çeken özellikler arasında yer almaktadır.

“Buraya kabul ederken ona dikkat ediyorlar aslında kadın erkek eşitliği öncelikli yani. Ona göre kabul ediyorlar felan.” (K3)

C alanının kullanıcılarından bir diğeri ise komünitenin oluşumu için bilgi paylaşımının gerekliliğine işaret etmektedir.

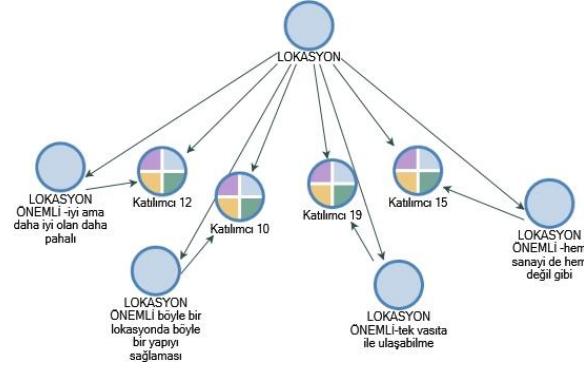
“Bence komünite anlamında en önemli olan bilginin paylaşımı”(K7)

Komüniteye işaret eden tek B alanı kullanıcısı, aynı zamanda alanın ücretli çalışanı olarak alanın konuya ilişkin amacını şu şekilde ifade etmektedir.

“Buradaki asıl amaç bir komünite oluşturmak. Biz de B alanı komünite ekibi olarak şunu istiyoruz üyeler birbirine fayda sağlayabilsin bir komünite oluşturulabilsin.”(K14)

Alt Tema 2, Kategori 8. CWS’de Lokasyon Paradigmaları

Katılımcıların, ifadelerinde yoğunlaşan özelliklerden sonuncusu olan lokasyona ise 4 katılımcının vurgu yaptığı dikkati çekmektedir. Lokasyon paradigmasına ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 29’da görülmektedir.



Şekil 29: Katılımcıların CWS'de Lokasyon Paradigmalarına Yönelik Kod Dağılımı

Beyoğlu lokasyonundaki F alanı kullanıcılarından biri olan oyun tasarımcısı, kendi çalışma mekânını nasıl seçtiğini şu ifadelerle açıklamaktadır.

“Buranın farklı bir havası var. Bence buranın hem lokasyon olarak etkisi büyük hem de böyle bir lokasyonda böyle bir yapıyı sağlaması benim çok hoşuma gidiyor. Benim burayla anlaştım bir gün içerisinde oldu mesela. Yani diğer coworking alanlarına da bakıyordum ama ben buraya geldim içeriye gördüm sözleşmenin taslağını görüp diğer toplantıları iptal ettim.”(K10)

Levent Sanayi Mah. konumlanan B alanının kullanıcısı olan ve bir startupta ücretli çalışan katılımcı, lokasyonun alanlar arasındaki fiyatlandırma farklılıklarına da yansıdığının altını çizmektedir.

“Lokasyon olarak çok iyi burası mesela. D alanında lokasyonu da çok iyi ama masrafları buraya göre de bir tık yüksek mesela. Burası daha uygun oldu bizim için.”(K12)

Aynı alanın kullanıcılarından bir diğer katılımcı ise bu alanın lokasyon özelinde beklenenin ötesinde olduğunu şu şekilde dile getirmektedir.

“Bence çok güzel mekân burası. Bir de tabi burası sanayi özelinde çok iyi bir mekân yani hem sanayidesiniz, hem değilsiniz gibi”(K15)

Galata lokasyonundaki A alanının kullanıcısı ise alanın lokasyonunu toplu taşıma açısından ele almaktadır.

“Bu fiyat farklılıklarınız gözeterek tabii sonrasında lokasyon mesela ben Okmeydanı tarafında oturuyorum tek bir vesaitle gelmeye çalışıyorum mantıklı olarak. Hem süre hem

maliyet açısından yani çünkü yolda bir maliyet. Burayla görüşmeye başladım ve ben sözleşmeyi aslında Levent'te imzaladım. Levent'teki ofis de güzel. Fakat benim için çift vesaitti.”(K19)

CWS kullanıcılarının her birinin alana yönelimi kendine özel bir süreç ve gerekçe ile şekillenirken; CWS alanındaki çalışma modelleri de hem faaliyetlerdeki hem de tercihlerdeki farklılaşma ekseninde çeşitlenmektedir.

CWS alanında çalışmayı tercih eden kullanıcıların yanı sıra alanda konumlanan bir işletmede ücretli çalışmakta olan kullanıcılar da bulunmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların amaçları da birbirinden farklılaşabilmektedir. Bu nedenle araştırmanın ayrıca kullanıcı grupları ekseninde ele alınması ile alanların kullanım gerekçelerinin detaylandırılmasının önemli ve gerekli olduğu düşünülse de bu araştırmada bu alanlar kendi içlerinde değerlendirilmemiştir.

Her bir kullanıcının kendi özelinde bir gerekçe ile tercih ettiği CWS alanlarının tüketici (kullanıcı) odaklı çeşitlenen çay, kahve, konsept mimari gibi faktörlerin alan tercihindeki etkisi gözlenmekte ve hissedilmekte olsa da kullanıcılar tarafından dile getirilmemiştir.

Kullanıcılar genellikle tercih ve devamı etkileyen faktörler olarak üretimde verimlilik, zamanda esneklik, mekânda ise ihtiyacın düşük maliyetle karşılanmasına yönelmektedir.

Çoğunluğu daha önce ev veya ofis (şirket, kendi ofisi, kurumsal) benzeri alanları deneyimlemiş olan kullanıcıların, geçmiş tecrübelerden yaşadıkları memnuniyetsizlikleri nedeniyle CWS ye yönlendikleri görülürken, başlangıç aşamasındaki işletmelerin veya kendi hesabına bağımsız çalışanların ise alanı tercih nedenlerinde maliyet ve networkün öne çıktığı dikkati çekmektedir.

Coworking alanına ilişkin tercihlerde ev ortamındaki sosyalleşememe sorunu, ofisteki maliyetlerin yüksekliği ve katılımcıların coworking alanında sağladıkları network olanağı da yönlendirici olan etkenlerdir. Kendi hesabına çalışanların ve işverenlerin tercihleri idari işleri kolaylaştırmak, maliyetleri düşürmek, işbirliği ve network olanaklarını arttırmak ve sosyalleşmek üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ücretli çalışanların ise alanı tercih eden işverenlerle çalışmaları çoğu zaman tesadüfi olmamakla birlikte genellikle tanıdıklık ve alanı, özelliklerini, ortamı biliyor olma gibi nedenlerle gerçekleşmektedir.

Bu noktada çalışma modeli fark etmeksizin coworking alanını kullananların memnuniyetinin yeni kullanıcılara vesile olduğu da önemli bir ayrıntıdır. Dolayısıyla kullanıcıların alanda çalışmaya devam etmesinde olduğu gibi, çalışma mekânının bir meta olarak seçilmesinde de kullanıcı memnuniyetindeki ilişki belirleyici olmakta ve çalışmanın tüketiminde segmentler oluşturmaktadır. Kullanıcıların yönelim nedenleri ile devam etme nedenleri arasında bir uyumsuzluk olmadığı açıkça görülürken ayrıca kullanıcıların ek faydaları dile getirdikleri de dikkati çekmektedir.

Alana yönelik eleştirilerde bulunan katılımcıların da alan kullanımının devam etmesi ve eleştirilerinin genel kapsamının ise alandan ziyade sisteme yönelik olduğu düşüncesini doğurmakta ancak alanı kullanmaya şikâyetlere rağmen devam etmeleri ise sistemin avantajlı olduğunun açık bir göstergesi olarak yorumlanmaktadır.

Birbirinden çok farklı özellikleri öne çıkan alanların, aynı kimlik altında farklı lokasyonlarda farklı kimliklerle karşımıza çıkması ise İstanbul'daki alanlarının sayısının azlığı nedeniyle hedef kitlenin yakalanmasına dair bir pazarlama stratejisi olarak değerlendirilmektedir. Bu farklılıkların kullanıcılar arasında yarattığı benzerlik ise coworking alanlarındaki etkileşimin artmasını sağlayan temel öğelerden biridir.

Birçok coworking alanı (araştırma kapsamındaki alanlardan B, C ve F) kullanıcılarını başvuru toplama yöntemi ile komüniteye uygunluk ve destek sağlanıp sağlayamayacağı açılarından değerlendirerek, görüşme sonucunda belirlemektedir. Böylelikle komünite etkisini yükseltmeye çalışan coworking alanlarının bu noktadaki başarısı katılımcılar tarafından da dile getirilmektedir. Ayrıca başvuru sisteminin oluşturduğu “her isteyen üye olamaması” da coworking alanının prestij ve güvenilirliğini arttıran bir unsurdur.

Zaman, mekân ve üretim paradigmalarının değişmiş olduğu kullanıcıların gerçeği olarak sıklıkla dile getirilmekle birlikte çalışmayı biçimlendiren yeni paradigmalar olarak ise network işbirliği, paylaşım, komünite ve lokasyon öne çıkmaktadır.

Coworking alan kullanıcılarının çoğunluğu hizmet ve bilgi üretimi gerçekleştiren çalışmalar yapmaktadırlar. Somut ürün üretiminin mümkün olmadığı bu alanların birçoğunda üretimin gerçekleştirilebildiği bölümler genellikle bulunmamakla birlikte, görüşülen alanlardan sadece birisinde üretim laboratuvarının varlığı dikkati çekmektedir. Üretimin kitlesel boyutta olmasa da prototip ölçeğinde gerçekleştirilebildiği bu alanda,

görüşülen 7 katılımcıdan ikisi üretim tasarımcısıdır ve ürünlerinin prototip çalışmalarını burada yaptıklarını belirtmişlerdir.

Coworking alanlarının çalışma saatlerine bakıldığında, lokasyona göre de değişkenlik gösterebilen uygulamaların, genellikle sabah saatlerinde 08:00-10:00 arası başladığı ve akşam saatlerinde 20:00-22:00 arasında sona erdiği belirtilebilmekle birlikte birçoğunun ise 7-24 faaliyet göstermekte olduğu görülmektedir. Görüşülen coworking alanlarında ise faaliyet durumunun, A alanında 08.00/20:00 biçiminde olduğu, diğer tüm alanların yani B, C, D, E ve F alanlarının 7/24 kullanımda oldukları görülmektedir.

Coworking alanının kullanıcıları açısından bakıldığında, genellikle kullanıcıların kendi hesabına çalışanlar ile işverenler olduğu dikkati çekmektedir. İşverenler ve dolayısıyla da bağımlı çalışanların da çalıştıkları mekânlar olan coworking alanlarında çalışma saatleri işletme özelinde veya kişisel olarak belirlenmektedir. Mekânlardan birçoğunun kart basımı ile 7-24 kullanım olanağının ve hatta konaklama imkânının da var olması çalışma zaman anlayışını başka bir boyuta taşımaktadır.

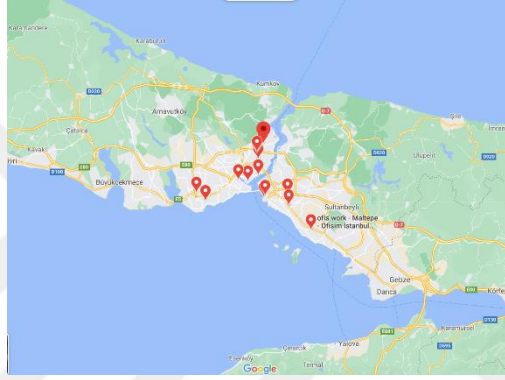
Network, teknik bir kavramı ifade etmekte ve ağ kelimesiyle karşılık bulmakta olsa da, buradaki kullanımı bireyin sosyal yaşamında ve iş hayatında hedeflerine yönelik kurmuş olduğu örüntüler biçimindedir. Coworking alanlarında ve girişimcilik ekosisteminin aktörlerinde sıklıkla duyulan bir kavram olan network, start-up gibi başlangıç aşamasında olan işletmeler için olduğu kadar, büyüme çabasındaki girişimler için ve ayrıca bağımsız çalışmakta ve bir portföy ihtiyacında olanlar için de çalışmalarını, gelişmelerini ve hedefe ulaşmalarını sağlayan ilişkiler bütününü ifade etmektedir. Sadece bağımsız çalışanların ihtiyacı olan bir kavram olarak değerlendirmenin mümkün olmadığı network aynı zamanda bireyin kişisel yaşantısında ve gelişiminde de önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine katılımcı ifadelerinden öne çıkan bir paradigma olan işbirliği ise coworking alanlarının taşıdığı felsefeye işaret eden bir kavramdır. Ancak katılımcılardan az sayıda kişinin öne çıkardığı kavram hakkında, katılımcıların daha fazla vurguda bulunmamaları kültürel birikimlerin dönüşüm hızının yavaşlığı ile açıklanabileceği gibi, işbirliği ve network kavramlarına yüklenen anlamlar üzerinden de ayrıca ele alınmasının gerekliliğini öne çıkarmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun tercih ve devam nedenlerinde sıklıkla görülen kavramlar olan network ve işbirliği arasındaki ayrımı tam olarak nasıl değerlendirdiklerinin tekrar sorulması gerektiği

düşünülmektedir. Zira katılımcıların ikisi arasında derin bir kavramsal fark algılamadıkları gözlenmiştir. Paylaşım paradigmasına vurguda bulunan katılımcılarında aynı şekilde bu değerlendirmeye katılabileceği düşünülmektedir. Paylaşılanları bilgi, iş ve her tür şey olarak değerlendiren katılımcıların aslında farkında olmadan bilgi ve işin paylaşımı ile network ve işbirliği kavramlarına yöneldiği de dikkati çekmektedir.

Gözlemlerden edinilen bilgiye göre, kullanıcılarının büyük bir bölümünün, paylaşım ekonomisi ekseninde işler gerçekleştirdikleri görülmektedir. Katılımcılardan sadece ikisi fikirlerinin paylaşım ekonomisi kökenli olduğunu ifade etse de, aslında içerik üretimi yapan ve paylaşan katılımcıların ise kendileri paylaşım ekonomisi altında konumlandırmamaları da dikkati çekmektedir.

Paylaşımın verimli bir biçimde gerçekleşmesi için, paylaşımı mümkün kılan mekândan ziyade paylaşımı benimseyen, paylaşma ve gücüne inanan, paylaşım kültürüne açık ve paylaşıldıkça arttığının bilincinde olan kişilerin varlığı gerekmektedir. Coworking alanlarının kullanıcı ve yöneticilerinin konuya ilişkin farkındalık düzeylerinin ancak coworkinglerin sadece ofis ya da masa kiralanan alanlar olmadığı ve bir felsefeye sahip olduğu noktasında olması durumunda oluşabilecek ekosistem ve komünite kavramları hem coworkinglerde hem de coworkinglere ve girişimciliğe ilişkin literatürde de sıklıkla kullanılan ifadelerdir. Bu ifadelerin yaygın kullanımı ve dile yerleşmiş olmasından ziyade katılımcıların davranış ve kültürlerine yansıdığı açıkça görülmektedir. Özellikle B, C ve F alanlarındaki komünitenin hissedilen etkisi, hem küçük alanlar olmalarının yanı sıra hem de komünite tasarımından kaynaklandığını düşündüğümüz bir durumdur. Alanlardaki görüşmelerin gerçekleştirilmesinde bu alanlardan sadece bir kişiye ulaşmış olmamız ve diğer kullanıcılara bizi yönlendirebilmeleri, alandaki komünite etkisine bir örnek olarak da değerlendirilebilir. A ve E alanlarında lokasyonlarının daha fazla olduğu ve çok katlı mekanlar olmalarının komüniteye etkisinin olumlu olmadığı düşünülmekle birlikte D alanı için ise bu durumun, tasarlanan etkinlikler ve komünite yönetiminin desteği ile bertaraf edildiği düşünülmektedir. Coworking alanlarının lokasyonu ise kullanıcılarına müşterilerine sunabilecekleri prestijli ve kolay erişilebilir bir adresin yanı sıra kullanıcılarına ulaşım rahatlığı da sağlamaktadır. Coworking alanları tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyükşehirlerin merkezi ve ticari hayatın yoğunlaştığı noktalarında sıklıkla konumlanmaktadır. İstanbul özelinde bakıldığında ise bu

alanların her iki yakada da, ticari ve finansal işleyişin merkezi noktaları olan Şişhane'den başlayarak Levent, Maslak yönünde devam ettikleri görülmektedir. Boğaz'a yakın olan bu merkezi alanlar, hem deniz ulaşımını hem kara açısından karşı yaka ile ulaşımı da kolaylaştıran mevkilerdir. Ayrıca toplu ulaşım açısından da metro, metrobüs, otobüs gibi alternatif olanakların var olması ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Özellikle İstanbul gibi trafiğin yoğun ve problemlili olduğu bir şehirde lokasyon öne çıkan öğelerden biri olmaktadır. İşyerine, henüz çalışmadan yorulmuş, gergin ve huzursuz gelen çalışanların gün içindeki motivasyonlarının bundan olumsuz etkilenmesinin kaçınılmazlığının yanı sıra sürekli hale gelen bu döngü çalışanlar açısından hayatı kâbusa çevirebilmektedir.



Resim 34: Coworking Alanlarının İstanbul Haritası Üzerindeki Dağılımı

Kaynak: <https://www.google.com/maps>

Günümüzde geleneksel çalışma güç kaybederken yeni çalışma paradigmalarının özerklik kavramı üzerinde yükseldiği dikkati çekmektedir. Yeni paradigmalar arasında yer alan paylaşımın, etkileşimin, işbirliğinin öne çıktığı mekânlar olan CWSler geleneksel bir çalışma mekânından ziyade kafe ortamını sağlayan büyük bir kütüphaneyi çağrıştırmaktadır. Her köşede birlikte çalışan, sohbet eden insanları görebildiğiniz bu alanlar yalnızlaşma hissine çözüm üretmenin yanı sıra birlikte üretimi de desteklemektedir. Bilginin paylaşarak çoğalmasına olanak sağlayan CWSlerin tasarımında bireysel üretim alanları ve odaklanma tercihleri de göz ardı edilmemiştir. Gün içerisinde tercihe veya ihtiyaca göre hem paylaşım hem de bireysel alanları bir arada kullanabilmek, çalışmanın mekânsallığına farklı boyutta bir esneklik katmakta ve kullanıcıların çoğunluğu için de motivasyon yaratmaktadır.

Bu noktada öne çıkan öz disiplin kavramı, kendi hesabına çalışmadaki başarının anahtar kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma mekanlarındaki sosyalleşme ve etkileşimin öne çıkan etkilerinden gerektiğinde soyutlanarak odaklanabilme becerisi olan öz disiplin, zamanla geliştirilebilmekte ve CWS'leri daha avantajlı hale getirebilmektedir.

CWS'ler kütüphaneyi çağrıştırmakla birlikte elbette kütüphane sessizliğine sahip mekanlar değildirler. Bazen bir müzik, bazen uğultu olarak ortaya çıkan fon sesleri bile alan tercihinde rol oynayabilmektedir. Fondaki sesleri olumsuz niteleyenler olduğu gibi belli bir düzeydeki varlığına ihtiyaç duyan kullanıcıların olması da dikkat çekicidir. Birbirine saygı duymanın önem kazandığı mekânlar olan CWS'lerin ortak alanlarındaki kalabalık ise birlikte çalışmanın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Genellikle hizmet, bilgi eksenli üretimin yoğunlaştığı, katılımcılarının mesleki dağılımlarının da buna uygun biçimlendiği coworking alanları çok sayıda değişken içerse de, bir biçimde ve bir noktada birbirine dokunabilen multi-disipliner çalışmaların gerçekleştirildiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilginin üretilmesine yönelik çalışmanın bir seri üretim mantığında olmadığı ve gerçekleştirilen üretimin kişiye özel bir deneyim olduğu ve kişiye öznel olarak biçimlendiği unutulmamalıdır. Bazı çalışanların açık ve dinamik alanlarda daha verimli olmasına karşılık bazı çalışanlar da kapalı alanlarda daha verimli üretebilmektedir veya birlikte iken daha verimli üretenler olduğu gibi yalnız olduğunda da daha iyi üretenler olacağı muhakkaktır. Bu noktada bu ihtiyaçların tamamını karşılamayı amaçlayan coworking alanları birbirinden farklı üretim ortamları sunmaktadır. Genellikle iki ayrı konseptle tasarlanan bu ortamlar herkesin kullanımının mümkün olduğu “açık alan” ve “kurumsal olarak kiralanmış ofisler” biçiminde ortaya çıkmaktadır. Ortak alan olarak belirlenen ve genellikle tüm üyelerin kullanımına açık olan alanların dışında sürekli ortak alanda çalışmak istemeyenler için tasarlanmış alanlar ve belli bir mahremiyete ihtiyaç duyanlar için düzenlenmiş alanlardan oluşmaktadır.

Ortak alanlarda birlikte çalışmanın verimliliği aslında alanın doğru tasarımı ile doğrudan ilişkili olabilmektedir. Alana ilişkin arzulanan tasarım, birlikteliğin kişiselliği bozmadan sinerjiyi mümkün kılabilen hali olarak ifade edilebilmektedir. Alanda kişiselliği arttırmak amaçlı oluşturulan görüşme alanları, diğer çalışanları etkilemeden birlikte çalışmayı mümkün hale getirebilmektedir. Toplantı alanları ise genel olarak standart üyelik

kapsamında belli bir kullanımın verildiği ancak daha fazla kullanımın ücretlendirildiği veya Premium üyeliklerle çeşitlendirildiği bir yaklaşımla kullanılmaktadır. Minimum üç kişiden başlayan ofis alanları da tercihe göre sayı ve alan olarak büyüyebilmekle birlikte ne büyüklükte olursa olsun açık ofis olarak tasarlanmaktadır. Birlikte üretmenin verimliliği artırıcı kolaylaştırıcı, hızlandırıcı ve yaratıcı etkisinin sürdürülebilirliği ise birlikte üretenlerin aynı zamanda birbirlerini tanımaları ve sosyal bir paylaşımına sahip olmaları ile de desteklenmektedir. Kişisel alan ihtiyacı ve mahremiyet ise ofis ve toplantı salonlarının yanı sıra telefon kabinleri, kulübeler, kapsüller ile sağlanmaktadır.

