T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YENİ NESİL OFİS MEKÂNLARINDA ÇEVRESEL PSİKOLOJİ BİLEŞENLERİ İLE MEKÂNSAL BEKLENTİ İLİŞKİSİ: KUŞAKLAR ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

SEVİ MAHİR

YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

GEBZE
2021

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YENİ NESİL OFİS MEKÂNLARINDA ÇEVRESEL PSİKOLOJİ BİLEŞENLERİ İLE MEKÂNSAL BEKLENTİ İLİŞKİSİ: KUŞAKLAR ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

SEVİ MAHİR
YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

DANIŞMANI
PROF. DR. AYLA AYYILDIZ POTUR

GEBZE
2021

T.R.

GEBZE TECHNICAL UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES

THE RELATIONSHIP OF ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY COMPONENTS AND SPATIAL EXPECTATION IN NEW GENERATION OFFICE SPACES: AN EVALUATION ON GENERATIONS

SEVİ MAHİR

A THESIS SUBMITTED FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE

DEPARTMENT OF ARCHITECTURE

THESIS SUPERVISOR

PROF. DR. AYLA AYYILDIZ POTUR

GEBZE

2021

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

GTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 19/02/2021 tarih ve 2021/09 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 17/03/2021 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Sevi Mahir'in tez çalışması Mimarlık Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE
(TEZ DANIŞMANI) : PROF. DR. M. AYLA AYYILDIZ POTUR

ÜYE : PROF. DR. ÖMÜR BARKUL

ÜYE : PROF. DR. KUTLU SEVİNÇ KAYIHAN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
…..…/…..…/..…..… tarih ve ……/…….. sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

ÖZET

Bu çalışma, çevresel psikoloji bileşenleri ile ilişkilendirilmiş mekânsal beklentinin iş yeri bağlılığını ve iş verimliliğini etkileyebileceği tartışmasını farklı kuşaklar üzerinden gündeme getirmektedir. 21. yüzyılın başından itibaren dört farklı kuşak çalışma hayatında ilk defa bir araya gelmiş, dolayısıyla farklı yaş gruplarından bireylerin çevresel psikoloji olgusu ile ilişkili mekânsal beklenti ve memnuniyetleri daha da önem kazanmıştır. Çalışma, kuramsal bölüm ve alan araştırması olmak üzere iki temel çerçeveden oluşmaktadır. Kuramsal bölüm ampirik çalışma için bilgi altlığı oluşturmaktadır. Bu bölümde temel olarak yeni nesil çalışma mekânlarının genel özellikleri, kullanılan tasarım parametreleri, kuşakların özellikleri, yeni nesil çalışma mekânlarında etkin olan çevresel psikoloji kavramları irdelenmiştir.

Birinci bölümde; tezin amacı, kapsamı ve yöntemi incelenmiştir. İkinci bölümde; kuşak kavramı ve kuşakların genel özellikleri ile çok nesilli işgücünün önemi üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde; ofis kavramı, tarihsel süreçteki değişimi ve güncel ofis yönelimleri irdelenmiştir. Dördüncü bölümde; yeni nesil ofis mekânları çevresel psikoloji çerçevesinde değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde; örneklem mekânlar olarak seçilen kurumsal ve paylaşımlı yeni nesil ofislerdeki uygulamalar ve mekânsal düzenlemeler, çevresel psikoloji bileşenleri ile ilişkili olarak incelenmiştir. Altıncı bölümde; anket çalışmasının verileri analiz edilerek değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra yerinde yapılan gözlemler ve görüşmelerden elde edilen veriler de değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde; elde edilen bulgular ve gözlemler doğrultusunda geleceğin çok kuşaklı, yeni nesil ofislerine yönelik mekânsal beklentiler konusunda yorumlar yapılmıştır.

Tez çalışması devam ederken ortaya çıkan corona virüs pandemisi, tezin kuramsal ve ampirik bölümlerinde içerik ve yöntem olarak değişikliklere ve güncellemelere sebep olmuştur. Araştırma kapsamında, pandemi sebebiyle çalışma ortamlarında yapılan mekânsal düzenlemeler de çevresel psikoloji bağlamında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Nesil Ofis, Kuşaklar, Çok Nesilli Ofisler, Mekânsal Beklenti, Çevresel Psikoloji Bileşenleri.

SUMMARY

This study brings up the discussion that spatial expectations associated with environmental psychology can effect workplace attachment and work efficiency for different generations. Since the beginning of 21st century, four different generations came together for the first time in worklife. Therefore, for individuals from different age groups, spatial expectations and spatial satisfaction in regards to phenomenon of environmental psychology gained importance. The study consists of two basic frameworks: theoretical part and field research. The theoretical section forms a basis for empirical work and includes following concepts: general characteristics of new generation workplaces, design parameters used, characteristics of generations, environmental psychology concepts which are effective in new generation workplaces.

Parts and their contents are as follows: 1. purpose, scope, method of thesis. 2. Concept of generation, general characteristics of generations, importance of multi-generational workforce 3. concept of office, its change in the historical process, current trends in offices 4. evaluation of new generation office spaces within the framework of environmental psychology 5. examination of practices and spatial arrangements in new generation offices with corporate and shared workspaces selected as sample spaces in regards to environmental psychology components. 6. analysis and evaluation of data obtained by survey. Additional evaluation of data obtained from on-site observations and interviews. Study concludes with comments on spatial expectations for future multi-generational new generation offices.

The coronavirus epidemic which emerged during the thesis study caused changes and updates in theoretical and empirical parts of the thesis. Its affects on spatial arrangements in work spaces were also evaluated.

Key Words: New Generation Office, Generations, Multi-Generation Offices, Spatial Expectations, Environmental Psychology Components.

TEŞEKKÜR

Başta, yüksek lisans eğitimim boyunca her türlü desteği ile bana yol gösteren, çalışmamın tamamlanmasında güç veren, özverili ve sabırlı davranan saygı değer danışman hocam Prof. Dr. Ayla Ayyıldız' a, bütün eğitim hayatım boyunca her koşulda yanımda olan ve gelişimime en büyük katkıyı sağlayan anne ve babama, eğitimim boyunca desteğini esirgemeyen aileme, yüksek lisans çalışma sürecimin başlamasında etkili olan eşim Ozan'a, çalışmalarım boyunca gösterdikleri sabır için kızım Selin'e ve oğlum Eren Efe'ye, desteklerini her noktadan ulaştıran dostlarıma, doğrudan veya dolaylı olarak destek olan Gebze Teknik Üniversitesi'nin öğrenci ve çalışanlarına teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	v
SUMMARY	vi
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
TABLOLAR DİZİNİ	xxii
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı	1
1.2. Çalışmanın Kapsamı	1
1.3. Çalışmanın Yöntemi	5
2. KUŞAKLAR	8
2.1. Kuşak Kavramı	8
2.2. Kuşakların Sınıflandırılması	10
2.3. Kuşakların Genel Özellikleri ve Çalışma Anlayışına Göre Değerlendirilmesi	12
2.3.1. Sessiz Kuşak (Gelenekselciler)	12
2.3.2. Bebek Patlaması Kuşağı	14
2.3.3. X Kuşağı	15
2.3.4. Y Kuşağı (Y1 Kuşağı- Y2 Kuşağı)	16
2.3.5. Z Kuşağı	19
2.4. Çalışma Mekânında Kuşak Çeşitliliğinin Önemi	21
3. ÇALIŞMA MEKANLARININ SÜREÇSEL DEĞERLENDİRİLMESİ	24
3.1. Ofis Kavramı	24
3.2. Ofislerin Tarihsel Süreçteki Değişimi	24
3.3. Ofis Tipleri	40
3.3.1. Hücresel Ofis (Cellular Office)	40
3.3.2. Ortak Oda Ofisleri	41
3.3.3. Açık Planlı Ofisler	42

3.3.4. Esnek Ofisler 43
3.3.5. Kombi Ofisler 44
3.4. Yeni Nesil Ofisler 44
3.4.1. Yeni Nesil Ofislerdeki Mekanlar 47
4. YENİ NESİL OFİS MEKANLARININ ÇEVRESEL PSİKOLOJİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ 54
4.1. Çevresel Psikoloji 55
4.2. Yeni Nesil Ofis Mekânlarında Çevresel Psikoloji Temelli Bileşenler 56
4.2.1. Mekânda Alan (Territoriality) Yönetimi 57
4.2.1.1. Mekânı Kişiselleştirme, Kendileme Kişisel Alan 57
4.2.1.2. Mekânsal Bağlılık (Place Attachment), Aidiyet 69
4.2.1.3. Mahremiyet 72
4.2.1.4. Mekâna Zihinsel Hâkimiyet, Yön Bulma, Oryantasyon 75
4.2.2. Mekânın Sınır Bileşenleri 81
4.2.3. Mekânın Eylemsel Olanakları 93
4.2.4. Mekânın Duyusal Bileşenleri 95
4.2.4.1. Görsel Bileşenler 96
4.2.4.2. Dokunsal Bileşenler 99
4.2.4.3. İşitsel Bileşenler 104
4.2.4.4. Tatsal Bileşenler 107
4.2.4.5. Kokusal Bileşenler 111
4.2.5. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri 113
5. ALAN ARAŞTIRMASI KAPSAMINDAKİ YENİ NESİL OFİS MEKANLARININ İNCELENMESİ 116
5.1. Örneklem Ofis Mekânlarının Analizleri ve Çevresel Psikoloji Bileşenleri Bağlamında İncelenmesi 118
5.1.1. Kurumsal Niteliği Olan Yeni Nesil Ofis Mekânlarının İncelenmesi 118
5.1.1.1. Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası 119
5.1.1.2. Yemek Sepeti Genel Müdürlük Binası 124
5.1.1.3. Bayer Genel Müdürlük Binası 145

5.1.1.5. Getir Genel Müdürlük Binası 170
5.2.2. Paylaşımlı Ofis Mekânlarının İncelenmesi 176
5.2.2.1. Kolektif House Levent Şubesi 177
5.2.2.2. İdea Kadıköy 186
5.2.2.3. Workinton Sabiha Gökçen Şubesi 192
5.3. Alan Araştırması (1. Aşama) Genel Değerlendirme ve Sonuçları 203
6. ALAN ARAŞTIRMASI (2. AŞAMA) BULGULAR VE DEĞERLENDİRME 204
6.1. Sosyo-demografik Yapı İle İlgili Bulgular 206
6.2. Mekânda Alan Yönetimi (Mekânı Kişiselleştirme, Kendileme, Mekânsal Bağlılık, Aidiyet, Mahremiyet vb.) İle İlgili Bulgular 208
6.3. Mekânın Sınır Bileşenleri İle İlgili Bulgular 212
6.4. Mekânın Eylemsel Olanakları İle İlgili Bulgular 215
6.5. Mekânın Duyusal Bileşenleri İle İlgili Bulgular 223
6.6. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri İle İlgili Bulgular 224
6.7. Çalışma Biçimi İle İlgili Bulgular 226
6.8. Bireysel Çalışma Alanı İle İlgili Bulgular 230
6.9. İşyeri Bağlılığı İle İlgili Bulgular 235
6.10. İşyeri Seçimi İle İlgili Bulgular 237
6.11. Alan Araştırması (2. Aşama) Bütünsel Değerlendirme 244
7. SONUÇ VE ÖNERİLER 245

KAYNAKLAR 246
ÖZGEÇMİŞ 258
EKLER 259

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

Simgeler ve Kısaltmalar		**Açıklamalar**
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
CEO	:	Chief Executive Officer
DB	:	Desibel
DRU	:	Design Research Unit
IBM	:	International Business Machines
M	:	Metre
MÖ	:	Milattan Önce
TC	:	Türkiye Cumhuriyeti
WHO	:	World Health Organization

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No:		Sayfa
3.1:	Eski Mısır'da bir yazmanın ofisi.	25
3.2:	Uffizi Galeri kat planı.	28
3.3:	Uffizi Galeri cephe görünüşü.	28
3.4:	Ev Sigortası Binası Cephesi, Chicago, 1883.	29
3.5:	Ev Sigortası Binası 8. kat planı.	29
3.6:	Seri üretim mantığının ofislere taşınması.	30
3.7:	Sigmund Freud'un ofis planı.	31
3.8:	Freud'un ofisinde dokunsal etkisi (haptik) yüksek halı ve simetrik oda kompozisyonu.	31
3.9:	Larkin Yönetim Binası kat planı.	32
3.10:	Larkin Yönetim Binası cephesi.	32
3.11:	Johnson Wax kompleksi.	33
3.12:	Johnson Wax Company çalışma salonu.	34
3.13:	Johnson Wax Company kat planı.	34
3.14:	Osram ofisindeki çalışma gruplarının izi (1965).	35
3.15:	Osram ofisi iç mekân görüntüsü (1965).	36
3.16:	Larkin Binasında kullanılan sabit Taylorist ofis mobilyası.	36
3.17:	Karls Ruhe Kamu Binası, Bürolandschaft Ofis, 1974.	37
3.18:	Aksiyon Ofis'in ilk tanıtımından bir görüntü, 1974.	38
3.19:	Herman Miller'in güncel web sitesinden Aksiyon Ofisin günümüzdeki modeli, 2020.	38
3.20:	Aksiyon Ofis bölücüleri.	39
3.21:	Aksiyon Ofis depolama alanları.	39
3.22:	Hücresel ofisler.	41
3.23	Ortak oda ofisleri.	42
3.24:	Açık planlı ofisler.	43
3.25:	Esnek ofisler.	43
3.26:	Workinton hazır ofis.	45
3.27:	Nissan WORKSPACe mobil ofis aracı.	46
3.28:	Nissan WORKSPACe iç mekan görüntüsü.	47

3.29:	Kablo firması HBO'nun çalışma alanındaki boş masa kullanımı.	49
3.30:	a) Tek kişilik sessiz kabin görseli, b) Tek kişilik sessiz kabin planı.	50
3.31:	a) İki kişilik sessiz kabin görseli, b) İki kişilik sessiz kabin planı.	50
3.32:	a) Telefon kabini görseli, b) Telefon kabini planı.	51
3.33:	Google Sydney Ofisi uyku alanları.	52
3.34:	Facebook Seattle Ofisi uyku kapsülleri.	52
4.1:	Yeni nesil bir ofiste ortak çalışma alanının geçici olarak kişiselleştirilmesi/Gittigidiyor.	59
4.2:	Kişisel kullanım alanında özel eşyalar ile yapılan kişiselleştirme.	60
4.3:	Kişisel alan sınırları belirlenmiş özel görüşme kabinleri/Kolektif House-Levent Şubesi.	60
4.4:	a) Ofis donatılarının kullanıcılar tarafından konumlandırılması/Getir, Ofis b) Katlanıp asılabilen, portatif sandalye askıları/Getir.	61
4.5:	Kişinin diğer kişilerle arasındaki mesafeyi gösteren, mesafe analizi diyagramı.	62
4.6:	Edward T. Hall'ın Proksemik Alan Teorisi diagramı.	63
4.7:	Çalışma ofisinde kişisel alan sınırları belirlenmiş tefriş elemanı/Workinton-Sabiha Gökçen Şubesi	64
4.8:	Dinlenme alanında, kişisel alan sınırları içindeki iş arkadaşları/Yemek Sepeti	64
4.9:	a) Ofis Birbirlerinin kişisel alanına girmeyen iki kişinin iletişimi, b) Birbirlerinin kişisel alanını ihlal eden iki kişinin iletişimi.	64
4.10:	Sosyal alanın korunduğu, iletişime kapalı alan.	66
4.11:	Tayland'da bir restoranda sosyal alanın, şeffaf ayıraçlarla korunması.	66
4.12:	Pandemi sürecinde, ortak çalışma alanında sosyal alan sınırları.	67
4.13:	Pandemide Tokyo'da kamusal bir kafe mekânındaki bireysel çalışma alanı.	67
4.14:	New York'daki kamusal bir park alanında, halkalarla oluşturulan mesafe.	68

4.15:	Pandemi sürecinde San Francisco'da evsizler için hazırlanan ilk çadır kamp alanındaki uyuma alanı sınırları.	68
4.16:	Kişisel kullanıma açık yeme-içme mekânı.	71
4.17:	Çalışma alanı ile ilişkili dinlenme alanı.	71
4.18:	: Ev ortamı sıcaklığını sunmak için yapılan düzenlemeler.	71
4.19:	Geri dönüşüm konusunda farkındalık yaratan uyarı levhaları.	72
4.20:	Görsel ve işitsel mahremiyeti bir arada sağlayan ses yalıtım panoları/Gittigidiyor.	73
4.21:	Görsel ve işitsel mahremiyeti bir arada sağlayan ses yalıtım panoları/Gittigidiyor	74
4.22:	Sosyal mahremiyetin sağlandığı, iletişime kapalı uyku kabini.	74
4.23:	Şekil 4.23: Köprü/rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar.	77
4.24:	Mekânsal okunabilirliği destekleyen iç bahçe düzenlemesi.	77
4.25:	Ofis girişini vurgulayan belirgin danışma bankosu.	78
4.26:	Bisiklet park alanını ve yapı girişini işaret eden yön levhaları.	78
4.27:	Ofisler için oluşturulmuş özel isim levhaları/Kolektif House-Levent.	79
4.28:	Kadın- Erkek tuvaletlerinin doluluk durumunu gösteren dijital bilgilendirme levhası/ Yemek Sepeti.	79
4.29:	Toplantı odaları için oluşturulmuş özel isim levhaları/Kolektif House-Levent.	80
4.30:	Ofis mekanı zemininde bölgeleme ve uyarı ikonları.	81
4.31:	chroder Evi.	82
4.32:	Herman Hertzberger'in tasarladığı Apollo Okulları Salonu	83
4.33:	Apollo Okulları Salonu esnek kullanımı.	83
4.34:	Central Beheer Apeldoorn Ofis binasında bir çalışma alanı.	85
4.35:	Central Beheer Apeldoorn Ofis Binasında menfezlerin kullanıcılar tarafından kişiselleştirilmesi.	85
4.36:	Bireysel kullanıma uygun kapalı çalışma mekânı/Kolektif House-Levent.	86
4.37:	Geçici süreli kullanılan çalışma mekânı/Workinton-Sabiha Gökçen Şubesi.	87
4.38:	Mekânsal çeşitlilik oluşturulmuş yeni nesil bir ofis/Bayer	88

4.39:	Panopticon metaforunun yapısal yansıması.	89
4.40:	Taylorist Ofis düzeninde gözetim mekânizması.	90
4.41:	Kamusal bir alanda sosyopedal mekân düzenlemesi.	91
4.42:	Endüstri çağında bir çalışma alanına ait sosyofugal masa düzeni.	91
4.43:	Gridal yapıdaki sosyofugal, radyal yapıdaki sosyopedal toplantı masası düzeni.	92
4.44:	Yeni nesil bir ofise ait yemekhanedeki sosyopedal-sosyofugal masa düzeninin birlikteliği.	92
4.45:	Çalışma mekânı ile bağlantılı dinlenme yatakları/Yemek Sepeti.	93
4.46:	Çalışma mekânı ile bağlantılı oyun alanı/Gittigidiyor.	93
4.47:	Aktivite temelli bir mekânda merdiven.	94
4.48:	Aktivite temelli bir ofiste kaydırak/İş Bankası- Tutom.	94
4.49:	Mekânın duyum aşaması.	96
4.50:	Pandemi sürecinde kullanılan şeffaf paravan örneği.	98
4.51:	Pandemi sürecinde kullanılan akustik paravan örneği.	98
4.52:	Pandemi sürecinde ofislerde görsel etki bırakan levhalar, etiketler.	99
4.53	Temassız dokunsal teknoloji.	101
4.54	Temassız dokunsal teknoloji/yüz tanıma paneli.	103
4.55	Masalardaki kişisel temizlik malzemeleri.	104
4.56	El yıkamayı teşvik eden afişler.	104
4.57	Bir ofis ortamındaki farklı ses kaynakları.	106
4.58	Ofiste tat mekânları ile ilişkili motivasyonel uygulama/Gittigidiyor.	109
4.59	Yeni nesil bir ofisteki tat mekânı/Yemek Sepeti.	110
4.60	Paris'te pleksiglas kullanılarak tasarlanmış virüs korumalı tat mekânı.	110
4.61:	İstanbul'da pleksiglas kullanılarak tasarlanmış virüs korumalı tat mekânı.	111
5.1:	Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası	120
5.2:	Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük konumu.	120
5.3:	Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası kat planı .	120

5.4:	Görevlerin yazılı olduğu etiket/levha.	121
5.5:	Gittigidiyor ofisinde telefon kabini.	121
5.6:	Gittigidiyor ofisi dinlenme alanı.	122
5.7:	Yemek Sepeti Genel Müdürlük Binası / Yemek Sepeti.	124
5.8:	Yemek Sepeti Park.	124
5.9:	Yemek Sepeti Park Çekirdek Çözümlemesi.	125
5.10:	Yemek Sepeti Park'taki katlar arası köprüler.	126
5.11:	Köprülerin bağlandığı uyku odaları.	127
5.12:	Yemek Sepeti Park zemin kat planı.	127
5.13:	Yemek Sepeti Park zemin kat giriş bankosu.	127
5.14:	Yemek Sepeti Park görüşme odaları.	127
5.15:	Yemek Sepeti Park 1. kat planı mekansal analizi.	128
5.16:	Yemek Sepeti Park çalışma istasyonları.	128
5.17:	Yemek Sepeti Park 2. kat çalışma istasyonları.	129
5.18:	Yemek Sepeti Park sonsuz masa temalı çalışma istasyonları.	129
5.19:	Yemek Sepeti Park.	129
5.20:	Yemek Sepeti Park 3. kat çalışma istasyonları.	130
5.21:	Yemek Sepeti Park 4. kat mekânsal analizi.	130
5.22:	Yemek Sepeti Park 4. çalışma istasyonları.	131
5.23:	Barın arkasında yer alan enstalâsyon.	131
5.24:	Yemek Sepeti Park sosyal alan.	132
5.25:	Yemek Sepeti Park çok amaçlı tribün alanı.	132
5.26:	Fileli platform alanı.	133
5.27:	Hamaklar ve dinlenme alanı.	133
5.28:	Yemek Sepeti Park 5. kat mekânsal analizi.	133
5.29:	Yemek Sepeti Park 5. kat oyun alanı.	134
5.30:	Yemek Sepeti Park uyku odası.	135
5.31:	Kişisel depolama alanları üzerinde kurum kimliğine uygun etiketler.	135
5.32:	Bulut bölgesi.	136
5.33:	Köprü isimleri.	136
5.34:	Çalışma alanındaki lineer izler.	137
5.35:	Yönlendirici ve bilgilendirici dijital levhalar.	137

5.36: Bilgilendirici mekânik levha. 138
5.37: Farklı malzemeler ile oluşturulan sınır. 139
5.38: Tribün alanındaki şeffaf sınır. 139
5.39: Sosyal alandaki sosyopedal uygulama. 139
5.40: Uyku odalarının çeşitli eylemler için kullanım boyunca kişiselleştirilmesi. 140
5.41: Düşey sirkülasyonu sağlayan tribün alanı. 141
5.42: Yemek Sepeti Park oyun alanları. 141
5.43: Yemek Sepeti Park alternatif çalışma alanları. 142
5.44: Yemek Sepeti Park spor alanları. 142
5.45: İsmini baharatlardan alan toplantı odaları girişi. 143
5.46: Ofis mekânının duvarında yer alan Selma Gürbüz tablosu. 144
5.47: Ofis mekânında biyofilik uygulama. 144
5.48: Bayer Türk Binası. 145
5.49: Bayer Genel Müdürlük binası konumu. 145
5.50: Bayer Türk mekânsal analiz. 145
5.51: Bayer Türk giriş katı. 146
5.52: Bayer Türk 1. kat. 146
5.53: Bayer Türk dönüşüm konsepti. 147
5.54: Bayer Türk zemin kat dönüşüm konsepti. 147
5.55: Bayer Türk dönüşüm projesi kesit 1 148
5.56: Bayer Türk dönüşüm projesi kesit 2. 148
5.57: Bayer Türk atrium. 149
5.58: Bayer türk ana merdiven. 149
5.59: Kişisel depolama alanları. 150
5.60: Kafe alanının kullanıcılar tarafından kişiselleştirilmesi. 151
5.61: Kafe alanında kullanıcıların yazdığı kişisel notlar. 151
5.62: Çalışma eylemini destekleyen dinlenme alanları. 152
5.63: Dinlenme alanında iletişime açık sosyopedal oturma düzeni. 153
5.64: Amfi alanında iletişime kapalı sosyofugal oturma düzeni. 153
5.65: Bilgisayar ekranlarının arasında yer alan bölücülerin oluşturduğu sınır. 153

5.66: Yapı alanı içerisinde yer alan eczane. 154
5.67: Açık dinlenme alanı. 154
5.68: Kapalı dinlenme alanı. 155
5.69: Aktiviteye teşvik eden uyarıcı yazı. 155
5.70: Kafe ile ilişkili sosyal alan. 156
5.71: Çalışma alanı zemininde halı kullanımı. 157
5.72: Uyarıcı notlar içeren görseller. 157
5.73: Görsel mahremiyetin sağlandığı alternatif çalışma alanları. 158
5.74: Doğal ışık alan bahçe katındaki biyofilik uygulamalar. 158
5.75: Defacto Genel Müdürlük binası. 159
5.76: Defacto Genel Müdürlük binası konumu. 159
5.77: Defacto Genel Müdürlük binası asma kat planı. 162
5.78: Defacto Genel Müdürlük binası 1. kat planı. 162
5.79: Defacto Genel Müdürlük binası 2. kat planı. 163
5.80: Defacto Genel Müdürlük binası 3. kat planı. 163
5.81: Defacto Genel Müdürlük binası 4. kat planı. 164
5.82: Defacto Genel Müdürlük binası 5. kat planı. 164
5.83: Defacto açık ofis alanları. 164
5.84: Defacto “Mutluluk Odası”. 166
5.85: Merdivenlerde aktiviteye teşvik eden sloganlar. 167
5.86: Spor salonunun kullanımı. 167
5.87: Terasta yer alan golf sahası. 167
5.88: Yönetici odasında dokunsal etki düzeyi yüksek donatıların kullanımı. 168
5.89: Yemek salonunda minderli koltukların kullanımı. 168
5.90: Akdeniz konseptli bahçe. 169
5.91: Getir Genel Müdürlük Binası (Doğuş Center). 170
5.92: Getir Genel Müdürlük Binası'nın (Doğuş Center) konumu. 170
5.93: Getir Köy Meydanı alanı. 171
5.94: Getir açık ofis çalışma alanı. 173
5.95: Kanepe ve minderlerin olduğu çalışma alanı. 173
5.96: Kitaplık ile oluşturulan sınır. 174
5.97: Katlanabilen sandalye ve askı alanı. 174

5.98: “Köy Meydanı” alanının sandalyeli kullanımı, Getir. 175
5.99: “Köy Meydanı” alanının minderli ve kanepeli kullanımı, Getir. 175
5.100: Kurumsal kimliğin görsel etki uyandırmasına yönelik uygulama. 176
5.101: Kolektif House Levent Şubesi. 179
5.102: Kolektif House Levent Şubesi giriş 179
5.103: Kolektif House Levent Şubesi konumu. 179
5.104: Kolektif House Levent Şubesi kat planı. 180
5.105: Özel görüşme kabinlerinde perde kullanımı. 180
5.106: Kişisel depolama alanları. 181
5.107: Ses yalıtımlı bireysel çalışma kabinleri. 181
5.108: Amfideki sosyofugal oturma düzeni. 182
5.109: Ortak alanda iletişime açık sosyopedal oturma düzeni. 182
5.110: Asansör girişinde “merdiven kullan” mesajı. 183
5.111: Mini golf alanı. 183
5.112: Çalışma alanı ile ilişkili salıncak. 184
5.113: a) Dokunsal etkisi güçlü oyun, b) Düğme detayı. 184
5.114: Doğa ile ilişkili görseller ve canlı bitkiler. 185
5.115: İdea Kadıköy Binası. 186
5.116: İdea Kadıköy Konum. 186
5.117: Çalışma alanının kullanıcı tarafından geçici kişiselleştirilmesi. 188
5.118: Çalışma alanında yer alan kişisel depolama alanları. 188
5.119: Farklı biçimlerde dinlenme olanakları. 189
5.120: Farklı biçimlerde dinlenme olanakları. 189
5.121: Mini amfi alanı. 190
5.122: Doğa ile görsel bağı kuvvetli açık ofis alanı. 190
5.123: Açık ofis alanında evcil hayvan. 191
5.124: Dokunsal etkisi güçlü donatılar. 191
5.125: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi. 192
5.126: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi Konum. 192
5.127: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi. 193
5.128: Görsel mahremiyet sağlayan donatı. 194
5.129: Ofis girişini gösteren yön levhası. 194

5.130: Mekânın sınırlarını tarifleyen sınır bileşeni. 195
5.131: Kişisel kullanıma uygun mutfak alanı. 196
5.132: Toplantı odası. 196
5.133: Ses yutucu bölücü paneller. 197
6.1: Kuşakların ankete katılım oranları. 206
6.2: Cinsiyet oranları. 207
6.3: Şekil 6.3: Eğitim durumu analizi. 207
6.4: Görsel mahremiyet/ekranın görünür olma durumu. 209
6.5: Çalışma alanı ile dinlenme alanı arasında bölücü kulanımı. 210
6.6: Ses yalıtımının ve görsel mahremiyetin sağlanmış olması. 211
6.7: Özel telefon görüşmelerini telefon kabininde yapmak. 211
6.8: Kuşakların sabit zamanlı çalışma tercihi yanıt analizi. 212
6.9: Kuşakların esnek zamanlı çalışma tercihi yanıt analizi. 213
6.10: Kuşakların evde (home office) çalışma tercihleri. 214
6.11: Açık ofis alanının varlığı. 215
6.12: Sessiz görüşme/telefon kabinleri önem düzeyi. 216
6.13: Uyku nişleri/hamaklar önem düzeyi. 217
6.14: Bakım merkezi, kuaför, masaj alanı vb. önem düzeyi. 217
6.15: Oyun alanları önem düzeyi. 218
6.16: Açık hava ve doğa ile bütünleşik çalışma alanları önem düzeyi. 219
6.17: İçecek nişleri önem düzeyi. 219
6.18: Bireysel kullanıma açık mutfak alanı önem düzeyi. 220
6.19: Konsantrasyon odası önem düzeyi. 221
6.20: “Beyin fırtınası odası” önem düzeyi. 221
6.21: Meditasyon odası önem düzeyi. 222
6.22: Çocuk bakım merkezi önem düzeyi. 223
6.23: Pandemide eksikliği hissedilen çalışma ile ilişkili mekânlar. 226
6.24: Çalışma biçimine göre tercih edilen mekânların analizi. 228
6.25: Pandemide tercih edilen çalışma mekânı analizi. 230
6.26: Kuşakların “sabit masa” tercihi analizi. 231
6.27: Kuşakların “cleandesk uygulaması” tercihi analizi. 232
6.28: Kuşakların “alternatif çalışma alanı” tercihi analizi. 232
6.29: Kuşakların “kitap kafe, kütüphane” kullanım tercihi analizi. 233

6.30: Kuşakların “evden çalışma” tercihi analizi. 234
6.31: Kuşakların “sanal ofiste çalışma” tercihi analizi. 234
6.32: Uzaktan çalışma - iş yeri bağlılığı ilişkisi analizi. 236
6.33: İş yeri seçiminde, “iş yeri tanınırlığının” etkisi. 238
6.34: İş yeri seçiminde “ekonomik getirilerin” etkisi. 239
6.35: İş yeri seçiminde, “esnek çalışma saatlerinin” etkisi. 239
6.36: Meditasyon odası önem düzeyi. 240
6.37: İş yeri seçiminde, “esnek çalışma mekânlarının” etkisi. 240
6.38: İş yeri seçiminde, “sosyal sorumluluk projelerine katkının” etkisi. 241
6.39: İş yeri seçiminde, “terfi imkanı ve statünün” etkisi. 241
6.40: Kuşakların iş yeri seçim kriterleri. 243

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo No:		Sayfa
2.1:	Kuşakların farklı kaynaklara göre kronolojik olarak isimlendirilmesi.	10
2.2:	Tez çalışması kapsamında kullanılan kuşak ve yaş aralığı sınıflandırması.	12
2.3:	Kuşakların özellikleri	20
4.5:	Çalışma mekânlarındaki ortalama gürültü seviyeleri	106
5.1:	Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası bilgilendirme tablosu	118
5.2:	Yemek Sepeti Genel Müdürlük Binası / Yemek Sepeti Park bilgilendirme tablosu	120
5.3:	Bayer Genel Müdürlük Binası bilgilendirme tablosu	124
5.4:	Defacto Genel Müdürlük Binası bilgilendirme tablosu	145
5.5:	Defacto genel çalışan kategorisi* başına yaş dağılımı (%)	159
5.6:	Defacto Genel Çalışan Kategorısi* Başına Yaş Dağılımı (%)	160
5.7:	Getir Genel Müdürlük bilgilendirme tablosu.	170
5.8:	Kolektif House Levent Şubesi bilgilendirme tablosu.	179
5.9:	İdea Kadıköy bilgilendirme tablosu.	186
5.10:	Workinton Sabiha Gökçen Şubesi bilgilendirme tablosu.	192
5.11:	Örneklem mekânların çevresel psikoloji bileşenlerini barındırma durumuna göre kıyaslanması.	198

1. GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı yeni nesil ofis mekânlarını çevresel psikoloji bağlamında ele alarak mekânsal beklenti, bağlılık, aidiyet kavramlarını farklı kuşak çalışanlar üzerinden sorgulamaktır. Günümüzde başta teknolojinin gelişmesi olmak üzere, sağlık alanında yapılan reformlar, sağlık giderleri için ayrılan bütçenin artması gibi farklı sebeplerle birlikte yaşam kalitesi ve süresi artmıştır. Dünya sağlık örgütü (WHO) yaş dilimi skalasına göre genç-yaşlı kavramları değişmeye başlamıştır. Bu durum emeklilik yaşının artmasına ve farklı kuşakların çalışma hayatlarının kesişmesine sebep olmuştur. Çok kuşaklı çalışma yeni bir kavram değildir, farklı nesiller yüz yıllardır bir arada çalışmaktadır. Ancak iş gücü demografik verileri değişim süreci geçirmekte olup 21. yüzyılın başlarında ilk defa dört kuşağın çalışma hayatı kesişmiştir. Bu yüzden aynı çalışma mekânını kullanan farklı kuşaklardan çalışanların mekânsal memnuniyetleri önem kazanmaktadır. Çalışma, farklı mekânsal beklentilerle şekillenen mekânsal memnuniyetin, iş yeri bağlılığını ve iş verimliliğini etkileyebileceği tartışmasını farklı kuşaklar üzerinden gündeme getirmeyi amaçlamaktadır. Çok nesilli ofislerde mekânsal memnuniyetin sağlanması için, her bir kuşağın mekânsal beklentilerinin tespit edilme gerekliliğine dikkat çekilmiş ve bu konuda farkındalık oluşturmak amaçlanmıştır.

1.2. Çalışmanın Kapsamı

Çalışma, teorik altlığı oluşturan kuramsal bölüm ve alan araştırması olmak üzere iki temel çerçeveden oluşmaktadır. Teorik bölümde temel olarak yeni nesil çalışma mekânları, bu mekânlarda etkin olabilen çevresel psikoloji kavramları ve kuşaklar irdelenmiştir. Bu teorik altlık, alan çalışmasına temel oluştururken, aynı zamanda, ampirik çalışmanın sorgulama altlığına yön vermiştir. Çalışma kapsamında ele alınan kuşak kavramı elbette ki, bir prototip algısını oluşturmamalıdır. Her birey birbirinden farklıdır ve kendisine özgüdür. Elbette ki, bireyler, farklı geçmişleri, kültürel birikimleri, sosyo-ekonomik yapıları, kişilik özellikleri, eğitim altyapıları, geçmiş deneyimleri, yaşam tecrübeleri ile birbirinden çok farklıdır ve özgündür.

Ancak, (1) sahip oldukları ortak yaş grubu, (2) ortak bir sosyo-tarihsel geçmişe sahip olma, (3) aynı önemli tarihsel / sosyolojik / teknolojik / dijital olay, dönüşüm ve gelişimlerden benzer biçimlerde ve benzer ölçülerde etkilenme gibi çeşitli nedenlerle aynı kuşak üyeleri, kişisel özellikleri ne kadar farklı olursa olsun, benzer davranış, değer, yönelim ve beklentileri taşıma, paylaşma eğilimi gösterebilirler. Bu çalışmada, kuşak kavramı, bir kesin yargısal prototip sınıflandırma olarak algılanmamalı, aynı yaş grubundaki, benzer sosyal - yaşamsal - tarihsel dönüşümlere tanıklık etmiş bireylerin ortak olması olası olan düşünce, değer ve eğilimleri ile ilişkili olarak değerlendirilmelidir.

Tez çalışması altı bölümden oluşmaktadır;

- Birinci bölümde; tezin amacı, kapsamı ve yöntemi incelenmiştir.
- İkinci bölümde; kuşak kavramı tanımlanmıştır. Kuşakların genel özellikleri ve aynı kuşak üyelerinin ortak yanları, etkilendikleri faktörler, çalışma değerleri ele alınmıştır. Çok nesilli çalışma mekânları incelenmiştir.
- Üçüncü bölümde; ofis kavramı tanımlanmıştır. Çalışma mekânlarının tarihsel değişimi, geçirdiği dönüşümler, gündemdeki alternatif çalışma mekânları irdelenmiş, uluslararası örneklerle değerlendirilmiştir. Yeni nesil ofis kavramı tanımlanarak, yeni nesil mekânlara ilişkin, terimler ve tasarım kriterleri ele alınmıştır.
- Dördüncü bölümde; yeni nesil ofis mekânları çevresel psikoloji bağlamında incelenmiştir. Çevresel psikoloji tanım, yaklaşım ve parametreleri üzerinden, yeni nesil ofis mekânlarındaki çevresel psikoloji bağlamındaki bileşenler alt başlıklarla analiz edilmiştir. Mekânda Alan Yönetimi (Mekânı Kişiselleştirme, Kendileme, Kişisel Alan, Mekânsal Bağlılık, Aidiyet, Mahremiyet, Mekâna Zihinsel Hakimiyet, Yön Bulma, Oryantasyon), Mekânın Sınır Bileşenleri, Mekânın Eylemsel Olanakları, Mekânın Duyusal Bileşenleri (Koku, Dokunsal, İşitsel, Görsel, Tat), Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri bu alt başlıkları oluşturmaktadır. Bu bölümde, alan çalışmasında kullanılan mekânsal analizler için düşünce altlığı oluşturulmuştur.
- Beşinci bölüm; alan çalışmasının mekânsal içerikli birinci aşamasını oluşturmaktadır. Bu bölümde, örneklem mekân olarak seçilen yeni nesil ofis uygulamaları incelenmiştir. Kurumsal niteliği olan ofislerin yanı sıra yeni nesil ofis olma özelliği taşıyan İstanbul'daki ortak ve esnek çalışma imkanı sunan

kamusal ve özel paylaşımlı ofisler de örneklem mekânlara dahil edilmiştir. Örneklem mekânların seçim kriterlerine değinilmiştir. Bu seçimde; (1) kurumsal olma, (2) farklı kuşakları bir arada bulundurabilme, (3) yeni nesil ofis mekânı olma özelliklerini taşıma, (4) çevresel psikoloji bileşenlerinin sorgulanabilmesine olanak verme kriterleri etkili olmuştur. Alan araştırmasındaki kurumsal ofisler; ulusal ve uluslararası markaların İstanbul'daki merkez ofislerini kapsamaktadır. Örneklem ofislerin mekânsal analizleri dördüncü bölümde incelenmiş olan çevre psikolojisi bileşenleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mekânsal lejant oluşturularak örneklem çalışma mekânlarının bünyesinde barındırdığı bileşenler görsel olarak da ifadelendirilmiştir. Çevresel psikoloji temelli bileşenlerin bağlamları her bir ofis mekânı için ayrı ayrı irdelenmiştir. Bölüm sonunda, bütün örneklem ofis mekânları karşılaştırmalı olarak çevre psikolojisi bileşenleri üzerinden kıyaslanmştır.

- Altıncı bölüm, alan araştırmasının kullanıcı görüşlerine dayanan ikinci aşamasını oluşturmaktadır. Bu bölümde, mekânsal beklenti, aidiyet, bağlılık kavramları çevre psikolojisi kapsamında ele alınarak farklı kuşaklardan bireylerin / çalışanların / kullanıcıların görüşleri alınmıştır ve elde edilen bilgiler ışığında analizler yapılmıştır. Araştırmanın evrenini çalışma mekânı kullanıcıları, örneklemini ise 1946-1964 yılları arasında doğan Bebek Patlaması (Baby Boomer), 1965-1979 yılları arasında doğan X Kuşağı, 1980-1996 arasında doğan Y1 Kuşağı, 1997-1999 yılları arasında doğan Y2 Kuşağı ve 2000 yılından sonra doğan Z Kuşağı ofis kullanıcıları oluşturmaktadır. Yapılan literatür taramalarında Y Kuşağı üyelerinin doğum yıllarına göre farklı özellikler gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Y Kuşağı; Y1 Kuşağı ve Y2 Kuşağı olarak ele alınmıştır. Z Kuşağının henüz profesyonel iş hayatına atılmadığı düşünüldüğü için geçici veya stajyer olarak çalışan Z Kuşağı da araştırma kapsamında incelenmiştir. Alan çalışmasının kullanıcı görüşlerine dayanan ikinci aşamasını oluşturan bu bölümde, çalışma mekânlarındaki farklı kuşaklardan kullanıcıların görüşleri alınmıştır. Kuşakların çalışma anlayışlarının çeşitliliği çevre psikolojisi kavramları üzerinden incelenmiştir. Yeni nesil ofislerdeki mekânsal beklenti bileşenleri ile mekânsal bağlılık ve aidiyet kriterleri analiz edilmiştir. Bu çerçevede, çok nesilli ofislerdeki mekânsal beklentilerin tespiti ve tasarlanacak olan yeni nesil ofisler için düşünce altlığı oluşturmak hedeflenmiştir. Bu amaç

çerçevesinde, kullanıcı görüşlerine dayanan bu bölümde, yanıtları aranan temel sorular şunlardır:

- Bebek Patlaması, X, Y, Z kuşakları için, çalışma mekânları bağlamında, kişiselleştirme uygulamaları ve beklentileri açısından farklılıklar var mıdır?
- Bebek Patlaması, X, Y, Z kuşakları için, çalışma mekânları bağlamında, aidiyet biçimleri ve beklentileri açısından farklılıklar var mıdır?
- Bebek Patlaması, X, Y, Z kuşakları için, çalışma mekânları bağlamında, mahremiyet beklentileri açısından farklılıklar var mıdır?
- "Evinde gibi hissetmek", "evi işe taşımak", "ikinci ev", "evden uzak ev", (home away from home) gibi kavramların yeni nesil çalışma mekânları tasarımında dikkate alınması aidiyet hissini artırıyor mu? Farklı kuşakların yaklaşımı nasıldır? Farklılıklar var mıdır?
- Çalışma mekânlarında kişiselleştirme arayışının fazla olması mekânsal memnuniyetin az olduğunu veya kişiselleştirme arayışının az olması mekânsal memnuniyetin fazla olduğunu gösterir mi?
- Kuşakların çalışma anlayışı farklılıkları yeni nesil çalışma mekânlarına nasıl yansımaktadır?
- Çok nesilli çalışma mekânlarında iş yeri bağlılığı ve tatmininin oluşmasında mekânsal tasarımın rolü var mıdır? Kuşaklara göre gösterdiği farklılıklar nelerdir?
- Pandemi sürecinde çalışma mekânlarına bakış açısından, mekânsal beklentiler ve mekânsal memnuniyet parametreleri bağlamında değişiklikler oluşmuş mudur? Bu çerçevede, kuşaklar arasında farklılıklar var mıdır?
- Pandemide evden çalışırken görsel ve işitsel mahremiyet açısından iş verimliliği ne düzeyde etkilenmiştir? Bu anlamda kişilerin mekânsal beklentileri ve eksikliğini hissettikleri mekânsal düzenlemeler neler olmuştur?
- Evden çalışmak bir zorunluluk olduğunda çalışma ortamında "evinde gibi hissetme"' kavramına ilişkin kişilerin beklentilerindeki değişiklik ne düzeyde olmuştur? Kuşaklar arasında farklılıklar var mıdır?

- Yedinci bölümü oluşturan "Sonuç ve Öneriler" başlığı altında, gerek kuramsal bölümden, gerekse de mekânsal inceleme ve kullanıcı görüş değerlendirmesi

olmak üzere iki aşamadan oluşan alan araştırmasından elde edilen bulgular ışığında, günümüzün ve ilerleyen zamanların yeni nesil - çok nesilli çalışma alanlarının mekânsal düzenlemeleri gerçekleştirilirken dikkat edilmesi gereken kriterler üzerine, gelecek yaklaşımlar ve tasarım anlayışları açısından sorgulanabilir değerlendirmelerde bulunulmuştur.

1.3. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada literatür taraması, yerinde gözlem, anket, görüşme gibi teknikler eş güdümlü olarak kullanılmıştır. Alan araştırmasında seçilen örneklem çalışma mekânları, farklı kuşakları bir arada bulundurabilen, kurumsal olan, yeni nesil ofis mekânı özelliklerini taşıyan, çevresel psikoloji bileşenlerinin sorgulanabilmesine olanak veren uygulamalardır. Literatür taraması sonrasında ve eşgüdümlü olarak, örneklem ofis mekânlarına ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Örneklem mekânlarda, çevresel psikoloji bileşenlerinin mevcut durumunu ortaya koymak üzere, fotoğraf ile belgeleme gerçekleştirilmiştir. Alan araştırmasında her bir örneklem ofis mekânının çevresel psikoloji temelli bileşenleri barındırma durumu ele alınarak tablo üzerinden kıyaslama yapılmıştır. Tespit edilen bileşenler örnekler ile açıklanarak fotoğraflanmıştır. Örneklem mekânların seçiminde, olabildiğince çeşitli kademelerde, farklı kuşaklardan çalışanların / kullanıcıların (paylaşımlı ofisler için "çalışan" ifadesi yerine "kullanıcı" ifadesi kullanılacaktır) yer alması önemsenmiştir.

Mekân analizleri ile eşgüdümlü olarak, mekânsal beklenti, aidiyet, bağlılık kavramları çevresel psikoloji çerçevesinde ele alınarak çalışanların / kullanıcıların görüşleri alınmıştır ve elde edilen bilgiler ışığında değerlendirmeler yapılmıştır. Yerinde gözlem, görüşme ve (kapalı ve açık uçlu sorulara dayanan) anket teknikleri kullanılarak bilgi toplanmıştır. Evrenin oldukça büyük bir insan topluluğunu tanımlıyor olması nedeniyle, evreni temsil eden örneklemin seçiminde, sadece örneklem mekânlardaki kullanıcılarla sınırlandırma yöntemi tercih edilmemiş, daha geniş bir temsiliyete ulaşmak amacıyla, ulaşılan örneklem grup genişletilmiştir. Araştırmada sadece mevcut durumun tespiti değil, çevresel psikoloji temelli beklentiler sorgulandığından, bu yaklaşım tercih edilmiştir. Böylelikle, örneklem mekânlardaki çalışma oranı oldukça düşük olan X Kuşağına, çalışma tempo ve gereklilikleri nedeniyle neredeyse hiç yer almayan Bebek Patlaması Kuşağı' na ve

stajyer geçici çalışma gibi pozisyonlarda dahi örneklem mekânlarda bulunmayan Z Kuşağına ulaşmak mümkün olabilmiştir. Çalışma zamanı/alanı tercihleri, iş yeri tercih kriterleri, iş yerindeki görsel ve işitsel mahremiyet beklentileri, mekânsal çeşitlilik gibi konuları kapsayan sorularda kapalı uçlu psikometrik bir ölçek türü olan likert ölçeği kullanılmış ve beşli skala tercih edilmiştir. Bunun yanı sıra açık uçlu sorular ile katılımcıların tutum ve davranışları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Tez çalışması devam ederken ortaya çıkan ve tüm dünyada, küresel boyutta yayılan "Coronavirüs Pandemisi", tezin kuramsal ve ampirik bölümlerinde içerik ve yöntem olarak değişikliklere ve güncellemelere sebep olmuştur. Tez çalışmasına farklı bir boyut getiren pandemi (1 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei bölgesinin başkenti olan Vuhan'da ortaya çıkan ve bütün dünyayı etkileyen virüs salgını) sürecinde ve pandemi sonrasında ofis mekânlarından beklentilerin neler olacağı ile ilgili veriler farklı kuşakların görüşleri alınarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Pandemi sürecinde, salgını önlemeye yönelik alınan tedbirler çerçevesinde, zorunlu olarak uzaktan çalışma sistemi gündeme gelmiştir. Çalışma mekânlarının kullanım biçimi değişmiştir. Bu değişim, sadece, ilgili olduğu pandemi süreci ile ilişkili değildir. İlerleyen zamanlarda da, tüm çalışma biçimlerinin, çalışma zamanlarının, iletişim türlerinin, teknolojinin de etkisiyle değişimini dönüşümünü de beraberinde getirme potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, tez sürecinde başlayan pandemi sürecinin, beraberinde getirdiği eylemsel ve fikirsel değişimlerin, tezin içerik ve yöntemine yansıması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. Bu yönelimle, salgın (pandemi) sebebiyle çalışma mekânlarında yapılan mekânsal düzenlemeler çevre psikolojisi bağlamında ele alınmıştır. Kuşakların beklentilerinin farklılığı/benzerliği sorgulanmıştır. Farklı dönemlerde farklı olaylardan etkilenmiş, çalışma biçimleri, alışkanlıkları, mekânsal beklentileri değişkenlik gösteren kuşakların yaşam biçimlerini olduğu kadar çalışma biçimlerini de etkileyen, küresel boyutta iz bırakan bu önemli durum karşısında çalışma hayatlarında ve hislerinde ortaya çıkan değişiklikler analiz edilmiştir. Salgın ile birlikte bir çok alanda zorunlu olarak kullanılan uzaktan çalışma sisteminin aidiyet, mekânsal beklenti, mahremiyet, iş yeri bağlılığı, kişiselleştirme kavramlarını ne düzeyde etkilediği sorgulanmıştır. Bu çalışmanın pandemi sonrasında yeni nesil ofis mekânlarında yapılacak olan düzenlemeler için de katkı sağlaması amaçlanmıştır. İnsanların yaşam tarzını ve çalışma biçimini etkileyen salgın sonrasında yeni nesil ofislerde mekânsal düzenlemelerin yeniden ele alınacağı öngörülmektedir.

Tez sürecinde başlayan Pandemi olgusu, verilere ulaşma yöntemleri açısından da, bazı değişiklikler yapılmasını beraberinde getirmiştir. Koronavirüs salgınından ötürü bazı ofis mekânlarına erişim izni alınamamış ve kullanıcılar ile uzaktan iletişim kurma zorunluluğu oluşmuştur. Yüz yüze iletişimin kısıtlanmasıyla birlikte tezin alan çalışmasının ikinci aşamasını oluşturan kullanıcı görüşlerine ilişkin anket uygulaması, sanal ortamda gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması, her bir katılımcının mail adreslerine elektronik posta yoluyla gönderilerek ve/veya telefonlarına mesaj yoluyla iletilerek ve/veya çeşitli online paylaşım olanakları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra yazılı ve sözlü iletişim sağlanarak katılımcıların görüşleri alınmıştır. İstanbul'da yürütülen alan çalışmasında, örneklem olarak seçilen mekânlara ziyaretlerin büyük bir çoğunluğu ise, salgın öncesinde gerçekleştirilmiştir.

2. KUŞAKLAR

Giriş bölümünde de belirtildiği üzere, bu çalışma kapsamında ele alınan kuşak kavramı kesin yargısal bir prototip sınıflandırma olarak algılanmamalı, aynı yaş grubundaki, benzer sosyal - yaşamsal - tarihsel dönüşümlere tanıklık etmiş bireylerin ortak olması olası olan düşünce, değer ve eğilimleri ile ilişkili olarak değerlendirilmelidir. Bireyler, farklı kişilik özellikleri, eğitim altyapıları, yaşam tecrübeleri ile birbirinden farklı ve özgündür. Ancak, aynı kuşak üyeleri, sahip oldukları yaş grubunun ortak özellikleri, aynı önemli tarihsel / sosyolojik / teknolojik olay ve dönüşümlere tanıklık etmiş olmaları gibi çeşitli nedenlerle, bireysel özellikleri ne kadar farklı olursa olsun, benzer davranış, değer ve yönelimleri taşıma eğilimi gösterebilirler. Kuşak kavramı, çalışmaya bu eksende dahil olmuş ve bu çerçevede değerlendirilmiştir.

2.1. Kuşak Kavramı

"Kuşak" kavramı tarihsel olarak bireyin toplum ile ilişkisinin doğasını açıklama konusunda, insanların güven duyduğu en önemli kavramlardan biridir [Alwin ve McCammon, 2007]. Kayıtlı tarihte köklü bir yeri olan kuşak kavramının temelleri bazı kaynaklara göre Antik Yunan'a, bazı kaynaklara göre de Eski Mısır Uygarlığı'na kadar uzanmaktadır [Joshi et al., 2011]. Nesillere yönelik modern öncesi yaklaşımlar, modern kuşak yaklaşımlarında da kabul görmüş iki kola ayrılmıştır:

1. Biyolojik kuşak kavramı: "Akrabalık" (kinship); kan veya evlilik yoluyla oluşan bağ, ebeveynlerin ve çocukların doğumları arasında geçen ortalama zaman aralığıdır [Mc.Crindle, 2006]. Bu tanımlamada 20-25 yıllık zaman aralıklarında yeni bir kuşağın oluştuğu varsayılmaktaydı. Ancak günümüzde evlilik ve çocuk sahibi olma yaşının farklı sebeplerden dolayı ötelenmesi dikkate alındığında gerçekçi bir tanımlama olma özelliğini kaybetmiştir.
2. Sosyolojik kuşak kavramı: "Topluluk" (kith, cohort); ortak bir sosyo-tarihsel bağlamı paylaşan gruptur. 20. yüzyılın başlarında modernitenin gelişi ve 1. Dünya

Savaşı ile birlikte ortak bir tarihsel deneyimin ve kitlesel seferberliğin sembolü olarak topluluk (cohort) temelli görüş öne çıkmıştır [Joshi et al., 2011].

Karl Mannheim'ın 1928 yılında oluşturulan "Das Problem Der Generationen" (Nesiller Sorunu) isimli makalesi, kuşak kavramını sosyo-tarihsel açıdan incelemesi nedeniyle konu ile ilgili en sistematik ve en kapsamlı ilk çalışmalardan olarak bilinmektedir [Pilcher, 1994].

Bu çalışmanın öncesinde kuşaklara yönelik ilk bilimsel çalışmalar 1830'lu yıllarda sosyal bilimin kurucusu olarak kabul edilen Auguste Comte tarafından başlatılmıştır. Comte, kuşaklar arasındaki değişikliklerin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu ortaya koyarak, sosyal ilerlemenin ancak bir kuşağın bir sonraki kuşağa aşılayacağı birikimler ile mümkün olduğunu belirtmiştir [Comte, 1974].

Mannheim'a göre kuşak "belirli bir zaman diliminde önemli tarihsel olayları yaşamış belirli bir yaştaki insanların oluşturduğu grup" olarak tanımlamaktadır.

Jean-Claude Lagree kuşak kavramını, aynı tarihsel dönemde yaşamış, aynı olaylardan etkilenmiş, aynı sosyal kimliğe sahip topluluklar olarak tanımlamıştır [Lagree ,1991].

August Comte ve Karl Mannheim'ın kuşaklar ile ilgili yapmış oldukları çalışmalar üzerine araştırmalar yapan Neil Howe ve William Strauss kuşakları tanımlamak için bir takım kriterler kullanmaktadır:

- Kuşak üyelerinin tarihte paylaştıkları ortak bir yaş noktası olmalıdır.
- Kuşak üyelerinin, içinde bulundukları dönem, o anki çocukluk veya yetişkinlik dönemlerine göre şekillenmekte olup; risk alma, kültür, değerler, çalışma hayatı, aile yaşamı gibi durumlar da dahil olmak üzere bazı ortak davranış ve ortak inançları paylaşma eğilimindedirler.
- Akranları ile paylaştıkları deneyim ve becerilerin farkındadırlar, aynı kuşağa ait oldukları akranları ile bu aidiyeti birlikte paylaşırlar.

Türk Dil Kurumu felsefe terimleri sözlüğünde kuşak kavramı; yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu olarak tanımlamaktadır.

2.2. Kuşakların Sınıflandırılması

Günümüz iş yaşantısında kuşaklar, farklı sektörlerde farklı biçimde ele alınmaktadır. Literatür taraması yapıldığında, kuşakların ayrımında belli dönemlerde yaşanmış olayların büyük etkisi büyük olmakla birlikte farklı kaynakların, kuşakların ait olduğu tarih aralıklarını ve özelliklerini farklı şekilde sınıflandırdığı görülmektedir. Bu çalışmada, kuşak sınıflandırması yapılırken literatürde hakim olan genel kanı değerlendirilmiştir. Günümüzün iş dünyasında çalışma hayatının içerisindeki kuşaklar:

- 1900-1945 yılları arasında doğan Sessiz Kuşak
- 1946-1964 yılları arasında doğan Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomer)
- 1965-1979 yılları arasında doğan X Kuşağı
- 1980-1994 yılları arasında doğan Y1 Kuşağı (Milenyum Kuşağı)
  1995-2000 yılları arasında doğan Y2 Kuşağı (Milenyum Sonrası Kuşak) ve birkaç yıl içerisinde profesyonel iş hayatına atılmaya başlayacak olan
- 2000 yılından sonra doğan Z Kuşağı olarak kabul görmektedir.

Bu çalışmada Y Kuşağı, Y1 Kuşağı ve Y2 Kuşağı olarak ele alınacaktır. Her kuşağın yaş aralığındaki ilk kuşak üyeleri ile sonrakiler arasında farklılıklar olması olağandır. Ancak Y Kuşağının ilk üyeleri ile son üyeleri arasında teknolojinin gelişim hızı ve ekonomik dengelerdeki değişimler gibi sebeplerden kaynaklı, kayda değer farklılıklar ortaya çıkmış. Bu sebeple Y Kuşağı Y1 Kuşağı ve Y2 Kuşağı olarak değerlendirilecektir.

Resmi olarak tanımlanmış bir dönem olmamasına rağmen bir çok demograf 1980'lerin başı ile 1990'ların ortasında doğanlara atıfta bulunmak için "milenyum" terimini kullanmaktadırlar [Hosie, 2017]. Kuşakların yaş aralıklarının sınıflandırıldığı Tablo 2.1. Reeves ve Oh (2008) temel alınarak farklı kaynaklardan derlenen verilerden oluşmaktadır.

Tablo 2.1: Kuşakların farklı kaynaklara göre kronolojik olarak isimlendirilmesi.

Kaynak	Kuşakların Yaş Aralığı Sınıflandırması				
Howe ve Strauss (2000)	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması K.	13. Kuşak	Milenyum Kuşağı	Z Kuşağı
	Silent Generation	Baby Boomers	13.th Generation	Millenium Generation	Generation Z
	1925-1943	1943-1960	1961-1981	1982-2000	2004-2025
Lancaster ve Stilman (2002)	Gelenekselciler	Bebek P. Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	
		Baby Boomers		Milenyum Kuşağı	
				Baby Buster	
				Echo Boomer	
	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999	
Martin ve Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak	Bebek P. K.	X Kuşağı	Milenyumlar	
	Silent Generation	Baby Boomers	GenerationX	Millenials	
	1925-1942	1946-1960	1965-1977	1978-2000	
	Yetişkinler	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Milenyum Sonrası Kuşağı
				Milenyumlar	
				Net Kuşağı	
	Matures	Baby Boomers	Gen-X ers	Generation Y	Post Millenials
				Millenials	
				Net Gen	
	<1946	1947-1964	1965-1980	1981-1995	1995-Günümüz
Tapscott (1998)		Bebek P. K.	X Kuşağı	Dijital Kuşak	
		Baby Boomers	GenerationX	Digital Generation	
		1946-1964	1965-1975	1976-2000	
Zemke vd. (2000)	Tecrübeliler	Bebek P. K.	X Kuşağı	Gelecektekiler	
	Veterans	Baby Boomers	Gen-X ers	Nexters	
	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-1999	

Bu çalışmada aşağıdaki tablodaki yaş aralıkları ve kuşak sınıflandırılması kullanılacaktır (Tablo 2.2).

Tablo 2.2: Tez çalışması kapsamında kullanılan kuşak ve yaş aralığı sınıflandırması.

Kuşakların Yaş Aralığı Sınıflandırması					
Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması K.	X Kuşağı	Milenyum Kuşağı (Y1)	Milenyum Kuşağı (Y1)	Z Kuşağı
1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995-2000	2000-

2.3. Kuşakların Genel Özellikleri ve Çalışma Anlayışına Göre Değerlendirilmesi

Bu çalışmada; kuşakların doğum aralıkları, güncel yaşları, farklı, etkilendikleri olaylar, değerleri, çalışma hayatında tanımlayan özellikleri ve tercih ettikleri çalışma mekânlarının özellikleri ele alınacaktır. Değerlendirilecek olan kuşaklar;

1. Sessiz Kuşak (1900-1945)
2. Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1964)
3. X Kuşağı (1965-1979)
4. Y1 Kuşağı (1980-1994), Y2 Kuşağı (1995-2000)
5. Z Kuşağı (2000-Günümüz)

2.3.1. Sessiz Kuşak (Gelenekselciler)

Kuşağın bireyleri II. Dünya Savaşı dönemine denk gelmiştir, ancak, yaşayanların büyük çoğunluğu, o dönemde, savaşa katılamayacak kadar küçük yaştadırlar. Kuşağın içinde bulunduğu bireyler savaşa katılamasalar da o dönemin ve savaş sonrası sürecin sıkıntılarını, acılarını ve zorluklarını çekmişlerdir. Dönemin zorlu koşullarını yoğun olarak hissetmişlerdir [Levickaite, 2010]. Yaşanan önemli tarihi meseleler bu kuşak için dönüm noktalarını oluşturmuştur ve Sessiz Kuşak kendi içinde doğum yıllarına göre 5 alt kuşak ile tanımlanmıştır.

- Büyük Değişim Kuşağı (1900-1914)

- I. Savaş Kuşağı (1914-1918)
- Ümit Kuşağı (1918-1929)
- Buhran (Depresyon Kuşağı) (1929-1939)
- II. Savaş Kuşağı (1939-1945)

Büyük Değişim Kuşağı 20. yüzyılın başından I. Dünya Savaşı'na kadar geçen zaman aralığında doğanları kapsamaktadır. Doğum yılları I. Dünya Savaşı (1914-1918) yıllarını kapsayan kuşak ise I. Savaş Kuşağı olarak adlandırılmıştır. I. Savaş Kuşağı'ndan sonra Ümit Kuşağı olarak adlandırılan kuşak gelmektedir ve doğum yılları 1918-1929 yılları aralığında olan bireyleri kapsamaktadır. Türkiye için Ümit Kuşağı'nın başlangıç yılı Cumhuriyet'in kurulduğu tarih olan 1923 olarak kabul edilmektedir [Senbir, 2004]. 1929-1939 yılları arasında doğanlar savaş sonrasında bile gelecek kaygıları duyan bir kuşak olarak hayatlarını devam ettirmekte ve Buhran Kuşağı olarak adlandırılmaktadır. Bu kuşağı, tüm dünyayı etkileyen işsizlik sonrasında, dünyanın savaşın eşiğine geldiği, iş ve güvenlik kavramlarının hayat mücadelesinde rol oynadığı bir dönemde dünyaya gelen bireyler oluşturmaktadır. 1939-1945'li yıllar arasında doğanlardan oluşan II. Savaş Kuşağı, Türkiye'de savaşın yıkıcı atmosferi içerisinde her şeyden önce hayatta kalmanın önemini öğrenerek büyümüşlerdir [Ayhün, 2013].

Hayatta olan Sessiz Kuşak üyelerinin günümüzdeki yaşları 120-75 aralığındadır. TÜİK adrese dayalı nüfus kayıt sistemi 2019 verilerine göre yaşlı nüfusun % 0.1'ini oluşturan 100 yaş ve üzerindeki yaşlı kişilerin sayısı 2019 yılında 5 bin 567 olarak açıklanmıştır.

Kuralla uyan [Lieber, 2010], saygıya önem veren [Andert, 2011], hiyerarşik yönetim yapısını tercih eden [Eisner, 2005], sadık, otoriteye saygılı, emirlere harfiyen uyan, yaptıkları işe kendilerini adayan ve çok çalışan bir kuşak oldukları kanaati oluşmuştur [Acılıoğlu, 2015]. Risk almaktan kaçınmışlardır [Cogin, 2012]. Diğer kuşaklara nazaran işlerini daha çok sevdikleri ve iş değiştirmek onlara uzak bir kavram olduğu için muhafazakâr oldukları düşünülür. Yaşamak için çalıştıkları ifade edilen bu kuşağın bireyleri, ömür boyu tek bir iş yerinde çalışmıştır; onlar için en büyük motivasyon kaynağı, ağır ve zor şartlarda çalıştıktan sonra emeklilik hakkı kazanmak olmuştur [Cogin, 2012]. Bu kuşağın çalışma mekânındaki tercihleri muhafazakar ve hiyerarşik yapıda tasarlanmış çalışma alanlarıdır.

2.3.2. Bebek Patlaması Kuşağı

Baby Boomer olarak uluslararası literatürde tanımlanan bu kuşak, ulusal literatürde, Bebek Patlaması Kuşağı olarak tariflenmiştir. 2. Dünya Savaşından sonraki nüfus patlamasında doğan ve sayıları 1 milyarı bulan bebekten dolayı, 1946 - 1964 tarihleri arasında doğan kuşak, "Bebek Patlaması Kuşağı" olarak adlandırılmıştır [Erden Ayhün, 2013]. Yoklukların nispeten geride kaldığı, insanların kısmen refaha ulaştığı bir dönemde yaşamış olsalar da, tüm dünya açısından savaş yıllarının bıraktığı izler devam etmiş ve soğuk savaş dönemini yaşamışlardır. Bu kuşağın üyeleri 2020 yılı itibarıyla 56-74 yaş aralığındadır.

İş hayatında çok çalışıp dönemin koşulları nedeniyle, nispeten az üreten, idealist ve rekabetçi yapıya sahip bu kuşak üyeleri, tek bir yerde uzun süre çalışmış, "çalışmak için yaşamak" felsefesini benimsemiş ve emeklilik sonrası çalışmayı sürdürmeyi olağan görmüş ve gerçekleştirmiş bir yapıya sahiptir [Benlisoy, 2008]. Bebek Patlaması Kuşağı temsilcilerinin, Sessiz Kuşak bireylerinde olduğu gibi oldukça güçlü bir iş ahlakına sahip olduğu ve tanınmanın, saygı görmenin ve ödüllendirilmenin onlar için önemli olduğu bilinmektedir [Zemke et al., 2000]. Rekabetçi bir yapıya sahip olan bu kuşak bireylerinin, yüksek maaş ve unvan konularını çok önemsediği [Lai et al., 2012; Kupperschmidt, 2000], kendilerinden sonra gelen kuşaklara oranla daha çalışkan, sadık, saygılı oldukları ve adalet değerlerinin çok daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Patlama Kuşağı'ndan günümüze kalan ana düşünceler arasında; kadın-erkek eşitliği, ırkçılığa karşı mücadele ve çevreye karşı duyarlı olmak gibi düşünceler sıralanabilir [Strauss and Howe, 1991]. Otoriteye ve hiyerarşiye saygı duymalarına rağmen büyük bir çoğunluğu otoriteyi sevememiştir. Farklı coğrafya, kültür, ve çalışma geleneklerine göre düzeyleri değişkenlik gösterse de, yüz yüze iletişime önem verirler. Örneğin, meslektaşlarının fikrini almak için bir ofisten diğerine yürümek onlar için problem teşkil etmemiştir [Eisner, 2005]. Tercih ettikleri çalışma alanının özellikleri; demokratik, insancıl, eşit, takım çalışmasına uygun mekânlar olarak değerlendirilebilir. Bu durum, dünyanın çeşitli ülkelerinde, farklı bakış açılarından dolayı, bu kuşak açısından değişkenlik gösterse de, X ve Y kuşaklarını iş yerine bağlılık konusunda eleştirme konusunda Bebek Patlaması Kuşağı bireylerinin büyük çoğunluğunun hem fikir olduğu söylenebilir.

2.3.3. X Kuşağı

X Kuşağı (Generation X) ifadesi ilk defa 1964 yılında Jane Davidson ve Chris Hamblett tarafından "Mods" ve "Rockers" isimli gençlik hareketini konu alan bir makalenin başlığı olarak kullanılmıştır. Makalede 1960'lı yılların genç kuşağının, İkinci Dünya Savaşı zamanlarında yaşamış olan ebeveynlerinden farklı alışkanlıklara sahip oluşu ele alınmıştır. Ancak makale, dergi tarafından kabul görmemiş ve "Generation X" ismiyle kitap haline getirilerek yayımlanmıştır.

X Kuşağı üyeleri 1965-1979 yılları arasında doğmuştur. Günümüzdeki yaşları 41-55 aralığındadır. Küresel dengelerin değiştiği, radikal kararların yaşandığı bir dönemde dünyaya geldikleri için "Kayıp Kuşak" olarak da adlandırılırlar. Aids salgını, istikrarsız ekonomi, hükümetlerin güven vermemesi gibi sebeplerden dolayı kişisel girişime, bağımsızlığa ve yaratıcılığa önem vermişlerdir. Kadınların iş gücüne katılımının artması, daha az sayıda çocuk sahibi olmak istemeleri bu kuşak için önemli değerlerdir [Web 1, 2013]. Dünyaya geldikleri dönem aralığında, doğum oranlarının azalması sebebiyle X Kuşağı, diğer kuşaklar arasında, sayısal olarak en küçük grubu oluşturmaktadır. Bebek Patlaması Kuşağı kadınlarının çalışma hayatına katılmalarının artması sonucu annesi babası çalışan çocuk terimi "Latchkey Kid" ağırlıklı olarak, ilk defa bu kuşak için kullanılmıştır. "Latchkey Kid", okuldan sonra boş bir eve dönen veya ebeveynleri iş yerinde olduğu için genellikle gözetimsiz evde bırakılan çocuk tanımıdır [Web 2, 2019]. Terim, kendi kendine bakım sağlayan beş yaş dolaylarındaki küçük çocukları ve/veya küçük kardeşlerini denetleyen daha büyük çocukları ifade eder.

X Kuşağı bireyleri, bağımsızlıklarına düşkün oldukları için kendilerinden önceki Bebek Patlaması Kuşağı kadar sadık değillerdir. Geleneksel iş odaklı çalışma stilinin dışında yaratıcılıklarını ve özgürlüklerini kullanarak açık bir şekilde belirlenmiş beklentilere ulaşmayı amaçlarlar. İş ve özel yaşam dengesine saygı gösterirler ve iş ortamında da buna saygı gösterilmesini beklerler [Toruntay, 2011]. Kendilerinden önceki Bebek Patlaması Kuşağı'nın "çalışmak için yaşamak" anlayışı, X Kuşağında "yaşamak için çalışmak" anlayışına dönüşmüştür. Tek başlarına çok iyi çalışan bu kuşak üyeleri sabırsızdır ve iş odaklılardır.

İş-yaşam dengesi, kendini geliştirme veya kişisel gelişim kavramları ilk defa bu nesilde ortaya çıkmıştır. Girişimcilik ve risk alma duyguları, kendinden sonraki kuşaklara oranla oldukça düşüktür [Acılıoğlu, 2015]. X Kuşağı, yöneticisi

pozisyonunda olan Bebek Patlaması Kuşağı ile kendilerinin yönettiği Y Kuşağı arasında kalmış geçiş kuşağıdır. Tarihteki en büyük fert sayısına sahip iki kuşak arasındaki bağı kurduğu için "Köprü Kuşak" olarak da adlandırılırlar. Yaşadıkları zaman aralığında, dünyada olağan dışı değişimlerin büyük bir bölümü gerçekleşmiş, teknoloji bu kuşağın çalışma hayatı sürecinde büyük oranda boyut değiştirmiş, pek çok ulusal ve küresel kriz yaşamış, bazı kaynaklar tarafından travmatik bulunan, ve bu nedenle, literatürde kimi kez "Kayıp Kuşak" olarak da tanımlanabilen kuşaktır. Ancak, köprü kuşak olma rolleriyle, bilişsel devrimin yaşanmasında ve teknolojinin kendilerinden sonraki kuşakların kullanımına sunulmasında önemli rolleri olmuştur. Bağımsız, becerikli, kendine yeten bir nesil olarak tanımlanmakla beraber, yaşam süreçlerinde tanık oldukları krizlerin çokluğu ve çok boyutluluğu nedeniyle "kriz yönetimi" konusunda, ve "değişime uyum" konusunda deneyimli bir kuşak olarak tanımlanırlar. Özellikle, teknoloji açısından düşünüldüğünde, yaşadıkları dönemde bilgi iletişim sistemlerinin dönüşümü, ev bilgisayarlarının dünyada hemen her yerde kullanımı ile beraber değişen iş yaşamına adaptasyon süreçleri dikkat çekmektedir. Kendinden önceki kuşaklardan farklı olarak, "yaşamak için çalışmak" anlayışına sahip bu kuşağın yöneticilerinin iş ortamında, "rahatlama" ve "eğlence" olgularına da önem verdikleri bilinmektedir. X Kuşağı çalışanlarının, tercih ettikleri çalışma mekânları, öncelikle işlevsel olma özelliğine sahip olmakla beraber, eğlenceli, esnek, resmi olmayan alanların, bu kuşak temsilcileri için oldukça önemli olduğu bilinmektedir.

2.3.4. Y Kuşağı (Y1 Kuşağı- Y2 Kuşağı)

Y Kuşağı, dünya üzerindeki savaşların, yoklukların önceki kuşaklara nazaran çok daha az olduğu bir dönemde 1980-2000 yılları arasında dünyaya gelmiş yaşayanları kapsamaktadır. Günümüzdeki yaşları 20-40 aralığındadır. Bu yaş aralığının daha genç kanadındaki çoğu birey, Y Kuşağı olarak tanımlanmalarının uygun olduğunu düşünürken, yaş aralığına göre, daha yaşlı olan kuşak üyelerinin büyük çoğunluğu, kendilerini Y Kuşağı kategorisi içinde tariflememektedir. Kariyer sitesi Brightermondayco hesabının twitter üzerinden yaptığı anket sonuçları, bu yaş aralığı arasında olan ancak kendisini Y Kuşağı olarak tanımlamayan bireyler olduğunu göstermektedir. Özellikle 1994 yılından sonra doğanlar Genç Milenyum olarak nitelendirilmektedir ve bu grup, kendilerini Y Kuşağı için tariflendirilmiş

ortak nitelik ve özelliklere uygun olarak görmektedir. 1980-1994 yılları arasında doğanlar ise Eski Milenyum olarak anılmakta ve Milenyum kuşağının bazı özelliklerini taşımadıklarına inanmaktadır.

Bu çalışmada da Y Kuşağı iki alt kuşak; Milenyum Öncesi Kuşağı (Y1) (1980-1994), Milenyum Sonrası Kuşağı (Y2) (1995-2000) olarak ele alınmıştır. Dönem olarak birbirinden tamamen ayrılmamış ancak farklılaştıkları noktalar irdelenmiştir. Tezin deneysel bölümünü oluşturan alan çalışmasında da, Y Kuşağı iki alt grup altında değerlendirilmiş, çalışma biçimi/zamanı/mekânı gibi tercihler ve beklentilerindeki farklılıklar sorgulanmıştır. Y Kuşağı içerisinde ortaya çıkan farklılaşmalar ve bunlara neden olan sebepler şu şekilde açıklanabilmektedir;

- Teknolojinin çok hızlı geliştiği bir dönemde kuşağın ilk üyeleri ile sonrakiler arasındaki deneyimlenen teknolojik düzeyin farklılığı, Y Kuşağının iki alt grup olarak kategorileştirilmesini de beraberinde getirmiştir.
- Y Kuşağı üyelerinin, onlara hayallerinin peşinden gitmelerini ve özel olduklarını söyleyen "helikopter ebeveyler" tarafından yetiştirilmiş olmaları, onların "iyimser" bakışını da beraberinde getirmiştir. İlk olarak psikolog Foster Cline ve eğitimci Jim Fay (1990) tarafından gündeme getirilen helikopter ebeveyn kavramı; çocuklarının eğitimi, güvenliği, her türlü faaliyeti ile yüksek önem düzeyinde ilgilenen, başka bir anlatımla, çocuklarının hayatlarına tüm yönleri ile takıntılı sayılabilecek düzeyde hakim olmaya çalışan, aşırı koruyucu, programlayıcı ve mükemmelliyetçi anne babaların tutum ve alışkanlıklarını tanımlamaktadır. Bu terimin gündelik yaşamdaki ilk ortaya çıkış hikayesinin; bir çocuğun "annem başımda helikopter gibi dönüyor" şikayetiyle başladığı bilinmektedir [Güneş,2019]. Özellikle Milenyum Sonrası Y Kuşağı'nın ebeveynlerinin bu yetiştirme tarzı, kuşak üyelerinin gerçekçi olmayan beklentilere girmesine, iş ortamında hayal kırıklığı yaşamasına ve çalışma ortamına uygun olmayan davranışlar sergilemesine sebep olmaktadır. Y Kuşağı'nın ilk üyelerinin ise çalışma ortamında ve yaşamın diğer alanlarında daha gerçekçi oldukları düşünülmektedir.
- Özellikle Milenyum Sonrası Y Kuşağı üyelerinin, kuşağın ilk temsilcilerine oranla daha da belirgin olarak, farklı şirket kültürlerine ve çalışma ortamlarına uyum sağlama konusunda oldukça başarılı olduğu değerlendirilmektedir. İş

değiştirmekten ve işsiz kalmaktan korkmamalarının nedeni, yetiştirildikleri koşullar, ve sahip oldukları helikopter ebeveynlerinin olası destek potansiyeline dayandırılabilir.