Teknolojinin işi kolaylaştırıcı ve hızlandırıcı etkisi, işin gerçekleştirilme süresini azaltırken; geleneksel çalışmanın süresinde (8 saat) değişimin yaşanmaması durumu hem iş yükü artışı hem de nicel verimlilik artışı yaratmaktadır. Teknolojinin iletişim olanaklarını arttıran ve işi her yere konumlayabilen olanakları ise iş-yaşam ilişkisini daha entegre bir hale getirmekte ve ayrışımını zorlaştırmaktadır.

Uygulamada çalışmanın boş zamana doğru genişleyen yapısı, uluslararası çalışma ilişkilerindeki zaman kavramının farklılığı, çalışma mekânlarına daha uzun zaman dilimlerinde ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Ayrıca kendi bioritmine veya yaşam alışkanlıklarına göre çalışma planı yapan kendi hesabına bağımsız çalışanlar için çalışma ve boş zaman ilişkisinin düzenlenebilmesinde CWS'lerin 7-24 olan kullanımı avantaj sağlamaktadır. Genel bir yaklaşım olarak saatlerin esnekleştiği coworking alanlarında çalışma zamanı ücretliler, kendi hesabına çalışanlar arasında karşılaştırıldığında büyük bir farklılık göstermemekle birlikte tam zamanlı çalışanlar garip bile karşılanabilmektedir.

Katılımcıların zaman paradigmasına ilişkin genellikle esnek çalışabilme veya 7/24 kullanabilme özelliğine ilişkin vurgu yaptıkları dikkati çekmekle birlikte kendilerine hangi saatleri kullandıklarını sordüğümüzda genellikle belirli saatlere işaret etmektedirler. Alanı uzun süre kullanan ve geç saatlere kadar kullanımının ise genellikle “etkinlik” veya “partileme” olarak niteledikleri boş zaman faaliyetleri nedeniyle olduğunu ve hatta bazen çalışmak zorunda olduklarında sorun yaşadıklarını eklemektedirler. Dolayısıyla ev ve çalışma mekânını birbirinden genel olarak ayırma amacındaki katılımcıların sadece üçünün evli oldukları da ayrıca dikkati çekmektedir. Gereksinim alanı çok geç saatlerde kullanmayan katılımcılar açısından alanı

kullanabilme esnekliğinin varlığı ise rahatlatıcı bir unsur olmaktadır. Ayrıca girişimciliğin ve kendi hesabına bağımsız çalışmanın giderek artışı, Y ve Z kuşağının bağımsızlık anlayışları ile örtüşmeyen kurumsal çalışmanın zaman uygulamalarından kaçışı olarak değerlendirilebildiği gibi bir süredir kurumsal çalışmakta olan X ve Y kuşaklarındaki yorgunluğun bir sonucu olarak da değerlendirilebilmektedir.

Mekâna ilişkin paradigmalarda öncelikle alanların sahip oldukları özellikleri değerlendirmek gerekliliğinden hareketle, görüşülen coworking alanlarındaki mekânsal özelliklere ilişkin gözlem ve bilgiler derlenerek, tüm lokasyonlar bağlamında, mekân detayları bir tabloya aktarılmıştır.

Tablo 7: Görüşmelerin Gerçekleştirildiği Coworking Alanlarındaki Mekânsal Özellikler

	A	B	C	D	E	F
ÜRETİM ALANI	-	-	+	-	-	-
TOPLANTI ALANI	+	+	+	+	+	+
KİTCHENETTE/MUTFAK	+	+	+	+	+	+
KÜTÜPHANE	+	+	+	+	-	+
DİNLENME ALANI	+	+	+	+	+	+
EĞİTİM-ETKİNLİK ALANI	+	+	+	+	+	+
MEDİTASYON ODASI	-	-	-	+	-	-
OYUN ODASI	-	-	-	+	-	-
UYKU ODASI	-	-	-	+	-	-
TASARIM STÜDYOSU	-	-	+	-	-	-
TERAS	+	+	+	+	+	+
BAHÇE	+	+	+	+	+	+

Tablo 7’te bir çalışma mekânında bulunması beklenen geleneksel öğelerin yanı sıra yeni birçok öğenin de çalışma mekânına dâhil edildiği görülmektedir. Bu noktada dikkati çeken, coworking alanlarının birçoğunda bulunan meditasyon, oyun, uyku odası gibi alternatif / boş zaman geçirme alanlarının varlığıdır. Kullanıcıların tercihlerinde dile getirmediikleri ancak var olmasının önemli bir ayrıcalık olarak nitelendirildiği bu alternatif alanlar, kullanılsa bile var olmasının belirleyici ve ayrıştırıcı gücüyle kullanıcıların çalışmaya ilişkin tutumlarını ifade etmesi noktasında önemli olmakta ve hatta bir kimlik yaratmaktadır. Coworking alanı kullanıcısı olmak ve hatta “.....’lı-li olmak” veya bu alanda çalışıyor olmak ayrıcalığının satılabilirliği, bu alternatif alanlar gibi öğelerin tanıtımlarda öne çıkmasına neden olmaktadır.

Coworking kullanıcılarının gerçekleştirdiği üretimin genellikle hizmet ve bilgi üzerinde yoğunlaşması, tasarımların da bu ekseninde biçimlenmesine neden olmaktadır. Üretim

laboratuvarlarının ve prototip üretim olanağının var olduğu alanlar da var olmakla birlikte yaygın olmadıklarını söylemek mümkündür. Toplantı alanı, etkinlik alanı ve mutfak alanlarının farklı niteliklerle, farklı ihtiyaçlara cevap vermeye çalıştığı ve hemen hemen tüm coworking alanlarında bulundukları da dikkat çekmektedir.

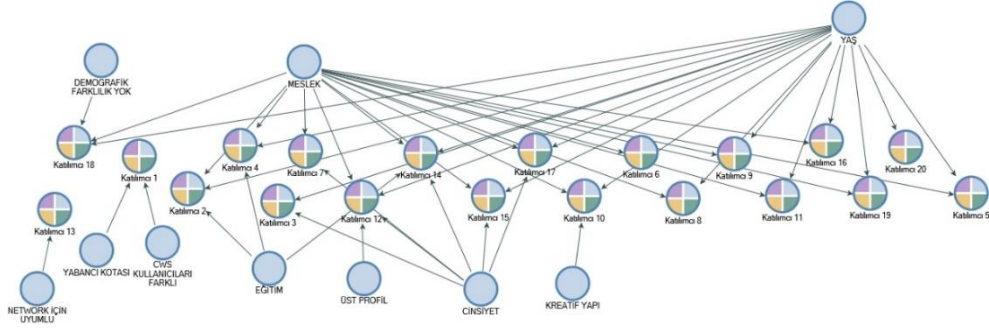
Katılımcıların mekânsal görsellere ve konsept mimariye ilişkin herhangi bir vurguda bulunmadıkları ve genel olarak atmosfer-ortam ifadesini kullanmaları görsel ve mimarinin bütünselliğine işaret ederken, kendilerini alanda “iyi” hissettiklerini ifade etmeleri ise alanın amacına ulaşımını gösteren bir durum olarak değerlendirilmektedir.

4.6.2.3. Tema 3: Coworking Alanları Kullanıcılarının Gözlemlerine Göre Kullanıcı Bilgileri

Katılımcıların “Co-working alan kullanıcılarının yaş, cinsiyet, eğitim dağılımları nasıldır?” ve “ Co-working alan kullanıcılarının meslek, nitelik ve sektörel dağılımları nasıldır?” sorularına verdikleri yanıtlar kapsamında ifadelerinin bütünleştirilmesi ile ulaşılan Tema 3 “CWS Kullanıcılarının Gözlemlerine Göre Kullanıcı Bilgileri” olarak tek başlıkla değerlendirilmiştir. Daha önce Tablo 5’te belirtildiği üzere “CWS Kullanıcılarının Gözlemlerine Göre Kullanıcı Bilgileri” temasında alt tema ve kategori yer almamaktadır.

Tüm katılımcıların, küçük bir ekosistemin içinde yer alan ögeler olarak, zaten belirli sayıda olan coworking alanları hakkında genel fikir ve izlenime sahip oldukları gözlenmektedir. Bununla birlikte, alan seçim aşamasında her halükarda mevcut CWS’lere ilişkin detaylı bilgiye sahip oldukları düşünüldüğünden coworking alanlarına ilişkin kullanıcı bilgileri, kullandıkları alan özelinde değil, genel olarak coworking kullanıcıları hakkında bilgi edinebilmek amacıyla yöneltilmiştir ve katılımcılardan kullandıkları alan özelinde değil genel bir değerlendirme yapmaları talep edilmiştir.

Katılımcıların tamamının bir veya daha fazla referans değerinde bulunduğu bu tema altında 10 koda ulaşılmaktadır. Kullanıcı gözlemlerine göre kullanıcı bilgilerine ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 30’da görülmektedir.



Şekil 30: Katılımcıların Gözlemleri Çerçevesinde CWS Kullanıcılarının Bilgilerine İlişkin Genel Dağılım

Coworking alanlarındaki kullanıcı profilinin belirlenmesinde 20 katılımcının da katkısı söz konusudur. Bu katılımcılardan 16'sı mesleğe, bir başka 16 katılımcı ise yaşa işaret etmişlerdir. Ayrıca bu katılımcılardan 14'ünün hem yaş hem mesleğe vurgu yaptıkları dikkati çekmektedir.

Eğitime vurguda bulunan 3 katılımcı aynı zamanda yaş ve mesleğe de vurgu yapmışlardır. Katılımcıların üçü de ifadelerinde, eğitim seviyelerinin en az lisans düzeyinde olduğunu belirtmişlerdir.

“Lisans ve üzeri. Onun dışında yüksek lisans yapan, yapmış olan da fazla. Ama mesela doktora yapmış olan yok sanırım.”(K4)

Cinsiyete vurgu yapan 6 katılımcıdan 4'ü ifadelerinde hem mesleğe hem de yaşa yer vermektedir. Ayrıca 4 katılımcı kadın erkek oranının eşitliğine vurgu yaparken ikisi ise kadınların sayıca yoğun olduğunu ifade etmişlerdir.

“Daha çok kadınlar yoğunlukta burası için onu söyleyebilirim erkek bir ortam değil yani” (K15)

Belirgin bir demografik farklılığın bulunmadığının altını çizen bir katılımcı aynı zamanda yaşa da vurgu yapmaktadır.

“Bence çok bir farklılık yok. Baskın bir şey gözlemedim yani ya da hiç dikkat etmedim de diyebilirim aslında.”(K18)

Coworking alanlarında network için uyumlu bir kitlenin varlığına dikkati çeken katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmektedir.

edilmiştir. Katılımcılar ise genel olarak 25-35 aralığına ve Y kuşağına işaret etmektedirler.

“Genç bir yaş grubu var burada 45 yaş bulamazsınız. 25-30 yoğunlukta ama en fazla 45’e kadar çıkıyor işte.” (K11)

“Yaş olarak aslından gençler daha fazla. Yani 20-30 yaş arasında ki insanlar genellikle. 30’un üstü daha az sayıda”(K4)

“Daha çok genç arkadaşlarımız var” (K9)

“Yaş olarak da çok dinamik bir grup zaten sanırım arzu olarak Y kuşağı çok burada. Öyle diyebilirim. Onun dışında birkaç kişi bunun dışındadır belki bir de aynı kuşak olması hem paylaşım hem iletişimi kolaylaştırıyor aslında. Aynı dili konuşan bir yapıdan bahsediyorsunuz”.(K3)

Gençler ifadesine vurgu yapan 14 katılımcıdan 3’ü bu ifadeye ek olarak farklı yaş gruplarının varlığına da işaret etmektedir. Bağımsız kendi hesabına çalışanlarda yaştan biraz daha yükseldiğini belirten bir katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmektedir.

“Freelancer tarafında yaş biraz daha yüksek çünkü onlar genelde iş tecrübesi olan ama bir şekilde ondan memnuniyetsizlikleri olan ya da daha çok kazanayım mantığıyla kurumsaldan çıkan kişiler” (K20)

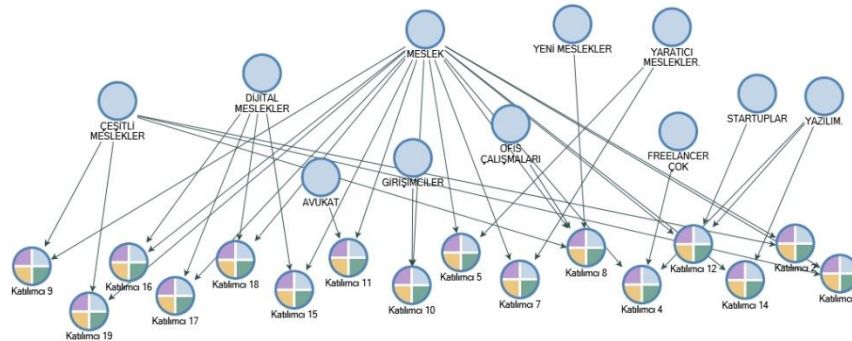
40 ve 50’li yaşların yoğun olmasa da var olduğunu belirten diğer üç katılımcı ise ifadelerinde benzer değerlendirmelere yer vermişlerdir.

“Nüfus kâğıdım öyle değil ama ruhum genç, gelişmeye açık bir insanım onun için genç görünüyor ve öyle hissediyorum. Burada ben yaşlarda veya bana yakın yaşlarda insanlarda var yani 40’ın üstünde 50’i az geçmiş insanlarda var”(K9)

“50 yaşında biri tek tük. Onlarda genellikle danışmanlık veriyorla. Daha önce kurumsal ya da yazılım geçmişleri filan varsa geleneksel iş yapma biçimlerine zaten çok da uygun değil” (K8)

“Yaş konusunda baya gençler de yaşlılar da var yani. Net bir şey söylemek mümkün değil.”(K2)

Mesleğe ilişkin ifadelerin ise 10 kod etrafında yoğunlaştığı dikkati çekmektedir. Söz konusu kodların katılımcılara dağılımı ise Şekil 32’de sunulmaktadır.



Şekil 32: Katılımcıların Gözlemleri Çerçevesinde CWS Kullanıcılarının Meslek Bilgilerine İlişkin Dağılım

Coworking alanı kullanıcılarının mesleki dağılımlarına ilişkin önyargı, mesleklerin dijital alanda yoğunlaştığı yönünde olsa da gerçekleştirilen gözlemler neticesinde mesleki dağılımın çok çeşitli olabildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Mesleklere yönelik değerlendirmede bulunan 16 katılımcıdan 5'i mesleklerin çeşitlendiğini belirtmektedir.

“F alanı’nda çok farklı dağılım var. İç mimar da var benim gibi editör de var çok farklı mesleklerden insanlar var. Sadece dijital dersek yanlış olur. D Alanı’nda mesela influencer marketing yapan biri de var, web sitesi de var aslında orada da çok dağınık bir mesleklerden insanlar da var aslında” (K8)

“Sosyal medyada reklam işinden tutun da, eksperlik, mimarlık, danışmanlık gibi kişiler burada. Her meslek grubundan birine rastlamanız mümkün”(K9)

Dijital mesleklerin yoğunlukta olduğunu belirten 4 katılımcıya ek olarak yazılımcıların yoğunlukta olduğunu belirten 3 katılımcı da yer almaktadır.

“Burada çok fazla şey var. Reklam, PR, dijital teknoloji şirketi var. Hatta dijital teknolojiyi de işin içine kattığımız zaman muhtemelen %70 falan yani. Çok çok ciddi rakam yani. Şu bizim asma katı düşünün asma katta bir tane dernek biz varız, bir tane hukuk bürosu var. Nerede ise geri kalan herkes dijital teknolojiler onlinedaki işler yapıyor. D alanının herhalde %80 i, % 90 ı falan dijital. Ama mesela hukuk bürosu da

var, 3. Katta başka bir dernekte var bizden başka. Böyle derneklerde var, danışmanlık firmaları da var.” (K16)

“Genelde dijital ağırlıklı niye çünkü çok daha rahat uygulayabiliyorsunuz ve genelde bu arkadaşların ihtiyaçları çok daha farklı olabiliyor. Fikir üzerinde çalışıyorlar çünkü ama bir yere de ihtiyacım var deyip buraya geliyorlar.” (K18)

Yaratıcı ve yenilikçi mesleklere vurgu yapan 2 katılımcı ise duruma ilişkin şu ifadelerle yer vermektedir.

“Daha çok yaratıcı endüstrilerden insanlar çok fazla zaten”(K7)

Belirtilen ifadelerin yanı sıra, bu çalışmaları ofis çalışmaları kapsamında veya girişimciler kapsamında bütünleştiren katılımcıların var olduğu da görülmektedir. Ayrıca katılımcılardan birinin kendi özelinde kullanmakta olduğu alana ilişkin avukatların yoğunluğundan bahsetmektedir. Kullanılan CWS’nin adliye lokasyonuna yakınlığı ise mesleki dağılımın nasıl biçimlendiğine ilişkin bir veri oluşturmaktadır.

“Zaten en çok reklam ajansları var. Bir de avukat için çok uygun baktığınız da mesela koca koca maliyetler yerine avantajlı burası zaten sürekli dışarıdalar ben daha çok kart yaptığım için biliyorum çok avukat kartı yaptım burada.” (K11)

Coworking alanlarının farklı disiplinlerden gelen, farklı alanlarda faaliyet gösteren, farklı ölçek ve hacimlerde, farklı amaçlara ve farklı demografik özelliklere sahip kullanıcılardan oluştukları gözlenmektedir. Kullanıcılar arasındaki benzeşme hallerinin komünite, işbirliği, paylaşımı destekleyen öğeler olmasının yanı sıra alandaki farklılıklar ise CWS’nin dinamik yapısına katkıda bulunmaktadır. Kullanıcıların mesleki ve alansal profillerinin dışında yaş profillerinin dağınıklığı dikkate alındığında, alana yönelimin mesleki bir ihtiyaçtan veya bir kuşaksal ayrışmadan kaynaklanmadığı, daha ziyade kimliksel bir ihtiyaca karşılık geldiği dikkati çekmektedir.

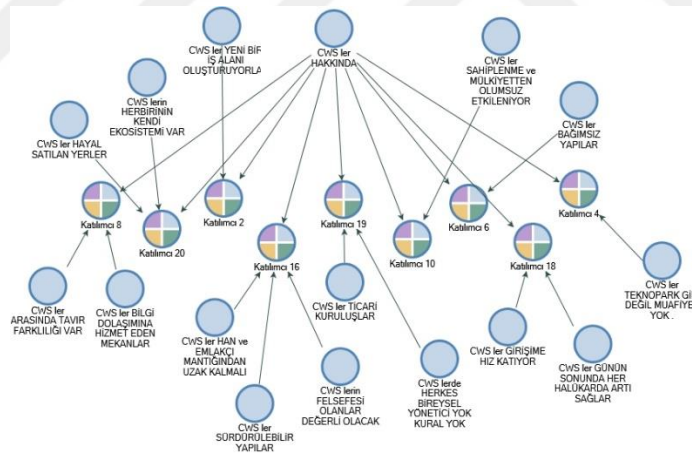
4.6.2.4. Tema 4: Coworking Alanları Hakkında

Katılımcıların “Co-working alandaki çalışma biçimini nasıl tanımlarsınız?, “Co-working alanda çalışmak sizin için ne ifade etmektedir?,”Bu çalışma modelinin özellikleri nelerdir?” sorularına ilişkin ifadeleri, daha önce Tema 2, “CWS de Çalışma”nın ikinci alt

teması olarak belirlenen “CWS de Çalışma Paradigmaları” altında sekiz kategoride toplansa da CWS’ler açısından önemli olduğu düşünülen ancak bir tema ve kategori altında toplamanın zor olduğu bazı ifadelerle ilişkin “CWS’ler Hakkında” başlığı ile bir tema oluşturulmuştur. Bu temada yer alan ifadeler Tablo 5’te gösterildiği gibi, “CWS’ler", “CWS’lerin İş Modeli” , “Farklı CWS’lerin Özellikleri”, “Uluslararası Karşılaştırmalar” ve “CWSlere İlişkin Memnuniyet İfadeleri” kategorilerinden oluşmaktadır.

Kategori 1. CWS’ler Hakkında İfadeler

Katılımcıların coworking alanlarındaki çalışma biçim ve modeli ile bu alanda çalışmanın anlamına ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar kapsamında yer alan ancak paradigmalar ekseninde değerlendirilmeyen CWS’lere yönelik ifadelerle bu kategori altında yer verilmiştir. Katılımcıların CWS’lere ilişkin tutum ve düşünce belirten ifadelerini içeren “CWS ler....” kategorisindeki kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 33’de sunulmaktadır.



Şekil 33: Katılımcıların CWS'ler Hakkında İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Katılımcılardan 9’u tarafından gerçekleştirilen “CWS ler" dır olarak değerlendirilebilecek metaforik ifadelerin 16 kod etrafında bütünleştiği ve bazı katılımcıların birden fazla referansta bulundukları görülmektedir.

Buna göre CWS’lere ilişkin ifadeler anlamında en yoğun referansa sahip bir katılımcı CWS’lerin “han” mantığından uzaklaşmasının gerekliliğine vurgu yaparak, CWS’lerin

ancak felsefeye sahip olmaları halinde sürdürülebilir yapılar olacaklarının da altını çizmektedir.

“Coworkingler daha da çok artacak aslında şimdi yakın zamanda. Özellikle C alanı mesela bu işin biraz dışında, B Alanı da bu söyleyeceğimin dışında yalnızca emlakçılık yapmak olmaması lazım buradaki coworking spacelerin. Yani şu an D Alanı tam bir Osmanlı zamanındaki han mantığı ile çalışıyor. Geliyorsunuz dükkânınıza koyuyorsunuz karşınızdaki adam sizden alıyor, bu sayede aslında bir büyük müşteri kitleniz var içeride. Burası 5 katlı bir sürü firma var yani. Arada da dışarıdan birileri filan ama bu emlakçılık. Bunun üzerine çıktığınız zaman oradaki insanların her anlamda birçok ihtiyacını oradan karşılayabileceğini düşündüğünüz zaman kurgulayabildiğiniz zaman olur bence. O yüzden C Alanı bence biraz dışında dedim. Onlar daha böyle farklı işler de yaptırıyorlar orada, kendinizi geliştirebiliyorsunuz da ıvır zıvır bilmem ne. Onun noktaya aşarlar ise A Alanı da biraz öyle emlakçılık yapıyor, o emlakçılık kafasını aşarlar ise bence çok iyi olur. O zaman daha fazla artacaktır.”(K16)

Daha önce farklı CWS alanlarını deneyimlemiş olan ve alanda bağımsız kendi hesabına çalışan bir katılımcı, her birinin kendi ekosisteminin var olduğunu belirttiği CWS leri “hayal satılan yerler” olarak nitelemektedir.

“Hem inhibasyon merkezleri, hem coworkingler çok hayal satılır oldu buralarda. Çok hayaller batıyor onu görüyoruz.” (K20)

İşveren olarak alanı kullanan bir editör ise CWS’leri “bilgi dolaşımına hizmet eden mekânlar” olarak nitelemekte ve CWS’ler arasındaki tavır farklılığının var olduğunu altını çizmektedir.

“Coworking alanları bilginin dolaşımına hizmet eden mekânlar bence.”(K8)

Daha önce bir CWS alanının çalışanı olan bir katılımcı ise CWS’lerin “yeni bir iş alanı oluşturan mekânlar” olduğunu belirtmekte ve durumu şu şekilde ifade etmektedir.

“Aslında yani böyle düşününce coworkün dışında burada da bir iş ortamı oluşuyor. Yani sana yardım eden biri var ama senin işinden değil aslında. Yani sadece bu mekânı çalıştırmak için olan bir insan, o da başka bir işgücü yaratıyor sonuçta”(K2)

Bağımsız kendi hesabına bir çalışan olarak alanı kullanan bir katılımcı ise CWS'lerin "bağımsız yapılar" olduklarının altını çizmektedir.

"Ayrıca burası bağımsız bir yapı. Dışarıya da hizmet verebiliyor yani komünite dışından da gelip kullanabiliyorlar burayı. Burada farklı bir yapılanma var yani."(K6)

Bağımsız kendi hesabına çalışmakta olan bir başka katılımcı, ortamın sahiplenme ve mülkiyetten olumsuz etkilendiğini vurgulamaktadır.

"Creatif ortamın da yarattığı bir sinerji var elbette ama. Ben bunu Türkiye'de çok görmüyorum bunun da en büyük sebebi o biraz işte fikir çalınır, iş çalınır yaptığım şeyi söylersem rekabet oluşur, işi yapanın tek olma ve o şekilde kalma arzusu yani aslında sahiplenme ve mülkiyet sorunu yani. Rekabetin önüne geçiyor ve bu da coworking felsefesini olumsuz etkiliyor" (K10)

Coworking alanlarının Teknopark gibi bir yapılanma olmadığını belirten bağımsız kendi hesabına çalışan bir başka katılımcı ifadesinde herhangi bir muafiyetin söz konusu olmadığını altını çizmektedir.

"Teknopark filan gibi bir sistem muafiyet filan yok yani burada. Bir de firmayı buraya kayıtlı, bu adrese kayıtlı olarak gösteremiyoruz. Onun için insanların çoğunluğu kendi evlerini gösteriyorlar. Resmi olarak yani."(K4)

CWS'de bulunmanın ve çalışmanın kişisel yapıyla bağlantılı olsa da günün sonunda her türlü artı sağlayacağını belirten uzun süreli kullanıcı olan işveren bir katılımcı ise CWS'leri "girişime hız katan yapılar" olarak değerlendirmektedir.

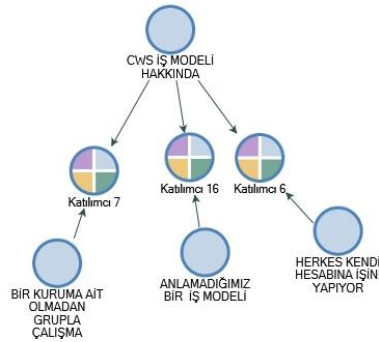
"Siz onu (girişimciyi) bir ofis daire tutmaya zorlarsanız belki de o işten bile vazgeçebilir. Burada o işi üç ay altı ay deniyor sözleşmesi aylık, kirası aylık olmuyorsa gidiyor. Devam etmeyeceğini söylüyor, ayrılıyor bunu bir ofiste dairede yapmak mümkün değil. Oraya yatırım yapmak gerektiğinden zor masası sandalyesi elektrik, doğalgazı, interneti uzun süreçler bunlar uzun iş yani. Burada öyle hiçbir süreç yok gelip kayıt yaptırıyorsunuz gidip sildiriyorsunuz hepsi bu. Bu da onlara hız katıyor onun için de burayı kullanmayı tercih ediyorlar bence." (K18)

CWS'lere ilişkin ifadelerinde genel olarak olumsuz yaklaşımı ile dikkat çeken bir katılımcı, CWS'leri herhangi yönetici ve kuralın olmadığı, “ticari kuruluşlar” olarak değerlendirmektedir.

“Burada ki sorun başınızda bir müdür, müdür yardımcısı, öğretmen olmadığı için herkes bireysel. Hem bireysel davrandığın kişilerin farklılıklarıyla siz bir arada kalabiliyorsunuz çünkü sabit bir kural yok. Sadece işyeri kuralı var. Kimi yüksek sesle telefonla konuşur. Mesela ilk başladığım 4 ay boyunca telefonum çaldı diye dışarıya çıktım. Beşinci, altıncıda da yaptım sonra bir baktım ki adama telefon geldiğinde küfür ede ede konuşuyor. Diyorum ki kendime, çok kasmamak lazım. Yani bu bir realite. Anlatabiliyor muyum yani” (K19)

Kategori 2. CWS lerin İş Modeli Hakkında İfadeler

Katılımcıların coworking alanlarındaki çalışma biçim ve modeli ile bu alanda çalışmanın anlamına ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar kapsamında yer alan ancak üretim, zaman, mekân, network, lokasyon, paylaşım, komünite ve işbirliği kapsamında yer almayan ifadeler “CWS İş Modeli” olarak bütünleştirilerek bu kategori altında ele alınmıştır. Katılımcıların CWS İş modeline yönelik ifadelerine ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı ise Şekil 34’te gösterilmektedir.



Şekil 34: Katılımcıların CWS'lerin İş Modeline Hakkında İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Bağımsız kendi hesabına çalışan C Alanı kullanıcısı bir katılımcı, CWS'deki çalışma modelinin De Koven'ın coworkinglerin ortaya çıkışında temel amaç olarak işaret ettiği ifadeye oldukça yakın bir deyişle, bir kuruma ait olmadan grupla çalışma ayrıcalığı olduğunu belirtmektedir.

“Burada çalışırken yani daha çok bir kuruma ait olmadan çalışmak. Bence iyi çünkü işyeri için bir yerde çalışmanız gerekmiyor, freelance de olsan bir araya gelip bir grupla çalışırsın yani.” (K7)

CWS’deki çalışma modeline ilişkin aslında herkesin kendi işini yaptığı bir alanın varlığına vurguda bulunan bir katılımcı, temel etken olarak motivasyona işaret etmekte ve verdiği cevapların geneli değerlendirildiğinde CWS’lerde herkesin aslında sadece kendi hesabına iş yapmakta olduğunu altını çizmektedir.

“Herkes kendi işini yapıyor, kendisi takip ediyor. Biz burada sadece mekânı paylaşıyoruz.” (K6)

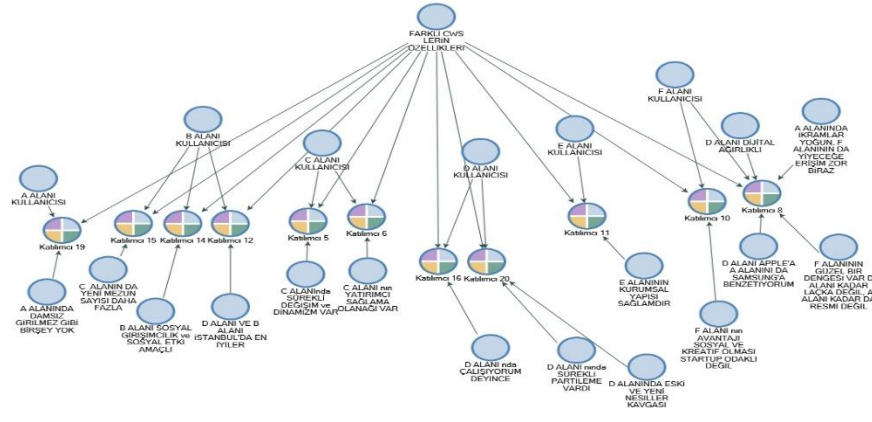
Bu alandaki çalışmayı anlamadığımız bir iş modeli olarak nitelendiren, ücretli bir D alanı kullanıcısı ise bu çalışma modelindeki sürekli değişim ve dinamizme vurgu yapmaktadır.

“Belki de buralar da bizim anlamadığımız bir “iş modeli” vardır. Ben de demiyorum tabi ofis tutsunlar arkaya çuhadan pano koysunlar felan. Ama o iş dediğimiz şeyin sonuç kısmı buralarda biraz eksik. Daha çok işin içinde geçirilen süreyi iş yaptık zannediyorlar. Mesela siz beş sene on sene uğraşsanız doktora tezinizle ve övünç olarak söylemezsiniz sonuca bakarsınız. Süreç bağımlısı diyorum ben bunlara. Faturanı kes, işi ver kapat olayı yani sürece neden bağımlısanız anlamıyorum. O kadar çok toplantı odası var ve hepsi dolu ne konuşuyorsunuz. Abi gidin azıcık da iş yapın. Bu sadece D alanı ile ilgili de bir şey değil bence yani dev gibi geliyor yeni nesil. İş yapma biçimi ile ilgili bence çok farklı. Bir en büyük dertleri esaret esir değilim ki ben beni gözleyecek kimse de olmasın eee tamam ne güzel ben de bayılmıyorum tabi de. Bir de o bir kendiliğinden üremiş bir kontrol mekanizması değil zaten, kontrol edilmesi gerektiği için o mekanizma var.” (K16)

Kategori 3. Farklı CWSler Hakkında Karşılaştırma İfadeleri

Katılımcıların ifadelerinin genelinde alanlar arası farklılıklara yer verdikleri dikkati çekmektedir. Katılımcıların alanlara ilişkin bu değerlendirmelerinin bir kısmının kullandıkları alan ile ilgili olduğu, bir kısmının ise diğer alanlar hakkında olduğu görülmektedir. Katılımcıların kendi aralarındaki paylaşım ve duyumların yanı sıra, alanlara ilişkin kişisel araştırma ve deneyimlerinin de konuya ilişkin ifadelerin oluşumunda etkin olduğunu söylemek mümkündür. 11 katılımcının ifadelerinde yer alan

karşılaştırmalar 15 kod etrafında yoğunlaşmaktadır. Konuya ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımına Şekil 35’de yer verilmektedir.



Şekil 35: Katılımcıların İstanbul'daki Farklı CWS'ler Hakkında Karşılaştırma İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

A alanını yaklaşık 3 senedir kullanan bağımsız kendi hesabına bir katılımcı, A alanına ilişkin alanın herkesin kullanımına açık olmasını eleştirmekte ve bu durumun komüniteyi bozduğunu belirtmektedir. Daha önce kısa süreli A alanını kullanan ve şu an F alanının kullanıcısı olan bir katılımcı A alanı ile D alanını karşılaştırmakta ve A alanını Samsung, D alanını da Apple kimliği ve tasarımı ile örtüştürdüğünü ifade etmektedir. Aynı katılımcı ayrıca A alanı ile F alanına ilişkin karşılaştırmasında, A alanındaki ikramların yoğunluğuna “hatta kilo alıyordum” şeklinde bir espi ekleyerek yer vermekte iken F alanında yiyeceğe ulaşmanın, hatta sipariş vermenin bile zorluğuna değinmektedir.

“Damsız girilmez diye bir kavram yok sonuçta burada. 15-25 yaş altı giremez diye de bir şey yok. Sadece kafeterya değil nispeten kütüphane kuralları gibi bir durum söz konusu. Ama bunun içinde hani o kütüphane kurallarını aştığımızda bir yaptırımda yok. Neticede bir bodyguardımız yok ki şöyle tutup dışarı atan.”(K19)

B alanının hem kullanıcısı hem de ücretli çalışanı olan bir katılımcı, alanın sosyal girişimcilik ve etki amaçlı yapısına işaret etmektedir. CWS alanını uzun süredir kullanmakta olan ve bu alana yöneticilerini yönlendiren ücretli bir başka katılımcı ise B alanının D alanı ile İstanbul’daki iki iyi alandan biri olduğunu ve ayrıca D alanının görece maliyetli olduğunu eklemektedir.

“B Alanını, diğer coworkinglerden ayıranlardan biri de zaten sosyal girişimcilik. Amaç zaten sosyal etki yaratmak. Bu motto ile yola çıktıklarından biri üye olmak istediğinde de

yaptığı işe bakıyorlar. Aslında bu komüniteye katkı sağlayabilir mi ya da birbirlerinden beslenebilecek pozisyonda mı felan reddedilebiliyor da” (K14)

C alanına ilişkin değerlendirme yapan 3 katılımcıdan ikisi de C alanının kullanıcısı iken diğer katılımcı daha önce alanı kullanmış olan bir B alanı kullanıcısıdır. C alanı kullanıcıları, alanda sürekli değişimin yarattığı dinamizme ve alanın yatırımcı sağlama olanağına dikkat çekmektedir. Diğer kullanıcı ise C alanını B alanı ile karşılaştırarak C alanındaki kullanıcı kitlesinin genç ve yeni mezun yoğunluğuna vurgu yapmaktadır.

“Buradaki insanlar sürekli değişiyor ve o yüzden dinamik burası yani. Buradaki üyelik öyle bir üyelik ki hani 3 ay gelip ben şu ay gelmeyeceğim ama sonrasın da gelirim diyebiliyorsun. Öyle üyelerimiz de var. İşte ben 3 ay gezicem sonrasın da geri geleceğim deyip gidiyorlar. Öyle de oluyor ya da bazıları ben sadece haftanın 2 günü gezicem deyip flexy üye oluyor. Öylede var.”(K5)

D alanına ilişkin ifadelerde bulunan 3 katılımcıdan ikisi şu an alanın kullanıcısı iken diğeri ise D alanını uzun süre kullanmış bir F alanı kullanıcısıdır. D alanı kullanıcılarından alanda sürekli bir partileme faaliyetinin var olduğuna ve bunun kuşaksal bir çatışma yarattığına dikkati çekerken diğer kullanıcı ise bu durumun yarattığı önyargıdan duyduğu memnuniyetsizliği dile getirmektedir. D alanına ilişkin dijital yoğunluğa vurgu yapan diğer katılımcı ise ayrıca alana ilişkin Apple benzetmesini kullanmıştır.

“Ben kime D Alanında çalışıyorum desem aaaa süper filan diyorlar. Böyle sanki bütün yaz plaj voleybolu oynuyoruz burada. Yani ekrandan kaldırmıyorum ki gözümü yani. Alandan birilerine de söyledim onlar anlatıyorlar böyle sinerji yaratılıyor filan. Dedim ki bir tane izleyici koyun herkesin bilgisayarına insanların whatsapp ve facebookta chatte ve instada geçirdikleri vakti ölçün. Net çalışma süresinin en az %20 si burada. Bu ne demek bu insanların her biri maaş aldıkları 5 işgününün bir gününü goygoya geliyorlar Türkçesi bu. Sadece buranın derdi değil D alanına özgü değil birçok yerde var filan da. Bu arada çok despot konuştum ama bu tür yerlerde daha fazla imkân veriyor. Bunu şu rahatlıkla söylüyorum ben dünyanın en rahat çalışabilen insanıyım. Her iş görüşmesinde koyduğum koşullar saat esnekliğidir, rahat çalışma koşullarıdır filan. Ben bile böyle diyorsam siz varın düşünün artık gerisini” (K16)

E alanına ilişkin kurumsal yapının sağlamlığına vurguda bulunan, uzun süredir bu alanı kullandığını ve değiştirmeyi düşünmediğini belirten katılımcı bu durumu şu şekilde dile getirmektedir.

“Beni etkileyen kurumsal yapısı oldu. Bir başka şey de yöneticilerin tavrı oldu aslında. Mesela Bey çok iyi bir yöneticidir. Arkadaşımız da aynı zamanda. Zor zamanları çok iyi idare etmesi, destek sunması, müşterileri birbirbiri ile tanıştıırıp onların birbirinden artı değer edinmesini önemseyen bir şirket burası”(K11)

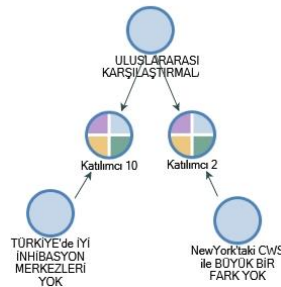
F alanına ilişkin olarak ise şu anda alanın kullanıcısı olan iki katılımcıdan biri alandaki dengeden duyduğu memnuniyeti ifade ederken diğeri alanın kreatifliğinin ve startup rekabetinden uzak olmasının sağladığı avantaja dikkat çekmektedir.

“Burası benim aradığım dengeyi çok güzel sağladı. Ne D alanı kadar laçka ne de A alanı kadar resmi, ikisi arasında güzel bir denge kuruyor”(K8)

Kategori 4. Uluslararası Karşılaştırma İfadeleri

Katılımcılardan uluslararası tecrübesi bulunan iki katılımcıya ayrıca yöneltilen “Türkiye’deki coworkingler ile yurtdışındaki coworkingler arasındaki farklara ilişkin değerlendirme yapar mısınız?” ek sorusuna verilen yanıtlar kapsamında oluşturulan bu kategori Tablo 5’te görüldüğü gibi Tema 4 altında konumlanmaktadır.

İki katılımcının kısa değerlendirmeleri ile iki kod etrafında biçimlenen bu kategorinin uluslararası coworking faaliyetlerini değerlendirmek açısından yeterli olmadığı açıkça görülmekle birlikte ifadelerin bütünlüğü açısından yer verilmesi uygun görülmüştür. Konuya ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 36’da yer almaktadır.



Şekil 36: Katılımcıların Uluslararası Farklı CWS'ler Hakkında Karşılaştırma İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Katılımcılardan bağımsız kendi hesabına faaliyet gösteren oyun tasarımcısı, daha önce yurtdışında CWS alanlarını kısa süreli de olsa kullandığını belirterek, Türkiye’deki inhibasyon merkezlerinin yetersizliğinin coworking alanlarına yönelimi arttırdığını ifade etmektedir.

“Dünya’daki örneklerine baktığınızda aslında Dutch Game Garden diye Hollanda da bir inkibasyon alanı var ve burası son beş on yılda belki de çok iddiaları projeler çıkaran ekiplere ev sahipliği yaptı. Böyle bir şey Türkiye’de yok bunun bir benzeri ATOM var ODTÜ Teknopark bünyesindeki o da çok da başarılı olup insanları çekebilmiş bir yapı değil bence. Bunun için coworkinglere gerek duyuluyor sanırım.”(K10)

Türkiye’de uluslararası bir sanat platformunun temsilini gerçekleştiren katılımcı ise daha önce yurt dışında bir coworking alanında hem kullanıcı hem de çalışan olarak bulunduğunu, aralarında kayda değer bir farklılık bulunmadığını ifade etmektedir.

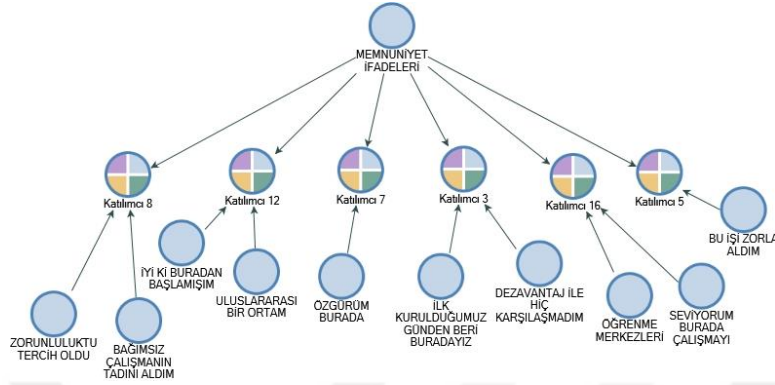
“Genelde aynı şeyler. Ama orada daha popüler olduğu için orada daha çok insan biliyor. Aslında ama yine de orada da bilen insanların belli bir eğitimi var. New York’ta mesela en çok startuplar vardı coworkte. Çünkü hani herhalde ofis bütçesiyle de alakalı bu. Yani startuplar zaten belli bir eğitime sahip oluyor genellikle.”(K2)

Kategori 5. Memnuniyet İfadeleri

Katılımcıların ifadelerinde yer alan ve herhangi bir coworking alanı özelinde olmayan CWS alanlarına ilişkin genel değerlendirmeler Memnuniyet İfadeleri kategorisi altında bütünleştirilmiştir. Katılımcıların ifadelerinde olumlu ve memnuniyet içeren değerlendirmelere yer verdikleri dikkati çekmektedir. Bu ifadelerin bütünleştirilmesi ile oluşturulan kategori Tablo 5’te görüldüğü üzere Tema 4 altında konumlanan kategorilerden birini oluşturmaktadır.

6 katılımcının, herhangi bir soru yöneltilmeksizin ifade etmiş oldukları coworking alanlarına ilişkin genel ifadeleri 10 kod etrafında bütünleşmektedir. Konuya ilişkin ifadelere yer veren 6 katılımcıdan 4’ünün iki koda, 2’sinin ise birer koda vurgu yaptıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların coworking alanına ilişkin değerlendirmelerinin sadece mekânsal kapsamda olmadığı, bu alandaki çalışma modelini de içermekte olduğu dikkati çekmektedir. 6 katılımcının 4’ünün ücretli olmaları nedeniyle ve aslında alan

sözleşmesi ve seçimini yapan kişiler olmaması da ayrıca belirtilmesi gerekli olan hususlardandır. Konuya ilişkin kodların katılımcılar arasındaki dağılımı Şekil 37’de yer almaktadır.