Yaşadıkları dönem gereği ortak olan özellikler ise şu şekilde sıralanabilir;

- Teknolojiye olan ilgi, hem Milenyum Öncesi Y Kuşağı hem de Milenyum Sonrası Y Kuşağı için ortak bir özelliktir. Y Kuşağı üyelerinin katılımı ile gerçekleştirilen bir araştırmada, kuşak üyeleri, iş yerinde teknoloji ve gereçlerinin gerekliliği sorusuna %98 oranında "gerekli" cevabını vermiştir. Y Kuşağı, dünyanın ilk teknolojik ve küresel kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Bu kuşak; Milenyum Kuşağı, Echo Boomers, Nexters, Generation Next, Gen Y gibi farklı isimlerle de adlandırılmaktadır. Kuşak üyelerinin, diğer kuşaklara göre, en belirgin olan ayırt edici özelliği, bir durum ile karşılaştıklarında "Niçin" sorusuna yanıt aramalarıdır. Bu yüzden, bu kuşak, "Why Generation" olarak da adlandırılır [Berkup, 2014].
- Y Kuşağının derleme yeteneği vardır. Kuşak üyelerinin, farklı kaynaklardan bilgi edinme yetilerine sahip olduğu ve doğduklarından beri bilgi bombardımanına maruz kaldıklarından topladıkları bilgileri filitreleme ve sorunları bu şekilde çözme konusunda başarılı oldukları düşünülmektedir [Buckley et al, 2001].
- Kolektif çalışmaya önem vermeleri, ekip çalışmasına ve iş birliğine inanmaları, Y Kuşağı üyelerini diğer kuşak üyelerine göre farklılaştıran önemli bir özellik olarak değerlendirilir.
- Temel karakteristik özellikleri; diğer kuşaklardan daha fazla sorgulamak, düşüncelerini açıkça ifade etmek ve mevcut uygulamaların doğruluğunun kanıtlanmasını talep etmek şeklinde ifade edilebilir. Bu özelliğin sebebi internet, cep telefonu, sosyal medya gibi küresel iletişim imkanı sunan teknolojilerin kullanıldığı bir dönemde yaşadıkları için bilgiye erişim kolaylığı şeklinde yorumlanabilir.
- X Kuşağı'nın "yaşamak için çalışmak" anlayışı Y Kuşağı'nda "çeşitli işlerle dolu bir yaşam" anlayışına dönüşmüştür. Sıradan bir zincirin parçası olmak yerine, şirketin vizyonu ile ilgili kritik bir konumda olmayı tercih ettikleri, ve iyileştirmek için inovasyon çalışmalarına dahil olabildikleri bilinmektedir. Tercih

ettikleri çalışma mekânının özellikleri; esnek, ekip çalışmasına uygun, çok yönlü, eğlenceli şeklinde sıralanmaktadır.

2.3.5. Z Kuşağı

Z Kuşağı üyeleri, internet kullanımının da etkisiyle bilgiye erişimin kolay olduğu, küresel gelişmelerin kısa sürede takip edildiği, teknolojik gelişmelerin hız kazandığı, refah seviyesinin önceki kuşaklara nazaran çok daha yüksek olduğu bir dönemde dünyaya gelmiştir. 2000 yılından sonra doğanları kapsayan bu kuşak üyeleri; İndigo Çocukları, Kristal Çocuklar, İnternet Kuşağı, Dijital Yerliler, Jenerasyon 2020, iGeneration gibi farklı isimlerle anılmaktadır [Bennet vd., 2012; Wood, 2013]. Strauss ve Howe ise bu kuşak için "The New Silent Generation (Yeni Sessiz Kuşak)" ismini önermektedir [Levickaite, 2010]. Z Kuşağı, Sessiz Kuşak zamanında yaşanan savaşlar ve ekonomik durgunluk dönemindeki olaylara benzer deneyimler yaşamakta oldukları için "Yeni Sessiz Kuşak" olarak adlandırılabilmektedir.

Z Kuşağı'na yönelik yapılan araştırmaların, bu kuşak üyelerinin yaşlarının küçük olması, kişiliklerinin tam olarak oturmamış olması ve gelecekte yaşanacak durum olay ve olasılıklar bilinmediği için daha çok varsayımlar üzerine olduğu söylenilebilir [Berkup, 2014]. Kısa süre sonra profesyonel iş hayatına katılacak olan bu kuşağın çalışma hayatından ve çalışma mekânlarından beklentileri bir çok araştırmanın da konusunu oluşturmuştur. Bu araştırmalardan edinilen bilgiler, yapılan gözlem ve çalışmalar ışığında elde edilen sonuçlara göre, Z Kuşağı hakkında yapılan değerlendirme şu şekildedir:

Kısa süre sonra profesyonel iş hayatına katılacak olan bu kuşağın çalışma hayatından ve çalışma mekânlarından beklentileri bir çok araştırmanın konusu olmuştur. Bu araştırmaların, yapılan gözlem ve çalışmaların ışığında elde edilen sonuçlara göre Z Kuşağı hakkında elde edilen bilgiler şu şekildedir: TÜİK'in 2018 yılı nüfus projeksiyonundan alınan verilere göre; 2018 yılında 81 867 223 olan toplam Türkiye nüfusunun %31'ini Z Kuşağı oluşturmaktadır. Z Kuşağı üyeleri, yaşam tüketim çalışma eğlenme anlayışları açısından birbirine çok benzeyen özellikler göstermekte, tektipleşmeye yakın bir durum sergilemektedir. Bu kuşağın aynı yemekleri tüketen, aynı müzikleri dinleyen, aynı modayı takip eden ve kendi aralarında iletişim kurdukları sözcük ve emojilerden oluşan aynı ortak dili kullanan,

dünyadaki ilk küresel kuşak olduğu bilinmektedir [Puiu, 2017]. Günlük sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre 6 saattir ve bu kuşağın %65 'i akıllı telefon kullanmaktadır. Yapılan küresel bir araştırma Türkiye'deki gençlerin teknoloji okur yazarlığında kendisini dünyanın zirvesinde gördüğünü belirtmektedir [Web 3, 2020]. İnsanlık tarihinin göz, kulak v.b. motor beceri senkronizasyonu en yüksek nesli olarak tanımlanmaktadırlar [Web 4, 2009]. Aynı anda, birden çok şeyi gerçekleştirebildiklerinden, çoklu görev (multi task) becerileri yüksektir. Bilgisayarı ve dijital teknolojiyi çok yoğun kullanan Z Kuşağı, konuşmak yerine metinleri, okumak yerine bilgisayarın çoklu yapısını tercih etmektedir. Bu kuşağın bireylerinin ev dışında, dışarıda, dış mekânda çok zaman harcamadığı, ağırlıklı olarak çevrimiçi iletişim olanaklarını kulandıkları bilinmektedir [Taş vd., 2017].

Z Kuşağı üyelerinin tercihinin, şeffaf, fırsat eşitliğinin sunulduğu, kendilerini özgürce ifade edebildikleri ve hiyerarşiden uzak bir ortamda çalışmak olduğu, ve çalışırken öğrenmek, eğlenmek istedikleri düşünülmektedir. Takdir edilmek motivasyonlarını artırır [Keleş, 2020]. Aynı anda birden fazla konu ile ilgilenebilme yetenekleri nedeniyle, ve yüzyüze görüşme istekleri, çevrimiçi dijital sosyalleşme tercihlerine göre daha sınırlı olduğundan, iş ortamında da genellikle bireysel çalışmayı tercih edecekleri düşünülmektedir. Çalışmada ele alınan kuşakların özellikleri Tablo 2.3'de özetlenmiştir.

Tablo 2.3: Kuşakların özellikleri.

	Sessiz Kuşak	**Bebek Patlaması Kuşağı**	**X Kuşağı**	**Y1,Y2 Kuşağı**	**Z Kuşağı**
Doğum Yılları	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1980-1986 1981-2000	2000-
Güncel Yaşları (2020 Yılında)	120-75	74-56	55-40	40-34 39-20	20-

Tablo 2.3: (Devam)

Farklı İsimleri	Veterans Emektarlar Yetişkinler Tecrübeliler	Unutulmuş Kuşak Sandviç Kuşak Ahlaki Otorite	GenX X'ler KayıpKuşak Köprü Kuşak	GenY MilenyumK. EchoBoomers 24/7 'S	Gen Z KristalÇocuklar İndigoÇocukları İnternet Kuşağı Yeni SessizK.
Etkileyicileri	DünyaSavaşı BuhranDönemi Geleneksel Aile Yapıları	Nüfus Artışı Ekonomide İyileşme	Enerji Krizleri Teknolojinin İlk Dalgaları Bilgisayar Oyunları Çalışan Ebeveynler	Dijital Medya Planlı ve Korumacı Yetiştirilme Teknoloji Patlaması	İletişim ve Ulaşım Kolaylığı Dijital Yüksek Teknoloji
Değerleri	Deneyim Sadakat Saygı Üretken	Güçlü İş Ahlakı Sadık Saygılı Çevreye Duyarlı	Rekabetçi Tatminkar Kaygılı	Eğitimli Özgüven Sahibi Global Odaklı	Gelişmiş Motor Senkronizasyonu İyi Eğitimli Olmak Radikal Olmak Teknoloji İle Uyumlu
Çalışma Hayatında Tanımlayan Özellikler	Sadık Rekabetçi Teknolojiye Uzak Yüzyüze İletişime Önem Verme	Çalışmak İçin Yaşamak İş Ahlakı Takdir edilme Öne Çıkma Yüksek Gelir Beklentisi İletişime Açık	Yaşamak İçin Çalışmak Sadık İş-Yaşam Dengesini Koruyabilme Otoriteye Saygılı	Çeşitli İşlerle Dolu Yaşam Anlayışı Sadakat Duyguları Az	Bireysel Çalışma Yazılı İletişime Açık
Tercih Edilen Çalışma Mekânının Özellikleri	**Muhafazakar Hiyerarşik Bireysel**	**Demokratik İnsancıl Takım çalışması**	**Bireysel Çalışma Mek.**		**İletişime Kapalı Çalışma Mek.**

2.4. Çalışma Mekânında Kuşak Çeşitliliğinin Önemi

Çok nesilli iş gücü, iş gücü piyasasında aktif ve çalışmaya uygun olan birden çok kuşağın bulunduğu durumu tanımlamak için kullanılan bir terimdir [Martic, 2020]. Günümüzde çalışma mekânlarında kuşak çeşitliliği Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve kısa süre içinde eğitimini tamamlayarak iş dünyasına katılacak olan Z Kuşağı'ndan oluşmaktadır. Kuşakların ihtiyaçları doğrultusunda iş yerinden talep ettikleri farklı beklentileri ortaya çıkmaktadır. Bu beklentilerin karşılanabilmesi için bir çok alanda analizler yapılmaktadır. İş verenler de bu alandaki çalışmaları desteklemektedir. Kuşaksal çeşitlilik, 2000'li yılların başından

itibaren gündemde önemli bir yer tutmaktadır. Bu çeşitlilik iş dünyasında yeni bir olgu olmamakla birlikte, küresel demografideki önemli değişiklikler nedeniyle önemi artmıştır. Çok kuşaklı işgücünün ortaya çıkışı, nesiller arasındaki özellikler ve farklılıklar, iş yerinin farklı kuşakların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde nasıl uyarlanabileceğine ilişkin araştırma ve teorilerin geliştirilmesine yol açmıştır [Haynes, 2011]. Dünya genelinde, çok nesilli iş gücünü anlama ve bu alanda politikalar geliştirme konusunda zorluk yaşanmaktadır [Srinivasan, 2012]. Hızlı demografik büyümenin getirdiği çeşitlilik, çalışma hayatında farklı beklentileri beraberinde getirmiş, çalışma mekânlarının tasarımında da kuşak çeşitliliğinin farkında olarak, farklı beklentilere cevap verebilecek tasarımlar ortaya koymak önem kazanmıştır.

Farklı kuşaklardan çeşitli insan gruplarını yönetmenin zorluğunu aşmak amacıyla yürütülen çalışmaların sürdürülebilir olmasının gerekliliği vurgulanmaktadır. Kurumsal gayrimenkul uzmanları, insan kaynakları yöneticileri benzer soruların yanıtlarını aramaktadır [Hughes and Simoneaux, 2008]. Bu sorular:

- Farklı yaşlardan ve beklentilerden oluşan bir işgücü nasıl etkili bir şekilde yönetilir?
- Her yaş için yeterli düzeyde performans gösteren bir iş yeri nasıl tasarlanır?
- Birikmiş bilgi birikimi yeni nesillere nasıl aktarılır, yeni nesillerin sahip oldukları teknolojiyi kullanma becerisi önceki kuşaklar tarafından nasıl değerlendirilir?

Bu çalışmada, kuşakların beklentileri mekânsal anlamda ele alınmıştır. Kuşakların beklentilerini karşılayacak olan mekân tasarımının özellikleri farklı kuşaklardan çalışanların/kullanıcıların görüşleri alınarak incelenmiştir. Ayrıca çalışanlar arasındaki bilgi aktarımının mekânsal olanaklar ile doğrudan bağlantılı olduğu, çalışanlar arasındaki iletişimi kuvvetlendirecek mekân tasarımlarının bilgi aktarımına olanak sağladığı bilinmektedir. Çalışanlar arasında iş birliğini sağlayacak mekânsal kurgunun sağlanması ve bireylerin beklentilerini karşılayacak tasarımların ortaya çıkması amacıyla veriler elde edilmiştir.

Çok kuşaklı iş gücüne sahip olmak şirketler için bir avantaj olarak kullanılabilmektedir. Çeşitli yaş gruplarından insanlardan gelen fikir ve bilgi yelpazesi, iş yerine hizmet etmektedir. Günümüzün iş dünyasında Y Kuşağı

popülasyonunun hakim olduğu bir ortam söz konusudur. Güncel olarak yapılan araştırmaların bir çoğunun da Y Kuşağı temelli olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra çoğunlukta olan Y Kuşağı'nın tercihlerine uygun proje yönetim, iletişim ve mekânsal uygulamalar tercih edilebilmektedir. Bu durum önceki kuşakların çalışmalarında engel teşkil edebilmekte, iş hayatından çekilmelerine sebep olabilmektedir. Yeni nesilleri merkez alan anlayış yerine her yaştan bireyin bilgi, beceri ve tecrübelerini birbirine aktarabileceği mekânsal olanakların sunulmasına imkan veren bir anlayış, iş verimliliğinin artmasını sağlayabilir. Bununla birlikte çok nesilli çalışma mekânı için kritik öneme sahip olan "bilgi aktarımı " kavramı deneyimli olan kuşaktan yeni nesillere doğru tek yönlü ele alınmamalıdır. Bilgiye ve öğrenmeye açık olan yeni nesillerin (özellikle çalışma hayatının içerisine katılan son kuşak olan Y Kuşağı) bilgisel boyutta deneyimli kuşaklardan elde edeceği faydanın yanı sıra, paylaşabileceği teknolojik bir bilgi birikimi ve yeteneğinin olduğu unutulmamalıdır. Son yıllarda artan bir eğilim olarak "tersine mentorluk" programı çerçevesinde daha genç olan bir çalışanın, daha yaşlı olana güncel düşünce ve uygulamalar konusunda yardımcı olduğu görülmektedir. Dijital yerli olarak anılan Y Kuşağı'nın bu anlamda sahip olduğu ve paylaşabileceği daha çok bilgi birikiminin olduğu düşünülmektedir. Bu durum teknoloji konusunda geçerli olmakla birlikte çalışma hayatında sadece teknolojinin yeterli olmayacağı ve deneyimli nesillerin de genç nesile iş sezgisi konusundaki tecrübelerini aktarması bilgi paylaşımı adına oldukça faydalı olacaktır.

Çok nesilli çalışma sisteminin ve kuşaklar arası bilgi paylaşımının faydaları göz önüne alındığında, tasarım anlamında bu birlikteliğe katkı sağlayacak mekânsal düzenlemelerin yapılması ve tasarım aşamasında ele alınması iş dünyası açısından oldukça önem kazanmıştır.

3. ÇALIŞMA MEKÂNLARININ SÜREÇSEL DEĞERLENDİRİLMESİ

Tezin bu bölümünde yeni nesil ofisler, yeni nesil ofislerdeki çalışma anlayışları ve bu çerçevede ortaya çıkan yeni nesil ofis terimleri ele alınacaktır. Gündemdeki çalışma mekânı olasılıklarını oluşturan, Hazır Ofisler, Paylaşımlı Ofisler, Sanal Ofisler, Mobil Ofisler gibi yeni nesil ofis anlayışları ve Hotelling (Otelleme), Hot Desking (Paylaşımlı Masa), Clean Desk (Temiz Masa), Workbenches (Boş Masa-Tezgah), Silent Pods (Sessiz Kabinler), Uyku Kabinleri-Kapsülleri gibi yeni nesil ofis terimleri bu kapsama dahildir. Bölümde, günümüzdeki yeni nesil ofis mekânlarına gelinceye kadar çalışma mekânlarının geçirmiş olduğu değişimler ele alınmıştır. Çalışma eyleminin gerçekleştiği mekânlar tarihsel süreçte değerlendirilmiştir. Çalışma mekânlarını şekillendiren etmenlere değinilmiştir. Örneklem olarak seçilen ofislerdeki mekânsal kurgunun temeli sorgulanmıştır.

3.1. Ofis Kavramı

Ofis kelimesinin kökeni Fransızca office kelimesine dayanmaktadır. Ayrıca Fransızca "bureau" kelimesinden gelen büro anlamı da vardır. Türk Dil Kurumu'nda büro farklı anlamlara gelmektedir. Bunlar: (1) Çalışma odası, yazıhane, (2) Danışma ve yazı işlerinin yürütüldüğü iş yeri, (3) Bölüm, şube, (4) Yazı masası [Web 5, 2020]. Ofisin, bir işletmeyi veya bir hizmeti yönetmek üzere organizasyonel faaliyetlerin yapıldığı alan olarak tanımlanmaktadır [Web 6, 2020]. Günümüzde büro ve ofis kelimeleri eş anlamlı olarak kullanılmakla birlikte ofis kelimesi daha çok tercih edilmektedir. Tez çalışmasında farklı kuşaklar ile yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere dayanarak; Bebek Patlaması Kuşağı'ndan büro kelimesini kullanmayı tercih eden kuşak üyelerine rastlanmıştır. Diğer kuşak üyeleri ise ofis kelimesini kullanmaktadır.

3.2. Ofislerin Tarihsel Süreçteki Değişimi

Çalışma olgusunun başlangıcı insanlığın var oluş süreci ile eşzamanlıdır denebilir. İnsanlar hayatta kalabilmek için çeşitli görevler üstlenmişlerdir. Bu görevler yeteneklerine göre şekillenebilmekle beraber yeteneklerinden bağımsız

yaşam şartlarına ve ihtiyaçlara göre de belirlenebilmektedir. Kurumsal ve resmi anlamda çalışma olgusu Sanayi Devrimi ile ilişkilendirilmektedir. Sanayi devrimi öncesinde çalışanları; köleler, esirler veya toprakta çalışan köylüler oluşturmaktaydı [Ören ve Yüksel, 2012]. İlkel toplumlarda çalışma olgusu doğayı tanıma ve doğada hâkimiyet kurma üzerine şekillenmektedir. Bu dönemde insan doğanın kontrolünde hareket eder ve henüz onu şekillendirecek bilgi düzeyinde değildir. Sonrasında vahşi hayvanlardan ve doğanın kötü koşullarından korunmak için araçlar geliştirmeye başladıkça insanoğlu da gelişme ve değişme sürecine girmiştir. İnsanoğlu toprağı işlemeyi öğrendiğinde çalışma olgusu farklı bir boyut kazanmıştır. Tarım toplumundaki iş yapma biçimine bakıldığında topraktaki üretim faaliyetlerinin yanı sıra malların alınıp satılmasına dayalı bir çalışma söz konusudur. Bu çalışma Yunan, Roma, Mısır gibi büyük medeniyetlerin localaşmış tüccar-alıcı ilişkilerinden oluşmaktadır [Çimen, 2008]. Bu dönemin ofisleri çarşı merkezlerindeki küçük dükkanlar ve tarım alanlarındaki evlerde yer alan ofislerden ibarettir. Sosyolojik olarak yaşam köylerde devam etmekte, şehirlerde ise zanaatkârlar geleneksel usullerle topluma hizmet vermektedir [Keser, 2016]. Eski Mısır döneminde yazmanlar tarafından ofis olarak kullanılan mekânların tapınağın idari kısmını oluşturduğu, yazmanların [Web 7] yazı araçları ile mekânlar arasında seyahat ettiği, manastır yazıhanelerinde buluşup tavsiyeler verdikleri bilinmektedir. Mısır medeniyetindeki katı hiyerarşik sisteme karşıt Yunan medeniyetinde demoktarik bir düzene sahip halka açık ofis sistemi dikkat çekmektedir. Antik Yunan ve Roma'da devlet memurları forum adı verilen kamu binalarındaki ofis mekânlarını kullanmışlardır [Çimen, 2008].



Şekil 3.1: 16. yy'da Mısır'da bir yazmanın ofisi.

Avrupa'da Kavimler Göçü' nden sonra Roma İmparatorluğu yıkılmıştır. Savaşlar ve yağmalar başlamış verimli tarım toprakları soyluların ve din adamlarının korumasına verilmiştir. Feodal bir düzen baş göstermiştir. Köylü toprağı işleyip, ürünün büyük bir kısmını ise toprağın yeni sahipleri olan soylular ile paylaşmaktadır. Feodal sistem Fransız İhtilali'ne kadar devam etmiştir [Kurtulmuş, 1996].

1768'de James Watt'ın Sanayi Devrimi'nin itici gücü olarak kabul edilen buhar makinesini keşfetmesiyle birlikte teknolojik, ekonomik, siyasal, kültürel değişimlerin gerçekleştiği bir döneme girilmiştir. Bu dönem "Sanayi Devrimi" olarak adlandırılmaktadır [Ören ve Yüksel, 2012]. Sanayi Devrimi ile birlikte Batı dünyasının hayat tarzı değişmiştir. Dünya tarihinde ilk kez nüfus artışı ve hayat standartları aynı oranda yükseliş göstermiştir [Güran, 1997]. Makineleşmeyi kapsayan birinci Sanayi Devrimi'nin ardından, otomasyona geçişi temsil eden İkinci Sanayi Devrimi ve bilişim ve iletişim teknolojisine geçişle anılan Üçüncü Sanayi Devrimi gerçekleşmiştir. Sanayi Devrimi döneminde çalışma olgusunda; emek yoğun üretim sisteminden, sermaye yoğun üretim sistemine kayma şeklinde bir değişim gerçekleşmiştir [Çelik, 2009].

Ören ve Yüksel'in (2012) aktarımıyla, şirket devrimi, iletişim devrimi, ve teknolojik tekillik konularında çalışmalarıyla tanınan Amerikalı yazar Alvin Toffler'in Sanayi Devrimi sonrasında çalışma hayatında meydana gelen değişikler konusundaki düşünceleri maddeler halinde aşağıda sıralanmıştır. Bu değişikliklerin günümüz ofislerindeki yansıması alt satırlarında açıklanmıştır:

- Fabrikasyon ve üretim süreci ev ile iş hayatını köklü bir biçimde birbirinden ayırmıştır. Sanayi Devrimi ile başlayan bu süreç günümüzde de büyük önem taşımaktadır. Bu tez çalışmasının deneysel bölümünde de iş-yaşam dengesi farklı kuşaklar üzerinden irdelenmiştir. Bu denge günümüzde yeni nesil ofis çalışanlarının iş yeri tercih sebepleri arasında yer almaktadır. İş-yaşam dengesini kurabilecekleri bir çalışma mekânı cazip gelmektedir.
- Teknolojik işbölümü zorunlu hale gelmiştir. İş bölümü çalışanlar arasındaki iletişimi artırmaktadır. İletişimin artması bir takım mekânsal düzenlemeleri de beraberinde getirmiştir. Günümüzde kullanılan açık ofis sistemi bölüm içi ve bölümler arası iletişimi destekleyen bir ofis düzenidir.
- Endüstri toplumu verimlilik, sermaye ve rekabet kavramlarını gündeme getirmiştir. Verimliliğin artması çalışanın verimli çalışmasını gerektirmektedir. Çalışma

verimliliği tez çalışmasının temel konusudur. Bu çalışmada iş yeri bağlılığı, aidiyet, bağlılık kavramları mekânsal boyutta farklı kuşaklar üzerinden sorgulanmıştır.

- Tarım toplumundan fabrika toplumuna geçiş gerçekleşmiştir. Köylerden şehirlere göçler yaşanmış ve kentler cazibe merkezi haline gelmiştir. Bu durum çevre kirliliği, sağlık, eğitim sağlık ve hizmet sorunlarını beraberinde getirmiştir.
- Fabrikalaşma olgusu haftalık çalışma saatleri ve izin gibi kavramları gündeme getirmiştir.

Sanayileşme ile birlikte çalışan haklarını korumaya yönelik çalışma süresi, izin günleri gibi yasal düzenlemeler yapılmıştır. Günümüzde yeni nesil ofis mekânlarının çoğunda bunların yanı sıra yasal olmayan ancak çalışanın tercihine saygı duyulan uygulamalar geliştirilmiştir. Esnek çalışma saati uygulaması ile çalışanlara yasal çalışma süreleri içinde çalışmak kaydıyla tercih edecekleri saat diliminde çalışma imkanı sunulmaktadır.

16.yy ve 19. yy aralığında Avrupa'da kapitalizmin yaygınlaşması ve 18. yy'da Sanayi Devrimi'nin etkisiyle günümüzdeki ofis algısına yakın ilk ofis yapıları oluşmaya başlamıştır. 16 yy.'da bu günün bankalar ve sigorta şirketlerinin kurulmasıya profesyonel çalışma gündeme gelmiştir. Bu dönemde Floransa'da Medici Ailesi, modern zamanda yapılan günümüzdeki ofis tanımını açıklayan ilk büyük bina olarak kabul edilen Şekil 3.2'de kat planı [Web 8, 2021], Şekil 3.4'te cephe görünüşü [Web 9, 2020] görülen Uffizi Galeri'yi inşa ettirmiştir. Yapımına 1560 yılında Giorgio Vasari tarafından başlanmış olup, Alfonso Parigi ve Bernardo Buontalenti tarafından Giorgio Vasari'nin tasarımlarına uygun olacak şekilde devam edilmiştir. 1581 yılında tamamlanmıştır. Floransa Sulh yargıçları için ofis olarak tasarlanmıştır. Bundan dolayı ofisler anlamına gelen “uffizi” olarak adlandırılmıştır. Günümüzde en önemli İtalyan müzesi olarak bilinmektedir ve dünyaca ünlü tablolar sergilenmektedir.

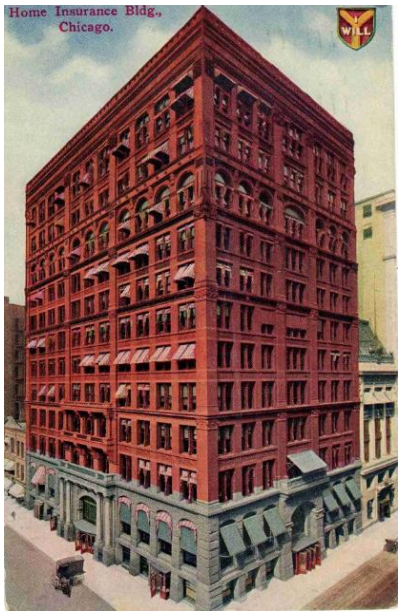


Şekil 3.2: Uffizi Galeri kat planı.

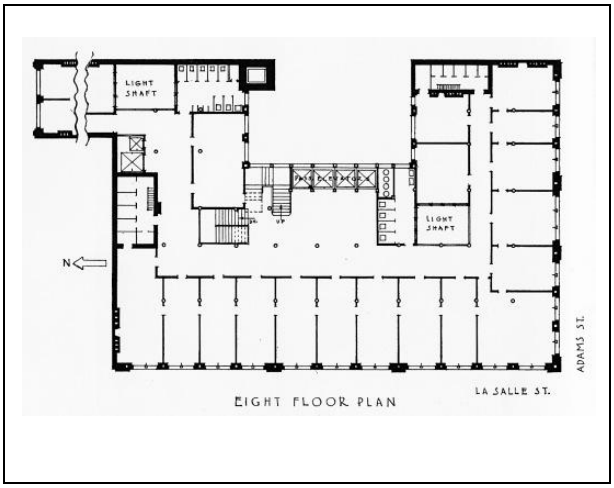


Şekil 3.3: Uffizi Galeri cephe görünüşü.

18.yy'da Sanayi Devrimi ile birlikte fabrikaların kötü koşullarında çalışan işçiler bilinçlenmeye başlamıştır. Birinci Sanayi Devrimi olarak anılan bu dönemde asansörün ve çelik kafes sistemin icadı çok katlı ofislerin inşaasına olanak vermiştir. İlk gökdelenler ortaya çıkmaya başlamıştır. Asansörlü binaların inşaat maliyeti iç mekânda kullanılması gereken asansör boşlukları nedeniyle yüksek olmuştur ve asansörler yapıdaki en yüksek maliyetlerden birini oluşturmuştur [Walter, 1991]. Çelik kafes sistemin ilk yüksek katlı yapısı 1883 yılında William Le Baron Jenney tarafından tasarlanan, Şekil 3.4'te cephesi [Web 10, 2020], Şekil 3.5'te kat planı [Web 11, 2020] görülen Ev Sigortası Binası (Home Insurance Building) olmuştur. Toplam 55 m yükseklikte, 10 katlı olan bu bina 1931'de yıkılmıştır.



Şekil 3.4: Ev Sigortası Binası cephesi, Chicago, 1883.



Şekil 3.5: Ev Sigortası Binası 8. kat planı.

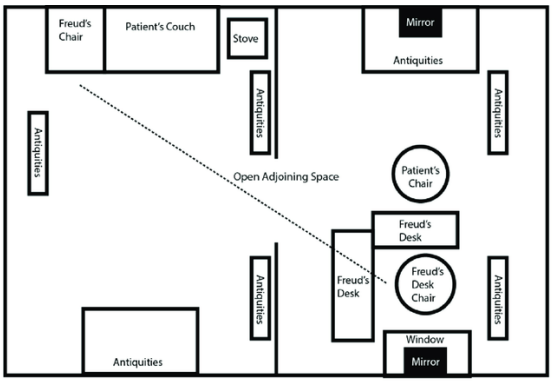
19. yy'ın başlarında tren yollarının yapılmasıyla ticaret daha geniş bir alana yayılmış ve ofisler yaşam alanlarından ayrılmaya başlamıştır [Çimen, 2008]. Bu dönem İkinci Sanayi Dönemi olarak anılmaktadır ve bilimsel devrimler dönemidir [Kurtulmuş, 1996]. Endüstri, ticaret ve ulaşım alanlarında büyüme ortaya çıkmış bu durum ofis yapılarının sayısının artışını sağlamıştır. Hiyerarşik yapı ortaya çıkmış ve her uzmanlık alanı günümüzde departman olarak anılan bölümlere ayrılmıştır. Bu durum mekânsal olarak ofislerin yapısına yansımıştır. Her bölüm kendi çalışma alanı içerisinde çalışabilmektedir. Ofislerde kullanılan teknolojik aygıtların (telgraf, daktilo, telefon vb.) keşfiyle birlikte yaşam alanı ile çalışma alanı tamamen

birbirinden ayrılabilmiştir. Teknolojik donanımları kullanacak çok sayıda çalışana ihtiyaç duyulmasıyla Şekil 3.6'da örneklendiği gibi ofislerin seri üretim anlayışı ofislere taşınmıştır [Web 12, 2020].



Şekil 3.6: Seri üretim mantığının ofislere taşınması, Ybor, 1929.

Bu dönemde hiyerarşik düzende bireysel olarak bir ofis sahibi olmak statü sembolü olarak görülmektedir [Hascher et al, 2002]. Çalışma alanlarının yaşam alanlarından tamamen ayrılması kiralık ofis kavramını ortaya koymuştur. Psikolojinin en önemli alt dallarından biri olan psikanaliz öğretisinin kurucusu olan Sigmund Freud'un muayenehanesi bu dönemin bireysel kiralık ofislerinin ilk örneklerindendir. Son yapılan araştırmalara göre Freud'un ofisinin mekânsal kompozisyonunun Antik Mısır mezarları ile çarpıcı şekilde benzediği tespit edilmiştir [Schroeder, 2020]. Sigmund Freud'un ofisinin planında danışma odası ve çalışma odası birleşebilir esnek bir yapıdadır. Bekleme odası ile muayene odası arasındaki kapı kilitlenebilmektedir. Kral Tutankhamun'un mezarında da mezar odası ve hazine açık bir kapı aracılığıyla birleşebilmektedir. Ön oda ile mezar odası arasındaki kapı kilitlenebilmektedir [Schroeder, 2020]. Bunun yanı sıra Şekil 3.8'de görüldüğü üzere Freud'un ofisinde, hastaların oturduğu bir koltuğun üzerinde dokunsal etkisi (haptik) yüksek halı dikkat çekmektedir [Schroeder, 2020].



Şekil 3.7: Sigmund Freud'un ofisinin planı.

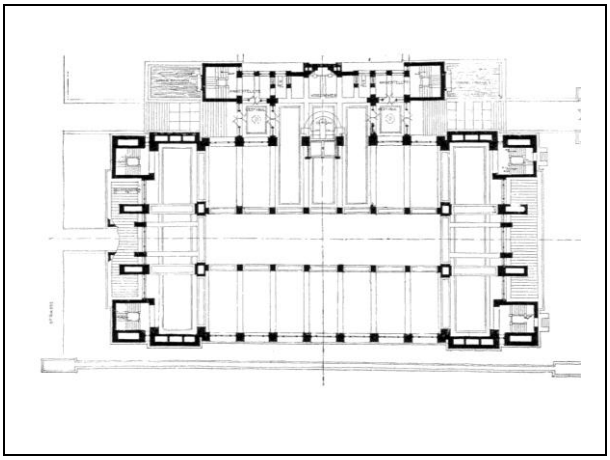


Şekil 3.8: Freud'un ofisinde dokunsal etkisi (haptik) yüksek halı ve simetrik oda kompozisyonu.

19. yy' da Frederick Taylor' in işletme yönetimi üzerindeki çalışmaları ve kullandığı hiyerarşik yöntem ofis mekânlarının yerleşimine de yansımıştır. Frederick Taylor'un çalışmaları doğrultusunda ortaya çıkardığı bilimsel yönetim yaklaşımı tarihte Taylorist Akım olarak anılmaktadır ve verimlilik temeline dayanır. Bu düşünce yapısına göre insan üretimin herhangi bir parçasıdır. Hiyerarşi ve gözetim baskındır. Görsel ve işitsel mahremiyet yoktur. Ofis yerleşimi daha fazla masa ve daha fazla çalışan anlayışına dayalıdır. Yöneticinin çalışanları gözetlemesiyle verimli bir çalışma ortamı sağlanacağı düşünülür.

20. yy ofis yapılarını şekillendiren 19 yy'daki asansörün keşfi, elektrik, aydınlatma, havalandırma gibi bina alt sistemleri, çelik strüktür gibi teknolojik gelişmelerdir. Frank Lloyd Wright'ın sabun fabrikası olarak tasarladığı Şekil 3.9'da kat planı [Web 13, 2020] görülen Larkin Yönetim Ofisi Taylorist açık planın ilk örneği kabul edilmektedir. Larkin yönetimi, ofis mekânının ve çalışma biçiminin

yıpratıcı etkilerini hafifletecek memnuniyeti artıracak uygulamalar gerçekleştirmiştir; şirket gezileri, piknikler, konserler düzenlenmiş, hatta çalışanlara prim ve kardan pay verilmiştir. Çalışanların memnuniyetini ve bağlılığını artırmak amacıyla mekânsal olarak da düzenlemeler yapılmıştır. Binanın belli bölümleri rekreatif amaçlar için kullanılmıştır [Hascher et al., 2002]. Şekil 3.12'de dış cephe görünüşü yer alan Larkin Yönetim Ofisi [Web 14, 2020], o zamana kadar mimari kompozisyon ve organizasyonel yenilik arasındaki uyumun yakalandığı en başarılı ofis yapısı olarak yorumlanmaktadır. 20. yüzyılda ortaya çıktığı düşünülen banyo, kütüphane, dinlenme alanı gibi mekânlar bu binada ofis mekânlarına eklemlenen alanlar olmuştur [Hascher et al., 2002].



Şekil 3.9: Larkin Yönetim Binası kat planı.



Şekil 3.10: Larkin Yönetim Binası cephesi.

Larkin Yönetim Ofisi'ndeki organizasyonel yapıya benzer sembolik bir yapı da 1930'larda yine Frank Lloyd Wright tarafından tasarlanan Şekil 3.11'deki Johnson Wax Company'dir. Frank Lloyd Wright'ın tasarladığı ve halâ faaliyette olan tek kurumsal genel merkezdir [Web 15, 2020]. 1939'da kullanıma açılmış olup, 20. yüzyılın en iyi 25 binasından birisi olarak tanınmıştır. Johnson Wax şirket yetkililerinin yaptığı açıklamaya göre bu yapı SC Johnson'ın inovasyon ve cesaret ruhunu yansıtmaktadır.

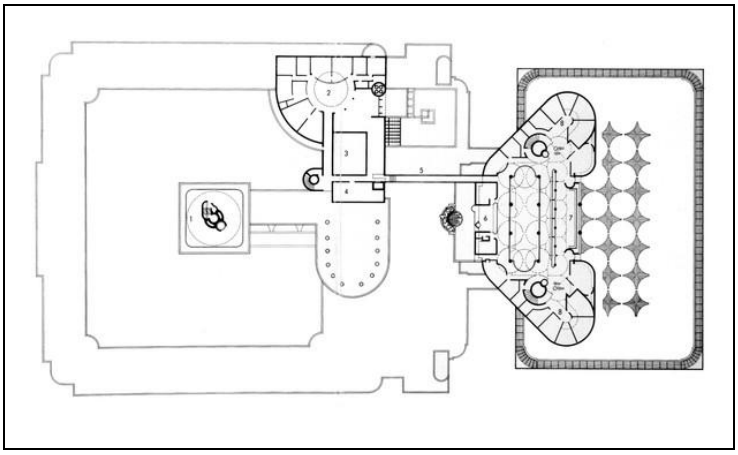


Şekil 3.11. Johnson Wax kompleksi.

Johnson's Wax Binaları'nın iç mekân görsellerini yorumlamak gerekirse enformel, çalışanlara eşit imkanlar sunan bir mekânsal düzenleme gözlemlenmektedir. Şekil 3.12'deki iç mekan görüntüsünde görüldüğü gibi mimari tasarım kurumsal imajın önemini ortaya koymaktadır [Web 16, 2020]. Tasarımın yarattığı bu imaj günümüzde Johnsons's Wax Binaları'na turistik geziler düzenlenmesinde etkili olmuştur. Bu yapıda organizasyonel bir yenilik veya sosyal bir kurgu yerine ikonik bir mimari tasarım söz konusudur. Doğa ile görsel veya fiziksel bağlantısı olmayan açık ofis alanları Taylorist tasarım anlayışı ile ilişkilidir. Bu tasarım ile Wright'ın ofis kullanıcılarının beklentilerinden daha da uzaklaştığı görülmektedir [Duffy, 1997].



Şekil 3.12. Johnson Wax Company çalışma salonu.

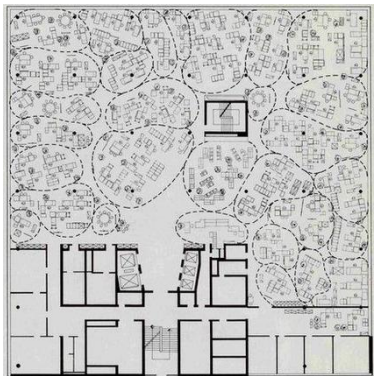


Şekil 3.13. Johnson Wax Company kat planı.

1930'ların sonlarında ofis mekânlarının tasarımında kullanıcıların beklentilerine karşı daha duyarlı yaklaşımlar sergilenmeye başlamıştır. Şekil 3.13'de kat planı görülen yapıda [Web 17, 2020] Frank Loyd Wright da bu dönemdeki diğer tasarımcılar gibi karmaşık yönetimsel sorunların getirdiği organizasyonel değişimi mekân tasarımına yansıtmak yerine tarz ve teknik konulara yönelmeyi daha kolay bulmuştur [Duffy, 1997].

İkinci Dünya Savaş'ından (1939-45) sonra, ofislerde uygulanan denetim ve hiyerarşiye dayalı insancıl olmayan fabrika modelinden biraz olsun uzaklaşılarak, farklılaşan organizasyon ve yönetim düşünceleriyle daha az resmi, iletişime ve güvene dayalı, mekânsal memnuniyeti arttırabilme potansiyeli olan ofis tipleri ortaya çıkmıştır. Bu çalışma ortamının Sessiz Kuşağın iş hayatında sadık ve kurallara saygılı olmasında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Bu ofis türleri Bürolandschaft ve Aksiyon ofis olarak adlandırılmıştır. Almanca'da "Bürolandschaft" olarak kullanılan

ofis türü, İngilizce'de “Office Landscape”, Türkçe çevirisinde “Ofis Arazisi” olarak adlandırılmaktadır. Düzensiz geometri ve organik dolaşım planı olan açık ofis planlarıdır. Almanya’da, Quickborner ekibinin yöneticileri Schenelle kardeşler tarafından ofis içi iletişimi desteklemek ve verimli bir iş akış süreci sağlamak için geliştirilen tasarım yaklaşımıdır. Günümüzde bilgi paylaşımı ve iletişim e-mail, dropbox, zoom, teams, google drive, slack gibi teknolojik platformlarda gerçekleşirken, temel kullanıcının Sessiz Kuşak olduğu bu dönemin ofislerinin iş akışını sağlayan iletişim aracı, resmi biçimde yazılmış kısa notlar yani “kağıt” olmuştur. Avrupa'daki sekreterya tarzı ofislere ait iki tür plan şemasından birisi Bürolandschaft (Şekil 3.14), diğeri dar kulelerden sonra derin planlı alanlara doğru gelişmiş olan hücresel ofislerdir [Web 18, 2020]. Yapay havalandırma ve yapay aydınlatmanın getirdiği teknik imkanlar derin planlı ofis çözümlerini ortaya çıkarmıştır ve bu durum açık planlı ofislerin gelişmesine olanak sağlamıştır [Worthington,1997]. Bürolandschaft tarzında ofisler iki temel bölümden oluşmaktadır: Birincisi üst düzey yöneticiler için kapalı ofisler, ikincisi sekreterya işlerinde çalışanlar için kurgulanmış açık planlı ofislerdir. Dikey iletişim yerini yatay iletişime bırakmıştır. Günümüzdeki yeni nesil ofislerdeki çalışma mekânlarına benzer bir şekilde enformel iletişim için olanaklar sağlanmıştır [Çimen, 2008]. Dinlenme alanları, buluşma noktaları gibi mekânsal düzenlemeler çalışma ortamının içerisinde yer almaya başlamıştır. “Ofis Arazisi” tarzının özel tasarlanmış mobilyaları yoktur, çalışma alanlarında görsel mahremiyeti sağlamak için kullanılan paneller ofis donatılarının bir parçasıdır. Bitki kullanım yoğunluğunun “Arazi” ifadesinin kullanımında etkili olduğu düşünülmektedir [Piotrowski and Rogers, 2016].



Şekil 3.14. Osram ofisindeki çalışma gruplarının izi, (1965).



Şekil 3.15. Osram ofisi iç mekân görüntüsü (1965).

Ofis Arazisi olarak adlandırılan açık ofis yapılarının içerdiği temel prensipler ve bu prensiplerin mekânsal yansımasının etkileri şu şekildedir:

- Şekil 3.15'de [Web 19, 2020] görüldüğü gibi ofis mekânları sabit veya yarı sabit bölücüler ile bölünmemiş tamamen açık bırakılmıştır. Bu durum esnek mekânlar yaratmakta, mekânın organizasyonel değişikliklere kolaylıkla adapte olabilmesini sağlamaktadır. Şekil 3.16 'da örneklendiği gibi Taylorist ofislerde mobilyalar zemine sabitlenmiş ve ağır, değişime kapalı, esnek olmayan bir yapı sergilemekteyken [Web 20, 2020], Ofis Arazisi türündeki çalışma mekânlarında ise mobilyalar Şekil 3.17'de [Web 21, 2020] örneklendiği gibi hafif ve zeminden bağımsız olarak hareket edebilmektedir [Meel, 2000].



Şekil 3.16: Larkin Binasında kullanılan sabit Taylorist ofis mobilyası.



Şekil 3.17: Karls Ruhe Kamu Binası, Bürolandschaft Ofis, 1974.

- Mekânsal düzenleme hiyerarşik yapıyı ortadan kaldırmış ve geleneksel hiyerarşi çizelgelerinin yerini organizasyon şemaları almıştır.
- Bölücülerin kaldırılmasıyla akustik sorunların çözümü ve ses mahremiyetini sağlamaya yönelik alternatif uygulamalar gündeme gelmiştir. Zeminlerde halı kullanımı, ses yutucu ekranlar, arka plan seslerini maskeleyen sistemler bunlardan bir kaçıdır.
- Bütün Ofis Arazisi planlamasını kapsamasa da Quick Burner Ekibi'nin temel aldığı tasarım kriterlerine göre ofis mekânlarına eklemlenen yardımcı mekânlar şunlardır; merkezi bir depolama alanı, çalışanların kullanımına açık içecek ve dinlenme alanları, en üst düzeydeki yönetim ekibinin de dahil olduğu açık ofis sistemi, görsel mahremiyeti sağlamaya yönelik bitki bariyerleri [Pile, 1976].

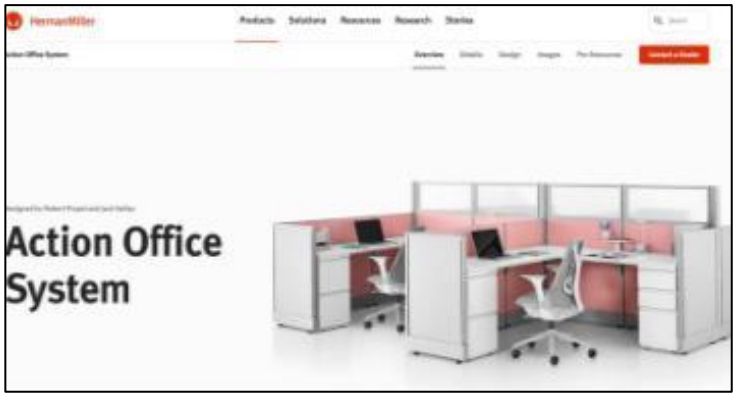
Bürolandschaft planlama ile paralel olarak ortaya çıkan, Herman Miller mobilya firması ile çalışan Robert Propst tarafından geliştirilen farklı bir tasarım anlayışı da "Aksiyon Ofisleri" olmuştur. Propst'a göre standart ofis donatıları gerçek ihtiyaçlara cevap vermemektir ve bu yüzden ortaya koyduğu teoriye hizmet edecek ofis mobilyalarının tasarlanması gerekmektedir [Cave, Worthington, 1976]. Herman Miller tarafından Aksiyon Ofisler olarak tanıtılan mobilya tasarımları bölücü paravanları sayesinde mahremiyete olanak sağlamaktadır. Tesadüfi bir şekilde Bürolandschaft (Landscape) planlama ile aynı dönemde gündeme gelmiştir. Geleneksel plandaki özel ofislerin mekânsal düzenlemesi için tasarlanan Aksiyon Ofis donatıları açık planlı Bürolandschaft (Ofis Arazisi) planlı ofislerde kullanılmıştır. Panellere asılabilecek parçalardaki esneklik, kullanıcılar tarafından

kişiselleştirmeye imkan verdiği için çalışanlar tarafından tercih edilmiştir. Mobilya firmaları da bu mobilyalar ile kullanılabilecek parçalar üretmişlerdir [Piotrowski and Rogers, 2016].

Aksiyon Ofis ve Bürolandschaft sistemleri birbirine çok benzeyen sistemlerdir bu yüzden kesin ayrımlar yapmak zordur. Şekil 3.20 [Web 22, 2020] ve 3.21 'de [Web 23, 2020] görülebileceği gibi Aksiyon Ofis'lerin temel farkı daha fazla depolama alanı oluşturmaya olanak sağlamaktadır ve istenildiğinde kapalı alan oluşturmaya uygun bir yapısal düzen içermektedir. Şekil 3.18'de [Web 24, 2020] Aksiyon Ofis'in ilk tanıtımından bir görüntü yer almaktadır. Bürolandschaft sistemlerinde ise kapalı alan oluşturmaya bilinçli olarak imkan vermeyen bir mekânsal düzenleme hakimdir. Şekil 3.19'da [Web 25, 2020] görülen Herman Miller'in Aksiyon Ofis Sistem (Action Office System) isimli ürünü, güncel modeli ile hala internet sitesinde yer almaktadır



Şekil 3.18: Aksiyon Ofis'in ilk tanıtımından bir görüntü, 1974.



Şekil 3.19: Herman Miller'in güncel web sitesinden Aksiyon Ofis'in günümüzdeki modeli, 2020.



Şekil 3.20: Aksiyon Ofis bölücüleri.



Şekil 3.21: Aksiyon Ofis depolama alanları.

1970'li yıllarda Ofis Arazisi isimli açık planlı ofis yapıları farklı sebeplerden dolayı sorgulanmaya başlanmıştır. Enerji krizinin yaşandığı bir dönemde yapay aydınlatma, ısıtma ve havalandırma enerji israfı olarak görülmüştür. Doğal ışık ve havalandırmalı, ısısını koruyabilen tasarımların arayışına gidilmiştir. Yerleşim planlarınının organizasyonel yapıların durumundan kaynaklı fazla çeşitlilik göstermesi ve hiyerarşinin tamamen ortadan kaldırılamaması gibi sebeplerin de etkisiyle bu tür açık planlı ofisler tepki görmüştür. Sanayi demokrasisi anlayışında çalışanlar kendi hakları konusunda söz sahibidir. Bu ofis kurgusunda çalışanların

temiz hava, doğa ile ilişkili mekân talebi Kuzey Avrupa ofislerinin mekânsal düzenlemesini tamamen değiştirmiştir [Duffy, 1997].

1980'de IBM'in, (IBM 5150'yi) ilk kişisel bilgisayarları kullanıcılara tanıtmasıyla ortak alanlar yerine her masaya bilgisayar kurulmuştur. Ofis mekânı ihtiyacı artmıştır. Bilgiye dayalı işlerin yanı sıra, ofis kullanıcılarının beklentileri de artmıştır. Mekânsal aidiyet, kimlik, kişisellik kavramları ofis kullanıcılarının talep ettikleri kavramlar haline gelmiştir. Ofislerin tasarım konseptleri sorgulanmış ve Stone ve Luchetti tarafından uzun süreli olarak gündemde kalacak olan günümüzün ofis anlayışını da belirleyen "Ofis Bulunduğunuz Yerdir" (1985) anlayışı gündeme taşınmıştır. 1985'te Philip Stone ve Robert Luchetti, Harvard Business Review'de yazdıkları bir makalede; yeni kablosuz ofis telefonlarının her şeyi değiştireceğini, artık bir masaya sabitlenmeyeceğimizi, bunun yerine ofisin bulunduğunuz yer olacağını belirtmişlerdir [Web 26, 2021]. Günümüzdeki Koronavirüs salgını sürecinde de uzaktan çalışmanın yaygınlaşması ile birlikte "Ofis bulunduğunuz yerdir" anlayışı tam anlamıyla uygulanmaktadır. Eğitime, iş dünyasına, hatta tedaviye yönelik hizmetler mekândan bağımsız olarak verilmektedir. Bu süreçte çalışma ofislerimiz bazen evin herhangi bir odası, bazen bir kafe, bazen de hijyen şartlarını yerine getirmiş bir ortak çalışma alanı olabilmektedir.

3.3. Ofis Tipleri

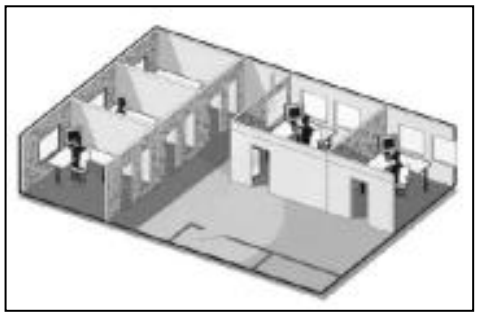
Ofisler fiziksel olarak beş farklı kategoride değerlendirilmektedir;

- Hücresel Ofis
- Ortak Oda Ofisleri
- Açık Planlı Ofisler
- Esnek Ofisler
- Kombi Ofisler

3.3.1. Hücresel Ofis (Cellular Office)

Şekil 3.22'de [Danielsson ve Bodin, 2008] gösterildiği üzere hücresel ofis veya geleneksel ofis olarak adlandırılan ofisler, ofisler olarak yapının dış cephesi boyunca

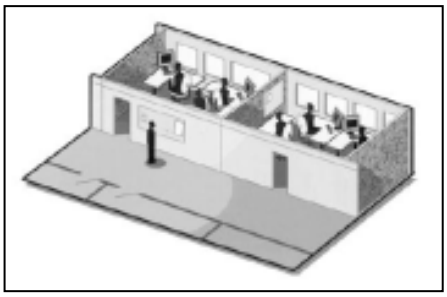
düzenlenen ve ortak bir koridor aracılığıyla erişilebilen kapalı, sınırları duvarlar ile çevrilmiş ofislerdir [Danielsson ve Bodin, 2008]. Genellikle dış cephe ile bağlantı, pencere yoluyla sağlanır. Mekânsal kişiselleştirmeye uygun ofislerdir. Ofis ile ilişkili olanaklar odanın içerisinde yer almktadır. Ofisin açık veya kapalı olma durumu kullanıcı tarafından belirlenebilir ayrıca anahtarın kullanıcıda kalma durumu aidiyet duygusunu artırmaktadır. Yüksek düzeyde mahremiyete ve konsantrasyona olanak tanıyan bu ofisler, iletişime kapalı, bireysel çalışmalar için uygundur. Genellikle Bebek Patlaması Kuşağı tarafından tercih edilmektedir. Hücresel ofisler, Bebek Patlaması Kuşağı'nın aktif çalıştığı dönemlerde statü sembolü olarak görülmüştür.



Şekil 3.22: Hücresel ofisler.

3.3.2. Ortak Oda Ofisleri (Shared Office)

Şekil 3.23'de [Danielsson ve Bodin, 2008] görüldüğü gibi bireysel kapalı ofislere benzer bir düzenlemesi olmakla birlikte, 2-3 kişi tarafından kullanılan iletişime açık ofislerdir. Çalışmayı destekleyen olanakların çoğu genellikle ofisin dışında yer almaktadır. Genellike ekip çalışması odaklı organizasyonlarda kullanılmaktadır. İş istasyonları genellikle odada serbest bir şekilde düzenlenmektedir. Bireysel iş istasyonlarında görsel mahremiyet sağlamak amacıyla bölücü/kapatıcı elemanlar kullanılabilir. Ofisi ortak kullanan bireyler benzer işler yapma eğilimindedirler. Takım bazlı ortak oda ofisleri genellikle interaktif proje çalışmaları ile ilişkilendirilmektedir [Danielsson ve Bodin, 2008].

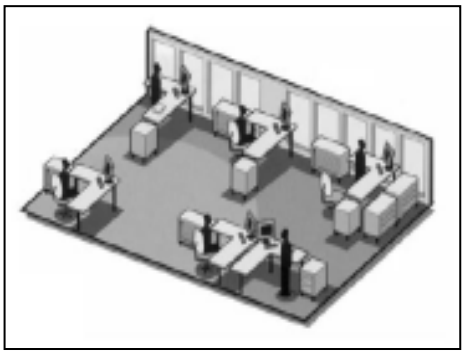


Şekil 3.23: Ortak oda ofisleri.

3.3.3. Açık Planlı Ofisler

Farklı konfigürasyonlarda ortak bir çalışma alanını paylaşan, çalışan grupları olan ofislerdir. Masaların odada veya sıralarda serbestçe düzenlendiği açık bir çalışma alanı akışına dayalı olarak tanımlanmıştır. Küçük, orta ve büyük ve büyük gibi biçimlerde, ofisi paylaşan kişi sayısına göre alt katagorilere ayrılmıştır. Küçük açık planlı ofisler 4-9 kişilik, orta açık planlı ofisler 10-24 kişilik ofisler iken, geniş açık planlı ofisler ise 24'den fazla kişinin kulllanımına uygundur. İş istasyonları serbest bir düzende yerleştirilebilmektedir. İş istasyonları arasındaki bölücüler görsel mahremiyet sağlamanın yanı sıra, bölücülerin akustik özelliğinden dolayı işitsel mahremiyete de katkı sağlamaktadır. Açık planlı ofislerde, çalışanların bireysel olarak çalıştığı ancak ekip çalışması ve iletişime de olanak sağlayan bir mekânsal düzenleme söz konusudur. Mekânsal olarak esnek bir yapıya sahip olduğu için organizasyonel değişikliklerde oluşturulacak yeni düzene adaptasyon süreci hızlı olabilmektedir.

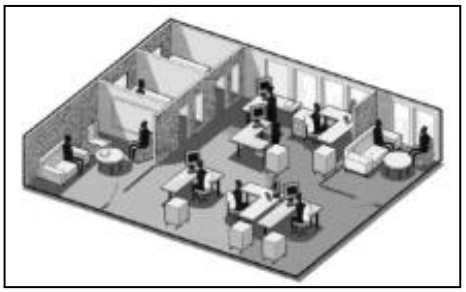
İş istasyonları serbest bir düzende yerleştirilebilmektedir. İş istasyonları arasındaki bölücüler görsel mahremiyet sağlamanın yanı sıra, bölücülerin akustik özelliğinden dolayı işitsel mahremiyete de katkı sağlamaktadır. Açık planlı ofislerde, çalışanların bireysel olarak çalıştığı ancak ekip çalışması ve iletişime de olanak sağlayan bir mekânsal düzenleme söz konusudur. Mekânsal olarak esnek bir yapıya sahip olduğu için organizasyonel değişikliklerde oluşturulacak yeni düzene adaptasyon süreci hızlı olabilmektedir.



Şekil 3.24: Açık planlı ofisler.

3.3.4. Esnek Ofisler

Açık planlı ofislere benzerlik gösteren, ancak kişisel bir iş istasyonunda gerçekleştirilmeye uygun olmayan iş faaliyetleri için tasarlanmış ek yedekleme alanları tanımlanmış olan ofislerdir. Bu alanlar, özel telefon görüşmesi alanları, toplantı odaları veya konsantre çalışma faaliyetleri için odalar olabilmektedir. Eş zamanlı olarak iş gücünün % 70'inden daha az kısmının ofiste çalıştığı durumlar için tasarlanmıştır. Ofiste bulunmama sebebi ofis dışı çalışma, hastalık gibi durumlar olabilmektedir. Bu tür ofislerde mekânsal esnekliğin yanı sıra zaman anlamında da esneklik söz konusudur. Haftanın belli günlerinde çalışma, uzaktan çalışma gibi sistemler zamanda esnekliği destekleyen uygulamalardır. Esnek ofislerde çalışanların iş istasyonlarını seçebildiği bir kurgu hakimdir. İş istasyonlarını kişiselleştirme olanağı çok kısıtlıdır veya yoktur. Mekânsal çeşitliliğin en fazla olduğu ofis türleridir. Yeni nesil ofislerdeki mekânsal kurgu ve uygulamalar çoğunlukla esnek ofis mekânları özellikleri taşımaktadır.



Şekil 3.25: Esnek ofisler.

3.3.5. Kombi Ofisler

Ofisdeki çalışmaların % 20'sinden fazlasının ekip bazında olduğu ve kişisel iş istasyonunda yapılmadığı durumlarda kullanılmak üzere tanımlanmıştır. Bu düzende katı bir mekânsal tanım yoktur ve kişisel iş istasyonları ya bireysel odalar ya da açık plan şeklinde olabilir, ancak ana odak, toplantı ve proje odaları gibi uzun süreler boyunca grup etkinlikleri için kullanılan odalardır.

3.4. Yeni Nesil Ofisler

Sanayi devriminden günümüze kadar çalışma verimliliğini artırmak amacıyla, ofislerde çeşitli mekânsal düzenlemeler yapılmıştır. Her dönemin şartları farklılık göstermekle birlikte, en uygun mekânsal tasarımı bulmaya yönelik arayış her dönemde geçerliliğini korumuştur. Günümüz şartlarında ise teknoloji, yaşam biçimi, ekonomik dengeler başta olmak üzere bir çok faktörün etkisiyle, çalışma mekânı algısı farklı bir boyut kazanmıştır. "Yeni nesil" kavramı, bulunulan dönemin alışılagelmiş anlayışının dışında olan, çağın gerekliliklerine göre mevcut olanın yetersiz olduğu durumlarda ortaya çıkan, farklılıkları ve yenilikleri beraberinde getirmiş olandır. Ofis mekânları da zaman içerisinde değişimler ve dönüşümler geçirmiştir. Günümüzde sıradanlaşmış uygulamalar ve mekânsal özellikler de bir dönem yeni nesil olarak adlandırılmışlardır. Örneğin 20. yy.'ın başlarında yapılan çalışmalarda ev ofis (home office) "yeni nesil çalışma sistemi" olarak duyurulmuştur.

21. yy'da teknolojinin ve demografik verilerin hızlı değişimi ile birlikte ofis mekânlarında da dönüşüm hız kazanmıştır. Günümüzün yeni nesil ofislerinde üretilen işin kendi dinamikleri de dikkate alınarak birey merkeze alınmış, çalışan psikolojisi önem kazanmıştır. Yeni nesil ofislerde "ikinci ev", "evi işe taşımak" gibi çalışanların mekânsal aidiyet hissetmelerini sağlayacak uygulamalar ve düzenlemeler benimsenmektedir. Yapılan araştırmalar ve gözlemler ışığında yeni nesil ofis mekânlarının barındırdığı temel olanaklar şu şekilde sıralanabilir:

- Çalışma zamanı konusunda esneklik sunma.
- Çalışma mekânı konusunda esneklik sunma.

- Bireysel ve kolektif çalışmalar için alanlar.
- Çok amaçlı çalışma mekânları (amfi, toplantı salonları vs.).
- Motive edici ve eğlenceli sosyal alanlar.
- Yönetici ile çalışan arasındaki sınırların en aza indiği veya olmadığı çalışma ortamı.
- Çalışanların psikolojik sağlamlık ve stres direncini artırmaya yönelik uygulamalar.
- Doğa ile bütünleşik mekânsal düzenlemeler.
- Sosyal sorumluluk bilincini oluşturan uygulamalar/etkinlikler.

Çalışma olgusuna yaklaşımın ve mekânsal beklentilerin değişimi ile birlikte alternatif ofis mekânları ortaya çıkmıştır. Bunlar; hazır ofisler, paylaşımlı ofisler ve sanal ofisler, mobil ofisler olarak ele alınabilir.

Hazır Ofisler (Ready to Use Office): Hazır ofisler, farklı kiralama modelleri olan, fiziksel donanımları (mobilya, ofis ekipmanları, çay-kahve makinaları vb.) ve hizmetleri (internet, çağrı yanıtlama, kurye, posta kabulü vb.) ile kullanıma hazır olan ofislerdir. Bu ofis türlerinin tanınan örnekleri: şekil 3.26'da örneklenen Workinton [Web 27], We Work, Regus, Ritim Office, Work House gibi kuruluşlardır.



Şekil 3.26: Workinton hazır ofis.

Paylaşımlı Ofisler (Co-working Offices): Katılımcı ofisler, kolektif çalışma ofisleri olarak da isimlendirilen paylaşımlı ofisler, farklı şirketlerden veya bağımsız çalışan kişilerin tek bir açık ofis alanını paylaşmasına dayalı bir sistemi barındırır. Bu sayede

paylaşılan genel ofis giderleri ile daha ekonomik ofis şartları sağlanmış olmaktadır. Yeni iş kuranların, girişimcilerin (start-ups), serbest (freelance) çalışanların, evden çalışanların, kısa süre ofiste çalışıp günün büyük bölümünde sahada geçirenlerin tercih edebileceği ofislerdir. Tanınan paylaşımlı ofis örnekleri: Workinton, Kolektif House, Joint Idea, Habita, Work House, Idea Kadıköy, Impact Hub gibi kuruluşlardır.

Sanal Ofisler**:** Fiziksel olarak kullanılan bir ofis olmamasına rağmen yasal adres, iletişim ve sekreterlik gibi hizmetler sunan, farklı kiralama modelleri olan ofislerdir. Hazır ofis modellerinin içerisinde de yer alabilmektedir.

Mobil Ofisler: Esnek çalışma ve ortak ofis kullanımındaki popüler trendlerden esinlenilerek oluşturulan araç içi ofislerdir. Uzaktan çalışma sistemine uygun tasarlanmaktadır. Araçlarda ofis çalışmalarına uygun teknolojik alt yapı mevcuttur. Nissan tarafından yakın zamanda Şekil 3.27 ve Şekil 3.28'de görülen WORKSPACe isimli yeni bir karavan duyurulmuştur [Web 28]. Dünyanın ilk, tam elektrikli seyyar ofisi olarak tanıtılmıştır. İçerisinde katlanabilir bir masa, dokunmatik bilgisayar, kablosuz internet bağlantısı, bluetooth teknolojisi ile çalışan ses sistemi, akıllı telefonlar ile kontrol edilebilen ışık sistemi ve minik bir buzdolabı yer almaktadır.



Şekil 3.27: Nissan WORKSPACe mobil ofis aracı.



Şekil 3.28: Nissan WORKSPACe iç mekân görüntüsü.

3.4.1. Yeni Nesil Ofislerdeki Mekânlar ve Terimler

Günümüzün küresel ekonomisinde şirketler giderlerini düşürmek, çalışan memnuniyetini ve verimliliğini artırmak amacıyla çalışma alanlarında mekânsal düzenlemeler ve mekânın verimli kullanımına yönelik uygulamalar geliştirmişlerdir. Değişen çalışma hayatının gerekliliklerine cevap verecek düzeyde ve çok nesilli iş gücünün taleplerini karşılayacak nitelikte mekân tasarımları ön plana çıkmıştır. Yeni nesil ofislerde kullanılan mekân ve terimlerden bazıları şunlardır: otelleme (hotelling), hot desking (shared desks), cleandesk (temiz masa), boş masa/ tezgah (workbenches), sessiz kabinler, uyku kabinleri, sosyal alanlar.

Otelleme (Hotelling): Literatürde "istasyon çalışma düzeni'' olarak da yer alan otelleme hizmeti, 1980'lerin sonunda ortaya çıkan otel odası rezervasyonuna benzer bir geçici çalışma sistemidir. Bu sistemde çalışan bireyler, ileriki bir tarihte çalışma mekânını kullanmak için talepte bulunmaktadır. Çalışma mekânının geçici bir dönem için çalışan adına masa, kilitli dolap gibi donatılar temin edilerek kişiselleştirilmesine dayalı bu sisteme otelleme (hotelling) denir [Paul & Ashcroft, 2005]. Otelleme sisteminde geçici kullanıma dayalı olarak aidiyet ve kişiselleştirme gereksinimlerini gerçekleştirmeye yönelik bir çaba yoktur. Farklı kullanım biçimlerini bünyesinde bulunduran bu sistemde, mekânsal kişiselleştirme imkanı olmamakla birlikte, kullanıcıların farklı mekân seçeneklerinden kendine uygun olanını seçebildiği, tercih ettiği zamanda, tercih ettiği donatıları kullanabildiği bir kişiselleştirme anlayışı hakimdir. Otelleme sistemi zamanla gelişerek günümüzün hazır ofis sistemini oluşturmuştur. Hazır ofislerin verdiği hizmetler otelleme ve hot desking uygulamalarını da kapsamaktadır.

Hot desking (Paylaşımlı masa**):** Türkçe'ye hot desking olarak yerleşen paylaşımlı masa (shared desk) terimi, otellemeye nazaran daha kısa süreli kullanımlar için geçerlidir. "Hot racking" olarak da kullanılabilen terim, askeri kuruluşlarda uyuma alanını azaltmak için birden fazla mürettebat üyesinin aynı yatağa veya rafa atanmasına dayalı, sıcak yatak/raf terimlerine atıfta bulunmaktadır [Jackson, 2010]. Farklı zaman aralıklarında tek bir fiziksel iş istasyonu veya yüzey kullanan birden çok çalışanı içeren bir ofis organizasyon sistemidir [Golzen, 1991]. Hot desking uygulamasında temel motivasyon maliyetlerin düşürülmesidir. Bazı durumlarda %30'a varan maliyet düşüşleri görülmektedir [Harris, 1992]. Aynı çalışma alanı farklı kişiler tarafından kullanıldığı için masa düzeni, sandalye yüksekliği, dekoratif gereçlerin konumu değiştirilebilmekte, her kullanımda aynı düzeni sağlama çabası ortaya çıkabilmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında "hot desking" kişiselleştirme ve aidiyet gereksinimlerini karşılama konusunda yetersiz olarak yorumlanabilmektedir. Bunun yanı sıra çalışma biçimlerinin değişimi, mekânsal tasarruf sayesinde daha çok iş gücü çalıştırabilme imkanı düşünüldüğünde avantajlı yönlerinin de olduğu unutulmamalıdır. Ayrıca yeni nesil ofislerin sunduğu zaman ve mekânda esneklik sağlayan bir kurgusu vardır. Otelleme sistemi zamanla gelişerek günümüzün hazır ofis sistemini oluşturmuştur. Hazır ofislerin verdiği hizmetler otelleme ve hot desking uygulamalarını da kapsamaktadır.

Clean desk (Temiz masa)**:** Çalışanların kendilerine ait masalarının olmadığı durumlarda kullanımı biten masanın sonraki kullanıcı için temiz bırakılma durumudur. Kişiselleştirme sadece kullanım süresince vardır. Clean desk uygulaması, genel bir şirket güvenlik politikasının parçasıdır. Kullanım sonrası masanın temiz bırakılma durumu temelinde mahremiyeti sağlamaya yönelik bir önlem olarak ele alınmaktadır. Bu durum yazılı notların güvenli bir şekilde imha edilmesi, herhangi bir kişisel medya aygıtının bilgisayarlardan çıkarılması, üzerinde özel bir şifre veya gizli bilginin bulunması ihtimaline karşı post-it benzeri notların çalışma alanından uzaklaştırılması gibi örnekleri kapsayabilmektedir [Desai, 2017]. Mahremiyetin görsel ve bilgi boyutlarını destekleyen bu uygulama, aynı zamanda belgelerin yazılı kopyaları yerine dijital olanlarını kullanmaya teşvik etmesiyle, çevre bilinci oluşturmaktadır. Masaların kullanım sonrası temiz bırakılma durumu görsel olarak dağınıklığı engelleyen bir çalışma ortamı sunmaktadır. Aynı masanın farklı kişiler tarafından kullanılma durumu, içinde bulunduğumuz pandemi sürecinde bir

takım sakıncaları da beraberinde getirebilmektedir. Alınan üst düzey hijyen önlemleriyle bu durumun sakıncaları ortadan kaldırılmaya çalışılsa da pandemi sürecinde ve sonrasında clean desk uygulamasına yaklaşımlar konusunda tereddütlerin ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

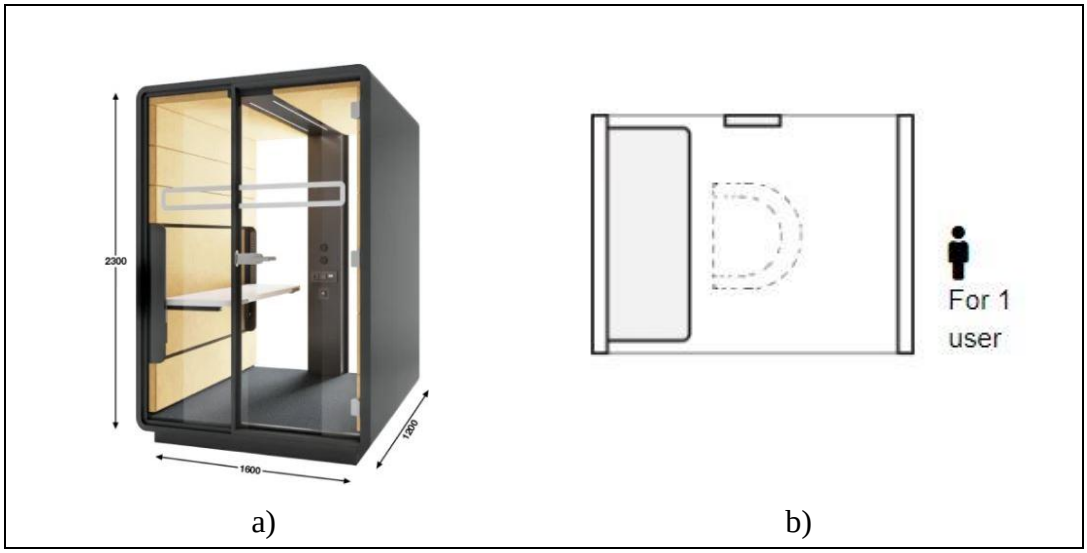
Boş masa, tezgâh/ (Workbenches): Şekil 3.29'da [Web 29] örneklendiği gibi kısa veya ayaküstü çalışmalar için kullanılacak tarzda sabit bilgisayarı veya dizüstü bilgisayarı için internet bağlantıları olan çalışma alanlarıdır. Bu çalışma alanları çoğunlukla girişe veya sirkülasyon alanlarına yakın konumlandırılmakta ve misafirlerin kullanımına uygun olmaktadır. Oturarak veya çoğunlukla ayakta çalışmaya uygun tasarlanmaktadır. Kişiselleştirme, kısa süreli kullanım süresince gerçekleşmektedir.



Şekil 3.29: Kablo firması HBO'nun çalışma alanındaki boş masa kullanımı.

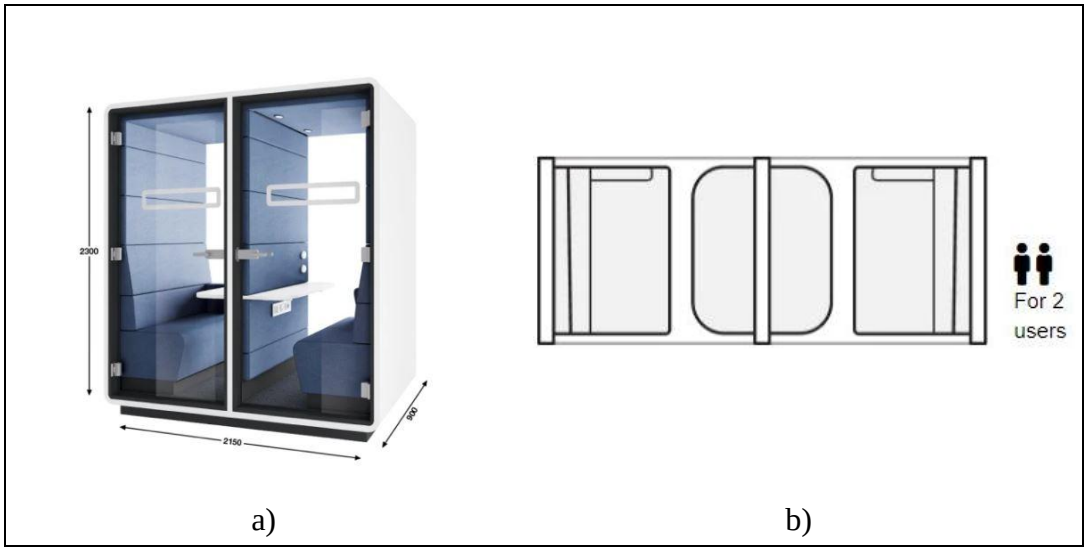
Sessiz kabinler (Silent pods): Yeni nesil ofis mekânları açık ofis sistemine dayalıdır. Bunun yanında farklı çalışma biçimlerine göre alternatif çalışma alanları oluşturularak çalışma mekânı zenginleştirilmiştir. Açık ofislerde iletişime açık, sosyal bir mekânsal kurgu hakim olmakla birlikte mekânın kullanıcıları tarafından görsel ve işitsel mahremiyet beklentisi de vurgulanmaktadır. Tek kişilik (Şekil 3.30.a) çalışmaların, iki kişilik (Şekil 3.31.a) [Web 30], Özel telefon görüşmelerinin yapılabileceği, konsantrasyon gerektiren işlerin yürütülebileceği (Şekil 3.32) [Web 30], birkaç kişilik plansız toplantıların yapılabileceği, ofis dışı ziyaretçilerin kısa süreli çalışmalarını devam ettirebileceği işitsel mahremiyetin sağlandığı, kullanıcının tercihine göre perde/bölücü/ayırıcı elemanlar ile görsel mahremiyetin de sağlanabildiği kapsül şeklindeki mekânlar sessiz kabin, kapsül, sessiz kapsül (silent

pods) terimleri ile anılmaktadır. Yeni nesil ofislerde sadece telefon görüşmeleri için kullanılan, çalışma olanağı olmayan telefon kulübeleri de gözlemlenmektedir.