Şekil 37: Katılımcıların CWS'lere İlişkin Genel Kullanıma Yönelik Memnuniyet İfadeleri

Kurumsaldaki işinden ayrılması ve evde çalışmanın zorlukları sonucunda zorunluluk nedeni ile coworking alanında çalışmaya başladığını belirten işveren bir katılımcı bağımsız ve coworking alanında çalışmaktan duyduğu memnuniyeti aşağıdaki şekilde dile getirmektedir;

“Coworking alanı bazı kişiler için bir tercih olurken, bazıları için de zorunluluk olabiliyor. Mesela benim için ilk başlarda bir zorunluluktan sonradan kesinlikle tercihe dönüştü”(K8)

Coworking alanının sağladığı serbestlik ve esnekliği öne çıkaran bir bağımsız kendi hesabına çalışmakta olan ürün tasarımcısı katılımcı, CWS'nin kendisine sağladığı özgürlüğün altını çizmektedir.

“Burası çok farklı burada özgürüm yani. Yeni bir şeyler yapmayı, yaratmayı ve işimi kişiselleştirebilmeyi seviyorum, burası bana özgürlük sağlıyor” (K7)

Ücretli çalışmakta olan bir katılımcı, çalışmaya CWS’de başlamanın memnuniyetini belirtmekte ve uluslararası bir ortam olmasının kişisel gelişimine sağladığı katkıya önemle değinmektedir.

“Ben mesela iş ararken burayı bilerek seçmedim ben tesadüfi gelişti ama iyi ki dedim buradan başlamışım. Bundan sonra koşullar ne olur bilemem ama burada olmaktan mutluyum”(K12)

Yine alanda ücretli çalışmakta olan bir katılımcı CWS’de üniversiteden arkadaşlarının ve hocalarının çalıştığını ve kendisinin de alanda çalışmak için bu işi özellikle istediğini belirtmektedir.

“Buraya gelmeden zaten yarısını tanıyordum buranın. Bizim bölümün çoğunluğu buradaydı hocalar felan da hatta. Editör arıyorlardı CV verdim bekledim dönmediler sonra aradım sordum ne oldu diye filan aslında işi biraz zorla ve uğraşa uğraşa aldım diyebilirim”(K7)

Ücretli çalışan katılımcılardan bir diğeri ise yöneticisinin daha önce yurt dışında coworking alanlarına ilişkin tecrübesi bulunmasının, onları şirketin kuruluşu sırasında CWS’ye yönelttiğini belirtmekte ve bir seneye yaklaşık kullanımları süresince hiçbir olumsuzlukla karşılaşmadığını da vurgulamaktadır.

“Aslında teklif üzerine başladım ben buraya ve aklımda olan bir şey değildi yani ve şirketi kurduğumuz anda da başladık buraya zaten. Şöyle oldu şirket kurulma aşamasında şimdi bunu nasıl yapsak diye yapılandırırken bunu tercih ederek şirketi kurduk. İş arkadaşım yurtdışındaydı. Orada zaten böyle bir yerde çalışıyordu. Öyle olunca da hani Türkiye’de bunun muadili yerler neresidir diye aradık. Burayı onun için seçtik ve bir senedir de hiçbir dezavantajla karşılaşmadık hep faydayız yani” (K5)

Coworking alanlarındaki yeni nesil gençlerin iş yapma modellerini eleştiren ve coworking alanlarını öğrenme merkezleri olarak niteleyen bir katılımcı aynı zamanda da burada çalışmanın üniversite ortamına yaptığı çağrışıma işaret etmektedir;

“Ben coworking ofisler yokken de cafeden çalışmayı çok seviyordum. Üniversite zamanında falan onları hatırlatıyor bana burası, onun için sanırım seviyorum burada çalışmayı.” (K16)

Coworking alanlarına ilişkin görüşlerin birbirinden oldukça farklı hususlarda seyrettikleri dikkati çekmektedir. Bazı katılımcılar tarafından yatırımcıların gençleri sömürdüğü hayal satılan yerler veya sadece ticari kuruluşlar olarak değerlendirilen coworking alanları, bazı katılımcılar tarafından ise öğrenme merkezleri ve bilgi denizi, mülkiyetten uzaklaşmayı sağlayan, girişime hız kazandıran ve felsefesi olan sürdürülebilir yapılar olarak ifade edilmektedir. İfadelerdeki bu uçlar, beklentilerin farklılığına işaret etmenin yanı sıra

katılımcıların bulundukları veya daha önce deneyimledikleri alanların özelliklerinden biçimlenen bir bakış açısının sonucu olarak değerlendirilebilir. Sağladığı mekân ve network desteği ile hem kendi hesabına çalışanların hem de işverenlerin tercihi olan coworking alanlarında, katılımcıların çoğunluğunun yaklaşımının olumlu olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca oldukça yakın bir tarihi olan coworking alanlarının dünyadaki alan sayısı ve kullanıcı sayısının fazlalığı ve artış hızı, bu alanlara ilişkin kabul, memnuniyet ve katkıya ilişkin bir gösterge olarak değerlendirilmelidir. CWS'lerin her birinin farklı kitlelere hitap etmekte olan ticari amaçlı kuruluşlar olduğu bir gerçek olmakla birlikte CWS'ler mekân tüketiminin ve paylaşımın gerçekleştiği ve kullanıcılarına birçok anlamda katkı sağlayıcı hibrit yapılanmalardır. Son dönemlerde yerel yönetimler tarafından da sunulan bir hizmet olan coworking alanları ticari mekân olmanın ötesinde işgücü piyasasının ihtiyacına yanıt veren kurumlar haline gelmektedir. Yapıların sahip oldukları konsept ve profil oluşturma gerekliliği ise hem ticari kuruluş olmalarından kaynaklı tüketici hedef kitlenin varlığına duyulan ihtiyaçtan, hem de benzeşen profillerin birbirine sağlayacağı sinerjik kümelenme etkisine duyulan ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır. Bu noktada CWS alanlarının her biri kendini farklı konumlandırmaktadır.

Buna göre, Coworking alanlarının kendilerini ifade etmek amacıyla kullandıkları ifadeler baktığımızda, A alanının “paylaşımlı ofis kafe”, B alanının “Sosyal etki odaklı çalışan ve sosyal farkındalığı olan birim ve kurumları bir araya getiren bir ekosistem”, C alanının “Yaratıcılık ve etkileşim platformu”, D alanının “Şehrin ortasında –sev-yarat-paylaş- konsepti üzerine bir topluluk”, E alanının “Türkiye’nin yerli sanal ofis ve hazır ofis sağlayıcısı”, F alanının ise “Etkinlikler dışında yaşanabilir bir kültür sanat merkezi” tercihinde bulunduğu görülmektedir. Bu ifadeler coworking alanlarının aralarındaki konsept ve amaç farklılıklarını açıkça belirtmekle birlikte, ofis hizmetinin ötesinde sosyal faydadan, paylaşmaya, kafeden sanat merkezine geniş bir dağılım sergilediklerini de göstermektedir. Buradan hareketle bu konseptlerin, mekânın mimarisinden dekorasyona, çalışan profilinden etkinlik-organizasyon içeriklerine ve hatta sunulan yiyecek ve içeceklere kadar her noktada en ince detayına kadar farklılaşabilen, dikkatlice planlanmış ve gerçekten hissedilebilir alanlar oluşturduklarını belirtmek önemli ve gereklidir.

Görüşülen alanların faaliyetlerine ve yapılanmalarına ilişkin farklılıklar ise Tablo 8’de sunulmaktadır.

Tablo 8: Görüşmelerin Gerçekleştirildiği Alanların Faaliyetlerine Ve Yapılanmalarına İlişkin Farklılıklar

Co-Working Spaces	Kuruluş	İstanbul Dışı Faaliyet Gösterilen Şehirler	Uluslararası Destek ve Faaliyet	Şube-Lokasyon	Kurumsal Müşteri	Kurumsal Partner	Girişimcilik Destek Programı	Kullanıcılara İndirim ve Ayrıcalıklar
A Alanı	2014	+	+	12	+	+	+	+
B Alanı	2015	+	+	1	+	+	+	+
C Alanı	2014	+	+	1	+	+	+	+
D Alanı	2015	-	+	4	+	+	+	+
E Alanı	2012	-	-	8	+	+	+	+
F Alanı	2016	-	-	1	+	-	-	+

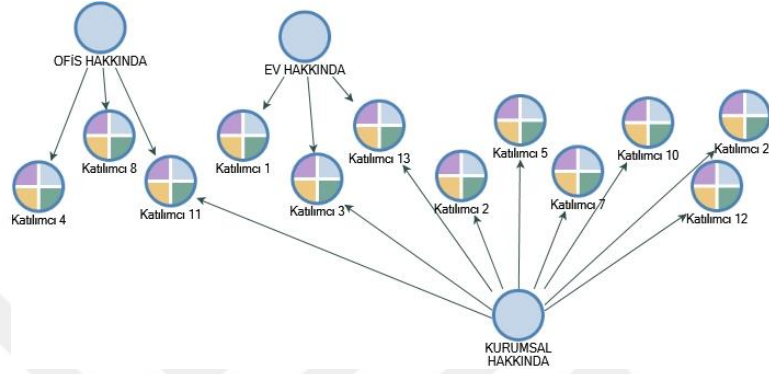
Türkiye’deki faaliyetleri genellikle 2010 yılı ve sonrası olarak yoğunlaşan coworking alanları, uluslararası zincirin bir parçası olabileceği gibi ulusal sermaye tarafından oluşturulmuş uluslararası bağlantı ve desteği olan –olmayan yapılanmalar da olabilmektedir. Lokasyon sayıları büyüklüklerine göre değişkenlik gösterebildiği gibi bunu tercih etmediklerini çünkü bu dağılımın konsepti bozmasından endişe ettiklerini belirten alanlar da bulunmaktadır. CWS alanlarının hepsinin büyük veya orta ölçekli kurumsal işletmelere de ofis sağladığı görülmektedir. Ayrıca CWS’lere ilişkin edinilen bilgilere göre, alanların sadece birisinin bir girişimcilik destek programının parçası olmadığı ve kurumsal bir partnerle birlikte çalışmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların CWS’lere ilişkin ifadeleri ve memnuniyetleri, konseptin kendi profillerinin yanı sıra amaç ve ihtiyaçları ile uygunluk derecesine bağlı biçimlenmektedir. Alan konsepti ile beklenti ve profilleri örtüşen katılımcıların memnuniyet seviyeleri yüksek iken, profil ve beklentileri ile örtüşmeyen alanı herhangi bir başka nedenle (maliyet, lokasyon gibi) seçen kullanıcının memnuniyetinin düşük olduğu da dikkati çekmektedir. Dolayısıyla alanların farklılaşmasının ve daha farklı profillere, kimliklere ulaşmasının daha çok insanın bu çalışma mekanlarını tercih etmesiyle gerçekleşebileceği düşünülmektedir.

4.6.2.5. Tema 5: Coworking Alanlarına Alternatif Çalışma Mekânları

Katılımcılara alternatif çalışma mekânlarına ilişkin bir soru yöneltilmemiş olsa da ifadelerinde daha önce çalışmakta oldukları mekanlara sürekli atıfta bulunarak karşılaştırma yaptıkları dikkati çekmektedir. Coworking alanlarının ev, ofis ve kurumsal ile farklılaşmasını netleştiren bu ifadeler “CWS’ye Alternatif Mekânlar” başlığı altında bütünleştirilmiştir. Tablo 5’te görüldüğü üzere Tema 5 kapsamında 3 kategori yer almaktadır.

Katılımcıların ev, ofis ve kurumsala ilişkin yaklaşımları olumlu-olumsuz ekseninde dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Katılımcılardan en yoğun göndermenin kurumsal

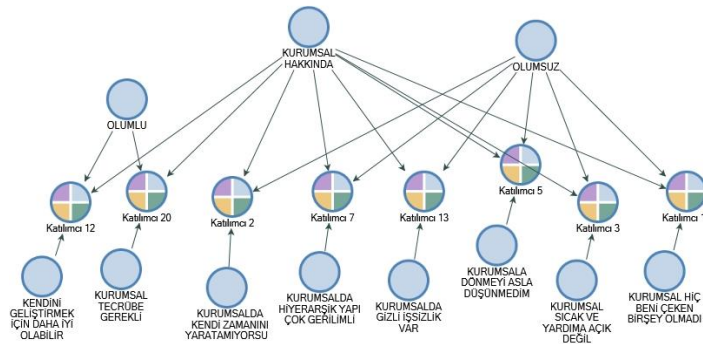
alana olduğu dikkati çekerken, buradaki kurumsal çalışmanın bağımlı çalışmayla eşleştirildiği ve mutlaka bir plaza çalışması olmadığı bazen de bir startupta çalışmayı da ifade edebileceği unutulmamalıdır. Bu ayrıma geleneksel bağımlı çalışmaya ilişkin görünürlüğün bölünmemesi amacıyla yer verilmemiştir. Katılımcıların coworking alanlarına alternatif çalışma mekânlarına ilişkin ifadelerinin kod dağılımı Şekil 38’de yer almaktadır.



Şekil 38: Katılımcıların CWS'ye Alternatif Çalışma Modellerine İlişkin İfadelerinin Kod Dağılımı

Kategori 1. Kurumsal Çalışma

Kurumsal çalışma hakkında, katılımcıların 6’sı olumsuz ifadeler belirtirken, 2’sinin yaklaşımının ise olumlu olduğu görülmektedir. Coworking alanlarına alternatif çalışma mekânı olarak kurumsal çalışmaya yönelik ifadelerin katılımcılar arasındaki kod dağılımı Şekil 39’da yer almaktadır.



Şekil 39: Katılımcıların Kurumsal Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu Veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Buna göre, kurumsal çalışmaya olumlu yaklaşan 2 katılımcıdan biri, kurumsal çalışmanın kişisel gelişime sağlayacağı katkıya yer verirken diğeri ise çalışma anlayışının yerleşebilmesi için mutlaka kurumsal tecrübenin gerekliliğine işaret etmektedir. Bu

katılımcılardan biri bağımsız çalışmakta iken diğeri ise ücretli çalışmaktadır. Bağımsız çalışmakta olan katılımcının kurumsalda çalışma isteğinin kendisine yönelik olmadığı, kurumsal tecrübesi bulunan birini çalıştırmaya yönelik bir istek olduğu dikkat çekmektedir.

“Ben isterim ki bir gün eleman çalıştırırsam. Mutlaka kurumsal hayat görmüş olsun çünkü kötü olsa bile kurumsal hayatta gördüğü yanlış şeyler bile onun çalışma algısını geliştirir.” (K20)

Kurumsal çalışmaya olumsuz yaklaşan 6 katılımcının 3’nün bağımsız kendi hesabına çalıştığı, 3’ünün ise ücretli olduğu görülmektedir.

Bağımsız kendi hesabına çalışan katılımcılardan daha önce bir startupta ücretli olarak çalışan bir katılımcı, kurumsal çalışmanın kendisine hiçbir zaman cazip gelmediğini belirtmektedir. Kurumsala hiç yönelmediğini belirtirken katılımcının kurumsal çalışmayı kurumsallaşmış, formal bir işyeri anlamında kullandığı düşünülmektedir.

“Kurumsal bir yerde çalışmışlığım yok. Genelde freelance çalışmışlığım var. 8-10 sene kadar çeşitli reklam ajanslarına freelance olarak çalıştım ama birçok toplantıda deneyimledim ya da daha doğrusu gözlemledim diyelim ve beni hiçbir zaman çeken bir şey olmadı kurumsal çalışma model”(K10)

Daha önce bankacılık alanında çalışan ve kurumsalı deneyimlediğini belirten bir başka katılımcı ise kurumsala dönmeyi düşünmediğini ifade etmektedir.

“Benim zaten bölümüm değildi ama kendimi bir anda bankacılıkta buldum. Çünkü yeni mezundum ne yapmak istediğimi bilmiyordum filan. Ama bankacılık bana göre değildi ve asla geri dönmeyi düşünmedim.” (K5)

Katılımcıların, kurumsal çalışmaya ilişkin diğer eleştirileri ise kendi zamanını yaratamama, hiyerarşi, gizli işsizlik, soğuk bir ortamın varlığı ve yardıma açık olmadığı biçimindedir.

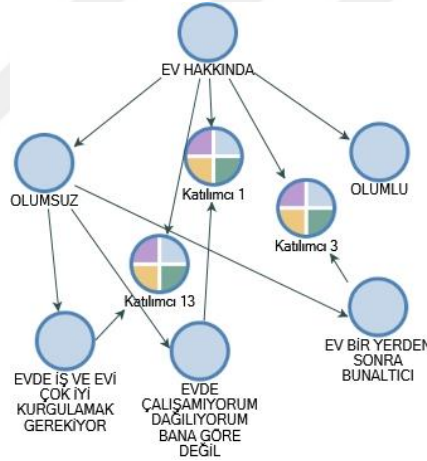
“09:00-18:00 ya da mesai saatiniz neyse o saatler arasında orada kalmak zorundasınız kurumsal şirketlerde özellikle böyle ama başka bir yerde çalıştığınızda da fark etmez. Gizli işsizlik diye bir şey var ben hatırlıyorum beş sene çalıştığım

yerde saat dörtten sonra bitiyordum ben çünkü ofis havasız bu uzun vadede inanılmaz verimliliği düşürüyor yani neden durmak zorundayım orada.”(K13)

“Kurumsalda hiyerarşik yapı çok daha gerilimliydi ve orada açık ofiste çalışmak beni rahatsız ediyordu. Şefim direk ekranımı görecektik şekilde konumlanmıştı ve kendinize özel bir durumunuz olamıyordu ya da daha odaklanıp çalışmak isterseniz öyle bir şey yoktu. Çünkü görmek istiyorlar sizi o yüzden açık ofis gibi ama tam da açık ofis gibi değil aslında. Oradaki açıklık gözetleme anlamındaydı ve tasarım da hâkimiyet kurmak üzerineydi “(K7)

Kategori 2. Evde Çalışma

Evde çalışmaya ilişkin değerlendirmelerinde tamamı olumsuz ifadelerle yer veren 3 katılımcı bulunmaktadır. Coworking alanlarına alternatif çalışma mekânı olarak evden çalışmaya yönelik ifadelerin katılımcılar arasındaki kod dağılımı Şekil 40’da sunulmaktadır.



Şekil 40: Katılımcıların Evden Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu Veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Bu katılımcılara ek olarak daha önce de coworking alanında çalışmaya yönelme ve devam etmeye ilişkin etkenlerin yer aldığı kategorilerde, evden çalışmada sosyalleşememe ve düzen oluşturmama hususlarında ifadelerin var olduğu dikkati çekmektedir. Ancak evden çalışmaya ilişkin bu ifadelerle daha önce yer verildiğinden tekrar konu edinilmesi uygun görülmemiştir.

Evde çalışmaya ilişkin ifadelerin tamamının olumsuz olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca evden çalışma genellikle bağımsız çalışmayla eşleştirilse de, bu katılımcılardan sadece

birinin bağımsız çalıştığı, birinin ücretli akademisyen olarak görev yaptığı ancak bunun dışındaki bağımsız işleri için alanı kullandığı ve diğerinin ise eğitim danışmanlığı alanında hizmet veren bir işletmede ücretli çalıştığı dikkati çekmektedir.

Eve ilişkin tutumları olumsuz olan katılımcılar, evde çalışırken odaklanma zorluğuna ve evde sosyalleşme zorluğuna vurgu yapmaktadır. Hem akademisyenlik yapan hem de bağımsız çalışan bir katılımcı evdeki işleri kurgulamanın ve izolasyonun zorluğuna işaret etmektedir.

“Ben evde çalışabilen biri değilim o kadar net yani onu fark ettim bu süreçte. Zor süreç çünkü evde çalışmak. Çok dağılabiliyor insan. Evet, çok dağılıyor. Kendi zihninin gürültüsünden çalışmıyor bir kere. Ama evde kendini izole olmak bir şey yapmak çok zor bir şey. Özellikle de belli bir yaştan sonra. Hani 20 yaşındayken oluyor da sonrası biraz zor yani.”(K1)

Bağımsız kendi hesabına çalışan katılımcılardan biri, evde çalışırken yalnızlaşmanın altını çizmektedir.

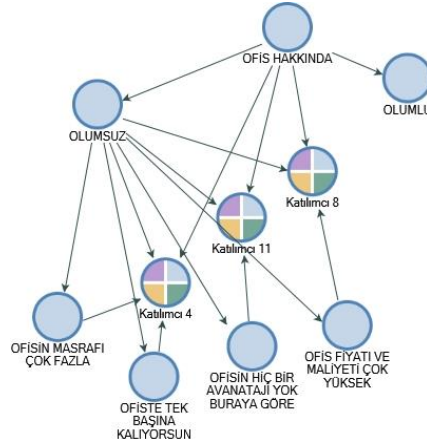
“Evde dengeyi çok iyi kurgulamak lazım işte. Ben gerçekten böyle yaşayacağım felan diye bir de çok yalnız kalıyorsunuz. O zaman ben gün içinde kot giyip evde öyle çalışıyorum genelde belki öğlen çıkıp dışarıda yemeniz lazım felan. Çünkü bir süre sonra farklı farklı çözümler üretiyorum ben haftada iki veya üç huba gelmeye çalışıyorum son dönemlerde üç oluyor genelde.” (K13)

Ücretli bir çalışan olan katılımcı ise coworking alanının sahip olduğu dinamizm ile eve iyi bir alternatif olduğunu şu şekilde dile getirmektedir.

“Biz yeni bir şirketiz. Bu yüzden burada olmasaydık eğer homeoffice çalışacaktık. Öyle olunca da bir yerden sonra bunaltıcı olabiliyor. İşte burada sürekli dinamizm var.”(K3)

Kategori 3. Ofiste Çalışma

Ofiste çalışmaya ilişkin değerlendirmelerde bulunan 3 katılımcının ifadelerinin tamamının olumsuz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Coworking alanlarına alternatif çalışma mekânı olarak ofiste çalışmaya yönelik ifadelerin katılımcılar arasındaki kod dağılımı Şekil 41’de yer almaktadır.