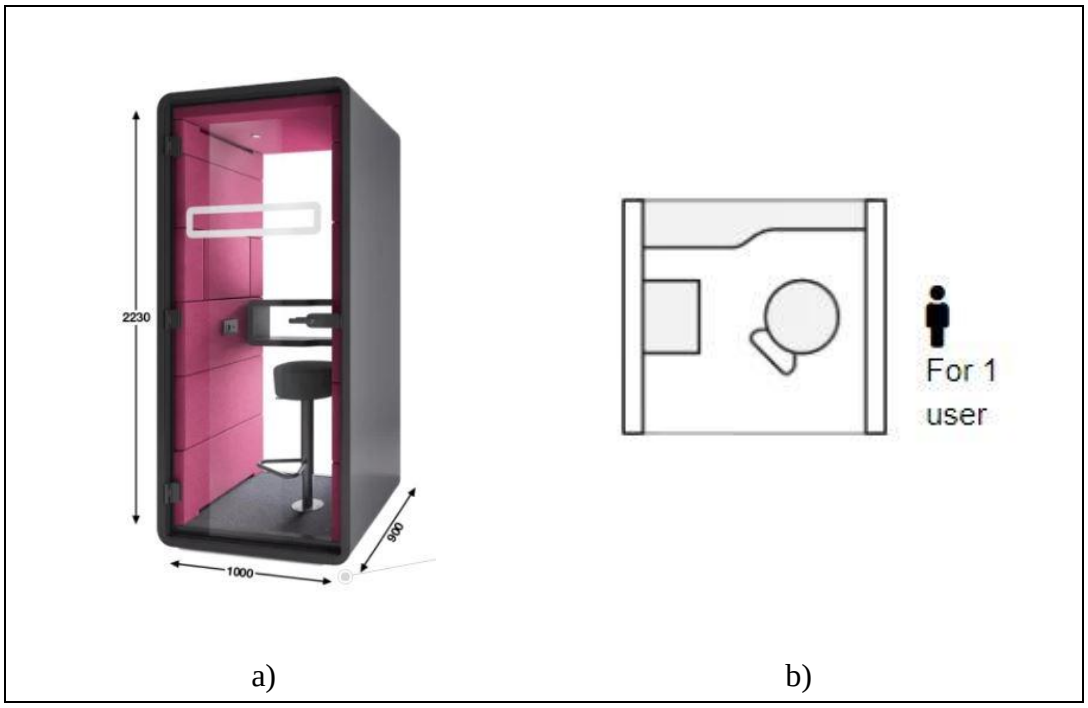
a) b)

Şekil 3.30: a) Tek kişilik sessiz kabin görseli, b) Tek kişilik sessiz kabin planı.



a) b)

Şekil 3.31: a) İki kişilik sessiz kabin görseli, b) İki kişilik sessiz kabin planı.



a) b)

Şekil 3.32: a) Telefon kabini görseli, b) Telefon kabini planı.

Uyku Kabinleri/Kapsülleri: Yeni nesil ofislerde, "güç uykusu" (power nap) ismi verilen gün içerisindeki kısa uykular için özel mekânlar tasarlanabilmektedir. Nasa tarafından en ideal uyku süresi 26 dakika olarak tespit edilmekle birlikte, gün içerisindeki kısa uykuların beyin, kalp sağlığı açısından olumlu etkileri olduğu ve iş verimliliğini artırdığı düşünülmektedir. Google (Şekil 3.33) [Web 31], Nasa, British Airways, Huffington Post, Facebook (Şekil 3.34) [Web 32] gibi büyük şirketlerin ofislerinde gün içinde kısa uykular desteklenmekte ve çalışanlar için uyku odaları/ kapsülleri tasarlanmaktadır. Bunun dışında iş yerinde uyumayı gerektiren durumlarda da uyku kapsülleri kullanılmaktadır. Alan çalışmasında yer alan örneklem mekânlardan birisi olan Yemek Sepeti ofislerinde de uyku odaları yer almaktadır. Uyku odasına giriş yapılmasıyla birlikte mahremiyeti sağlayan perdeler otomatik olarak kapanmaktadır. Bunun yanı sıra işe başlayan çalışanlara kişisel bir yastık da verilmektedir. Mekânın kullanımı boyunca devam eden bir kişiselleştirme söz konusudur.



Şekil 3.33: Google Sydney Ofisi uyku alanları.



Şekil 3.34: Facebook Seattle Ofisi uyku kapsülleri.

Sosyal Alanlar: Yeni nesil ofislerde esnek ve yaratıcılığı destekleyen alanların tasarımına önem verilmektedir. Teknolojideki gelişmeler süreç güdümlü çalışmaları otomatikleştirdiğinden yaratıcılık ve yenilikçi fikirler ile farklılık yaratılarak şirketler arası rekabette avantaj sağlanmaya çalışılmaktadır. Çalışanların yaratıcılığını destekleyecek, psikolojik sağlamlığını artıracak çeşitli mekânsal düzenlemeler yapılmaktadır. Çalışma mekânının konseptine göre değişmekle birlikte yeni nesil ofislerde gözlemlenen sosyal alanlar şunlardır: kafeler, oyun alanları, dinlenme alanları, resmi olmayan toplantı alanları, etkileşim odaları, fiziksel aktiviteye olanak sağlayan alanlar, beyin fırtınası odaları. Sosyal alan tasarımlarıyla, çalışanların bireysel ve kolektif çalışma verimliliğini artırması, çalışanları aktiviteye teşvik

ederek fiziksel ve mental sağlığının korunması, yaratıcılığın desteklenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca sosyal alanların çalışanlar ile yöneticiler arasındaki iletişimi ve etkileşimi artırma konusunda da katkısı olduğu bilinmektedir.

Oldenburg'un (1989) "üçüncü mekân" (third place) olarak adlandırdığı ev ile iş yerinin dışında bir noktada çalışmaya uygun sosyalleşme alanları olarak görülen mekânların çalışma ofislerine taşınması sosyal alan tasarımlarıyla mümkün olmuştur. Yeni nesil ofislerden önce bu mekânsal ihtiyaçlar, ofis dışındaki çalışmayı destekleyen kafelerde (Starbucks, McDonald's restoranları, oteller vb.) karşılanırken, günümüzde çalışma ofisi bünyesinde oluşturulan, beraberinde ev ortamını da sunan, resmi olmayan, sosyal yanı güçlü çalışma alanları ile desteklenmektedir.

4. YENİ NESİL OFİS MEKÂNLARININ ÇEVRESEL PSİKOLOJİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Bu araştırmanın ampirik bölümünde, yeni nesil ofis mekânları çevresel psikoloji bağlamında ele alınarak mekânsal beklenti, bağlılık ve aidiyet kavramları farklı kuşak çalışanlar üzerinden değerlendirileceğinden, öncelikle, yeni nesil ofis mekânlarını yakından ilgilendiren çevresel psikoloji bileşenlerinin neler olduğunu sorgulamak gerekmektedir. Bu bileşenler; (1) Mekânda Alan (Territoriality) Yönetimi, (2) Mekânın Sınır Bileşenleri, (3) Mekânın Eylemsel Olanakları, (4) Mekânın Duyusal Bileşenleri, (5) Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri olmak üzere beş temel çerçevede değerlendirilecektir.

- Mekânda Alan (Territoriality) Yönetimi: Alan (Territoriality), egemenlik alanı, mahremiyet, kişisel mekân (personal space), kişiselleştirme (materyalistik ve mental), kendileme, aidiyet, oryantasyon, anlaşılabilirlik, zihinsel algılama, okunabilirlik, yön bulma gibi konuları kapsamaktadır.
- Mekânın Sınır Bileşenleri: Sınırlar, esneklikler, açıklık, yakınlık gibi mekânın iletişim olanakları ile ilişkili sosyopedal - sosyofugal olma durumu, gibi konuları kapsamaktadır.
- Mekânın Eylemsel Olanakları: Eylemsel çeşitlilik, eylemlerin gerçekleşmesindeki fonksiyonellik - ergonomi, aktif tasarım bileşenleri, gibi konuları kapsamaktadır.
- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Çok duyulu mekân kavramı, beş duyu, duyu noksanlıklarında erişilebilirlik, herkes için tasarım, gibi konuları kapsamaktadır. Koklama, dokunma, işitme, görme, tat alma duyularına yönelik bileşenleri içermektedir.
- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Biyofili pozitif uyaranlar (doğal ışık, doğal bitki, su, manzara vb), evcil hayvan, sanat - kültür, geri dönüşüm, çevresel duyarlılık, psikolojik sağlamlık, stres direnci gibi konuları kapsamaktadır.

Bu bileşenler, daha detaylı olarak, çalışma mekânları ile ilintili biçimde değerlendirilmeden önce, Çevresel Psikoloji olgusunu tanım, kavram ve terminolojisi ile genel anlamda irdelemek faydalı olabilir.

4.1. Çevresel Psikoloji

Çevresel psikoloji, psikolojinin çevre ve insan davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen alt alanı [Web 33] olarak tariflenirken özetle çevresi ile olan etkileşimini irdelediği söylenilebilir [Gifford, 2014]. İnsanların eylemlerinin sosyal ve fiziksel çevreye etkisinin varlığının yanı sıra çevre ve mekânsal koşullar da insan davranışlarını etkilemektedir. Çevresel psikoloji; insanların yaşadığı mekânların ihtiyaçlarına göre tasarlanmasını amaçlayan ve doğal çevre ile ilişkilerimizi geliştiren araştırma ve uygulamalar yapmayı hedeflemektedir. Mimar, kent plancısı vb. mesleklerden kişilerin çok çeşitli ve uygulamaya yönelik sorularını yanıtlamaya çalışan, çözüm bulma odaklı disiplinler arası bir yaklaşım gerektirir [Gürkaynak, 2017]. Çevre, uzun yıllar boyunca, daha çok insan davranışını nasıl etkilediği anlatılmaya çalışılan, kontrol edilmesi gereken durgun ve edilgen bir arka plan olarak algılanmış olsa da, [Kaya, 2019] özellikle, son yarım yüzyılda Psikoloji bilim dalında insanı biçimlendiren doğasıyla önemle ele alınmıştır. Bu süreçte, Çevresel Psikoloji, mimarlık ve tasarım alanları da dahil olmak üzere, insana doğrudan dokunan pek çok farklı disiplin tarafından önemsenen bir konu alanını oluşturmuştur.

Gürkaynak'a göre; çevresel psikoloji en hızlı gelişim sürecini, 60'lı yıllarda göstermesine karşın, temelleri Kansas Üniversitesi sosyal psikologlarından Rober Barker'ın ve Herbert F. Wright'ın "organizmanın kendi doğal çevresinde incelenmesi" gerektiğini vurgulayan çalışmalarına dayanır. Barker ve Wright bu amaçla Amerika'da Midwest Psikololojik Araştırmalar Merkezi'ni kurmuş, çalışmaları, psikolojik araştırmaların yalnızca psikoloji laboratuvarlarında değil, gerçek dünya alanlarında da yapılabileceği düşüncesi üzerine odaklanmıştır. Bu gelişmeler, psikoloji alanında, çevrenin sadece edilgen bir arka plan ve basit bir uyaran olmadığı, gerçek yaşam koşullarının laboratuvar ortamından daha karmaşık olduğu gerçeğinin kabul edilmesi gerektiği fikrinin yaygınlaşma sürecini başlatmıştır.

Bu tez çalışmasında yeni nesil ofislerdeki mekânların kullanımı ve bu mekânların insanlar üzerindeki etkisi, insan ile çevresi arasındaki etkileşim üzerinden sorgulandığından "çevresel psikoloji" konu alanı, çalışmanın ampirik bölümünün tasarlanmasında önemli bir dayanağı oluşturmaktadır. İnsan çevre etkileşiminin, çalışma mekânları üzerinden, farklı kuşaklar açısından ele alınması, farklı kuşakların temel özelliklerinin, doğasının ve bir anlamda psikolojisinin de bilinmesini gerektirmektedir. Tezin alan çalışmasını oluşturan ampirik bölümünde, çalışma mekânın ve bu mekâna hizmet eden yardımcı mekânların kullanıcılarının yaptığı düzenlemeler, kişiselleştirmeler, kişisel alan oluşturma ve kendileme çabaları, aidiyet duygusunu etkileyen faktörlerin değerlendirilecek olması, bu konuların teorik alt yapısının da irdelenmesini gerektirmektedir. Bir kişinin odasındaki resimler, süsler, eşyaların mekân içerisindeki düzeni o kişinin kişiliğinin bir ifadesidir [Holahan,1982]. Mekânsal beklentiler kişilik farklılıklarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Kişilik farklılılarını etkileyen etmenler ise biyolojik faktörlerin yanı sıra; aile yapısı, yaşanılan döneme ait olaylar, ekonomik-teknolojik gelişmeler, kültür yapısı gibi çevresel faktörleri de kapsamaktadır. Aynı dönemde yaşamış benzer olaylardan etkilenmiş, benzer aile yapısına sahip, biyolojik ve sosyolojik olarak benzer kuşak özelliklerini taşıyan insanların çalışma hayatındaki ve çalışma mekânlarındaki beklentileri de benzerlik göstermektedir. Tez kapsamında farklı kuşaklardan oluşan ofis kullanıcılarının yorumları çevresel psikoloji temelli bileşenler doğrultusunda ele alınacağından, elde edilen sonuçların bir arada çalışan farklı kuşakların ortak ve/veya farklılaşan mekânsal beklentilerine yönelik bulguları ortaya koyacağı düşünülmektedir.

4.2. Yeni Nesil Ofis Mekânlarında Çevresel Psikoloji Temelli Bileşenler

Bu çalışmada çevresel psikolojinin mekânda kişisel alan yönetimi (territoriality), egemenlik alanı, mahremiyet, kişisel mekân, kişiselleştirme, kendileme, aidiyet, oryantasyon, okunabilirlik, yön bulma, mekânın sosyopedal - sosyofugal olma durumu, mekânın sınır bileşenleri, duyusal bileşenleri ve anlamlılık bileşenleri gibi konu alanları ele alınmıştır. Bu olgular, çevresel psikolojinin beş farklı temel bileşeni altında değerlendirilmiştir.

1. Mekânda Kişisel Alan (Territoriality) Yönetimi
2. Mekânın Sınır Bileşenleri
3. Mekânın Eylemsel Olanakları
4. Mekânın Duyusal Bileşenleri
5. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri

4.2.1. Mekânda Alan (Territoriality) Yönetimi

Mekânda kişisel alan yönetimi, kişinin bulunduğu kişisel mekânı sahiplenme ve belirli ölçüde şekillenmesine katkıda bulunma eylemleri olarak ele alınmaktadır. Mekânın birey tarafından yönetilebilirliği (mekânın kişiselleştirilebilmesi, kişisel alan, kendileme vb.) mekânın algılanabilirliği (anlaşılabilirlik, zihinsel algılama, oryantasyon, okunabilirlik, yön bulma vb.), çalışma mekânında gerçekleştirilen çalışma eyleminin zamansal ve biçimsel olarak yönetilebilirliği (çalışma saatlerinin ve biçiminin yönetilebilirliği) konularını kapsamaktadır. Bu çerçevede, bu çalışma kapsamında, mekânda alan yönetimi dört başlık halinde değerlendirilmiştir.
Mekânda alan yönetimi dört başlık halinde ele alınacaktır.

1. Mekânı Kişiselleştirme, Kişisel Alan
2. Aidiyet, Kendileme
3. Mahremiyet
4. Mekâna Zihinsel Hâkimiyet, Yön Bulma, Oryantasyon

4.2.1.1. Mekânı Kişiselleştirme, Kişisel Alan

Sundstrom'a göre (1986) kişiselleştirme terimi çevresel psikolojinin bir konusudur ve teorisyen, kişiselleştirmeyi "kişisel veya işle ilgili öğelerin sergilenmesi veya çalışma alanının, kullanıcıyı diğerlerinden ayıracak şekilde düzenlenmesi" olarak tanımlamaktadır. Sommer (1974) kişiselleştirmeyi; "çevrenin kullanıcıları tarafından kendi kimliklerini yansıtacak şekilde biçimlendirilmesi, süslenmesi, dekore edilmesi ve yeniden düzenlenmesi" olarak açıklamaktadır.

Mekânların kullanıcıları tarafından yapılan kişiselleştirmeler, mekânı sahiplenmeyi, kendini o mekâna ait hissetmeyi ve mekân ile kullanıcı arasında güçlü

bir bağ kurmayı sağlamaktadır. Kişiselleştirmeler yapılarak kişisel alan oluşturma arayışı ve olanağı ile iş yeri bağlılığı doğrusal orantılı bir ilişki sergilemektedir. Bu çalışmanın ampirik bölümü bulgularının da desteklediği üzere, yeni nesil ofis mekânlarında yapılmış olan literatürde yer alan çeşitli araştırmalar, gözlemler ve kullanıcı yorumları çalışma mekânındaki kişisel düzenlemelerin iş yeri bağlılığını ve dolayısıyla da iş verimliliğini artırdığını göstermektedir.

Tez çalışması sürecinde ortaya çıkan Covid-19 küresel salgını sebebiyle alınan önlemler kapsamında bir çok alanda ofis dışında çalışma zorunluluğu getirilmiştir. Bu süreçte bir çok ofis kullanıcısı ev ortamından çalışmalarını yürütmek zorunda kalmıştır. Alışık oldukları çalışma mekânlarının ve çalışma zamanlarının dışında farklı bir düzen ile karşılaşmışlardır. Kısa süreliğine başlayan bu çalışma tarzının ne kadar süreceğinin belirsizliğini korumasıyla birlikte ofis kullanıcıları, ev ortamında hoşnut olacakları ve verimli çalışacakları çalışma ortamlarını imkân ve olanakları çerçevesinde oluşturmaya çabalamıştır. Diğer aile bireylerinin de ev ortamında çalışmalarını yürüttüğü, eğitimlerini devam ettirdiği bir ortamda kişiselleştirmeler, kendi kişisel alanını oluşturmak çok kısıtlı imkanlarla ve geçici olarak gerçekleştirilebilmiştir. Bu güncel durumun etkileri de araştırmanın alan çalışması bölümünde sorgulanacaktır.

Araştırmanın alan çalışması bölümünde, kişiselleştirme ve kişisel alan oluşturma konusunda farklı kuşaklar üzerinden aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Bebek Patlaması, X, Y, Z kuşaklarında çalışma mekânları açısından kişiselleştirme ve kişisel alan oluşturma konusunda farklılıklar var mıdır?
- Çalışma mekânlarında kişiselleştirme arayışının fazla olması mekânsal memnuniyetin az olduğunu veya kişiselleştirme arayışının az olması mekânsal memnuniyetin fazla olduğunu gösterir mi?
- Yeni nesil ofis mekânlarında bulunan alternatif çalışma alanlarındaki (clean desk, hot desk vb.) sınırlı ve geçici süreli kişiselleştirmeler konusunda farklı kuşakların (Bebek Patlaması, X, Y, Z) düşünceleri nelerdir?
- Pandemi sürecinde yoğun olarak kullanılan uzaktan (genellikle evden) çalışma sisteminde, çalışılan mekânda kişisel alan oluşturma tatminkârlığı ne düzeydedir?

İlgili literatürde, kişiselleştirme ve kişisel alan kavramları, üç farklı boyut çerçevesinde değerlendirilmektedir [Norman, 2004].

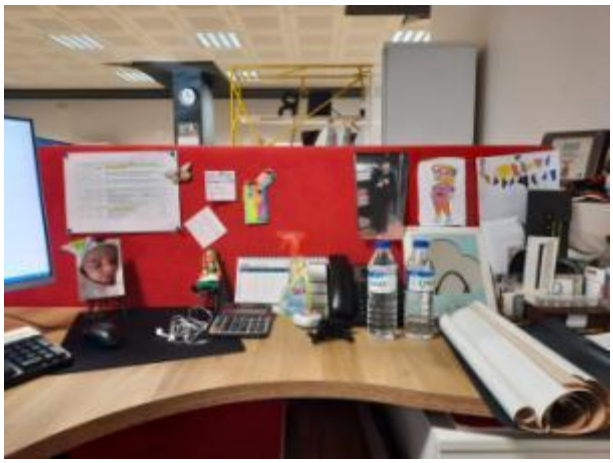
- Algısal Boyuttaki Kişiselleştirmeler
- Eylemsel Boyuttaki Kişiselleştirmeler
- Mental Boyuttaki Kişiselleştirmeler

Algısal Boyuttaki Kişiselleştirmeler: Algısal boyutta yapılan kişiselleştirmeler kullanıcının içinde bulunduğu mekândaki hislerini gerçekleştirmek ve çevresine yansıtmak amacıyla mekânın ve mekânda bulunulan zamanın yönetimi konusundaki katkıdır. Goodrich'e (1982) göre algısal kişiselleştirme kullanıcının ofis sistemini algısal boyutta düzenleyerek hoşnut olmadığı etkileşimlere, hoşnut olduklarını ekleyerek dengeleme çabasıdır. Holahan'a göre (1987), bireyin odasındaki resimler, süsler, eşyalar ve bu varlıkların mekân içerisindeki düzeni, o kişinin kişiliğinin bir ifadesidir ve algısal boyuttaki kişiselleştirme çerçevesinde değerlendirilebilir.

Yeni nesil ofis mekânlarındaki bireysel çalışma alanlarında (Şekil 4.2) [Mahir, 2020] gözlemlenen algısal boyuttaki kişiselleştirmelerden bazıları şunlardır: Fotoğraf/obje/magnet vb. değer verilen objelerin, bireysel notların, kupa/bardak gibi kişisel eşyaların sergilenmesi, depolama alanlarında kişisel kullanıcı isimlerinin kullanılması, ortak kullanıma açık alternatif çalışma alanlarının geçici olarak kişiselleştirilmesi, paylaşımlı ofislerde kullanım ihtiyacına göre teknik donanımların ve kişisel objelerin belirli süreliğine kullanılması (Şekil 4.1), (Şekil 4.3) [Mahir, 2020], masalarda isim etiketlerinin bulunması, uyku odalarında kişisel yastıkların ve objelerin kullanılmasıyla mekânın kişiselleştirilmesi, çalışma saatlerinin ve çalışma biçiminin yönetilebilirliği (gün içinde mesai saat aralığını tercih edebilme, haftanın belli günlerinde ofis dışında çalışabilme vb.) bu çerçevede değerlendirilebilir.



Şekil 4.1: Yeni nesil bir ofiste ortak çalışma alanının geçici olarak kişiselleştirilmesi/Gittigidiyor.



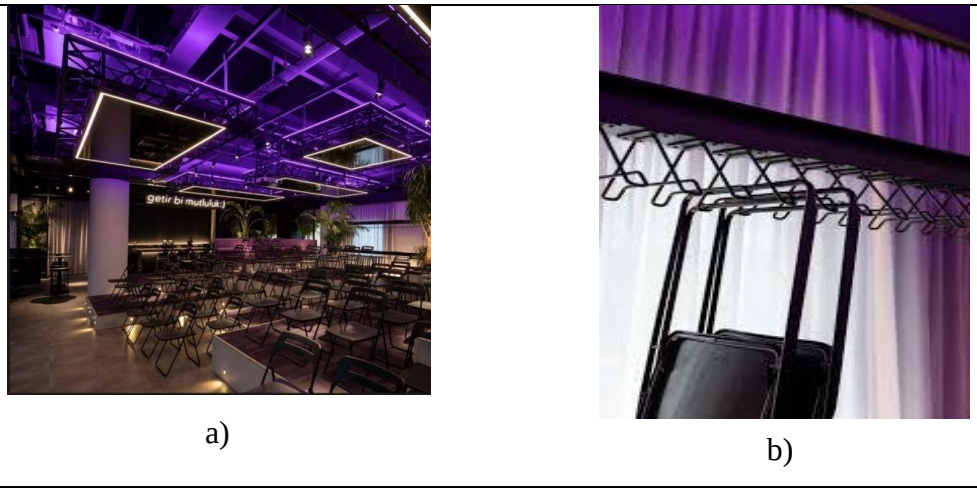
Şekil 4.2: Kişisel kullanım alanında özel eşyalar ile yapılan kişiselleştirme.



Şekil 4.3: Kişisel alan sınırları belirlenmiş özel görüşme kabinleri/Kolektif House-Levent Şubesi.

Eylemsel Boyuttaki Kişiselleştirmeler**:** Eylemsel boyuttaki kişiselleştirmeler, kullanıcının eylemlerini gerçekleştirmek amacıyla sistem içerisinde kullanmak zorunda olduğu ürünler üzerinde yaptıkları kişiselleştirmelerdir. Mevcut bir sistem içerisindeki mekânın yönetilebilirliğini kapsamaktadır. Birey tarafından yapılabilen konumsal değişiklikler, ses sistemini kontrol etme, aydınlatma seviyesini düzenleme, sistem arayüzlerinin kişiselleştirilmesi, kullanım alanına yönelik yapılan değişiklikler örnek olarak verilebilir. Ofisin fiziki yapısına ve sistem içerisindeki donatıların kullanımına yönelik düzenlemeleri kapsar. Ofis donatılarının sabit olmaması, kullanıcıların farklı konumlandırma olanaklarına sahip olabilmesi (Şekil 4.4.a), ofis yerleşiminin kullanıcılar tarafından düzenlenebildiği bir uygulamada, oturma elemanlarının katlanabilen asılabilen portatif askılar ile esnek kullanıma sahip olabilmesi (Şekil 4.4.b) [Web 34] gibi durumlar bu çerçevede değerlendirilebilir. Bu

uygulama örnekleri, kullanıcının eylemsel esnekliğini sağlayabilme, bu bağlamda kişiselleştirme olanağı sunabilme potansiyelleriyle, eylemsel boyuttaki kişiselleştirme örnekleri arasında değerlendirilebilir.



a) b)

Şekil 4.4: a) Ofis donatılarının kullanıcılar tarafından konumlandırılması/Getir, b) Katlanıp asılabilen, portatif sandalye askıları/Getir.

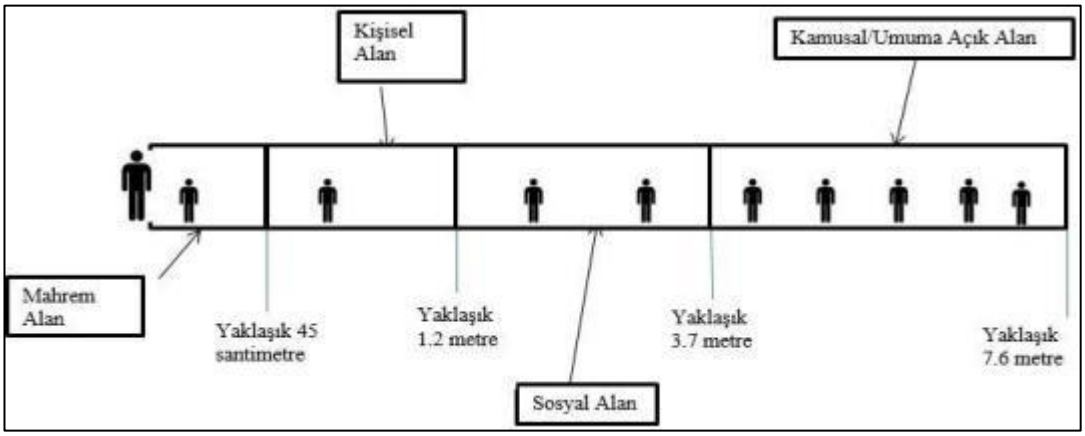
Mental Boyuttaki Kişiselleştirmeler: Sosyal iletişim sağlayan mekânlar aracılığıyla, çevrenin tanıdık ve kişiselleştirme bakımından konforlu hale gelme durumudur. Yeni nesil ofis mekânlarında gözlemlenen mental kişiselleştirme olgusuna şu uygulamalar örnek gösterilebilir: Çalışma arkadaşları ile birlikte yapılan kolektif düzenlemeler, özel günlerde yapılan mekânsal düzenlemeler, ekip çalışmaları için hazırlanan hatırlatma notları, ortak kullanıma yönelik panolar, dinlenme odalarının kullanıcılar tarafından düzenlenmesi, yeme-içme alanlarındaki mekânsal düzene yönelik yapılan müdahaleler, kurum geleneği olarak yapılan kutlamalar ve mekânsal uygulamalar vb.

Kişisel Alan: Kişiselleştirmeler, kişisel alan sınırlarını belirleme çabalarıdır. Kişisel alan ise içerisinde kendimizi güvende hissettiğimiz sınırlardır. Yüzyüze iletişimde, toplu taşımalarda, kalabalık ortamlarda, sıra beklerken diğer insanlar ile aramıza mesafe koyarız. Bu mesafe başkaları tarafından aşıldığı taktirde rahatsızlık duyarız ve imkanlar dahilinde kişisel alan sınırlarımızı korumaya çalışırız. Gözle görülmeyen ancak ihlal edildiğinde rahatsızlık duyduğumuz bu alan kişisel alanımızdır. “Kişisel alan” terimi, sosyal psikoloji literatürüne insanların “kendi alanları” olduğunu düşündükleri, insan vücudunun etrafındaki, duygusal olarak karışık bölgeyi tanımlamak için kullanılmıştır. Boyutlar sabit değildir; iç duruma,

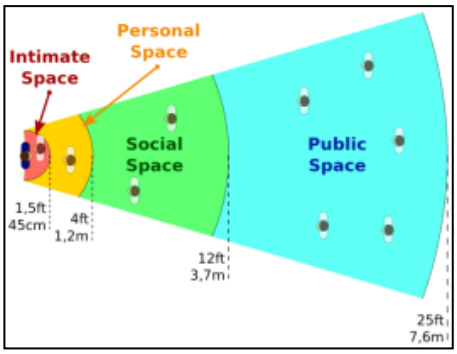
yaşa, kültüre ve bağlama göre değişkenlik göstermektedir. “Kişisel alan” kavramının temeli hayvan davranışlarını inceleyen etologların çalışmalarına dayanmaktadır. Hall (1966) ve Sommer (1969) hayvanlar üzerinde gözlemledikleri kişisel alanı koruma davranışlarının insanlar tarafından da sergilendiğini keşfetmiştir. Vahşi doğada da canlılar kendini koruma amacıyla diğer canlılar ile arasına iç güdüsel olarak mesafe koyar. İlk defa Edward T. Hall (1966) tarafından tanımlanan proksemik alan teorisi (Şekil 4.6) [Web 35] informal olarak 4 kademeden oluşmaktadır ve Hall'e göre şöyle açıklanır:

- Mahrem Alan (Intimate Space)
- Kişisel Alan (Personel Space)
- Sosyal Alan (Social Space)
- Kamusal Alan (Public Space)

“Kişinin diğer kişilerle arasındaki mesafeyi gösteren mesafe analizi diyagramı” [Şencan, 2014] mahrem alan, kişisel alan, sosyal alan, kamusal alan kavramlarını, sınırlar ve mesafeler üzerinden özetlemektedir.



Şekil 4.5: Kişinin diğer kişilerle arasındaki mesafeyi gösteren, mesafe analizi diyagramı.



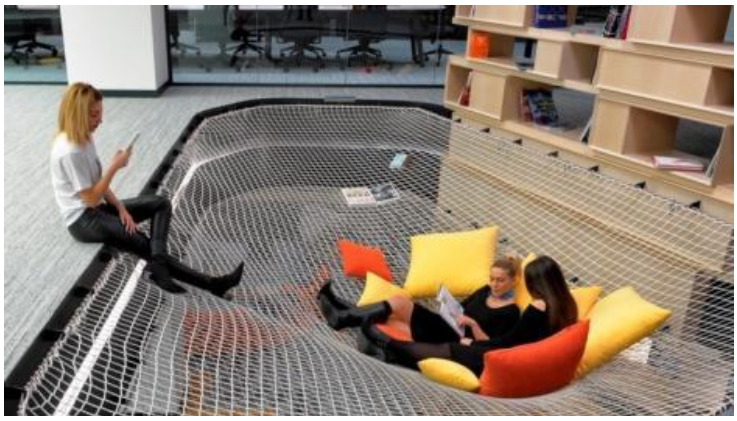
Şekil 4.6: Edward T. Hall'ın Proksemik Alan Teorisi diagramı.

• Mahrem Alan (Intimate Space) : İnsanın tenini de içine alan bedenimizden en fazla 45 cm uzaklığa kadar olan alandır. Ebeveyn, eş, çocuk gibi çok yakın ilişkide bulunduğumuz aile bireylerinin girmesine, dokunma, fısıldama gibi eylemlere izin verilen bir alandır. Hall'e göre göz teması, koku ve yanına yaklaşılan kişinin vücut ısısını hissetme söz konusudur. İnsanların elleri birbirine ulaşabilir. Bireyler birbirlerinin başlarını ve yüzlerini ayrıntılarıyla görürler [Şencan, 2014].

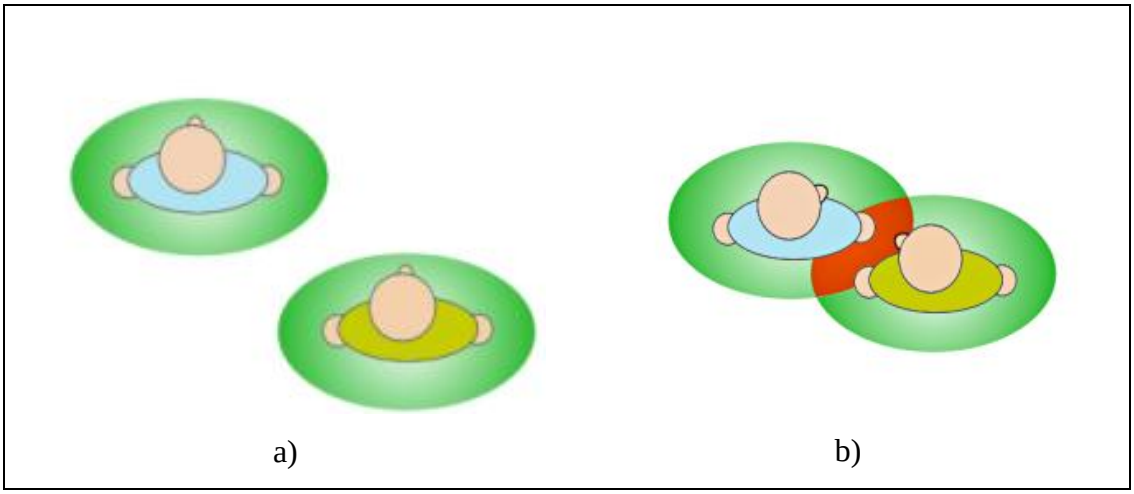
• Kişisel Alan (Personel Space) Kişisel Alan (Personel Space) : 45 cm'den 120 cm'ye kadar olan bir alanı kapsamaktadır. Yakın arkadaşların, varlığından hoşnut olduğumuz insanların kullandıkları alanlardır. Kişisel alan olgusu yaşa, cinsiyete, çeşitli sosyo kültürel özelliklere, yaşam anlayışlarına, bulunulan mekâna, bulunulan coğrafyaya, hatta hakim olan iklime göre dahi değişkenlik gösterebilmektedir. Pek çok kültürel yapıda, erkeklerin genel olarak kadınlara göre daha çok kişisel alan kullandığı bilinmektedir. Kişisel alanın yaş ile pozitif doğrusal bir ilişki içinde olduğu düşünülmektedir. İnsanlar yaşlandıkça kişisel alanı daha çok kullanır, varlığını, özelliğini ve niteliğini daha çok önemserler [Aiello, John R., Aiello, Tyra De Carlo, 1974]. Şekil 4.7 'de [Mahir, 2020] çalışma ofisinde kişisel alan sınırları belirlenmiş tefriş elemanı yer alırken, Şekil 4.8'de [Web 36] dinlenme alanındaki iş arkadaşlarının kişisel alan sınırlarının olduğu gözlemlenmektedir. Şekil 4.9'da [Web 37] ise birbirlerinin kişisel alanına girmeyen iki kişinin iletişimi (a) ile birbirlerinin kişisel alanını ihlal eden iki kişinin iletişimi (b) şematize edilmiştir.



Şekil 4.7: Çalışma ofisinde kişisel alan sınırları belirlenmiş tefriş elemanı/Workinton-Sabiha Gökçen Şubesi



Şekil 4.8: Dinlenme alanında, kişisel alan sınırları içindeki iş arkadaşları/ Yemek Sepeti



Şekil 4.9: a) Birbirlerinin kişisel alanına girmeyen iki kişinin iletişimi, b) Birbirlerinin kişisel alanını ihlal eden iki kişinin iletişimi.

• Sosyal Alan (Social Space) : 120 cm ile 370 cm'ye kadar olan mesafeyi kapsar. Genellikle, birbirine yabancı olan veya yeni tanışan insanların kullandığı alan olarak değerlendirilebilir. Alışverişte, resmi ortamlarda, sosyal aktivitelerde sosyal alan korunmaya çalışılır. Bu alanın ihlali, kültürlere göre düzeyleri değişkenlik gösterse de, çoğu coğrafyada, insan üzerinde rahatsızlık etkisi yaratır.

Tez çalışması sürecinde, gündeme gelen ve küresel etkileri de oldukça yaygın olan Covid-19 salgını boyunca, sosyal alan sınırlarını korumak zorunluluk haline gelmiştir. Sağlık Bakanlığı'nın resmi sayfasında yaptığı açıklamaya göre: Sosyal mesafe, hastalık etkeninin bulaşmasının engellenmesi için kişilerin fiziksel olarak buluşmasının azaltması, bir arada bulunulan ortamlarda 1,5 metrelik fiziksel mesafenin korunması ve temasın azaltılmasını içeren tutum ve davranışlardır. Kalabalık ortamlardan uzak durmak, zorunlu olmayan buluşmalardan kaçınmak, başka kişilerle bir aradayken fiziksel mesafeyi korumak (el sıkışmamak, sarılmamak vb.), hasta hissedildiğinde evde kalmak gibi davranışlar sosyal mesafenin korunması için gerçekleştirilmesi gereken uygulamalar arasındadır [Web 38, 2020].

Salgını önlemek amacıyla alınan önlemler kapsamında sosyal alan sınırlarını korumak büyük önem taşımaktadır. Bu dönemde, insan, doğası gereği korumak durumunda olduğu bu mesafe içerisinde kalmak için önlemlerini artırmıştır. Getirilen kısıtlamaların da etkisiyle sosyal alanlar, bireyler tarafından zorunlu haller dışında kullanılmamıştır. Özellikle yeni nesil ofis mekânlarında sosyal alan ihlalini önlemeye yönelik yenilikçi çalışmalar ve uygulamalar ortaya çıkmıştır. Ofis ortamlarında ve bütün sosyal alanlarda sosyal alan sınırını korumaya yönelik uygulama örneklerinden bazıları aşağıda açıklanmıştır:

- Teknolojik uygulamalar kullanılarak oluşturulan dijital uyarı sistemleri ile sosyal alanı koruma çabaları oluşmuştur. Yayımlanan bir habere göre: “Dijital Operatör Turkcell, şirketlerde sosyal mesafe kurallarına uyulması için nesnelerin interneti teknolojisini kullanarak yeni bir çözüm geliştirmiştir. Turkcell IoT Platform üzerinden sunulan çözüm sayesinde olası bir Covid - 19 teşhisi durumunda çalışanın ofis içinde kimlerle 2 metreden yakın temasta olduğu belirlenmektedir. Şirket içerisine yerleştirilen IoT cihazları ile çalışanlara dağıtılan sosyal mesafe kartlarının

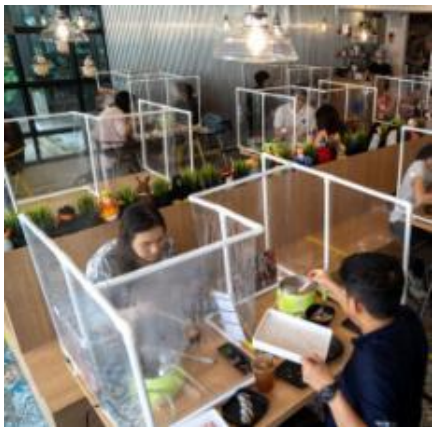
entegrasyonundan oluşan çözüm ile çalışanlar, 2 metreden daha yakına geldiklerine sosyal mesafe kartlarına gönderilen hafif bir titreşimle uyarılmaktadır" [Web 39].

- Ofis mekânında çalışanlar arasında seperatör, ayırıcı, görsel iletişimi kesmeyen şeffaf bölücüler gibi sınırlar oluşturulmuştur.
- Şekil 4.10'da görüldüğü gibi çalışma ofislerinde, düşey sirkülasyonu sağlayan toplu kullanım alanlarında zeminde izler oluşturularak sosyal alan sınırları çizilmiştir [Web 40].



Şekil 4.10: Sosyal alanın korunduğu, iletişime kapalı alan.

- Yeme-içme alanlarında sosyal alan sınırları genişletilmiş, masa düzenleri değiştirilmiştir. Şekil 4.11'de örneklendiği gibi tefriş elemanları insanların karşılıklı ve yan yana oturmasını engelleyecek şekilde konumlandırılmıştır [Web 41]. Bu dönemde hareketli mobilyalar yerine sabit mobilyaların ve bireysel alanların kullanımı önerilmektedir.



Şekil 4.11: Tayland'da bir restoranda sosyal alanın, şeffaf ayıraçlarla korunması.

- Ofislerdeki çalışan sayısı azaltılarak dönüşümlü olarak uzaktan çalışma sistemi uygulanmıştır ve mevcut çalışma alanını daha az kişi kullanmaya başlamıştır.
- Şekil 4.12'de [Web 42] örneklendiği gibi ortak çalışma alanlarında masalar arasındaki mesafe artırılmış, kiralanmayan kapalı ofis mekânları kullanıma açılmıştır.



Şekil 4.12: Pandemi sürecinde, ortak çalışma alanında sosyal alan sınırları.

- Kamusal Alan (Public Space**):** 370 cm ile 760 cm.'ye kadar olan mesafeyi kapsar. Diğer alanlardan farkı ilişki çemberinin dışında olmasıdır. Bireyler birbirlerine karşı resmidir ve aralarında sözlü olmayan bir iletişim vardır [Hall, 1966]. Tanınmayan kişilerin kullandığı sosyal alanın ötesinde sokaklar, alışveriş mekânları, parklar vb. gibi umuma açık olan mekânlardır. Kişinin iletişime kapalı olan bu alanı bilinçli olarak kullanması, iletişime çok az zaman ayırmak istediğini göstermektedir (Şekil 4.13) [Web 43]. İnsanların etkileşimleri kişisel olmayan ve nispeten anonim olarak algılayacağı alandır [Hall, 1966].



Şekil 4.13: Pandemide Tokyo'da kamusal bir kafe mekânındaki bireysel çalışma alanı.

Kamusal alanlar iletişime kapalı alanlar olmasına rağmen küresel salgın döneminde kamusal alanlarda da yeterli mesafeyi oluşturmak amacıyla bir takım yönlendirmeler yapılmıştır. Sokağa çıkma yasakları, ülke genelindeki seyahat kısıtlamaları, okulların kapatılması, sanat ve spor etkinliklerine ara verilmesi, alışveriş merkezlerinin kısıtlı sürelerde açık olması, yeme-içme mekânlarının kapatılması, park, mesire alanı gibi kamusal açık alanların kullanımının durdurulması kamusal etkileşimi en aza indirmiştir. Kamusal alanların kullanıma açık olduğu zamanlarda da kişiler arasında gerekli mesafelerin bırakılması gerekmektedir. Park alanları, okul, banka, eczane, hastane, ofis gibi mekânlarda zeminde oluşturulan izler ile kamusal alanda sınırlar oluşturulmaya çalışılmıştır. Şekil 4.14 ve Şekil 4.15 [Web 41] pandemi sürecinde, kamusal alanın sınırlandırılması amacıyla, park alanlarında ve çadır kamp uygulamalarında oluşturulan zemin izlerini New York ve San Francisco'daki iki uygulama üzerinden örneklemektedir.



Şekil 4.14: New York'daki kamusal bir park alanında, halkalarla oluşturulan mesafe.



Şekil 4.15: Pandemi sürecinde San Francisco'da evsizler için hazırlanan ilk çadır kamp alanındaki uyuma alanı sınırları.

4.2.1.2. Mekânsal Bağlılık (Place Attachment), Aidiyet

Mekânsal bağlılık (place attachment) kişinin mekân ile geliştirdiği duygusal bağdır [Vaske ve Kobrin, 2001] ve çevresel psikolojinin temel bir kavramlarından biridir. Bireyden ve kişisel deneyimlerinden büyük ölçüde etkilenen bu olgu aidiyet olgusu ile yakından ilişkilidir. Bir yerde, uzun zaman kalan bireyler, o mekâna karşı aidiyet içeren hisler geliştirir ve böylelikle yaşadıkları mekân, kişiliklerinin sağlam bir parçası haline gelir [Hay, 1998]. Psikoloji mekânın insan üzerindeki duygusal etkilerini irdelerken, "mekânsal bağlılık"' (place attachment) olgusunu da önemli bir etken olarak değerlendirir. [Valentin ve Gamez, 2010]. İnsanları mekâna ve sosyal ilişkilere bağlama potansiyelinin yanı sıra, belli bir yerde olma ya da o yere olan özlemi duygusal olarak yaratır. [Lovell, 1998]. Mekânsal bağlılık-yer bağlılığı ifadeleri literatürde farklı veya ilişkili isimler altında kullanılmaktadır. "Yer duygusu" (sense of place), "yer kimliği" (place identity), "yer bağımlılığı" (place dependence) gibi farklı ifadelerle tariflendirilebilirken, [Hauge, 2007], bu kavramların tanımladığı anlamlar arasında da, bazı ortaklıklar ve farklılıklar vardır.

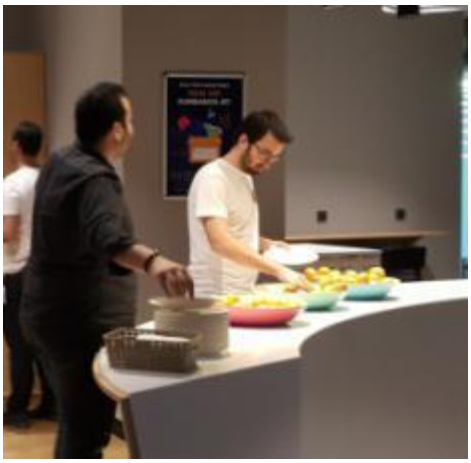
Yer duygusu, bir yer için olumlu bir duygu olduğunun farkındalığı, yer bağlılığı, insanlar ve çevreleri arasında oluşan duygusal bağdır [Waxman, 2006]. Yer kimliği, bir kişinin psikolojik olarak o yerle bir ilişki kurduğunda ve o yer öz kimliğinin bir parçası haline geldiğinde ortaya çıkan yerle bağlanma hissidir [Anton, 2016].

Mekânda geçirilen deneyimler kişilerin gelecekteki anılarını şekillendirmektedir. Mekân ile kurulan fiziksel veya mental bağ, deneyimlerin tekrar canlanmasını sağlamaktadır. Nasıl bir grubun üyesi olunduğunda, ve o grup tarafından kabul görüldüğünde aidiyet hissi ortaya çıkıyorsa, mekânlar için de aynı konu söz konusudur. Mekânsal aidiyet, güvende hissetmeyi sağlayan bir duygu iken, kalıcı ve olumlu ilişkiler kurmak için gerekli olan temel bir dürtü olarak da değerlendirilebilir. İnsanlar zamanlarının çoğuna ortam oluşturan mekânlar (ev, okul, iş yeri) ile bağ kurarlar ve bu mekânlardan çeşitli boyutlarda etkilenirler. Çalışma ortamları da bu mekânlar arasında en sık kullanılanlardan, bireyin en uzun zaman geçirdiği mekânlardan biridir. İş yerinde "aidiyet" hissini ortaya çıkaran bir çok faktör olsa da, bu araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları gereği, "mekânsal aidiyet" hissini ortaya çıkaran etkenler arasında mimari tasarım olgusu ile doğrudan ilişkili olan "mekânsal düzenlemeler" konusu ele alınmıştır. İnsanlar, günlerinin büyük bir

kısmını; evde geçirilen zamana eş değer bir süreyi ve belki de uyku süresi dışındaki zamanda aktif zaman geçirme anlamında, en uzun süreyi çalışma ortamlarında geçirdiğinden, çalışma alanları "ikinci ev", "evden uzakta ev" (home away from home) olarak nitelendirilebilmektedir. Çalışma mekânına karşı aidiyet hissetmek çalışma verimliliğini ve iş yeri bağlılığını da olumlu anlamda etkilemektedir. Bu yüzden yeni nesil çalışma alanlarında; "evinde gibi hissetmek", "evi işe taşımak", "'ikinci ev", "evden uzakta ev" (home away from home) gibi kavramlar tasarım bağlamında mekân düzenlemelerine ilham olmuştur.

Yeni nesil ofis mekânlarında iş yeri bağlılığını ve aidiyetini oluşturmaya yönelik yapılan organizasyonlar ve mekânsal düzenlemelerden bazıları şunlardır;

- Yeme-içme mekânlarının kişisel kullanıma açık olması sonucu ortaya çıkan mekânsal aidiyet hissi (Şekil 4.16) [Mahir, 2019].
- Her çalışana eşit olanaklarda ofis mekânının sunulmasıyla kurumsal aidiyet duygusunun yönetilebilirliği.
- Aidiyet duygusunu arttırmak üzere, çalışanların özel günlerinin iş yerinde hatırlanması ve kutlanması gibi olanaklar sunan mekânsal organizasyonlar / düzenlemeler.
- Çalışma alanında ev ortamı sıcaklığını yaratmak için dinlenme ve uzanma yataklarının / hamaklarının tasarlanması (Şekil 4.17) [Web 44], ofis ortamında halı, koltuk gibi tefriş elemanları ile oturma köşelerinin (Şekil 4.18) [Mahir, 2019] tasarlanması.
- İşyerine ve iş yeri mekânına aidiyet sağlamak amacıyla, iş yeri kimliğini yansıtan özel eşyaların kişisel alanlarda çalışanlar tarafından kullanılmasının sağlanması (işe yeni başlayanlara dinlenme yastıkları, isim yazılı kalem, matara, tişört vb. verilmesi).
- Çalışanların özel günlerinin iş yerinde hatırlanması ve kutlanmasına yönelik mekânsal organizasyonlar/düzenlemeler.
- Çalışma mekânında konumlandırılan geri dönüşüm kutularının içine o kutuya ait olan atığın atılmasını sağlamaya yönelik yapılan mekânsal düzenlemeler, uygulamalar (Şekil 4.19) [Mahir, 2019].



Şekil 4.16: Kişisel kullanıma açık yeme-içme mekânı/Gittigidiyor.



Şekil 4.17: Çalışma alanı ile ilişkili dinlenme alanı/Yemek Sepeti Park.



Şekil 4.18: Ev ortamı sıcaklığını sunmak için yapılan düzenlemeler/Kolektif House-Levent Şubesi.



Şekil 4.19: Geri dönüşüm konusunda farkındalık yaratan uyarı levhaları/ Kolektif House-Levent Şubesi.

4.2.1.3. Mahremiyet

İnsan hakları evrensel bildirgesinde yer alan 12. maddeye göre; "Kimsenin özel yaşamına, ailesine konutuna ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılamaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunmaya hakkı vardır." Bu madde ile her bireyin mahremiyetini korunma hakkı olduğu belirtilmiştir. Mahremiyet kavramını, genel çevresel psikoloji literatürü çerçevesinde ve çalışma mekânları açısından değerlendirildiğinde, 4 boyutta ele almak mümkündür.

- Fiziksel Mahremiyet Boyutu
- Sosyal Mahremiyet Boyutu
- Bilgisel Mahremiyet Boyutu
- Psikolojik Mahremiyet Boyutu

Fiziksel Mahremiyet Boyutu: Bir bireyin diğerlerine erişebilme oranı ile alakalı bir boyuttur. Kişisel mekân ve bölge hâkimiyeti fiziksel mekân mahremiyeti için bir ön koşul oluşturmaktadır (Leino-Kilpi et al, 2001). Örneğin ofis ortamında çalışmakta olan bir kişinin masası o kişinin hâkimiyet alanındadır. Kişisel eşyalarına ve ofis donatılarına yapılan müdahaleler kullanıcıyı rahatsız edecektir ve hâkimiyet alanındaki güven hissi olumsuz yönde etkilenecektir.

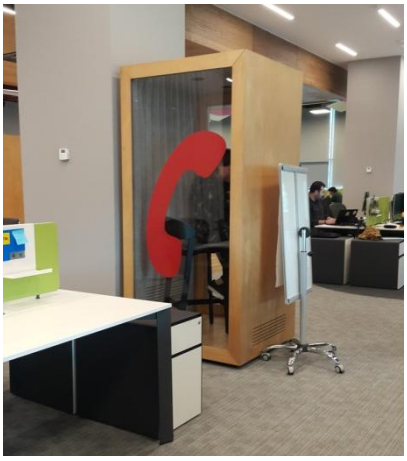
Fiziksel mahremiyet boyutu kapsamında, ofis mekânlarında görsel mahremiyet**,** istenen görsel izolasyon derecesini ve istenmeyen kişiler tarafından rahatsız edilmemeyi ifade eder (Sundstrom, 1986). Bu araştırma kapsamında, yeni nesil ofislerde görsel ve işitsel mahremiyeti sağlamaya yönelik yapılan mekânsal düzenlemelerin farklı kuşaklardan ofis kullanıcıları tarafından nasıl değerlendirildiği sorusuna yanıt aranacağı için, öncelikle, bu tür mekânsal düzenlemelerin neler olabileceğini sorgulamak gerekir. Bu çerçevede fiziksel mahremiyet sağlamak için gerçekleştirilen olası uygulamalar aşağıda belirtilmiştir:

- Çalışma alanındaki bilgisayarların diğer kullanıcıların ekranı göremeyeceği şekilde konumlandırılması, mekânsal düzenlemenin ve oturma düzeninin bu çerçevede gerçekleştirilmesi ve/veya görsel ilişkiyi kesebilecek elemanlar vb. kullanılması.
- Çalışma ortamındaki dinlenme alanlarında çalışma alanı ile dinlenme alanının bölücü paneller, perdeler, kumaş malzemeler, iç mekân peyzaj elemanları vb. ile ayrılmış olması
- Çalışma mekânında ses yalıtımının sağlanmış olması (Şekil 4.20) [Mahir, 2019]
- Şekil 4.21'de görülen özel telefon görüşmeleri için telefon kabinlerinin tasarlanmış olması [Mahir, 2019]

Görsel ve işitsel mahremiyetin yeterli düzeyde sağlanamaması kullanıcıların tedbirler almasına sebep olmaktadır. Örneğin işitsel mahremiyetin sağlanamadığı bir çalışma ortamında ofis kullanıcıları kulaklık kullanmaktadır.



Şekil 4.20: Görsel ve işitsel mahremiyeti bir arada sağlayan ses yalıtım panoları/Gittigidiyor.



Şekil 4.21: Görsel ve işitsel mahremiyeti bir arada sağlayan ses yalıtım panoları/Gittigidiyor.

Sosyal Mahremiyet Boyutu: Bireyin veya grubun sosyal iletişimini kontrol etme yetisini kapsamaktadır (Şekil 4.22) [Web 44]. Sosyal mahremiyet kavramı büyük oranda kültürel ortam etkisi altındadır ve farklı toplumlarda farklı şekillerde algılanabilmektedir (Leino-Kilpi vd., 2001; Altman, 1977; Westin, 1970). Sosyal mahremiyet analizlerinde etkileşime katılanlar, etkileşimin frekansı (sıklığı), etkileşimin uzunluğu ve etkileşimin kapsamı gibi parametreler dikkate alınmaktadır (Leino-Kilpi vd., 2001, Burgoon, 1982). Mekân tasarımlarında mahremiyetin fiziksel ve sosyal boyutu tasarımcılar tarafından kullanılmaktadır.



Şekil 4.22: Sosyal mahremiyetin sağlandığı, iletişime kapalı uyku kabini/Yemek Sepeti Park.

Bilgisel Mahremiyet Boyutu: Bu boyut kişinin kendisine ait olan bilgileri ne şekilde, ne zaman ve ne ölçüde bir bireye veya gruba aktaracağını belirleme hakkıdır [Leino-Kilpi vd.,2001; Westin, 1970]. Salgın sürecinde ofislerde uzaktan çalışma

sistemi ile birlikte dijital bilgi paylaşımı da yoğun olarak kullanılmıştır. Bu durum çalışanlarda güvensizlik yaratabilmektedir. Güncel bir araştırmanın bulguları, salgın döneminde çalışanlar arasında dijital teknolojilerin yoğun olarak kullanımına ilişkin çok çeşitli gizlilik endişelerinin olduğunu göstermektedir [Teebken ve Hess, 2021]. Bilgi teknolojileri çağında bilgisel mahremiyet boyutunda ihlaller olabilmektedir. Ofis çalışanlarının çalışma esnasında iş dışı internet aramaları yapmalarını engellemek için, internet kullanımı esnasında arama geçmişlerinin ve elektronik postalarının görülebiliyor olması bu ihlallere örnek olarak verilebilir. Yapılan bir araştırmaya göre işyerlerinde çalışanların izlenme gerekçeleri şu şekilde açıklanmaktadır; yanlış davranışları veya suistimalleri gün ışığına çıkarmak, yönetimin performans değerlendirmesini kolaylaştırmak, çalışanların verimliliklerini artırmak [Abdurrahimli, 2020].

Psikolojik Mahremiyet Boyutu: Bir bireyin değerleri, inançları ve onu etkileyen diğer konulardaki bilgileri kontrol etme, düşünce ve duygularını, hangi koşullar altında ve kiminle paylaşacağına karar verme hakkını kapsar [Leino-Kilpi vd., 2001, Burgoon, 1982]. Çalışma ortamında çalışanların performans değerlendirmelerinin diğer çalışanlar ile paylaşılmaması, personel özlük dosyasının sadece yetkililer ile paylaşılması gibi örnekler verilebilir.

Bu araştırmanın, deneysel bölümünü oluşturan alan çalışmasında, mekân tasarımını doğrudan etkileyen parametreler arasında olduklarından, çevresel psikoloji bileşenlerinden "mahremiyet" olgusunun ağırlıklı olarak fiziksel ve sosyal boyutları ele alınacaktır.

4.2.1.4. Mekâna Zihinsel Hâkimiyet, Yön Bulma, Oryantasyon

Yön bulma, bireylerin gecikme ve yersiz endişe yaşamadan, hedeflerine giden yolu bulabilmeleridir [Peponis vd, 1991]. Yön bulma kavramının temelinde; bireyin, çevrenin zihinsel temsilleri içine kendini yerleştirmesi anlamına gelen "mekânsal oryantasyon" kavramı bulunmaktadır [Passini, 1984a]. Passini mekânsal oryantasyonu tanımlarken var olan fiziksel durumu belirleyebilme, bunu da çevresel verilerle destekleme olarak ele alır [Passini, 1984]. Oryantasyon, insanın nerede olduğunu bilmesi ve nereye gideceğine dair ön fikir sahibi olmasını sağlarken en uygun yönü seçmesine de yardımcı olur [Sanoff, 1991]. Şehir plancısı Kevin A.

Lynch, 1960 tarihli The Image of the City adlı kitabında yön bulma terimini "dış çevreden gelen duyusal ipuçlarının tutarlı bir şekilde kullanımı ve organizasyonu" olarak tanımlamıştır. Bu ipuçlarının bir araya gelmesi bilişsel haritayı ortaya çıkarır. Bilişsel harita, bireye gündelik ya da kavramsal uzamsal çevrelerinde bulunan fenomenlerin göreceli yerleri ve nitelikleri ile ilgili bilgiyi edinme, kodlama, saklama, hatırlama ve çözme için yardımcı olan bir çeşit zihinsel simgedir. Bu kavram 1948 yılında Edward Tolman tarafından ileri sürülmüştür [Tolman, E. C., 1948]. Bilişsel haritanın oluşmasını sağlayan faktörler; mimari farklılaşmalar, işaret sisteminin kullanılması, plan konfigürasyonu, mekânsal okunabilirlik, referans noktaları olarak açıklanabilir. Bilişsel haritadaki simgeler mekâna zihinsel olarak hakim olmayı sağlar. Çevre psikoloğu Gerald Weisman, yaptığı bir araştırmaya dayanarak binalarda yön bulmayı etkileyen en temel faktörlerin öncelikle plan konfigürasyonu, ardından mekânsal işaretler, mekânsal farklılaşma ve son olarak işaretler ve oda numaraları olduğunu belirtmiştir.

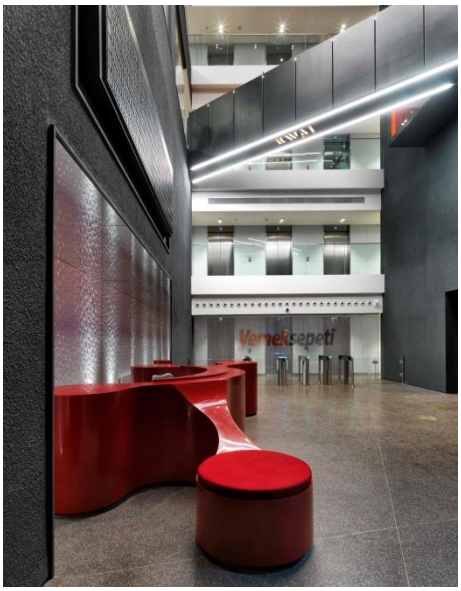
İç mekânda yön bulma sürecini inceleyen Passini yön bulmanın yapılı çevrenin verimliliği ile ilişkili olduğunu belirtmiştir [Passini, 1984a]. Yapılı çevrenin verimli olması için okunaklı olması gerekmektedir. Yön bulma davranışı için gerekli çevresel bilgiyi sunan ve bu bilginin kavranmasına ve anlamlandırılmasına olanak veren çevreler okunaklı çevre olarak ifade edilmektedir [Erçevik Sönmez, B., 2015]. Erçevik, okunaklı bir mekân tasarımı yapmak için dikkat edilmesi gereken konuları şu şekilde aktarmaktadır:

"Bir konumun diğeri tarafından fark edilebilmesi için çevresel farklılaşmalara önem verilmelidir. Renk, aydınlatma, detay çözümleri ile mekân içinde belirgin kimlik farklılıkları yaratılmalı; giriş-çıkışlar, dolaşım aksları, yapı çekirdekleri, odak noktası olarak hizmet veren işaret öğeleri ve tanıdık ipuçları ön plana çıkartılmalı; bu öğelere görsel erişim sağlanmalıdır."

Bu araştırmanın yeni nesil çalışma ortamlarını mekânsal olarak irdeleyen alan çalışması bölümünde, değerlendirilen örneklem ofislerde de gözlemlendiği üzere, yön bulmaya yönelik bazı deneyimler şu şekilde özetlenebilir:

- Mekânın okunabilirliğini destekleyen mekânsal düzenlemelere, yatay ve düşey düzlemdeki süreklilikler, algılanabilir görsel ilişkiler, köprü/rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar, galerili / iç bahçeli plan düzeni gibi tasarım

uygulamaları örnek gösterilebilir. Şekil 4.23 [Web 44] ve Şekil 4.24'de [Web 45] görsel olarak tariflenen, köprü / rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar ve mekânsal algılanabilirliği destekleyen iç bahçe tasarımı gibi örnekler, mekânsal okunabilirliği sağlamak, dolayısıyla, mekânda yön bulmayı, oryantasyonu ve zihinsel hâkimiyeti oluşturmak / kolaylaştırmak amacıyla gerçekleştirilen tasarım uygulamalarından örneklerdir.



Şekil 4.23: Köprü/rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar.



Şekil 4.24: Mekânsal okunabilirliği destekleyen iç bahçe düzenlemesi.

- Mekânın ve araçların kullanılabilirliğini kolaylaştıracak mekânsal oluşumlar ve bilgilendirme platformları, (dijital signage, kiosk, haritalar, yön levhaları vb.) mekânda yön bulmayı, oryantasyonu ve zihinsel hâkimiyeti oluşturmak / kolaylaştırmak amacıyla kullanılan destek verici tasarım uygulamalarından örneklerdir. Şekil 4.25 ve Şekil 4.26'da [Mahir, 2019] görsel olarak verilmiş olan, girişi vurgulayan belirgin danışma bankosu gibi mekânsal oluşumlar ya da, bisiklet park alanının yerini işaret eden yön levhaları gibi bilgilendirme işaretleri bu çerçevede örnek gösterilebilir.



Şekil 4.25: Ofis girişini vurgulayan belirgin danışma bankosu/Gittigidiyor.



Şekil 4.26: Bisiklet park alanını ve yapı girişini işaret eden yön levhaları/Kolekti House-Levent Şubesi.

- Mekânlara hatırda kalıcı özel isimler vermek, veya mekânsal olan ya da olmayan kimlik öğeleri ile tanımlamak (turuncu hol, renkli cumbalar, tarçın toplantı odası vb) mekânda yön bulmayı, oryantasyonu ve zihinsel hâkimiyeti oluşturmak / kolaylaştırmak amacıyla kullanılan destek verici tasarım uygulamalarından örneklerdir. Şekil 4.27 [Mahir] ve Şekil 4.29 [Web 44] bu çerçevede, dikkat çekici olan özel isimlere sahip mekânların yine kurguları ile dikkat çeken yönlendirme işaretlerine dair örnekler vermektedir. Şekil 4.28'de [Web 46] yer alan dijital bilgilendirme levhası, sadece mekânı ve yerini tanımlamak göstermek amacıyla kullanılmamakta, aynı zamanda mekânın kaç kişiye hizmet verebileceğini, boşluk doluluk anlamında kullanım durumunu da ifadelendirmektedir.



Şekil 4.27: Ofisler için oluşturulmuş özel isim levhaları/Kolektif House-Levent.



Şekil 4.28: Kadın- Erkek tuvaletlerinin doluluk durumunu gösteren dijital bilgilendirme levhası/ Yemek Sepeti.



Şekil 4.29: Toplantı odaları için oluşturulmuş özel isim levhaları/Kolektif House-Levent.

Ofis ortamlarında, iç mekânlarda, mekânın kullanım biçimini ve kullanım durumlarını yönlendirici işaret ve izlerle ifadelendirmek, pandemi sürecinde de önemli olmuştur. Koronavirüs salgınının devam ettiği süreçte, ofislerin kullanım yoğunluğu azalmış olsa da, salgın etkisini yitirdiğinde, yoğunluğu ve süresi tahmin edilememekle beraber, ofislere dönüşlerin başlayacağı düşünülmektedir. Fakat sürecin belirsizliği sebebiyle bu yorumlar öngörüler üzerinden yapılmaktadır. Ofislerin kullanım oranının kontrollü bir şekilde artacağı ve bu süreçte de mekânsal düzenlemelerin yeniden ele alınacağı öngörülmektedir. Pandemi sürecinde olduğu gibi, belki sonrasında da, mekândaki kullanım yoğunluğunu azaltmaya, bireysel ve sosyal alan sınırlarını korumaya yönelik mekânsal donatılar / yapı elemanları geliştirilebilecektir. Zeminlerdeki yönlendirme ve bölgelemeler ile çalışanların, ofiste nasıl dolaşabileceği, ve doğru bir şekilde nasıl mesafe bırakılacağına dair gerçekleştirilen görsel hatırlatmalar bu duruma örnek gösterilebilir. Şekil 4.30'da örneklendiği gibi zeminde farklı renkler, desenler, dokular ile bölgeleme (zoning) çalışmaları yapılabilmekte, yönlendirme ve uyarı ikonları kullanılabilmektedir [Web 47].



Şekil 4.30: Ofis mekânı zemininde bölgeleme ve uyarı ikonları.

4.2.2. Mekânın Sınır Bileşenleri

Sınır sözlük anlamı olarak; hükümetler, devletler veya bir ülkenin idari olarak birbirinden bağımsız bölümleri gibi politik varlıkların coğrafî bitiş noktalarını ya da yasal yetki alanlarını tanımlayan bir terimdir. Daha geniş bir ifade ile sınır, bir şeyin yayılabileceği ya da genişleyebileceği son çizgidir. "Modern dönemde sosyal yaşamda ve kentte yaşanan dönüşümlerin sonuçlarından biri olan "sınır" kavramının, hatlarının giderek daha da keskinleşmesi, toplumsal ayrımlaşmaları şekillendiren bu kavramın, harita üzerindeki çizgilerden daha karmaşık ve önemli olduğunu göstermektedir" [Dedeoğlu, 2008].

Simmel'e göre, sınır, sosyolojik sonuçları olan mekânsal bir gerçek olmaktan öte, kendini mekânsal olarak şekillendirip dışa vuran sosyolojik bir gerçektir [Simmel, 1997]. Mekânsal düzenlemelerde kullanılan sınır öğeleri fiziksel olarak ortaya çıkmış somut gerçeklikler olsalar da, bu düzenlemelerin temelinde insanların egemenlik alanını, mahremiyetlerini koruma ve mekânsal hâkimiyet isteği gibi soyut temel ihtiyaçlar vardır. İnsanlar fiziksel, kültürel ve sosyal anlamda kendileri için korunaklı ve güvende hissedecekleri alanlar oluşturmak isterler. Bu oluşum esnasında sınırları kullanırlar. Özel hayatlarının yanı sıra çalışma mekânlarında da farkında olarak veya olmayarak kendi konfor alanlarında güvende ve rahat hissetmek için sınır bileşenlerini kullanırlar. Sınırlar, kimi kez, kişilerin iradesinden bağımsız olarak oluşturulan sosyal sınırlar olarak da ortaya çıkabilir. Ofis mekânlarındaki sosyal sınırlara statü farklılıkları ve hiyerarşik yapının gereği oluşturulan düzenlemeler

örnek olarak verilebilir. Ofis iç mekânlarında mekânın sınır bileşenleri başlığı altında; esneklik, açıklık, yakınlık gibi mekânın sunduğu iletişim olanaklarının yanı sıra gözetim, mekânın sosyopedal - sosyofugal olma durumu gibi kavramlar da ele alınmıştır.

Esneklik (Flexibility): Yeni nesil ofislerde esneklik kişileri zamansal ve mekânsal olarak etkilemektedir. Zamanda esneklik kişilerin çalışma konusunda alternatifler arasından kendi tercih ettikleri zaman dilimini kullanarak çalışmalarını gerektirir. Mekânsal esneklik ise içinde bulunulan mekânın olayların ve kişilerin dinamizmine uyum sağlamasıdır. Mimarlık terminolojisine 1950'li yıllarda giren esneklik kavramı konusunda ilk saptamalardan biri Alman mimar ve Bauhaus akımının kurucusu Gropius tarafından yapılmıştır. Gropius'a göre: "Mimarlar yapıları bir anıt olarak yorumlamamalıdır ve yapılar yaşam içerisindeki akışa göre hizmet edecek ve modern hayatın dinamik özelliklerine uyum sağlayacak bir arka plan olacak kadar esnek olmalıdır" [Gropius, 1954]. Yeni nesil ofis mekânlarında modern iş gücünün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çeşitli esnek çalışma alanları oluşturulmaktadır. Bu alanlar ve kavram, çoğunlukla açık planlı ofislerde kullanılmaktadır. Esneklik farklı şekillerde mekânsal olarak yorumlanabilmektedir:

- Hareketli duvarlar ve paneller ile fiziksel olarak esnek bir çalışma alanı oluşturulabilmektedir. Gerrit Rietveld ve Truus Schroder imzalı Schroder Evi, hareketli duvarlarla elde edilen esnek bir alanın klasik örneğidir. Gün içerisinde paneller açık pozisyondadır ve yaşam alanı tek bir ortak alan olarak kullanılmaktadır. Gün sonunda ise paneller alanı yatak odaları, banyolar ve oturma odası olarak böler (Şekil 4.31) [Web 48].



Şekil 4.31: Schroder Evi.

Yeni nesil çalışma alanlarında toplantı odaları, seminer salonları, çalışma ofisleri gibi mekânlarda istenilen ve ihtiyaç duyulan mekânsal büyüklükleri elde etmek amacıyla farklı biçimlerde hareketli duvarlar ve paneller kullanılmaktadır.

- Mekânda hareketli bir eleman kullanmadan, mekânın aktivite çeşitliliğine imkan verecek şekilde tasarlanması ile mekân organizasyonunda esneklik sağlanabilmektedir. Hollandalı mimar Herman Hertzberger tasarladığı okul ve ofis yapıları ile farklı gereksinimleri karşılayabilecek esnek mekânlar ortaya koymuştur. Apollo Okulları projesinde hem sirkülasyon hem de öğrencilerin toplanma ve aktivite alanlarını barındıran esnek kullanıma uygun merkezi bir salon tasarlamıştır (Şekil 4.32), (Şekil 4.33) [Web 49].



Şekil 4.32: Herman Hertzberger'in tasarladığı Apollo Okulları Salonu.



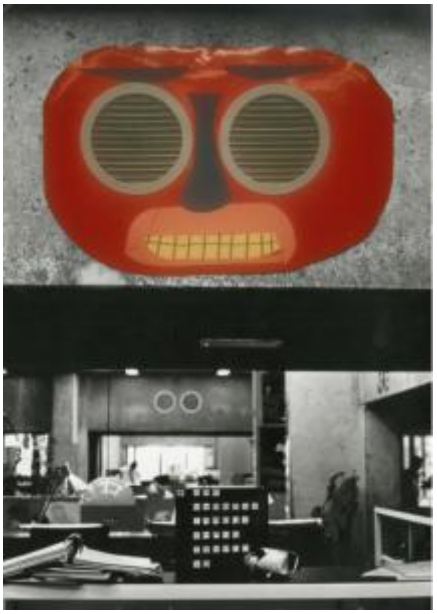
Şekil 4.33: Apollo Okulları Salonu esnek kullanımı.

- Yeni nesil ofis yapılarında çalışanların çalışma, dinlenme, eğlenme, yeme-içme gibi farklı aktivitelerde bulunmalarına olanak sağlayan, esnek mekânsal düzenlemeler yapılmaktadır. Çalışma ortamlarında ise çalışmanın biçimine (bireysel, grup vb.), çalışma alanında geçirilen süreye, çalışma alanının kullanım amacına göre tasarlanmış dönüştürülebilir esnek uygulamalar mevcuttur. Sabit olmayan ve kullanıcılar tarafından konumlandırılan ofis donatıları çalışma mekânlarında esneklik sağlamaktadır. Farklı kullanımlara cevap veren, fonksiyonel yapısal düzenlemeler yeni nesil ofis mekânlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Düşey sirkülasyonu sağlayan yapı elemanlarının büyük hacimli tasarlanarak sosyalleşme, aktivite, çalışma, dinlenme gibi çeşitli fonksiyonların yüklenmesi bu düzenlemelere örnek olarak verilebilir.
- Ofis mekânlarında esneklik kavramını incelerken "polivalan alan" (polyvalent space: birleşme kapasitesi olan, bağlama gücü gösteren, çok değerlikli) tasarım tarzını ele almak faydalı olacaktır. Bu tasarım tarzı, insanların bir alanı bireysel olarak kullanma veya kendileri için yorumlama veya uyarlama yöntemleriyle ilgili süreç gerektiren sürdürülebilir bir esnekliktir.

Polivalan, bir nesnenin zaman içinde farklı kullanımlar için yeniden yorumlanacak doğal kapasitesidir [Ring, 2017]. Hollandalı mimar Herman Hertzberger bu kavramı mimarlık mesleğine 1960'larda esneklik fikrinin doğasında var olan "bırakınız yapsınlar" ın bir eleştirisi olarak tanıtmıştır. Hertzberger'in esneklik hakkındaki yorumu şöyledir: "Esnek bir kurulum, kendini sunduğu her değişikliğe kuşkusuz adapte olsa da, hiçbir zaman tek bir soruna en iyi ve en uygun çözüm olamaz" " [Hertzberger, 2016]. Polivalan alanda mekân bilinçli olarak tam olarak bitirilmez ve kullanıcılar zamanla mekânı dönüştürürler. Hertzberger "Central Beheer Apeldoorn" isimli sigorta şirketi için tasarlamış olduğu ofis kompleksinde yapıyı kasıtlı olarak yarım bırakmıştır. Böylece kullanıcılar çalışma ihtiyaçlarına uyacak ve bireysel kişiliklerini yansıtacak şekilde uyarlayıp (Şekil 4.34) [Web 50], tamamlayabilme imkanı bulabilecektir. Bu çerçevede Şekil 4.35'de menfezlerin çalışanlar tarafından kağıtlar ile kişiselleştirilmesi dikkat çekici bir görüntüdür.