Şekil 41: Katılımcıların Ofiste Çalışma Kategorisi Hakkında Olumlu veya Olumsuz İfadelerine İlişkin Kod Dağılımı

Ofise ilişkin değerlendirmelerde bulunan katılımcılardan ikisinin daha önce kendi ofislerine sahip oldukları ve bu deneyime ilişkin tutumlarının ekonomik gerekçeler ekseninde olumsuz olduğu görülmektedir. Katılımcılardan birinin daha önce ofis sahibi olduğu diğer ikisinin ofise sahip olmadığı ancak ofis açmak için araştırma yaptıkları ve zaten coworking alanına yöneliminin ofisteki maliyet nedeniyle olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan ofisteki yalnızlığa da vurguda bulunan diyetisyen bir katılımcı, coworking alanını öncelikle ofis maliyetinin yüksekliği nedeniyle tercih ettiğini belirtmekle birlikte şu anda coworking alanını bırakıp bir ofis açma şansı olmasına rağmen bunu tercih etmeyeceğini ifade etmektedir.

“Kendime ait bir yer açıp oranın masrafları buradan kat kat daha fazla olacaktı. Kendim için eşya almama gerek yoktu. Benim ihtiyacım olan ekstra şey tartıydı ki onu bile ikinci elden ucuza mal ettim. Çok aşırı profesyonel bir şey de almadım. İşimi görebilecek kadar profesyonel bir tartı aldım.”(K4)

Daha önce farklı lokasyonlarda iki ofise sahip olan bağımsız kendi hesabına çalışan bir başka katılımcı, bir daha tekrar ofise dönmeyeceğini net bir şekilde vurgulamaktadır.

“Daha öncesinde Tahtakale, Eminönü’nde birkaç yerde vardı kendi ofisim. Şimdi onları kullanmıyorum gerek yok yani, bir daha da açmayı düşünmüyorum çünkü hiçbir avantajı yok” (K11)

Ofis açmak için yaptığı araştırmalarda arzu ettiği gibi iyi lokasyonların yüksek maliyetli, düşük maliyetli han gibi yerlerin ise prezentasyonunun uygun olmadığını belirten katılımcı, ofisten coworkinge yöneliminin aslında ekonomik olduğunu dile getirmektedir.

“Coworking alanlarında çalışmak istiyorum diye aslında o zaman aldığım karar coworking de değildi de bir ofis açmak üzerineydi daha sonrasında gidip tekil ofis araştırdım fiyatlar yüksek geldi tabi. Ofiste çalıştığınızda yemeğin suyun kahveniz sorun. Her şeyi outservis etmek zorunda kalmanız gibi sıkıntılar da var mesela.”(K8)

Coworking alanlarındaki çalışmanın kurumsaldan daha esnek, ofisten daha ucuz ve evden ise daha sosyal ve daha düzenli olduğuna ilişkin genel bir değerlendirme aynı zamanda katılımcıların temel etken ve tercih etme nedenlerinde de yoğunlaştığı dikkati çekmektedir. Ofise ve eve ilişkin ifadelerde bulunan katılımcıların tamamının bağımsız çalışmakta olması şaşırtıcı değildir. Kurumsala ilişkin ifadelerdeki olumsuz yargının ise, çoğunlukla deneyimlerden kaynaklandığını ancak sadece önyargı biçiminde ifadelerin de bulunduğunu söylemek mümkündür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Coworking alanlarındaki işbirlikçi-ortak çalışmaya ilişkin paradigmların belirlenmesini amaçlayan söz konusu araştırma, aynı zamanda CWS lerin detaylı incelenmesini de kapsamaktadır. Bu kapsamda ele alınan CWSler çalışma mekânlarındaki değişimin yanı sıra üretim ve tüketim paradigmlarındaki dönüşümün sonuçlarından biridir. 21.yy ın bağımsız, işbirlikçi ve paylaşımcı yeni çalışma formlarına ev sahipliği yapan CWSler hizmet ve bilgi üretiminin yoğunlaştığı alanlardır.

Ortaya çıktıkları 1995'ten bu yana sayıları hızla artan CWS ler ilk bakıldığında ofis, masa, toplantı salonu, etkinlik alanı gibi mekânsal ihtiyaçlar ile adres ve lokasyon sağlayan ayrıca idari işler olarak sekreteryâ, temizlik, çay-kahve-ikramları içeren kiralama sistemli paylaşımlı çalışma mekânlarıdır. Ancak coworking alanları bu paylaşımın ötesinde bir felsefe paylaşımını da ifade etmektedir. Coworking alanları sağladığı komünite ortamında kullanıcılarının işbirliği ile işlerine katkı sağlayabildikleri sosyal sermayelerini geliştirebildikleri, eğlenebildikleri, yaratıcılığı, aidiyeti ve dayanışmayı attıran prestijli etkinlik ve çalışma mekânlarıdır.

Esasta bir işletme olarak faaliyet gösteren ve dolayısıyla amacı kar elde etmek ve müşteri memnuniyeti sağlamak olan CWS ler de farklı çalışma formlarını bir arada görmek mümkündür. CWS lerde gerçekleşen işbirlikçi-ortak çalışma kullanıcılarının kavramsal olarak dile getirmedikleri ve ancak fiili anlamda gerçekleştirdikleri bir çalışma formudur. 21.yy çalışma formlarından biri olan işbirlikçi-ortak çalışma yaratıcı yenilikçi olmayı zorunlu kılan, teknoloji eksenli, dinamik yeni ekonomik yapılanmada güç ve kaynak paylaşımını esas alan rekabetçi bir çalışmadır.

Sermayesi paradan ziyade sosyal çevre ve bilgi haline dönüşen yeni ekonomik yapı farklı bilgi deneyim ve uzmanlıklara sahip bir ağda konumlanmayı gerektirmektedir. Coworking alanlarındaki sinerjik etki ile gerçekleşen işbirlikçi-ortak çalışma bilgi ve becerinin raf ömrünün kısaldığı bu dönemde öne çıkan çalışma formlarından biridir.

21.yy.ın özerkleşen çalışma yaklaşımındaki formların dezavantajlarına ilişkin bir çözüm önerisi olarak ortaya çıkan CWSler çalışmanın dönüşümünün gözlenebildiği ve gelecekteki çalışma paradigmlarına ilişkin önemli ipuçlarını barındıran çalışma

mekânlarıdır. Bu nedenle tanımlanması ve değerlendirilmesi geleceğin çalışma formlarına yönelik oluşturulacak politika ve stratejiler açısından önem taşımaktadır.

İlişkisel mekânlar olan çalışma mekânları işgücü için çalışmanın ötesinde sosyalleşme, paylaşma, kişisel gelişim, aidiyet içeren alanlar iken işveren için ise çalışmanın yanı sıra işgücünün yönlendirilmesinde görsel ve tasarımsal öğeleri taşıyan alanları ifade etmektedir. İşyeri ile mekânsal bağı ve/veya istihdam bağı kopan kendi hesabına çalışmada işgücü üretebilmek, işbirliği yapabilmek, öğrenmek ve sosyalleşebilmek için fiziksel ya da belki sanal bir alana ihtiyaç duymaktadır.

İşveren için ise mekan iç müşteri olarak nitelenen çalışanların memnuniyet, motivasyon, yaratıcılık ve verimliliklerinin yükseltilmesinde kullanılan organizasyonel bir araç niteliğindedir. Hem kendi hesabına çalışan hem de işveren için bu ihtiyaçları farklı mekânlarda karşılamak mümkün olsa da coworking alanları bu ihtiyaçların karşılanmasında paylaşımlı sistemi sayesinde fiyat/fayda avantajı ve alternatif hizmetler sağlayabilen etkin mekânlardır. Ayrıca komşu ve partner ilişkisinin de pazarlandığı coworking alanları kiminle, neyi, nerede paylaşabileceğinizi seçme olanağı sunmaktadır.

Dolayısıyla sahip olduğu kimlik kültür ve ağ aracılığıyla kullanıcılarına beslenme alışkanlıklarından yaşam tarzına sahip olunan vizyondan lokasyona ve hatta kahve çeşitliliğine kadar çok farklı çerçevelerde hizmetler sunan bu mekânlar hem benzeşenleri hem de farklılıkları bir araya getirmektedir.

Söz konusu araştırma ise, CWS alanlarına ilişkin kullanıcı profilini, alanlara yönelik değerlendirmeleri ve CWS lerde gerçekleşen işbirlikçi-ortak çalışma formu ile paradigmalarının analizi amacıyla tasarlanmıştır.

İstanbul Avrupa yakasında faaliyet gösteren 6 coworking alanında, 20 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşme bulgularından elde edilen sonuçlar ise, bütünlük amacıyla araştırmada ulaşılan tema, alt tema ve kategori sıralamasından bağımsız olarak sunulmuştur. Buna göre sonuç bölümü üç başlıkla ele alınmıştır.

Coworking alanı kullanıcılarına yönelik sonuçlar:

Coworking alanı kullanıcılarının, çok farklı meslek ve alanlarda faaliyet göstermekte oldukları tespit edilmiştir. İşbirlikçi çalışmayı mümkün kılan bu durum ayrıca kullanıcıların sürekli birbirlerinden öğrenebilecekleri bir şeylerin var olmasını da sağlamaktadır. Eğitim düzeyleri yüksek olan kullanıcıların çoğunluğunun lisans eğitimine sahip oldukları belirlenmiştir. Dolayısıyla kendi alanlarında uzman bilgisine sahip olan kullanıcıların çoğunluğunun aktarılabilecek bir bilgi birikimine de sahip oldukları düşünülmektedir.

Cinsiyet dağılımı açısından belirgin bir yoğunlaşmanın saptanmadığı coworking alanlarında yaş dağılımının ise genç yoğunluklu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir husus ise, coworking alanlarının birçoğunun kullanıcı kitlesi oluşumunu doğal akışa bırakmadığı ve komünite tasarımı ile gerçekleştirdiğidir. Böylelikle birbirine faydalı olabilecek meslek ve faaliyetler yoğunlaştırılırken, yaş ve cinsiyet dağılımında ise denge oluşturulmaya çalışılmaktadır. Komünite tasarımında ayrıca kullanıcıların paylaşıma inanan, CWS ye katkıda bulunabilecek ve uyum sağlayabilecek kişiler olmalarına da dikkat edilmektedir.

Kullanıcılara ilişkin dikkati çeken bir başka öge ise, çok sayıda yabancı kullanıcının varlığıdır. Bazen gezgin ve geçici olarak bazen de uzun süreli olarak CWS yi kullanmakta olan yabancıların komüniteye sağladığı kültürel çeşitlilik, paylaşım ve kazanımlar açısından da önem taşımaktadır.

Farklı uzmanlık ve alanlardaki, farklı bilgi ve deneyimlerin kullanıcılar tarafından bazen gözlemleyerek sosyal öğrenme ile bazen kahve içerken paylaşım danışarak veya seminer, atölye gibi etkinliklerdeki aktarımlar ile paylaşıldığı gözlemlenmiştir.

Genellikle yaratıcı alanlarda bilgi ve hizmet üretiminde faaliyet gösteren kullanıcıların birçoğunun teknolojiyi aktif kullandıkları da dikkati çekmektedir. Bu noktada teknolojiden kasıt ise, çalışmanın her yerden gerçekleştirilmesini mümkün kılan bilişim teknolojileri, uzmanlık alanlarına ilişkin yazılımları kullanma ve oluşturmanın yanı sıra aktif kullanılan web sayfaları ile sosyal medya platformları biçimindedir. Kullanıcıların teknoloji kullanımları ve teknoloji ile iç içe ilişkileri CWS lerin dijital çalışanlara yönelik

alanlar olduğuna dair bir algı oluştursa da bunun gerçeği yansıtmadığı da gözlemlenmiştir.

Kullanıcıların teknolojinin işe olan etkilerine yaklaşımlarının olumlu olmakla birlikte konuya ilişkin bir endişe taşımadıkları ve teknolojiyi işin geliştirilmesinde kullanılan bir araç olarak değerlendirdikleri belirlenmiştir.

CWS lerin etkinlik/ortak alanlarında veya ofislerinde elinde kahvesi, dizinde bilgisayarı çok sayıda kullanıcıyı bir arada çalışırken görebilmek mümkündür. Aynı zaman ve mekânda çalışan, sosyalleşen, öğrenen ve eğlenen kullanıcıların çoğunluğunun birbirlerini tanıdıkları gözlemlenmiştir. Kendi anlık ileti gruplarına da sahip CWS lerde, iletişimin çok hızlı gerçekleşebildiği ve hemen her konuda paylaşımın gerçekleştirildiği de gözlemlenen sonuçlardan biridir. Paylaşım ve işbirlikçi yapısı ile bilginin dolaşımını da destekleyen coworking alanlarının her köşesinde gruplaşmış sohbet halinde kişiler görebilmek de mümkün olabilmektedir. Kullanıcılar arasında yoğun bir sosyal öğrenmenin varlığının tespit edildiği CWSler ayrıca öğrenmenin sürekli hale geldiği mekânlardır.

Eğitimler, etkinlikler, atölyeler bazen dışarıdan davet edilen uzmanlar, sanatçılar,... ; bazen de alan kullanıcıları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu aktarımlar işe ilişkin deneyimlerden, mevzuat bilgilendirmelerine, kişisel gelişimden, nefes egzersizleri, yemek yapımı atölyelerine, dans gecelerinden şiir dinletilerine kadar çok geniş bir yelpazede gerçekleşmektedir. Kullanıcıların alan içerisindeki bilinirlik ve görünürlüklerini arttırmaları dolayısıyla networke olumlu katkı sağlayan bu organizasyonların aynı zamanda kişisel gelişim ve iş-yaşam dengesinin sağlanması gibi olumlu etkilerinin de var olduğu da tespit edilmiştir.

Birbirlerinin faaliyetleri hakkında bilgiye sahip olan, birbirlerini tanıyan veya sadece ortak mekân kullanımı nedeniyle kulak veya göz aşinalığı olan ya da bazen de bir başka kullanıcının önerisi ile gerçekleşen alışveriş ve işbirliklerinin de kullanıcılarının iş geliştirmeleri açısından önemli bir fırsat oluşturduğu belirlenmiştir. Kullanıcıların çoğunluğunun alan içerisine iş yapmakta oldukları dikkati çekmekle birlikte bir zorunluluk olmamasına rağmen kullanıcıların ihtiyaçlarında öncelikle alan içini tercih ettikleri de ulaşılan sonuçlardan biridir. Bu ilişki ağı çerçevesinde modernize edilmiş

hanlar olarak da değerdendirilen coworking alanları kullanıcılarına sağladığı gelişim ve yatırım olanakları noktasında ise han yapılanmalarından farklılaşmaktadır.

Benzer alanlardan veya aynı üniversitelerden mezuniyet gibi bağlantıları da var olan kullanıcıların alan dışında da tanışıklıklarının bulunduğı tespit edilmiştir. Kullanıcıların CWS lerde çalışma fikrini genellikle tanıdıklarından edinilen bilgi ve tavsiye sonucunda gerçekleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak coworking alanlarına yönelimde alternatif mekânlarda elde edilemeyen sosyalleşme, işbirliği ve network ihtiyacının karşılanmasının da etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca kullanıcıların CWS’ye yönelimlerinde maliyet, idari yük ve monotonluktan kurtulmak ile lokasyon avantajı sayesinde trafikten kurtulmanın da hedeflendiğı tespit edilmiştir.

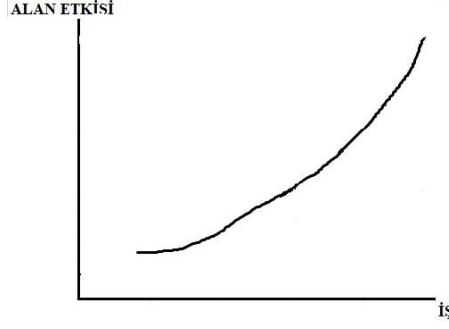
Kullanıcıların coworking alanında devam nedenleri ise, sosyallik, ortam, motivasyon, komunte gibi iletişim ve paylaşım öğelerinin yanı sıra network ve maliyet avantajı gibi işe yönelik kaygılarda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kullanıcıların coworking alanlarına yönelimlerinde işveren veya kendi hesabına çalışan olmaları noktasında bir değışkenlik saptanmamakla birlikte aynı şekilde coworking alanlarında devam etme nedenlerinde de kullanıcıların çalışma biçimleri açısından bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir. Bunun nedeninin ise bu iki çalışma modelinin birbirine olan yakınlığı dolayısıyla ihtiyaç ve beklentilerinin benzeşmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Coworking alanlarına yönelim ve devama ilişkin nedeninin birbirlerine yakınlığı ise alanların ihtiyaçları ve beklentiyi karşılamakta oldukları sonucuna işaret etmektedir.

Coworking alanlarına yönelik değerdendirmeler:

Coworking alanlarında hizmet ve bilgi üretiminin yoğun olduğu, seri üretimin mümkün olmadığı ancak prototip üretiminin gerçekleşebileceğı görülmektedir.

Coworking alanlarında konumlanma sonucu oluşan, paylaşım kökenli iş geliştirici sinerjik etkiyi “alan etkisi” olarak adlandırdığımızda bu etkinin artışının komünite, network, işbirliği ve lokasyon kavramlarına bağlı olduğu ve iş ile alan etkisi arasındaki ilişkinin pozitif eğimli yükselen bir eğri durumunda olduğu saptanmıştır. Alan etkisine ilişkin şekil yazar tarafından oluşturulmuştur.



Şekil 42: Alan Etkisi ve İş Gelişimi Arasındaki İlişkinin Pozitif Etki

Kullanıcıların birbirlerini besleyebilecek birikim ve faaliyet alanlarının yanı sıra aktarımı işe katkıda bulunacak bilgi, beceri ve deneyime sahip olmaları ile bunları paylaşma veya işbirliği yapma eğiliminde olmaları alan etkisini yükselten unsurlardır. Dolayısıyla tüm CWS lerim aynı derecede alan etkisine sahip olmaları mümkün olamamakta, alan etkisi CWS komünitenin birikimleri ve paylaşmaya yatkınlığı ile biçimlenmektedir. Hatta aynı CWS nin farklı lokasyonlarında bile bu etkinin farklılaşabildiği görülmektedir.

Alanların fiyatlandırılmasına da yansıyan bu etkinin kullanıcıların alan seçimlerinde görsel-mekânsal etkiler ile sunulan hizmetlerden daha fazla anlam taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla bu noktada tüketilen sadece mekân değil, çalışma ve çalışmaya ilişkin sosyalleşme, dayanışma, yaratıcılık, öğrenme, işbirliği gibi kavramlardır. Çalışmanın metalaşması ile seçilebilir hale gelen çalışma mekânlarının tercihinde çalışmanın sosyal öğelerinin öne çıkmakta olduğu görülmektedir.

CWSlere ilişkin genel değerlendirmelerde bu alanların, işe öğrenmeye, bilgi dolaşımına olanak sağlayan, mülkiyetin olmadığı, felsefe sahibi yapılar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca CWS lerin maliyet avantajına, iş geliştirici etkisine ve idari yükün azaltılmasına ilişkin vurgular yoğunlaşmaktadır.

Araştırma bulgularında, coworking alanlarına ilişkin avantajlar öne çıkmakla birlikte olumsuz değerlendirmelerde var olduğu görülebilmektedir. Ancak bu değerlendirmelerin genelde ekosistem ve kullanıcılara yönelik olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada kullanıcıların olumsuz değerlendirmelerine rağmen alan CWS kullanıcısı olmaya devam etmeleri ise alan etkisi ile açıklanabilmektedir. Olumsuz ifadelerde dikkati çeken bir başka husus ise bu değerlendirmelerde yer alan etnosantrik yaklaşımdır. Genellikle daha önce kullandığı ve herhangi bir sebeple vazgeçtiği alanları olumsuzlayan

katılımcıların azınlıkta olmakla birlikte var oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Etnosantrik yaklaşım ayrıca bulundukları alana olan sahiplik ve aidiyetin bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir.

CWS alanlarının birbirlerinden çok farklı yapı ve özellikler taşıması, farklı kimlik ve konsepte sahip olması ve farklı hedef kitlelere yönelmeleri nedeniyle aralarında bir karşılaştırmanın mümkün olmadığı sonucuna ulaşılma ile birlikte CWSlerin alan etkilerinin değerlendirilmesinin mümkün olabileceği de düşünülmektedir.

Kendisine alternatif mekânlar ile karşılaştırıldıklarında ise avantajları ile öne çıkan CWS lerin uluslararası değerlendirmelerinde ise bir farklılık tespit edilememiştir. Bunun nedeninin kavramın ithal bir yapı olmasından kaynakladığı düşünülmektedir.

CWS lerin, sağladıkları avantajlar açısından ekosistem için önemli bir aktör oldukları ve bu noktada sürdürülebilir yapılar olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

İşbirlikçi-ortak çalışma form ve paradigmalarına yönelik sonuçlar:

Geleneksel çalışmaya esas olan belirli zaman, belirli mekân ve belirli üretim (iş) paradigmalarının CWS lerde esnekleştiği-özerkleştiği görülmektedir. İşbirlikçi ortak çalışmanın ise, geleneksel çalışmanın bu paradigmalarına ek olarak beş paradigmaya daha sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu paradigmaların network, işbirliği, paylaşım, komünite ve lokasyon olduğu tespit edilmiştir.

İşbirlikçi ortak çalışma zaman anlamında esnek bir çalışma formudur. Genellikle 7 gün 24 saat faaliyette bulunan CWS lerde çalışmanın istenilen zaman diliminde gerçekleştirilmesi mümkün olabilmektedir. Sabah geç saatlerde başlayan çalışma genellikle akşam geç saatlere kadar devam etmektedir. Ücretli ve bağımlı çalışanlar için bile mesai kavramı oldukça esnektir. Coworking alanlarında belirli bir zaman aralığında çalışılmadığı gibi mesaili çalışmanın ise anlamsız olarak değerlendirildiği görülmektedir. Önemli olan ne zaman yapıldığı değil, işin gerçekleşmesi olduğu çalışmaya ilişkin belirgin tutumlardan biridir.