Şekil 4.34: Central Beheer Apeldoorn Ofis binasında bir çalışma alanı.



Şekil 4.35: Central Beheer Apeldoorn Ofis Binasında menfezlerin kullanıcılar tarafından kişiselleştirilmesi.

Açıklık (Openness): İnsanlar barınma ve korunma ihtiyacı ile oluşturdukları hacimlerde yüzeysel boşluklar yaratmışlardır. Bu boşluklar, içinde bulunulan hacme ışık almak, iç hava sirkülasyonunu sağlamak, mekânın algılanabilirliğini artırarak mekânda görsel hâkimiyet sağlamak, fiziksel aktivite imkanı elde etmek, mekânda fiziksel akışı sağlamak gibi gereksinimlerden doğmuştur. Duvardaki dolu-boş yüzeyler, duvarın boyutları ve konumu, mekânın karakteristik özelliklerini belirleyen unsurlardandır [Meiss, 1991]. Sınırlar olmadan mekândan söz etmek mümkün

değildir. Sınırlanan objenin algılanabilirliği artar ve somutlaşır. Mekân da sınırlanarak somutlaşan ve algılanabilir olan bir boşluk olarak tariflendirilebilir. [Gülmez, 1996]. Boşluklar yapı kabuğunun dışındaki mekân ile bağlantı sağlamanın yanı sıra (pencereler gibi), iç mekânda da mekânsal akışı ve bağlantıyı devam ettirir. Düşeyde mekân sınırlarını belirleyen duvarlardaki bir bölünme ya da bir boşluk, mekâna görsel ve fiziksel akışı sağlayan açıklıkların oluşmasına neden olmaktadır [Ünver, 2007].

Ofis mekânlarında açıklık kavramı irdelenirken, sadece işaret ettiği fiziksel durum değil, aynı zamanda, zihinde oluşturduğu kavramsal ifade de öne çıkar. Ofislerde "açıklık" mekânsal boyutta kullanılabildiği gibi aynı zamanda bilgi paylaşımı açısından açık olmak, iletişime açık olmak veya farklı çalışma biçimlerine, tarzlarına açık olmak anlamlarına da gelebilmektedir. Bu çerçevede, açık ofisler açıklık kavramını çok yönlü olarak barındıran çalışma alanları olarak değerlendirilebilir. Yeni nesil ofislerde çoğunlukla açık ofis sistemi kullanılmakla beraber, bireysel çalışmalar, grup çalışmaları için eylemler için, kapalı mekânsal düzenlemeler de kullanılmaktadır.



Şekil 4.36: Bireysel kullanıma uygun kapalı çalışma mekânı/Gittigidiyor.

Bu araştırmanın alan çalışması bölümünde yer alan örneklem mekânlarda da gözlemlendiği üzere, açıklık kavramı, iletişime açık olma, farklı çalışma biçimlerine açık olma şeklinde yorumlanabilmektedir. "Açıklık" kavramı üzerine oluşturulmuş literatürdeki kuramsal bilgiler ışığında, alan çalışmasında, açık mekân tarifi,

iletişime açık mekânlar, açık ofis alanları, iletişim kurmaya uygun sosyal mekânlar üzerinden yorumlanmıştır. Farklı çalışma biçimlerine imkan veren mekânsal düzenlemeler; bireysel- kolektif çalışma alanları, toplantı odaları, geçici süreli kullanıma uygun çalışma alanları (Şekil 4.37) [Mahir, 2019] gibi mekânlar üzerinden değerlendirilmiştir.



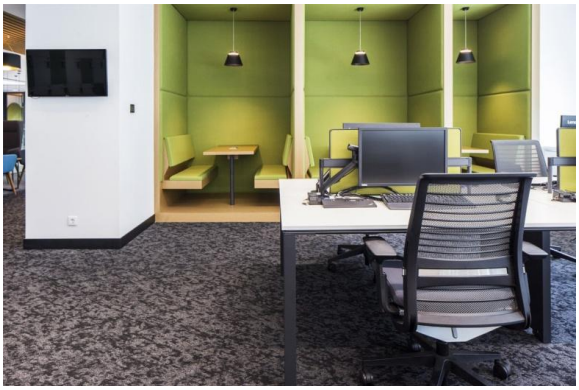
Şekil 4.37: Geçici süreli kullanılan çalışma mekânı/Workinton-
Sabiha Gökçen Şubesi.

Bütün dünyada etkili olan korona virüs salgını sonrasında "çalışma mekânlarında açıklık" olgusunun da yeniden değerlendirileceği düşünülmektedir. Açıklık sosyal iletişimi artırdığı için salgının yayılmasına yönelik alınacak önlemlerin başında sosyal iletişim seviyesini düşürmek gelmektedir. En büyük değişimin ofis mekânlarında gerçekleşeceği öngörülmektedir. Köklü bir kuruluş olan Design Research Unit (DRU) adlı mimarlık ajansı İkinci Dünya Savaşı sonrasında Britanya'nın şekillenmesinde etkin rol oynamıştır [Web 51]. Günümüzde de salgın sonrası mekânsal düzenlemeler konusunda yoğun çalışmalar yürütmektedir. Üst düzey yöneticilerinden Darren Comber'in yaptığı açıklamaya göre salgın sonrası dönemde açık ofis alanları gibi iletişime açık toplu çalışma alanlarının kullanımının avantajlı olmayacağı ve açık plandan uzaklaşılacağı belirtilmektedir [Web 51]. Açık planların yerini yeniden tasarlanmış pandemi sonrası ofislerin (post-pandemic office) alacağı düşünülmektedir [Chen, 2021].

Yakınlık (Proximity) : Kişinin diğer kişiler ile arasındaki mesafenin farklı boyutlarını oluşturan proksemik alan teorisinde (Mahrem Alan: 0-45 cm, Kişisel Alan: 45-120 cm, Sosyal Alan: 120-370 cm, Kamusal Alan: 370-760 cm) metrik bir ölçü kullanılmıştır. Yakınlık (proximity) kavramı ise metrik bir ölçü değil

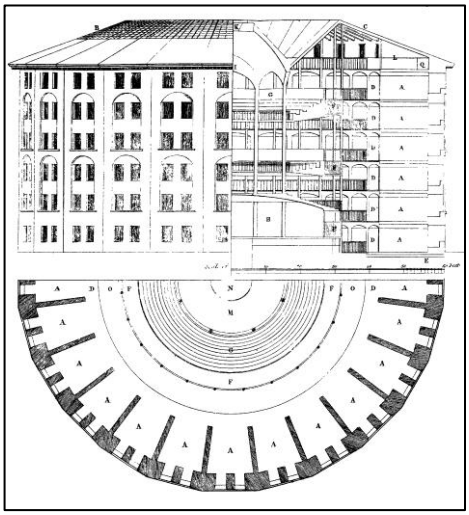
kavramsal bir ölçü olarak değerlendirilmektedir [Georgiou, 2006]. Bu durum Hall'ın şu anlatımıyla daha açıklayıcı olabilir: Japonlar'ın evlerinin bir duvarının başkaları ile ortak kullanacak kadar yakın olması ile ilgili güçlü duyguları vardır. Evlerini ve çevresindeki bölgeyi düşünerek tek bir yapı gibi çevrelerler [Hall, E.T.and Hall, M.R.,1990]. Diğer komşular ile ortak bir sınırı paylaşan iki alan olarak aralarında bir bağlantı gerçekleşir. Bu durum komşular arasında mahremiyetin azalması olarak değerlendirilebilir.

Açık ofis tasarımlarında da kullanıcıların mahremiyetini olumsuz yönde etkileyen yakınlıkta uygulamalar söz konudur. Hall'ın Japonlar'ın bitişik konut kullanımı ile ilgili yapmış olduğu "Japonya'da bitişik evleri paylaşmak insanların birbirleriyle iletişime geçeceği anlamına gelmez" [Hall, and Hall,1990] değerlendirmesi, yakınlık düzeyinin mekân tasarımcıları tarafından değil de, yine kullanıcıları tarafından belirlendiğini ifade etmektedir. Her ne kadar kültürel faktörlerin etkisi olsa da, mahremiyeti azaltacak ölçüdeki yakınlık pek çok coğrafyadan kullanıcı tarafından rahatsız edici bulunmakta ve kişilerin kendini iletişime kapatmasına sebep olabilmektedir. Diğer yandan, temelinde, alan ihtiyacından dolayı ortaya çıkan açık ofislerin, zaman içinde kullanımı sonrasında, çalışanlar arasında iletişimi kuvvetlendirdiği de görülmüştür. "Dengeli yakınlık" verimliliği artırmakla birlikte çalışanların mahremiyet beklentisine de cevap verebilmelidir. Yeni nesil ofislerde de mekânsal çeşitlilik yaratılarak oluşturulan sınırlar ile çalışma istasyonları arasında dengeli bir yakınlık oluşturulmaya çalışılmaktadır (Şekil 4.38) [Web 52]. Kullanıcının tercihine bırakılan, zorunlu olmayan yakınlık olgusu çalışanlar arasında iletişimi kuvvetlendirmekte ve iş verimliliğini artırmaktadır.



Şekil 4.38: Mekânsal çeşitlilik oluşturulmuş yeni nesil bir ofis/Bayer.

Gözetim: Gözetim, bilgi toplama, etkileme, yönetme veya yönlendirme amacıyla davranışların, faaliyetlerin veya bilgilerin izlenmesi olarak açıklanmaktadır. Bu kapsamda Panoptikon Metaforunu incelemek faydalı olacaktır. Farklı kaynaklardan [wikipedia.com, theguardian.com] derlenen verilere göre; Panoptikon İngiliz düşünür Jeremy Bentham'ın 1785 yılında tasarlamış olduğu hapishane inşa modelidir. Yapı konsepti gereği gözetlemeye olanak sağlamaktadır. Panoptikon bütünü (pan-) gözlemlemek (-opticon) olarak açıklanabilir. Bu tasarım birkaç katlık tek odalı hücrelerden oluşmaktadır. Bu hücreler halka etrafında konumlanmıştır. Halkanın dış cephesindeki duvarda birer pencere vardır. Halkanın ortasında mahkumlardan tamamen saklanmış konumdaki gözlemcilerin kaldığı bir nöbet kulesi yer almaktadır. Nöbet kulesindeki gözlemci mahkumun her hareketinin silüetini gözlemleyebilmektedir. Mahkum her an gözetim altında olduğunu bildiği için hareketlerine dikkat etmek durumundadır. Bir mimari yapı olarak ele alındığında panoptikon, bir bekçinin, içeride bulunanların izlenip izlenmediğini bilmeden, sakinleri gözlemlemesine izin veren bir hapishane modelidir. Bir metafor olarak panoptikon (Şekil 4.39) [Web 53], disiplinci toplumların gözetleme eğilimlerinin izini sürmenin bir yolu olarak açıklanabilir. Fransız düşünür Michel Foucault da, gözetimin ve gözetim araçlarının modern kurumlarda insanları yönetmek için kullanılan temel araçlardan biri olduğunu düşünmektedir [Foucault M., 1992].



Şekil 4.39: Panopticon metaforunun yapısal yansıması.

20.yy'ın başlarında fabrikaların seri üretim anlayışı ofislere taşınmıştır. “Taylorist Ofis” olarak isimlendirilen bu çalışma alanlarında üretim hızı önemli olduğu için gözetim ön planda olmuştur. Mekânsal düzenlemeler de gözetlemeye uygun olarak şekillenmiştir. Çalışanın yoğun gözetim ve baskı altında olduğu, hiyerarşik yapının ön plana çıktığı çalışma mekânlarıdır (Şekil 4.40) [Web 54].



Şekil 4.40: Taylorist Ofis düzeninde gözetim mekânizması.

Yeni nesil ofis mekânlarında da benzer şekilde yöneticilerin çalışma alanları da açık ofis sisteminin içerisindedir. Bu durum, sistemin bir parçası olarak çalışanları rahatlıkla gözetim altında tutabilmenin bir yöntemi olarak değerlendirilebilir. Ancak Taylorist Ofisler'deki yoğun baskı söz konusu değildir. Yönetici ile çalışan arasındaki sınır kalktığı için yöneticinin çalışma alanı sınırları gözetim merkezi olarak algılanabilmektedir. Modern dünyada ofislerde gözetim çoğunlukla kapalı devre televizyon kameraları gibi ekipmanlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra insan istihbaratı toplama gibi basit yöntemler de kullanılabilmektedir. İş yerlerinde çalışanların hareketlerini izlemek, konuşmalarını ve performanslarını gerçek zamanlı olarak kaydetmek, analiz etmek, kimlik-erişim kontrolü için biyometrik bilgileri kullanmak mümkündür.

Mekânın Sosyopedal-Sosyofugal Olma Durumu: Sosyo-mimari, 1951'de psikolog Humphry Osmond ve Kanadalı mimar Kyo Izumi tarafından geliştirilen bir ifadedir [Osmond, 1966]. Weyburn Akıl Hastanesi için en iyi mimari formu bulma yönündeki araştırmalarının bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Osmond sosyal etkileşimi teşvik eden oturma düzenini tanımlamak için "sosyopedal", sosyal etkileşimi engelleyen oturma düzenini tanımlamak için ise "sosyofugal" terimlerini kullanmıştır [Osmond, 1957]. Yeme-içme mekânları, kafeler, oyun alanları gibi

mekânlarda iletişimi artıran sosyapedal uygulamalar gözlemlenirken, kütüphane çalışma mekânları, ofislerdeki bireysel çalışma alanları, hastane yatış odaları gibi iletişimin az olmasını gerektiren mekânsal yapılanmalarda ise ağırlıklı olarak sosyofugal düzenlemeler dikkat çekmektedir. Gerek sosyopedal (Şekil 4.41) [Web 55], gerek (Şekil 4.42) [Web 56] sosyofugal düzenlemeler çalışma hayatında ve sosyal hayatta kullanılan gerekliliklerdir.



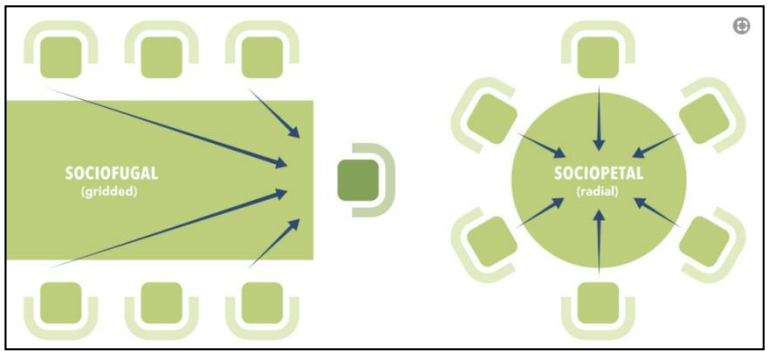
Şekil 4.41: Kamusal bir alanda sosyopedal mekân düzenlemesi.



Şekil 4.42: Endüstri çağında bir çalışma alanına ait sosyofugal masa düzeni.

Sosyofugal mekân düzenlemeleri, kişisel alan sınırlarını korumak ve iletişime kapalı bir alan oluşturmak amacıyla gerçekleştirilirken, sosyopedal mekân düzenlemeleri ise, genellikle, insanların birbirleri ile göz temasında olabileceği, iletişime açık mekânlar oluşturmak için tercih edilmektedir. Sosyopedal mekân tasarımları, genellikle, radyal bir düzene sahiptir (Şekil 4.43) [Web 57] ve ilgi merkeze doğru akar. Bu durum genel mekân düzenlemelerinde olduğu gibi,

mekânsal donatılar ve yerleşim biçimlerinde de etken olabilir. Örneğin donatı elemanı olarak tercih edilen, dairesel formdaki toplantı masalarında görsel ve işitsel iletişim imkânı yüksektir ve katılımcılar eşit seviyededir. Hiyerarşiyi ortadan kaldıran bu durum her seviyeden çalışanın iletişim haline geçmesi için uygun bir mekânsal düzen sağlamaktadır. Gridal yapıdaki uzun toplantı masalarında ise, ilgi kısa yöndeki katılımcıya doğru akar. Bu tür bir oturma düzeninde hiyerarşi vardır ve katılımcılar iletişime geçme konusunda çekingen davranabilmektedir. Hem sosyopedal hem de sosyofugal düzeninin birlikteliği yemekhane masalarının yerleşimi ile örneklenebilir (Şekil 4.44) [Web 45].



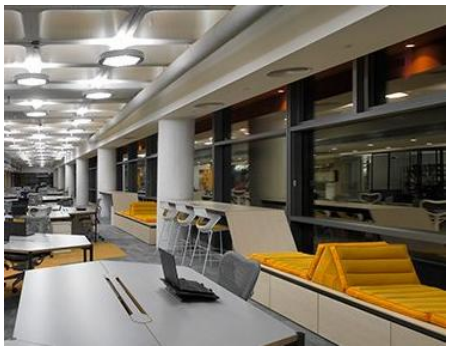
Şekil 4.43: Gridal yapıdaki sosyofugal, radyal yapıdaki sosyopedal toplantı masası düzeni.



Şekil 4.44: Yeni nesil bir ofise ait yemekhanedeki sosyopedal-sosyofugal masa düzeninin birlikteliği/Bayer.

4.2.3. Mekânın Eylemsel Olanakları

Mekândaki eylemsel olanaklar mekânın ana eylemini besleyen yan eylemleri sunma çeşitliliğidir. Bu araştırmanın temel konu alanı, "yeni nesil ofis mekânları" olduğundan, temel eylem, çalışma eylemidir. Eylemsel çeşitlilik, eylemlerin gerçekleşmesindeki fonksiyonellik - ergonomi, aktif tasarım bileşenleri, vb. gibi konuları kapsamaktadır. Yeni nesil ofislerde gözlemlenen çalışma eylemini destekleyen yan eylemler dinlenme (Şekil 4.45) [Web 58], uyku, yeme-içme, meditasyon, spor, oyun [Mahir, 2019], kişisel bakım, masaj, sosyal etkinlikler vb. durumları kapsamaktadır. Aktivite temelli ofisler mekânsal çeşitlilikle birlikte eylemsel çeşitlilik de sunmaktadır. Sunulan mekânsal çeşitlilik çalışanların açık ofis alanının dışındaki alanları da aktif olarak kullanmasını sağlamaktadır. Alternatif çalışma mekânları da çalışma eylemi esnasında hareketlilik sağlayabilmektedir. Çalışma alanı içerisindeki mutfak/içecek nişi gibi mekânların kullanımı aktivitenin yanı sıra aidiyeti ve mekânsal bağlılık derecesini de artırmaktadır.

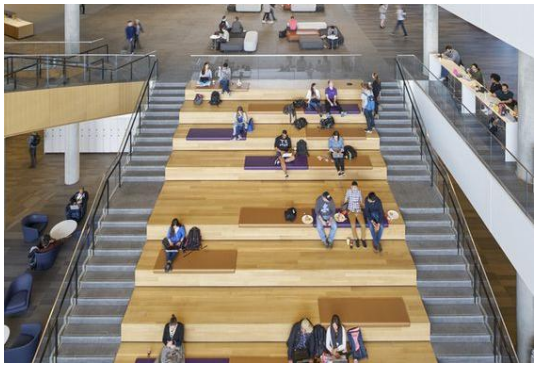


Şekil 4.45: Çalışma mekânı ile bağlantılı dinlenme yatakları/Yemek Sepeti.

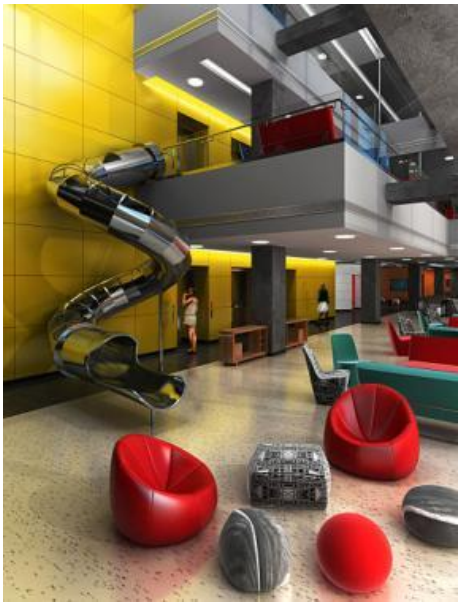


Şekil 4.46: Çalışma mekânı ile bağlantılı oyun alanı/Gittigidiyor.

Fonksiyonel bir yapı elemanı olarak temel amacı, düşey sirkülâsyonu sağlamak olan merdivenlerin ana işlevinin dışında sunabildiği kullanım çeşitliliği yeni nesil ofis mekânlarında oluşturulan, "eylemsel çeşitlilik" örnekleri açısından değerlendirilebilir (Şekil 4.47) [Web 59]. Aktiviteye teşvik etmesi açısından merdivenlerin görünürlüğü ve çekiciliği artırılabilmektedir. Bunun yanı sıra, ana eylemi (çalışma) destekleyici çeşitli kullanım amaçları (toplanma, etkinlik, seminer vb) düşünülerek aktif / sosyal işlevler verilebilmektedir. Oyun ve eğlenceye yönelik aktivitelerin gerçekleştirilebileceği mekânlar (Şekil 4.48) [Web 60], doğa ile bağlantılı alanlar, sanat ve kültür ile ilişkili mekânlar, stres direncini, fiziksel ve psikolojik sağlamlığı artırmaya yönelik mekânlar yeni nesil ofislerde çalışma eylemini destekleyen çalışanların psiko-sosyal açıdan destekleyen mekânlardır.



Şekil 4.47: Aktivite temelli bir mekânda merdiven.



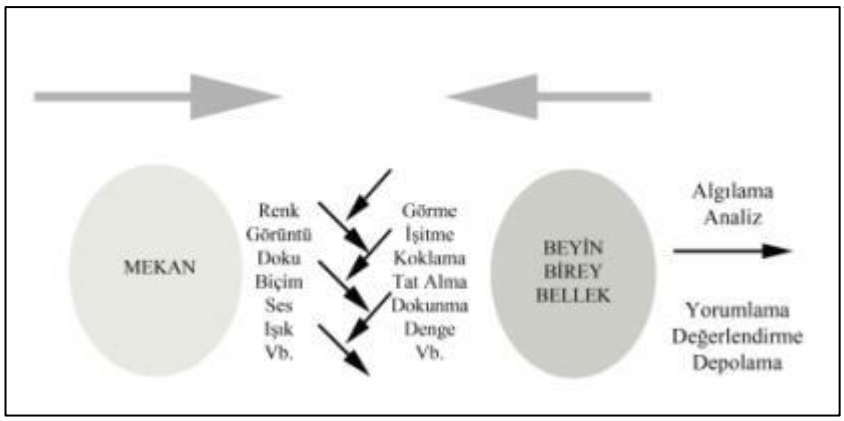
Şekil 4.48: Aktivite temelli bir ofiste kaydırak/İş Bankası- Tutom.

4.2.4. Mekânın Duyusal Bileşenleri

İnsanlar içerisinde bulundukları mekânı sadece göz ile değil bütün duyuları ile algılamakta, mekân algısı fiziksel deneyimin insan psikolojisinde bıraktığı etki ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Aristoteles (M.Ö. 384–322) duyuların algıya etkisini, zihinde duyular tarafından algılanmamış hiç bir şey olmadığını ifade ederek açıklar. Mekânın üç boyutlu nesnel varlığının algılanmasının yanı sıra duyularla deneyimlenmeye başladığı anda mekânsal algı gerçekleşmektedir [Rapaport, A. 1987]. Bachelard'a (1969) göre duyular "çok seslidir", teorisyen, bu ifade ile gözün diğer duyular ile iş birliği içerisinde olduğunu, duyuların ayrı ayrı yeterli bilgi kaynağı olamayacağını ve iş birliği içerisinde olduklarında eksiklerini tamamlayabildiklerinden bahseder. Bu iş birliğini gerçekleştiren temel duyular, görme, dokunma, işitme, tat alma, koklama olarak ifadelendirilmektedir. Bu duruma ek olarak, çok sayıda araştırmacı mekânsal algı sürecinin beş duyudan ibaret olmadığı görüşünü savunmaktadır. Gibson (1950), bilinen duyu sınıflandırma sisteminden farklı olarak, duyuları, görsel sistem, dokunsal sistem, işitsel sistem, tat-koku sistemi ve yön bulma sistemi olarak kategorize etmiştir. Gibson'a göre, yön bulma da, temel duyular arasında sınıflandırılabilecek önem düzeyine sahiptir. Robert Steiner ise 12 duyudan bahsederken, bu duyuları, görme, dokunma, konuşma (dil), yaşam, hareket, denge, koklama, duyma, ısı, düşünme ve ben duyusu olarak ifade etmektedir. Duyular birbirinden bağımsız olarak ele alınamaz. Her bir duyu deneyimlenecek olan gerçekliğin farklı özelliklerini ortaya çıkarır. "Çok duyulu" kavramı Yunanca kökenli bir kelime olan sinesteziden gelmektedir. Sinestezi "birleşik duyu" anlamına gelmektedir ve algı/his/duyum kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Sinestezi tıpta algısal bir bozukluktur ve sinestezi hastalarının renkleri duyup, sesleri koklayabildiği ve şekilleri tadabildiklerinden bahsedilmektedir [Web 61]. Özak ve Gökmen'in oluşturduğu mekânın duyum aşamasını gösteren şemadan uyarlanarak düzenlenen Şekil 4.49'a göre; mekân renk, görüntü, doku, biçim, ses, ışık vb. ile bireyin belleğinde yorumlanır ve görme, işitme, koklama, tat alma, dokunma, denge gibi duyular ile analiz edilir [Özak, Gökmen, 2009].

Bu araştırmanın, alan çalışması bölümünde seçilen örneklem mekânlar, çevresel psikoloji bileşenlerinden "mekânın duyusal bileşenleri" başlığı altında; çok duyulu mekân kavramı, beş duyu, duyu noksanlıklarında erişilebilirlik, herkes için

tasarım vb. gibi konular üzerinden ele alınacaktır. Yeni nesil çalışma ortamlarında, mekânın ana eylemini oluşturan çalışma mekânlarındaki ve yan eylemlere olanak veren ikincil destek mekânlardaki, duyusal mekân algıları üzerinde durulacaktır. Başka bir ifadeyle, yeni nesil ofislerdeki çok duyulu mekân algısı, çalışma mekânlarındaki mekânsal çeşitlilik ile de ilişkili olarak değerlendirilecektir. Araştırmada, literatürde en çok ortak kategori olarak kabul gören, duyu sistemi kullanılarak, yeni nesil ofis mekânlarındaki algısal uyaranlar, görme, dokunma, işitme, tat alma ve koklama olmak üzere beş kategoride incelenecektir.



Şekil 4.49: Mekânın Duyum Aşaması.

4.2.4.1. Görsel Bileşenler

Algı, duyuların topladığı veriler ile gerçekleşen eylemlerdir. Görme duyusu tarih boyunca en önemli duyu sistemi olarak değerlendirilmiş olup, Platon'un ifadesiyle insana verilmiş olan en büyük hediyedir [Hadjiphilippou, 2013]. John Berger 'e göre çevreden alınan verilerin yüzde sekseninden fazlasını görme duyusu toplamaktadır, bu yüzden mekânsal algıda görme diğer duyulara göre daha etkilidir [Berger, 1995]. Görme duyusu diğer duyular ile kıyaslandığında daha az zamanda, daha geniş perspektiften veri toplama ve veriler arasındaki ilişkiyi kurma becerisine sahiptir. Gözün görme işlevini yerine getirebilmesi için ışığa ihtiyaç vardır ve görme eyleminin gerçekleşmesi için ışığın mekândaki nesnelerden yansıyarak göze ulaşması gerekmektedir.

Modern çağda küreselleşmenin ve tüketim kültürünün artmasıyla birlikte görme duyusunun egemenliği daha da artmış [İnce, 2015], gündelik yaşamda ve özellikle pazarlama alanında görsel algıya hitap eden mekânsal üretimler ön plana

çıkmıştır. Görsel algılama, subjektif bir süreç olup, bireyin deneyimleriyle, birikimiyle şekillenir [Cüceloğlu, 1993]. Mekânsal üretimde mekânı bir meta veya fiziksel bir gerçeklik olarak görmeden, mekândaki deneyim olanağını artırmak önemlidir [İnce, 2015]. Bireyin mekânsal deneyim biçimlerine ve algısal farklılıklarına bağlı olarak, görme ve algılama tutumları da değişkenlik gösterir. Duyusal sorunları olmayan sağlıklı iki kişi aynı mekânsal deneyimlere maruz kaldığında, ilgi alanlarına uygun hareket ederken, farklı sonuçlara varmakta ve farklı tepkiler göstermektedir. [Göler, 2009].

Yeni nesil ofis mekânlarında gözlemlenen görme duyusu ile ilişkilendirilen mekânsal düzenlemeler ve iş verimliliğine / iş yeri bağlılığına etki ve katkıları şu şekilde özetlenebilir:

- Açık ofis mekânını kullanan çalışanlar arasında görsel iletişimin kuvvetli olması ve iş birliğine açık çalışma alanlarının oluşturulması, çoğu örnekte iş verimliliğini artırmaktadır.
- Doğa ile görsel bağ kurmayı sağlayan mekânlar iç bahçe, teras kullanımları, doğal manzara olanakları çalışanlar için hem sosyal bir alan yaratmakta hem de stres direncini artırmaktadır.
- Dinlenme alanları ve özel görüşme odalarında iletişime kapalı, görsel mahremiyet imkânı sunan mekânsal düzenlemeler çalışanların görsel mahremiyetine saygı gösterdiği için iş yeri bağlılığına katkı sağlamaktadır.
- Çalışma alanı ile görsel bağı olan yeme-içme, dinlenme, uyku mekânlarının varlığı çalışanların kendilerini evinde gibi hissetmelerini sağlamaktadır.
- Merdivenlerin görsel olarak dikkat çekici hacimlerde olması aktiviteye teşvik ederek merdiven kullanımını artırmaktadır. Aktif çalışmanın getirdiği psikolojik sağlamlık çalışan performansını artırmaktadır.
- Tasarımda yer yer dikkat çekici renklerin kullanılması, gerekli durumlarda, görsel olarak etkileyici ve zihinde kalıcı mekânlar oluşturulması gibi uygulamalar, mekânsal hafızayı kuvvetlendirebilmekte, oryantasyon ve yön bulma konularında etkili olabilmekte, dolayısıyla bireyin mekândaki psikolojik varlığını kuvvetlendirebilmektedir.

Covid-19 küresel salgını sonrasında ofis mekânlarında görme duyusu ile ilişkili yapılan düzenlemeler; (1) fiziksel erişimi azaltabilmek için öncelikle görsel erişimi de azaltma, (2) pandemiyi ve gerekliliklerini hatırlatan görsel uyarı sistemleri oluşturma, (3) mekânda oluşturulan sınır bileşenlerini görsel olarak ifade etme gibi, durumlar üzerinden gerçekleşmiştir. Örneğin, açık ofis alanlarında sosyal etkileşimi ve virüsün bulaşma riskini azaltmak için çalışma alanlarında yer alan paravan ve bölücülerin kullanım yoğunluğu artırılmıştır (Şekil 4.50, Şekil 4.51) [Web 62]. Bu durum çalışanlar arasındaki görsel ve sözlü iletişimi azaltırken, elektronik posta ile yazılı iletişimi artırmıştır. Hatırlatma panoları ve etiket görselleri ile uyarı sistemi canlı tutulmaya çalışılmıştır (Şekil 4.52) [Web 63]. Zeminlerde farklı renkler ve uyarı işaretleri kullanılarak çalışma alanları arasındaki mesafe görsel olarak ayrılmış, görme duyusuna hitap eden bu uygulamalar sessiz bir ikaz yöntemi olarak kullanılmıştır. Covid-19 küresel salgını sonrasında ofis mekânlarında görme duyusuna hitap eden düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden bazıları şunlardır:



Şekil 4.50: Pandemi sürecinde kullanılan şeffaf paravan örneği.



Şekil 4.51: Pandemi sürecinde kullanılan akustik paravan örneği.



Şekil 4.52: Pandemi sürecinde ofislerde görsel etki bırakan levhalar, etiketler.

4.2.4.2. Dokunsal Bileşenler

Dokunma hissi deri veya derinin hemen altındaki dokularda bulunan dokunma reseptörlerinin uyarılmasıyla ortaya çıkar. Ten, mekânın yüzeyine temas ettiğinde mekân algısı başlar. Görme duyusu da eş zamanlı olarak dokunma duyusuna eşlik eder. İlk deneyimden sonra elde edilen veriler beyinde saklanır. Sonraki karşılaşmalarda gözün beyine ilettiği sinyaller ile dokunma duyusu devreye girmeden yüzey hakkında yorum yapılabilir. Yüzeyin dokusu, dokunma duyusunda yarattığı hassasiyet sayesinde mekânı okunabilir kılar. Görme ve dokunma duyuları mekân, yüzey, malzeme ilişkisini karakterize eden bir iletişim elemanı olan doku tarafından

harekete geçirilmektedir [Gezer, 2008]. Pallasmaa, “ The Eyes Of The Skin (Tenin Gözleri) ” adlı kitabında dokunma duyusunun önemini şu şekilde açıklamaktadır:

"Görme de dahil olmak üzere tüm duyular dokunma duyusunun uzantılarıdır; duyular ten dokusunun özelleşmiş halleridir ve tüm duyusal deneyimler birer dokunma kipidir ve böylece dokunsallıkla ilintilidir."

Dokunma duyusu ile ilişkili olan "haptik" kavramı Yunanca kökenli bir kelime olup, bilgiyi dokunarak iletme, anlama bilimi ve teknolojisi olarak açıklanabilir [Web 64]. Haptik kavramı, temelinde “ele geçirme” anlamına gelmekte, bedenin fiziksel çevre ve kendi konumu ile ilişkili çeşitli duyumsamaları olarak açıklanmaktadır (O’Neill, 2001). Haptik teknoloji, teknoloji tabanlı şirketler tarafından her geçen gün daha yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bilim ve teknolojide haptik arayüzler de dokunsal duyuların kullanımı ile ilgilidir [Web 64]. Bu teknolojinin kullanıldığı en bilinir örnekler cep telefonlarındaki ve giyilebilir cihazlardaki titreşim özelliğidir. Bu durum, görme ve duyma duyularının meşgul ve erişilemez olduğu zamanlarda dokunsal duyuyu uyarmak üzerine geliştirilmiştir. Bunun yanı sıra bütün haptik teknolojiler yüzey teması gerektirmez. Temassız dokunsal teknolojiler kullanıcıların bir yüzey ile temas etmesine gerek kalmaksızın yüzey ile iletişimi sağlar (Şekil 4.53). Bu teknolojide, küçük bir ultrason hoparlörü duyamayacağımız kadar yüksek bir frekans olan ultrason dalgaları yayabilmektedir. Bu tür teknolojik gelişmelerin etkisiyle dokunma duyusu da farklı bir boyut kazanmıştır [Web 64].

Her ne kadar, görme duyusu, diğer duyu sistemlerine oranla tüm yüzyıllarda ve özellikle bu çağda, daha etkili bir uyaran ve “başat” olarak değerlendirilse de, dokunma duyusunun önemi ve göz ardı edilmişliği üzerine, pek çok düşünce ortaya konmuştur. Mekân ve duyular üzerine düşünceleri ile bilinen Pallasmaa’ya (2011) göre, tüm duyular tenin özelleşmiş halleridir ve tüm duyusal deneyimler bir dokunma kipidir. Dokunma duyusunun, diğer tüm duyulara göre daha önce geliştiği bilinmekle beraber, dokunmanın bireyi, kendi varlığı dışındaki varlıklarla bütünleştirme, ve aynı zamanda, kendisini bu varlıklardan farklı olarak algılamasını sağlama yönüyle insanın benlik algısı açısından önemi üzerinde durulmaktadır. Dokunma, genellikle öncelikli olarak el uzvu ile dokuları tanıma yönünde gerçekleşse de, genel olarak bu duyu için “ten” önemlidir. Ten, insanın fiziksel varlığının kılıfı, çerçevesi, bedenin sınırları olarak ifadelendirilebilir. Bu çerçevede, dokunma duyusu bireyin mekândaki

varlığı ve mekânla ilişkisi açısından da çevresel psikoloji bağlamında oldukça önemlidir. Zumthor (2006), mekânın ve dokunma ilişkisi üzerine düşünen ve uygulamalar üreten günümüzün bilinen mimarlarından biri olarak, çalışmalarında, dokunsal mimarlığın etkisini hatırlatır. Mekân ve dokunma duyusu ilişkisi, mimarinin ölçeğinin, maddesel özünü, karakterini ve hatta düzenini bedenle kavramak ve bu sayede algısal anlamda tamamlanmak olarak da ifadelendirilebilir [Öktem Erkartal, 2015].

Bernard Tschumi, dokunsal mimarlığı, "olay mimarlığı" kavramı ile ilişkilendirirken, bedenin dokunuşu ve eylemleri olmadan, mekânın anlamlandırılamayacağını ve var olamayacağını öne sürer [Tschumi, 1991].



Şekil 4.53: Temassız dokunsal teknoloji.

Yeni nesil ofis mekânları, ikinci ev, evden uzakta ev "home away from home", gibi yaklaşımlar nedeniyle, ev ortamına benzer şekilde dokunsal mimarlığın en etkin olduğu mekânsal oluşumlar olarak da değerlendirilebilir. Mekân dokular yoluyla farklı anlatılar ifade edebilirken, bedenin de dokunabildiği, dokusal ve dokunsal elemanlar, odaklandırma, rahatlatma, sınırlandırma gibi pek çok rolü de üzerinde taşıyabilir. Buna, dokusal etkisi kuvvetli malzemelerin kullanılması, dokunsal etkisi yüksek tefriş elemanlarına yer verilmesi, bireyler arası dokunsal temaslara olanak veren / vermeyen mekânsal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi, bedenin hareketinin ve dokunma eyleminin etkin olduğu mekân oluşumlarının ve yardımcı düzenlemelerin varlığı, evcil hayvan bulundurma gibi mekânda dokunsal temasla rahatlamayı sağlayabilecek durumlara olanak verilmesi gibi durumlar örnek olarak

gösterilebilir. Bu araştırmanın alan çalışmasında, örneklem mekânlarda gözlemlenen dokunma duyusuna yönelik durum ve düzenlemelerden bazıları şunlardır:

- Minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, hamakları, fileli dinlenme platformu, çakıl taşları gibi dokunsal özelliği güçlü elemanların kullanımı.
- Dinlenme alanlarında bölücü eleman olarak tül, perde gibi dokusal etkisi ile farklılaşan ve dikkat çeken uçuşan elemanların kullanımı.
- Oyun alanlarında kumanda yönergeleri ile yönetilen oyun konsollarının kullanımı ve dokunsal temas odaklı diğer oyun türlerinin (mekânsal boyutta satranç uygulamaları vb) varlığı.
- İç mekânda, mekânsal ayrımları, farklılaşmaları doku etkisi ile ifadelendirmek üzere, farklı kotları birbirine bağlayan köprüler gibi çeşitli yapı elemanlarının farklı özelliklerde, dokulu / dokusuz (kaydırmaz, vb.) malzemeler ile kaplanmış olması.
- Peyzaj elemanlarının dokusal ve dokunsal yapısının, sınır oluşturma, mekânları ilişkilendirme gibi çeşitli amaçlarla kullanılması.

Ofis ortamında veya bağlantılı olan iç ve dış mekânlarda evcil hayvanlar ile dokunsal temasa olanak verilmesi, bu amaçla mekânsal düzenlemelerin doğrudan ya da kullanıcılar tarafından dolaylı olarak gerçekleştirilmesi, gibi durumlar mekândaki dokusal ve dokunsal etkiler bağlamında dikkat çeken, öne çıkan örnekler arasındadır.

Tüm dünyayı etkileyen covid-19 salgını ile birlikte dokunma duyusu ve temas konusunda, sağlık örgütleri ve kurumları tarafından, salgının yayılmasını önlemek amacıyla bilinçli bir farkındalık yaratılmıştır. Virüsün bulaşma riskini azaltmak için yüzeylerle temastan kaçınma, özellikle korona virüsünün yapısının tam olarak bilimsel bağlamda çözümlenemediği, pandeminin ilk aşamalarında, önemli bir tedbiri oluşturmuştur. Salgın sonrası ofislere geri dönüş için farklı senaryolar hazırlanmakta ve temassız bir çalışma mekânı oluşturmak için denemeler yapılmaktadır. Teknolojik bir gelişme olarak çalışma hayatımızda ve özel hayatımızda kabul gören ve yoğun kullanım alanı olan dokunmatik ekran teknolojisi sorgulanmaya başlanmıştır. Bakteri ve virüslerin dokunmatik ekran teknolojisi kullanımı ile taşınması ve yayılması bilinen bir durum iken, önemi salgın döneminde belirgin olarak ortaya çıkmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) temassız işlemler

önerisinin ardından, bir finans şirketinin yaptığı araştırmaya göre, tüketicilerin %79'unun tüketim işlemlerinde temassız yöntemleri kullandığı ortaya çıkmıştır [Web 65]. Bu süreçte global ölçekte ofis mekânlarında dokunsal anlamda alınan tedbirlerden bazıları şunlardır:

- Ofis mekânlarında fotoselli armatürlerin ve hijyen gereçlerinin kullanımı artmıştır.
- Şifreli dokunmatik ekranların yerini yüz tanıma sistemine dayalı teknolojiler almaya başlamıştır. Ortak temas noktalarının temassız seçenekler ile değiştirilmesi virüsün yayılım hızını azaltacağı gibi temizlenmesi gereken yüzeyler de azalır.



Şekil 4.54: Temassız dokunsal teknoloji/yüz tanıma paneli.

- Çalışanlar arası dokunsal iletişimi azaltmak amacıyla çalışma mekânlarının arasına paravanlar yerleştirilmiş ve elektronik posta kullanımı teşvik edilmiştir.
- Mekânda yoğun kullanılan yüzeyler ile ten teması isteğe bağlı olarak tek kullanımlık eldivenler ile sağlanmıştır.
- Corona virüsünün sebep olduğu hastalığın en önemli belirtilerinden biri vücut ısısını yükseltmesidir. Çalışma ofislerinde de temassız ateş ölçerler kullanılarak çalışanların vücut ısısı ofise giriş yapmadan kontrol edilmiştir.
- T.C. Sağlık Bakanlığı'nın virüs ile mücadele etmek için önerdiği temel uygulamalardan biri el hijyenidir. "Suya Sabuna Dokunun" (Şekil 4.56) ifadesi görseller ile desteklenerek afiş olarak çalışma alanlarına asılmıştır. Çalışma alanı içerisinde su ve hijyen malzemelerinin kullanımını teşvik etmek ve toplu kullanım alanlarının yoğunluğunu azaltmak için hijyen köşeleri oluşturulmaktadır.

- Şekil 4.55'de örneklendiği gibi bu süreçte ofislerdeki masalarda kişisel temizlik için kullanılan hijyen malzemeleri dikkat çekmektedir [Web 66].



Şekil 4.55: Masalardaki kişisel temizlik malzemeleri.



Şekil 4.56: El yıkamayı teşvik eden afişler.

4.2.4.3. İşitsel Bileşenler

Johann Wolfgang Von Goethe (1749-1832) mimarlık ile ilgili düşüncelerini aktarırken;

"Ben mimarlığı donmuş bir müzik olarak adlandırıyorum."

ifadesini kullanmaktadır [Hasol, 2008]. Alman filozof Friedrich von Schelling' in (1775-1854) de oldukça benzer söylemleri vardır. Juhani Pallasmaa ise, Eyes of The Skin (Tenin Gözleri) çalışmasında,

"Mimarinin yarattığı en temel işitsel deneyim huzurdur. Mimarlık, madde, mekân ve ışık içinde susturulmuş inşaat dramını sunar. Nihayetinde mimari taşlaşmış sessizlik sanatıdır."

cümlelerine yer vermektedir [Palasmaa, 2007]. Pallasma yine, aynı çalışmasında, "Sessizlik, Zaman, Yalnızlık" başlığı altında mekânının sessizliği ile ilgili şu anlatımı yapmaktadır:

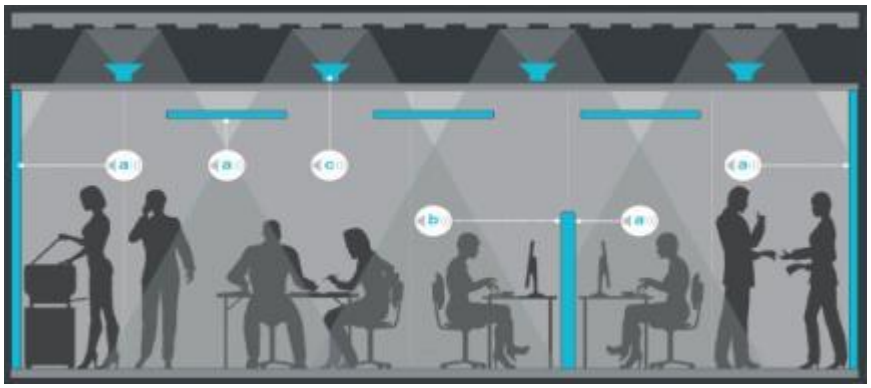
"Mimarinin sessizliği duyarlı, hatırlayan bir sessizliktir. Güçlü bir mimari deneyim tüm dış gürültüyü susturur; dikkatimizi kendi varlığımıza odaklar ve tüm sanatlarda olduğu gibi, temel yalnızlığımızın farkına varmamızı sağlar."

Sesin mekânlarda kullanımına yönelik hizmet veren Sound Agency firmasının kurucusu Julian Treasure, sadece göze hitap edeni değil, işitme duyusunu da dikkate alan durumları ve bu beceriyi "görülmeyeni tasarlamak" olarak nitelendirmektedir. Bazı hastalıkların tedavisinde ses ile tedavinin mümkün olduğu bilinmektedir. Basında yer alan bir haber (2020) alzheimer hastası olan tanınmış balerin Marta Gonzales'in Kuğu Gölü'nü dinlerken koreografiyi hatırladığını belirtmektedir. Bu durum bir takım sesler ile ilişkilendirilen deneyimlerin insan beyninde birbiriyle ilişkili olarak yer edindiğini, bu deneyimleri canlandırmak için seslerin etkili olabileceğini göstermektedir. Pek çok yapı tipinde olduğu gibi, eğitim yapılarında da ses, tasarımın belirleyici bileşenlerinden biri olarak ele alınmakta, özellikle öğrenme becerisini geliştirme yönüyle önem kazanmaktadır. Sesin kontrolü sağlanamadığında insanları rahatsız eden sesler yani gürültü ortaya çıkmaktadır. Gürültü, istenmeyen ses veya ses kirliliği olarak da tanımlanabilmektedir [Web 67]. Sesin şiddeti desibel (db) cinsinden ölçülürken, insan kulağının işitebileceği en düşük ses "0″ desibel olarak kabul edilir. T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın Çalışma Hayatında Gürültü ile Mücadele Rehberi'nde yayınladığı aşağıdaki tabloda çalışma mekânlarındaki ortalama gürültü seviyeleri verilmiştir.

Tablo 4.5: Çalışma mekânlarındaki ortalama gürültü seviyeleri.

Örnek Ortam	Gürültünün Şiddeti (dB)	Gürültü Düzeyi
Okullar	30-40	Sessiz
Sağlık Sektöründeki Çalışma Ortamları	30-45	Sessiz
Kapalı Ofis Ortamları	30-40	Sessiz
Açık Ofis Ortamları	35-45	Sessiz
Laboratuarlar	35-50	Sessiz
Kontrol İstasyonları	35-55	Orta Derecede Gürültülü
Üretime Yönelik İşyerleri, Atölyeler	65-70	Gürültülü
Bina İnşa Alanları	70-80	Çok Gürültülü

Çalışma mekânlarında ortaya çıkan gürültü (Şekil 4.57) [Web 68] dikkat dağınıklığına ve iş veriminin düşmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle, yeni nesil ofis mekânlarında sesin kontrolü son derece önemlidir. Yapısal uygulamaların yanı sıra, yapılan işin doğası gereği çok sesli olan bir çalışma mekânında (çağrı merkezi vb.) kulaklık gibi gereçler ya da başka yardımcı ekipmanlarla da, geçici ses kontrolü sağlanabilmektedir.



Şekil 4.57: Bir ofis ortamındaki farklı ses kaynakları.

Bu araştırmanın alan çalışmasında, örneklem olarak seçilen yeni nesil ofis mekânlarında gözlemlenen işitme duyusuna ilişkin düzenlemeler şu şekildedir:

- Sesi izole etmek için oluşturulmuş toplantı odası, özel görüşme kabini gibi mekânsal düzenlemeler.
- Farklı yapı malzemeleri kullanılarak oluşturulan ses izolasyonunun varlığı. Bu malzeme ve uygulamalara akustik tavan panelleri, bölücü olarak da kullanılabilen kumaş kaplı ses emici paravanlar, ses yalıtımı sağlayan camlar, yürüme esnasında ortaya çıkan sesin izolasyonunu sağlayan zemin kaplamaları, toplantı odalarında kullanılan ses yalıtımı uygulanmış kapılar örnek olarak verilebilir.
- Çalışma ortamına bilinçli olarak düşük yoğunluklu yalıtılmamış sesler verilmesi ile farklı kaynaklardan gelen seslerin arka planda kalması sağlanabilmektedir.

4.2.4.4. Tatsal Bileşenler

Türk Dil Kurumu'nda yer alan ifadeye göre tat; "Canlıların besinlerdeki uçucu olmayan bileşikleri damak, boğaz ve dil yüzeyindeki mukoza noktaları aracılığıyla algıladığı duyu" olarak ifade edilmektedir [Web 69]. Bilimsel anlamda dilin tat alma sistemi ile algıladığı beş temel tat vardır: tatlı, ekşi, tuzlu, bitter (buruk/acımtırak) ve umami olarak sınıflandırılmaktadır [Web 70]. Tat algısında sadece 5 temel tat etkili değil olmayıp, bunun Tat algısında sadece 5 temel tat etkili değildir. Bunun yanı sıra temas eden uyarıcının sıcaklık, soğukluk, sertlik ve acı verme gibi karakteristikleri de tat algısını etkilemektedir [Onogur, 2011]. Tat alma dile temas eden maddelerin kemoreseptörler tarafından algılanması sonucu gerçekleşir. Besinlerdeki lezzet algısının oluşması için tat ve koku alma duyuları birlikte etkili olmaktadır. Alınan tat ve koku beyin tarafından ilişkilendirilmektedir. Koku alma duyusunu kaybedenlerin besinlerin tadını da alamadığı bilinmektedir. Günümüzde Covid-19 salgını ile birlikte aşina olduğumuz bir bilgi de, hastalığın ilk belirtilerinden birinin önce koku kaybı ardından da tat kaybının deneyimlenmesidir. Buna benzer birçok deneyim koku ve tat duyularının birbirleri ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan bir deney, elma, armut, patates, bireyin burnu kapalı olarak yendiğinde, burun ve ağız arasındaki hava kanalından bu besinlerin kokuları algılanamadığından, tatlarının ayırt edilmesinin zorlaştığını göstermektedir. Çilek aromalarının kullanımında olduğu gibi koku ile tatlandırılmış besinlerin insanların beğenisini kazandığı görülmüştür [Yaperel ve Elmacı, 2015]. Koku duyusunun uyarılmasıyla ortaya çıkan tatlılık

artışının veya azalmasının yaklaşık %60'ının koku maddelerinin yarattıkları tat algısıyla tahmin edilebileceği tespit edilmiştir [Stevenson et al., 1999].

Mekânlar da tat duyusu ile insanların zihninde iz bırakmaktadır ve mekânlar ile özdeşleşen tatlar vardır. Mekânlar hatırlandığında, genellikle onlarla özdeşleşen tatlar zihinde canlanmaktadır. Birkaç örnek vermek gerekirse; Eminönü balık-ekmek ile, İzmir boyoz ve gevrekle, Brüksel sokaklarda satılan külahta patates kızartması ile, İtalya makarna ve pizza ile, Atina deniz ürünleri ile, Kayseri mantı ile, Erzurum cağ kebabı ile bilinir ve bu mekânlar dile getirildiğinde, sıklıkla, mekânların diğer duyu uyaranlarından daha öncelikli olarak, zihinlere ilk bu tatlar gelir. İnsanların zihninde yer eden tatlar, mekânlar ile insanlar arasında bağ kurmaktadır. Koku almanın dışında görme duyusu da tat algısını etkileyen faktörlerden biridir. Dişkaya, (2017) rengin tat algısı üzerindeki etkisinin mekân tasarımında kullanılmasına ilişkin gerçekleştirdiği çalışmasında şu açıklamayı yapmaktadır: "Rengin, yeme içme hizmeti veren mekânların tasarım sürecinde önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir; psikolojik, sosyolojik ve fiziksel olarak oluşturduğu izlenim ve çağrışımlarla, renk, kullanıcılar üzerinde etki oluşturmakta ve tat algısını etkileyen faktörlerden biri haline gelmektedir." Renklerin tat alma duyusu ile ilgili olarak sembolik anlamları vardır. Örneğin; sarı renk ekşi, kırmızı renk tatlı, kahverengi renk acı, turuncu renk tatlımsı, gibi farklılaşan tat algılarını çağrıştırır.

Tat duyusu mekânsal anlamda bağlılık yaratmakla birlikte bir mekânın kullanıcıları arasında da bağ kurmaktadır. Aynı çalışma mekânını paylaşan çalışanlar arasında iletişimi ve paylaşımı artırmaktadır. Bunun yanı sıra özel günlerde yapılan kutlamalar, tat duyusuna hitap edecek sunumlar ve mekânsal organizasyonlar iş yeri bağlılığını, aidiyeti ve çalışan performansını artırmaktadır. İş yeri mekânında tadın var olabilmesi doğrudan tat olgusuna ilişkin mekânların ve / veya kısmi mekân parçalarının (kafeler, çalışma mekânlarından tam olarak ayrıştırılmamış yeme içme kahve nişleri, vb.) varlığını da beraberinde getirmektedir.

Bu araştırmanın alan çalışmasında yeni nesil ofis olma niteliği ile örneklem olarak seçilen ofislerde gözlemlenen tat duyusuna yönelik olarak yapılan düzenlemeler şu şekildedir:

- Meyve saatleri, çay kahve saatleri gibi tat duyusu uyaranlarının motivasyonel kullanımı ve belli saatlerde gerçekleşen bu eylemler için mekânın olası potansiyeller sunabilmesi (Şekil 4.58) [Mahir, 2019].

- Tat mekânlarının kişisel kullanıma açık olması ve bireysel kullanıcılar tarafından erişilebilirliği. Örneğin; Mikrodalga fırın kullanımı, kahve makinesi kullanımı, mutfak kullanımı vb.
- Mekânın kendi içinde, bölücü elemanlar ile ayrıştırılmamış olarak, tat duyusuna yönelik köşelerin, nişlerin bulunması. Yemeksepeti'nde ofis mekânının her katında küçük mutfak alanı (kitchenet) bulunması gibi.
- Ofise ait yeme-içme mekânlarında çalışanların farklı kültürlerden tatlar ile tanıştırılması (Çalışanların ayda bir defa dünya mutfağından bir lezzet ile tanıştırılması gibi motivasyonel uygulamalar.)
- Tat mekânlarında tat duyusunu uyarıcı renklerin kullanılması.



Şekil 4.58: Ofiste tat mekânları ile ilişkili motivasyonel uygulama./Gittigidiyor.

Şekil 4.59'da yeni nesil bir ofise ait tat mekânından bir görsel yer almaktadır [Web 44].



Şekil 4.59: Yeni nesil bir ofisteki tat mekânı/Yemek Sepeti Park.

İçinde bulunduğumuz pandemi süreci nedeniyle, ofis mekânları ile ilişkili olan ya da olmayan, tat mekânlarında, virüsün yayılma ihtimaline karşı, önlem amaçlı, çeşitli mekânsal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bazı örneklerde, şeffaf malzemeler kullanılarak oluşturulan sınırlayıcı alanlarda kullanıcılar görsel kesinti yaşamadan yeme eylemini gerçekleştirebilmektedir. Şekil 4.60 [Web 71] ve Şekil 4.61'de [Web 72], pleksiglas malzeme kullanımı ile görmeye dayalı iletişim korunarak virüsün yayılımı açısından önlem alma amaçlı mekânsal uygulamalar örneklenmiştir.



Şekil 4.60: Paris'te pleksiglas kullanılarak tasarlanmış virüs korumalı tat mekânı.



Şekil 4.61: İstanbul'da pleksiglas kullanılarak tasarlanmış virüs korumalı tat mekânı.

4.2.4.5. Kokusal Bileşenler

Kokunun Türk Dil Kurumu tarafından üç farklı biçimde tanımlanmıştır. Birincisi: "Nesnelerden yayılan küçücük zerrelerin burun zarı üzerindeki özel sinirlerde uyandırdığı duygu", ikincisi: "Güzel kokmak için sürülen esans", üçüncüsü ise: "Belirti, işaret" olarak tanımlanmaktadır. Koku molekülleri havada çözülmüştür ve koklama yoluyla canlılar tarafından fark edilir. Kokunun etki süreci iki aşamalıdır. Birinci faz kokunun burundaki stimulus bölgesindeki reseptörler ile hissedilmesi, ikinci faz ise stimulusların insan beyninin koku almadan sorumlu bölgesi tarafından uyarılması ve çalışması ile ortaya çıkan psikolojik aşamadır [Web 73]. Koku hissi subjektiftir. Kokuya verilen tepki kişiye göre değişebilir. Yaş, cinsiyet, fiziksel ve psikolojik sağlık durumu bu tepkiyi etkiler. Koklama duyusu doğadaki birçok canlı için hayati bir fonksiyon olmakla birlikte insanın hayatındaki önem düzeyi çok yüksek değildir. Bunun sıra koku kaybı yaşayan insanların sosyal hayatları etkilenir. Koku alma duyusu bazı durumlarda insanlar için de hayati önem taşımaktadır. Örneğin bozuk yiyeceklerin ve doğalgazın kokusunun alınamaması insanların tehlikeli durumlardan haberdar olmasını engeller [Evren, Yiğit, Çınar, 2015].

İnsan beyni iyi veya kötü deneyimleri saklar ve bu deneyimleri kokular ile ilişkilendirebilir. Bilim adamları bu durumu "kokuya dayalı anılar" olarak nitelendirmektedir. Saltuerkin'in aktarımıyla; koku duyusunun kaybı Alzheimer hastaları ve nörodejeratif hastalıkların ilk belirtileri arasındadır ve hastalığın erken aşamalarında kokunun algılandığı ve işlendiği bölgede deformasyonlar oluşmaktadır.

Tat duyusu gibi koklama duyusu da mekân ile ilişkili olarak insan hafızasında iz bırakır. Deneyimlediğimiz mekânlar ve kokusu beynimizde saklanır. Ancak diğer duyuların öne çıkması özellikle görme duyusunun ön planda olması koklama duyusunun etkisini azaltır. Bu etkinin temelinde tasarım anlayışı yer almaktadır. Göz merkezci retinal bir tasarım anlayışı mekânın kokusunu yitirmesine sebep olur. Büyük şehirlerdeki betonlaşmanın park alanlarında dahi toprak kokusunu unutturması gibi örnekler bu bağlamda değerlendirilebilir. Yapı Dergisi'nden Sena Özfiliz'in derlediği bir makaleye göre Mimar Jacques Herzog tarafından tasarlanan "Olfactory Object (Koku Nesnesi)" isimli parfüm Tate Modern'de sergilenmiştir ve koku-mekân ile ilgili Herzog'un açıklamaları şu şekilde olmuştur:

"Belleğimizde kalan mimari mekânları imgeleriyle olduğu kadar hatırlattığı kokularla da anımsarız. Bu anılar, bellekte saklanan bir tür imge ve koku kütüphanesinden geri çağırılarak gerçekle hayal arasındaki bağı oluşturuyor. Daha iyi ya da daha kötü binalar üretebiliriz ancak tıpkı parfümde olduğu gibi, değerlendirmede önemli olan onunla ilişkilendirilen deneyimdir. Tıpkı bir stadyumda yenilen takımın taraftarıyla kazanan takımın taraftarının mekânı farklı hatıralarla anımsayacak olması gibi. Bir mekânın aurasını ve mimarinin algılanışını belirleyen şey duygulardır" [Web 74].

Talipoğlu, "Kokunun Mekânsal Deneyimde Farkedilme Ve Aktarılma Aralığı: Tasarım Stüdyoları" konulu yüksek lisans tezinde (2019) kokunun mekân tasarımlarına dahil edilmesi konusunda dikkat edilmesi gereken unsurları şöyle açıklar: Kokunun mekâna sentetik havalandırma sistemleri ve mekânsal kokulandırma yöntemleri ile eklenmesindense, mekânın üretiminde mekânın tasarım kriterlerinden biri olarak var olması ve mekânsal algıya çok yönlü katılım sağlaması gerekmektedir. Yerel malzeme seçimi, yapının konumu, yapının kullanımı boyunca kendiliğinden ortaya çıkacak koku, doğal kaynaklar ile olan iletişimi mekândaki kokusal algının fark edilme düzeyini artıracaktır.

Günümüzde çalışma mekânlarının büyük bir çoğunluğunda, oluşabilecek kötü kokuları engellemek ve hava sirkülâsyonunu sağlamak amacıyla havalandırma sistemleri kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra çalışma mekânının marka kimliğine uygun mekânsal kokulandırma işlemleri uygulanmaktadır. Covid-19 salgını ile birlikte ofislerde ve toplu taşımalarda kullanılan sentetik havalandırma sistemlerinin kullanımı durdurulmuştur. Havada asılı kalan toz ve virüsler havalandırma sistemleri

ile dağılarak bütün çalışanların sağlığını tehlikeye atmaktadır. Bu süreçte iç mekânların doğal ortam ile bütünleşik olmalarının önemi daha iyi anlaşılmıştır.

Bu araştırmanın, alan çalışması bölümünde, seçilen örneklem mekânlarda deneyimlenen koklama duyusuna yönelik bulgular şu şekildedir:

- Mekânlarda, tabiat kaynakları ile irtibatlı olarak oluşan bazı doğal kokulara rastlanmıştır. Örneğin: Deniz kokusu, bitki kokusu, çiçek kokuları, ağaç kokusu, doğal malzeme kokusu vb.
- Tat duyusu ile ilişkili kokulara rastlanmıştır. Örneğin: Çay- kahve saatlerinin düzenlenmesi, motivasyonel meyve, yiyecek ikramları vb. (portakal, sıcak simit gibi) durumlara ilişkin kokular.
- Çalışma mekânının içinde kokusal algıyı harekete geçirecek içecek mekânlarının varlığı dikkat çekmektedir. Örneğin kahve makinelerinin çalışma alanı içerisinde, çalışanların kullanımına açık olması, kahve kokusunun yoğun olarak algılanmasını da beraberinde getirmektedir.
- Kurumsal kokulandırma ile çalışanların zihninde kokunun kaydedilmesi ve çalışanların aynı kokuya sürekli maruz bırakılmasıyla, aidiyet ve bağlılık hissetmeleri sağlanmaktadır.

4.2.5. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri

Bireyler uyanık kaldıkları zamanın çoğunu çalışma mekânlarında geçirmektedir. Bu oran ev dışında tam zamanlı çalışanlar için haftalık bazda yaklaşık %33'e karşılık gelmektedir. (Veitch, 2011). Bu nedenle, işyerinde kişinin fiziksel veya zihinsel sağlığını etkileyebilecek koşullara maruz kalma süresi hem uzun hem de sıktır. Çalışma hayatı, yaşamımız üzerinde etkili bir rol oynar ve çalışma mekânının kalitesi sağlığımız ve refahımız ile doğrudan ilişkilidir. Çalışanların mekânsal koşullardan olumsuz etkilenmesi durumunda; çalışma kapasitesinin azalması, hata oranlarının artması, sağlığın olumsuz etkilenmesi, işe devamsızlık gibi istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilmekte, sonuç olarak hem çalışan hem de işveren bu süreçten olumsuz etkilenebilmektedir. Aksine, iyi tasarlanmış bir işyeri potansiyel stres faktörlerini ortadan kaldırma, çalışanların fiziksel, sosyal ve psikolojik olarak sağlıklı olmasını sağlama konusunda destekleyici olabilmektedir.

Yeni nesil ofislerde psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerini destekleyen tasarım kararları ve uygulamalar şunlardır:

- Biyofilik tasarım anlayışı: Biyofili, doğa sevgisi anlamına gelmekle birlikte biyofilik tasarım anlayışı, insanın doğaya ve doğal süreçlere karşı doğuştan gelen çekiciliğine odaklanmaktadır. Biyofili 1980'lerde Amerikalı biyolog Edward O. Wilson tarafından ortaya konan bir terim olmuştur. Günümüzde çeşitli stres faktörleri fiziksel ve zihinsel sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Doğrudan veya dolaylı olarak doğaya ait unsurların yapılı çevreye dahil edilmesi stresi, kan basıncı seviyelerini ve kalp atış hızlarını düşürürken üretkenliği, yaratıcılığı ve kişinin bildirdiği refah oranlarını artıran araştırmalarla gösterilmiştir. Bu çerçevede biyofilik tasarım anlayışı, yapılı çevremizdeki sağlığımız ve refahımız için giderek artan bir öneme sahip olmaktadır.
- Aktif tasarım anlayışı: Ofis türü ile fiziksel aktivite arasındaki ilişkiye dayalı yapılan çalışmalarda açık ofis sisteminin kapalı ofislere göre daha çok aktivite imkanı sunduğu bilinmektedir. Bunun yanı sıra bireysel çalışma alanı ile toplantı odası, evrak odası gibi çalışma eylemini destekleyen diğer mekânlar arasında yürüme mesafesinin olması çalışma esnasında aktiviteye olanak sağlayan tasarım kararlarındandır. Uzun süre hareketsiz kalmanın diyabete ve kardiyovasküler hastalıklara sebep olduğu bilinmektedir. Araştırmacılar her bir saatlik hareketsiz geçen zaman için ölüm riskinde %2'lik oranda artış olduğunu tahmin etmektedir. Bu oran oturma süresi yedi saati geçtiğinde ölüm riskindeki atış oranı %5'e kadar çıkabilmektedir (Jancey et. al., 2015). Bu çerçeveden bakıldığında çalışanların ofis mekânlarındaki davranışları kişisel sağlıkları açısından büyük önem kazanmaktadır. Ofis çalışanlarında hareketsiz davranış oldukça yaygındır. Çalışanların bu alışkanlıklarını mekânsal düzenlemeler ve tasarım kararlarıyla değiştirmek mümkün olabilmektedir. Günümüzün yeni nesil ofis mekânlarında aktiviteye dayalı tasarım anlayışı ile çalışanların davranışlarını değiştirmek ve harekete teşvik etmek amaçlanmaktadır. Aktivite temelli tasarım anlayışı ile tasarlanan ofislerde çalışanlar tek bir çalışma istansyonuna bağlı kalmaksızın farklı çalışma biçimlerine ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek çeşitlilikteki çalışma alanları içerisinde hareket halindedir. Örneğin yoğun bireysel çalışmalar için sessiz özel alanlar, yaratıcılık ve iletişimiçin beyin fırtınası odaları, özel görüşmeler için telefon kabinleri kullanılabilmektedir. Aktif tasarım temelli ofisler bu mekânlar arasında hareket etme

olanağı sunmaktadır. Böylece çalışanlar tek bir çalışma istasyonuna bağlı kalmadan aktivite imkanı bulmaktadır. Taşınabilir ve ulaşılabilir teknolojinin bu mekânların kurulanmasında büyük katkı sağladığı unutulmamalıdır. Merdiven kullanımının teşvik edilmesi, çalışma istasyonları ile çalışma eylemini destekleyen mekânlar arasındaki hareket olanağının olması, kurum içi sosyal aktiviteler, oyunlar, spor faaliyetlerine olanak sağlayan mekânların varlığı aktif tasarım temelli yeni nesil ofislerde gözlemlenen mekânsal düzenlemeler ve uygulamalardan bazılarıdır.

- Sanatsal ve kültürel faaliyetlere olanak tanıyan mekânlar: Sanatsal ve kültürel faaliyetlerin, çalışan performansını, ruh halini ve fiziksel refahı artırdığına ayrıca bireyler arası bağları güçlendirdiğine inanılmaktadır. Hastanelerdeki rehabilite edici etkisine benzer şekilde, sanatın iş yerinde de çalışanların psikolojisine ve performansına fayda sağladığı bilinmektedir. Yüksek odaklı çalışmalardan sonra bilişsel olarak tükenen bireylerin psikolojik sağlamlığını ve stres direncini artırmak amacıyla sanatsal ve kültürel faaliyetlerde bulunmaları önerilmektedir. Yeni nesil ofislerde sanatsal ve kültürel faaliyetleri desteklemek için tasarlanmış mekânlar ve uygulamalar söz konusudur. Müzik odası, etkinlik odası, sanat toplulukları, klüpler, şirket içi kültürel faaliyetler, sanat eserlerinin ofislerde bulundurulması gibi örnekler bu çerçevede değerlendirilebilir.
- Sosyal sorumluluk projelerine katkı: Toplumsal fayda odaklı, bireyin çıkarlarının gözetilmediği, gönüllülüğe dayalı olarak yapılan çalışmalar, sosyal sorumluluk projeleri olarak adlandırılabilmektedir. Toplumdaki dezavantajlı bireyler veya gruplar için yapılan dikkat çekme, farkındalık yaratma, engelleme, çözüm bulma gibi faaliyetleri kapsamaktadır. çocuk, yaşlı, kadın, sokak hayvanları, çevre sorunları, eğitim sorunları, toplumsal sorunlar başlıca sosyal sorumluluk projelerine ait konulardır. Çalışma mekânında bu tür uygulamaların varlığı çalışanlar arasındaki dayanışma ve toplum bilincini artırmaktadır.

Bu çalışmada, seçilen örneklem mekânlardaki psiko-sosyal anlamlılık bileşenleri ağırlıklı olarak mekânsal düzenlemeler ve tasarım anlayışı üzerinden ele alınmıştır. Bunun yanı sıra psiko-sosyal açıdan mekânsal karşılığı olmayan ancak psiko-sosyal sağlamlığı destekleyen uygulamalara da kısaca değinilmiştir.

5. ALAN ARAŞTIRMASI KAPSAMINDAKİ YENİ NESİL OFİS MEKÂNLARININ İNCELENMESİ

Çalışanın mekânsal beklentilerinin karşılanması iş yeri bağlılığını ve iş verimini artırdığından, yeni nesil ofislerde, mekânsal tasarım ve mekân organizasyonu sürecinde, çalışan psikolojisi ve beklentileri ön planda tutulmaktadır. Geçmişte ofis alanlarının verimli kullanılması genellikle, birim alana düşen insan sayısı olarak basit bir hesap ile gerçekleştirilirken, günümüzde ise, verimliliği etkileyen oldukça çeşitli ve çok yönlü mekânsal düzenlemelerin varlığı ve tatminkârlığı söz konusudur. Bu durum, yeni nesil ofislerde sadece, sosyal alanlar, eğlenme mekânları, oyun alanları, aktivite olanakları, aktif tasarım bileşenleri, alternatif çalışma alanları, esnek çalışma saatleri, esnek çalışma mekânları gibi yenilikçi uygulamalar ile de sınırlı kalmayıp, bu mekânlardaki özgünlük, çeşitlilik ve çok yönlülük gibi durumlar da çalışanların verimliliğini artırmak için önemli etmenler olarak kabul görmeye başlamıştır. Hızlı, sürekli değişim dönüşüm halinde olan yaşam koşulları; teknolojik gelişmelerle de daha zorlayıcı hale gelen rekabetçi şartlar; bir yandan artan tüketim alışkanlıkları, artan beklentiler, diğer yandan bu beklentilerin önünde engel olan küresel krizler; insanın psikolojisini doğrudan etkilemiş, insanın psikolojik varlığını, bu değişkenlere karşı sağlam tutma konusu, etken düzeyde önemsenmeye başlamıştır. Verimliliğin sağlanmasının şart olduğu çalışma ortamlarında, bu durum, fayda - değer analizleri ile daha da öne çıkmış, çalışanın psikolojik olarak varlığını sağlam tutmak ve psikolojik beklentilerini sağlamak, bir ön koşul olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede, bu araştırmanın teorik olan geçmiş bölümlerinde, insan ve mekân arasındaki psikolojik ilişki üzerine tanımlanmış çevresel psikoloji bileşenleri, yeni nesil ofis mekânları üzerinden irdelenmiştir. Araştırmanın, alan çalışmasının ilk etabını oluşturan, bu bölümde ise, örneklem olarak seçilen kurumsal ve paylaşımlı ofis mekânları (yeni nesil ofis niteliği taşıyan kurumsal çalışma mekânları ve ortak çalışma imkânı sunan paylaşımlı ofisler), çevresel psikoloji temelli bileşenler çerçevesinde değerlendirilecektir. Bu bileşenler: Mekânda alan (Territoriality) yönetimi, mekânın sınır bileşenleri, mekânın eylemsel olanakları, mekânın duyusal bileşenleri, mekânın psiko-sosyal anlamlılık bileşenleri olarak sıralanmaktadır. Örneklem mekânlardaki

analiz yöntemi şu doğrultuda ilerlemiştir: Literatür taraması yapılarak çevresel psikoloji bağlamında ofis yapılarına yönelik veriler elde edilmiştir.

- Literatür taraması yapılarak çevresel psikoloji bağlamında ofis yapılarına yönelik veriler elde edilmiştir.
- Yeni nesil ofis mekânları hakkında bilgi toplanarak seçim kriterlerine uygun olan İstanbul'daki kurumsal ve paylaşımlı ofisler tespit edilmiştir.
- Ofis mekânlarına ziyaretler gerçekleştirilmiş, kullanıcılar ve yöneticiler ile değerlendirmeler yapılmıştır.
- Literatür çalışması ve örneklem ofis ziyaretleri sonrasında elde edilen veriler ışığında çevresel psikoloji temelli bileşenler oluşturulmuştur.
- Örneklem mekân olarak hangi kurumsal ofis ve ortak çalışma alanlarının (paylaşımlı ofisler) değerlendirilmeye alınacağına karar verilmiştir.

Örneklemi oluşturan kurumsal ofis mekânları şunlardır;

- Gittigidiyor Genel Müdürlük Ofisleri
- Yemek Sepeti Genel Müdürlük Ofisleri
- Bayer Genel Müdürlük Ofisleri
- Defacto Genel Müdürlük Ofisleri
- Getir Genel Müdürlük Ofisleri

Örneklemi oluşturan paylaşımlı ofis mekânları ise şunlardır;

- Kolektif House (Levent Şubesi)
- Workinton (Sabiha Gökçen Şubesi)
- İdea Kadıköy

Örneklem ofisler hakkında genel bilgi paylaşımı yapılmıştır. Konumu, alanı, çalışan sayısı, çalışan/kullanan kuşaklar, fiziksel ofis türü hakkında bilgiler paylaşılmıştır.
Örneklem ofis mekânlarında tespit edilen mekânsal çeşitlilik doğrultusunda mekânsal lejant oluşturulmuştur. Lejantta her bir mekân farklı renk ile gösterilerek ofis mekânlarının kat planı üzerinde işaretlenmiştir. Çevresel psikoloji bileşenleri

temel alınarak oluşturulan analiz ile örneklem ofisler bu bileşenleri barındırma potansiyeline göre tablo üzerinde karşılaştırılmıştır.

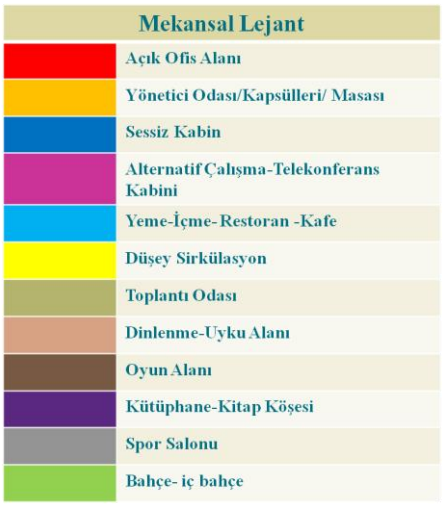
5.1. Örneklem Ofis Mekânlarının Analizleri ve Çevresel Psikoloji Bileşenleri Bağlamında İncelenmesi

Araştırmanın örneklem mekânlarını İstanbul'daki kurumsal niteliği olan yeni nesil ofis mekânları oluşturmaktadır. Örneklem mekânlarının seçiminde, (1) kurumsal olma, (2) farklı kuşakları bir arada bulundurabilme, (3) yeni nesil ofis mekânı olma özelliklerini taşıma, (4) çevresel psikoloji bileşenlerinin sorgulanabilmesine olanak verme kriterleri etkili olmuştur. Bu kapsamda kurumsal ofis özelliği gösteren Gittigidiyor, Yemek Sepeti, Bayer Genel Müdürlük, Defacto Genel Müdürlük, Getir örneklerinin yanı sıra, paylaşımlı çalışma ve esnek ofis alanları sunan Kolektif House, Workinton Sabiha Gökçen Şubesi, İdea Kadıköy çalışmaya dahil edilmiştir.