İşbirlikçi ortak çalışmanın mekânsal paradigmalarında ise ortam/atmosfer kavramının öne çıktığı tespit edilmiştir. Mekândaki ortam/atmosfere ilişkin beklentilerin ilham verici, yaratıcı, fonksiyonel, motivasyonu arttırıcı, prestijli ve esnek olduğu belirlenmiştir.

Görsel öğeler ve mimari özellikler biçimindeki mekânsal tasarımın ise özellikle sağlanan hizmetler ile birlikte kimliği/konsepti beslediği ve paylaşım- işbirliği ve sosyalleşmenin artışına hizmet ettiği sonucuna ulaşılmaktadır.

İşbirlikçi ortak çalışmanın paylaşımın ve işbirliğinin gelişebileceği mekanlara olan ihtiyacı mekan tasarımında esas kabul edilmektedir. Açık alan, ortak alan, etkinlik alanı, kahve alanı, dinlenme alanı gibi farklı olarak adlandırılan paylaşım alanları işbirliği ve networkün ortaya çıktığı alanlardır. CWS lerde paylaşımın gerçekleştiği veya teşvik edildiği bu alanların kullanımı yoğun olduğu belirlenmiştir. Ancak bununla birlikte Özel ofisler, toplantı alanları, kabinler ile sağlanan mahremiyet ve kişiselliğin ise, üretimin temel ihtiyaçlarından biri olarak göz ardı edilmediği de görülmektedir.

İşbirlikçi ortak çalışmanın üretime ilişkin paradigmalarının kökeninde ise özdisiplin kavramı yer almaktadır. İletişim, paylaşım ve etkinliklerin yoğun olduğu zaman-mekan esnekliğinin yüksek olduğu coworking alanlarında amaç ve hedeflerinden ödün vermeden verimli bir biçimde üretebilmek ancak öz disiplin becerisine sahip olmakla mümkün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İşbirlikçi ortak çalışma paradigmalarından network, işbirliği, paylaşım, komünite ve lokasyon aslında birbirlerini bütünleyen ve bu nedenle de birlikte ele alınması gereken kavramlardır. Paylaşım olmadan diğer kavramların gelişimi mümkün olmamakla birlikte paylaşım ise kullanıcıların bireysel beceri ve tutumlarının yanı sıra coworking alanlarının mekânsal ve ortamsal yapılanmasına da bağlı bir durumdur. Alan etkisi olmaksızın anlamsızlaşan mekân paylaşımı, işbirlikçi-ortak çalışma için gerekli olmakla birlikte tek başına da yeterli olamamaktadır.

Hedefe ulaşmayı sağlayan ilişkileri ve ekosistemi sağlayan CWS ler kullanıcılara hazır bir ağ listesi sunmamaktadır. Ancak CWS de yer alan kişi ve kurumlarla aynı alanların paylaşımı ulaşılabilirliği ve ilişki kurmayı kolaylaştırmakta ve iş geliştirici etki yaratmaktadır.

Sonuç olarak, verimliliği alan etkisine bağlı olan işbirlikçi ortak çalışma; kişisel ve sosyal sermayenin paylaşım yoluyla çoğaldığı ve paydaşların işlerinin gelişimine katkıda bulunan bağımsız bir çalışma formu olarak tanımlanabilmektedir. CWS ler ise, çalışmanın metalaşması ile kar elde etmeyi amaçlayan kuruluşlar olmalarının yanı sıra

hem kendi hesabına çalışanlar hem de işverenlerin ihtiyaçlarını karşılayan işgücü piyasası aktörleri olarak geleceğin işgücü piyasasında önemli bir yer oluşturacakları görülmektedir.

Bu noktada bilinirliklerinin ve yaygınlıklarının arttırılmasının hem girişimcilik ekosistemi için hem de kendi hesabına bağımsız çalışanların çalışma mekânı ihtiyacının karşılanması noktasında önemli ve gerekli oldukları düşünülmektedir. Bu nedenle ticari CWS lere alternatif olan (ülkemizde de örnekleri görülmekte ve yaygınlaşmaya başlamakta olan) kamu CWS lerinin arttırılması önerilmektedir.

Kamu tarafından işletilmekte olan CWS ler ile ticari alanlar arasında bir karşılaştırmanın yapılması ve böylelikle hangi alanın, neden tercih edildiğinin ve öne çıktığının belirlenmesi önerilmektedir. Hem bu karşılaştırmaların sağlanabilmesi, hem de alan seçiminde yol gösterici olabilmesi ve CWS alanları ile işbirlikçi- ortak çalışma formuna ilişkin verimliliğin arttırılması amaçlarıyla, CWS lerin alan etkisini ölçmeyi amaçlayan bir ölçeğin geliştirilmesi ve bu etkinin belirlenmesi önerilmektedir.

Yeni ekonomideki çalışma formlarından biri olarak nitelendirilen işbirlikçi-ortak çalışma, bir çalışma formunun yanı sıra rekabetçi bir strateji modeli olarak da değerlendirilmelidir. Ayrıca CWS kullanıcılarının fiili olarak gerçekleştirdikleri bu çalışmayı adlandıramadıkları noktasından hareketle, işbirlikçi-ortak çalışmaya ilişkin bilgilendirme ve farkındalığın oluşturulması gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu bilgilendirme kapsamında kendi hesabına çalışanlar veya start-uplar yada işverenler için, kendilerine, faaliyetlerine en uygun CWS in nasıl belirleyeceği, nelere dikkat edilmesi gerektiği, taraflar arası güvenin nasıl sağlanacağı, tarafların işbirliklerini nasıl gerçekleştirebileceği, hukuki anlamda kendini nasıl koruyabileceğine ilişkin bilgilendirmelerin oluşturulması ve bilgilendirmenin özellikle hem kullanıcılara hem de potansiyel kullanıcılara özellikle aktif oldukları sosyal medya platformları aracılığıyla yaygınlaştırılması önerilmektedir.

KOSGEB, teknoparklar veya üniversiteler tarafından gerçekleştirilmekte olan işbirliği programlarına başvuru koşulunun genellikle şirket statüsüne sahip olma biçiminde olması nedeniyle gri alanda konumlanan kendi hesabına bağımsız çalışanların bu teşvik ve desteklere başvuramadıkları tespit edilmiştir. CWS alanlarının birçoğunda işletilmekte

olan yatırımcı destek programları veya alanda bulunan yatırımcılara ulaşmak ile çözülmeye çalışılan bu durum teşvik ve destek açısından çok önemli olmakla birlikte yeterli olmamaktadır.

Desteklere ulaşımın yanı sıra kendi hesabına çalışan işgücünün güvencesizliği konuya ilişkin önemli sorunlardan birini oluşturmaktadır. Kendi hesabına çalışmanın dağınık ve güvencesiz yapılanmasına yönelik hukuki düzenlemelerin, netliğe kavuşturulması ve koruyucu önlemlerin alınmasının ise ivedilikle önemli olduğu düşünülmekte ve önerilmektedir.

CWS ler, piyasada var olmaya ve konum elde etmeye çalışan kendi hesabına çalışanlar ile özellikle başlangıç işletmelerinin sadece sahip oldukları güç ve kaynakları değil aynı zamanda olumsuz çalışma koşullarıyla mücadeleye ilişkin deneyimlerini de paylaştıkları bir dayanışma ağı yaratmaktadır. Bu dayanışmanın sendikal bir yaklaşım olarak değerlendirilmesi mümkün olmamakla birlikte kullanıcılara fayda sağladığı ise gerçektir. paylaşım ve dayanışmaya açık ancak örgütlenme deneyimi çok olmayan bu kitlenin hali hazırda mevcut olan komünite etkisinin kullanılmasının örgütlenmeye destek sağlayacağı düşünülmektedir. Online çalışan yeni ekonominin işgücünün dayanışma ağlarının da online biçimlendiği unutulmamalıdır. Konuya ilişkin ulusal ölçekteki örneklerin sayısal anlamda yetersiz kaldığı ve ivedikle çoğaltılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Bunun için de yine sosyal medya platformlarının kullanımı önerilmektedir.

CWS lerin bilinirliklerinin ve etkin kullanımlarının toplumsal anlamda artırılmasının ise, paylaşım ile ilişkin farkındalığın artırılması ile mümkün olacağı düşünülmektedir. Geleceğin ekonomik yapılanması paylaşım temelli ekonominin potansiyel işgücü olan çocuk ve gençlere, bu alanda verimli olmanın anahtarı olan becerilerin kazandırılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla öz disiplin becerisi, network oluşturma becerisi, komünitede konumlanma ve görünür olabilme becerisi gibi iletişim ve sosyal becerilerin yanı sıra kendi hesabına çalışma ve girişimcilikte önemli olan finansal okuryazarlık becerilerinin de kazandırılması önerilmektedir. Bu amaçla ilk ve orta öğretim aşamalarında eğitimde işbirlikçi öğrenme yaklaşımına verilen önemin artırılması ve bu öğrenmenin özellikle online süreçlere taşınmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Gençlere yönelik olarak ise, genellikle İ.İ.B.F. ders planlarında yer alan girişimciliğe ilişkin bilgilendirmelerin her bölüme ilişkin bir kariyer seçeneği olabileceği

noktasından hareketle, kendi hesabına çalışma modelleri ekseninde güncellenerek, diğer fakültelerin ders planlarında da yer alması önerilmektedir.

Daha iyi bir ekosisteme ulaşabilmek amacıyla, CWS ler ile ofis paylaşım sisteminin birbirinden ayrımlarının netleştirilmesi gerekmektedir. CWS lerin emlak pazarlaması yapan, hanlar haline dönüşmemesi amacıyla birbirini besleyebilecek, paylaşımına açık kişi ve kurumların etkileşime girmelerini sağlayan, komünite tasarımı isteğe bağlı bir faaliyet olmak yerine faaliyetlerinin bir gereği haline getirilmelidir. Birçok CWS de tesadüfi karşılaşmalar ile sağlanan olumlu etkinin tasarımıyla artırılmasının kaçınılmazlığı noktasından hareketle, CWS yöneticilerinden oluşan bir ağ kurulması ve komünite tasarımına ilişkin bir mutabakat oluşturulması sağlanabilir. Alan etkisinin ticari kuruluşlar olan CWS ler arasında rekabet unsuru haline dönüştürülmesi ancak ölçümü ve karşılaştırılmalı ilanı ile mümkün olabilmektedir. Bu noktada oluşturulan ağ üzerinden bu etkiye ilişkin paylaşım ve değerlendirmelerin yapılması önerilmektedir.

CWS lerin bir ofis trendi olmaktan çıkarılabilmesi ve ekosisteme sağladıkları katkının artırılabilmesi amacıyla CWS faaliyetlerinin bir faaliyet alanı olarak düzenlenmesi ve kuruluş ve faaliyetlere ilişkin hukuki bir düzenlemenin oluşturulması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acquier A., Daudigeos T., Pinkse J. (2017). Promises and Paradoxes of The Sharing Economy: An Organizing Framework. *Technological Forecasting and Social Change*. Cilt 125. p.1-10
- Akyurt, İ.Z. (2019). *Modern Üretim Sistemleri*. İstanbul Üniversitesi. Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Ders Notu. İstanbul. (Erişim tarihi: 15. Mayıs. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Alçın S. (2016). Üretim İçin Yeni Bir İzlek: Sanayi 4.0. *Yaşam Ekonomisi Dergisi* 3 (8): 19-30
- Altan S. (2018). Alibaba'nın Robotlar Tarafından İdare Edilen Akıllı Deposu.<https://pazarlamasyon.com/alibabanin-robotlar-tarafindan-idare-edilen-akilli-deposu/>(ErişimTarihi:13.03.2020)
- Altınkoç Y.Ö. (2005) *Büro Binaları Tasarımında Temel İlkeler İç Mekân Organizasyonu*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul
- Ansal, H. (1993). Esnek Üretimde İşçiler ve Sendikalar (Post-Fordizm' de Üretim Esnekleşirken İşçiye Neler Oluyor?). Birleşik Metal-İş Sendikası Yayınları. http://www.birlesikmetal.org/kitap/kitap_99/1999-3.pdf
- Anton K. (2015). *History of The Office*. (Graduation Thesis). Faculty of Architecture. Politecnico di Milano
- Stumpf C. (2013) Creativity & Space The Power of Ba in Coworking Spaces. Master Thesis Corporate Management & Economics.//Zeppelin Universität.
- Apeldoorn, Netherlands by Hermann Hertzberger Description. <http://architectuul.com/architecture/central-beheer> (Erişim tarihi: 12.04.2020)
- Appel-Meulenbroek R., Weijs-Perrée M. · Orel M., Gauger F. Pfnür A. (2020) User Preferences For Coworking Spaces; A Comparison Between The Netherlands, Germany and the Czech Republic , *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00414-z>
- Arendt, H. (2018) *İnsanlık Durumu*. 9.Baskı. (B.S.Şener Çev.) İstanbul. İletişim Yayınları
- Aron, R. *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*. 8. Baskı. İstanbul. Kırmızı Yayınları
- Arslan R., Ergün H.(2012). John Hicks'e Göre Tarım Merkantilizminden Sanayi Devrimine Emegin Evrimi, *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt 1.Sayı 1, s:117 – 126

- Azoulay P. Jones B.F., Kim J.D., (2019) Age and High-Growth Entrepreneurship. *NBER, Working Paper* 24489. DOI 10.3386 / w24489
- Baran, A.G. Olgun C.K. (2018). *Post Modern Sosyal Teori. Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. 3.Ünite. (Editör: Baran A.G, Suğur S.) Eskişehir. AÜ Yayınları. Yayın No: 2975. (Erişim tarihi: 15. Mayıs, 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders> (Erişim tarihi: 15. Mayıs. 2020)
- Basselier R., Langenus G., Walravens L. (2018). The Rise of The Sharing Economy. *Economic Review* , National Bank of Belgium, sayı III, p: 57-78
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu. Söylenceleri Yapıları*. (N.Tutal.F.Keskin Çev.) 11.Baskı. İstanbul. Ayrıntı Yayınları
- Bauman, Z. (2016).*Küreselleşme. Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları
- Bayhan V., (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu : “Tüketiyorum Öyleyse Varım”. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*. Sayı 43, s: 221 – 248
- Belk R. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, Volume 15, Issue 2, Pages 139–168,
- Belk R. (2007). Why Not Share Rather than Own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 611(1):126-140
- Belk R. (2014). You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research* Volume 67, Issue 8, p. 1595-1600
- Benjamin T. (2015). Have We Got The Sharing Economy Wrong?. WEFForum <https://www.weforum.org/agenda/2015/08/have-we-got-sharing-economy-wrong/>
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks How Social Production Transforms Markets and Freedom*. (Erişim tarihi: 22. Haziran. 2020) http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf
- Birol, G. (2006). Modern Mimarlığın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi, *Megaron*, Mimarlar Odası, Balıkesir Şubesi Yayını, Ekim 2006, s. 3-16
- Blagoev B. Costas J. Kärreman D.(2019). ‘We are all herd animals’: Community and organizational in Coworking Spaces. *Organization*. 2019, Vol. 26(6) 894 –916
- Blakemore E. (2019). How the East India Company became the world’s most powerful business. <https://www.nationalgeographic.co.uk/history-and-civilisation/how-east-india-company-became-worlds-most-powerful-business>
- Blank S. (2006) The Four Steps to the Epiphany Successful Strategies for Products that Win. Third Edition https://web.stanford.edu/group/e145/cgi-bin/winter/drupal/upload/handouts/Four_Steps.pdf

- Blank S. (2013). Why the Lean Startup Changes Everything. Harward Business Review. May http://www.vto.at/wp-content/uploads/2013/10/Why-the-Lean-Startup-Changes-Everything_S.Plank_HBR-052013.pdf
- Botsman R. (2012). The Currency of The New Economy İs Trust, TedX Konuşması. https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust#t-149248
- Botsman R. (2015). The Sharing Economy: Dictionary of Commonly Used Terms. <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12>
- Botsman, R. (2013). The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. Fast Company, <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Bouncken R., Aslam M.M. (2019). Understanding Knowledge Exchange Processes Among Diverse Users of Coworking-Spaces. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23 No. 10 2019, pp. 2067-2085
- Bouncken R., Kraus S. Martínez-Pérez J. (2020).Entrepreneurship of An İnstitutional Field: The Emergence of Coworking Spaces For Digital Business Models. *International Entrepreneurship and Management Journal* (2020) 16:1465–1481
- Bouncken R., Ratzmann M.,Barwinski R.,Krausb S. (2020) Coworking spaces: Empowerment for Entrepreneurship and İnnovation in The Digital And Sharing Economy. *Journal of Business Research*, Volume 114, June 2020, Pages 102-110
- Bouncken R.B, Aslam MM .,Brem A.,(2019) İnmeability in Coworking-Spaces as an İnnovation Facilitator, 2019 *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)*, Portland, or, USA, 2019, pp. 1-13, doi: 10.23919 / PICMET.2019.8893737.
- Bozkurt, V. (2012). *Endüstriyel ve Post Endüstriyel Dönüşüm. Bilgi, Ekonomi, Kültür*. Bursa. Ekin Yayıncılık
- Bozkurt, V. (2018). *Toplumsal Dönüşümün Evreleri: Pre-Endüstriyel.Endüstriyel ve PostEndüstriyel Toplumlar. Endüstri Sosyolojisi. Ünite 1.* (Editör: Bozkurt V.,Suğur N.) Eskişehir. AÜ Yayınları Yayın No: 2272. (Erişim tarihi: 17. Mayıs. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Böheim R., Mühlberger U. (2009) Dependent Self-Employment: Workers Between Employment And Self-Employment in The UK . *ZAF* (2009) 42:182–195
- Braverman, H. (2008). *Emek ve Tekelci Sermaye 20.yy Çalışmanın Değersizleşmesi*. (Ç.
- Broek W. (2012). A typology of needs for coworking spaces.DeskMag. <https://www.deskmag.com/en/coworking-spaces/a-typology-framework-of-needs-for-coworking-spaces-586>

- Brown J.(2019) Curating the “Third Place”? Coworking and The Mediation of Creativity. *Geoforum* 82 (2017) 112–126
- Brown T. (2017) The Gig Economy. The Daily Beast .
<https://www.thedailybeast.com/the-gig-economy>
- Bruno B., Faggini M. (2017). Sharing Economy: For an Economic Taxonomy, *International Journal of Economics and Finance* 9(6):174-178
- Brynjoolfsson E. McAfee A. (2014). *The Second Machine* (Erişim tarihi: 29. Mart. 2020)
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4312922/mod_resource/content/2/Erik%20-%20The%20Second%20Machine%20Age.pdf
- Bryson B.(2009). *Hemen Her şeyin şok Kısa Tarihi*. (H. Balkara çev.).İstanbul: Boyner Yayınları
- Budd, John W.(2016). *şalışma Düşünces*. (F. Man çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Buschoff K.S. Schmidt C. (2009) Adapting Labour Law And Social Security To The Needs Of The 'New Self-Employed' - Comparing The UK, Germany and The Netherlands. *Journal of European Social Policy* Volume: 19 issue: 2, page(s): 147-159
- Buyruk H.(2018) Gelişen Teknolojiler, Değişen İşgücü Nitelikleri ve Eğitim, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. Cilt 8. Sayı 14. S: 599 – 632
- Büyükslu A.R.(2015) Yeni Nesil Girişimcilik Nedir?. Subconturkey Gazetesi. Mayıs
<http://www.subconturkey.com/2015/Mayis/koseyazisi--Yeni-Nesil-Girisimcilik-Nedir.html>
- Canan, S.,Acungil M. (2018). *Dijital Gelecekte İnsan Kalmak*. İstanbul. Tuti Kitap.
- Capdevila, I., (2015). Co-Working Spaces and the Localised Dynamics of Innovation in Barcelona. *International Journal of Innovation Management*, 19(3).pp.1-25
- Castel, R. (2017). *Ücretli şalışmanın Tarihçesi Sosyal Sorunun Dönüşümü*. (I.Ergüden çev.) İstanbul. İletişim Yayıncılık
- Castells M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi. Enformasyon şağı: Ekonomi. *Toplum ve Kültür* Cilt I. (E.Kılıç çev.). 2. Baskı. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Castells, M. (2013). *Bin Yılın Sonu. Enformasyon şağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. Cilt III. İstanbul. Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Cheah S., Ho y.P. (2019) Coworking and Sustainable Business Model Innovation in Young Firms. *Sustainability* 2019, 11, 2959
- Cheevez A., Huppertz D.J. (2017). A short history of the Office.
<https://theconversation.com/a-short-history-of-the-office-82000>(Erişim Tarihi:22.03.2020)

- Codagnone C., Mortens B. (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. *Institute For Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper*. JRC Technical Reports. European Union, the European Commission.
- Corpworking. A New Coworking Success- İn-Business (2018) <https://cowork.io/blog/trends/corpworking-coworking-success-in-business>
- Creswell, J.W. (2017) *Araştırma Deseni Nitel. Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*.(S.B.Demir Çev.) Ankara. Eğiten Kitap
- Curaoğlu F. Demirbaş D. From Co-Working Places to New Education Places. *The Design Journal*, 20:sup1, S4765-S4767, DOI: 10.1080/14606925.2017.1352986
- Çetin, D. (2014), Fordizm Perspektifinden Hollywood Stüdyo Sistemi, *Atatürk İletişim Dergisi*, sayı:6 s: 203 - 214
- Çıdamlı Çev.) İstanbul. Kalkedon Yayınları
- Çilhoroz Y., Arslan İ. (2018) Yalın Yönetim Yaklaşımı ve Sağlık Hizmetlerinde Uygulamaları, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2018/3, Sayı:32, s. 156-185
- Çimen T.(2008). *Teknolojik Gelişmelerin Sonucunda Değişen Üretim İlişkilerinin, Ofis Yapılarına Etkisi Ve Ofis Mekânları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi/ Fen Bilimleri Enstitüsü
- Çitçi U.S. (2017) Girişimcilik Ekosistemi. Sanayi Gazetesi. <https://www.sanayigazetesi.com.tr/girisimcilik-ekosistemi-makale,1326.html>
- Dalga P. (2007) *Geçmişten Günümüze Ofislerin Gelişimi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
- Danielson C.B. (2013). An Explorative Review of the Lean Office Concept. *Journal of Corporate Real Estate* 15(3/4)p:167-180
- Davis D. (2019) How Coworking Spaces Affect Employees' Professional Identities. <https://www.danieldavis.com/how-coworking-spaces-affect-employees-professional-identities/>
- Demir, Ö. (1992). *Bilim Felsefesi*. İstanbul. Ağaç Yayıncılık
- Dennis M. (1980) The Uffizi: Museum as Urban Design. *The MIT Press*. Vol. 16 (1980), pp. 62-72
- Derin N. (2017). Yalın Yönetimin Gerektirdiği Yalın İşgücü İşletme Performansını Artırır mı?, *İŞ, GÜÇ Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Ekim/Cilt/: 19 Sayı:1 s: 1-18