5.1.1. Kurumsal Niteliği Olan Yeni Nesil Ofis Mekânlarının İncelenmesi

Bu başlık altında incelenecek olan kurumsal ofis mekânları: Gittigidiyor, Yemek Sepeti, Bayer, Defacto ve Getir gibi büyük ölçekli ve yenilikçi firmaların Genel Müdürlük Ofisleri'dir. Kurumsal ofislerin seçiminde barındırdığı mekânsal çeşitlilik, farklı kademelerden ve kuşaklardan çalışanların varlığı, sunduğu aktivite olanakları, çevresel psikoloji bileşenlerini analiz etmeye uygun mekânsal düzenlemelerinin olması gibi kriterler etkili olmuştur. Bütün örneklem mekânların mekânsal analizinde aşağıdaki tabloda yer alan lejant verileri kullanılmıştır.

Tablo 5.1: Mekânsal lejant tablosu.



5.2.1.1. Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası

Türkiye'nin internet üzerindeki (online) ilk pazar yeri olarak nitelendirilen GittiGidiyor, 2011 yılında küresel ölçekteki e-ticaret liderlerinden eBay'in çatısı altına girmiştir. Great Place to Work tarafından belirlenen Türkiye'nin En İyi İşverenleri-2019 listesinde ilk sırada yer almıştır. OSO Mimarlık tasarım ekibinden Bayık'ın aktarımına göre [Web 75]:

"En nitelikli modern ofisler arasında yer alan Ebay / Gitti Gidiyor ofisi, İstanbul Ataşehir – My Office binasında yer almaktadır. Tek bir katta konumlanan ofis mekânı, 530cm tavan yüksekliği olan, toplam 2.000 m²' lik bir alanda yer almaktadır. Günümüz modern ofis mekânlarında, global ölçekte yaşanan dönüşüme paralel olarak; Ebay – Gitti Gidiyor ofis mekânı da, tamamen "açık ofis" düzeninde planlanmıştır. Bu paralelde, ofis iç mekânları toplam 4 farklı işlevde tariflenebilir. Bunlar: Giriş holü ve sosyal alanlar / açık ofis / toplantı odaları / teknik ve servis hacimleridir."

Giriş bankosunun arkasında sosyal alan tanımlanmıştır. Bu alan ofis ziyaretçileri için bekleme alanı olmanın yanı sıra, çalışanlar için de sosyalleşme alanı olarak tasarlanmıştır. Bu mekânda ofis içi özel gün kutlamaları, müzik yayını yapılabilmektedir. Bu mekânda eylem çeşitliliği sağlayan diğer öğeler şunlardır: oyun konsolları, salıncak, kitaplık, kafe-bar alanı, enformel toplantı bankosu, sunumlar için teknik yeterlilikte alan, açık hava ile bağlantılı teras alanı. Toplam açık ofis alanının 1000 m² olduğu belirtilmiştir. Açık ofis alanının tavanında yüksek

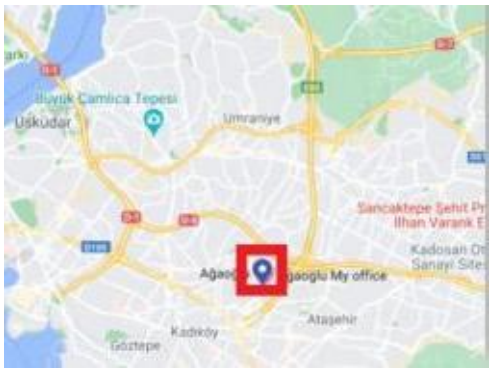
akustik değeri olan renkli tavan panelleri ve aydınlatma armatürleri birlikte kullanılmıştır. Bu sayede işitsel konforun sağlanması amaçlanmıştır. Toplantı odalarında Boğaziçi, Efes, Nemrut, Kapadokya, Galata, Truva, Kız Kulesi, Ayasofya Türkiye'deki önemli anıtların ve bölgelerin isimleri kullanılarak kimlik kazandırılmıştır [Web 103, 2019].

Tablo 5.2: Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük bilgilendirme tablosu.

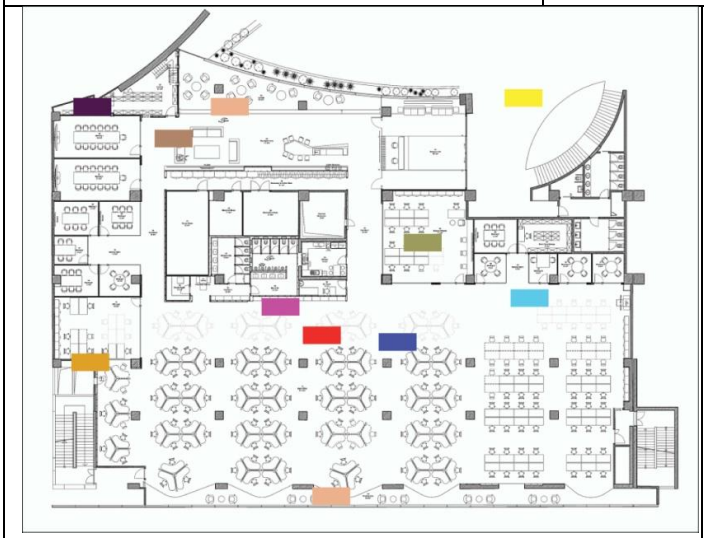
Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası				
Konum	**Alan**	**Çalışan Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Ataşehir/ İstanbul	2000 m²	164	Bebek Patlaması, X,Y	Esnek



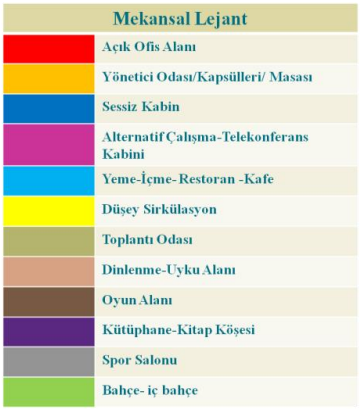
Şekil 5.1: Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası.



Şekil 5.2: Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Konumu.



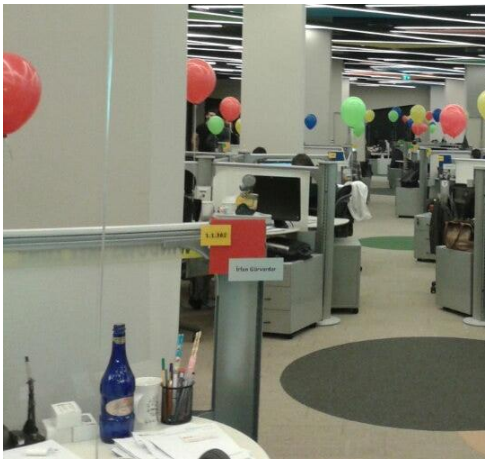
Şekil 5.3: Gittigidiyor/Ebay Genel Müdürlük Binası kat planı .



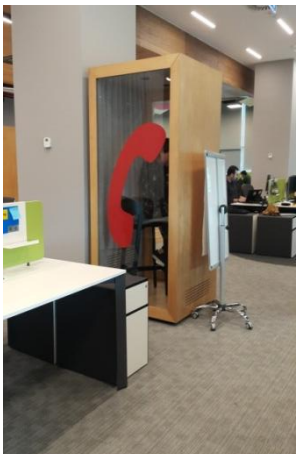
Örneklem mekândaki çevresel psikoloji temelli bileşenler çerçevesinde yapılan mekânsal değerlendirme şöyledir:

- Mekânda Alan Yönetimi**:** Örneklem mekândaki alan yönetimine yönelik bulgular şu şekildedir:

- Algısal boyuttaki kişiselleştirmelerle mekânın yönetilebilirliği bireysel çalışma alanlarında değer verilen kişisel eşyaların (fotoğraf, obje, magnet, bireysel notlar, kupalar vb.) bulundurulabilmesi / Kişiselleştirme
- Çalışanların odalarında veya masalarında isimlerinin veya görevlerinin yazılı olduğu etiket/levha vb. varlığı / Kişisel alan (Şekil 5.4) [Mahir, 2019].
- İşitsel mahremiyetin sağlandığı telefon kabinlerinin varlığı (Şekil 5.5) [Mahir, 2019].
- Görüşme kabinleri, dinlenme alanı gibi mekânlarda perde, jaluzi, vb elemanların kullanımı / Görsel mahremiyet (Şekil 5.6) [Mahir, 2019].



Şekil 5.4: Görevlerin yazılı olduğu etiket/levha.



Şekil 5.5: Gittigidiyor ofisinde telefon kabini.



Şekil 5.6: Gittigidiyor ofisi dinlenme alanı.

- Mekânın Sınır Bileşenleri: Örneklem mekândaki sınır bileşenlerine yönelik bulgular şunlardır:

- Farklı eylemsel olanakların (telefon kiosku, oyun köşesi vb.) aynı esnek mekânda belli sınırlar olmaksızın sunulması
- Bitkiler, dekoratif yalıtım panoları vs ile mekânların sınırlarının belirlenmesi
- Sosyofugal uygulamalar. (Çalışma odaklı mekânlarda masaların iletişim olanağını azaltmak için aralarına bölücüler yerleştirilmesi.)

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Örneklem mekândaki mekânın eylemsel olanaklarına yönelik bulgular şunlardır:

- Yeme- içme alanları: Çalışma mekânı ile bağlantılı, kişisel kullanıma açık bir mutfak vardır. Çalışanlar, mutfağı ihtiyaçları doğrultusunda kullanabilmektedir. Mutfak alanının çalışma alanı ile iç içe oluşunun kullanım rahatlığı sağladığı ve çalışanların kendilerini evinde gibi hissettikleri şeklinde veriler elde edilmiştir. Ayrıca çalışanı motive etmeye yönelik ikramlar da bu alanda çalışanlara sunulmaktadır.
- Özel görüşme kabinleri: Kişisel görüşmelerin yapılabileceği özel telefon kabinleri yer almaktadır. İşitsel mahremiyetin sağlanması çalışma mekânı içinde görüşmelerin yapılmasına imkân vermektedir. Çalışma ortamından uzaklaşmadan kişisel iletişimin sağlanması getirdiği konforun yanı sıra zamansal olarak da kayıp yaşanmasına engel olmaktadır.
- Dinlenme alanları: Görsel mahremiyetin sağlandığı dinlenme alanları çalışma mekânının içerisinde yer almaktadır. Perdelerden oluşan paravanlar dinlenme esnasında mahremiyeti korumakta ve kişisel alan sınırlarını belirlemektedir.
- Mekânın eylemsel olanakları başlığı altın aktif tasarım bileşenlerine yönelik bulgular şu şekildedir:
- Merdivenin çekiciliği ve görünürlüğünün etkisiyle kullanırlılığının artması
- Oyun konsolları ve salıncakların harekete teşvik etmesi
- Alternatif çalışma mekânları arasında hareket edebilme olanağı
- Kendi yemeğini getirme, ısıtma, hazırlama gibi mutfak kullanımı esnasında yapılan aktiviteler

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Örneklem mekândaki mekânın duyusal bileşenlerine yönelik bulgular şunlardır:

- Tat duyusu ile ilişkili kokular (meyve saatleri, çay kahve saatleri vb) / Koklama
- Tül, perde gibi bölücü eleman olarak kullanılan uçuşan elemanlar / Dokunma
- Sesin izolasyonu için farklı yapı malzemelerinin kullanımı / İşitme
- Tat mekânlarının kişisel kullanıma açık olması (mikrodalga fırın kullanımı, kahve makinesi kullanımı, vb.) / Tat alma, koklama

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Çalışanların sosyal sorumluluk projelerine katılımını artırmaya yönelik mekânsal olanaklar, uygulamalar (bilgilendirme panoları, ofiste evcil hayvan besleme vb.), sanatsal ve kültürel faaliyetler Gittigidiyor/ Ebay ofis mekânında gözlemlenen mekânın psiko-sosyal anlamlılık bileşenleridir.

5.2.1.2. Yemek Sepeti Genel Müdürlük Binası / Yemek Sepeti Park

Tablo 5.3: Yemek Sepeti Park/bilgilendirme tablosu.

Yemek Sepeti Park Genel Müdürlük Binası					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Çalışan Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Büyükdere Caddesi/İstanbul	9283 m2	2017	510	X, Y, Z	Esnek



Şekil 5.7: Yemek Sepeti Genel Müdürlük Binası / Yemek Sepeti.



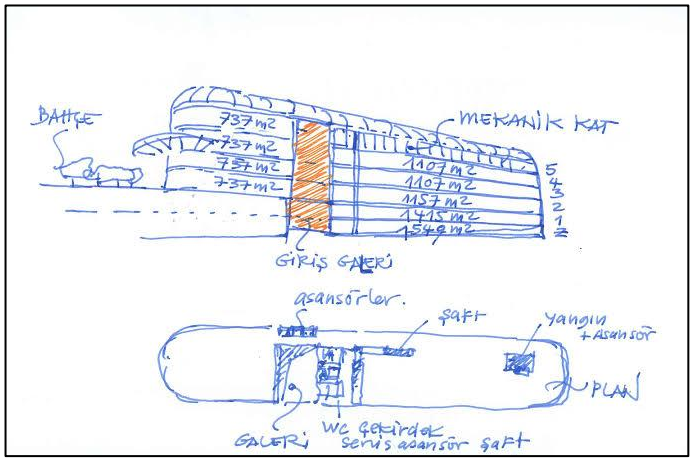
Şekil 5.8: Yemek Sepeti Park.

2000 yılında kurulan çevrimiçi yemek sipariş sitesidir. Türkiye'nin 81 ilinde hizmet vermektedir. 2015 yılında Delivery Hero tarafından satın alınmıştır. Delivery Hero dünyanın en büyük online yemek sipariş platformudur. Yemek Sepeti 7/24 çalışan kurumsal bir ofistir. 2019 yılı içerisinde Yemek Sepeti yöneticileri çalışanların yaş ortalamasının 27 olduğunu açıklamıştır [Web 76].

Arkitera'nın Ö. İtöz tarafından derlenen 12 Haziran 2018 tarihli "Yemek Sepeti Park" isimli makalesinden elde edilen bilgiler ışığında şu verilere ulaşılmıştır: Yemek Sepeti firmasının genel merkez binası Erginoğlu ve Çalışlar Mimarlık tarafından tasarlanmış olup Büyükdere Caddesinde/Şişli/İstanbul'da konumlanmıştır.

Tasarımcıları yapının tasarımı ile ilgili şu bilgileri paylaşmaktadır: Tasarım iletişim, dinamizm ve ekip çalışması konsepti üzerine kuruludur. Yemek Sepeti Park'ta her kat farklı fonksiyonlara hizmet vermektedir. Bu ayrımı görsel olarak vurgulamak için her kat ayrı renklerdeki tasarım konseptlerinde tasarlanmıştır. Renk tonları zemin katta koyu kırmızıdan başlayarak üst katta sarıya doğru açılarak değişmektedir. 7/24 çalışma eyleminin devam ettiği bir kurum olduğu için, öncelikli tasarım kararı ofis içi sürekli ve dinamik yaşamı sağlamak olmuştur.

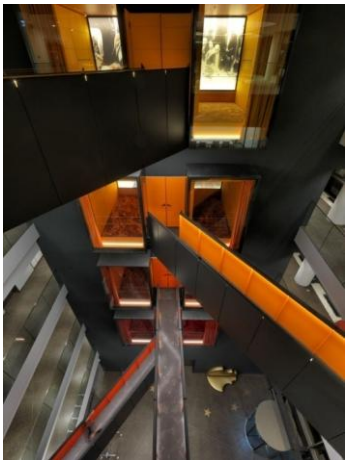
Islak hacimler, teknik hacimler, vestiyer alanı ve her katta yer alan mutfak çekirdekte tek bir merkezde tasarlanmıştır. Mekân 5 kattan oluşmaktadır (Şekil 5.9) [Web 77]. Her kat kendi içinde köprülerle birbirine bağlanmaktadır.



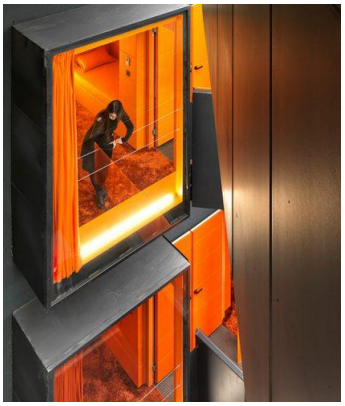
Şekil 5.9: Yemek Sepeti Park çekirdek çözümlemesi.

Köprüler mekânın girişinden algılanmaktadır ve ait olduğu kattaki uyku odalarına bağlanmaktadır (Şekil 5.10, Şekil 5.11) [Web 77]. Avrupa Uyku Araştırması Topluluğu'nun 2011 yılı Ekim sayısında yayımladığı bir araştırmanın

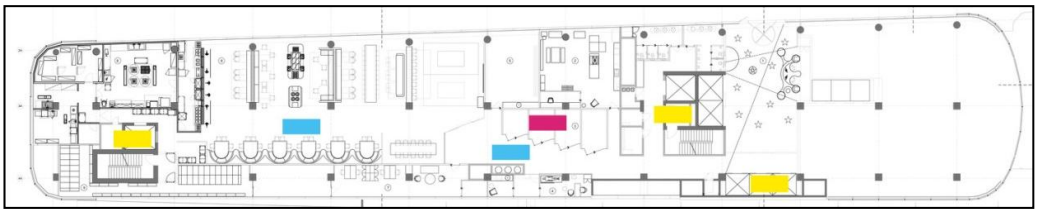
bulguları uyku odalarının önemini göstermektedir. Ulusal Uyku Vakfı'nın 2008 yılında ABD'de gerçekleştirdiği bu araştırma ABD de çalışanların yaşadığı uyku bozukluklarının şirketlere maliyetinin 63 milyar dolar olduğunu ortaya koymaktadır. "Power Nap (Güç Uykusu)" adı verilen gün içerisindeki kısa süreli uykuların öğrenme kapasitesini artırdığı, stresi azalttığı, çalışma verimliliğini artırdığı, stres seviyesini düşürdüğü bilim dünyasında kabul görmüştür. En ideal "Güç Uykusu" süresi 26 dakika olarak belirlenmiştir [Web 78]. Google, Nasa, British Airways, Huffington Post gibi büyük şirketlerin ofislerinde gün içinde kısa uykular desteklenmekte ve çalışanlar için uyku odaları/ kapsülleri tasarlanmaktadır. Bu çerçevede ele alındığında uyku/dinlenme mekânlarının nesil ofis tasarımlarında farklı biçimlerde ele alındığı anlaşılmaktadır. Yemek Sepeti Park'ta da büyük ölçekli uluslararası şirketlerde uygulanan uyuma eyleminin gerçekleştiği mekânsal düzenlemelerin varlığı dikkat çekmektedir.



Şekil 5.10: Yemek Sepeti Park'taki katlar arası köprüler.



Şekil 5.11: Köprülerin bağlandığı uyku odaları.



Şekil 5.12: Yemek Sepeti Park zemin kat planı mekânsal analizi.

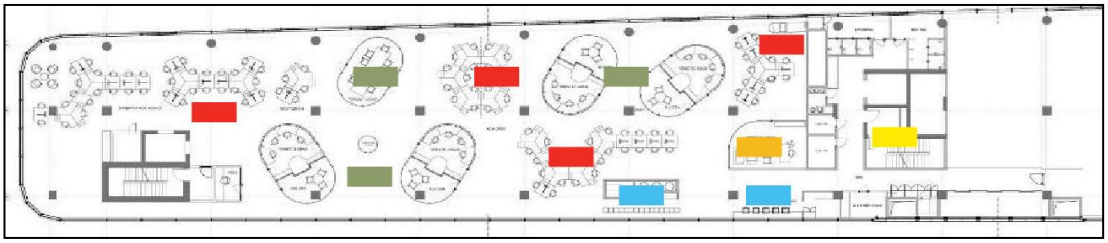


Şekil 5.13: Yemek Sepeti Park zemin kat giriş bankosu.

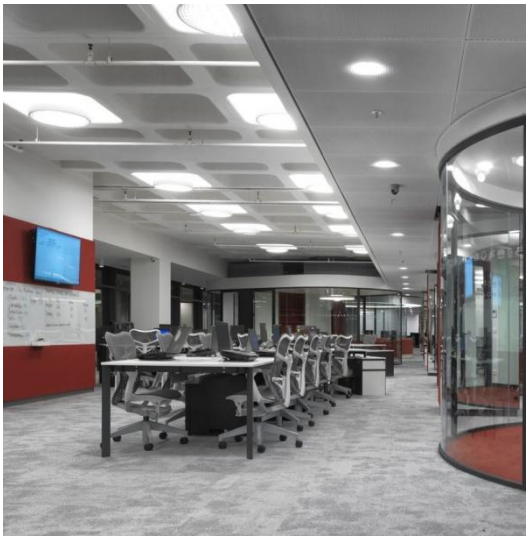
Zemin katta yemek.com için özel çekim odaları, idari işler ofisi, fotoğraf stüdyosu, yemekhane ve her biri farklı dükkân konseptinde tasarlanmış görüşme odaları yer almaktadır. Görüşme odalarının da bir tür çalışma ofisi olduğu düşünülebilir. Bu odalarda işin doğasına uygun kimlik öğelerinin dekoratif objeler olarak (duvarlarda köpük tabakların kullanılması gibi) kullanılması dikkat çekicidir (Şekil 5.14) [Web 77]. Yemekhane sıradan yemek alanlarının ötesinde masa tenisi gibi sosyal aktivitelere de imkân veren bir tasarım anlayışı ile tasarlanmıştır. Bu yönüyle tasarımın aktif ve sağlıklı yaşamı desteklediği söylenebilir.



Şekil 5.14: Yemek Sepeti Park görüşme odaları.

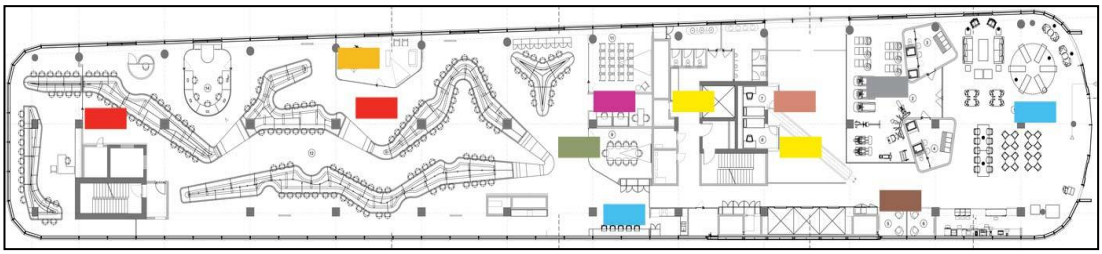


Şekil 5.15: Yemek Sepeti Park 1. kat mekânsal analizi.

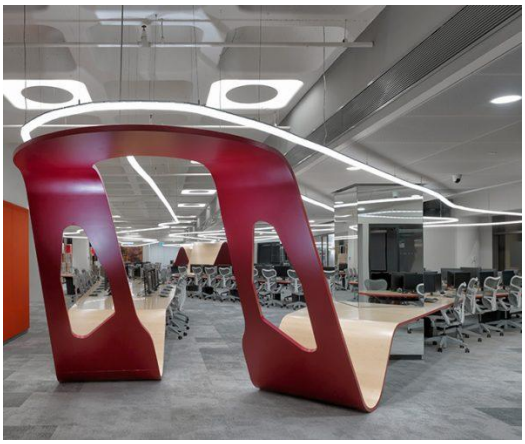


Şekil 5.16: Yemek Sepeti Park çalışma istasyonları.

1. kata kırmızı rengi atanmıştır. Satış ve İş Geliştirme departmanları açık ofis alanında 10'lu ve 18'li çalışma istasyonları yer almaktadır. Kapsüller dağınık yerleşim düzeninde olmakla birlikte yönetici ve toplantı odası olarak işlevlendirilmiştir. Şeffaf kapsüllerin dağınık bir şekilde çalışma istasyonlarının içerisinde yer almasının çalışanlar ile yönetici arasındaki görsel bağı kuvvetlendirdiği yorumu yapılabilir. Açık ofis bölgesinde aydınlatma elemanları kaset içerisinde konumlandırılmıştır. Direkt-endirekt yönelimler ile görsel olarak dengeli bir aydınlık düzeyine ulaşılabilmektedir. Katta yer alan dinlenme alanı, zeminde kot farklılığı yaratılarak açık ofis yerleşiminden ayrılmıştır. Tasarım kararı olarak vurgulanmak istenen dinamik yaşam, amorf formlar ve hareketli, renkli mobilyalarla desteklenmiştir.

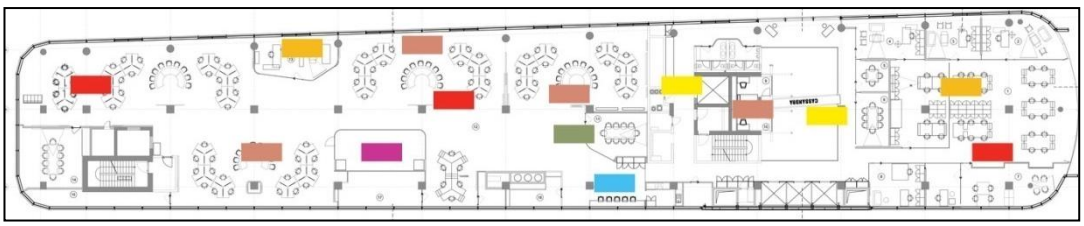


Şekil 5.17: Yemek Sepeti Park 2. kat mekânsal analiz.

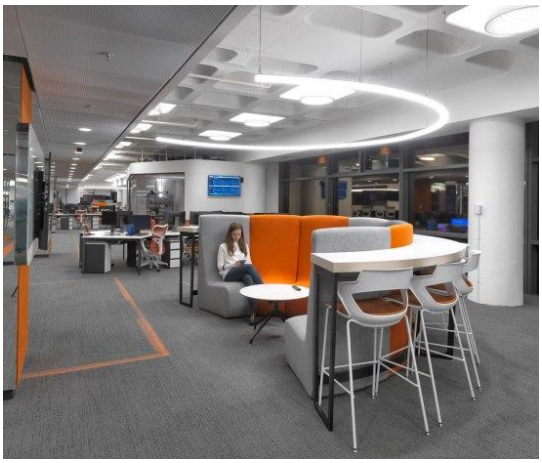


Şekil 5.18: Yemek Sepeti Park 2. kat sonsuz masa temalı çalışma istasyonları.

2. katın batı bölgesinde açık ofis alanında operasyon bölümü çalışmalarını yürütmektedir. Direktör ve yöneticilerin çalışma alanları, 1. katta olduğu gibi şeffaf kapsüllerdir. Katta iki boyutta ve üç boyutta süreklilik gösteren, "Sonsuz Masa" uygulaması yayılım boyunca üç noktada köprü oluşturarak geçiş kolaylığı sağlamaktadır. Bu devamlılığa aydınlatma kotunda eşlik eden kesintisiz ışık kaynağı ile dinamik ve sürekli bir çalışma alanı yaratılmıştır. Doğu bölgesinde sosyal mekânları barındıran kafe, oyun ve spor alanı yer alır. Bu bölgede kent bahçesi ile bağlantı kurularak yapının sunmuş olduğu peyzaja uygun iç/dış birlikteliği yakalanmıştır.

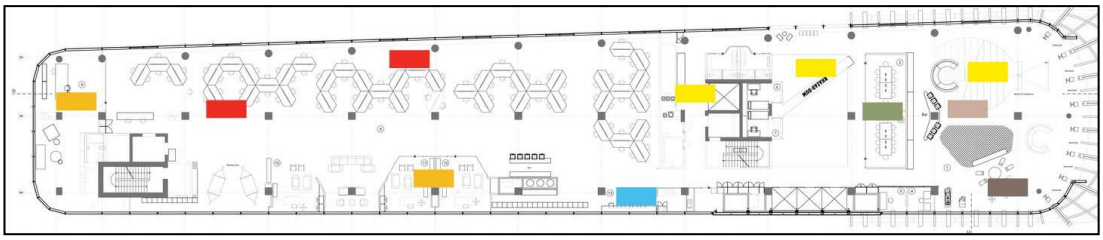


Şekil 5.19: Yemek Sepeti Park 3. kat mekânsal analizi.



Şekil 5.20: Yemek Sepeti Park 3. kat çalışma istasyonları.

3. katta turuncu tonlar görülmeye başlanmaktadır. Bu kat doğu ve batı bölgesinde farklı ofis departmanlarına hizmet vermektedir. Batı bölgesinde bilgi işlem açık ofis alanları, sunucu, seminer, yönetici ve toplantı odaları yer almaktadır. Ofis alanına girişte zeminde devam eden lineer çizgiler çalışma alanını tariflemektedir. Zemindeki bu izlerin mekâna zihinsel olarak hâkim olmaya ve oryantasyona katkı sağladığı düşünülmektedir. Çalışma istasyonlarının dışında dört noktada geçici toplantı alanları ile alternatif çalışma alanları yaratılarak mekânda esneklik ve çeşitlilik sağlanmıştır. Katın doğu bölgesinde yer alan finans, insan kaynakları, hukuk ve idari işler fonksiyonları açık ve kapalı ofislerin birlikte kullanımı ile çözülmüştür. Çalışma gruplarının arasında yarı geçirgen iç bölmeler kullanılarak görsel mahremiyet sağlanmıştır. Çalışma alanı ile ilişkili olarak dinlenme alanları ve "kitchenette" olarak adlandırılan mini mutfak bölümü yer almaktadır.

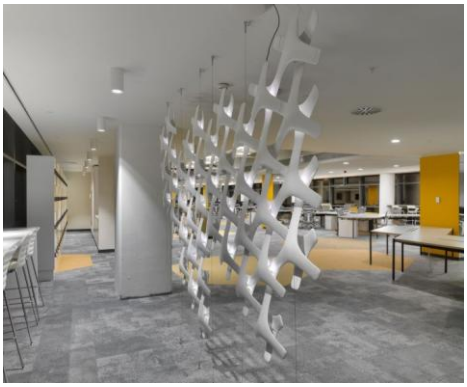


Şekil 5.21: Yemek Sepeti Park 4. kat mekânsal analizi.



Şekil 5.22: Yemek Sepeti Park çalışma istasyonları.

4. katta yer alan yönetici alanında altıgen formların hâkim olduğu görülmektedir. Bu tasarım tarzı zeminde yaratılan desenler ve altıgen mekânlarla desteklenmiştir. Petek formda şekillenen çalışma istasyonlarının ritminin devamlılığını, kaset kirişlere yerleştirilen aydınlatma armatürleri sağlamaktadır. Kat girişinde yer alan bar bölgesi, arkasında yer alan enstalâsyon ve masa üstü petek sarkıtlar ile karşılama mekânı oluşturulmuştur.



Şekil 5.23: Barın arkasında yer alan enstalâsyon.

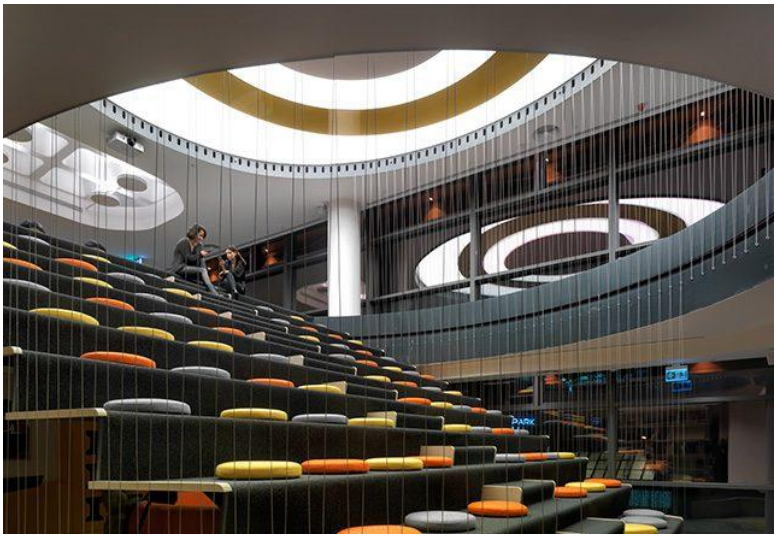
Açık ofis mekânları ile ilişkili olan dinlenme alanları, çalışma ile sosyal faaliyetleri bir arada bulundurmayı amaçlamaktadır. “Bulut Bölgesi” olarak adlandırılan sosyal alan hamaklar, tavana yerleştirilmiş farklı yüksekliklerdeki sarkıt elemanlar ve bölgenin hemen sağında bulunan kütüphane ile tanımlamaktadır. Katın devamında yer alan CEO Odası özel dekoratif elemanlarla tamamlanmış olup, oda

içinde kişiye özel ıslak hacim, giyinme odası ve TV ünitesi/bar tasarlanmıştır. Mekânsal düzenlemede kişisel eşyalar ile kişiselleştirme gerçekleştirilmiştir.



Şekil 5.24: Yemek Sepeti Park sosyal alan.

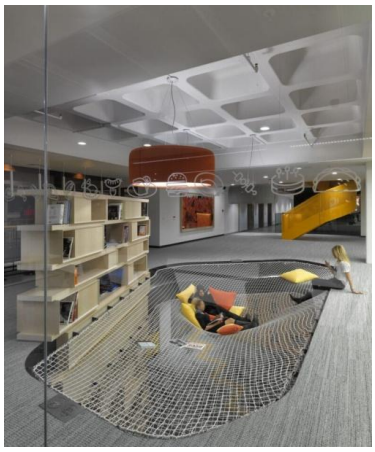
4. kat doğu bölgesi, iki kat yüksekliğinde devam eden ve bir üst kata ulaşımın mümkün olduğu dinlenme ve etkinlik alanından oluşmaktadır. Bu bölümde seminer alanı ve düşey sirkülâsyon olarak kullanılabilen tribün yer almaktadır (Şekil 5.25) [Web 77].



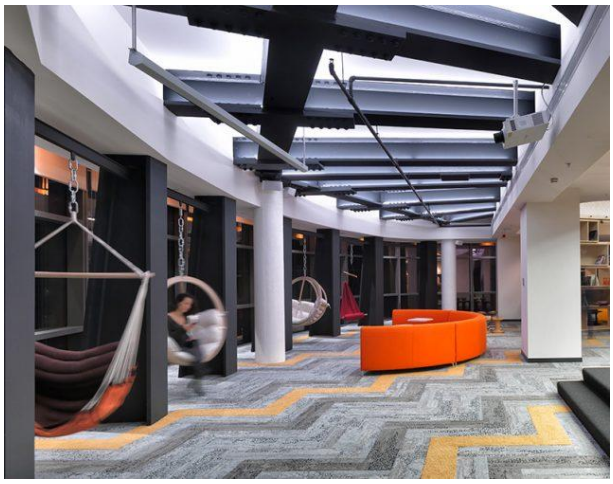
Şekil 5.25: Yemek Sepeti Park çok amaçlı tribün alanı.

Tribünün yanı sıra, dinlenme alanı olarak kullanılan file, iki kat boyunca devam eden bir kütüphane, cephe önünde salıncaklar, satranç ve oyun alanı bulunmaktadır. Tribün; seminer, konuşma, sunum gibi faaliyetlerin yanında kullanıcı

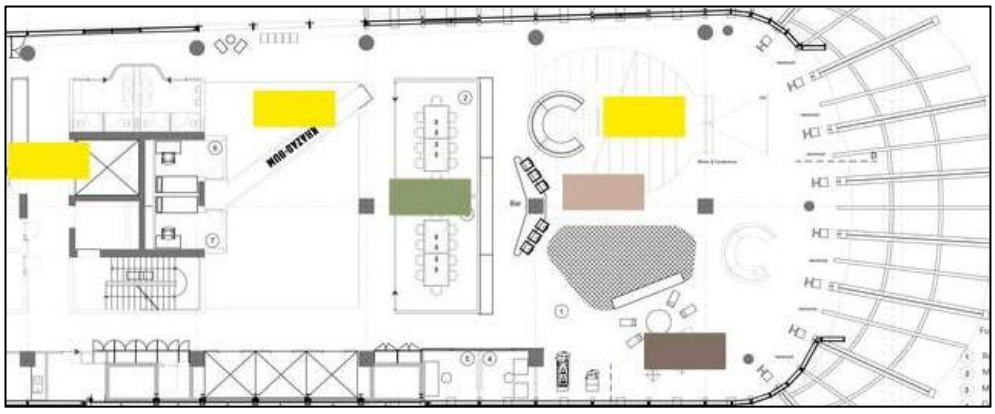
tercihine bağlı olarak sinema, maç yayını gibi eğlence aktiviteleri için de kullanılabilen esnek bir etkinlik mekânıdır.



Şekil 5.26: Fileli platform alanı.



Şekil 5.27: Hamaklar ve dinlenme alanı.



Şekil 5.28: Yemek Sepeti Park 5. kat mekânsal analizi.



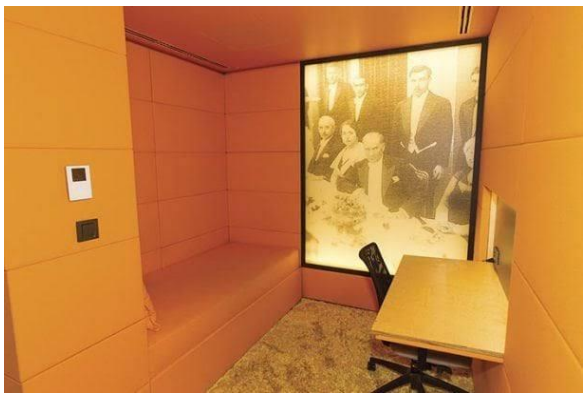
Şekil 5.29: Yemek Sepeti Park 5. kat oyun alanı.

5. kat doğu bölgesine çekirdek bölgesinden veya tribün üzerinden erişilmektedir. Katta renk degradasyonun (renk geçişlerinin) sarı tonu ile sonlandığı gözlenmektedir. 4. kattan yukarı doğru yükselen kütüphane, 5. katta döşemesinde yaratılan file bölgesine kadar çıkmaktadır. Serbest zamanda vakit geçirilebilecek file alanı ve bilardo masası (Şekil 5.28) [Web 77] çalışma mekânlarını destekleyen sosyal alanlardır.

Örneklem olarak seçilen kurumsal ofis mekânında gözlemlenen çevresel psikoloji bileşenleri çerçevesinde elde edilen bulgular şunlardır:

- Mekânda Alan Yönetimi: Bu başlık altında incelenecek olan çevresel psikoloji bileşenleri; mekânı kişiselleştirme, kişisel alan, aidiyet, kendileme, mahremiyet, mekâna zihinsel hâkimiyet, yön bulma ve oryantasyon olarak sıralanabilir. Örneklem ofisteki bu başlıklar ile ilişkili uygulama ve mekânsal düzenlemeler şu şekilde açıklanabilir;

- Turnikeli giriş sistemlerinde kartlı sistem yerine çalışanların kişisel telefonlarının tanıtılması ile mekâna giriş yapılabilmesi. /Kişiselleştirme
- Kurum tarafından çalışanlara verilen kitlerin iş yerinde kullanılması sonucu gerçekleşen kişiselleştirmelerin varlığı. Kurum tarafından işe girerken çalışanlara verilen kişisel yastıkların uyku odalarında kullanılması bu duruma örnek olarak verilebilir. Ayrıca uyku odalarının (Şekil 5.30) [Web 77] belirli süre kullanımı da mekânın geçici olarak kişiselleştirilmesi ve mekânda kişisel alan oluşturma olarak yorumlanabilir. / Kişiselleştirme-kişisel alan



Şekil 5.30: Yemek Sepeti Park uyku odası.

- Kişisel kilitli depolama alanlarının varlığı ve anahtarların çalışanlarda kalma durumu depolama ünitelerinin kişiselleştirilmesinin yanı sıra kontrolünün kullanıcıda olmasından dolayı mekânsal aidiyet ile de ilişkilidir. Ayrıca depolama ünitelerinin üzerinde bisküvi, havuç, kahve gibi işin doğasını yansıtan figürlerin yer almasının da kullanıcıda kurumsal kimliğe bağlılık sağladığı ve mekânsal aidiyet hissini beslediği düşünülmektedir (Resim: 5.34)./Kişiselleştirme-aidiyet



Şekil 5.31: Kişisel depolama alanları üzerinde kurum kimliğine uygun etiketler.

- Uyku odalarında perdelerin ve ses yalıtımının varlığı, uyuma ve dinlenme alanlarında görsel ve işitsel mahremiyetin sağlandığı uygulamalar olarak dikkat çekmektedir. / Mahremiyet
- Sosyal iletişim sağlayan mekânlar aracılığıyla, çevrenin tanıdık ve kişiselleştirme bakımından konforlu hale gelme durumunu açıklayan mental kişiselleştirme örneklerinin varlığı. Örneklem olarak seçilen mekânda sosyal alanlar

ve bu alanlarda deneyimlenen aktiviteler ile mental olarak mekân ile bağ kurmak mümkündür. / Mental kişiselleştirme

- Mekânda bireyin oryantasyonunu, yön bulmasını ve zihinsel hâkimiyetini kolaylaştıracak özel isimlerin ve kimlik öğelerinin bulunması. Bu bağlamda sosyal alanların olduğu mekânın "Bulut Bölgesi" (Şekil 5.32) [Web 77] olarak anılması, uyku odalarına bağlanan köprülerin isimlerini (Şekil 5.33) [Web 77] dünyaca ünlü filmlerdeki mekânlardan alması (Khazad-Dum, Cassandra, Kwai gibi), toplantı mekânlarında işin doğasına uygun isimler kullanılarak kimlik kazandırılması (Safran Toplantı Odası gibi) gibi örnekler açıklayıcı olabilir. / Mekâna zihinsel hâkimiyet, yön bulma, oryantasyon.

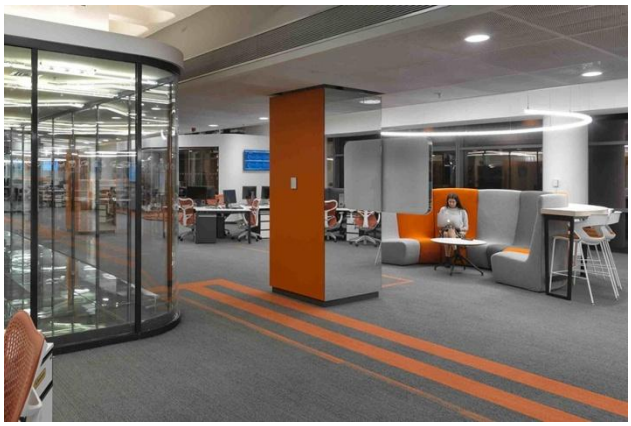


Şekil 5.32: Bulut bölgesi.



Şekil 5.33: Köprü isimleri.

- Mekânda bireyin oryantasyonunu sağlayan farklı bir uygulama da 3. katta ofis alanına girişte zeminde devam eden lineer çizgilerin görsel olarak sürekliliği ve kullanıcıları çalışma alanına yönlendirmesidir (Şekil 5.34) [Web 77]. / Mekâna zihinsel hâkimiyet, yön bulma, oryantasyon.



Şekil 5.34: Çalışma alanındaki lineer izler.

- Mekânın konumunu göstermenin yanı sıra, mekânın kullanıma uygun olup olmadığı hakkında bilgi veren dijital yönlendiricilerin varlığı. Bu duruma ıslak hacimlerin doluluk boşluk durumunu gösteren simgesel işaretlerin oryantasyonun yanı sıra bilgilendirme amaçlı da kullanılması örnek olarak verilebilir (Şekil 5.35) [Web 76].



Şekil 5.35: Yönlendirici ve bilgilendirici dijital levhalar.

- Bilgilendirme ekranlarının kullanıcıların görsel olarak kuvvetli bağ kurabilecekleri mekânlarda konumlandırılmasıyla, çalışanların kurum içi gelişmelerden haberdar olma durumu. Yapı girişinde nostaljik, mekânik çalışan bir

pano ekranının doğum günlerinde, işe başlama yıl dönümlerinde, sipariş rekorlarında güncellenerek şirket içi iletişimi ve çalışan aidiyetini artırmaya yönelik bir uygulama olarak kullanılması dikkat çekicidir (Şekil 5.36) [Web 76].



Şekil 5.36: Bilgilendirici mekânik levha.

- Mekânın Sınır Bileşenleri: Sınırlar, esneklikler, açıklık, yakınlık, mekânın iletişim olanakları gibi konuları kapsamaktadır. Örneklem olarak seçilen mekândaki sınır bileşenlerine yönelik bulgular şunlardır:

- Çalışma mekânını destekleyen yardımcı mekânların çalışma alanı ile bağlantılı olacak şekilde tasarlanmış olması. Yatar pozisyondaki dinlenme koltukları, hamaklar, oyun alanları, mutfak alanı gibi eylemsel çeşitlilik içeren mekânların sınır olmaksızın çalışma eylemini desteklemesi örnek olarak verilebilir.
- Mekânların yatay ve / veya düşey düzlemde bir bütün olarak algılanabilirliği. Mekânda açıklığı çeşitlendirilebilir sınırları olmayan köprü gibi yatay bağlantılar, galerili plan düzeni bu kapsamda örnek olarak değerlendirilebilir.
- Farklı malzemelerin kullanımı ile sınırların dekoratif hale getirilmesi. Zemin kaplamasının doğramalar ile birleştiği noktada kesintiye uğrayarak çakıl taşları ile sınırlar vurgulanmıştır (Şekil 5.37) [Web 79].
- Mekânda gör ve görün (see and be seen) ilkesinin işleyişi gözlemlenmektedir. Şekil 5.38'de [Web 77] çok amaçlı tribün alanının geçirgen sınırlarının görsel iletişimi kesmeden iki kat boyunca devam ettiği gözlemlenmektedir. Tribün alanı ve çevreleyen mekânlar çalışanların iletişime ve etkileşime açık olduğu bir sahne niteliğindedir.



Şekil 5.37: Farklı malzemeler ile oluşturulan sınır.



Şekil 5.38: Tribün alanındaki şeffaf sınır.

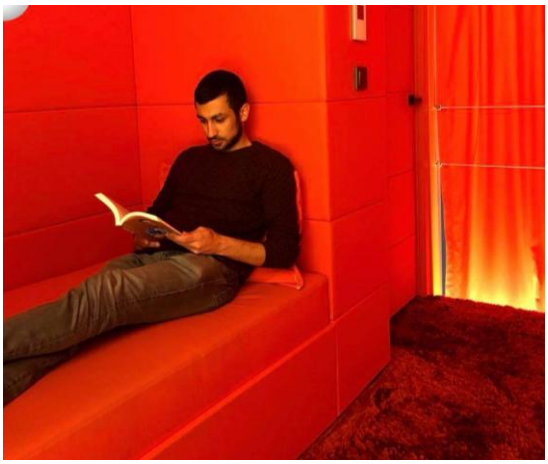
- Kullanıcıların iletişimini artırmaya yönelik sosyopedal uygulamaların varlığı. Bu durum dinlenme alanlarında donatıların iletişime açık olacak şekilde konumlandırılması ile örneklenebilir (Şekil 5.39) [Web 77].



Şekil 5.39: Sosyal alandaki sosyopedal uygulama.

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Eylemsel çeşitlilik, eylemlerin gerçekleşmesindeki fonksiyonellik - ergonomi, aktif tasarım bileşenleri, gibi konuları kapsamaktadır. Mekânda gözlemlenen eylemsel olanaklar ve eylem çeşitliliğine imkân veren mekânsal düzenlemeler şu şekildedir:

- Yeme içme mekânlarının çalışma ofisleri ile ilişkili olması. Örneklem olarak seçilen mekânın her katında çalışma mekânı ile bağlantılı, kişisel kullanıma açık, küçük mutfak alanları ve ortak kullanıma uygun kafe alanı çalışanlar tarafından kullanılabilmektedir.
- Uyuma eyleminin yanı sıra dinlenme, kitap okuma gibi eylemlerin gerçekleştirildiği mekânsal düzenlemeye sahip uyku odalarının varlığı. Her katta olmak üzere toplamda sekiz adet uyku odası, gün içerisinde power nap olarak adlandırılan güç uykularına olanak tanımaktadır (Şekil 5.40) [Web 80].

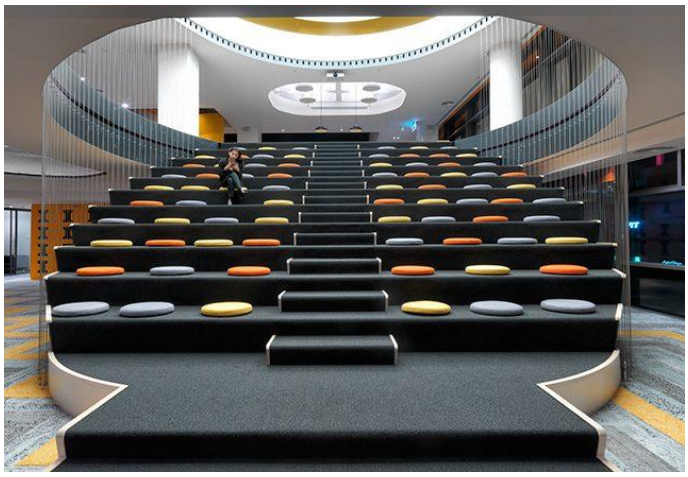


Şekil 5.40: Uyku odalarının çeşitli eylemler için kullanım boyunca kişiselleştirilmesi.

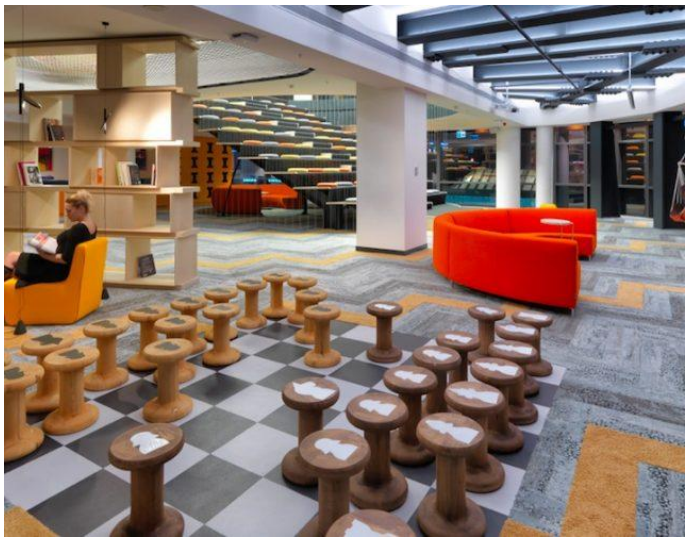
- Oyun ve eğlence mekânlarının varlığı. Bilardo, masa tenisi, satranç oyunlarının oynandığı mekânlar, sinema ve maç izlemeye olanak sağlayan tribün alanı, bilgisayar oyunlarının oynandığı oyun odaları, müzik dolabı gibi eğlence ve oyun alanlarının çeşitliliği dikkat çekicidir.

Mekânın eylemsel olanakları başlığı altında değerlendirilen aktif tasarım bileşenlerine yönelik bulgular ise aşağıda belirtilmiştir:

- Resim Şekil 5.41'de [Web 77] görüldüğü gibi merdivenin çekiciliği ve görünürlüğünün etkisiyle kullanırlılığının artması.
- Şekil 5.42'de [Web 77] örneklendiği gibi oyun konsolları, hamaklar ve salıncakların harekete teşvik etmesi.
- Alternatif çalışma mekânları arasında hareket edebilme olanağı (Resim 5.47) [Web 77].
- Spor alanlarının çalışma mekânında aktif olmaya olanak tanıması (Resim 5.48) [Web 77]. Ayrıca spor salonunda pilates ve yoga derslerinin verilmesi çalışma ortamında aktif yaşamı destekleyici uygulamalara örnek olarak verilebilir.



Şekil 5.41: Düşey sirkülasyonu sağlayan tribün alanı.



Şekil 5.42: Yemek Sepeti Park oyun alanları.



Şekil 5.43: Yemek Sepeti Park alternatif çalışma alanları.



Şekil 5.44: Yemek Sepeti Park spor alanları.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Yemek Sepeti Park örneklem mekânında duyusal bileşenler çerçevesinde tespit edilen mekânsal düzenlemeler ve uygulamalar ilişkili oldukları duyular belirtilerek aşağıda açıklanmıştır.

- Meyve saatleri, çay- kahve saatlerinde sunulan tatların çalışma mekânları içerisinde deneyimlenmesi. / Tat duyusu.
- Minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, hamakları, fileli dinlenme platformu gibi dokunsal özelliği güçlü elemanların varlığı. / Dokunma duyusu.
- Sesin izolasyonu için akustik yapı malzemelerinin çalışma ofislerinde ve uyku odalarında kullanılması. / İşitme duyusu.

- Tat mekânlarının kişisel kullanıma açık olması ve kahve makinesi gibi gereçlerin çalışanlar tarafından kullanılabiliyor olması / Tat alma, koklama duyusu
- Mekânın kendi içinde ayrıştırılmamış olarak tat duyusuna yönelik köşelerin bulunması. Yemeksepeti Park'ta ofis mekânlarının her katında kitchenet bulunmaktadır. /Tat alma duyusu.
- Kurum kimliğini yansıtan görsel etki yaratan renkler, sloganlar, çizimler kullanılması. Ofislerin şeffaf bölücülerinde yiyecek temalı görsellerin kullanılması. /Görme duyusu.
- Mekânları isimlendirirken tat duyusu ile ilişkili isimlerin kullanılması. Pul Biber Toplantı Odası, Safran Toplantı Odası gibi. Bunun yanı sıra mekâna ismini veren baharatın fiziksel görüntüsünün mekânın kapısında yer alması da görme duyusunu etkileyen, mekâna zihinsel hâkimiyet sağlayan bir uygulama olarak dikkat çekmektedir (Şekil 5.45) [Web 76].



Şekil 5.45: İsmini baharatlardan alan toplantı odaları girişi.

- İşin doğası gereği yoğun sese maruz kalınan ofis mekânlarında ses yalıtımının yeterli olamayacağı durumlarda işitsel konforu sağlamak için kulaklık kullanımı. Bu çerçevede çağrı merkezleri örnek olarak verilebilir.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Bu başlık altında, psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerinin mekânsal düzenlemelere ve uygulamalara yansıması gözlemlenmektedir.

- Sanat ve kültür ile ilişkili mekânsal tasarımların veya etkinliklerin varlığı. Mekânın duvarlarında Fikret Mualla, Selma Gürbüz, Devrim Erbil, Burhan Doğançay gibi Türk ressamlarının sanat eserlerine yer verilmesi (Şekil 5.46) [Web 76], sinema saatlerinin düzenlenmesi gibi etkinlikler örnek olarak verilebilir.



Şekil 5.46: Ofis mekânının duvarında yer alan Selma Gürbüz tablosu.

- Mekânda hayvanların, bitkilerin ve açık hava ile bütünleşik alanların varlığı biyofilik uygulamalara örnek olarak verilebilir. Yönetici odasında terraryum ve içerisinde yetiştirilen iguana, akvaryum ve piranalar dikkat çekici örneklerdir (Şekil 5.47) [Web 76]. Bunun yanı sıra 5. katta çalışanların kullanımına açık teras alanı mevcuttur.



Şekil 5.47: Ofis mekânında biyofilik uygulama.

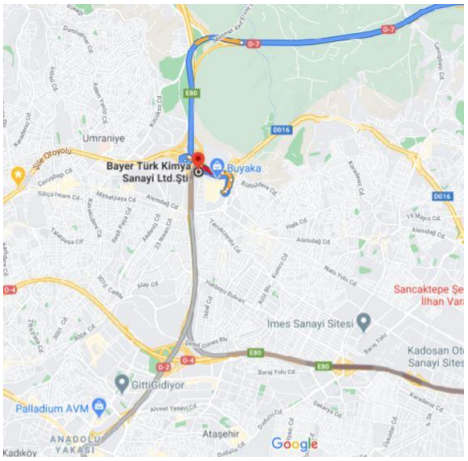
5.1.1.3. Bayer Genel Müdürlük Binası

Tablo 5.4: Bayer Genel Müdürlük bilgilendirme tablosu.

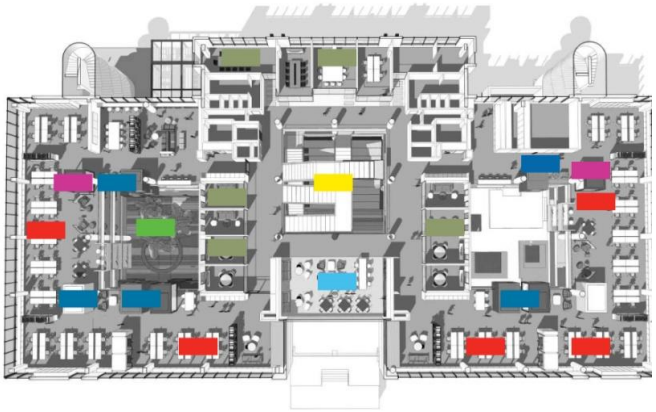
Bayer Genel Müdürlük Binası					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Çalışan Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Ümraniye/İstanbul	12000 m2	2016	313	Bebek Patlaması, X,Y	Açık-Esnek



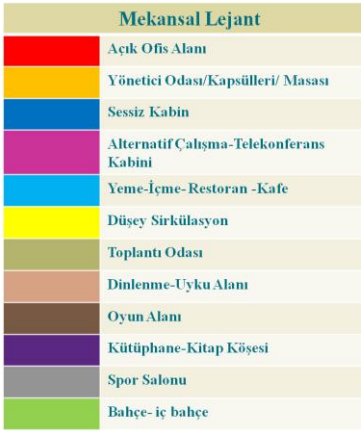
Şekil 5.48: Bayer Türk Binası.

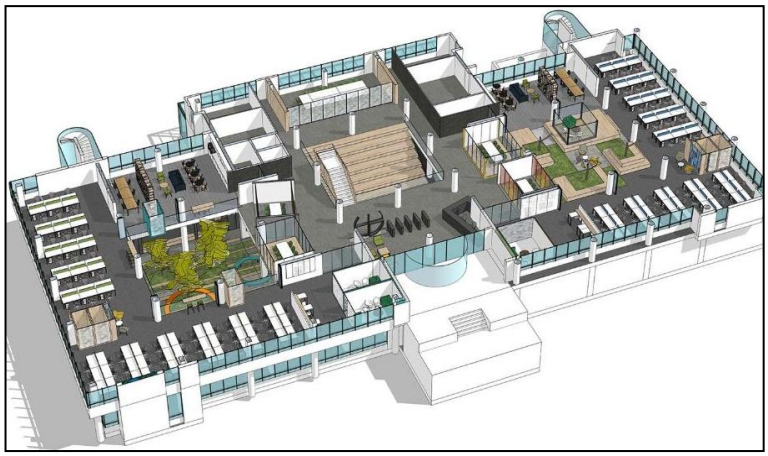


Şekil 5.49: Bayer Genel Müdürlük binası konumu.



Şekil 5.50: Bayer Türk mekânsal analiz.





Şekil 5.51: Bayer Türk giriş katı.

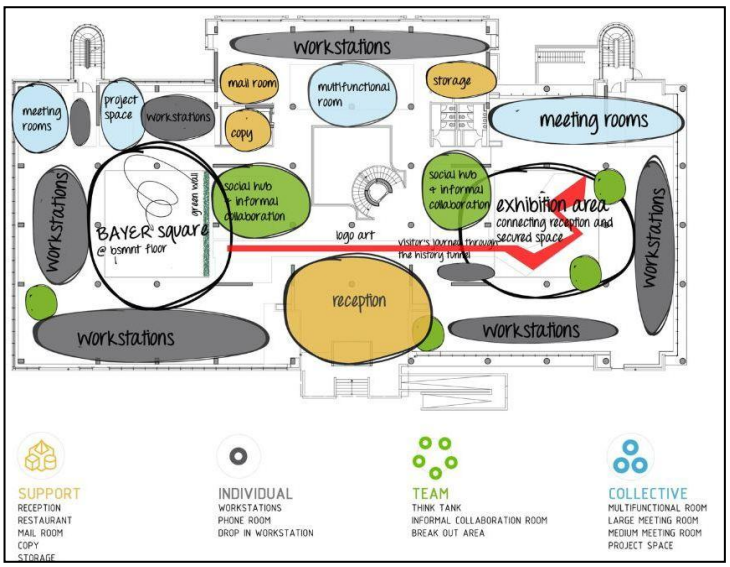


Şekil 5.52: Bayer Türk 1. kat.

İstanbul Ümraniye'de yer alan Bayer Genel Merkez Binası'nın yenilenmesi amacıyla düzenlenen davetli yarışmayla seçilen proje Ünder Architects ekibine aittir. Yaklaşık 12,000 m2 inşaat alanına sahip, kapsamlı bir dönüşümü içermektedir. Tasarımcıların anlatımıyla proje hakkında derlenen bilgiler şu şekildedir:

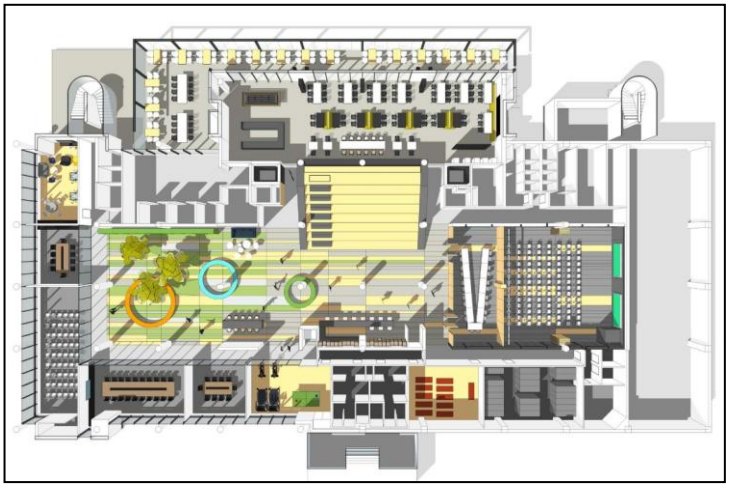
Proje, "Yaşam Bilimleri" şirketi olma yolunda ilerleyen Bayer'in kurumsal kimliği ve çalışma kültüründeki değişimini esas alan bir 'dönüşüm yönetimi' süreci ile entegre yürütülmüştür. Hücresel yapıdaki geleneksel ofis tipolojisinden, çağdaş, "aktivite bazlı" bir tasarıma dönüşüm söz konusudur. Dönüşüm sonrası çalışma sistemi kimsenin "kendine ait" bir masasının tanımlanmadığı, çalışma alışkanlıklarını kökten değiştiren bir çalışma biçimini tariflemektedir. Bu yeni düzene geçişi hazırlayan süreç tüm çalışanların katılımıyla gerçekleşmiştir.

Proje kurgusu oluşturulurken, mevcut mimari yapının sağladığı potansiyel kullanılarak binanın giriş alanının yer aldığı orta blok, ana trafiği yüklenen, düşey sirkülasyonu da barındıran daha kamusal bir alan olarak ele alınmıştır. Her iki yandaki kanat bloklar ise, departmanların ve çalışma ofislerinin yer aldığı, mahremiyeti gözeten mekânlar olarak tasarlanmıştır (Şekil 5.53) [Web 45].



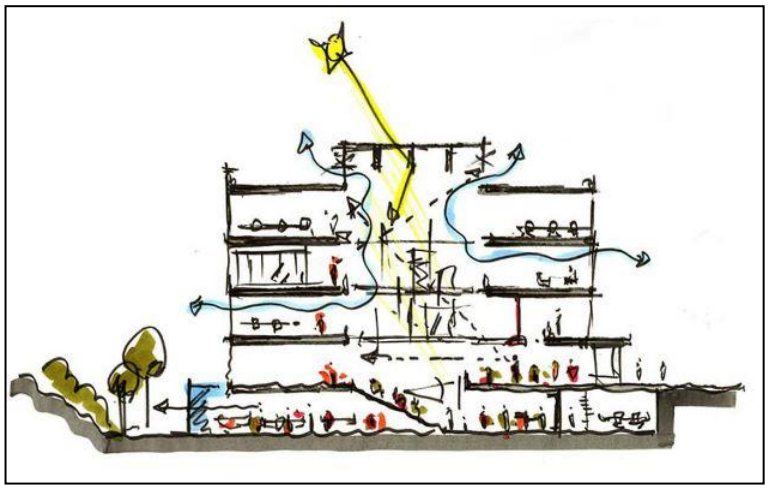
Şekil 5.53: Bayer Türk dönüşüm konsepti.

Orta atrium ile kanatları birleştiren ara alan bir tampon bölge görevi görecek şekilde tasarlanmıştır. Bu alan farklı büyüklük ve çalışma biçimlerine hizmet edecek orta boy toplantı odalarını, esnek çalışma alanlarını barındırmaktadır (Şekil 5.54) [Web 45].

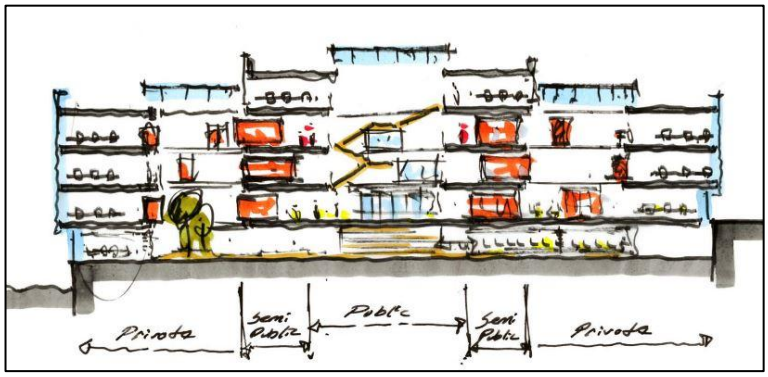


Şekil 5.54: Bayer Türk zemin kat dönüşüm konsepti.

Bu mekânsal kurgu kesite de yansıtılmıştır (Şekil 5.55) [Web 45]. Giriş katı ile birlikte, kottan dolayı dış mekân ile bağlantısı kurulabilen zemin kat, tamamen ortak kullanımların yer aldığı bir kata dönüştürülmüştür. Bağlantının sürekliliği bu iki katı birbirine bağlayan bir amfi ile sağlanmıştır.

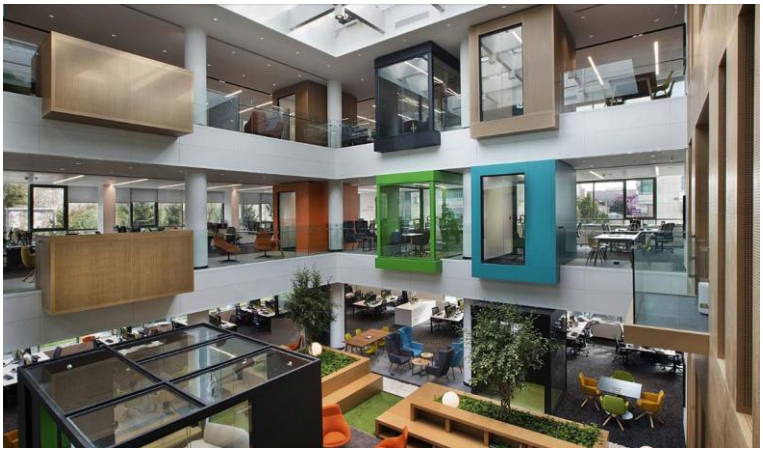


Şekil 5.55: Bayer Türk dönüşüm projesi kesit 1.

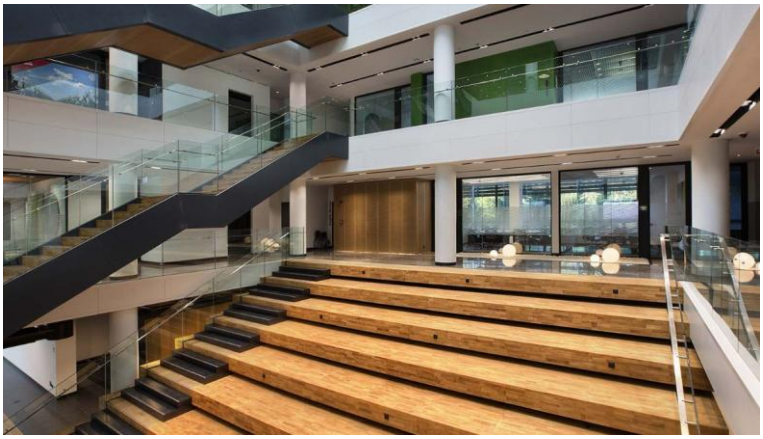


Şekil 5.56: Bayer Türk dönüşüm projesi kesit 2.

Mekânın düşey düzlemde bir bütün olarak algılanabilirliğini artırmak için giriş ve karşılama alanı, döşemede açılan bir yırtık ile iki kat yüksekliğinde bir hacme dönüştürülmüştür (Şekil 5.56) [Web 45]. Bununla birlikte Şekil 5.58'de [Web 45] görüldüğü gibi yeniden tariflenen ana merdiven, ziyaretçileri ve çalışanları aktiviteye teşvik edecek, davetkar bir şekilde tasarlanmıştır. Islak hacimler, teknik hacimler ve asansörlerin dahil olduğu yeni bir çekirdek tasarımı oluşturulmuştur.



Şekil 5.57: Bayer Türk atrium.



Şekil 5.58: Bayer türk ana merdiven.

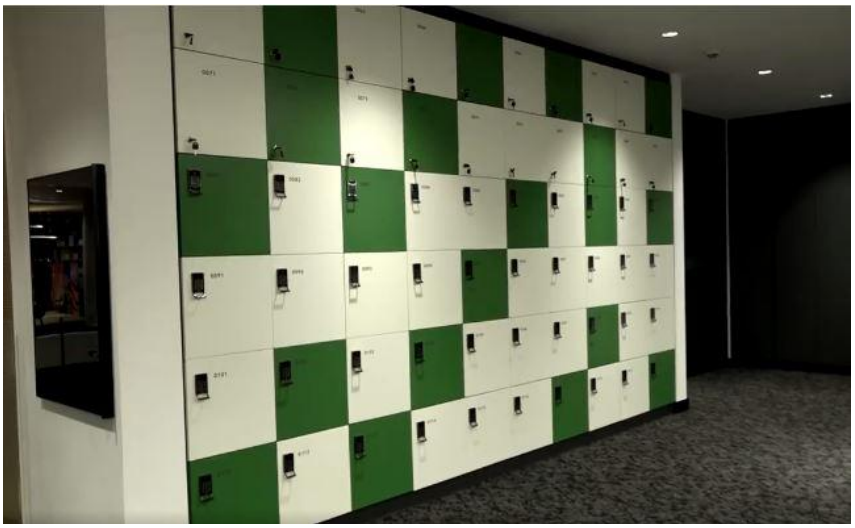
Yöneticiler dahil hiç bir ofis kullanıcısının bireysel, kapalı bir ofis alanının bulunmadığı yeni düzenlemede dönüşüm sürecinin yönetimi, tespit edilen aktivitelere yönelik tasarlanmıştır. Birincil çalışma alanlarının yanı sıra tasarlanmış alternatif çalışma alanları şunlardır; odaklanma alanları, farklı boyutlarda toplantı ve proje odaları, ayakta toplantı ve çalışma odaları, think tank, telefon görüşmeleri amacıyla tasarlanmış, 2-3 kişilik toplantıların da yapılabileceği, atrium çevrelerinde cumba şeklinde düzenlenmiş küçük odalar, katlarda esnek çalışma olanağı da tanıyan kitchenette alanları. Çalışma alanlarına hizmet eden diğer yan fonksiyonları barındıran mekânlar ise; zemin katta town-hall alanı, kafe, bar, eczane, spor salonu, yoga-pilates salonu, oyun odası gibi yaşam alanlarıdır. Elektronik rezervasyon sistemi ile toplantı odalarının durumunu kontrol etmek mümkündür. Böylece düzenlenecek olan etkinliğin niteliğine göre uygun olan toplantı mekânı zamandan

tasarruf edilerek takip edilebilmektedir. Mekânik ve elektrik sistemleri yeniden düzenlenerek farklı bölgelerde farklı sistem çözümleri geliştirilmiştir. Atrium kesiti boyunca perfore ahşap panellerden özel bir akustik duvar tasarlanmıştır.

Hiyerarşiyi ortadan kaldıran yeni bir düzen kurulmuştur. Çalışanların, sadece bir oda, ya da masa ile aidiyet kurmasındansa, ofisin tamamını sahiplenmesi amacıyla, farklı çalışma mekânlarına göre, ve aktivitelerine bağlı olarak tasarlanmış alternatif alanları kullanması amaçlanmıştır. Bu sayede ofis içi iletişimin ve verimliliğin arttırılması hedeflenmiştir. Örneklem olarak seçilen kurumsal ofis mekânında (Bayer G.M.) gözlemlenen ve çevresel psikoloji bileşenleri çerçevesinde değerlendirilen bulgular şunlardır:

- Mekânda Alan Yönetimi: Bu başlık altında incelenecek olan çevresel psikoloji bileşenleri; mekânı kişiselleştirme, kişisel alan, aidiyet, kendileme, mahremiyet, mekâna zihinsel hâkimiyet, yön bulma ve oryantasyon olarak sıralanabilir. Örneklem ofisteki bu başlıklar ile ilişkili uygulama ve mekânsal düzenlemeler şu şekilde açıklanabilir;

- Esnek plan tipine sahip çalışma alanlarında farklı çalışma modlarını kullanan çalışanların mekânın bütününü sahiplenmesi. / Aidiyet
- Şekil 5.59'da [Web 45] görüldüğü gibi kişisel depolama alanlarının varlığı. / Aidiyet.



Şekil 5.59: Kişisel depolama alanları.

- Çalışma saatlerinin ve çalışma biçiminin yönetilebilirliği. Gün içinde mesai saat aralığını tercih edebilme, haftanın belli günlerinde ofis dışında çalışabilme imkanı bu duruma örnek olarak verilebilir.
- Ofis mekânlarının ve/veya yardımcı mekânların kolektif olarak kişiselleştirilmesinin mekânsal düzenlemeler katkısıyla sağlanabilmesi. Kafe alanında yer alan kara tahta alanına mekânın kullanıcıları tarafından mekânsal aidiyeti, ekip ruhunu yansıtan notların yazılması örnek olarak değerlendirilebilir (Şekil 5.60) [Web 45].



Şekil 5.60: Kafe alanının kullanıcılar tarafından kişiselleştirilmesi.



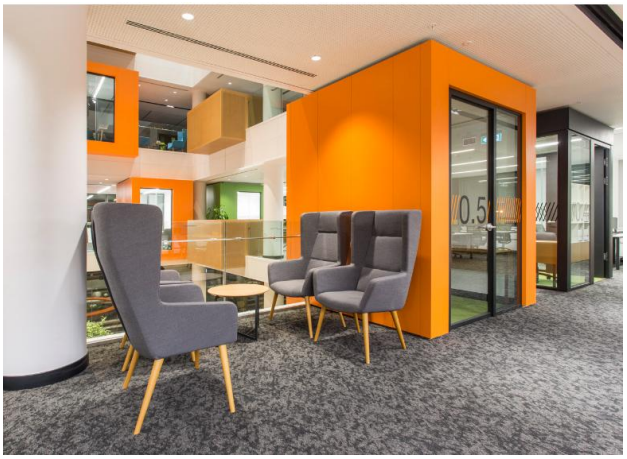
Şekil 5.61: Kafe alanında kullanıcıların yazdığı kişisel notlar.

- Mekânda bireyin oryantasyonunu, yön bulmasını ve zihinsel hâkimiyetini kolaylaştıracak çarpıcı öğelerin bulunması. Atriumdan algılanan renkli cumbalar, ana merdiven, town hall alanı gibi dikkat çekici alanlar zihinsel olarak mekânsal hâkimiyeti artırmaktadır./Mekâna zihinsel hâkimiyet.

- Mekânın Sınır Bileşenleri: Sınırlar, esneklikler, açıklık, yakınlık, mekânın iletişim olanakları gibi konuları kapsamaktadır. Örneklem olarak seçilen Bayer

Türkiye Genel Merkezi ofis mekânları ve yardımcı mekânlarındaki sınır bileşenlerine yönelik bulgular şunlardır:

- Çalışma mekânını destekleyen yardımcı mekânların çalışma alanı ile bağlantılı olacak şekilde aralarında sınır olmaksızın tasarlanmış olması. Telefon kabinleri, bar alanı, dinlenme alanları gibi mekânlar çalışma eylemini destekleyen alanlar olarak ele alınabilir (Şekil 5.62) [Web 81].



Şekil 5.62: Çalışma eylemini destekleyen dinlenme alanları.

- Mekânların yatay ve / veya düşey düzlemde bir bütün olarak algılanabilirliği. Galerili plan düzeni bu kapsamda örnek olarak değerlendirilebilir.
- Mekânda "gör ve görün" (see and be seen) ilkesinin mekânsal yansımalarının varlığı. Hall Town olarak adlandırılan sosyal alan ve galerili mekânlar çalışanların sürekli etkileşimde olmasına ve görsel iletişime olanak tanımaktadır.
- Çalışma mekânlarının çeşitliliği ve kullanım esnekliği. Yöneticiler de dahil olmak üzere hiç kimsenin bireysel odasının olmadığı bir mekânsal kurgunun olması, çalışma mekânlarında esneklik sunmaktadır./Esneklik.
- Dinlenme alanları ve sosyal alanlarda sosyopedal / sosyofugal uygulamaların varlığı. Dinlenme alanında yüz yüze iletişime uygun, sosyopedal (Şekil 5.63) [Web 81] bir mekânsal düzenleme söz konusu iken, seminer alanı olarak kullanılan merdivenlerde iletişime kapalı, sunum ekranına odaklı sosyofugal (Şekil 5.64) [Web 82] oturma düzeni kullanılmaktadır.

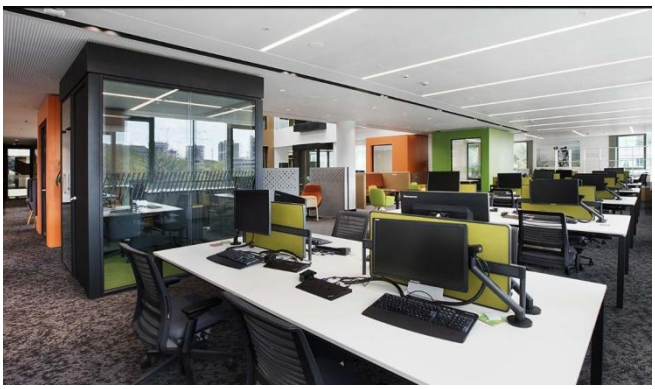


Şekil 5.63: Dinlenme alanında iletişime açık sosyopedal oturma düzeni.



Şekil 5.64: Amfi alanında iletişime kapalı sosyofugal oturma düzeni.

- Ofis donatılarında kullanılan ekipmanlar ile oluşturulan sınır. Bu durum Şekil 5.65 'de [Web 45] görüldüğü gibi ortak masa kullanımlarında, karşılıklı iki bilgisayar ekranı arasına bölücülerin yerleştirilmesi ile örneklenebilir./Sınır.



Şekil 5.65: Bilgisayar ekranlarının arasında yer alan bölücülerin oluşturduğu sınır.

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Örneklem olarak seçilen mekânın eylemsel olanakları şunlardır:

- Kitchenette alanları: Katlarda çalışma mekânı ile bağlantılı olarak tasarlanmış, kişisel kullanıma açık kitchenette alanları bulunmaktadır.
- Bireysel çalışma ve özel görüşme kabinleri: Kişisel telefon görüşmeleri ve konsantrasyon gerektiren çalışmalar için kullanılan mekânlardır. Galeride konumlandırılmış renkli cumbalar olarak dikkat çekmektedir.
- Çalışma mekânı ve sosyal alanların dışında çalışanların kolay erişim sağlayabileceği, kritik öneme sahip mekânların varlığı. Yapı alanı içerisinde hizmet veren "ezcane" bu mekânlara örnek olarak verilebilir (Şekil 5.66) [Web 45].



Şekil 5.66: Yapı alanı içerisinde yer alan eczane.

- Dinlenme alanları: Şekil 5.67'de [Web 81] görüldüğü gibi sınırları olmayan dinlenme mekânlarının yanı sıra, Şekil 5.68'de [Web 81] görüldüğü gibi kapalı oda şeklinde, enformel toplantıların da yapılabileceği işitsel ve görsel mahremiyetin sağlandığı dinlenme alanları da mevcuttur.



Şekil 5.67: Açık dinlenme alanı.



Şekil 5.68: Kapalı dinlenme alanı.

Mekânın eylemsel olanakları başlığı altında yer alan, "aktif tasarım bileşenlerine" yönelik bulgular şu şekildedir:

- Merdivenin çekiciliği ve görünürlüğünün etkisiyle kullanırlılığının artması. Bunun yanı sıra merdiveni kullanmaya teşvik eden görsel notların çalışma ofislerinde bardak altlığı olarak kullanılması ofis içi mekânlarda aktif yaşamı destekleyen uyarıcılar olarak dikkat çekmektedir (Şekil 5.69) [Web 83].



Şekil 5.69: Aktiviteye teşvik eden uyarıcı yazı.

- Kimsenin kendine ait sabit bir masasının olmadığı bu yapıda alternatif çalışma mekânları arasında hareket halinde olma durumu, ofis çalışanlarını aktiviteye teşvik etmektedir.

- Spor salonu, yoga-pilates salonu, oyun odası gibi, çok çeşitli çalışma ve yaşam alanları aktif tasarım bileşenlerine örnek olarak verilebilir.
- Açık ofis mekânlarında çalışanlar arası iletişimin kuvvetli olması sonucu yüz yüze iletişimin tercih edilmesi, dolayısıyla çalışma esnasında aktiviteye dayalı bir iletişimin kullanılması söz konusudur.

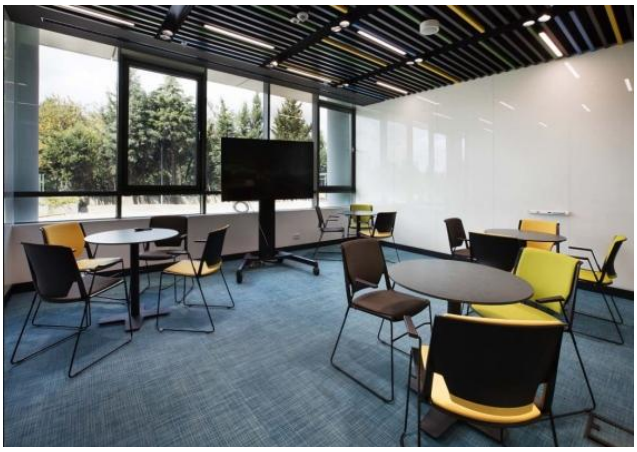
- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Örneklem olarak seçilen Bayer Türk mekânında duyusal bileşenler çerçevesinde tespit edilen mekânsal düzenlemeler ve uygulamalar ilişkili oldukları duyular belirtilerek aşağıda açıklanmıştır.

- Sosyal alanlar ile bağlantılı kafe (Şekil 5.70) [Web 45] ve yemekhane gibi tat mekânlarının varlığı, tat duyusu ile ilişkili mekânsal uygulamalara örnek olarak verilebilir.



Şekil 5.70: Kafe ile ilişkili sosyal alan.

- Koltuk, sandalye gibi tefriş elemanlarında dokunsal etkisi güçlü olan döşeme malzemelerinin kullanılması. / Dokunma duyusu.
- Şekil 5.71'de [Web 81] çalışma mekânının zemininde görüldüğü gibi sesin izolasyonu için akustik yapı malzemelerinin ve halıların kullanılması örneklem mekânda gözlemlenen işitme duyusu ile ilişkilendirilmiş mekânsal düzenlemelerdir.



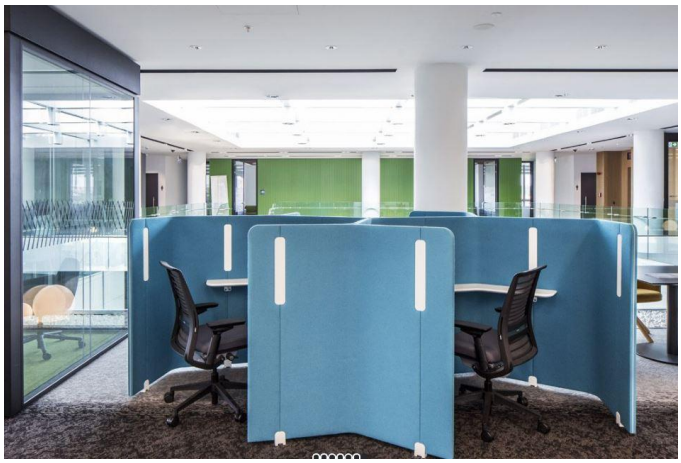
Şekil 5.71: Çalışma alanı zemininde halı kullanımı.

- Mekânın kendi içinde ayrıştırılmamış olarak tat mekânlarının bulunması ve bu mekânların kişisel kullanıma açık olması, kahve makinesi gibi gereçlerin çalışanlar tarafından kullanılabiliyor olması. / Tat, koklama duyusu.
- Görsel etki yaratan renklerin, uyarıcı sloganların, mesajların kullanılması. Cumbalarda olduğu gibi mekânda ve ofis donatılarında canlı renlerin kullanımı söz konusudur. Bu durum aynı zamanda mekâna zihinsel olarak hakim olmayı da destekleyen bir uygulamadır. Görsel notlar ise zihinde yer etmesi istenen konu ile ilişkili uyaranlardır (Şekil 5.72) [Web 83]. / Görme duyusu.



Şekil 5.72: Uyarıcı notlar içeren görseller.

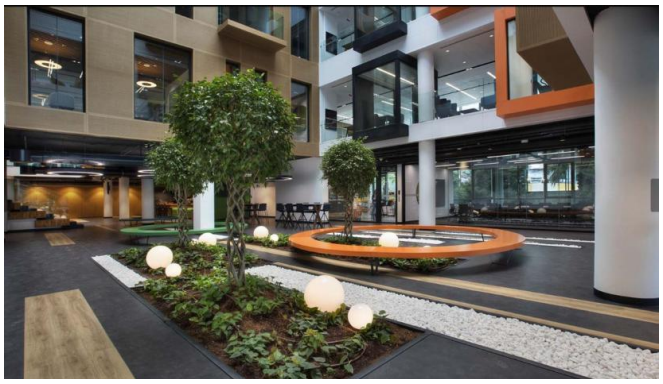
- Görsel mahremiyetin sağlandığı alanların varlığı. Mekânda her ne kadar kişisel masa ve mekân algısına uygun olmayan bir tasarım konsepti hakim olsa da, çalışma esnasında görsel mahremiyetin sağlandığı alternatif mekân düzenlemelerini gözlemlemek mümkündür (Şekil 5.73) [Web 81]. / Görme duyusu.



Şekil 5.73: Görsel mahremiyetin sağlandığı alternatif çalışma alanları.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Bayer Genel Müdürlük Binası'nda bu başlık ile ilintili olarak biyofilik tasarım uygulamalarına, psikolojik sağlamlık ve stres direncini artırmaya yönelik mekânsal düzenlemelere rastlanmaktadır.

- Şekil 5.74'de [Web 85] görülen bahçe katında olduğu gibi doğal ışık ve bitkilerin iç mekânda kullanımı, açık hava ile bütünleşik alanların varlığı gibi biyofilik uygulamalar.



Şekil 5.74: Doğal ışık alan bahçe katındaki biyofilik uygulamalar.

- Spor salonları, yoga ve pilates salonları gibi mekânsal düzenlemeler
- Amfi alanında gerçekleştirilen sosyal faaliyetler psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerine örnek olarak verilebilir.

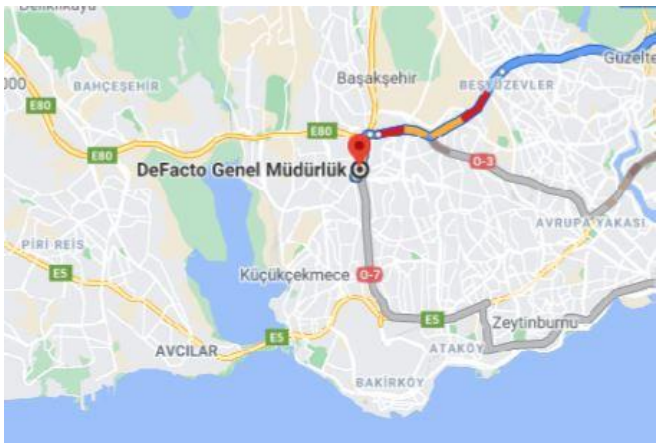
5.1.1.4. Defacto Genel Müdürlük Binası

Tablo 5.5: Defacto Genel Müdürlük bilgilendirme tablosu.

Defacto Genel Müdürlük Binası					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Çalışan Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Küçükçekmece /İstanbul	10200 m2	2016	3000	Bebek Patlaması, X, Y	Açık-Esnek



Şekil 5.75: Defacto Genel Müdürlük binası.



Şekil 5.76: Defacto Genel Müdürlük binası konumu.

DeFacto, giyim perakendeciliği alanında faaliyet gösteren, 2003 yılında kurulmuş bir şirket olup, 2019 yılı itibariyle 500 mağazası ve 3000'i genel merkezde olmak üzere 14000'in üzerinde çalışanı bulunması nedeniyle, Türkiye'deki giyim perakendeciliği açısından etkin bir konuma sahiptir. Defacto'da çalışanların yaş ortalaması mağazacılıkta 27.7, genel toplamda ise 28.5'tir. Defacto'nun 2016 yılında yayınladığı sürdürebilirlik raporuna göre yönetim kadrosunun farklı kademelere göre belirlenmiş yaş oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır [Web 84].

Tablo 5.6: Defacto Genel Çalışan Kategorisi* Başına Yaş Dağılımı (%).

		2015			2016		
		30 YAŞ ALTI	30-50	50 YAŞ ÜSTÜ	30 YAŞ ALTI	30-50	50 YAŞ ÜSTÜ
DEFACTO TÜRKİYE	Üst Yönetim	0,0	81,3	18,8	0,0	89,7	10,3
	Orta Yönetim	11,8	87,3	0,9	11,9	86,7	1,3
	Alt Yönetim	52,3	47,3	0,4	56,7	43,0	0,3
	Diğer	90,1	9,7	0,2	91,4	8,4	0,1

* Üst Yönetim: Genel müdür ve C-level (Genel Müdür Yardımcısı) ve Direktör
Orta Yönetim: Kıdemli Müdür, Müdür, Bölge Müdürü, Mağaza 1. müdürü
Alt Yönetim: Yönetici, yönetici adayları, Uzman, Uzman Yardımcısı, Mağaza 2. Müdürü, Reyon Yöneticisi, depoda çalışan şef
Diğer: Fabrika ve depo mavi yaka çalışanlar, diğer mağaza çalışanları

Tablo 5.6'da da görüldüğü gibi çalışanların büyük çoğunluğu Y Kuşağı üyesidir. Y Kuşağının iş hayatında sosyalleşmeye verdiği önemi dikkate alan Defacto, çalışma mekânını yaşam alanı olarak kurgulamıştır. 2016 sürdürülebilirlik raporuna göre kurumsal hedeflere ancak şirkete gönülden bağlı ve yüksek performans gösteren çalışanlarla ulaşılabileceği, bağlılık ve yüksek performansın da ancak mutlu çalışanlarla mümkün olabileceği vurgulanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda 2011 yılında DeFacto bünyesinde bir "Mutluluk Departmanı" kurulmuştur. Müdürü ve kendisinin yönetiminde oluşturulan ekibe ek olarak, tüm departman yöneticileri de mutluluk yöneticisi olarak konumlandırılmıştır. Mutluluk uygulamaları kapsamında iletişim, motivasyon, fiziksel ortam, çalışma saatleri, sosyalleşme, ulaşım, ücret, yeme - içme, gelişim, ulaşım, adalet gibi konular ele alınmaktadır. Çalışanlardan gelen geribildirimler doğrultusunda içinde bulunulan güncel duruma göre planlama yapılabilmektedir. "Mutluluk Departmanı", "Mutluluk

Odası” ile mekânsal bir kimliğe kavuşmuştur. Çalışanların mola zamanlarında keyifli vakit geçirebilecekleri “mutluluk odaları” 2016 yılında 122 mağaza tasarımında da yer almıştır. Genel Müdürlük binasında “mutluluk odaları” isimli mekânlarda dinlenme koltukları, TV, kütüphane, ayak masajı gibi hizmetler verilmektedir. Mutluluk odalarında her hafta pazartesi ve perşembe günleri mutluluk saati olarak adlandırılan birer saatlik görüşmeler yapılmaktadır. Bu görüşmelerde çalışanlar özel veya iş süreçleri ile ilgili paylaşımlarda bulunarak koçluk almaktadır. Bunun dışında “kulağım sende” kulağım sende uygulaması ile her ay yönetim ile çalışanlar bir araya gelerek paylaşım toplantıları yapmakta, bu toplantılarda çalışanlar bölüm başkanlarına merak ettikleri soruları yöneltebilmektedir.

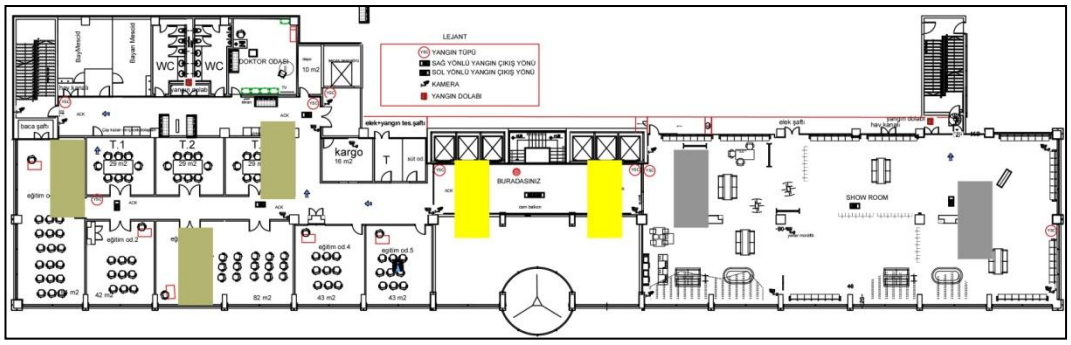
Çalışan memnuniyetini destekleyen bu uygulamalar değerlendirildiğinde DeFacto, “Great Place to Work - 2016” tarafından ödül alarak “Türkiye'nin En İyi İşverenleri” listesinde yer almıştır. İş - özel hayat dengesini korumaya yönelik hayata geçirilen diğer bir uygulama da esnek çalışma saatleri olup, DeFacto çalışanları sabah 07.00-09.00 arası çalışmaya başlayıp akşam 17.00-19.00 arası mesailerini bitirebilmektedir. Çalışma mekânlarının dışında, çalışan memnuniyetini destekleyen uygulamalar kapsamında, spor, masaj, kuaför, sağlıklı beslenme danışmanlığı gibi hizmetlerin verildiği mekânsal düzenlemeler de dikkat çekmektedir.

DeFacto ofislerinin plan yapısı incelendiğinde yöneticiler de dahil olmak üzere açık ofisler sisteminin hakim olduğu görülmektedir. Farklı büyüklüklerde toplantı odaları, arşiv, laboratuvar ve teknik hacim mekânları ise kapalı odalarda konumlanmıştır. Yönetici masaları açık ofis alanında yer almakla birlikte diğer çalışanların masalarına dik bir konumda yerleştirilerek hiyerarşi ve gözetim hissi yaratılmaya çalışılmıştır. Aynı katta konumlandırılmış farklı departmanların bazıları birbirinden kişisel depolama alanları ile ayrılmıştır. Sınırları kişisel dolaplar belirlemektedir. Yapı, asma kat ve 5 normal kattan oluşmaktadır. Ofis katlarındaki yerleşim birbirinin tekrarı niteliğindedir.

Şekil 5.76'daki asma kat planında incelenebileceği gibi asma katta eğitim salonları, toplantı odaları, spor salonu, kargo odası, yeni anneler için süt odası, şirket çalışanlarının sağlık kontrolleri için doktor odası ve spor salonu yer almaktadır. Spor salonunun barındırdığı hizmetleri ve mekânsal özellikleri şunlardır:

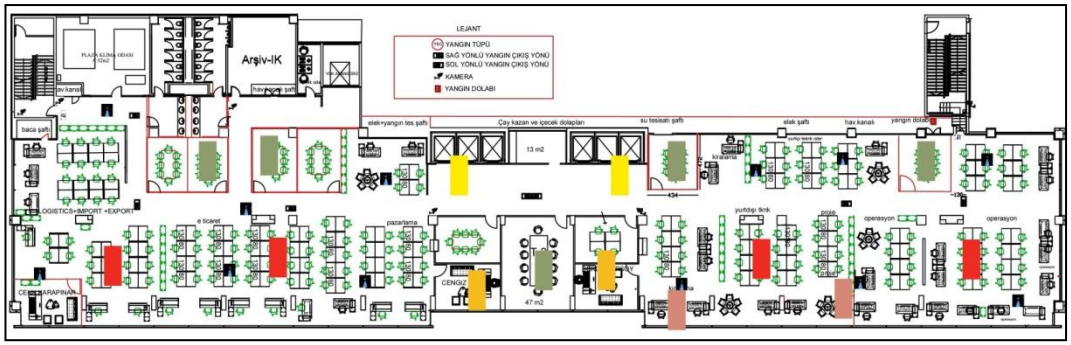
- Kadrolu bir spor hocası.
- Donanımlı bir spor alanı.

- Giyinme odaları ve duş kabinleri.
- Spor öncesi ve sonrasında gerekli olabilecek malzeme dolabı.
- Kişilere özel egzersiz programları.
- Hafta içi belirli günlerde crunch ve pilates dersleri.
- Spor eğitmeni tarafından hazırlanan beden sağlığı içerikli videolar.
- Masaj salonunda ergonomi eğitimleri ve tüm Genel Müdürlük çalışanlarının faydalanabileceği ücretsiz masaj hizmeti.



Şekil 5.77: Defacto Genel Müdürlük binası 1. kat planı.

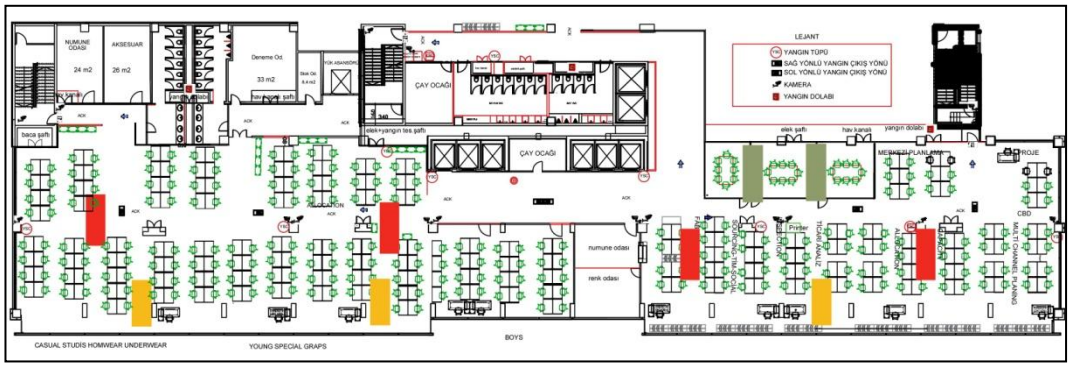
Şekil 5.77'de [Mahir, 2019] lojistik, operasyon, yurt dışı teknik işler, yurt içi teknik işler, pazarlama, e-ticaret departmanlarının açık ofis çalışma mekânlarının, kapalı toplantı odalarının, teknik ve ıslak hacimlerin birinci kat planında yer aldığı görülmektedir.



Şekil 5.78: Defacto Genel Müdürlük binası 2. kat planı.

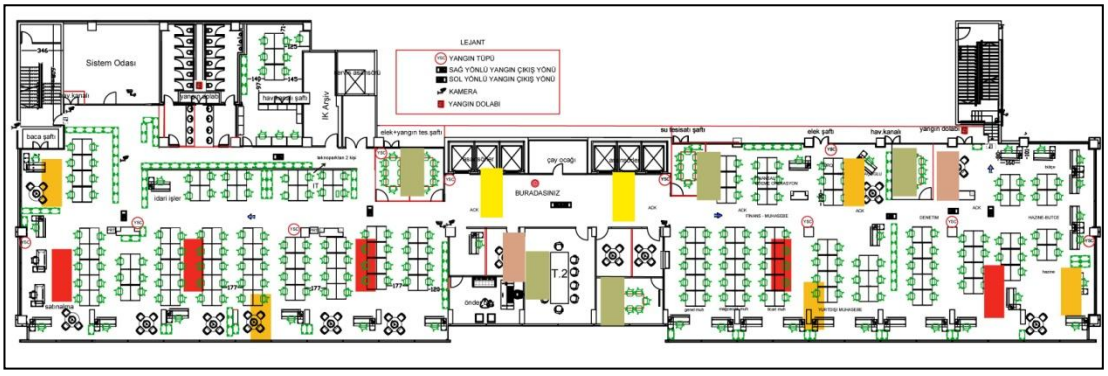
Şekil 5.79'da [Mahir, 2019] yer alan ikinci kat planında açık ofis alanları, üç adet kapalı toplantı odası, içecek alanı, numune ve aksesuar odaları yer almaktadır. Yöneticilerin de açık ofis alanını kullandığı, hiyerarşik katı düzeni kıran bir kurgu

söz konusudur. Bu yönüyle şeçilen bu örneklem mekân, yeni nesil ofis olma özelliklerinden birini taşımaktadır.



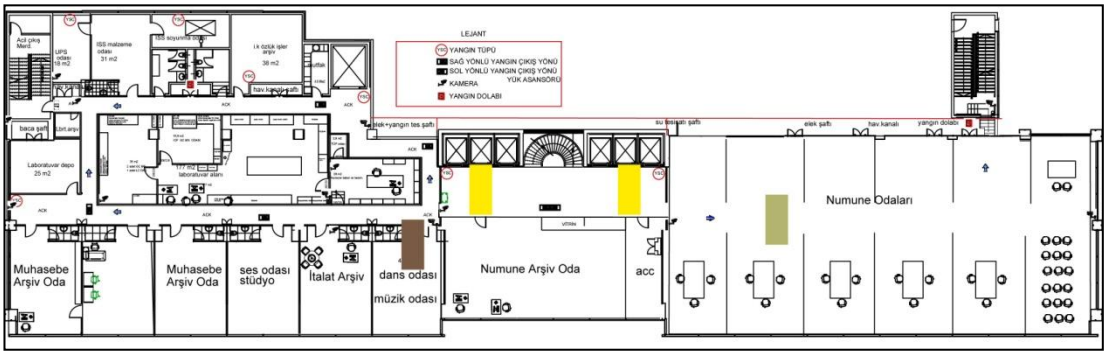
Şekil 5.79: Defacto Genel Müdürlük binası 2. kat planı.

Üçüncü kat satın alma, idari işler, finans, muhasebe departmanlarının açık ofis çalışma alanlarını, kapalı toplantı alanlarını, sistem odası ve açık ofis alanına hizmet veren içecek mekânını barındırmaktadır. Bu katta departmanların birbirinden kişisel depolama alanları ile belirgin bir biçimde ayrıldığı görülmektedir (Şekil 5.80) [Mahir, 2019].



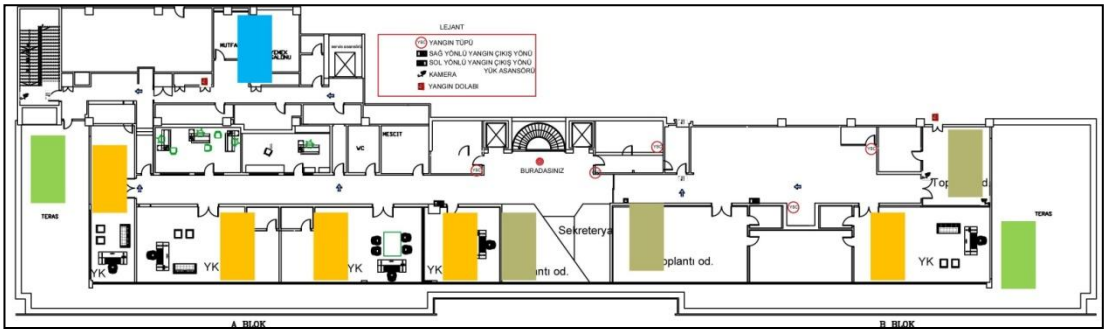
Şekil 5.80: Defacto Genel Müdürlük binası 3. kat planı.

Dördüncü katta, laboratuvar, arşiv, ses stüdyosu, numune odası, depo gibi kapalı ve küçük hacimlerin konumlandığı alanların yanı sıra dans ve müzik odalarının varlığı dikkat çekmektedir. Şirket içi Dans ve Müzik Kulüpleri sosyal faaliyetlerini bu mekânlarda gerçekleştirebilmektedir (Şekil 5.81) [Mahir, 2019].

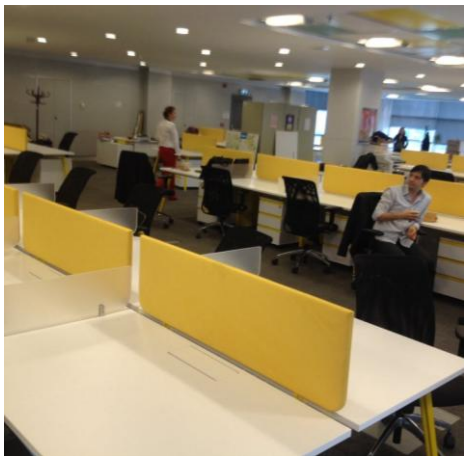


Şekil 5.81: Defacto Genel Müdürlük binası 4. kat planı.

5. katta kapalı çalışma mekânlarının bulunduğu yönetim kurulu ofisleri yer almaktadır. Ayrıca mutfak ile ilişkili yemek salonu ve kullanılabilir teras alanı bulunmaktadır. Terasta çalışanlar için tasarlanmış mini golf alanından oluşan bir oyun alanı tasarlanmıştır (Şekil 5.82) [Mahir, 2019].



Şekil 5.82: Defacto Genel Müdürlük binası 5. kat planı.



Şekil 5.83: Defacto açık ofis alanları.

Örneklem olarak seçilen DeFacto kurumsal ofis mekânında gözlemlenen çevresel psikoloji bileşenleri çerçevesinde elde edilen bulgular şunlardır:

- Mekânda Alan Yönetimi: Bu başlık altında incelenecek olan çevresel psikoloji bileşenleri; mekânı kişiselleştirme, kişisel alan, aidiyet, kendileme, mahremiyet, mekâna zihinsel hâkimiyet, yön bulma ve oryantasyon olarak sıralanabilir. Örneklem, DeFacto kurumsal ofis mekânlarında, bu başlıklar ile ilişkili uygulama ve mekânsal düzenlemeler şu şekilde açıklanabilir;

- Algısal boyuttaki kişiselleştirmelerle mekânın yönetilebilirliği. Bu çerçevede bireysel çalışma alanlarında yer alan fotoğraf, magnet, bireysel notlar, değer verilen kişisel eşyalar, kupa, su şişesi gibi çalışma esnasında kullanılan kişisel objelerin bulundurulabilmesi örnek olarak verilebilir.
- Çalışma saatlerinin ve çalışma biçiminin yönetilebilirliği. Bu durum çalışanların gün içinde mesai saat aralığını tercih edebilme, haftanın belli günlerinde ofis dışında çalışabilme durumları ile açıklanabilir.
- Ofis mekânının ve yardımcı mekânların kolektif (topluluk) olarak kişiselleştirilebilmesi. Örneğin; Mutluluk Odasının düzenlenmesi, yeni yıl gibi özel günlerde ofis mekânının kolektif olarak süslenmesi.

- Sınır Bileşenleri: Örneklem mekânın barındırdığı sınır bileşenlerine şu örnekler verilebilir;

- Tefriş elemanlarının farklı biçimlerde, düzenlerde ve yüksekliklerde sınır bileşeni olarak kullanılabilmesi.
- Bölücü panellerin yüksekliklerindeki değişkenlikler, masaların yerleşim düzenlerindeki çeşitlilikler, sandalyelerin sırtlık kısımlarının kapatıcılık etkisi, kişisel depolama alanlarının farklı biçimlerde departman sınırlarını belirlemek için konumlandırılması.
- Ortak kullanılan masalarda karşılıklı iki bilgisayarları ayıran bölücü elemanların tariflediği sınır (Şekil 5.83) [Web 85].

- Mekânının Eylemsel Olanakları: DeFacto'da gözlemlenen mekânsal çeşitlilik ve olanak tanıdığı eylemler şu şekilde açıklanabilir;

- Yeme-içme eyleminin gerçekleştirildiği yemek salonu, çalışma alanı ile bağlantılı olarak hizmet veren içecek mekânları,
- Terasta yer alan golf sahası, langırt, bilardo, masa tenisi, PlayStation turnuvalarının düzenlendiği oyun alanları,
- Tv izleme, kitap okuma, ayak masajı yaptırma gibi eylemlerin gerçekleştirildiği "Mutluluk Odası" (Şekil 5.84).
- Toplantıların ve özel görüşmelerin yapılabileceği farklı büyüklüklerdeki toplantı mekânları.
- Yeni anne olmuş çalışanların kullanımı için tasarlanmış "Süt Odası".
- Akdeniz konseptli bahçe ve mola alanları gibi mekânlar çeşitli eylemsel olanaklar sunmaktadır.



Şekil 5.84: Defacto "Mutluluk Odası".

Mekânının eylemsel olanakları başlığı altında yer alan aktif tasarım bileşenleri ise mekânda aktiviteye teşvik eden mekânsal düzenlemelerin ve uygulamaların varlığı ile açıklanabilir. Çalışanları merdiven kullanmaya teşvik etmek amacıyla merdivenlerin rıhtlarında aktif olmaya yönlendiren sloganların kullanılması (Şekil 5.85), spor alanının (Şekil 5.86), terasta tasarlanmış oyun alanlarının (Şekil 5.87) [Web 86], mutluluk odasında düzenlenen aktivitelerin varlığı mekânın aktif tasarım bileşenlerine örnek olarak verilebilir.



Şekil 5.85: Merdivenlerde aktiviteye teşvik eden sloganlar.



Şekil 5.86: Spor salonunun kullanımı.



Şekil 5.87: Terasta yer alan golf sahası.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Örneklem olarak seçilen bu ofis mekânında tespit edilen duyusal bileşenler şunlardır;

• Mekânda “evden uzak ev” (home away home) algısı yaratmak için dokunsal etki düzeyi yüksek halı, deri kaplama, yastık kullanımı gibi uygulamaların varlığı. Yönetici odasında deri koltuk ve halı kullanımı (Şekil 5.88), yemek salonunda minderli koltukların kullanımı (Şekil 5.89) [Web 87] bu uygulamalara örnek gösterilebilir.



Şekil 5.88: Yönetici odasında dokunsal etki düzeyi yüksek donatıların kullanımı.



Şekil 5.89: Yemek salonunda minderli koltukların kullanımı.

• Tat mekânlarının çalışma alanları ile ilişkili olma durumu./Tat duyusu.

• Çalışanların serbest zamanlarında kullanabilecekleri, etkinlikler düzenleyebilecekleri müzik ve kayıt odasının varlığı. /İşitme Duyusu.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Biyofili, pozitif uyaranlar (doğal ışık, doğal bitki, su, manzara vb), evcil hayvan, sanat - kültür, geri dönüşüm, çevresel duyarlılık, psikolojik sağlamlık, stres direnci gibi konuları kapsamaktadır. Örneklem olarak seçilen Defacto ofis mekânlarında ve yardımcı mekânlarda gözlemlenen Psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerine ait örnekler şunlardır:

• Müzik ve dans odalarının sanatsal faaliyetler için kullanımı.

• Psikolojik sağlamlık ve stres direncini artırmak için spor salonunun kullanımı ve doktor odasında psikolojik destek alma imkanı bunun yanı sıra şirket içi klüplerin faaliyetleri ve mutluluk odalarında düzenlenen etkinlikler, oyunlar.

• Doğa ile görsel bağ kurmayı sağlayan mekânlar ve konseptlerin varlığı. Teras alanının çalışanlar tarafından kullanımı, yemek salonunda sokak lambalarının kullanılmasıyla iç mekânda açık alanları anımsatan tasarım objelerinin kullanımı (Şekil 5.89). Akdeniz konseptli bahçe alanının yer alması (Şekil 5.90) [Web 88].

• Bahçe ve teras alanında evcil hayvanların varlığı.



Şekil 5.90: Akdeniz konseptli bahçe.

5.1.1.5. Getir Genel Müdürlük Binası

Tablo 5.7: Getir Genel Müdürlük bilgilendirme tablosu.

Getir Genel Müdürlük Binası					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Çalışan Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Beşiktaş /İstanbul	1600 m2/ 2Katlı	2016	1200	Y, Z	Açık-Esnek



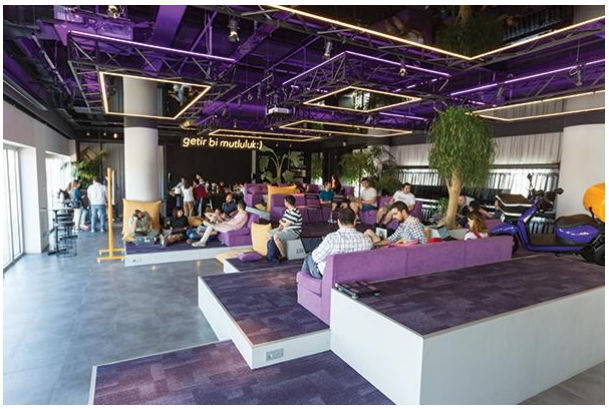
Şekil 5.91.Getir Genel Müdürlük Binası (Doğuş Center).



Şekil 5.92: Getir Genel Müdürlük Binası'nın (Doğuş Center) konumu.

Getir 2015 yılında İstanbul, Türkiye'de kurulmuştur. Dünyanın en hızlı isteğe bağlı mobil perakendecisi olarak anılmaktadır. Adreslere ürün teslim etmenin yanı sıra Getir, temel amacının insanlara zaman kazandırabilmek olduğunu açıklamaktadır. %70 teknoloji, %20 perakende ve %10 lojistik şirketidir.

Türkiye'nin en büyük Startup'larından GETİR'in Etiler Doğuş Center'da yer alan genel merkezinin 1.600 metrekarelik alanının yaklaşık 350 metrekaresi "Köy Meydanı" olarak planlanarak URBANJOBS isimli mimarlık ofisi tarafından tasarlanmıştır. "Köy Meydanı" alanında start-up ruhuna uygun şekilde, kurucular ve çalışanların hiçbir hiyerarşik yapı olmaksızın aynı mekânı kullanabilmelerinin esas olduğu vurgulanmıştır. Köy Meydanı" olarak adlandırılan alan aynı zamanda kafe, toplantı alanı, pilates yapılabilecek, konserler verilebilecek ve çalışanların rahatça oturup sosyalleşebileceği çok fonksiyonlu bir alandır. Tasarım sürecinde öngörülen toplanma alanı doğrultusunda Köy Meydanı platformlar içerisinde oluşmuştur. 110 metrekarelik alan platform olarak tasarlanmıştır. Platformlar üzerine kanepeler yerleştirilmiş ve taşınabilir oturma üniteleri oluşturulmuştur (Şekil 5.93) [Web 89]. Gerektiğinde kanepeler kaldırılabilecek şekilde esnek bir mekânsal düzenleme sağlanmıştır. "Mesai saatleri içinde çalışılabilen, sunumlar esnasında projeksiyon perdesinin açılıp kanepelerin kaldırılmasıyla sandalyelerin konulabileceği bir sunum alanına dönüşebilen, iş çıkış saatlerinde pilates yapılabilen, konserlerin verilebileceği, Cuma günleri happy hour' ların düzenlenebileceği bir parti alanına dönüşebilen bir alan oluşturulmuştur" [Web 89].



Şekil 5.93: Getir Köy Meydanı alanı.

Kolonlar arasına altı metrelik bir profil gerilerek üzerine basit sandalyeler asılmıştır. Kanepeler kaldırıldığında sandalyeler kullanıcılar tarafından askılardan

alınarak uygun yerlere konumlandırılabilmektedir. Kanepeler söküldükten sonra belirlenen istasyon alanında bekletilmektedir. Asılı sandalyelerin çalışanlar tarafından alınıp, herkesin kendi sandalyesini platformlar üzerine yerleştirmesi planlanmıştır. Bu kurgunun mekânsal düzenlemeye katkıda bulunan çalışanlarda mekânsal aidiyeti artırma konusunda olumlu etkilerinin olduğu yorumu yapılabilir.

Platformların tasarım aşamasında Rhino çizim programı tabanlı çalışma yürütülmüştür. Özellikle sandalyeler mekâna yerleştirildiği zaman, çalışanların platformdan düşmemeleri ve aradaki mesafelerin korunması açısından bir plan şeması belirlenmiştir. Bu planda minimum yüz kişinin bu sandalyelerde oturabilmesi gerekmekteydi. Platformların ebatları da bu sayıya uygun olarak belirlenmiştir.

Tasarım ekibi kullanılan malzeme ve renk seçiminde Getir'in renklerine özellikle giriş alanında ve genel alanlarda uymamaya çalıştığını ifade etmektedir. Beklenenin aksine farklı bir renk skalası kullanılmıştır. "Köy Meydanı" alanında sadece platformun olduğu 350 metrekarelik alanın içindeki 110 metrekarelik alan renkli olarak tasarlanırken, bu alan dışındaki mekânlarda siyah, beyaz ve gri tonları kullanılmıştır. Platform alanı hem kanepe düzeniyle hem de aydınlatmasıyla sürekli değişebilen, farklı senaryolara açık, dinamik bir mekân olarak Getir'in genç ve yeniliğe açık ruhunu yansıtacak şekilde tasarlanmıştır.

Getir'in ayrıştırıcı özelliği olarak Türkiye'de ilk defa farklı kullanım senaryolarına uyum sağlayan açık ofis sistemi kurgulanmıştır. Mekân içerisinde yer alan bitkileri, aydınlatma ve ses sistemi ile yenilikçi, esnek, tüm çalışan ve kurucuların bir arada olduğu daha hızlı ve iç içe bir iletişimin sağlandığı, eğlenceli ve heves uyandıran bir çalışma alanının ortaya çıktığı söylenebilir. Urbanjobs tarafından yeniden tasarlanan bu mekânda açık ofis pratiğine geçilerek ortak çalışma alanlarının arttırılmasıyla çalışanların birbirlerine vakit kaybetmeden, daha hızlı ve kolay ulaştıkları yönünde geri dönüşleri alınmıştır.

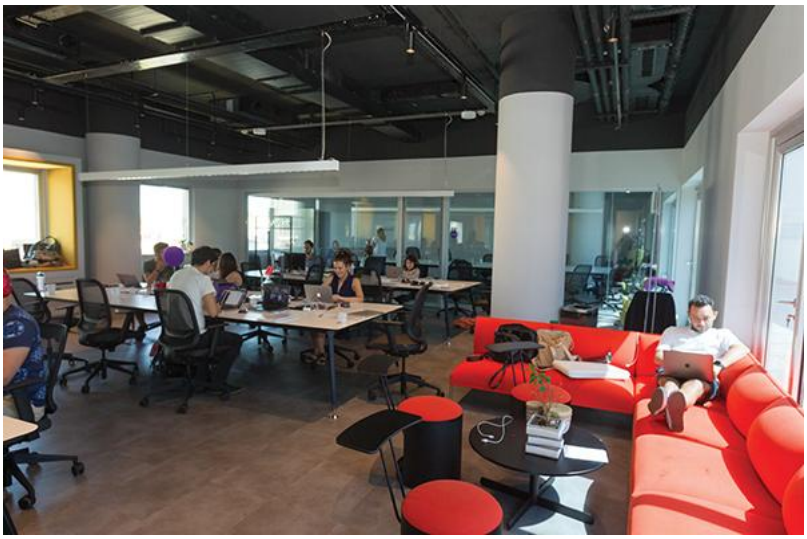
Getir ofisleri ve çalışma alanına hizmet eden diğer mekânlar çevresel psikoloji bileşenleri çerçevesinde ele alındığında aşağıdaki uygulamalara ve mekânsal düzenlemelere rastlanmaktadır:

- Mekânda Alan (Territoriality) Yönetimi: Bu başlık altında incelenebilecek uygulamalar ve düzenlemeler:

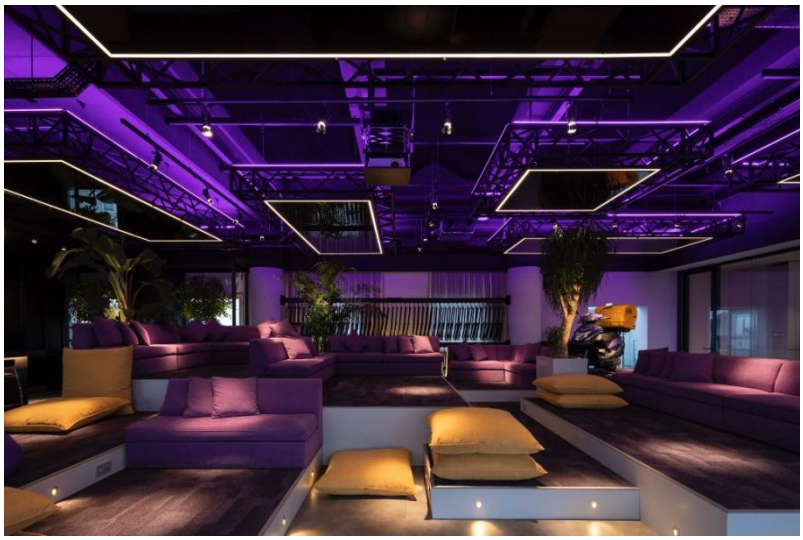
• Her çalışana eşit olanaklarda ofis mekânının sunulmasıyla kurumsal aidiyet duygusunun yönetilebilirliği. Her kademeden çalışanın bir arada çalışma durumu hiyerarşik yapıyı kıran ve iş yeri bağlılığını artıran bir mekânsal düzenlemedir.

• Ofis mekânının kolektif (topluluk) olarak kişiselleştirilmesinin varlığı. "Köy Meydanı" alanında yapılan düzenlemeler örnek olarak verilebilir.

• "Evinde gibi hissetme", evden uzak ev ve mekânsal bağlılık kavramlarına uygun mekânsal düzenlemeler. Kanepeler, yastıklar, uzanarak çalışmaya imkan veren donatılar çalışanların mekânsal aidiyet duygusunu beslemektedir (Şekil 5.93, Şekil 5.94) [Web 89].



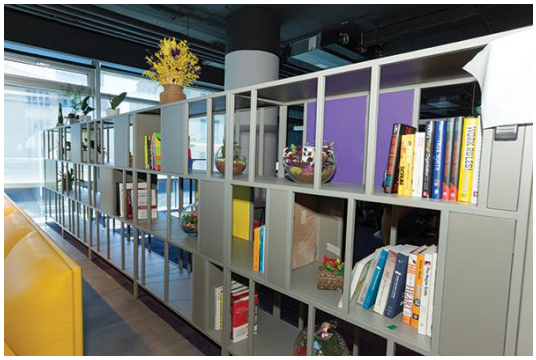
Şekil 5.94: Getir açık ofis çalışma alanı.



Şekil 5.95: Kanepe ve minderlerin olduğu çalışma alanı.

- Mekânın Sınır Bileşenleri: Mekânda gözlemlenen sınır bileşenlerine yönelik bulgular:

• Bitkiler, kitaplıklar, dekoratif yalıtım panoları vs. ile mekânların sınırlarının belirlenmesi (Şekil 5.96) [Web 89].
• Sınırları olmayan farklı mekânlar arasındaki geçirgenlik. Şekil 5.95'de [Web 89] görüldüğü gibi çalışma alanı ile dinlenme alanı arasında sınır olmayıp mekânsal olarak birbirine akış söz konusudur.
• Mekân sınırlarının şeffaf yapı elemanları ile tanımlanması, görsel bağlantının devamlılığı.



Şekil 5.96: Kitaplık ile oluşturulan sınır.

• Mekân kurgusunun ve donatıların esnek bir mekânsal düzenleme yapmaya uygun olması. Zemine sabitlenmemiş kanepe türü donatıların ve katlanıp asılabilen sandalyelerin değişime olanak sağlayacak şekilde kurgulanmış olması bu durum için açıklayıcı olabilir.



Şekil 5.97: Katlanabilen sandalye ve askı alanı.

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Bu mekânın sunduğu eylemsel olanaklara yeme-içme, dinlenme, kitap okuma, dans etme, eğlenme, etkinlikler düzenleme gibi eylemler örnek olarak verilebilir. Özellikle Köy Meydanı alanında çok çeşitli eylemler gerçekleştirmek mümkündür. Mekânın kurgusu eylemsel çeşitliliği, mekânsal esnekliği ve dinamizmi desteklemektedir. Örneklem olarak incelenen bu mekânda diğer örneklem alanlardan farklı olarak mekânsal çeşitlik, aynı mekânın dönüştürülmesi ile gerçekleşmektedir. Aynı mekân çalışma alanı, sunum alanı gibi kullanılabiliyorken mekânda gerekli düzenlemelerin yapılmasıyla pilates salonu, konser alanı, kutlama alanına dönüşebilmektedir. Donatıların konumlandırma ve düzenlemelerinin kullanıcı tarafından yapılması, bireyi harekete teşvik eden fiziksel aktivite alanlarının varlığı aktif tasarım bileşenleri kapsamında değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra açık ofis sisteminde çalışanların iletişim tercihi yüz yüze iletişim olduğu için çalışma esnasında da aktif olma durumu söz konusudur.



Şekil 5.98:“Köy Meydanı” alanının sandalyeli kullanımı, Getir.



Şekil 5.99:“Köy Meydanı” alanının minderli ve kanepeli kullanımı, Getir.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Bu başlık altında değerlendirilebilecek örnekler şunlardır:

• Minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, dinlenme platformu gibi dokunsal özelliği güçlü elemanların varlığı.
• Şekil 5.100' de [Web 89] örneklendiği gibi görsel etkiyi kuvvetlendirmek için kullanılan renkli aydınlatma elemanlarının varlığı, kurumsal kimliği yansıtan sloganların dikkat çekici uygulamalar ile çalışanları görsel olarak uyarması.
• Tat mekânlarının çalışma ve etkinlik alanı ile bağlantılı olma durumu



Şekil 5.100: Kurumsal kimliğin görsel etki uyandırmasına yönelik uygulama.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Çalışma alanlarında ve ilişkili oldukları mekânlarda biyofilik tasarım anlayışının yansımaları görülmektedir. Mekân içerisinde canlı ağaç ve bitkilerin varlığı, doğa ile iç içe olma isteğine yönelik alınan tasarım kararlarındandır. Mekânda doğal ışık kullanılması, çalışanların psikolojik sağlamlık direncini artırma amaçlı düzenlenen sanatsal ve bedensel etkinliklerin varlığı, ergonomik donatıların varlığı bu başlık altında değerlendirilebilecek örneklerdir.

5.2.2. Paylaşımlı Ofis Mekânlarının İncelenmesi

Paylaşımlı ofisler ve ortak çalışma alanları, genellikle, küresel ekonominin getirdiği kaynak kısıtlılıklarına ilişkin bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik sebeplerden dolayı, çalışmak için bir mekân kiralama veya satın alma

imkanının olmaması, kolektif çalışma gereklilikleri, beraber çalışma alışkanlıkları, farklı kuşakların çalışma motivasyonlarını tetikleyen farklı unsurlar gibi çeşitli etmenler, bireylerin paylaşımlı ofis tercihinde etken olabilmektedir. Paylaşımlı ofislerin kullanıcıları, öncelikli olarak girişimciler olmak üzere, öğrenciler, farklı lokasyonlarda yaşayan kurum çalışanları olabilmekte, temel eyleme olanak veren ortak çalışma alanları, buluşma ve fikir paylaşımına da imkan sağlayabilmektedir. Paylaşımlı ofisler, günümüzde ofis giderlerinin artması, kent merkezlerindeki mekân kısıtlılıkları gibi etmenlerin, farklı arayışlar ve çözümler gerektirmesi nedeniyle ortaya çıkmıştır. Üyelik bedeli karşılığında, ihtiyaç duyulan mekân özelliklerinde çalışma alanları, geçici süreli olarak sahiplenilmektedir. Bu mekânlar çeşitlilik ve alternatif çalışma alanlarını barındırır. Amerikalı sosyolog R. Oldenburg (1989) tarafından "üçüncü yer" olarak ifade edilen "third place" kavramına uygun mekânlardır. Oldenberg bu mekânları, ev ve iş yerinin dışında üçüncü bir mekân olarak ortaya çıkan, özgür, gayri resmi, yaratıcı, sosyal alanlar olarak görmektedir. Oldenberg'e göre kafeler, Starbucks, McDonald's restoranları, otel ve havaalanı salonları kentsel sosyal doku üretiminde yeri doldurulamaz alanlardır. Oldenburg'un belirttiği özelliklere sahip "üçüncü yer" kavramı günümüzde paylaşımlı ofislerde co-working (ortak çalışma) sisteminde gözlemlenmektedir. Hem evin konfor ve sıcaklığı hem de iş ortamındaki olanaklar paylaşımlı ofis mekânlarında bir araya getirilmeye çalışılarak üçüncü mekânlar ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışmada, örneklem olarak seçilerek, çevresel psikoloji bileşenleri ile ilişkileri açısından analizi yapılacak olan paylaşımlı ofis mekânları:

- Kolektif House Levent Şubesi
- İdea Kadıköy
- Workinton Sabiha Gökçen Şubesi olarak belirlenmiştir.

5.2.2.1. Kolektif House Levent Şubesi

Teknolojik gelişmelerin, girişimlerin haberini paylaşan bir teknoloji blogu olan Webrazzi.com'un 2016 yılındaki bir ropörtajından elde edilen bilgilere göre; kurucuları, eğitimlerini ofis çalışma mekânları açısından etkilendikleri Amerika'da tamamlamış olan A. Onur, C. Orhan, A. Yiğithan olan Kolektif House, Sanayi

Mahallesi, Şişhane ve Levent'te üç mekânda 660 genç girişimciye ve girişimci adayına ofis imkânı sunmaktadır. Girişimci sayısının, yeni kiralamalarla 1500'ün üzerine çıktığı bilinmektedir. Kurucularından A. Onur, Kolektif House paylaşımlı ofis mekânını: "Üçüncü dalga ofis gibi bir kültür oturtuyoruz burada. Hayalimiz ilk günden çalışanların mutluluğunu, motivasyonunu artıran iş ortamı" sözleriyle anlatmaktadır. Kolektif House'un Oldenburg'un vurguladığı üçüncü yer kavramı ile örtüşen bir mekânsal kurguya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu araştırmada, Kolektif House'un üçüncü ve en büyük şubesi olan Levent Şubesi'nin mekânsal analizi yapılmıştır. Ortak çalışma alanı (co-working) olarak hizmet veren Kolektif House Levent Şubesi'nde; açık ofis alanları, kapalı ofis alanları, ortak çalışma alanları, sessiz kabinler, yeme-içme alanı, bahçe, oyun alanı, toplantı odaları, meditasyon odası gibi mekânlar yer almaktadır.

Tablo 5.8: Kolektif House Levent Şubesi bilgilendirme tablosu.

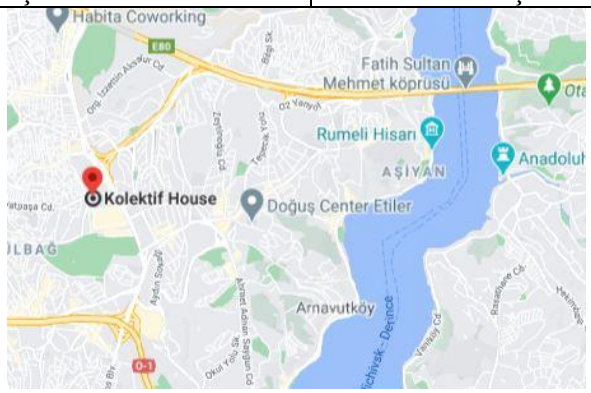
Kolektif House Levent Şubesi Binası					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Üye Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Şişli /İstanbul	2700m2/ 1+ Asma Kat	2016		X, Y, Z	Açık, Kapalı-Esnek



Şekil 5.101: Kolektif House Levent Şubesi.

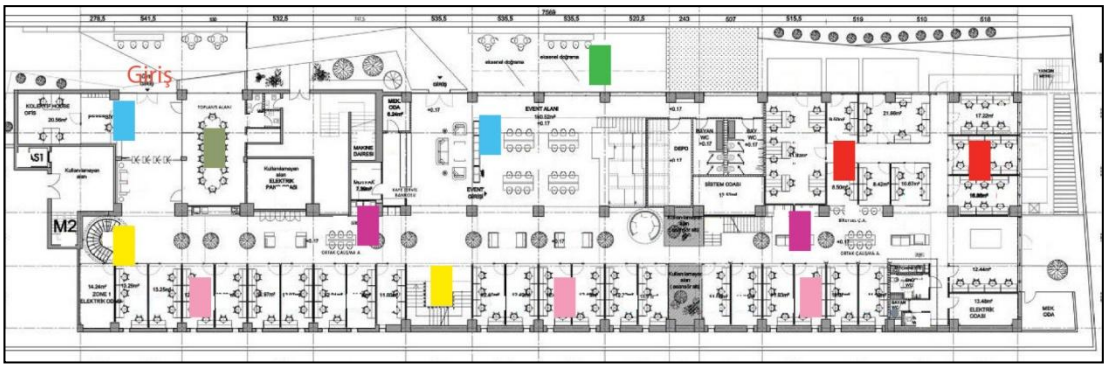


Şekil 5.102: Kolektif House Levent Şubesi giriş.



Şekil 5.103: Kolektif House Levent Şubesi konumu.

.



Şekil 5.104: Kolektif House Levent Şubesi kat planı.

Kolektif House ortak çalışma alanı çevresel psikoloji bileşenleri çerçevesinde ele alındığında aşağıdaki uygulamalara ve mekânsal düzenlemelere rastlanmaktadır:

- Mekânın Sınır Bileşenleri:

- Hücresel plan tipine sahip bireysel çalışma alanlarında bireylerin kendisine ait masa, mobilya, dolaplar gibi sabit donatıların bulunması./Kişisel alan.
- Toplantı odası, görüşme kabinleri, uyku mekânları gibi alanlarda perde, jaluzi gibi elemanların kullanımı ile sağlanan görsel mahremiyetin (Şekil 5.104) [Mahir, 2019].



Şekil 5.105: Özel görüşme kabinlerinde perde kullanımı.

- İşitsel mahremiyeti sağlamaya yönelik uygulamalar.
- Çalışma mekânının 7 gün 24 saat kullanılabiliyor olması ile, mekânın üyeler tarafından istedikleri zaman ulaşılabilir olması. Bu durum mekânın kullanıcılar tarafından sahiplenilmesini ve çalışma mekânına karşı aidiyet hissetmelerini sağlamaktadır.
- Şekil 5.106'da [Mahir, 2019] görülen kişiye özel depolama alanlarının varlığı ve kapalı ofis mekânlarının anahtarlarının kullanıcıda kalma durumu. / Kendileme.



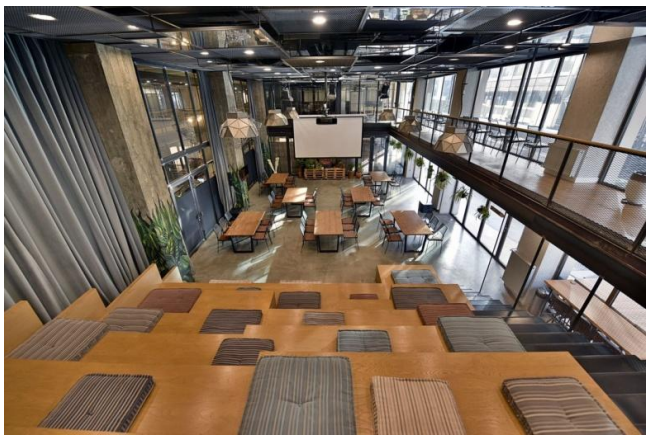
Şekil 5.106: Kişisel depolama alanları.



Şekil 5.107: Ses yalıtımlı bireysel çalışma kabinleri.

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Örneklem olarak seçilen Kolektif House Levent Şubesi'nin eylemsel olanakları şunladır:

- Mekânın plan konfigurasyonunun hücresel plan ve esnek plan özelliğini bir arada göstermesi, esnek plan tipine sahip olması.
- Grup - serbest - bireysel çalışmalar için dönüşebilen, uyarlanabilen, eklemlenebilen tefriş / donatı elemanlarının kullanımı.
- Açık ve kapalı çalışma alanlarının dışında, ortak çalışma alanları, sessiz kabinler, yeme-içme alanı, bahçe, oyun alanı, toplantı odaları, meditasyon odası gibi mekânsal çeşitliliğin sunduğu eylemsel çeşitlilik.
- Etkinlik alanında yer alan amfideki sosyofugal oturma düzeni (Şekil 5.108) [Mahir, 2019].
- Şekil 5.109'de [Mahir, 2019] görüldüğü gibi ortak kullanım alanlarının iş birliğine ve iletişime açık, sosyopedal düzende kurgulanmış olması.



Şekil 5.108: Amfideki sosyofugal oturma düzeni.



Şekil 5.109: Ortak alanda iletişime açık sosyopedal oturma düzeni.

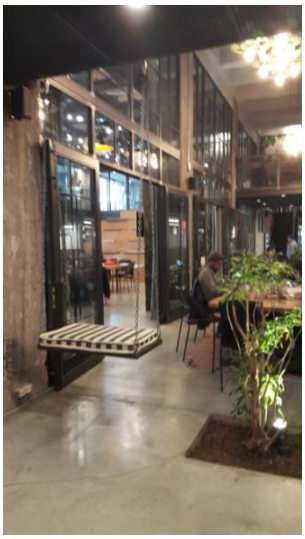
- Merdiven kullanımının aktifliği, asansör kullanımı yerine merdiven kullanımını teşvik eden plan ve yönelim konfigürasyonu, merdivenlerin çekiciliği ve görünürlüğü, merdivenlerin ölçeği / büyüklüğü, merdivenlerde sağır / opak yüzeyler yerine şeffaf geçirgen ilişkiler, merdiven kullanımını destekleyen mesajlar (Şekil 5.110) [Mahir, 2019].
- Mini golf alanının (Şekil 5.111) [Mahir, 2019] ve salıncak alanının (Şekil 5.111) harekete teşvik etme durumu.



Şekil 5.110: Asansör girişinde “merdiven kullan” mesajı.



Şekil 5.111: Mini golf alanı.



Şekil 5.112: Çalışma alanı ile ilişkili salıncak.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri**:** Bu başlık altında gözlenlenen örnekler:

- Özelliği dokunsal etkisinden kaynaklanan hobi / oyun panoları. Şekil 5.113 (a), (b)'deki ışıklı pano bu duruma örnek olarak verilebilir [Mahir, 2019].



(a) (b)

Şekil 5.113: a) Dokunsal etkisi güçlü oyun, b) Düğme detayı.

- Tat mekânlarının çalışma alanı ile ilişkili olarak hizmet vermesi.
- Kurum kimliğini yansıtan görsel etki yaratan renkler, sloganlar, çizimler bu mekânda tespit edilen duyusal bileşenlerdendir.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Kolektif House Levet Şubesi ofislerinde rastlanan psiko-sosyal anlamlılık bileşenleri ile ilişkili örnekler şunlardır:

- Psikolojik sağlamlık ve stres direncini artırma konusunda yardımcı olan mekânlar, uygulamalar üzerinden bir değerlendirme yapılacak olursa, örneklem olarak seçilen Kolektif House/Levent mekânında meditasyon-yoga odası, dinlenme odaları, oyun mekânları bu duruma olanak sağlayan örnekler olarak değerlendirilebilir.
- Doğal çevre ile insanların içsel bağını ortaya koyabileceği biyofilik tasarım anlayışının varlığı, Kolektif House/ Levent paylaşımlı ofis mekânının psiko-sosyal anlamlılık bileşenleri arasında değerlendirilebilir. Mekânda biyofilik uygulamaların yoğunluğu dikkat çekicidir. Canlı bitki ve bitki görselleştirmeleri (Şekil 5.113) [Mahir, 2019], doğal malzemelerin kullanımı mekân tasarımında öne çıkmaktadır.
- Doğa ile bağlantılı mekânsal düzenlemelerin varlığı mekânın psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerini güçlendirmektedir. Bahçe ile bağlantılı olan etkinlik ve çalışma alanı doğal çevre ile ilişkilendirilmiştir.



Şekil 5.113: Doğa ile ilişkili görseller ve canlı bitkiler.

- Ortak kullanım alanlarındaki mekânsal düzenlemeler kullanıcılar arasında iş birliğini ve sosyal iletişimi artırmaktadır.
- Kolektif olarak yapılan etkinlikler, sanatsal faaliyetler, eğitimler psiko-sosyal sağlamlık adına yapılan uygulamalar.

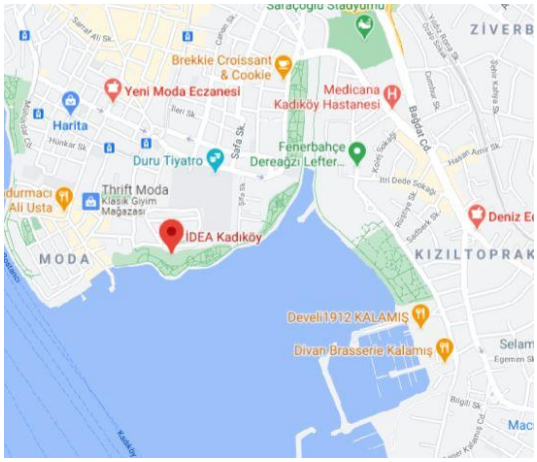
5.2.2.2. İdea Kadıköy

Tablo 5.9: İdea Kadıköy bilgilendirme tablosu.

İdea Kadıköy					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Üye Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Kadıköy/İstanbul	500m2/	2017		X, Y, Z	Açık, Kapalı-Esnek



Şekil 5.115: İdea Kadıköy Binası.



Şekil 5.116: İdea Kadıköy Konum.

İ.D.E.A Kadıköy, Kadıköy Belediyesi çatısında geliştirilen yeni bir kamusal alan fikridir. Ortak ve bireysel çalışma alanları sunan bir üretim alanıdır. Kamusal alanda mekânsal ve toplumsal çeşitlilik sunmaktadır. İki kattan oluşan İDEA Kadıköy'ün "işlik" adı verilen üst katı aylık kayıtlı kullanıcılar için hizmet vermekte olup 58 kişi kapasiteli bu katta ücretli olarak üye olan kişilerin kendilerine özel çalışma masaları yer almaktadır. Ayrıca bu alanda üyelerin kişisel eşyalarını saklayabileceği dolaplar bulunmaktadır. Kullanıcılar sınırsız internet hizmetinden faydalanabilmekte, her iki katta da yer alan toplantı odalarını kullanabilmekte, özel görüşmelerini ve genel görüşmelerini bu odalarda gerçekleşleştirebilmektedir. Kullanıcı grubu ağırlıklı olarak bilişim ve yazılım sektöründen olmakla birlikte, çevirmen, avukat, tasarımcı gibi farklı meslek gruplarından üyeler de mekânın kullanıcıları arasında yer almaktadır. Farklı yaş gruplarından ve meslek sahiplerinden herkesin birarada çalışmasına olanak yaratma hedefiyle yola çıkan İdea Kadıköy aynı zamanda Kadıköy'ün yeni sosyalleşme mekânlarından da birini oluşturmuştur (Web 132). Örneklem olarak seçilen ve ortak çalışma alanları kategorisinde değerlendirilen İdea Kadıköy için yapılan mekânsal analiz ışığında çevresel psikoloji bileşenleri ile ilişkiler sorgulanmıştır, elde edilen gözlemlerin aktarımı aşağıda yer almaktadır:

- Mekânın Yönetilebilirliği: Örneklem olarak seçilen mekânda bu başlık altında analiz edilen mekânsal düzenlemeler ve uygulamalar şunlardır:

• Çalışma ofislerinde ev ortamına benzer şekilde mekânsal düzenlemelerin varlığı dikkat çekmektedir. Zeminde halı ve kilim kullanımları, uzanıp dinlenmeye uygun koltuklar, çay-kahveye erişimin kolay olması, mutfak kullanımının mümkün olması gibi örnekler çevresel psikoloji bileşenlerinden, aidiyet ve kendileme kavramlarına örnek olarak gösterilebilir.

• Belirli zaman dilimlerinde kullanıcıya tahsis edilen çalışma mekânları, donatılar dikkat çekmektedir. Bu durum üyelerin mekânı belirli süreliğine kendilemesine olanak tanımaktadır (Şekil 5.117) [Mahir, 2019].

• Özel görüşmeler için uygun, kapalı, ses geçirmeyen mekân düzenlemelerin varlığı söz konusudur. Bu durum çevresel psikoloji bileşenlerinden mahremiyet kavramı ile ilişkilendirilebilir.

• Kişisel eşyaların depolanabileceği özel kilitli dolapların varlığı ve üyelerin bu kilitlere sahip olması, mekânsal aidiyet ve kendileme kavramları çerçevesinde değerlendirilebilecek örnekler olarak sınıflandırılabilir (Şekil 5.118) [Mahir, 2019].



Şekil 5.117: Çalışma alanının kullanıcı tarafından geçici kişiselleştirilmesi.



Şekil 5.118: Çalışma alanında yer alan kişisel depolama alanları.

- Mekânın Sınır Bileşenleri:

• Mekânın plan konfigurasyonunun esnek plan tipine sahip olması,

• Grup - serbest - bireysel çalışmalar için dönüşebilen, uyarlanabilen, eklemlenebilen tefriş / donatı elemanlarının kullanımı,

• Açık ofis düzenlemesinin iletişime olanak tanıyan sosyopedal yapısı, mekânın çevresel psikoloji bileşenlerinden olan sınır kavramı çerçevesinde örneklenebilir.

- Mekânın Eylemsel Olanakları: Yapılan değerlendirmeler şunlardır:

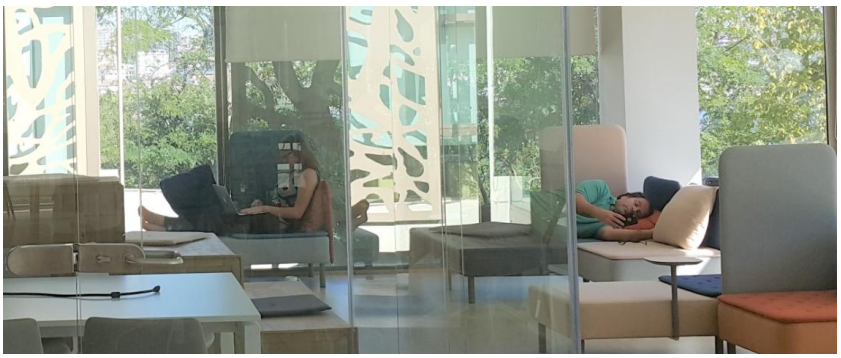
• Çalışma mekânı ile ilişkili yeme-içme mekânının varlığı.

• Uzanarak dinlenebilme olanağı gibi farklı biçimlerde dinlenmek için mekânsal düzenlemelerin yapılmış olması dikkat çekicidir (Şekil 5.119) [Mahir, 2019].

• Özel görüşme ve toplantılar için düzenlenmiş mekânların varlığı.

• Bahçe kullanımının uygun olması ve açık alanda ana eylem olan çalışma eyleminin de gerçekleştirilebilmesi (Şekil 5.120) [Mahir, 2019].

• Kolektif toplantılar ve etkinlikler için düzenlenmiş mini amfi alanının varlığı (Şekil 5.121) [Mahir, 2019] mekânın çeşitlendirilebilir eylemsel olanakları arasında yer almaktadır.



Şekil 5.119: Farklı biçimlerde dinlenme olanakları.



Şekil 5.120: Bahçe kullanımı.



Şekil 5.121: Mini amfi alanı.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Mekânın duyusal bileşenleri ile ilişkili mekânsal bulgular şunlardır:

• Doğa ile kurulan görsel bağ, bahçe alanı kullanımı ve iç mekân çalışma alanının görsel olarak kuvvetli bir doğal manzaraya hakim olması görme duyusu ile ilişkilendirilebilen mekânsal düzenleme örnekleridir (Şekil 5.121) [Mahir,2019].

• Deniz kokusu, bitki kokusu, çiçek kokuları, ağaç kokusu, doğal malzeme kokusu gibi doğal kokular örneklem mekân olan İdea Kadıköy 'de gözlemlenen koku alma duyusu ile ilişkili bulgulardır.

• Evcil hayvan, bitkiler gibi mekânda dokunsal temas kurabilecek canlıların varlığı mekânda dokunma duyusunu etkileyen örneklerdir (Şekil 5.122) [Mahir, 2019].

• Minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, dinlenme platformu gibi dokunsal özelliği güçlü elemanlar mekândaki dokunma duyusunu uyaran elemanlardır (Şekil 5.123) [Mahir, 2019].



Şekil 5.122: Doğa ile görsel bağı kuvvetli açık ofis alanı.



Şekil 5.123: Açık ofis alanında evcil hayvan.



Şekil 5.124: Dokunsal etkisi güçlü donatılar.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri:

• Doğal çevre ile insanların içsel bağını ortaya koyabileceği biyofilik tasarım anlayışının varlığı, doğal ışık kullanımı, doğa ile ilişkili desenlerin kullanımı, doğayı çağrıştıran reklerin kullanımı, deniz manzarası, evcil hayvan varlığı gibi örnekler İdea Kadıköy ortak çalışma mekânında gözlemlenen ve çevresel psikoloji uyaranları arasında yer alan, psiko-sosyal anlamlılık bileşenleridir.

5.2.2.3. Workinton Sabiha Gökçen Şubesi

Tablo 5.10: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi bilgilendirme tablosu.

Workinton Sabiha Gökçen Şubesi					
Konum	**Alan**	**Proje Yılı**	**Üye Sayısı**	**Çalışan Kuşaklar**	**Ofis Türü**
Pendik/İstanbul	500 m2	2018	-	Bebek Patlaması, X, Y, Z	Açık, Kapalı-Esnek



Şekil 5.125: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi.



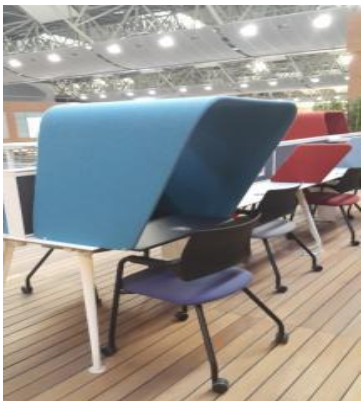
Şekil 5.126: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi Konum.

Türkiye'de bir havalimanında bulunan ilk coworking alanı olan Workinton Sabiha Gökçen, kısa süre içinde çok sayıda seyahat gerçekleştiren, trafik karmaşasından uzak kalmak ve zamanı iyi değerlendirmek isteyen kurumsal firma çalışanları açısından uygun bir çalışma mekânını oluşturmuştur. Havalimanının kara tarafında iç hatlar ve dış hatların tam ortasında yer alan paylaşımlı ofis örneği, beşyüz metrekare alan içermekte olup, üç toplantı odası ve yetmiş kişilik coworking alanını kapsamaktadır.

Mekândaki çevresel psikoloji bileşenlerine ait bulgular şunlardır:

- Mekânın Yönetilebilirliği: Bu başlık altında örneklem olarak seçilen mekânda yapılan analizler şunlardır:

- Çalışma ofislerinde ev ortamına benzer şekilde mekânsal düzenlemelerin varlığı söz konusudur. Rahat çalışmaya uygun koltuklar, çay-kahveye erişiminin kolay olması, mutfak kullanımının üyelere açık olması mekânda aidiyet ve kendileme duygularını beslemektedir.
- Belirli zaman dilimlerinde kullanıcıya tahsis edilen çalışma mekânının kişisel objeler ve ekipmanlara açık olması nedeniyle, kendileme ve aidiyet duygusu ile kullanımı söz konusu olabilmektedir.
- Donatılarda kapalı ve gizliliği sağlayan tasarım ve malzemelerin kullanımı ile mahremiyetin sağlanmasına olanak verilmesi (Şekil 5.127) [Mahir, 2019] dikkat çekmektedir. Şekil 5.128'de [Mahir, 2019] yer alan çalışma birimlerinin önemli bir ögesini oluşturan mahremiyet sağlayıcı panel elemanlar bu çerçevede örnek gösterilebilir. Bu paneller, kişisel alan tanımı açısından da etkindir.



Şekil 5.127: Workinton Sabiha Gökçen Şubesi.



Şekil 5.128: Görsel mahremiyet sağlayan donatı.

- Mekânda alan yönetimi kapsamında yön bulmaya veya mekânı tariflemeye yardımcı olan görsel yön levhaları, dekoratif tabelaların olması (Şekil 5.129) mekânın yönetilebilirlik kriterleri açısından önemlidir.



Şekil 5.129: Ofis girişini gösteren yön levhası.