- DeskMag (2018) Coworking in Europe - 2018 Deskmag's Global Coworking Survey. <https://de.slideshare.net/carstenfoertsch/coworking-in-europe-2018-deskmags-global-coworking-survey>
- DeskMag. (2019) <https://www.deskmag.com/en/coworking-news/2019-state-of-coworking-spaces-2-million-members-growth-crisis-market-report-survey-study>
- Dikeçligil B. (2005). Bilimsel Paradigmaların Oluşumunda ve Dönüşümünde Sosyolojik Bağlam. Bilimde Modern Yöntemler Sempozyumu - BMYS'2005 16-18 Kasım. Kocaeli
- Dikmen, A.A.(2017) *Makine. İş. Kapitalizm ve İnsan*. İstanbul NotaBene Yayınları
- Duman, C. (2020).*Şirketler Yıldız Çalışanlarını Neden Kaybeder?*. 2.Baskı. İstanbul. Balkan Sanat Yayıncılık.
- Duman, Z. (2018). *Tüketim Sosyolojisi*. 2. Baskı. Ankara. Anı Yayıncılık
- Eckhardt G.M., Bardhi F. (2015). The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. Harward Business Rewiew, January. <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-al>
- Eğilmez M. (2018).*Tarihsel Süreç İçinde Dünya Ekonomisi*. İstanbul. Remzi Kitabevi.
- Eğribel İ.E. (2015). *Bilgi Sosyolojisi*. Atatürk Üniversitesi Yayınları. ISBN: 978-975-442-7769 (Erişim tarihi: 22. Mayıs.2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Erdoğan İ.,Alemdar K..(2010) Öteki Kuram. Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara. Pozitif Matbaacılık
- Ergen M. (2018). Girişimci Kapital Silikon Vadisi Tarihi ve Startup Ekonomisi. İstanbul. Alfa Yayınları
- Eroğlu E.(2019). *Kalite Yönetim Sistemleri*.(Editör: D.Taşçı. S.N.Çabuk).Ünite 2. Yayın No: 2810. Eskişehir. AÜ Yayınları. (Erişim tarihi: 27. Mayıs. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Ersoy, A.R. (2017). TedX Konuşması. <https://www.youtube.com/watch?v=rVxWNxR-7hY>
- Eurofund (2015). New Forms of Employment, <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/industrial-relations-dictionary/new-forms-of-employment>
- Everet A. (2011). Benefits and Challenges of Fun in the Workplace. *Library Leadership and Management* 25(1). P:1-10
- Foertsch C. (2019) 2019 State of Coworking: Over 2 Million Coworking Space Members Expected <https://www.deskmag.com/en/coworking-news/2019-state-of-coworking-spaces-2-million-members-growth-crisis-market-report-survey-study>

- Foertsch C. (2019). How Profitable Are Coworking Spaces in 2019?, DeskMag. <http://www.deskmag.com/en/how-profitable-are-coworking-spaces-profitability-margins-market-report-2019>
- Foertsch C. (2020) Coworking Space Members: It's a girl!, DeskMag. <http://www.deskmag.com/en/coworking-space-members-demographics-market-report-study-survey-1034>
- Foertsch C. (2020) How Coworking Spaces Are Getting Their Business Up & Running Again.DeskMag.<https://www.deskmag.com/en/coworking-spaces/how-coworking-spaces-are-reopening-their-locations-operations-corona-covid19-virus>
- Ford Motor Company History. (2020) <http://fordmotorhistory.com/> (Erişim Tarihi: 29.03.2020)
- Formica B. (2016) Innovation The Innovative Coworking Spaces of 15th-Century It. Harward Business review. April <https://hbr.org/2016/04/the-innovative-coworking-spaces-of-15th-century-italy>
- Freeman C.,Louça F.(2013) *Zaman Akıp Giderken: Sanayi Devrimlerinden Bilgi Devrimine*. İstanbul. İthaki Yayınları
- Frenken K., Schor J. (2014). Putting The Sharing Economy Into Perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Volume 23. p. 3-10
- Frey C.B., Osborne M.A. (2013) The Future Of Employment: How Susceptible Are Jobs To Computerisation?, *The Oxford Martin Programme On Technology And Employment*, University of Oxford
- Freyer H.(2014). *Sanayi Çağı*. (H. Batuhan. B. Akarsu Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Fuzi A. (2015) Co-working Spaces For Promoting Entrepreneurship İn Sparse Regions: The Case of South Wales, *Regional Studies*, Regional Science, 2:1, pp.462-469
- Genç N. (2004).*Yönetim ve Organizasyon: Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar*. Ankara. Seçkin Yayıncılık,
- Genç S.Z. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. 4.Basım. Ankara. Nobel Akademik Yayıncılık
- Giddens A. (2019).*Modernite ve Bireysel Kimlik*. (Ü.Tatlıcan Çev.).Say Yayınları. İstanbul
- Giddens A.(2000). *Sosyoloji*. (H.Özel. C.Güzel Çev). Ankara. Ayraç Yayınevi
- Gorbis M.(2013). *The Nature of The Future. Dispatches From The Social Structed World*. USA. FreePress. ISBN 978-1-4516-4114-9

- Gorz A. (2007). *İktisadi Aklın Eleştirisi. Çalışmanın Dönüşümleri ve Anlam Arayışı.* (I.Ergüden Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları
- Görçün Ö.F.(2016). *Dördüncü Sanayi Devrimi Endüstri 4.0.*İstanbul. Beta Yayıncılık
- Gray A. (2016). The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution, WEForum <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution>
- Gül İ., Dinçer M.Z., Çetin G. (2018). Paylaşım Ekonomisi ve Turizme Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı1, Bahar 7-16
- Güven S.(2011). Fordist Birikim Rejimi ve Kitle Kültürü, *Journal of Yasar University*. 24(6) s:4130-4152
- Güzel S. (2008). *Çalışma Sosyolojisi. Modern İşgücünün Oluşumu.* İstanbul. Literatürk Yayıncılık
- Harari Y. N.(2016). *Homodeus: Yarının Kısa bir Tarihi.* (P.N.Taneli Çev.) İstanbul. Kolektif Kitap
- Harvey D..(2010). *Post Modernliğin Durumu.* (S.Savran Çev). İstanbul. Metis Yayıncılık
- Hıra İ. (2017). *Paradigma Değişimleri.* İstanbul. Değişim Yayınları.
- Hobsbawn E.J.(2018) *Sanayi ve İmparatorluk.* (A.Ersoy Çev.).Ankara. Dost Yayıncılık
- <http://codinginparadise.org/coworking/>
- <http://codinginparadise.org/weblog/2005/08/coworking-community-for-developers-who.html>
- <http://fordmotorhistory.com/>
- <http://fordmotorhistory.com/>
- <http://historywithmrgreen.com/page7/assets/The%20Industrial%20Revolution%20Cottage%20Industry%20and%20the%20Factory%20System.pdf>
- <http://lebriz.com/pages/lis.asp?lang=TR&sectionID=8&articleID=287&bhpc=1>
- <http://www.arkiv.com.tr/proje/sahibindencom-ofis-binasi/1619>
- <http://www.deskmag.com/en/a-typology-framework-of-needs-for-coworking-spaces-586>
- <http://www.officemuseum.com/>(Erişim Tarihi:22.03.2020)
- http://www.officemuseum.com/office_buildings.htm

<https://coherent.work/>

<https://coherent.work/blogs/what-is-coworking>

<https://coworkingmap.org/>

[https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/umbrella-organization \(](https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/umbrella-organization)

<https://digiday.com/marketing/open-office-space-pros-cons/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Larkin_Administration_Building

https://en.wikipedia.org/wiki/The_Crystal_Palace

<https://girisimturkiye.com/2020/02/26/genc-ve-istekli-girisimcilere-21-tavsiye/> (Erişim Tarihi: 04.07.2020)

<https://ios-inc.com/the-lean-office-simplify-your-office-space-to-encourage-creativity/>

<https://k2space.co.uk/knowledge/history-of-office-design>

<https://k2space.co.uk/knowledge/history-of-office-design/>

https://melaniealivera.files.wordpress.com/2018/01/olivera_module9_centraalbeheer.pdf

<https://officesnapshots.com/>

<https://sozluk.gov.tr/>

<https://storia.me/tr/@fyodorovna/alibaba-com-un-deposunu-3emrix>

<https://wiki.coworking.org/w/page/68852527/History%20of%20Coworking%20-%20a%20timeline>

<https://www.amazon.com/b?ie=UTF8&node=16008589011> (Erişim Tarihi:13.03.2020)

<https://www.architectsjournal.co.uk/archive/forty-years-of-office-design> (Erişim tarihi: 12.04.2020)

<https://www.bankofengland.co.uk/museum/inside-the-museum>

<https://www.britannica.com/topic/East-India-Company>

<https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html>

<https://www.commerciallistings.cbre.co.uk/resources/fileassets/GB-Plus-467718/bde1c065/Oriel%20Chambers.pdf>

<https://www.coworker.com/>

<https://www.e-architect.co.uk/london/bank-of-england-building>

<https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/industrial-relations-dictionary/newforms-of-employment>

<https://www.gensler.com/14-percent-of-corporate-workers-use-coworking-spaces#doc|266|756379715|VS5TLiBXb3JrcGxhY2UgU3VydmV5IDIwMTk=>

https://www.hannovermesse.de/en/press/press-releases/hannover-messe/press-release-article-page_3411

https://www.hermanmiller.com/content/dam/hermanmiller/documents/research_topics/What_It_Takes_to_Collaborate.pdf (Erişim tarihi:07.04.2020)

<https://www.hermanmiller.com/products/workspaces/workstations/actionofficesystem/design-story/>

https://www.itohaber.com/haber/guncel/210739/startup_girisimciligini_farklilastiran_5_ozellik.html

https://www.mimarizm.com/haberler/gundem/ev-konforunda-ofis-deneyimi-yemeksepeti-park_129044

https://www.mimarizm.com/haberler/gundem/ev-konforunda-ofis-deneyimi-yemeksepeti-park_129044

<https://www.officemuseum.com/>

https://www.researchgate.net/publication/301677568_The_Social_Economy_of_Coworking_Spaces_A_Focal_Point_Model_of_Coordination

<https://www.wikiwand.com/en/Admiralty>

<https://www.yardikube.com/blog/companies-creating-their-own-coworking-spaces/>

<https://www.yardikube.com/blog/how-corporate-coworking-is-changing-office-culture/>

Huberman L..(2019).*Feodal Tolumdan Yirminci Yüzyıla*. (M.Belge Çev.). İstanbul. İletişim Yayınları

ILO (2015) Non-standard forms of employment. MENSFE/ Geneva, 16–19 February. ISBN 978-92-2-129384-2

ILO (2019). Daha Aydınlik Bir Gelecek İçin Çalışmak– Çalışma Yaşamının Geleceği Küresel Komisyonu Raporu, Cenevre: ILO, ISBN 978-92-2-132796-7

Independent Pros, IPro Index (2014). <http://insights.entitysolutionsgroup.com/wp-content/uploads/2018/03/IPro-Index-2014-Infographic.pdf>

- Isenberg, D.J. (2010), The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution. Harvard Business Review. June. <https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>
- ISS (2020). Does your office reflect the workplace behaviours of the 21st century?. <https://www.servicefutures.com/office-reflect-workplace-behaviours-21st-century>
- İbn-i Haldun. (2004). *Mukaddime*. (H.Kendir Çev.). Ankara: Yeni Şafak Yayınları
- İmal, F.(2009). *Sektörel Ofis Binalarında Çalışma Mekânları ve Sosyal Alanlar*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi/ Fen Bilimleri Enstitüsü
- İnan K. (2012). *Teknolojik İşlevsizlik – (Kitle Üretiminden Yaratıcı Tasarıma)*. İstanbul. İletişim Yayınevi
- Kalleberg A.L., Dunn M. (2016). Good Jobs, Bad Jobs in the Gig Economy.. Perspectives on work 20, pp. 10-14. <https://www.eurofound.europa.eu/data/platform-economy/records/good-jobs-bad-jobs-in-the-gig-economy>
- Kansikas, J. (2007). Disguised Employment - The Nature of Forced Entrepreneurship EJBO - *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 12 (2),p:49-56
- Kazgan G. (2014). *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*. Ankara. Remzi Kitabevi
- Keser A. (2014). *Çalışma Psikolojisi*. Bursa. Ekin Yayıncılık.
- Keser A.(2005) Çalışmanın Değişen Anlamı ve Çalışmaya İlişkin Yeni Trendler. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*. Cilt 0. Sayı 49. s:361-367
- Keser A.(2005). Çalışma Yaşamı ile Yaşam Doyumu İlişkisine Teorik Bakış. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*. Cilt 55. Sayı:1 s: 897 - 913
- Keynes J.M. (1963) *Economic Possibilities For Our Grandchildren (1930)*.Essays in Persuasion, New York: W.W. Norton & Co..s. 358-373. . (Erişim tarihi: 25. Mayıs. 2020) <http://www.econ.yale.edu/smith/econ116a/keynes1.pdf>
- Kına Z. (2020). *A Search For A Methodology To Identify The Effect Of Employee Characteristics On Spatial Requirements And Expectations From Modern Office Design*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Orta Doğu Teknik Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü
- Kıracı.H. (2017). *Paylaşım Ekonomisi ve Ortaklaşa Tüketim Hareketi (Paylaşım Sistemi Örnekleriyle)*. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Koçel T.(2010) *İşletme Yöneticiliği*. 12. Baskı. İstanbul. Beta Basım Yayıncılık.

- Koçer, S. , Yazıcı, T. , Ekinci, D. (2016). Büro Ortamlarının Çalışana Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi , 4 (2) , 0-0 DOI: 10.19145/gujofoc.11917
- Kojo I., Nenonen S. (2017) Typologies for Co-Working Spaces in Finland – What And How?. *Facilities* Vol. 34 No. 5/6, 2016 pp. 302-313
- Konya K. (2020) Who Uses Coworking Spaces? Most Common Demographics <https://coworkinginsights.com/who-uses-coworking-spaces-most-common-demographics/>
- Kuhn.T. (2017). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. (N. Kuyaş Çev.). İstanbul. Kırmızı Yayınları
- Kulin J. (2019). Ofis Mimarisi: Nereden Nereye!. Moment.expo. 130.sayı. <https://www.moment-expo.com/tr/dergiler/130/ofis-yasami/>
- Kumar K. (2013).*Sanayi Devrimi Sonrası Toplumdan Post Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. Ankara. Dost Kitabevi
- Kurnaz G. (2017). Türkiye’de ve Dünyada Melek Yatırımcılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* Cilt 20. Sayı 1. Nisan (e-ISSN: 2564-7458) SS. 27-40 / Araştırma Makalesi
- Kurubacak G.(2016).*İletişim Teknolojilerinde Yeni Özellikler. Yeni İletişim Teknolojileri*. Ünite 1. (Editör:YüzerT.V..Mutlu M.E.) Eskişehir. AÜ Yayınları Yayın No: 2827 (Erişim tarihi: 4. Haziran. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Kuruç A. (2014). Ofis Katı. *Mimar.ist* Sayı 49 (Kış 2014) s:46-49
- Kümbül G.B. (2015). Geçmişten Günümüze Çalışma Psikolojisi, *Karatahta / İş Yazıları*, Sayı: 3/Aralık s: 1-26
- Lefebvre H. (2014).*Mekânın Üretimi*.(Çev. I. Ergüden).2. Baskı. Sel Yayıncılık. İstanbul
- Leighton P., Brown D. (2013). Future Working: The Rise of Europe’s Independent Professionals (iPros). PCG, the voice of freelancing https://static.nzz.ch/files/6/8/0/Future_Working_Full_Report-2+final+subir+web_1.18703680.pdf
- Leighton P., McKeown T (2015). The rise of independent professionals: Their Challenge for Management. *Small Enterprise Research*, 22:2-3, 119-130, DOI: 10.1080/13215906.2015.1085627
- Lessig L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. (Erişim tarihi: 09.Haziran. 2020) <https://textbookequity.org/Textbooks/Remix.pdf>

- Lewsey F. (2018) Could your perception of self-employment be all wrong?. WeForum. June <https://www.weforum.org/agenda/2018/07/the-boss-of-me-myths-and-truths-of-self-employment>
- Lock S. (2019). Number of sharing economy users in the United States from 2016 to 2021. <https://www.statista.com/>
- Lombardi G. (2015). Beyond Sharing – The Collaborative Economy. <https://futureofearth.online/beyond-sharing-the-collaborative-economy/>
- Lovell M., (2017), The Evolution of Office Design, <https://www.morganlovell.co.uk/the-evolution-of-office-design>
- Lynch J.W., Potts J., Butcher T., Dodson J., Hurley J.(2016). Coworking: A Transdisciplinary Overview. RMIT University Research Project. https://www.researchgate.net/publication/296669434_Coworking_A_Transdisciplinary_Overview
- Makal.A. (2018). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Çalışma İlişkileri*. Ünite 2.(Editör: Makal A.) Çalışma İlişkileri Tarihi. Eskişehir. A Ü Yayınları. Yayın No: 3523
- Man F. (2011). Modernitenin “Çalışma İdeolojisi” ve Sosyal Haklar, Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu, Kocaeli, 25-26 Ekim 2011,
- Mandl I., Biletta I. Eurofound (2018), Overview of new forms of employment – 2018 update, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Mandl I., Curtarelli M, Riso S., Vargas O., Gerogiannis E., Eurofound (2015), New forms of employment, Publications Office of the European Union, Luxembourg
- Mandl I., Eurofound (2020), New forms of employment: 2020 update, New forms of employment series, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- ManPower (2019). The Talent Storage <https://go.manpowergroup.com/talent-shortage>
- Mansson H. (2020) The History of the Office: Office Trends through the Centuries. <https://hubblehq.com/blog/the-history-of-the-office>
- Manyika J., Susan L., Bughin J., Robinson K. ,Mischke I. Mahajan D. (2016) Independent Work: Choice, Necessity, And The Gıg Economy. the McKinsey Global Institute (MGI) October.<https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy>
- Marshall A. (2016) What is coworking? Coworking is Changing The Way We Work, But What Actually Is it? <https://coherent.work/blogs/what-is-coworking>
- Mason C., Brown R. (2014). Entrepreneurial Ecosystems And Growth Oriented Entrepreneurship. The OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship The Hague, Netherlands, 7th November 2013.