- Mekânın Sınır Bileşenleri: Örneklem olarak seçilen mekânın barındırdığı sınır bileşenlerine ait bulgular şunladır:

• Mekânların plan konfigurasyonunun esnek plan tipine sahip olması.

• Grup - serbest - bireysel çalışmalar için dönüşebilen, uyarlanabilen, eklemlenebilen tefriş / donatı elemanlarının kullanımı.

• Mekânlar arası sınırların dekoratif yapı elemanları, bitkiler vb. ile tariflenmesi (Şekil 5.130) mekânın çevresel psikoloji uyaranları arasında yer alan sınır bileşenleri açısından dikkat çekicidir.



Şekil 5.130: Mekânın sınırlarını tarifleyen sınır bileşeni.

- Çalışma Mekânının Eylemsel Olanakları: Örneklem olarak seçilen Workinton Sabiha Gökçen paylaşımlı ofis mekânının sağlamış olduğu eylemsel çeşitlilik potansiyeli açısından örnek olarak gösterilebilecek mekânsal düzenlemeler ve uygulamalar şunlardır:

• Kişisel mutfak, yeme-içme alanının kullanım uygunluğu.

• Çalışanlar arası etkileşimi artıran eğitim, kurs, seminer, sanatsal etkinlik gibi kurumsal aktivitelerin gerçekleştirildiği mekânların varlığı.

• Mekânın farklı çalışma biçimlerine olanak tanıması.

• İletişime açık bireysel çalışma alanlarının ve sınırları olan toplantı odalarının varlığı gibi uygulamalar.



Şekil 5.131: Kişisel kullanıma uygun mutfak alanı.



Şekil 5.132: Toplantı odası.

- Mekânın Duyusal Bileşenleri: Workinton Sabiha Gökçen paylaşımlı ofis mekânının barındırdığı duyusal bileşenlere ait bulgular şunlardır:

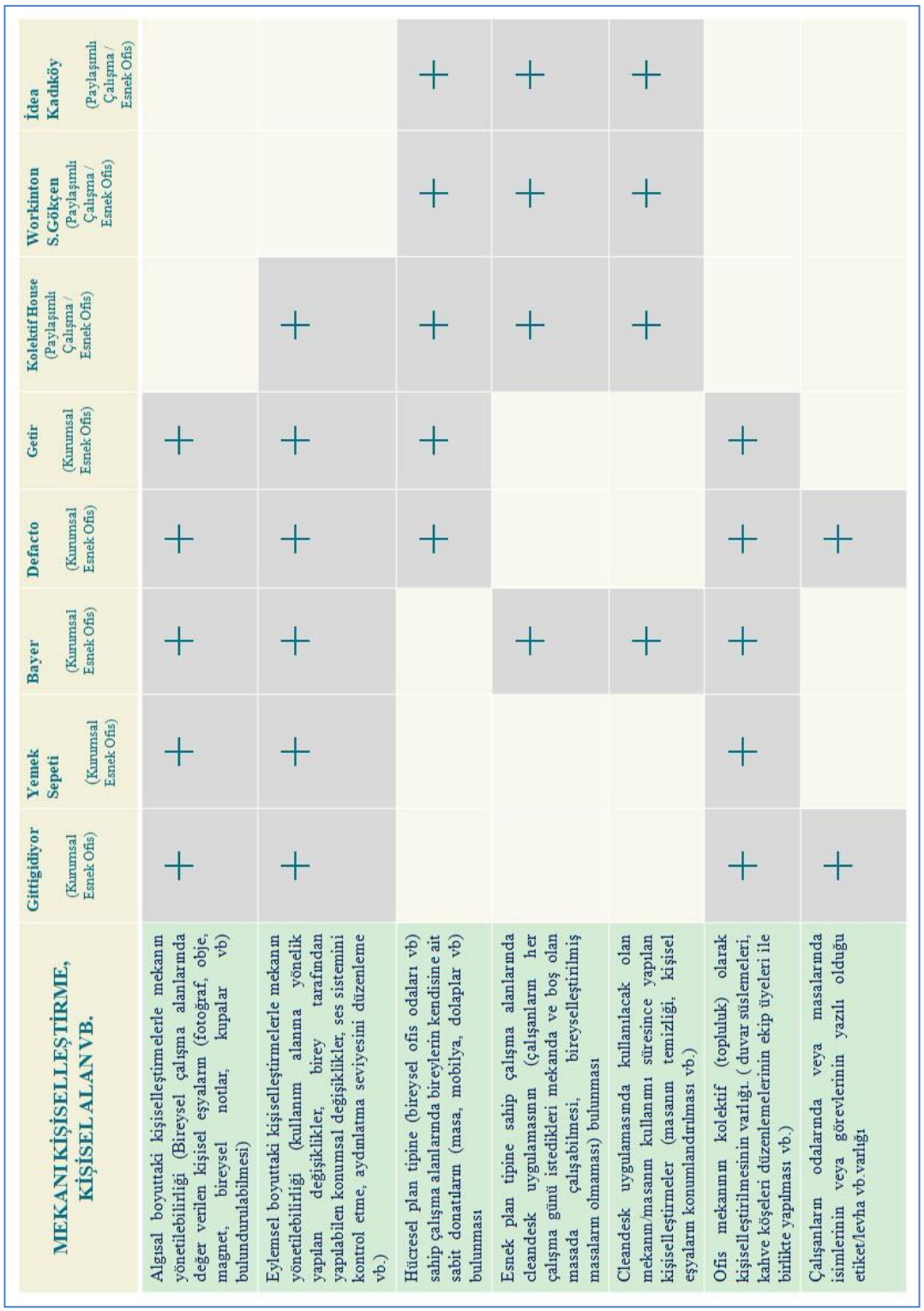
• Kurumsal kimlik tasarımını da yansıtan renklerin, desenlerin, yapı elemanlarının kullanımı.
• İşitsel mahremiyeti sağlamak için ses yutucu malzemelerin kullanımı (Şekil 5.133) [Mahir, 2019].
• Karşılıklı olarak kullanılan masalarda görsel mahremiyeti sağlamak için bölücü panellerin kullanımı (Şekil 5.133) [Mahir, 2019].
• Koltuk gibi donatılarda dokunsal etkisi güçlü kaplama malzemelerinin kullanımı mekânın duyusal bileşenleri arasında değerlendirilebilir.



Şekil 5.133: Ses yutucu bölücü paneller.

- Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri: Doğal çevre bağlantılı veya doğayı anımsatan tasarım öğelerinin kullanımı; doğal ışık kullanımı ve doğal ışığa erişilebilirlik; doğayı çağrıştıran renklerin kullanımı; canlı bitki kullanımı; kullanıcıları sosyal iletişime teşvik eden mekânsal kurguların varlığı; ergonomik donatılar kullanımıyla fiziksel yorgunluğun giderilmesi ve stres seviyesinin düşürülebilmesi; ve bu katkılarla, yorgun / yoğun / stresli havaalanı kullanıcısı için psikolojik iyileşme durumunun oluşturulabilmesi gibi örnekler mekânın potansiyellerinin katkı sunduğu psiko-sosyal anlamlılık bileşenleri çerçevesinde değerlendirilebilir.

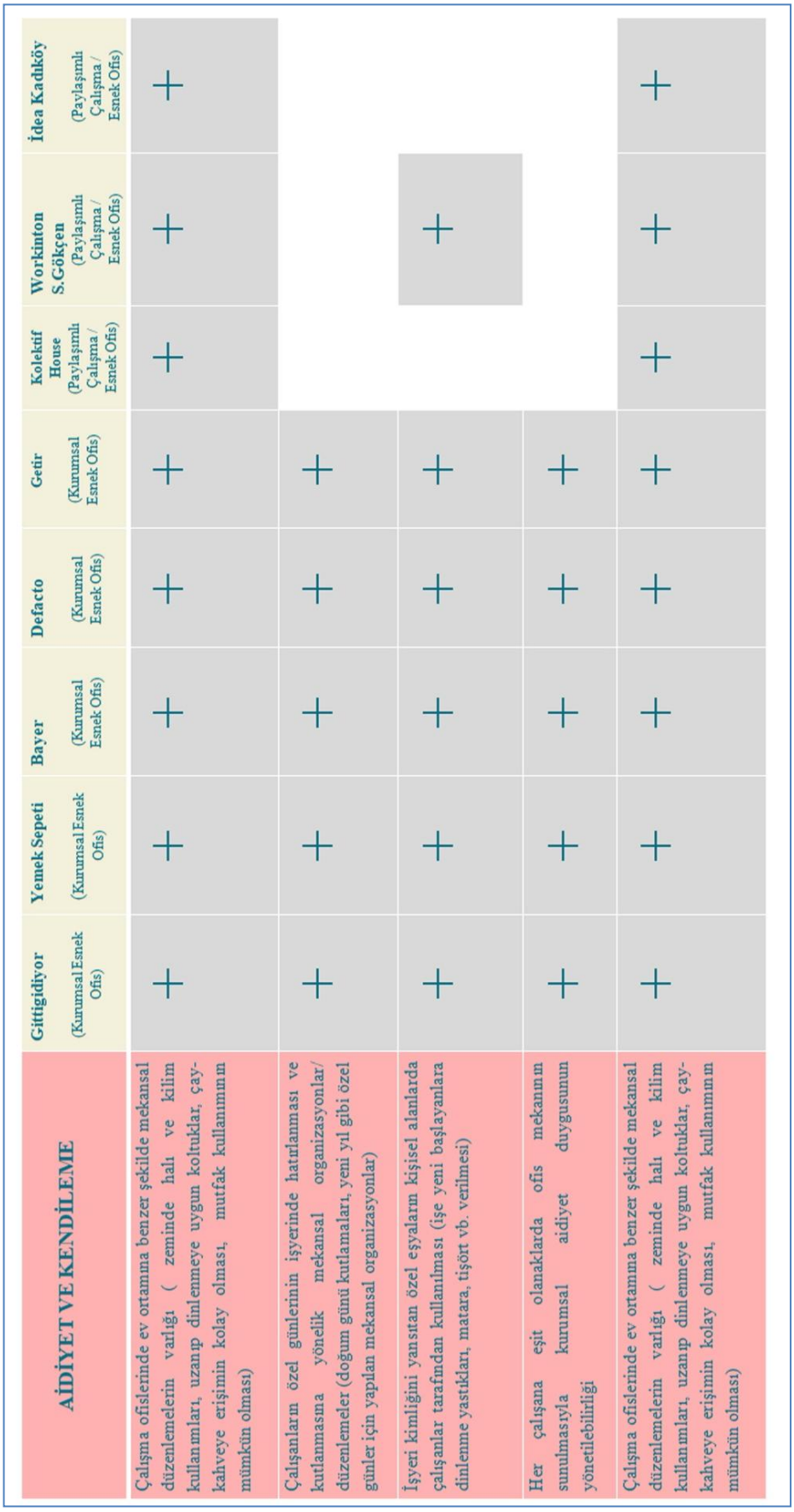
Tablo 5.11: Örneklem mekânların çevresel psikoloji bileşenlerini barındırma durumuna göre kıyaslanması.



Tablo 5.11: (Devam)

MEKANI KİŞİSELLEŞTİRME, KİŞİSEL ALAN VB.	Gittigidiyor (Kurumsal Esnek Ofis)	Yemek Sepeti (Kurumsal Esnek Ofis)	Bayer (Kurumsal Esnek Ofis)	Defacto (Kurumsal Esnek Ofis)	Getir (Kurumsal Esnek Ofis)	Kolektif House (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	Workinton S.Gökçen (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	İdea Kadıköy (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)
Kişiye özel depolama alanlarının ve mekanlarının anahtarlarının kullanıcıda kalma durumu	+	+	+	+	+	+	+	+
Kişisel kullanıma yönelik ofis gereçlerinin sorumluluğunun kullanıcıya verilmesi	+	+	+	+	+	+	+	+
Çalışma saatlerinin ve çalışma biçiminin yönetilebilirliği (gün içinde mesai saat aralığını tercih edebilme, haftanın belli günlerinde ofis dışında (home office vb) çalışabilme, vb.)	+	+	+	+	+	+	+	+
Kişisel kullanıma yönelik sınırlı zaman diliminde kişiselleştirilebilir özel mekanların varlığı (uyku odaları, telefon görüşme kabinleri, bireysel kullanıma uygun kapalı ofisler vb.)	+	+	+			+		+
Sınırlı zaman diliminde kişiselleştirilebilir yarı özel mekanların varlığı (dinlenme köşeleri, meditasyon odaları, motivasyon mekanları, toplantı odaları vb.)	+	+	+	+	+	+	+	+
Kimlik ve giriş kodları kullanılarak ortak kullanımlı mekanların ve donatıların (toplantı odaları, mekanlardaki yüz - parmak tanıma sistemleri, bilgisayarlar, programlar, vb) yönetilebilirliği	+	+	+	+	+	+	+	+

Tablo 5.11: (Devam)



AİDİYET VE KENDİLEME	Gittigidiyor (Kurumsal Esnek Ofis)	Yemek Sepeti (Kurumsal Esnek Ofis)	Bayer (Kurumsal Esnek Ofis)	Defacto (Kurumsal Esnek Ofis)	Getir (Kurumsal Esnek Ofis)	Kolektif House (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	Workinton S.Gökçen (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	İdea Kadıköy (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)
Çalışma ofislerinde ev ortamına benzer şekilde mekansal düzenlemelerin varlığı (zeminde halı ve kilim kullanımları, uzanıp dinlenmeye uygun koltuklar, çay-kahveye erişimin kolay olması, mutfak kullanımının mümkün olması)	+	+	+	+	+	+	+	+
Çalışanların özel günlerinin işyerinde hatırlanması ve kutlanmasına yönelik mekansal organizasyonlar/ düzenlemeler (doğum günü kutlamaları, yeni yıl gibi özel günler için yapılan mekansal organizasyonlar)	+	+	+	+	+			
İşyeri kimliğini yansıtan özel eşyaların kişisel alanlarda çalışanlar tarafından kullanılması (işe yeni başlayanlara dinlenme yastıkları, matara, tişört vb. verilmesi)	+	+	+	+	+		+	
Her çalışana eşit olanaklarda ofis mekanının sunulmasıyla kurumsal aidiyet duygusunun yönetilebilirliği	+	+	+	+	+			
Çalışma ofislerinde ev ortamına benzer şekilde mekansal düzenlemelerin varlığı (zeminde halı ve kilim kullanımları, uzanıp dinlenmeye uygun koltuklar, çay-kahveye erişimin kolay olması, mutfak kullanımının mümkün olması)	+	+	+	+	+	+	+	+

Tablo 5.11: (Devam)

MAHREMİYET	Gittigidiyor (Kurumsal Esnek Ofis)	Yemek Sepeti (Kurumsal Esnek Ofis)	Bayer (Kurumsal Esnek Ofis)	Defacto (Kurumsal Esnek Ofis)	Getir (Kurumsal Esnek Ofis)	Kolektif House (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	Workinton S.Gökçen (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	İdea Kadıköy (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)
Çalışma donatılarındaki görsel mahremiyet (bilgisayar ekranı, çalışma araçları, vb)	+	+	+	+	+	+	+	+
Tefriş elemanlarındaki görsel mahremiyet (iç mekan bölücüleri, masa önü kapatıcıları, vb)	+	+	+	+	+	+	+	+
Özel olarak mahremiyet için düzenlenmiş mekanlar (soyunma odaları, kişisel temizlik alanları vb)	+	+	+	+	+	+	+	+
Toplantı odası, görüşme kabinleri, uyku mekanları gibi alanlarda perde, jaluzi, vb elemanların kullanımı	+	+	+	+	+	+	+	
İşitsel mahremiyetin yönetilebilirliği (sessiz kabinler, telefon görüşme odaları, özel toplantı odalarında yalıtım elemanlarının daha güçlendirilmiş ve etkin kullanılması, özel izolasyonlu kapılar vb.)	+	+	+	+	+	+	+	+

Tablo 5.11: (Devam)

MEKANA ZİHİNSEL HAKİMİYET, YÖN BULMA, ORYANTASYON VB.	Gittigidiyor (Kurumsal Esnek Ofis)	Yemek Sepeti (Kurumsal Esnek Ofis)	Bayer (Kurumsal Esnek Ofis)	Defacto (Kurumsal Esnek Ofis)	Getir (Kurumsal Esnek Ofis)	Kolektif House (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	Workinton S.Gökçen (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)	İdea Kadıköy (Paylaşımlı Çalışma / Esnek Ofis)
Mekanın ve araçların kullanılabilirliğini kolaylaştıracak bilgilendirme platformlarının varlığı (dijital signage, kiosk, haritalar, yön levhaları)	+	+	+	+	+	+	+	+
Mekanın plan konfigürasyonunun, bireyin mekana zihinsel olarak hakim olabilmesini sağlayabilmesi, okunabilirliği, algılanabilirliği. (yatay ve düşey düzlemdeki sürekliliker, algılanabilir görsel ilişkiler, köprü - rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar, galerili / iç bahçeli plan düzeni, vb)		+	+			+		
Mekanda bireyin oryantasyonunu, yön bulmasını ve zihinsel hakimiyetini kolaylaştıracak özel isim ve kimlik öğelerinin bulunması (turuncu hol, renkli cumbalar, tarçın toplantı odası vb)	+	+	+	+	+	+	+	+
Mekanın ve araçların kullanılabilirliğini kolaylaştıracak bilgilendirme platformlarının varlığı (dijital signage, kiosk, haritalar, yön levhaları)	+	+	+	+	+	+	+	+
Mekanın plan konfigürasyonunun, bireyin mekana zihinsel olarak hakim olabilmesini sağlayabilmesi, okunabilirliği, algılanabilirliği. (yatay ve düşey düzlemdeki sürekliliker, algılanabilir görsel ilişkiler, köprü - rampa gibi her kottan algılanabilir bağlantılar, galerili / iç bahçeli plan düzeni, vb)		+	+			+		

5.3. Alan Araştırması (1. Aşama) Genel Değerlendirme ve Sonuçları

Çalışma, teorik altlığı oluşturan kuramsal bölüm ve alan araştırması olmak üzere iki temel çerçeveden oluşmaktadır. Alan araştırmasını kapsayan 5. bölümde yeni nesil çalışma mekânları, bu mekânlarda etkin olabilen çevresel psikoloji kavramları çerçevesinde irdelenmiştir. Bu kapsamda yeni nesil ofis olma özelliği taşıyan kurumsal ofislerin yanı sıra esnek ofis alanları sunan paylaşımlı ofisler de incelenmiştir. Çevresel psikoloji bileşenlerini barındıran mekânların analizi ışığında değerlendirmeler yapılmıştır. Mekânsal analizler sonucunda örneklem olarak seçilen farklı ofis mekânları tablo üzerinde kıyaslanmıştır. Bu kıyaslama, her bileşenin yeni nesil ofislerde ortalaşan mekânsal karşılıkları tespit edilerek ortaya çıkarılmıştır. Örneklem olarak seçilen mekânların çevresel psikoloji bileşenlerini bulundurma potansiyelleri değerlendirilmiştir.

Tablo üzerinde görsel olarak da algılanacağı gibi yeni nesil kurumsal veya paylaşımlı ofislerde bir çok bileşenin ortaklaştığı görülmektedir. Bu durum, yeni nesil ofis mekânlarındaki kurgunun tesadüfi olarak değil, bir takım beklentiler doğrultusunda oluşturulduğunu göstermektedir. Bu beklentilerin farklı kuşaklara göre değişkenlik göstermekle birlikte bütün kuşakların beklentilerini kapsayacak, alternatifli ve farklı kullanım ve senaryolara cevap verecek şekilde geniş bir bakış açısı ile çevresel psikolojiden beslenen ihtiyaçlardan doğduğu yorumu yapılabilir. Bu paralelde örneklem olarak seçilen kurumsal ofis mekânlarındaki çalışanlar ve ortak çalışma alanlarındaki kullanıcılara, mekânsal analizde sorgulanan çevresel psikoloji kavramları doğrultusunda oluşturulan anket soruları yöneltilmiştir. Soruların ve seçeneklerin oluşmasında alan çalışmasında yapılan mekânsal okumaların, gözlemlerin ve elde edilen bulgular etkili olduğu söylenebilir. Yeni nesil ofislerdeki mekânsal düzenlemelerin ve uygulamaların farklı kuşaklardan kullanıcılar tarafından yorumlanması anket bölümünde değerlendirilmiştir.

6. ALAN ARAŞTIRMASI (2. AŞAMA) BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Yeni nesil ofislerde yapılan araştırmanın evrenini, yeni nesil ofis mekânı çalışanları, örneklemini ise seçilen örneklem mekândaki 1946-1964 yılları arasında doğan Bebek Patlaması (Baby Boomer) kuşağı, 1965-1979 yılları arasında doğan X Kuşağı, 1980-1996 arasında doğan Y1 kuşağı, 1997-1999 yılları arasında doğan Y2 kuşağı ve 2000 yılından sonra doğan Z Kuşağı ofis kullanıcıları oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalarda resmi olmasa da paratikte, Y Kuşağı üyelerinin doğum yıllarına göre farklı özellikler gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada Y Kuşağı; Y1 kuşağı ve Y2 kuşağı olarak ele alınmıştır. Z Kuşağının henüz profesyonel iş hayatına atılmadığı düşünüldüğü için geçici veya stajyer olarak çalışan Z Kuşağı da araştırma kapsamında incelenmiştir. Anket toplamda 210 kişiye uygulanmıştır. Pandemi şartları yüz yüze görüşmeye uygun olmadığı için sorular katılımcılara mail veya telefondan mesaj yoluyla iletilmiştir. Bunun yanı sıra daha detaylı bilgilere ulaşmak amacıyla ulaşılabilen katılımcılar ile telefonda görüşme yöntemi kullanılmıştır.

Evren, oldukça geniş bir insan topluluğunu temsil etmektedir. Bu sebeple örneklemi temsil edecek olan insan topluluğunun seçiminde de, örneklem mekânlardaki kullanıcıların yanı sıra, daha geniş bir temsiliyete ulaşmak amacıyla, örneklem grup genişletilmiştir. Böylece iş hayatından ayrılmaya başlayan Bebek Patlaması kuşağına, örneklem mekânlardaki çalışma oranı düşük olan X Kuşağına ve iş hayatına henüz atılmamış olan ancak iş dünyasında beklentileri önemsenen Z Kuşağına dengeli oranlarda ulaşılabilmiştir.

Anket çeşitli soru grupları halinde hazırlanmıştır. Farklı kuşaktan katılımcıların beklentilerini incelemek üzere sorulan soru grupları aşağıda belirtilmiştir:

- Birinci soru grubu, sosyo-demografik yapıyı incelemek amacıyla, katılımcının yaşını, cinsiyetini, eğitim durumunu ve mesleğini tespit etmeye yönelik sorulan sorulardır.
- İkinci soru grubu, mekânda alan yönetimi kapsamında sorulan, çalışma mekânını kişiselleştirme, görsel ve işitsel mahremiyeti sağlamaya yönelik yapılan düzenlemeler ile ilişkili açık uçlu, yorum dayalı sorulardır.

- Üçüncü soru grubu, mekânın sınır bileşenleri ile ilgili olan çalışma zamanının ve mekânının esnek/sabit kullanımı, mekânsal açıklıklar/sınırlar gibi konuları kapsayan sorulardır.
- Dördüncü soru grubu, mekânın eylemsel olanaklarının ve mekânsal çeşitliliğin çalışanlar/kullanıcılar için ne düzeyde önemli olduğunu ortaya koymak amacıyla yöneltilen derecelendirmeli sorulardır.
- Beşinci soru grubu, mekânın duyusal bileşenleri ile ilgili olan çalışanların/kullanıcıların çalışma mekânında beş duyu ile ilişkilendirdikleri mekânları, canlılıları, nesneleri vb. tespit etmeye, bu duyuların bıraktığı etkileri gözlemlemeye dayalı açık uçlu sorulardır.
- Altıcı soru grubu mekânın psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerinin çalışma mekânındaki gerekliliğini ve mekânsal karşılıklarını incelemeye dayalı, pandemi sürecindeki psiko-sosyal gereksinimlere de değinen sorulardan oluşmaktadır.
- Yedinci soru grubu, farklı kuşakların çalışma biçimi tercihini gözlemlemeye dayalı sorulardır.
- Sekizinci soru grubu, kuşakların bireysel çalışma alanı tercihini tespit etmeye yönelik düzenlenmiş sorulardır.
- Dokuzuncu soru grubu iş yeri bağlılığının çalışma mekânı ile ilişkisini ve bağlılığın oluşması için mekânın barındırması gereken kriteri tespit etmek amacıyla hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır.
- Onuncu soru grubu iş yeri seçiminde mekânsal tasarımın rolünü ve diğer etkenlerin arasında çalışma mekânının yerini tespit etmek için hazırlanmıştır.

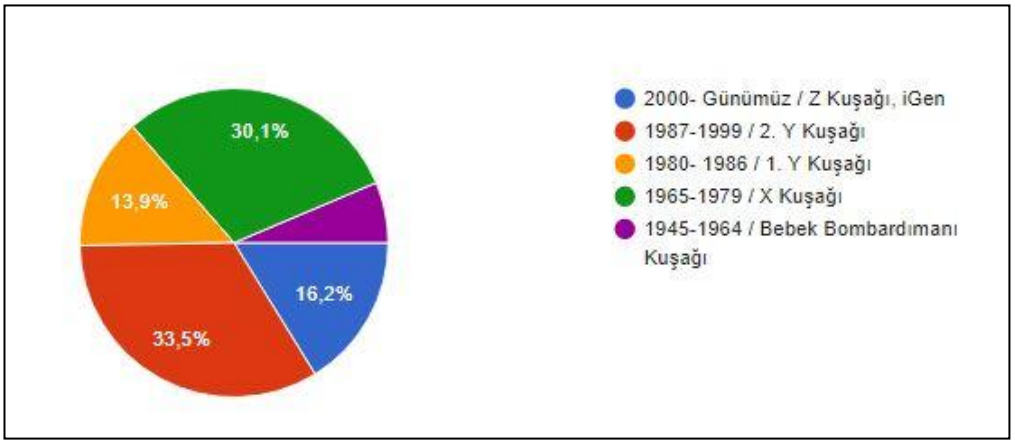
Anket sonuçları değerlendirilirken yanıtların bütün katılımcılar içindeki oranı tespit edilmiştir. Sonrasında yanıtın ait olduğu kuşağın içerisindeki oranı tespit edilerek beklentiler hakkında yorum yapılabilmiştir. Sorulara verilen yanıtlar sonucu elde edilen bulgular başlıklar halinde sıralanmıştır. Bu başlıklar şunlardır:

1. Sosyo-demografik Yapı ile İlgili Bulgular
2. Mekânda Alan Yönetimi ile İlgili Bulgular
3. Mekânın Sınır Bileşenleri ile İlgili Bulgular
4. Mekânın Eylemsel Olanakları ile İlgili Bulgular
5. Mekânın Duyusal Bileşenleri ile İlgili Bulgular

6. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri ile İlgili Bulgular
7. Çalışma Biçimi ile İlgili Bulgular
8. Bireysel Çalışma Alanı ile İlgili Bulgular
9. İşyeri Bağlılığı ile İlgili Bulgular
10. İşyeri Seçimi ile İlgili Bulgular
11. Alan Araştırması (2. Aşama) Bütünsel Değerlendirme

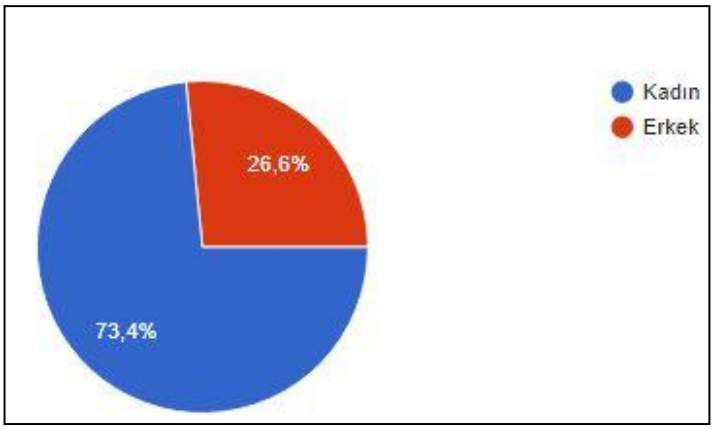
6.1. Sosyo-demografik Yapı ile İlgili Bulgular

Demografik Bulgular: Katılımcıların, % 6,3'ünün Bebek Patlaması Kuşağı, % 30,1'inin X Kuşağı, % 13,9'unun birinci Y Kuşağı, % 33,5'inin ikinci Y Kuşağı ve % 16,2'sinin Z Kuşağı üyesi olduğu görülmüştür. Oranlar, günümüzde iş dünyasına Y Kuşağı'nın hakim olduğu bir dönem yaşandığı düşünüldüğünde, gerek her kuşaktan temsiliyetin sağlanması, gerekse de, evreni temsil etmedeki tutarlılık açısından olumlu görülmektedir (Şekil 6.1).



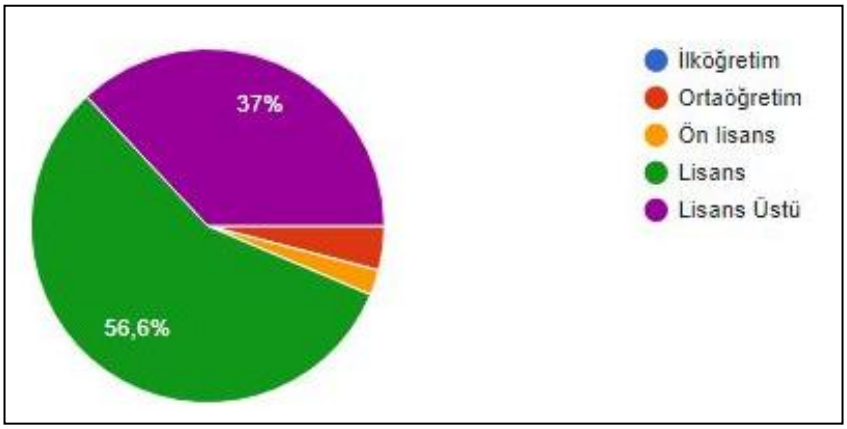
Şekil 6.1: Kuşakların ankete katılım oranları.

Cinsiyet ile İlgili Bulgular: Katılımcıların, %6,3'ünün Bebek Patlaması Kuşağı, %30,1'inin X Kuşağı, %13,9'unun birinci Y Kuşağı, %33,5'inin ikinci Y Kuşağı ve %16,2'sinin Z Kuşağı üyesi olduğu görülmüştür. Oranlar, günümüzde iş dünyasına Y Kuşağı'nın hakim olduğu bir dönem yaşandığı düşünüldüğünde, gerek her kuşaktan temsiliyetin sağlanması, gerekse de, evreni temsil etmedeki tutarlılık açısından olumlu görülmektedir (Şekil 6.2).



Şekil 6.2: Cinsiyet oranları.

Eğitim Durumu ile İlgili Bulgular: Katılımcıların eğitim durumu; %56,6 oranında lisans, %37 oranında lisans üstü, % 2,3 oranında ön lisans, % 4 oranında ortaöğretim düzeyindedir (Şekil 6.2). İlköğretim seviyesinde eğitim düzeyine ise rastlanmamıştır. Ortaöğretim mezunu olan Z Kuşağı, çalışma hayatına atıldığında yeni nesil ofislerde çalışma potansiyeli olan, paylaşımlı ofisleri kullanan ve ilerleyen yıllarda da aktif olarak kullanacak olan, nitelikli bir eğitim alan, lise seviyesindeki öğrencilerden oluşmaktadır. Z Kuşağı'nı oluşturan lisans eğitim düzeyindeki grup ise kurumsal ofislerde staj yapan ve/veya aktif olarak çalışma hayatına atılmamış olan üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır.



Şekil 6.3: Eğitim durumu analizi.

Meslek ile İlgili Bulgular: Katılımcıların meslek grupları ve pozisyonları, mimar, öğrenci, yönetici, eczacı, firma kurucusu, akademisyen, muhasebe uzmanı,

sosyal medya sorumlusu ve grafik tasarımcı, iOS developer, lise öğrencisi, dizayn ofis mimarı, ihracat operasyon uzmanı, müdür yardımcısı, ceo, test uzmanı, üst düzey yönetici, marketing specialist, başuzman araştırmacı, ceo-mimar, kurumsal avukat, gemi inşa mühendisi, kurumsal doktor, fiyatlandırma ve kapasite planlama mühendisi, soc uzmanı, telefon operatörü, yönetici asistanı, yönetim kurulu başkanı, özel eğitim öğretmeni, bankacı, girişimci, psikolojik danışman, öğretim üyesi, tasarım uzmanı gibi çeşitli iş gruplarından oluşmaktadır.

6.2. Mekânda Alan Yönetimi ile İlgili Bulgular

Mekânda alan yönetimi ile ilgili mekânı kişiselleştirme, kendileme, mekânsal bağlılık, aidiyet, mahremiyet vb. kavramların ele alındığı sorular yöneltilmiştir. Mekânı kişiselleştirmeye yönelik sorulmuş olan aşağıdaki soru;

"Çalışma mekânınızda yapmış olduğunuz veya yapmak istediğiniz kişiselleştirmeler/kişisel alan kullanımına yönelik uygulamalar var mıdır? Varsa yazınız. (Pandemi sürecinde, evde de çalıştıysanız çalışma ortamı hazırlamaya yönelik yapılan kişiselleştirmeleri de düşünerek cevap veriniz." şeklinde yöneltilmiştir.

Yukarıdaki soruya kuşakların verdikleri yanıtlar ele alındığında; kuşakların büyük oranda, çalışma mekânında kişisel alan oluşturma yönünde uygulamaları olduğu görülmüştür. Özellikle pandemi sürecinde ev ortamında yapılan mekânsal düzenlemeler dikkat çekmektedir. Balkonu kapatıp ofis olarak kullanmak, teknik donanım düzenlemek, işin doğasına uygun materyallerin kullanılması (çocuk doktorunun çalışma odasında oyuncak bulundurması gibi), çalışma masasını kitaplığa çevirme, çalışma sırasında görsel olarak iletişim kurulan duvarı gezi fotoğraflarıyla süsleme, pandemide kullanılan iletişim yöntemi gereği telefon, mikrofon, kulaklık, kamera gibi gereçlerin çalışma mekânında sürekli olarak bulundurulması gibi ortak uygulamalar söz konusudur. Genel olarak ihtiyaçtan kaynaklı uygulamalar-gereçler veya bağlılık duyulan objeler, alışkanlıklar yoluyla mekânda kişiselleştirmeler yapıldığı gözlenmektedir.

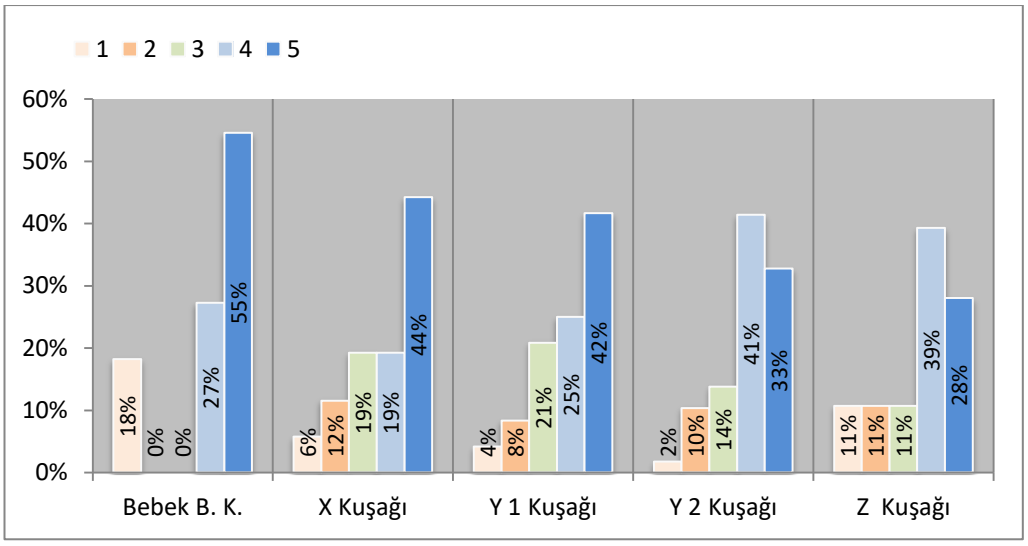
Pandemi sürecinde, çalışma mekânını kişiselleştirmenin daha da önem kazandığını gösteren bir cevap dikkat çekicidir;

"Kesinlikle evet. Pandemi süresince evden çalışmak, zaman geçtikce zorlaşmaya başladı. Çalışmaya odaklanmak için bulunduğumuz mekânı (genellikle yatak odasının bir bölümü) geliştirmemiz ve düzenlememiz gerekti."

Bunun yanı sıra çok düşük oranda da olsa, "Hiçbir kişiselleştirmeye ihtiyaç duymuyorum.", "Çok önemli olduğunu düşünmüyorum." şeklinde yorumlar da yer almaktadır. Elde edilen veriler ışığında, Bebek Patlaması Kuşağı dışındaki kuşakların kişiselleştirme süreçlerinde daha kapsamlı değişiklikler yaptığını söylemek mümkündür. Z Kuşağı'nın ise daha sessiz bir çalışma ortamı ve bireysel bir çalışma alanı tercih ettiği görülmektedir. Mekânda alan yönetimi başlığı altında, mahremiyet ile ilgili sorulan sorulara verilen yanıtların analizi de sırayla aşağıda yer almaktadır.

"Bu bölümde çalışma alanındaki görsel ve işitsel mahremiyet ile ilgili düzenlemelerin sizin için ne düzeyde önemli olduğunu yanıtlayınız."

"Çalışma alanındaki bilgisayarların diğer kullanıcıların ekranı göremeyeceği şekilde konumlandırılması, bölücü elemanlar vb. kullanılması." durumunun değerlendirilmesinde bütün kuşakların görsel mahremiyete önem verdiği, bölücü elemanları desteklediği görülmektedir. Kuşaklar içerisinde bir değerlendirme yapmak gerekirse; En yüksek seviyedeki mahremiyet beklentisi Bebek Patlaması Kuşağı' nda iken en düşük seviyedeki beklenti ise Z Kuşağı'ndadır (Şekil 6.4).

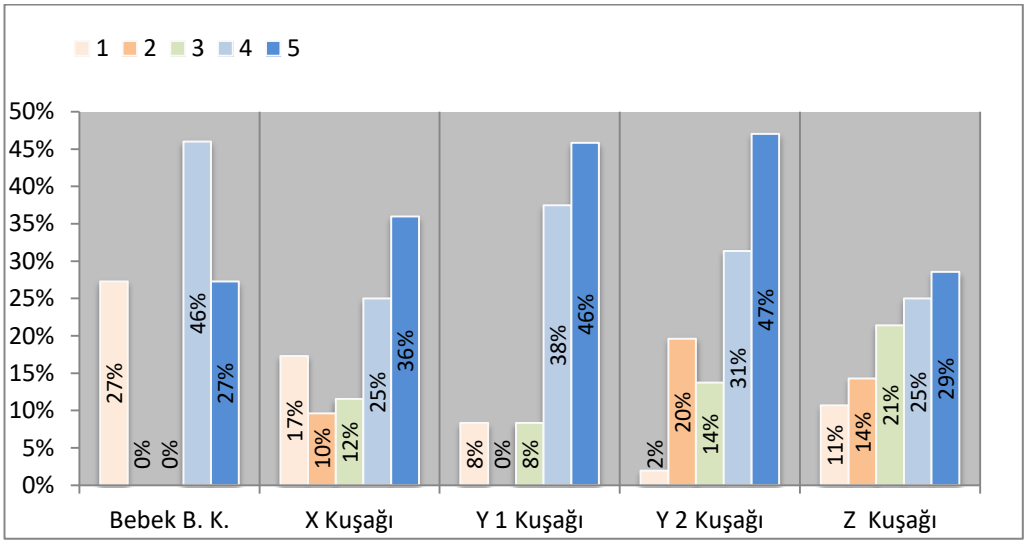


Şekil 6.4: Görsel mahremiyet/ekranın görünür olma durumu.

"Çalışma ortamındaki dinlenme alanlarında çalışma alanı ile dinlenme alanının bölücü paneller, perdeler vb. ile ayrılmış olması." durumunun kuşaklar tarafından değerlendirilmesine ait veriler Şekil 6.5'de görülmektedir. Veriler sayısal

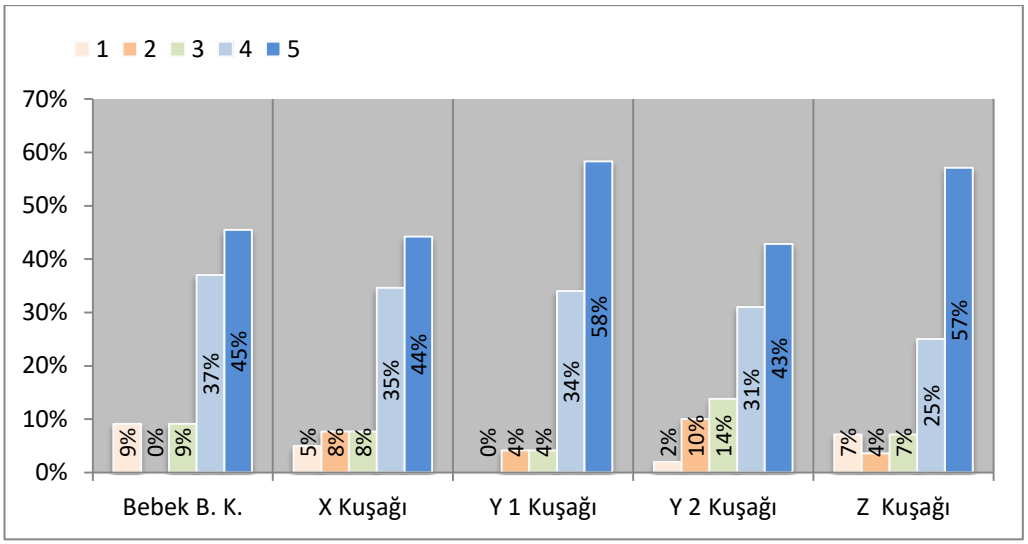
olarak değerlendirildiğinde; çalışma alanı ile dinlenme alanı arasında mahremiyet beklentisi en yüksek olan kuşağın Y2 Kuşağı olduğu tespit edilmiştir. Bu iki mekân arasında mahremiyet beklentisi en düşük olan kuşak Bebek Patlaması Kuşağı'dır (Şekil 6.5).

Bebek Patlaması Kuşağı'nda dinlenme alanlarında tercih edilen görsel mahremiyet beklenti düzeyinin düşük çıkmasının sebebinin bu kuşağın dinlenme alanlarını kullanım biçimi ile alakalı olduğu düşünülmektedir. Dinlenme alanlarını en rahat şekliyle (uzanarak, uyuyarak) kullanan Y Kuşağı bu alanlarda bölücüler tercih etmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın kamusal / yarı kamusal alan olarak değerlendirilebilecek çalışma mekânlarında dinlenme alışkanlıklarının ise bölücü, kapatıcı elemanlar gerektirmediği şeklinde bir yorumlama yapılabilir.



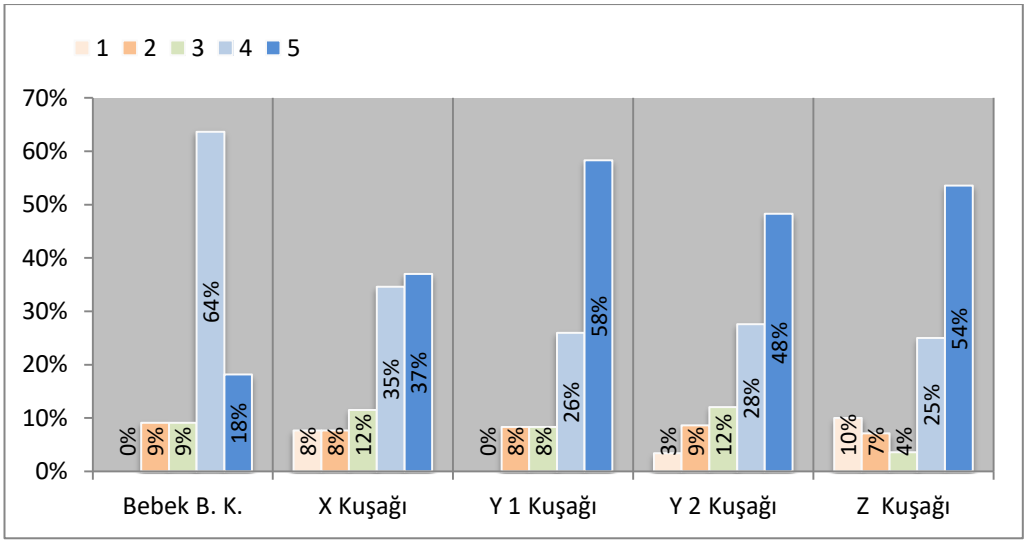
Şekil 6.5: Çalışma alanı ile dinlenme alanı arasında "bölücü" kulanımı.

Şekil 6.6'de, "Çalışma mekânında ses yalıtımının ve görsel mahremiyetin sağlanmış olması." durumuna kuşakların yaklaşımı değerlendirilmiştir. Y1 ve Y2 Kuşağı'nın çalışma mekânındaki görsel ve işitsel mahremiyet beklentisi en yüksek seviyededir. Z Kuşağı'nın mahremiyet beklentisi ise üçüncü sıradadır. En düşük seviyedeki değerlendirme ise X Kuşağı'na aittir.



Şekil 6.6: Ses yalıtımının ve "görsel mahremiyetin" sağlanmış olması.

"Özel telefon görüşmelerini çalışma arkadaşlarından uzak bir alanda ya da telefon kabinlerinde yapmak." ifadesi değerlendirilmiştir. Şekil 6.7'daki grafikte yer alan verilerden elde edilen bilgiler çerçevesinde, Y1 Kuşağı'nın işitsel mahremiyete verdiğim önem dikkat çekicidir. Bu soruya ilişkin değerlendirmelerde, en düşük önem düzeyinin X Kuşağı'na ait olduğu görülmektedir. Şekil 6.6'de "Ses yalıtımının ve görsel mahremiyetin sağlanmış olması" ifadesinin verileri ile paralel sonuçlar elde edilmiştir. Bu anlamda "çalışma alanında mahremiyet" ile ilişkili sonuçlarda tutarlılık söz konusudur.



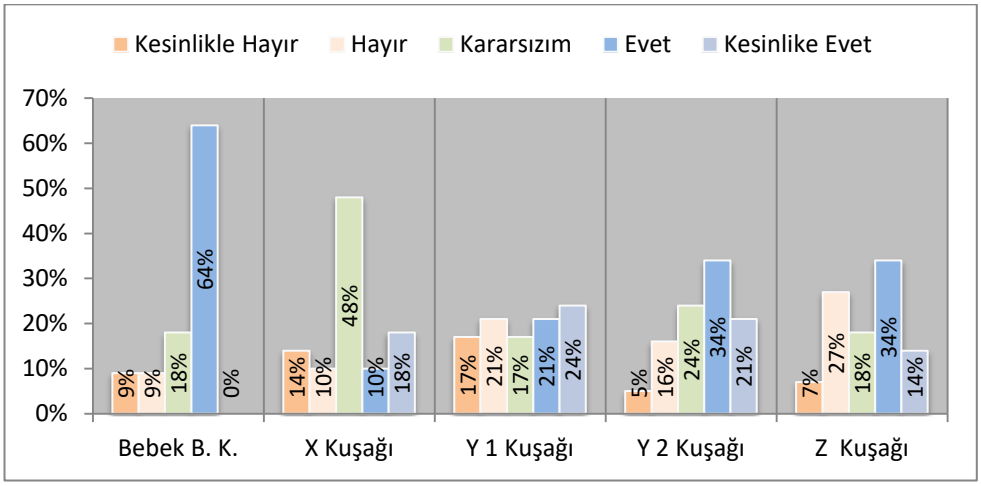
Şekil 6.7: Özel telefon görüşmelerini "telefon kabininde" yapmak.

6.3. Mekânın Sınır Bileşenleri ile İlgili Bulgular

Sınırlar, esneklikler (zamanda ve mekânda), açıklık, yakınlık gibi konuları kapsayan bu başlık altında yapılan değerlendirmeler şu şekildedir:

Çalışma zamanı tercihi ile ilişkili sorular, beş dereceli likert ölçeği ile oluşturulmuştur. "Her gün başlangıcı ve bitişi aynı olan mesai saatleri arasında çalışmayı tercih ederim**."** ifadesinde kuşak farkı gözetmeksizin değerlendirme yapıldığında; %20,2 oranında " Kesinlikle Evet", %25,4 oranında "Evet", %26 oranında " Kararsızım", %18,5 oranında "Hayır", %9,8 oranında " Kesinlikle Hayır" yanıtı verilmiştir. Kararsızlık oranı (%26) da yüksek olmakla beraber, büyük oranda başlangıcı ve bitişi aynı olan mesai saatleri (%45,6) tercih edilmiştir.

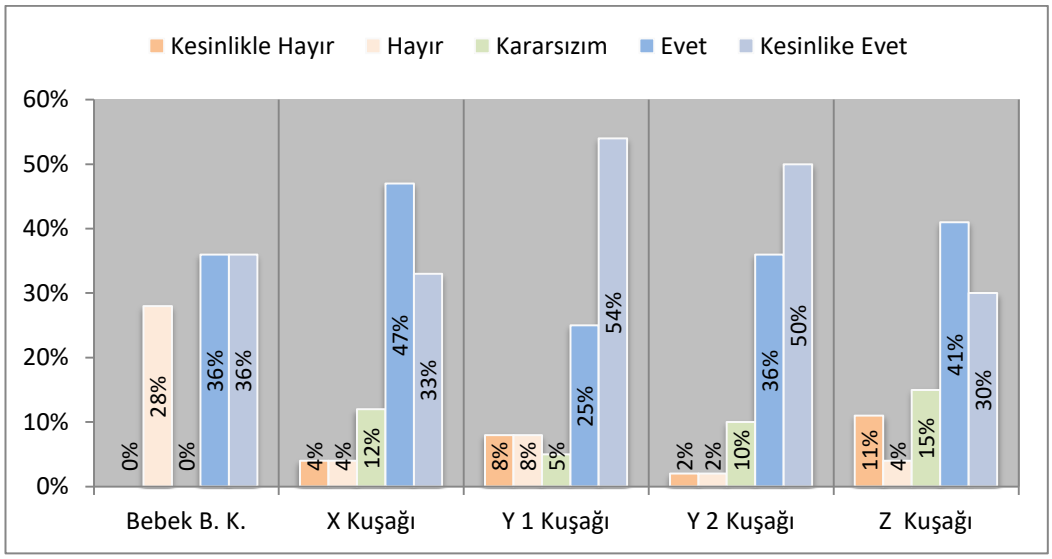
Her kuşağın yanıtı ayrı ayrı ele alınmış; Şekil 6.8'de her bir cevap, ait olduğu kuşak içerisindeki yüzdelik değere göre grafikle ifade edilmiştir. Grafikte, Bebek Patlaması kuşağının %63'lük oran ile "Evet" yanıtını vermiş olması dikkat çekicidir. X Kuşağının, çalışma saatlerinde esneklik konusunda büyük oranda kararsız olduğu gözlenmekle birlikte, esnekliği %29 oranında olumsuz, %24 oranında olumlu bakış açısıyla değerlendirdikleri ve birbirine yakın yanıtlar verdikleri görülmektedir. Y1 kuşağı'ndaki yanıtların dağılımı büyük oranda "Evet" ve "Kesinlikle Evet" yanıtlarından oluşmakla birlikte, bütün yanıtların oranı birbirine yakındır. Y2 Kuşağı ile Z Kuşağı'nın yanıtları ise oldukça benzerlik göstermektedir. Olumlu ve olumsuz yanıtların oranları birbirine yakın olmakla birlikte her iki kuşakta da esnek zamanlı çalışma sistemi desteklenmiştir (Şekil 6.8).



Şekil 6.8: Kuşakların sabit zamanlı çalışma tercihi yanıt analizi.

X Kuşağı dışındaki bütün kuşakların sabit zamanlı çalışmayı uygun bulduğu görülmekte, X Kuşağı'nın sabit zamanlı çalışma konusundaki kararsızlığı dikkat çekmektedir. Bu durum, esnek zamanlı çalışmanın ortaya çıkışı ile alakalı olarak değerlendirildiğinde, X Kuşağı'nın uzun yıllar boyunca sabit zamanlı çalışmış olması, ancak bu durumdan memnuniyetsizliği, diğer yandan, esnek çalışma saatlerini çok fazla deneyimlememiş olması nedeniyle duymuş olduğu kararsızlık ekseninde yorumlanabilir. Çalışma hayatının sonlarına kadar sabit zamanlı olarak çalışan Bebek Patlaması Kuşağı ise en büyük oranla sabit çalışma saatlerini desteklemektedir.

Çalışma zamanında esneklik ile ilişkili, beş dereceli likert ölçeği ile hazırlanmış diğer bir soruyu da; "Belirlediğim günlerde, tercih ettiğim saat aralıklarında çalışmayı tercih ederim. (08:00-17:00 yerine 09:00-18:00 vb. gibi)" önermesi oluşturmaktadır. Bütün kuşakları kapsayan bir analiz yapıldığında katılımcıların %41,6'sı "Kesinlikle Evet", % 38,7'si "Evet", % 9,8'i "Kararsızım", %5,2'si "Hayır", %4,6'sı "Kesinlikle Hayır" yanıtını vermiştir. Tüm kuşaklar, %80,3 oranda, kendi belirlediği günlerde, tercih ettiği saat aralıklarında çalışmayı tercih etmektedir (Şekil 6.9).



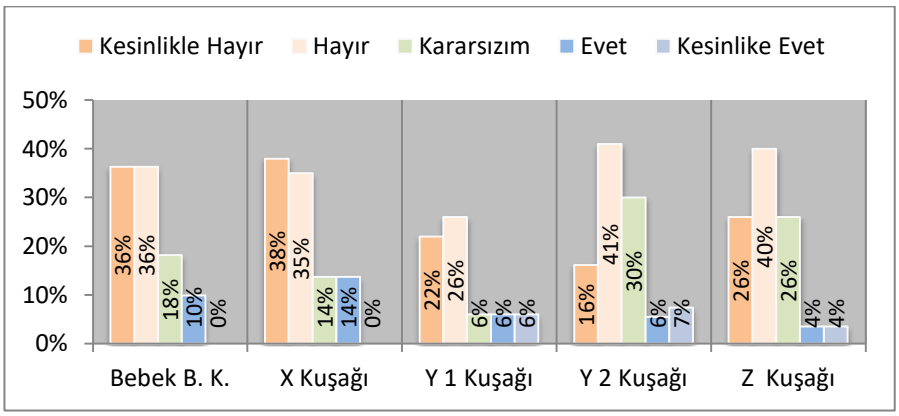
Şekil 6.9: Kuşakların esnek zamanlı çalışma tercihi yanıt analizi.

Kuşakların yanıtları ayrı ayrı ele alındığında; Y1 Kuşağı'nın büyük oranda "Kesinlikle Evet", yanıtını verdiği görülmektedir. X Kuşağı'nın bir önceki soruda gösterdiği kararsızlık, bu soruda büyük oranda "Evet" ve "Kesinlikle Evet"

yanıtlarıyla kararlılığa dönüşmüştür. En yüksek orandaki olumsuz yanıt ise Bebek Patlaması Kuşağı'na aittir (Şekil 6.9).

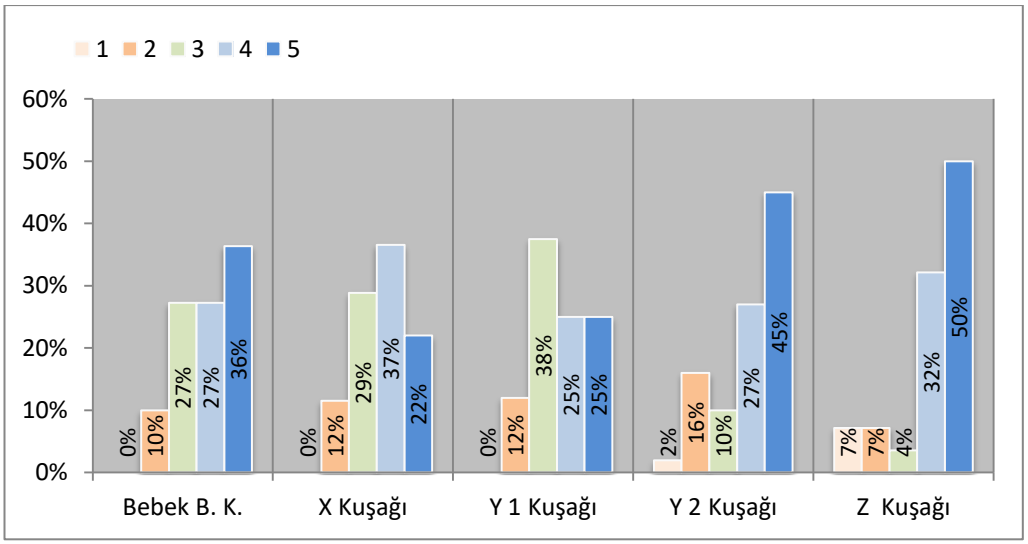
"Her gün başlangıcı ve bitişi aynı olan mesai saatleri arasında çalışmayı tercih ederim." ifadesine verilen yanıtlar ile "Belirlediğim günlerde, tercih ettiğim saat aralıklarında çalışmayı tercih ederim." ifadesinin yanıtları bir arada analiz edildiğinde bütün kuşakların belirli mesai saatleri ve düzenli bir çalışma aralığının içerisinde kendi tercih ettiği zaman diliminde çalışmayı ve zamanda kontrollü bir esneklik uygulanmasını tercih ettiği yorumu yapılabilir. Belirli mesai saati aralığının içinden tercih edilen saat diliminin seçilme durumunun, bütün kuşaklar tarafından dikkat çekici bir şekilde tercih edilmesinin, bir çok meslek grubunda ve çalışma mekânında yaşanan genel bir sorun olan, mesai saatinin belirsiz sürelere kadar uzaması durumundan ve çalışma zamanı konusundaki esnekliğin çalışan tarafından belirlenemiyor olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

"Çalışma zamanımın tamamını evde çalışarak geçirmeyi tercih isterim." ifadesine verilen yanıtlar bütün kuşaklar özelinde değerlendirildiğinde; bu sorunun büyük oranda "Hayır" ve "Kesinlikle Hayır" şeklinde cevaplandığı görülmektedir (Şekil 6.10). Bu bulgu, özellikle pandemi sürecinde her kuşaktan katılımcının deneyimlediği, evden çalışma durumuna genel yaklaşım açısından oldukça önemli ve dikkat çekicidir. Bu sonucun, uzaktan çalışma, eğitim alma gibi eylemler için ev ortamında oluşturulan çalışma mekânlarının tatminkâr olmamasıyla da büyük oranda ilişkili olduğu düşünülmektedir. En yüksek oranda "Hayır" ve "Kesinlikle Hayır" yanıtını veren kuşaklar Bebek Patlaması Kuşağı ve X Kuşağı olup, toplamdaki oranları neredeyse aynıdır. Y2 Kuşağı'nın ve Z Kuşağı'nın kararsızlık oranlarının yüksekliği ise dikkat çekicidir.



Şekil 6.10: Kuşakların evde (home office) çalışma tercihleri.

Mekân sınırlarının geniş olarak tariflendiği, açık ofis alanlarının kullanımına yönelik tercihleri belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış olan soru şu şekilde açıklanmıştır: "İş arkadaşları ile iletişim kurulabilecek açık ofis alanlarının varlığının sizin için ne düzeyde önemli olduğunu açıklayınız." Şekil 6.11'de sunulmuş olan grafikten elde edilen verilere göre analiz yapılmıştır. Bu verilere göre; bütün kuşaklar açık ofiste çalışma biçimini desteklemektedir. Y2 ve Z Kuşağı'nın yüksek düzeyde açık ofis alanlarını tercih ettiği görülmektedir. En düşük seviyedeki açık ofis tercihi Y1 Kuşağına aittir. Bu durum, Y1 Kuşağı'nın diğer kuşaklar ile kıyaslandığında iletişime kapalı alanları daha çok tercih ettiğini göstermektedir.



Şekil 6.11: "Açık ofis" alanının varlığı.

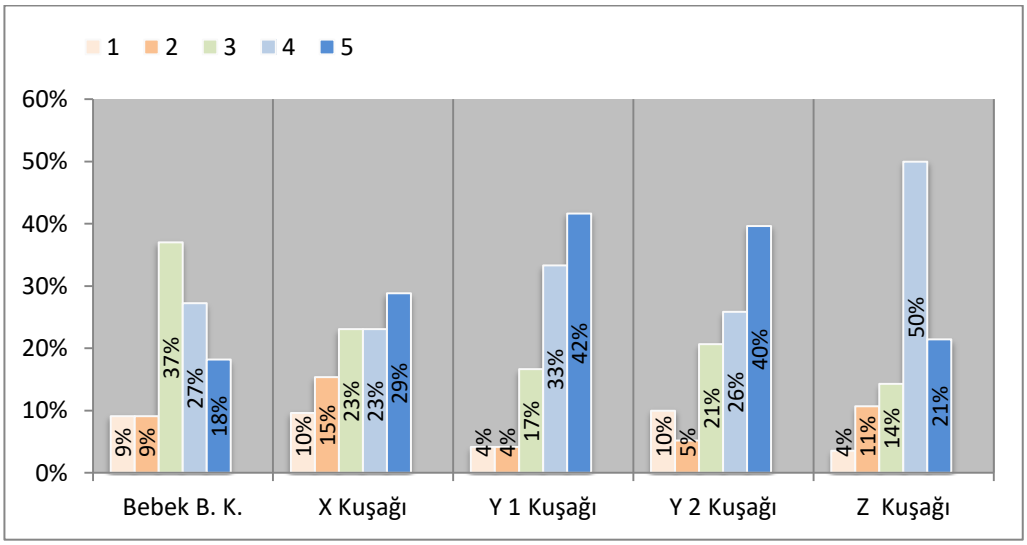
6.4. Mekânın Eylemsel Olanakları ile İlgili Bulgular

Çalışma alanındaki mekânsal düzenlemelerin, önem düzeylerini tespit etmek amacıyla oluşturulmuş soru şu şekildedir: "Aşağıdaki mekânların iş yeri ortamında bulunması sizin için ne düzeyde önemlidir? " Bu mekânsal düzenlemeler ise;

- Sessiz görüşme/telefon kabinleri.
- Çalışma alanı içerisinde uyku nişleri/hamaklar.
- Bakım merkezi, kuaför, masaj alanı vb.
- Oyun alanları.

- Açık hava ve doğa ile bütünleşik çalışma alanları (bahçeye/terasa anında çıkabilme vb.).
- Çalışma alanı içerisinde içecek nişleri.
- Bireysel kullanıma açık mutfak alanı.
- Konsantrasyon odası (bireysel çalışmalar için).
- Beyin fırtınası odası (grup çalışmaları için).
- Meditasyon odası.
- Çocuk bakım merkezi olarak belirlenmiştir.

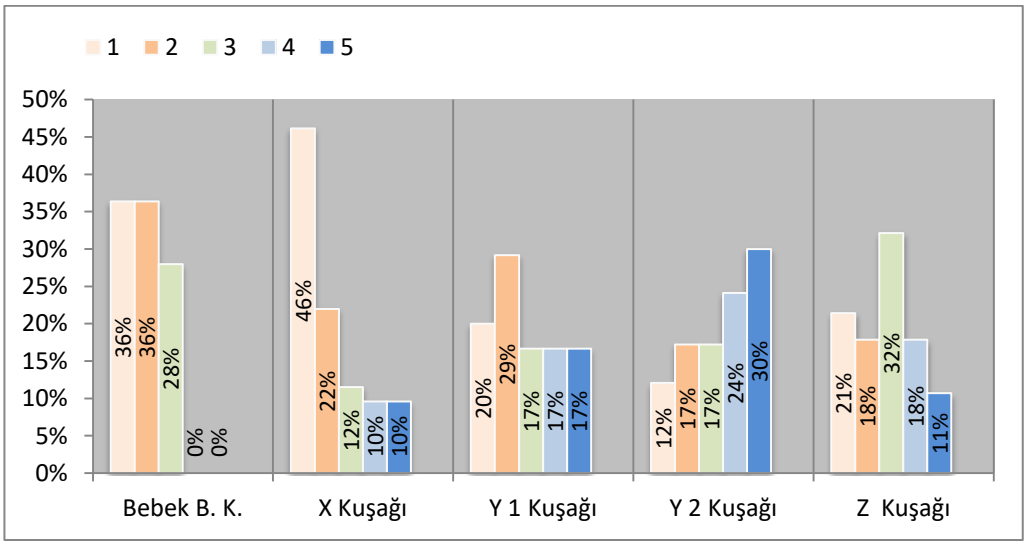
Şekil 6.12'de sessiz görüşme/telefon kabinlerinin önem düzeyi incelenmiştir. Elde edilen verilere göre; Y1 Kuşağı için, çalışma mekânında sessiz görüşme/telefon kabinlerinin olması oldukça önemlidir. Y2, Z kuşaklarının değerlendirmeleri de Y1 Kuşağı'na yakın olmakla birlikte, Bebek Patlaması Kuşağı için, özel görüşme kabinlerinin önem düzeyi diğer kuşaklar ile kıyaslandığında en düşük seviyededir.



Şekil 6.12: "Sessiz görüşme/telefon kabinleri" önem düzeyi.

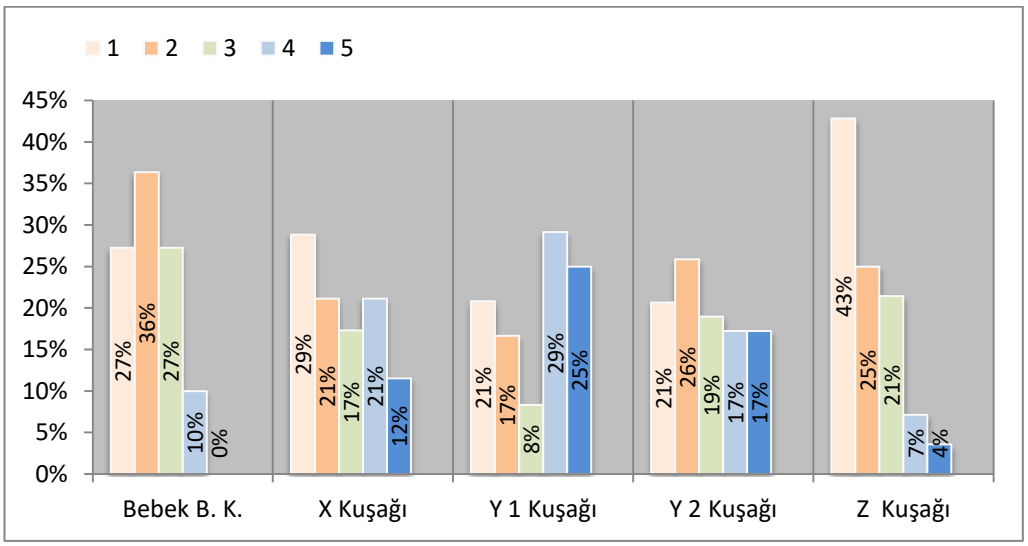
Aşağıdaki şekilde (Şekil 6.13) çalışma alanı içerisinde yer alan uyku nişleri ve hamakların önem düzeyi incelendiğinde; Y2 Kuşağı'nın bu mekânsal düzenlemelere verdiği önem düzeyinin yüksek oluşu dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra X Kuşağı'nın, çalışma mekânında uyku nişi ve hamak kullanımı ile ilgili olumsuz yaklaşı mı da grafikte dikkat çekicidir. Toplam puanlama değerlendirildiğinde Bebek

Patlaması Kuşağı'nın en düşük seviyede değerlendirme yaptığı görülmektedir. Y2 Kuşağı'ndan sonraki en yüksek değerlendirmeye ise Z Kuşağı'nda rastlanmaktadır.



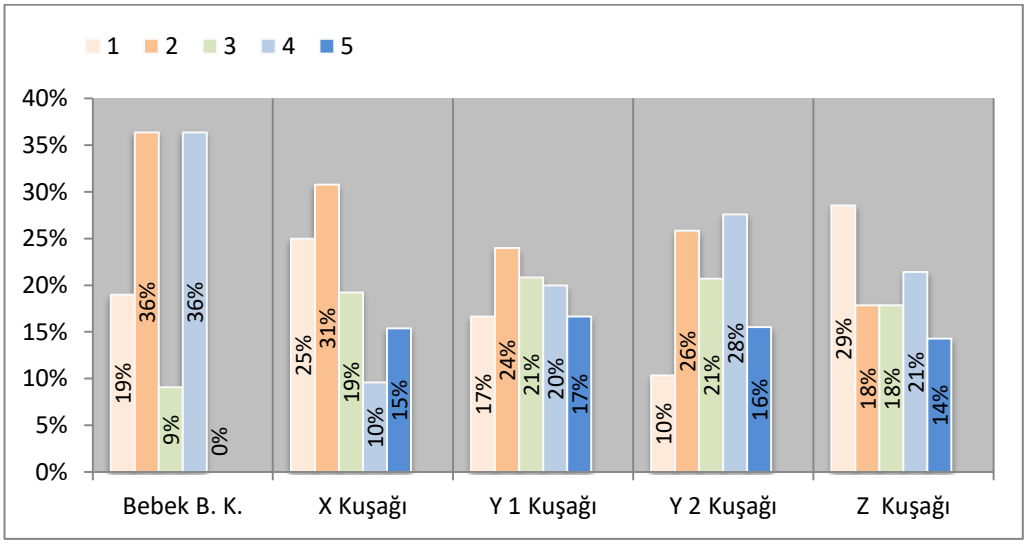
Şekil 6.13: "Uyku nişleri/hamaklar" önem düzeyi.

Şekil 6.14'da yer alan, "bakım merkezi, kuaför, masaj alanı vb." önem düzeyini gösteren grafikte, Z Kuşağı'nın bu tür mekânsal düzenlemelere verdiği önemin düşük seviyede olması dikkat çekicidir. En yüksek seviyedeki önem düzeyine ise, Y1 Kuşağı'nın grafiğinde rastlanmaktadır. Bebek Patlaması Kuşağı'nın grafik değerleri ise Z Kuşağı'nınki ile benzerlik göstermektedir.



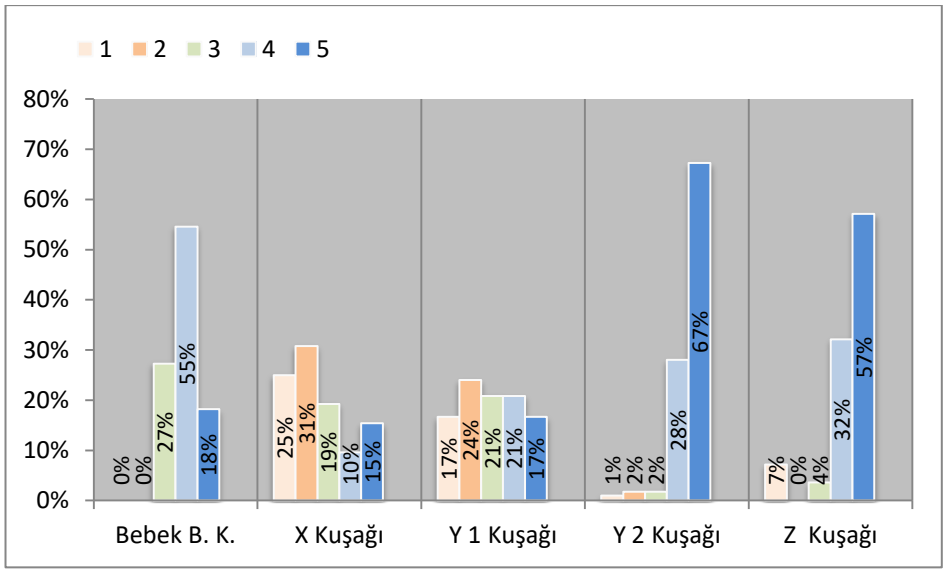
Şekil 6.14: "Bakım merkezi, kuaför, masaj alanı vb." önem düzeyi.

Şekil 6.15'daki grafikte, çalışma mekânındaki oyun alanlarının kuşaklara göre önem düzeyleri değerlendirilmiştir. Y2 Kuşağı'nın yanıtlarında çeşitlilik görülmekle birlikte, en yüksek orandaki önem düzeyine bu kuşakta rastlanmaktadır. Bebek Patlaması Kuşağı'nın aynı orandaki farklı düşünceleri barındıran yanıtları ise dikkat çekicidir. Y2 Kuşağı'ndan sonraki en yüksek önem düzeyine, Z Kuşağı'nın yanıtlarında rastlanmaktadır. X Kuşağı ise, çalışma mekânında oyun alanlarını önemsiz olarak değerlendirmiştir.



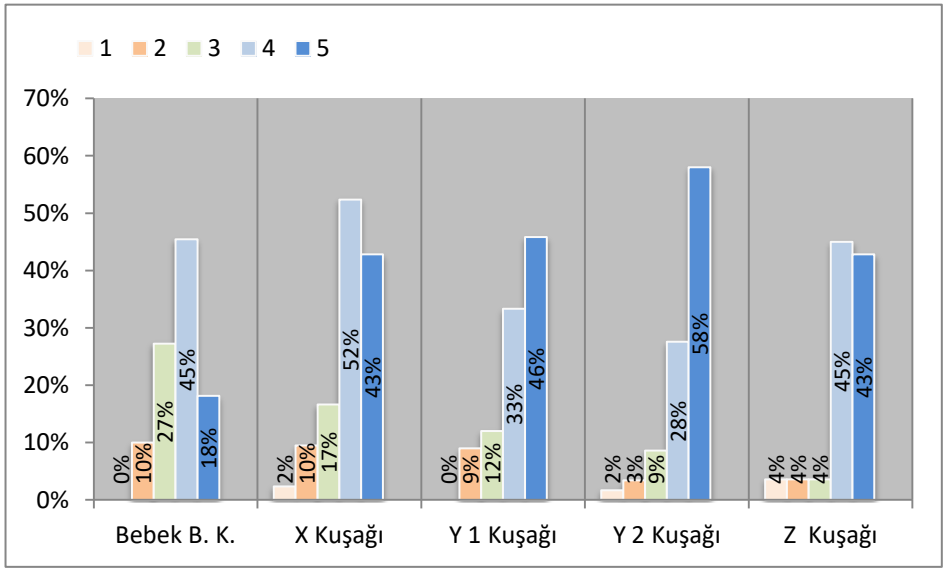
Şekil 6.15: "Oyun alanları" önem düzeyi.

Açık hava ve doğa ile bütünleşik çalışma alanlarının (bahçeye/terasa anında çıkabilme vb.) değerlendirmelerini ele almak gerekirse, Y2 Kuşağı'nın bu mekânlara verdiği yüksek önem düzeyi dikkat çekmektedir. Z Kuşağı da, Y2 Kuşağı'na yakın oranlarda çalışma mekânında açık hava ile bütünleşik alanları önemli bulmaktadır. En düşük seviyedeki önem düzeyi X Kuşağı verilende görülürken, Y1 Kuşağı'nın yanıtlarının da benzer oranlara sahip olduğu görülmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın grafik verileri dikkat çekmekle birlikte Y1 ve Z Kuşağı'nın değerlendirmelerinin altında, üçüncü en yüksek değerleri içermektedir (Şekil 6.16).



Şekil 6.16: "Açık hava ve doğa ile bütünleşik çalışma alanları" önem düzeyi.

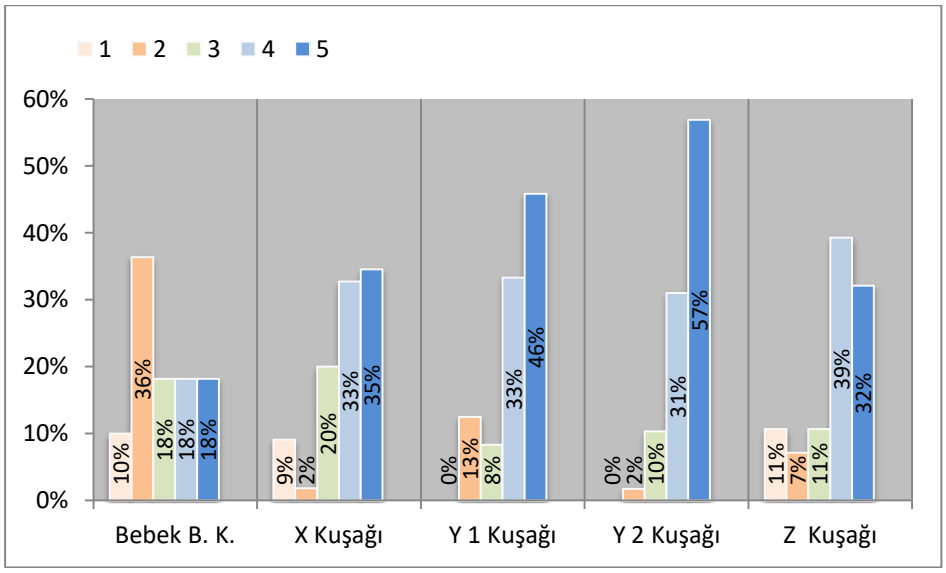
Şekil 6.17'de içecek nişleri ait önem düzeyleri değerlendirildiğinde bütün kuşaklar için içecek nişlerinin çalışma ortamında önemli olduğu görülmektedir. X Kuşağı'nın değerlendirmesi en yüksek seviyededir. X Kuşağı değerlerini sırasıyla Y1, Y2, Z ve son olarak Bebek Patlaması Kuşağı takip etmektedir. İçecek alanlarının çalışma alanı ile ilişkili olması önemli bir tasarım unsuru olarak görülmektedir.