<http://www.oecd.org/fr/cfe/leed/entrepreneurialecosystemsandgrowth-orientedentrepreneurshipworkshop-netherlands.htm>

- Masuda Y. (1983) *The Information Society as Post Industrial Society*. (Erişim tarihi: 11.Haziran. 2020)
https://books.google.com.tr/books?id=ynkmIxF1G3AC&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Maxwell J.A. (2018). *Nitel Araştırma Tasarımı*. (M.Çevikbaş Çev.) 3.Baskı. Ankara. Nobel Akademik Yayıncılık
- Maycroft N. Consumption, Planned Obsolescence And Waste, *University of Lincoln*, p: 1-38 <https://eprints.lincoln.ac.uk/id/eprint/2062/>
- Merkel J. (2019) ‘Freelance isn’t free.’ Co-working as A Critical Urban Practice To Cope With Informality in Creative Labour Markets. *Urban Studies* 2019, Vol. 56(3) 526–547
- Meunier J. (2018) After More Than A Decade, ‘Co-Working’ Is Now Officially ‘Coworking’. https://allwork.space/2018/10/after-more-than-a-decade-co-working-is-now-officially-coworking/?utm_source=Workspace+Industry&utm_campaign=18fb2f52b0-EMAIL_CAMPAIGN_AWS_OCT_17&utm_medium=email&utm_term=0_ebc00360f1-18fb2f52b0-195549953
- Mokry J. (2001). The Rise and Fall of The Factory System: Technology, Firms, And Households Since The Industrial Revolution. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*. Volume 55, Issue 1. p. 1-45
- Moriset B. (2014). Building New Places of The Creative Economy. The Rise of Coworking Spaces, 2nd Geography of Innovation International Conference 2014. Utrecht University Utrecht (The Netherlands), 23 –25 January <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075/document>
- Morris I. (2014) *Dünya’ya Neden Batı Hükmediyor?(şimdilik).Tarihin Gelişim Seyrinin ve Gelecek Hakkında Ortaya Koydukları*. (Erişim tarihi: 04.Temmuz. 2020)
<https://www.e-kitaphavuzu.com/kitap/ian-morris-dunyaya-neden-bati-hukmediyor-simdilik-alfa-basim-yayin-kitabi-indir.html>
- Mulas V., Nedayvoda A., Zaatari G. Applebaum H. (2017). Creative Community Spaces. The World Bank.
https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28329?CID=SURR_TT_WBGCities_EN_EXT&locale-attribute=es
- Murphy A. (2018). How did organisations adapt to change in the 18th and 19th century: Lessons from the Bank of England Archives
<https://bankunderground.co.uk/2018/11/07/how-did-organisations-adapt-to-change-in-the-18th-and-19th-century-lessons-from-the-bank-of-england-archives/>

- Musser G. The Origin of Cubicles and the Open-Plan Office.
<https://www.scientificamerican.com/article/the-origin-of-cubicles-an/>
- Müftüoğlu Ö., Bal İ.E..(2014). *Türkiye’de Esnek Çalışma –Kapitalist Üretim İlişkilerinde “Yeniden” Esneklik*. (Editör: Ö. Müftüoğlu. A.Koşar). İstanbul. Evrensel Basım Yayın
- Myerson J., Ross P.(2003). *The Office of 21st Century*. (Erişim tarihi: 17.Temmuz. 2020)
https://books.google.com.tr/books?id=gIRg22B7vi4C&pg=PP9&hl=tr&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Nagy G. (2018). Corporate coworking: why companies are taking it in-house.
<https://www.worktechacademy.com/corporate-coworking/>
- Nagy G., Lindsay G.(2018) Why Companies Are Creating Their Own Coworking Spaces.
<https://hbsp.harvard.edu/product/H04JV8-PDF-ENG?Ntt=&itemFindingMethod=Search>
- Nakono D., Shiach M., Karia M., Vasques R., Sandos E., Virani T. (2020) Coworking spaces in urban settings: Prospective roles?. *Geoforum* 115 (2020) 135–137
- Neuberg B. (2020) Did I Invent Coworking And How Did It Start?
http://codinginparadise.org/ebooks/html/blog/start_of_coworking.html
- Nik Lah N.L., Mohammed A.H., Naim M. (2015) Office Space Study: A Review From Facilities Management Context, *Jurnal Teknologi*, 75:10 (2015) p: 85–96
- Odabaşı Y. (2004). *Post Modern Pazarlama Tüketim ve Tüketici*. İstanbul. MediaCat
- OECD. (2003) Glossary of Statistical Terms. Own-Account Workers-ILO.
<https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=1986>
- OECD. (2016) New Forms of Work in the Digital Economy. OECD Ministerial Meeting on the Digital Economy, 21-23 June, Cancún. (Mexico). OECD Digital Economy Papers No. 260
- OECDStat. (2018). Average Usual Weekly Hours Worked On The Main Job.
<https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=AVEiHRS> erişim tarihi:19.03.2019
- Oliviera M. (2018) Central Beheer Office | Apeldoorn, Netherlands, Hermann Hertzberger
1972.https://melanieaolivera.files.wordpress.com/2018/01/olivera_module9_centraalbeheer.pdf
- Owyang J.(2019) Roadmap: Five Phases of Digital Eras, <https://web-strategist.com/blog/2019/01/04/roadmap-five-phases-of-digital-eras>

- Ören K., Yüksel H., (2012). Geçmişten Günümüze Çalışma Hayatı, *Hak İş Uluslararası Emek Ve Toplum Dergisi*, Cilt: 1, Yıl: 1, Sayı: 1.s:35-59
- Özbek D.A., Ertürk D.Z (2017). Mekânı Anlama Üzerine Süreç Odaklı Bir Yaklaşım. *Tasarım ve Kuram Dergisi*, Sayı 24, s: 79-89
- Özdemir S. (2007).*Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti*. (Erişim tarihi: 28. Mayıs. 2020) <https://www.yumpu.com/tr/document/view/5675770/112-refah-devleti-suleyman-ozdemir>
- Özdoğan O. (2017).*Endüstri 4.0. Endüstriyel Dönüşümün Anahtarı*. İstanbul Pusula Yayıncılık
- Parker C. (2016). WE Forum Global Agenda. 8 predictions for the world in 2030. <https://www.weforum.org/agenda/2016/11/8-predictions-for-the-world-in-2030/>
- Parrino L. (2017). Coworking: Assessing The Role of Proximity İn Knowledge Exchange. *Knowledge Management Research & Practice*, 13:3, 261-271, DOI: 10.1057/ kmrp.2013.47
- Patton M.Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. (M.Bütün.,S.B. Demir Çev.) 2.Baskı. Ankara. Pegem Akademi
- Pedersini R., Coletto D. (2010). Self-Employed Workers: Industrial Relations And Working Conditions, (University of Milan). Network of European Observatories (EIRO and EWCO). European Foundation for the Improvement of Living and Working p: 1-77 <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2009/self-employed-workers-industrial-relations-and-working-conditions>
- Peters T. (1993) A Return to Self-Reliance, <https://tompeters.com/columns/a-return-to-self-reliance/>
- Polanyi K. (2011). *Büyük Dönüşüm. Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri*.(Çev. A.Buğra) .İstanbul. İletişim Yayıncılık
- Pollard M..(1996).*Henry Ford ve Ford*. (Erişim tarihi: 06.Mart. 2020) <https://www.kitappdfindir.com/henry-ford-ve-ford-pdf-ve-epub-indir/>
- PwC (2011). Millennials at work Reshaping the workplace <https://www.pwc.com.tr/tr/publications/hrs-publications/pdf/mtp.pdf>
- PwC (2011). Millennials at work Reshaping the workplace <https://www.pwc.com.tr/tr/publications/hrs-publications/pdf/mtp.pdf>
- Ramadani V. (2009) Business Angels - Who They Really Are?. *Strat. Change* 18: 249–258 (2009). Published online in *Wiley InterScience* (www.interscience.wiley.com) DOI: 10.1002/jsc.852
- Rapelli S. (2012) European I-Pros: A Study. PCG, the voice of Freelancing, http://crse.co.uk/sites/default/files/European%20I-Pros%20A%20Study_0.pdf

- Ravara P.B. (2006). “Öteki Modernizm” Olarak Erken Dönem Fabrika Tasarımı, *TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi*. Dosya 3. Bülten 45.s:68-72
- Ready A.D., Conger J.A., Hill L.A. (2010). Are You a High Potential?. Harward Business Review. June. <https://hbr.org/2010/06/are-you-a-high-potential>
- Ries E. (2020). *Yalın Startup Sürekli İnovasyon Nasıl Başarı Sağlanır?* 3. Baskı. (E.Güngördü Çev.) İstanbul. Maltepe Üniversitesi Yayınları
- Rifkin J. (2014). *Üçüncü Sanayi Devrimi. Yanal Güç. Enerjiyi Ekonomiye ve Dünya'yı Nasıl Dönüştürüyor?* (P.Sıral- M. Başhekim Çev.) İstanbul. İletişim Yayınları
- Rinne A. (2015) How innovation is helping the self-employed. WeForum. April <https://www.weforum.org/agenda/2015/08/how-innovation-is-helping-the-self-employed/>
- Ritzer.G. (2011). *Toplumun McDonaldlaştırılması* (Ş. S. Kaya Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınevi.
- Ross A. (2017). *Geleceğin Endüstrileri* (M.Buğan Çev.). Ankara. Orion Kitabevi
- Ross P. (2012). Typology: Offices, <https://www.architectural-review.com/rethink/typology/typology-quarterly-offices/8633367.article>
- Ruggeri A. (2016)The world's most powerful Corporation, <https://www.bbc.com/worklife/article/20160330-the-worlds-most-powerful-corporation>
- Russell B. (1972). *Yeniçağ. Modern Çağ*. (Erişim tarihi: 04.Mart.2020) <https://www.pdfdrive2.com/modern%C3%A7a%C4%9F-yeni%C3%A7a%C4%9F-bertrand-russell-d117508119.html>
- Ryder G. (2016), “Shaping the new world of work”. ILO ETUI and ETUC, on 27- 2016, Brüksel, https://www.ilo.org/brussels/information-resources/video/WCMS_505117/lang--en/index.htm
- Sağlam O. (2019) *Ofis Tasarımında Çevresel Faktörler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Saldana.J. (2019). *Nitel Araştırmacılar için Kodlama El Kitabı*. (A.T.Akcan.S.N. Şad Çev.) Ankara. Pegem Akademi.
- Salvador Bueno S., Gonzalo Rodríguez-Baltanás R.G., Gallego M.D.(2018). Coworking Spaces: A New Way of Achieving Productivity. *Journal of Facilities Management* Vol. 16 No. 4, 2018 pp. 452-466
- Sarkar C. (2016). The Rise of the Collaborative Economy – An Interview with Jeremiah Owyang. *Marketing Journal*. <https://www.marketingjournal.org/the-rise-of-the-collaborative-economy-an-interview-with-jeremiah-owyang/>

- Saruhan S.C.(2018). *Yönetim Düşüncesinin ve Uygulamalarının Gelişimi.Yönetimde Güncel Yaklaşımlar* Bölüm I. (Besler S.,Tonus H.Z.). Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3532. (Erişim tarihi: 30. Mayıs. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Sastre R.M, Saurin T. A., Echeveste M. E. S., Paula I.C.,Lucena R.(2018) Lean Office: Study On The Applicability of The Concept in a Design Company, DS 92: Proceedings of the DESIGN 2018 15th International Design Conference, 643-654
- Saval N.(2014) Cubed: A SecretHistory of Workplace. (Erişim tarihi:08.Ağustos. 2020) https://books.google.com.tr/books?id=qZdVAQAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Savran G.T. (2018).*Bilim Olarak Sosyolojinin Doğuşu. Klasik Sosyoloji Tarihi* Ünite 1.(Editör: Suğur S.) Eskişehir AÜ Yayınları. Yayın No:2387(Erişim tarihi: 09.Nisan. Mayıs. 2020) <https://yokdersleri.yok.gov.tr/#ders>
- Schwab K. (2019). What Kind of Capitalism Do We Want?.Time. December. <https://time.com/5742066/klaus-schwab-stakeholder-capitalism-davos/>
- Sennet R. .2009.*Zanaatkâr* (M.Pekdemir Çev.).Ayrıntı Yayınları. İstanbul
- Serdar Bozkır Aysu. (2014). *Sosyal Politika Kavramı. Tarihsel Gelişimi Ve Türkiye’de Sosyal Politika*. (Editör: Tokol A. Alper T.) İstanbul. Dora Yayıncılık.
- Solak S.S.G. (2017). Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt 6. Sayı 1, s:13 - 37
- Soyak G.Ş. (2009) *Yeni Çalışma Yöntemlerinin Ofis Binaları İç Mekân Tasarımına Etkileri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) , Haliç Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul
- Spinuzzi C., Bodrožić Z. Scaratti G. Ivaldi S. (2019).“Coworking Is About Community”: But What Is “Community” in Coworking?. *Journal of Business and Tecnical Communication*. Vol 33, Issue 2, 2019
- Spitz D., Staling D.H., Contested Codes: The Social Construction of Napster, *The Information Society* , Volume 21, 2005 - Issue 3. P:169-180
- Sterkenberg Z. (2019). Office Futures: The Office Design Trends of 2020. Ambius, <https://www.ambius.com/blog/2020-office-design-trends/>
- Strangleman T.,Warren T. (2015). *Çalışma Toplum Sosyolojik Yaklaşımlar*. (F.Man, Çev.) Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara
- Şen S.(2004). Esnek Uzmanlaşma ve Kamu Yönetimi Reformu, *İş- Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt: 6 Sayı: 1 Sıra: 4 / No: 204
- Şenkal A. (2015). *Sosyal Boyutuyla Bilgi Ekonomisi ve Emek*. Kocaeli. Umuttepe Yayınları

- Tabili L. (2012) The East India Company's London Workers: Management of the Warehouse Labourers, 1800–1858, by Margaret Makepeace, Book Reviews, *Victorian Studies*, Cilt.54, No. 2 (Winter 2012), p. 350-353.
- Talas C.(1991). Çalışma Hakkı ve Türkiye’de Durum. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. Cilt 46. Sayı1. s:407-421
- Tan M.Ş. (2019). *Ofis Yapılarındaki Ortak Mekânların İnsan-Mekân İlişkisi Bağlamında İncelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Hacettepe Üniversitesi/ Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Tanilli S.(2017). *Yüzyılların Gerçeği ve Mirası. 16-17.yy lar Kapitalizm ve Dünya. Cilt III*. İstanbul. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Taylor F.W.(2007).*Bilimsel Yönetimin İlkeleri*.(Çev. H.B.Akın). Konya. Çizgi Kitabevi
- Tekin Ö. K. (2019). *Paylaşımlı Ofislerin İç Mekân Tasarım Anlayışları*, (Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi) Hacettepe Üniversitesi/ Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Tengillimoğlu D. ,Tutar H. (2009). *Çağdaş Büro Yönetimi*. Ankara. Seçkin Yayıncılık
- Tercan A. (2014). Ofis Binalarında Sürdürülebilir Bir Uzlaşma İçin Tasarım *Mimar.ist* Sayı 49 (Kış 2014) s:59-65
- Tevruz S., Turgut T. (2004). Çalışma Amaçlarının Tesbiti ve Çalışma Amaçları Testinin Geliştirilmesi, *Öneri Dergisi*, Cilt 6. Sayı 22. S: 33 - 44
- Thompson E.P. (2006). *İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu*. (U. Kocabaşoğlu Çev.). 2.Baskı İstanbul. Birikim Yayınları
- Toffler A. (1980). *Üçüncü Dalga. Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı*. (Erişim tarihi: 04.Mart.2020)<https://turuz.com/book/title/Uchncu+Dalqa-Alvin+Toffler-Selim+Yenicheri-2008-1137s>
- Tomagan K.E. (2019) The Advantages of Corpoworking. <https://kmc.solutions/blogs/the-advantages-of-corpoworking/>
- Topkaya Ö. (2013). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Teorisi: Girişimciliğin Ekonomik Büyüme Ve İstihdam Boyutu, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (8:1) 29-54
- Tseng D. (2018). Workplace Evolution: A Retrospective on Office Design from the Industrial Revolution to the Knowledge Economy. <https://medium.com/@danshaoc/workplace-evolution-a-retrospective-on-office-design-from-the-industrial-revolution-to-the-7fdaaea408ae>
- Tuna M..Şen H..Durdu Z. (2019). *Modern Toplumun İnşası (Tarihsel ve Sosyolojik Bir Perspektif)*. Ankara. Detay Yayıncılık.

- Uglovskaja E. (2017). *The New Industrial Era Industry 4.0 & Bobst Company Case Study*, Supervisor, Bachelor's Thesis Degree Programme in International Business.
- Uyanık Y.(2004). Neoliberal Küreselleşme Sürecinde İşgücü Piyasaları, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 10 , Sayı 2, s:209 - 224
- Uyguç N., Duygulu E. Arbak Y., Çıraklar N. H. (1998). İş ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin Üç Temel Varsayım Altında İncelenmesi, *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, Cilt:13, Sayı:II, ss:193-204
- Ünlü T. S. (2013). Mersin'de İki Kamusal Mekân Üzerine Bir Mekan Kavramsallaştırması Denemesi, Mersin'den Mimarlık Planlama Tasarım Yazıları. Tamer Gök'e Armağan. Derleyenler Y.S. Levent, M. Uçar Mersin Üniversitesi Yayını No:35. S:137-160
- Vandelannoitte A.L., Isaac H.(2016) The New Office: How Coworking Changes The Work Concept. *Journal of Business Strategy* VOL. 37 NO. 6
- Veblen T. (1995). *Aylak Sınıf*. (İ>User Çev.) Marmara Üniversitesi Yayınları. Yayın No:569. İstanbul (Erişim tarihi: 21.Temmuz. 2020) <http://dspace.marmara.edu.tr/handle/11424/5570?show=full>
- Walden J. (2018) Communicating Role Expectations In A Coworking Office . *Journal of Communication Management* Vol. 23 No. 4, 2019 pp. 316-330
- Walsh B. (2011). 10 Ideas That Will Change the World, TIME, http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html
- WE Forum, (2016), The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution, http://www3.weforum.org/docs/WEF_FOJ_Executive_Summary_Jobs.pdf
- WE Forum, (2020), Schools of the Future Defining New Models of Education for the Fourth Industrial Revolution. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Schools_of_the_Future_Report_2019.pdf (Erişim Tarihi: 09.06.2020)
- Weber M (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (Z. Gürata Çev.) Ankara. Ayraç Yayınevi
- Williams C., Llobera M., Horodnic A.V.(2020), Tackling undeclared work in the collaborative economy and bogus self-employment. 2019-2020 of the European Platform tackling undeclared work established through Decision (EU) 2016/344
- Williams C.C., Lapeyre F. (2017) Dependent self-employment: Trends, Challenges and Policy Responses in The EU, ILO ISSN: 1999-2939; 1999-2947

www.uffizi.it

www.youtube.com/watch?v=s99z0HI82b4

Yanıklar C. (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 34, Sayı: 1, s:25-32

Yazıcı E. (2010). *İlkçağ'dan Sanayi Ötesi Topluma, Dönüşen İş Kültürü*. Ankara. Binyıl Yayınevi

Yıldırım A., Şimşek H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 7.Baskı. Ankara. Seçkin Yayıncılık

Yıldırım A., Şimşek H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 10.Baskı. Ankara. Seçkin Yayıncılık

Yıldız H. (2010). Çalışma Üzerine Sosyolojik Perspektif. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*. Sayı:58-1.129-161

Yırtıcı H., Uluoğlu B., (2004) Mekanın Altyapısal Dönüşümü. *İtü Dergisi/A Mimarlık, Planlama, Tasarım* Cilt:3, Sayı:1, s:43-52

Yücel K. (1998). Kapitalizmin Son Masalı: Bilgi Toplumu. *Gelenek*. Ekim. Sayı:58. <https://gelenek.org/kapitalizmin-son-masali-bilgi-toplumu/>

Zencirkıran M.(2018). *Sosyoloji*. Bursa. Dora Yayıncılık

Zencirkıran M. (2018). *Çalışma Kültürünün Dönüşümü*. Bölüm 7. Çalışma Sosyolojisi. (Editör: Z.S. Taşdemir.) AÜ Yayınları. Yayın No: 2488. Eskişehir

Zhang T.C., Gu H., Jahomi M.F. (2019). What Makes The Sharing Economy Successful? An Empirical Examination Of Competitive Customer Value Propositions. *Computers in Human Behavior* Volume 95. p 275-283

EKLER

Ek-1: Mülakat Soruları

Araştırma soruları -*Coworking Alanları Üzerinden Çalışmanın ve Mekânın Değişimi: Türkiye Özelinde Bir Değerlendirme*- başlıklı doktora tezinde değerlendirilmek üzere tarafınıza yöneltilmektedir. Teknolojinin çalışma anlayışına ilişkin etkilerini araştırmak amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada, co-working alanlarındaki gerçekleştirilen çalışma modelinin içeriği ve detaylarına yönelik sorular yer almaktadır. Katılımcıların bilgileri gizli tutulacaktır. Araştırma bilimsel bir nitelik taşımaktadır.

Vakit ayırdığınız ve katkılarınız için teşekkürler...

Dilay GÜVENÇ – Sakarya Üniversitesi

- ☐ Kadın () ☐ Erkek ()
- İlköğretim () Lise () Ön Lisans () Lisans () Y.Lisans () Dr. ()
-
- Ne kadar süredir co-working alanında çalışıyorsunuz?
- Co workingte bulunma/çalışma biçiminizi nasıl sınıflandırırsınız? Kendi Şirketim () Freelance () Şirket çalışanı ()
- Co working alanında çalışmadan önce, **bir kurumda (geleneksel iş ilişkisi ile) çalıştınız mı?**
- **Hangi alanda ve ne kadar süre çalıştınız?**
- Co workingte **çalışma fikri nasıl** oluştu? Neden böyle bir ihtiyaç duydunuz?
- Size göre; teknolojik değişim ve gelişmeler **işin özelliklerini** nasıl etkilemektedir?
- Size göre; teknolojik değişim ve gelişmeler **işgücünün özelliklerini** nasıl etkilemektedir?
- Co-working alanda çalışmak sizin için ne ifade etmektedir? Bu çalışma modelinin özellikleri nelerdir? Co-working alandaki çalışma biçimini nasıl tanımlarsınız?
- Kullanıcı/ tüketici olarak **paylaşım/işbirliği ekonomisinde** yer almakta mısınız? **Paylaşım/işbirliği ekonomisini** hangi alanlarda kullanmaktasınız?
- Paylaşım/işbirliği ekonomisinin, **co-working alanlar /ortak çalışma açısından**, dünyadaki ve Türkiye’deki geleceği için ne düşünüyorsunuz? Sürdürülebilir mi?
- Co-working alanlar; çalışmayı, **zaman paradigması** yani **işin gerçekleştiği zaman dilimi olarak**, nasıl etkilemektedir? *Çalışma saatleri, çalışma zaman esnekliği, serbest çalışma ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz.*
- Co-working alanlar; çalışmayı, **üretim modeli paradigması** yani **işin gerçekleştirilme biçimi olarak**, nasıl etkilemektedir? *Üretim biçimi/ tarzında yaşanan değişiklikler ile ürün açısından yaşanan değişiklikler*

nelerdir? Üretim (çalışmak, odaklanmak, ürünü hayata geçirmek gibi) zor mu? ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz.

Co-working alanlar, çalışmayı, **mekân paradigması** yani **işin gerçekleştiği mekân olarak** nasıl etkilemektedir? (mekân kullanımı, paylaşımı, maliyeti, estetiği değişmekte midir? ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz.

Co-working alanlar, çalışmanın, **ekonomik özelliklerini**, nasıl etkilemektedir? Maliyet, vergi, istihdam güvencesi, sendikal avantaj, gelir garantisi ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz.

Co-working alan kullanıcılarının **yaş, cinsiyet, eğitim dağılımları** nasıldır?

Co-working alan kullanıcılarının **meslek, nitelik ve sektörel dağılımları** nasıldır?

Co-working çalışmanın **bireysel (psikolojik olarak) avantaj/dezavantajları** nelerdir? Stres düzeyini azaltma, sosyalleşme, kurumsal ihtiyaçların karşılanması, estetik, prestij, sosyal ortam, paylaşım, etkileşim ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz.

Co-working çalışmanın **ekonomik avantaj/dezavantajları** nelerdir? Maliyet avantajı, network sağlama, çevre ve müşteri edinimi, kazanç, ekonomik/mekânsal esneklik ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz

Co-working çalışmanın **sosyal avantaj/dezavantajları** nelerdir? Sosyalleşme, paylaşım, etkileşim, örgütlenme, sosyal güvence ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz

Co-working çalışmanın **işe yönelik avantaj/dezavantajları** nelerdir? Yaratıcılık, çalışma disiplini, verimliliği artırma, güncel gelişmeleri takip kolaylığı, kurumsal ihtiyaçların karşılanması ve diğerleri açısından düşünerek değerlendirebilirsiniz

Sizi Co-working alanda çalışmaya yönlendiren **temel etken** nedir?

Araştırma sorularının dışında, **co- working alanların çalışma olgusuna etkisi hakkında**, eklemek istediğiniz bir katkı var ise, buraya yazarak bizimle paylaşır mısınız?

ÖZGEÇMİŞ

Dilay GÜVENÇ, 2011’de Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünden lisans derecesini almıştır. Yüksek Lisans eğitimini ise Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme alanında tamamlamıştır.