Şekil 6.17: "İçecek nişleri" önem düzeyi.

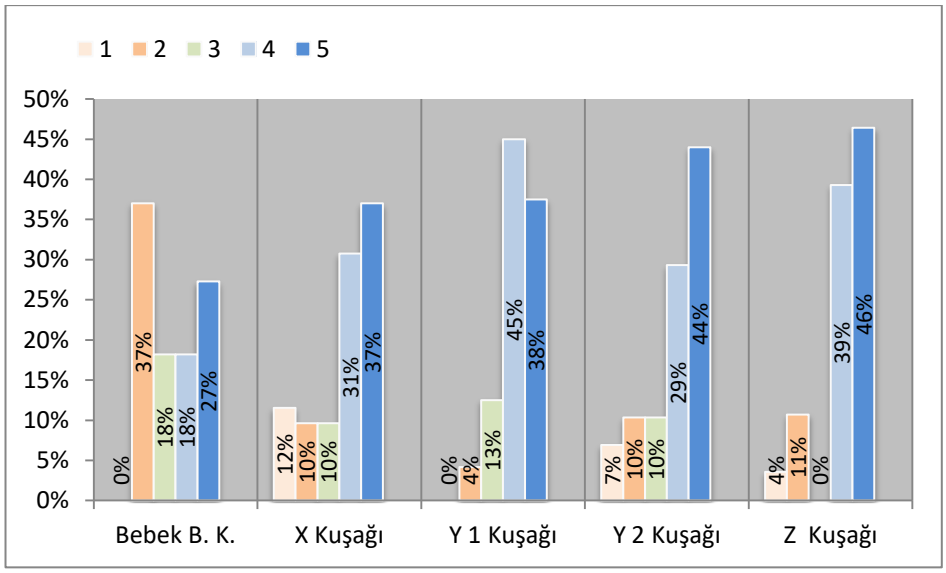
Bireysel açık mutfak alanı konusundaki değerlendirmelerde Y2 Kuşağı'nın grafikteki yüksek puanlaması dikkat çekicidir. Yükseklik oranlarına göre sırayla; Y1

ve Z ve X Kuşakları da çoğunlukla bireysel mutfak kullanımını desteklemektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın %36 seviyesinde düşük puan değerlendirmesi yaptığı görülmektedir. Bu kuşağın, çalışma alanında bireysel mutfak kullanımını desteklemediği görülmektedir (Şekil 6.18).



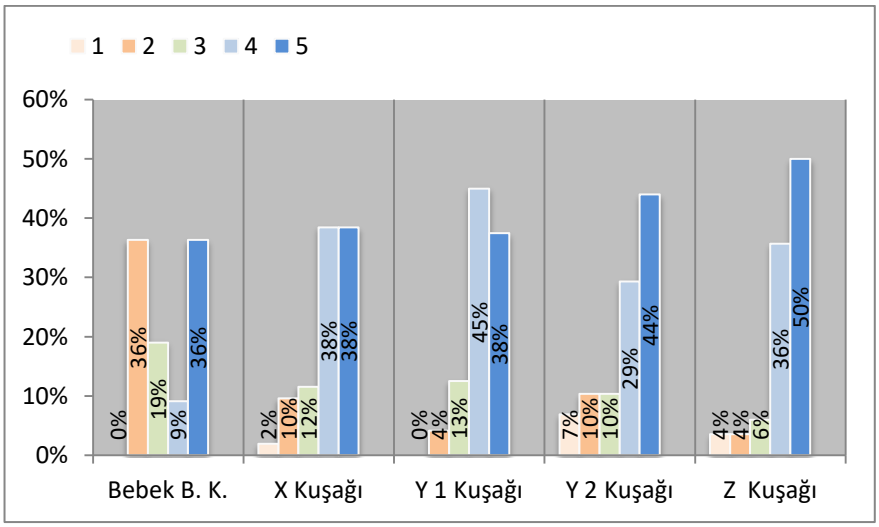
Şekil 6.18: "Bireysel kullanıma açık mutfak alanı" önem düzeyi.

Şekil 6.19'de görüldüğü gibi Z Kuşağı, konsantrasyon odasının çalışma ortamında olmasını, yüksek düzeyde önemli bulmaktadır. Z Kuşağı'nın işitsel mahremiyete en yüksek seviyede önem verdiğini söylemek mümkündür. Y1 ve Y2 Kuşakları da yakın oranlarda değerlendirme yapmıştır. Bebek Patlaması Kuşağı'nın düşük puanlama oranı dikkat çekicidir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın çalışma alışkanlıkları gereği, bireysel kullanıma uygun konsantrasyon odalarını önemli bulmadığı düşünülmektedir.



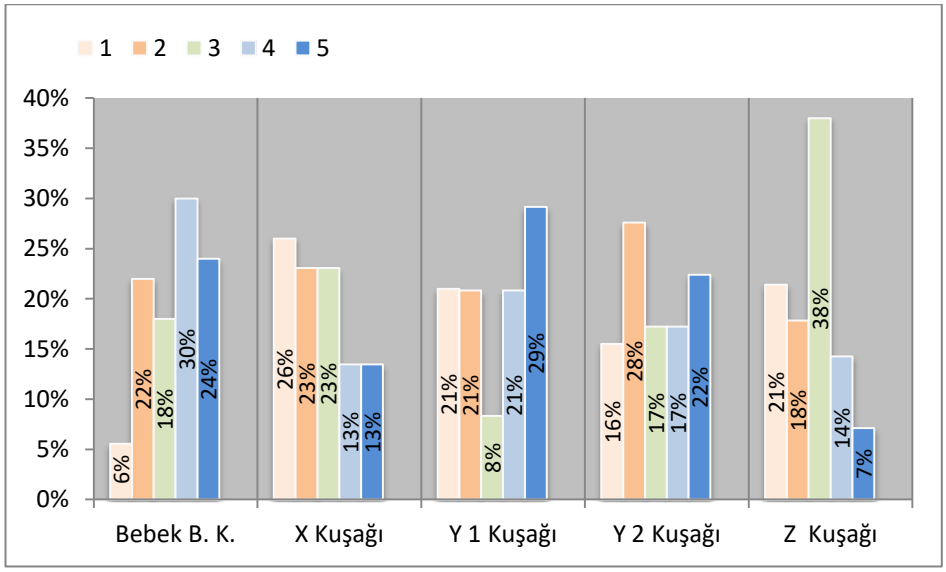
Şekil 6.19: "Konsantrasyon odası" önem düzeyi.

Şekil 6.20'de beyin fırtınası odasına ait önem düzeyleri görülmektedir. Z Kuşağı'nın bu mekânsal düzenleme için yapmış olduğu yüksek değerlendirme dikkat çekmektedir. X, Y1 ve Y2 Kuşakları'nın değerlendirmelerinin de puanlama seviyesinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın değerlendirme puanının en düşük seviyede olduğu görülmektedir. Yeni nesil ofislerde, kolektif çalışmaları desteklemesi açısından beyin fırtınası odalarının, mekânsal tasarımda yer almasının önemini vurgulamak gerekmektedir.



Şekil 6.20: "Beyin fırtınası odası" önem düzeyi.

Çalışma mekânlarında meditasyon odasının varlığının ne derecede önemli olduğunu gösteren değerlendirmede, Bebek Patlaması Kuşağı'nın yüksek seviyedeki yanıtları görülmektedir. X Kuşağı'nın değerlendirmelerinde ise meditasyon odasının önem düzeyi en düşük seviyededir. Dikkat çekici bir şekilde, düşük önem düzeyinde değerlendirme yapan diğer bir kuşak Z Kuşağı'dır (Şekil 6.21).



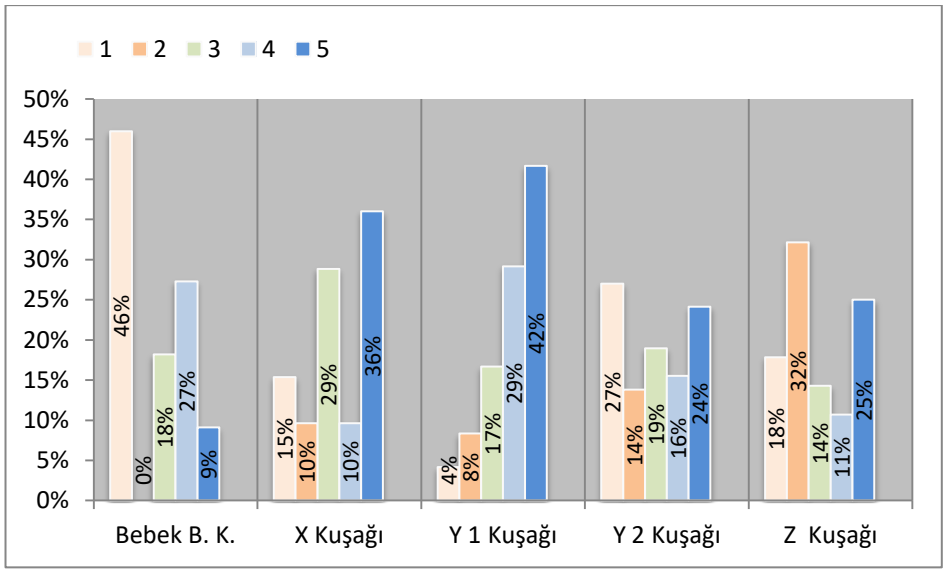
Şekil 6.21: "Meditasyon odası" önem düzeyi.

Şekil 6.22'de çocuk bakım merkezlerine yönelik yapılan değerlendirmede elde edilen bulgular şu şekildedir:

Y1 Kuşağı en yüksek seviyede çocuk bakım merkezini önemli bulmaktadır. Kendisi çalışan ve bakıma ihtiyaç duyan küçük çocuğu olan ebeveynleri kapsayan bir kuşak olduğu için, Y Kuşağı'nın çocuk bakım merkezlerine verdiği önemin yüksek olduğu düşünülmektedir.

X Kuşağı'da Y1 Kuşağı'na yakın oranlarda değerlendirme yapmıştır. X Kuşağı'nın da çalışma hayatı boyunca çocuk bakım merkezini deneyimlediği düşünüldüğünde, çalışma ortamındaki çocuk bakım merkezlerinin varlığını önemli bulduğu düşünülebilir.

Y1 ve Z Kuşağı'nın bu konudaki yaklaşımları benzerlik göstermektedir. En düşük seviyedeki önem düzeyi ise Bebek Patlaması Kuşağı'na aittir. Bu kuşağın da kendi deneyimleri ve alışkanlıkları doğrultusunda değerlendirme yaptığı düşünülmektedir.



Şekil 6.22: "Çocuk bakım merkezi" önem düzeyi.

6.5. Mekânın Duyusal Bileşenleri ile İlgili Bulgular

Mekânın duyusal bileşenleri ile ilgili yöneltilen aşağıdaki soruya verilen yanıtlar incelendiğinde, her kuşak için ortaklaşan olumlu ve olumsuz yorumlar seçilerek başlıklar halinde değerlendirilmiştir.

"Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz."

Görme: Teras gibi doğa ile bütünleşmeyi sağlayan mekânlar, ağaçlar ve çiçekler, süs bitkileri, yapay çiçekler, iş yerinin logosu, geyik, sülün, resimler, ofisteki spor malzemeleri, orman, teras, sosyalleşme alanları, niteliksiz yapılar, konteynırler, poster, palmiyeler, soğuk tonlar (gri ve donuk lacivert)

Koklama: Sigara kokusu, temiz hava, hijyen kokusu, doğal malzeme kokusu, limon ağacı, kedi, ofise ait kurumsal kolonya kokusu.

Dokunma: Minder, rahat koltuklar, kediler, klavye, kişisel eşyalar, rüzgar, bilgisayar faresi, kitaplar, konsantrasyon arttırıcı ve masaj etkisi sağlyan yumuşak mobilyalar.

İşitme: Açık mekânlarda süs havuzu, su sesi, hayvanların sesi, trafik sesi, gençlerin kendi aralarındaki konuşmaları, açık ofislerdeki özellikle telefon görüşmeleri, enstrümantel müzikler, klasik müzik, sessiz kabinler, yağmur sesi,

köpek sesi, iş makinesi sesi, çim biçme makinesinin sesi, yaprak toplama makinesi sesi, dinlendirici su sesi.

Tat Alma: Çay-kahve ve atıştırmalıklar, kahve makinesi, her gün aynı saatte yapılan kahve ikramı, ofiste atıştırmalıklar, mini bar ikramları, yönetim ve personel için yemek alanları, açık mutfak, kahvaltı saatleri, happy hours içecekleri.

6.6. Mekânın Psiko-Sosyal Anlamlılık Bileşenleri ile İlgili Bulgular

Pandemi ile birlikte uzaktan çalışma sisteminin yoğun olarak kullanılması ve bireylerin sosyal, kültürel, sanatsal faaliyetlerde bulunamaması sonucu psikolojik sağlamlık düzeyinin oldukça düştüğü görülmüştür. Uzaktan çalışma sürecinde ulaşılamayan, psiko-sosyal anlamlılık bileşenlerini destekleyen ofis mekânlarının tespiti için aşağıdaki soru yöneltilmiştir.

"Pandemi şartlarında eksikliğini hissettiğiniz en temel çalışma mekânından, çalışma eylemini destekleyen mekânlardan veya çalışma mekânı özelliğinden 3 tanesini işaretleyiniz." ifadesi için sunulan alternatif yanıtlar şunlardır;

- Sosyalleşmeyi sağlayan mekânsal düzenlemeler
- Her türlü fiziksel aktivite alanı
- Görsel ve işitsel mahremiyet sağlayan unsurlar
- Doğa ile bütünleşik alanlar
- Çocuk bakımına yönelik alanlar
- Kişisel alan oluşturmaya yönelik mekânlar
- Kişisel bakıma yönelik mekânlar

Şekil 6.23' de görüldüğü gibi farklı kuşaklar tarafından cevaplanan soruya ilişkin bulgular incelendiğinde Bebek Patlaması Kuşağı üyelerinin tamamının (% 100) "sosyalleşmeyi sağlayan mekânsal düzenlemeler" seçeneğini tercih ettiği görülmektedir. %83'lük oranla doğa ile bütünleşik alanlar, üçüncü sırada ise %66'lık oranla fiziksel aktivite alanları seçeneği yer almaktadır.

X Kuşağı'nın pandemi sürecinde sosyalleşmeyi sağlayan mekânsal düzenlemeler ve doğa ile bütünleşik alanlar seçeneklerini aynı oranlarda (%76)

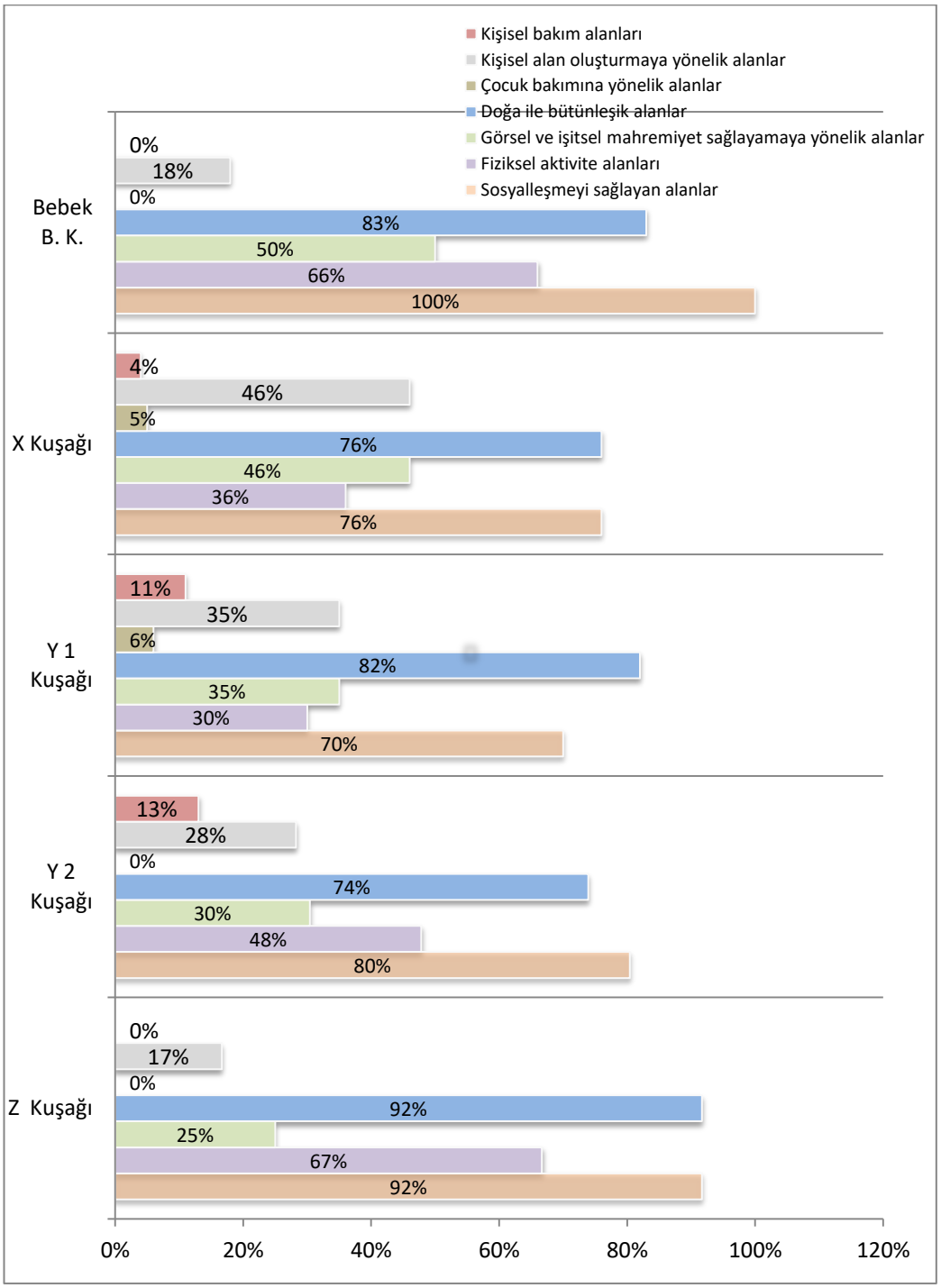
tercih ettiği görülmektedir. Her birinin oranı %46 olan görsel ve işitsel mahremiyet sağlamaya yönelik alanlar ile kişisel alan oluşturmaya yönelik alanlar ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada ise fiziksel aktivite alanları (%36) yer almaktadır.

Y1 Kuşağı'nın en yüksek seviyedeki tercihi doğa ile bütünleşik alanlar (%82), ikinci sırada sosyalleşmeyi sağlayan alanlar (%70), üçüncü sırada ise görsel ve işitsel mahremiyet sağlamaya yönelik alanlar (%35) ile aynı oranlara sahip kişisel alan oluşturmaya yönelik alanlar (%35) yer almaktadır. Y1 Kuşağı çocuk bakım alanının eksikliğini en yüksek seviyede hisseden kuşak olarak dikkat çekmektedir.

Y2 Kuşağı'nın en yüksek seviyedeki (%80) tercihi sosyalleşmeyi sağlayan mekânsal düzenlemeler olmuştur. İkinci sırada %74'lük oran ile doğa ile bütünleşik alanlar, Üçüncü sırada ise %48'lik oran ile fiziksel altivite alanları yer almaktadır.

Z Kuşağı'nın pandemide eksikliğini hissettiği en yüksek seviyedeki mekân sosyalleşmeyi sağlayan alanlar (%92) ile doğa ile bütünleşik alanlar (%92) seçeneğidir. İkinci sırada fiziksel altivite alanları (%67), üçüncü sırada ise görsel ve işitsel mahremiyeti sağlamaya yönelik alanlar (%25) yer almaktadır.

Bütün kuşakların yanıtları değerlendirildiğinde, sosyalleşmeyi sağlayan mekânsal düzenlemeler seçeneğini en yüksek oranda Bebek Patlaması Kuşağı (% 100), daha sonra ise Z Kuşağı (%92) tercih etmiştir. Bu durumun, her iki kuşağın da pandemi sürecinde getirilen kısıtlamaya en çok dahil olan yaş aralığında olmasından kaynaklandığı yorumu yapılabilir. Ayrıca fiziksel aktivite alanları seçeneği konusunda da en yüksek orandaki değerlendirme yine Bebek Patlaması Kuşağı (%66) ve Z Kuşağı'na (%67) aittir. Çocuk bakım alanının eksikliğini hisseden kuşaklar ise sadece X ve Y1 Kuşakları olarak dikkat çekmektedir. Pandemi sürecinde kişisel bakım alanlarının eksikliğinin hissedildiğini belirten bulgulara ise X, Y1 ve Z Kuşakları'nın yanıtlarında rastlanmaktadır. Kişisel alan oluşturma gereksinimi en yüksek oranda X Kuşağı'nda, en düşük oranda da Z Kuşağı'nda görülmektedir. Pandemide çalışmalar çoğunlukla evden yürütülmüştür. Bu süreçte evlerdeki demografik yapı incelendiğinde X Kuşağı genellikle ebeveyn konumunda, Z Kuşağı da X Kuşağı'nın çocukları konumundadır. X Kuşağı'nın kendine ait çalışma alanı yaratma konusunda imkanlarının kısıtlı olduğu, mekânsal olanakların çoğunlukla Z Kuşağı olan çocukları için kullanıldığı düşünülmektedir. Bu bağlamda Z Kuşağı'nın pandemide kişisel alan oluşturmaya uygun mekânların eksikliğini diğer kuşaklara göre en düşük oranda hissetmesi olağan karşılanabilmektedir.



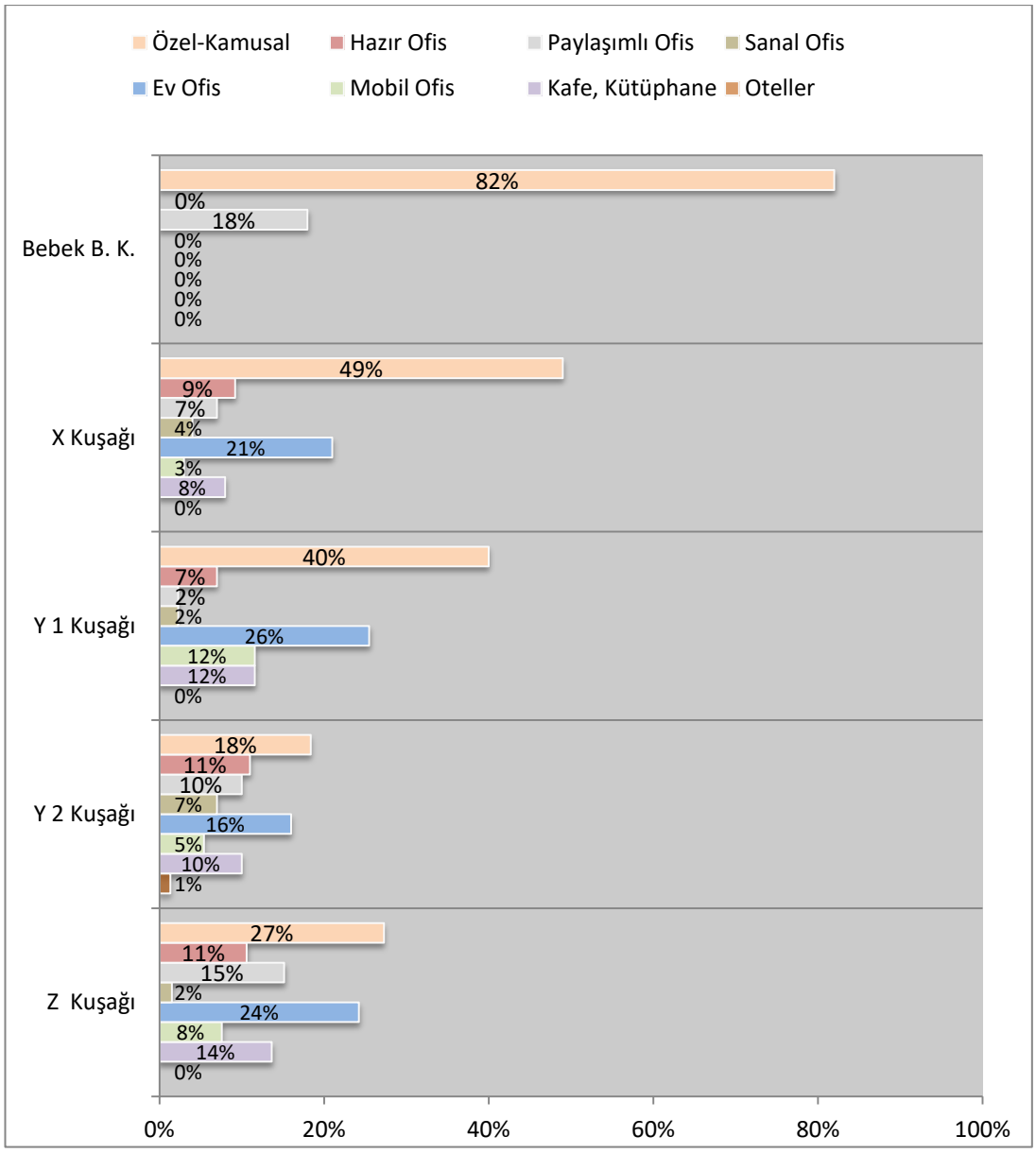
Şekil 6.23: Pandemide eksikliği hissedilen çalışma ile ilişkili mekânlar.

6.7. Çalışma Biçimi ile İlgili Bulgular

Kuşakların çalışma biçimi tercihlerini tespit etmeye yönelik sorulan soruya verilen yanıtlar değerlendirildiğinde aşağıdaki bulgulara rastlanmıştır.

"Çalışma biçiminize göre tercih ettiğiniz çalışma mekânlarını işaretleyiniz." ifadesine bütün kuşakların yanıtları üzerinden bir değerlendirme yapıldığında;
% 66,5 oranında "özel veya kamusal iş yeri ofisi", %43,9 oranında "ev ofis", %23,1 oranında "kafeler, kütüphaneler", %23,1 oranında "hazır ofis", % 20,8 oranında "paylaşımlı ofis", %13,3 oranında "mobil ofis", %14 oranında "sanal ofis", % 0,6 oranında ise "oteller" " yanıtı verildiği gözlenmiştir (Şekil 6.23). Tüm kuşaklar tarafından, "çalışma zamanımın tamamını evde çalışarak geçirmeyi tercih isterim." önermesi büyük oranda "Hayır" ve "Kesinlikle Hayır" yanıtlarıyla olumsuz görülürken, tüm katılımcıların %43,9 gibi önemli bir oranının ev ofis tercih etmesi dikkat çekicidir.

Çalışma mekânları tercihi değerlendirildiğinde; Bebek Patlaması Kuşağı'nın özel veya kamusal iş yeri ofisi tercihinin, % 82'lik yüksek bir oranda olması dikkat çekmektedir. Her kuşakta bu tercihte yaş azaldıkça, azalarak devam eden oranlar gözlemlenmektedir. (X kuşağı %49, Y1 kuşağı %40, Y2 kuşağı %18, Z kuşağı %27). Z Kuşağı'nın yanıtlarında ise, özel veya kamusal iş yeri ofisi tercihi tekrar büyük oranda olmasa da, yükselişe geçmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın diğer çalışma mekânı tercihi paylaşımlı ofisler olup, bu iki seçenek dışında çalışma biçimi tercihi söz konusu değildir. Diğer kuşakların çalışma biçimi tercihlerinde ise mekânsal çeşitlilik söz konusudur. X, Y1, Y2 ve Z Kuşağı'nın farklı oranlarla da olsa, birinci derecedeki çalışma mekânı tercihi "özel veya kamusal iş yeri ofisi" iken, ikinci derecedeki tercihleri ev ofistir (Şekil 6.6). "Kafe-Kütüphane" ve "Paylaşımlı Ofis" tercihi oranları, her kuşakta bu ilk ik tercihe göre daha düşük olmakla beraber, yaş azaldıkça artmakta ve Z kuşağında, diğer kuşaklara oranla en yüksek tercih edilme sıklığına ulaşmaktadır. Z kuşağının %15'i Paylaşımlı Ofis, %14'ü Kafe Kütüphane tercihlerini belirtmektedir.



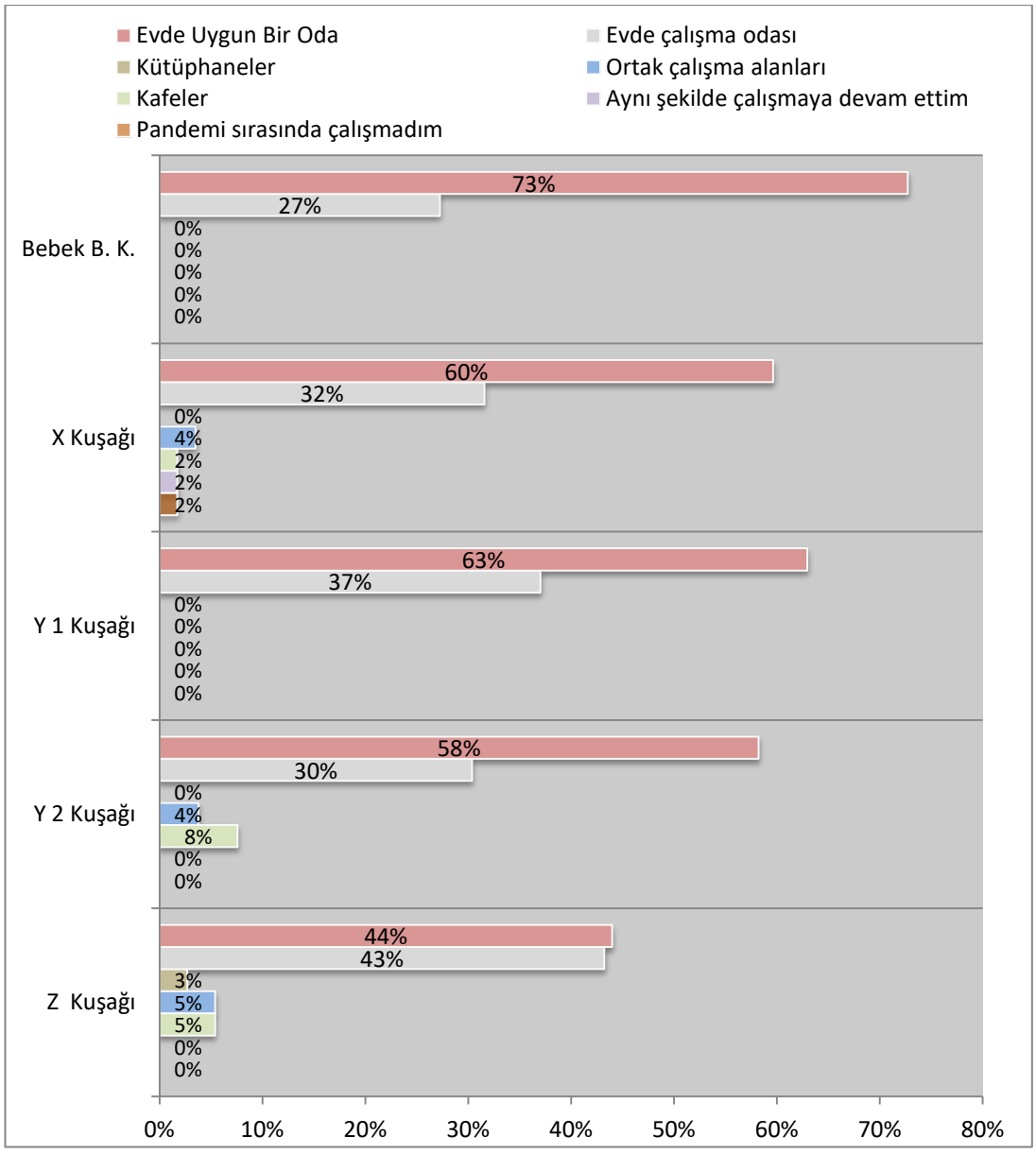
Şekil 6.24: Çalışma biçimine göre tercih edilen mekânların analizi.

Çalışma mekânları tercihi değerlendirildiğinde; Bebek Patlaması Kuşağı'nın özel veya kamusal iş yeri ofisi tercihi, %82'lik yüksek bir oranla dikkat çekmekte olup her kuşakta azalarak devam eden oranlar gözlemlenmektedir. Z Kuşağı'nın yanıtlarında ise, özel veya kamusal iş yeri ofisi tercihi tekrar yükselişe geçmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın diğer çalışma mekânı tercihi paylaşımlı ofislerdir. Bunun dışında çalışma biçimi tercihi yoktur. Diğer kuşakların çalışma biçiminde ise mekânsal çeşitlilik söz konusudur. X, Y1, Y2 ve Z Kuşağı'nın ikinci derecedeki tercihleri ev ofistir (Şekil 6.24).

Pandemi sürecindeki şartlar özelinde çalışma mekânı tercihine yönelik olarak yapılan değerlendirme sorusu ise şu şekilde sorulmuştur:

"Pandemide ofis dışında çalışma zorunluluğu olduğu zamanlarda en çok kullandığınız çalışma mekânını / mekânlarını işaretleyiniz." ifadesi, %70 oranında "evde uygun bir oda", %41 oranında "evde çalışma odası", %1,2 oranında "kütüphaneler", %4 oranında "ortak çalışma alanları", %5,2 oranında "kafeler", % 0,6 oranında "aynı şekilde çalışmaya devam ettim", %0,6 oranında "pandemide çalışmadım." seçenekleri ile yanıt bulmuştur (Şekil 6.25).

Pandemi sürecinde, Bebek Patlaması Kuşağı'nın ve Y1 Kuşağı'nın sadece evde uygun bir odada veya çalışma odasında çalıştığı görülmektedir. X, Y2 ve Z Kuşakları'nın ise ortak çalışma ve kafe alanlarını da çalışma mekânı olarak kullandığı, bunların dışında Z Kuşağı'nın kütüphaneleri de kullandığı görülmektedir. X Kuşağı katılımcılarının ifadelerinde, "Pandemide çalışmadım." ve "Aynı şekilde çalışmaya devam ettim. " şeklinde açıklamalar da yer almaktadır. Z Kuşağı'nın, ev ortamında çalışma eylemi için özelleşmiş çalışma odalarını da büyük çoğunlukla kullandığı, diğer kuşakların ise evde uygun bir odayı çalışma mekânı olarak kullandığı görülmektedir (Şekil 6.25).



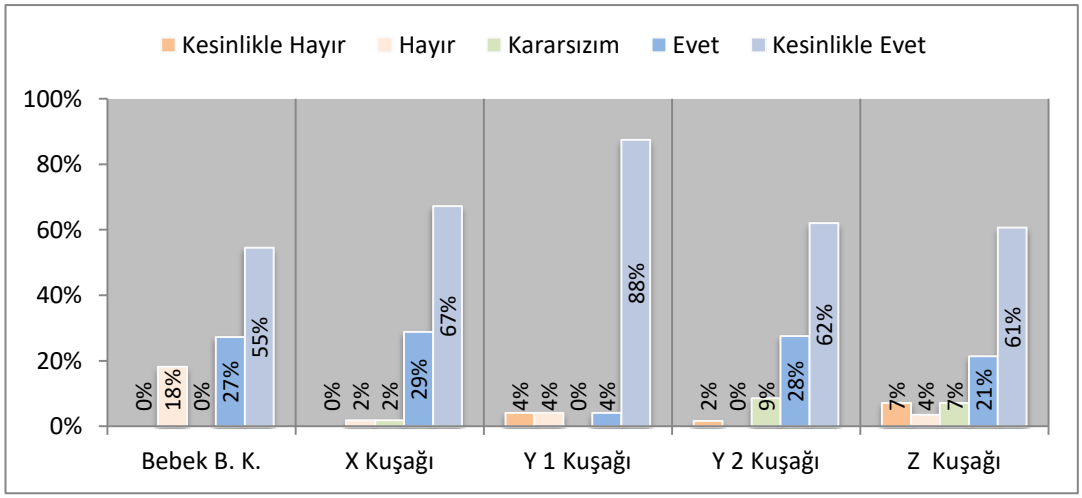
Şekil 6.25: Pandemide tercih edilen çalışma mekânı analizi.

6.8. Bireysel Çalışma Alanı ile İlgili Bulgular

Bireysel çalışma alanı tercihi ile ilişkili olarak yöneltilen sorular aşağıdaki ifadeler üzerinden değerlendirilmiştir;

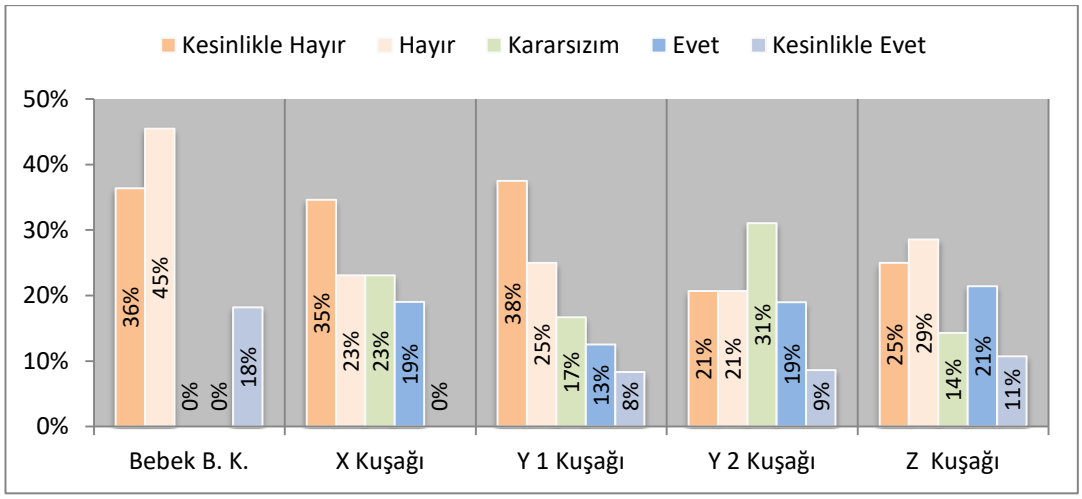
- Çalışma mekânımda kendime ait sabit bir masam olmasını tercih ederim.
- Cleandesk uygulaması (her kullanımda farklı bir masa) tercih edebileceğim bir çalışma biçimidir.

- Çalışma mekânımda, bana ait sabit bir masanın yanı sıra alternatif çalışma alanlarının (sessiz çalışma alanları, uzanarak çalışmaya imkan veren donatı alanları vb.) olmasını da tercih ederim.
- Kitap kafe, kütüphane gibi çalışma alanlarını, zaman zaman işim için de kullanırım.
- Evden çalışmayı tercih ederim.
- Sanal ofiste çalışmayı tercih edebilirim.



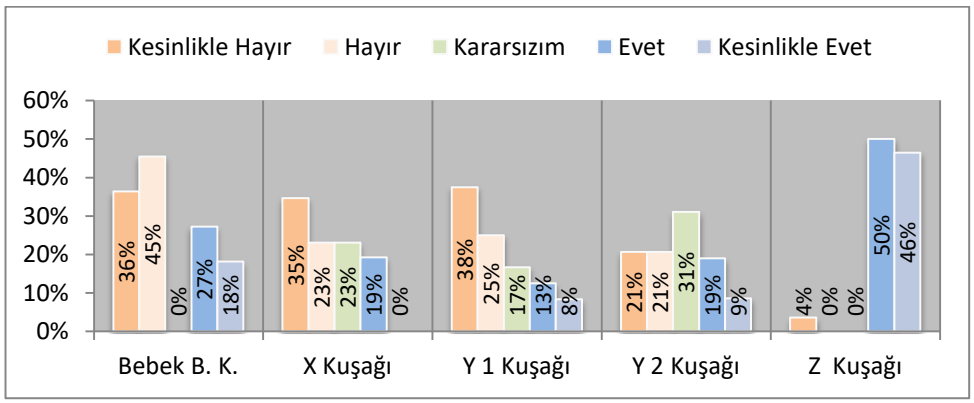
Şekil 6.26: Kuşakların "sabit masa" tercihi analizi.

Şekil 6.26'da görüldüğü gibi, bütün kuşakların bireysel çalışma alanı tercihinde "sabit masa" büyük çoğunlukla tercih edilmektedir. Y1 Kuşağı'nın % 88 orandaki "Kesinlikle Evet" yanıtı, sabit masa uygulamasını güçlü bir şekilde tercih ettiklerini göstermektedir. Diğer kuşaklara göre, en düşük orandaki "Evet" ve "Kesinlikle Evet" yanıtı Z Kuşağı'na ait olmakla beraber, %82 gibi önemli bir orana sahip olması dikkat çekicidir. Sabit masa tercihi tüm kuşaklar için oldukça önemlidir. (Bebek Patlaması Kuşağı %82, X Kuşağı %96, Y1 Kuşağı %92, Y2 Kuşağı %90, Z kuşağı %82).



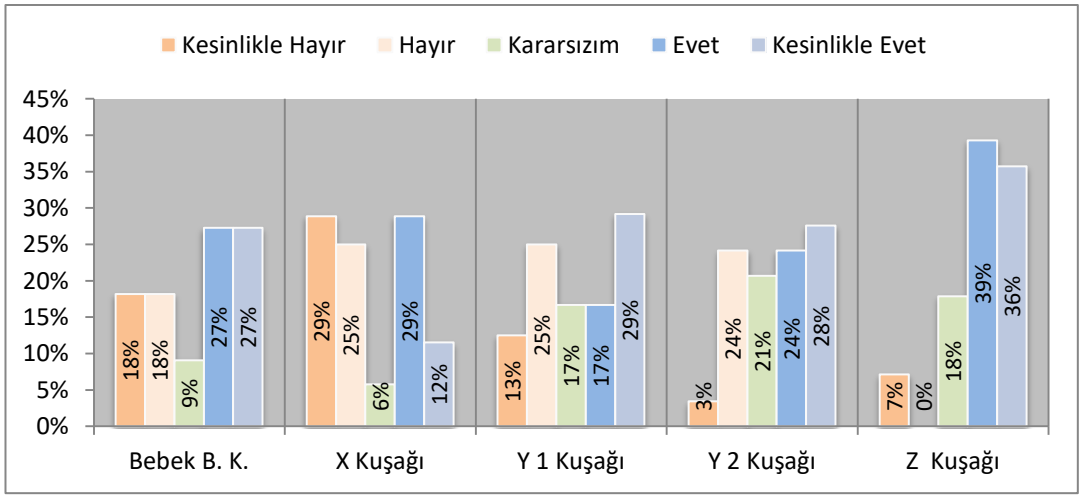
Şekil 6.27: Kuşakların "cleandesk uygulaması" tercihi analizi.

6.27'deki tabloda kuşakların "cleandesk uygulaması" tercihlerine yönelik analiz verileri görülmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın %81'lik bir oran ile "Hayır" ve "Kesinlikle Hayır" yanıtı dikkat çekicidir. Y2 kuşağı cleandesk kullanımı konusunda diğer kuşaklara göre daha kararsızdır. Bunun yanında Y2 Kuşağı'nın yanıtlarının oranının Y1 Kuşağı ile değil, Z Kuşağı ile benzerlik göstermesi, teorik bölümde ileri sürülen Y Kuşağı'nın farklı özellik gösteren iki kuşak grubundan (Y1 ve Y2) oluştuğu tezini destekler niteliktedir. Grafik verilerine göre; Y2 ve Z Kuşakları, "cleandesk uygulamasını" en yüksek oranda destekleyen kuşaklardır. . Yaş azaldıkça "clean desk" uygulamasını tercih etme oranı artmakta, Z kuşağında %32 oranında en yüksek düzeye ulaşmaktadır. (Bebek Patlaması Kuşağı %18, X Kuşağı %19, Y1 Kuşağı %21, Y2 Kuşağı %28, Z Kuşağı %32).



Şekil 6.28: Kuşakların "alternatif çalışma alanı" tercihi analizi.

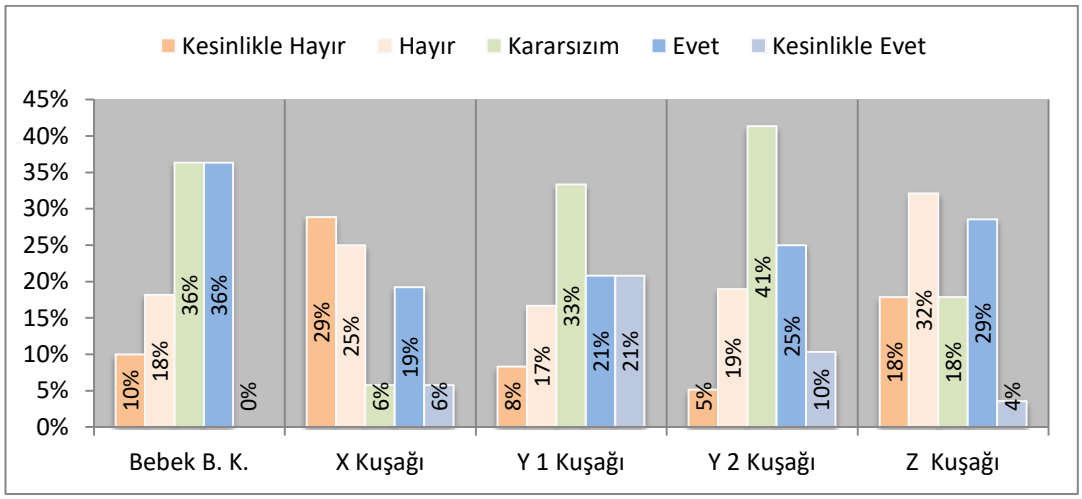
Şekil 6.28'deki veriler, sabit bir masanın yanı sıra alternatif çalışma alanları kullanımının (sessiz çalışma alanları, uzanarak çalışmaya imkan veren donatı alanları vb.) farklı kuşaklar tarafından değerlendirilmesini göstermektedir. Bu konuda Bebek Patlaması Kuşağı'nın alternatif çalışma mekânlarına olumsuz bakışını gösteren oranlar ile Z Kuşağı'nın olumlu yöndeki düşüncelerini belirten oranlar dikkat çekmektedir. Her iki kuşağın cevaplarında da kararsızlığa rastlanmamıştır. Y2 Kuşağı'nın cleandesk uygulaması konusunda gösterdiği kararsızlık oranı alternatif çalışma mekânları için de geçerliliğini korumaktadır. Alternatif çalışma alanlarının kullanımı ile ilgili olan bu soru, bir önceki cleandesk uygulaması tercihine benzer şekilde, X kuşağı ve Y1 kuşağı katılımları tarafından benzer bir oranda tercih edilmiştir. (X Kuşağı %19, Y1 Kuşağı %21). Y2 kuşağı katılımcılarının alternatif çalışma mekânları tercihi, diğer kuşaklara oranla yüksek olmakla beraber (%28), Z kuşağı katılımcıları tarafından %96 gibi çok yüksek bir oranla tercih bulmaktadır.



Şekil 6.29: Kuşakların "kitap kafe, kütüphane" kullanım tercihi analizi.

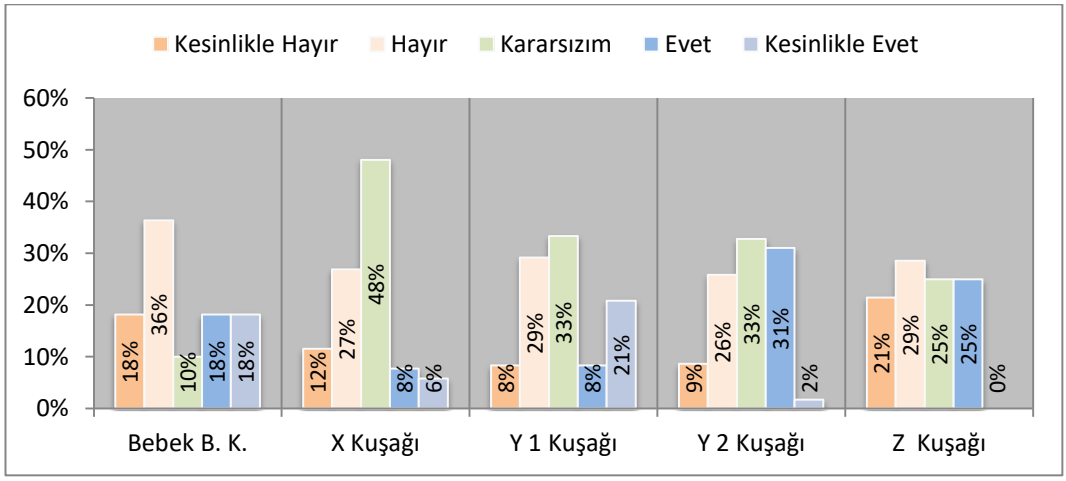
Şekil 6.29'da kuşakların "kitap kafe, kütüphane" kullanımına yönelik tercihlerinin yer aldığı grafikte Z kuşağı'nın bu mekânları kullanım oranının diğer kuşaklara göre oldukça yüksek olduğu (%75 oranda) görülmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın ise beklenmedik bir şekilde pozitif yöndeki yanıtları dikkat çekmektedir. Grafikte X Kuşağı üyelerinin, kitap kafe ve kütüphane kullanım oranlarının bütün kuşaklardan daha az olduğu (%41 oranda) görülmektedir. Y1 kuşağı X kuşağı ile, %46 oranla benzer eğilim göstermektedir. Çalışma mekânı olarak, kitap kafe, kütüphane kullanımındaki oran açısından Z kuşağından sonra gelen kuşak, önceki alternatif

çalışma mekânları, cleandesk kullanımı gibi konulardaki eğilimlere benzer şekilde, yine %52 oranla Y2 kuşağı olmuştur.



Şekil 6.30: Kuşakların "evden çalışma" tercihi analizi.

Şekil 6.30'da, evden çalışma konusundaki yorumlar incelendiğinde, Y2 Kuşağı'nda en yüksek seviyede olmak üzere (%41), kuşakların genelinde kararsızlık olduğu (BP Kuşağı %36, X Kuşağı %25, Y1 Kuşağı %33, Y2 Kuşağı %41, Z Kuşağı %18) görülmektedir. Y2 Kuşağı'nın yanıtların genelinde de olumlu ve olumsuz yanıtların birbirine yakın olması, yüksek orandaki bu kararsızlığı desteklemektedir. Ayrıca X ve Z Kuşaklarının "evden çalışma" konusuna negatif yöndeki yaklaşımları (X Kuşağı %54, Z Kuşağı %50) dikkat çekicidir.



Şekil 6.31: Kuşakların "sanal ofiste çalışma" tercihi analizi.

Şekil 6.31'de, görüldüğü üzere, X Kuşağı'nın sanal ofis kullanımı konusunda yüksek oranda (%48) kararsız olması dikkat çekicidir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın % 54'ü sanal ofislere negatif yaklaşırken, % 36'sı ise pozitif yaklaşmaktadır. Bebek Patlaması kuşağında bu konudaki her iki yöndeki (olumlu / olumsuz) yaklaşım da diğer kuşakların tercih oranlarının üzerindedir. Z Kuşağı'nın yanıtlarının ise olumluluk / olumsuzluk / kararsızlık açısından oldukça dengeli dağıldığı görülmektedir. Sanal Ofis kullanımını diğer seçenekler arasında en yüksek oranda destekleyen kuşaklardan %33 oranda Y2 kuşağı dikkat çekerken, onu %29 oranla Y1 kuşağı izlemektedir. Sanal Ofis kullanımını seçenekleri arasında en az belirten grup, (%14 oran) X kuşağı katılımcılarıdır.

6.9. İşyeri Bağlılığı ile İlgili Bulgular

"Bulunduğunuz yapının veya çalışma mekânınızın tasarımının işinize ve iş yerinize bağlılığınızı sağlamada katkısı olduğunu düşünüyor musunuz? Açıklayınız. " şeklinde çalışma mekânının iş yeri bağlılığı üzerindeki etkisini değerlendirmek amacıyla sorulan soruya, çalışma mekânının tasarımının, motivasyonu, iş verimliliğini, çalışma hevesini, aidiyeti artırdığı, monotonluğu kırdığı yönünde yorumlar yapılmıştır. Kuşakların yanıtlarında, çalışma mekânı tasarımının iş yeri bağlılığını değil, işteki başarıyı etkilediği yönünde yorumlara da rastlanmıştır. Ancak bu yorumların oranı oldukça sınırlıdır. Bunun yanı sıra kuşakların çalışma mekânı tasarımında önem verdikleri kriterler; ortam ısısı, yeterli aydınlatma ve havalandırma, doğa ile ilişkili olma, ergonomi, estetik, aidiyet hissettirecek kişisel uygulamalar-objeler, yeterli mekânsal çeşitlilik (dinlenme alanı, yeme-içme alanı, toplantı odası, molalar için uygun tasarlanmış etkinlik alanı vb.) olarak belirtilebilir.

X Kuşağı üyelerinden birinin, çalışma mekânı tasarımının çalışanlar için değer göstergesi olduğunu belirttiği aşağıdaki yorumu dikkat çekicidir.

"*Evet. Hem çalışma alanımda huzurlu ve rahat olduğumda verimim artar. Ayrıca bu ortamı bana sağlayan işverenimin bana değer verdiğinin göstergelerinden biridir. Ayrıca benim ofisim iş yeri ve iş vereninim imaj alanlarındandır. Anlaşmalar benim ofisimde gerçekleşmektedir.*"

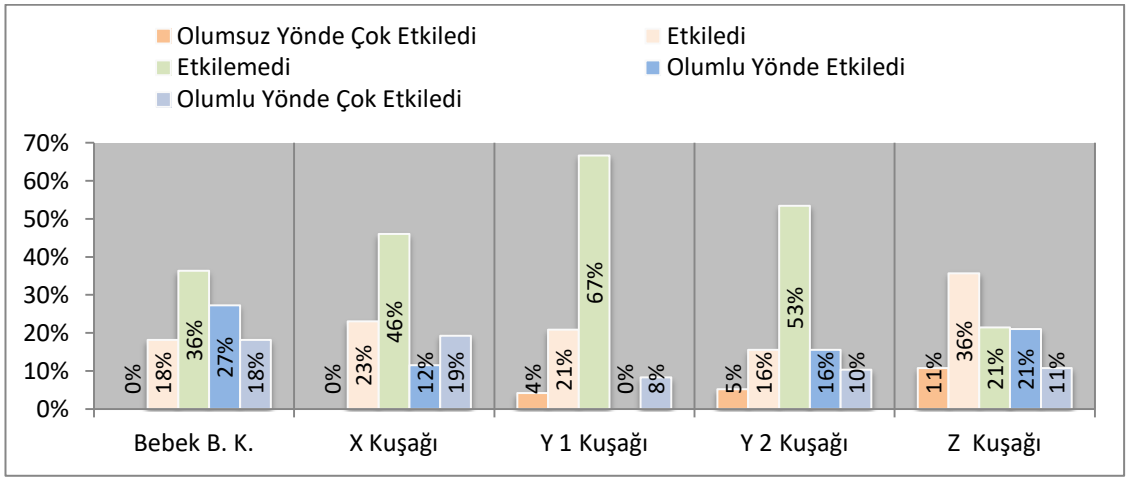
Çalışma hayatı boyunca farklı mekânsal özelliklerdeki çalışma alanlarını deneyimlemiş olan bir X Kuşağı üyesi aşağıdaki yorumunda, iş yeri bağlılığını çalışma mekânı tasarımının değil, çalışma mekânındaki insanların etkilediğini belirtmekle birlikte, uygun mekânsal özelliklere sahip çalışma ortamlarında daha huzurlu olduğunu belirtmektedir.

"*Evet,kısmen. Meslek hayatım boyunca, çok eski, bakımsız, havasız mekânlardan tutun, çok temiz, bakımlı, modern mekânlara kadar çok çeşitli mekânlarda çalıştım. İşime ve iş yerime bağlılığımı mekândan çok insanlar belirledi. Ama havadar, bakımlı, çalışmamı kolaylaştıran mekânlarda elbette daha huzurlu çalıştım*."

"Pandemi sürecinde evden de çalıştıysanız uzaktan çalışma sistemi iş yeri bağlılığınızı ne ölçüde etkiledi?"

Yukarıdaki soru, uzaktan çalışma sistemi ile iş yeri bağlılığı ilişkisini sorgulayan, beş dereceli likert ölçeği ile hazırlanmış bir sorudur. Aşağıdaki grafikte farklı kuşakların yanıtları analiz edilmiştir (Şekil 6.32).

Y1 Kuşağı'nın % 67 oranında "Etkilemedi" yanıtı dikkat çekicidir. Olumsuz yönde en çok etkilenen kuşak Z Kuşağı iken, uzaktan çalışma döneminde iş yeri bağlılığı, en yüksek oranda, olumlu yönde etkilenen kuşak ise Bebek Patlaması Kuşağı'dır. Genel olarak kuşakların uzaktan çalışma sistemini kullandıklarında, iş yeri bağlılıklarının etkilenmediği görülmektedir.



Şekil 6.32: Uzaktan çalışma - iş yeri bağlılığı ilişkisi analizi.

“Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz? ”

Yukarıdaki soruya kuşakların yanıtları değerlendirildiğinde;

Bebek Patlaması Kuşağı'nın verdiği yanıtlara göre; Esnek mekânların varlığı, mahremiyete uygun olması, iş arkadaşları ile iletişim kurulabilecek iletişime açık bir mekânsal tasarıma sahip olması, doğa ile iç içe olması gibi yanıtlar dikkat çekmektedir.

X Kuşağı'nın yanıtlarında gözlemlenen mekânsal özellikler; mutfak, mahremiyet sunması, içecek alanlarını barındırması, esnek mekânlar olması vb.

Y1 Kuşağı, çoğunlukla çalışma mekânında çocuk bakım alanları, işitsel ve görsel mahremiyet ve doğa ile ilişkili tasarımlar talep etmektedir.

Y2 Kuşağı'nın tercihleri analiz edildiğinde mekânsal esneklik, sosyal alanlar, doğa ile bağlantılı mekânlar, mahremiyetin sağlandığı çalışma alanları ön plana çıkmaktadır.

Z Kuşağı'nın mekânsal bağlılık hissetmesi için, çalışma mekânının sahip olması gereken özellikler incelendiğinde, zamanda ve mekânda esneklik, doğa ile ilişkili olması, sosyalleşme ve farklı çalışma biçimlerine açık olması gibi özellikler öne çıkmaktadır.

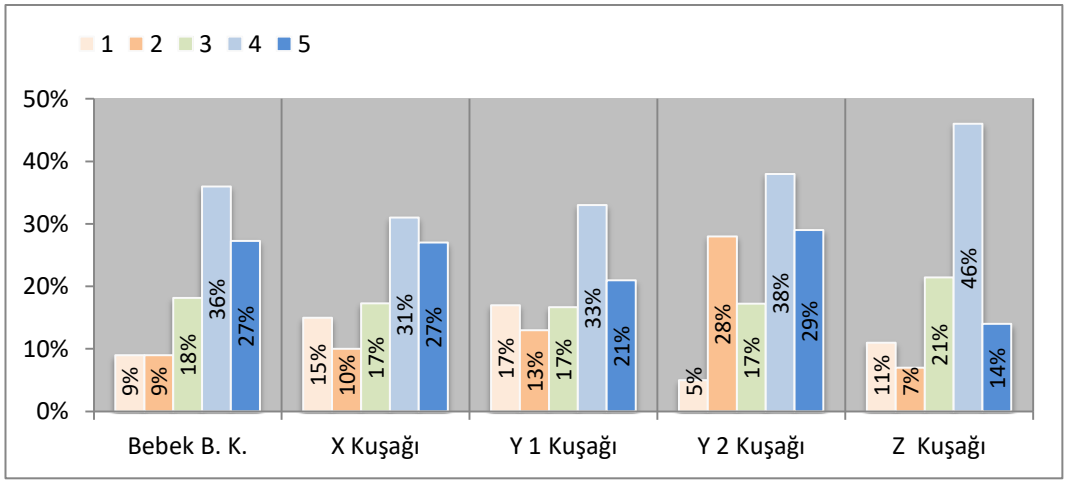
Genel değerlendirme olarak, çalışma mekânının tasarımının motivasyonu, iş verimliliğini, çalışma hevesini, aidiyeti artırdığı, monotonluğu kırdığı yönünde yorumlar yapılmıştır. Kuşakların yanıtlarında, çalışma mekânı tasarımının iş yeri bağlılığını değil, işteki başarıyı etkilediği yönünde yorumlara rastlanmıştır. Ancak bu yorumların oranı oldukça azdır. Bunun yanı sıra kuşakların çalışma mekânı tasarımında önem verdikleri kriterler; ortam ısısı, yeterli aydınlatma ve havalandırma, doğa ile ilişkili olması, ergonomi, estetik, aidiyet hissettirecek kişisel uygulamalar-objeler, yeterli mekânsal çeşitlilik (dinlenme alanı, yeme-içme alanı, toplantı odası, molalar için uygun tasarlanmış etkinlik alanı vb.) olarak belirtilebilir

6.10. İşyeri Seçimi ile İlgili Bulgular

“Bu bölümde iş yeri seçiminizi etkileyen unsurların önem düzeylerini belirtiniz.”

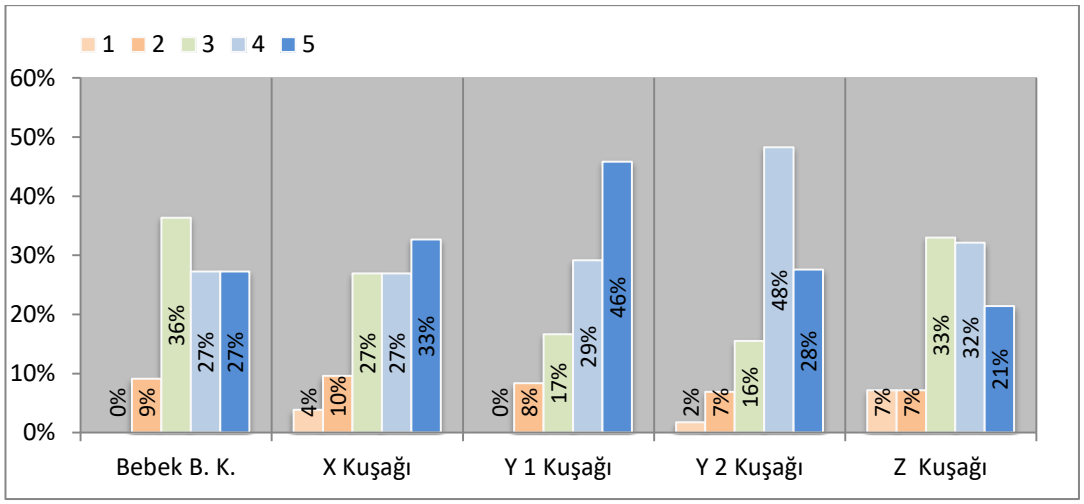
Yukarıdaki soruda, iş yeri seçimini etkileyen unsurlar, önem düzeyine göre derecelendirme yöntemi ile cevaplanmıştır. Bu unsurlar; iş yerinin tanınırlığı, ekonomik getirileri, esnek çalışma saatlerinin olması, sosyal imkanlarla aktivite olanakları sunan mekânların olması, esnek çalışma mekânlarının varlığı, sosyal sorumluluk projelerine katkısı, terfi imkanı-statü gibi etkenler şeklinde ele alınmıştır.

Şekil 6.33'deki grafik yorumlandığında, bütün kuşakların iş yeri tanınırlığına önem verdiği görülmektedir. Z Kuşağı'nın puanlama grafiğinin yüksekliği dikkat çekse de, toplam değerlere bakıldığında; en yüksek oranda Y2 Kuşağı, ikinci sırada Bebek Patlaması Kuşağı, üçüncü olarak X ve Z Kuşakları, en düşük oranda da Y1 Kuşağı iş yeri seçiminde, iş yerinin tanınırlığınını dikkate almaktadır. Bir ve iki seviyelerinde (düşük seviye) puanlama yapan katılımcıların oranının en yüksek olduğu kuşak ise yine Y2 Kuşağı'dır. Y2 Kuşağı, aynı kuşak içerisinde farklı fikirleri barındırma oranı olarak dikkat çekici bir noktadadır.



Şekil 6.33: İş yeri seçiminde, "iş yeri tanınırlığının" etkisi.

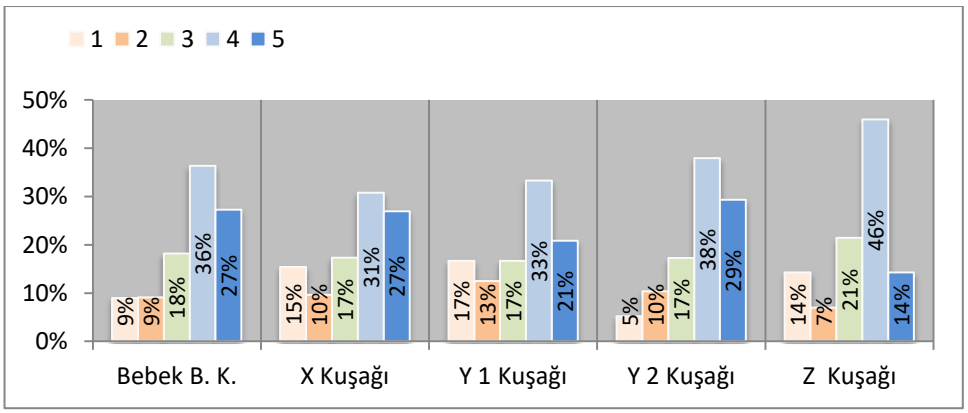
Şekil 6.34 'de yer alan grafikte ekonomik getirilerin, iş yeri seçimindeki etkisi incelenmiştir. Y1 Kuşağı'nın ekonomik olanaklara verdiği önem düzeyi dikkat çekmektedir. Y1 ve Y2 Kuşağı bu konuda birbirine yakın oranlara sahipken, Bebek Patlaması Kuşağı ve Z Kuşağı'nın düşüncelerinin benzerlik gösterdiği de görülmektedir. Z Kuşağı ise iş yeri seçiminde, ekonomik getirileri en düşük düzeyde değerlendirmiş olan kuşaktır. Elde edilen verilere göre; Z Kuşağı dışındaki bütün kuşaklar, iş yerinin ekonomik getirilerini, iş yeri tanınırlığından daha öncelikli görmektedir.



Şekil 6.34: İş yeri seçiminde "ekonomik getirilerin" etkisi.

İş yeri tercihinde irdelenen diğer bir konu da esnek çalışma saatleridir. Bir çalışma mekânında esnek çalışma saatlerinin varlığının iş yeri seçimini ne düzeyde etkilediğini, kuşakların tercihleri üzerinden gösteren Şekil 6.35'deki grafiğe göre, şu bulgulara ulaşılmıştır:

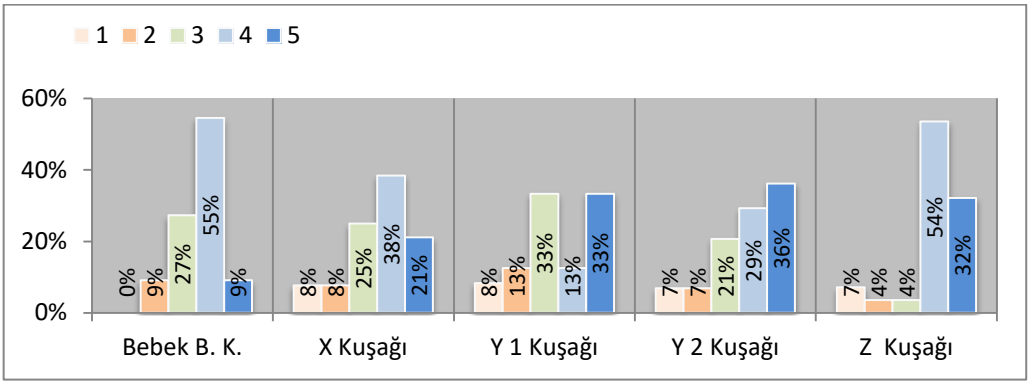
Bütün kuşakların iş yeri seçiminde, esnek çalışma saatlerinin etkili olduğu görülmektedir. En yüksek puanlama Y2 Kuşağı'na, en düşük değerlendirme ise X Kuşağı'na aittir. X Kuşağı ve Y1 Kuşağı benzer oranlar göstermektedir.



Şekil 6.35: İş yeri seçiminde, "esnek çalışma saatlerinin" etkisi.

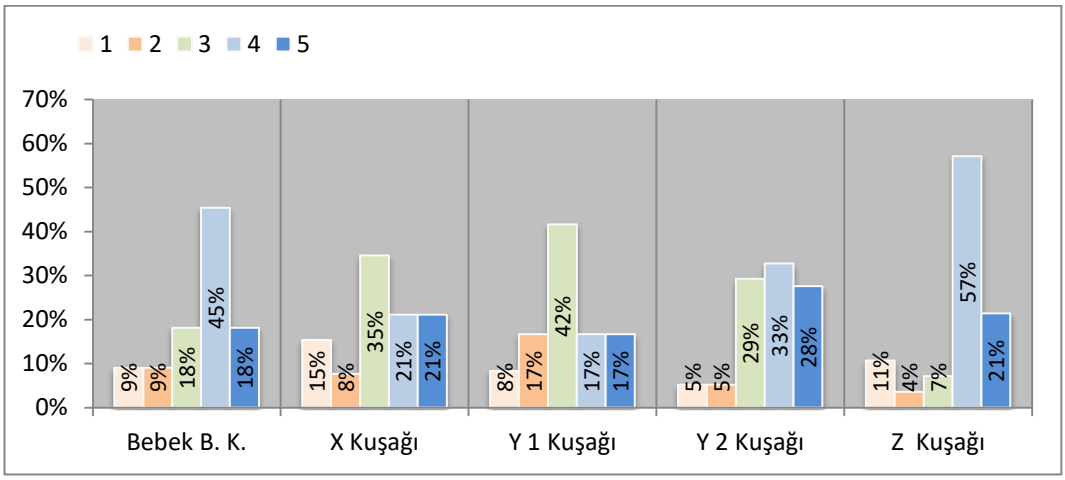
İş yerinde sosyal imkanlar ve aktivite olanakları sunan mekânların olması durumu, farklı kuşaklar tarafından değerlendirildiğinde; Z Kuşağı'nın yanıtlarının diğer kuşaklara oranla belirgin düzeyde farklılaştığı gözlenmekte; sosyal imkanlara ve aktivite olanaklarına Z kuşağının çok yüksek seviyede önem verdiği

görülmektedir (Şekil 6.36). Bebek Patlaması Kuşağı'nın, Z Kuşağı'na yakın orandaki yanıtları ise dikkat çekmektedir.



Şekil 6.36: İş yeri seçiminde, "sosyal imkanların" etkisi.

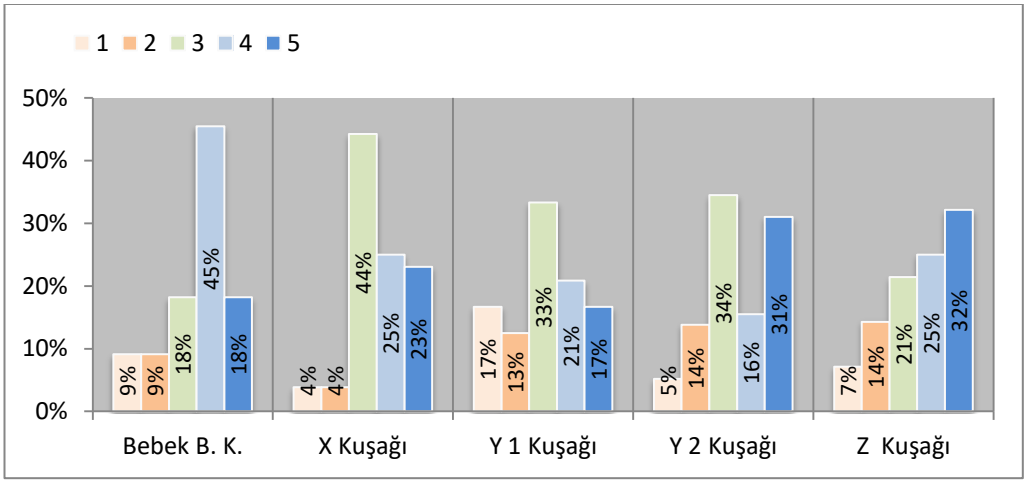
Şekil 6.36'da esnek çalışma mekânlarının iş yeri tercihindeki etkisini gösteren grafikte, Z Kuşağı'nın esnek çalışma mekânlarına yüksek seviyede önem verdiği gözlenmekte, bu mekânların Z Kuşağı için işyeri tercihinde çok önemli bir parametre olduğu dikkat çekmektedir. Z Kuşağı katılımcılarının %78'i, işyeri tercihi açısından, esnek çalışma mekânlarını, 4 veya 5 önem derecesinde derecelendirmiştir. En yüksek seviyedeki puanlama Z Kuşağı'na ait olmakla birlikte Y2 Kuşağı'nın değerleri Z Kuşağı'na oldukça yakındır. En düşük seviyedeki puanlama ise Y1 Kuşağı'na aittir.



Şekil 6.37: İş yeri seçiminde, "esnek çalışma mekânlarının" etkisi.

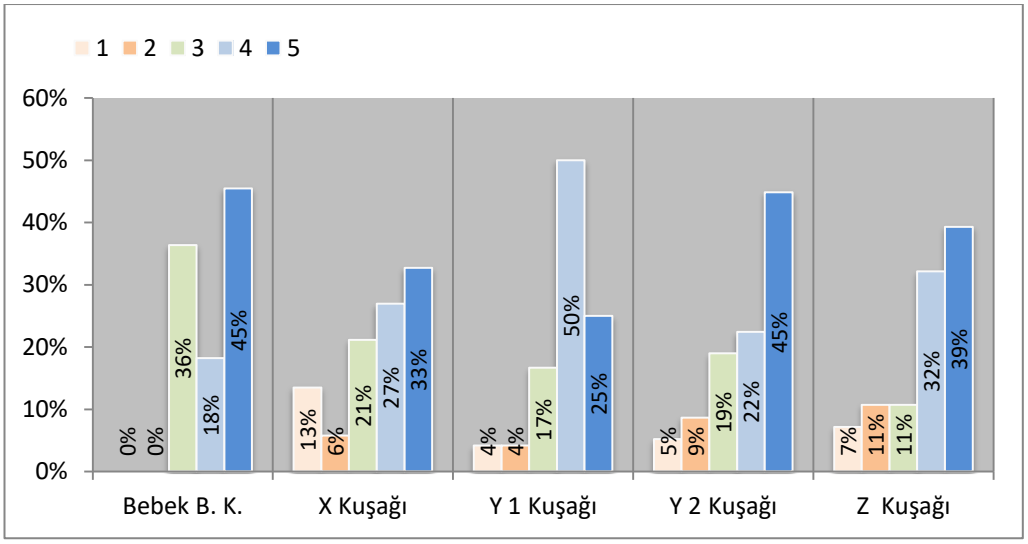
İş yeri seçiminde etkili olduğu düşünülen diğer bir unsur da sosyal sorumluluk projelerine katkıdır (Şekil 6.37). Farklı kuşakların değerlendirmeleri ele alındığında

Z Kuşağı'nın yüksek puan (5) yönündeki yükselen grafiği dikkat çekmektedir. Z Kuşağı'nı Bebek Patlaması Kuşağı ve X Kuşağının izlediği söylenebilir.Y1 Kuşağı'nın grafiği ise en düşük seviyededir.



Şekil 6.38: İş yeri seçiminde, "sosyal sorumluluk projelerine katkının" etkisi.

Şekil 6.38'de terfi ve statünün kuşaklar tarafından değerlendirilmesi yer almaktadır. Bu konuya en yüksek seviyede önem veren kuşağın Bebek Patlaması Kuşağı olduğu görülmektedir. X Kuşağı ise terfi ve statü konusunda diğer kuşaklara göre daha az puanlama yapmıştır.



Şekil 6.39: İş yeri seçiminde, "terfi imkanı ve statünün" etkisi.

Elde edilen veriler doğrultusunda, iş yeri tercihi konusunda her bir kuşağın puanladığı tercihleri Şekil 6.39'daki verilere göre ayrı ayrı ele alarak özetlemek gerekirse aşağıdaki yorumlar yapılabilir;

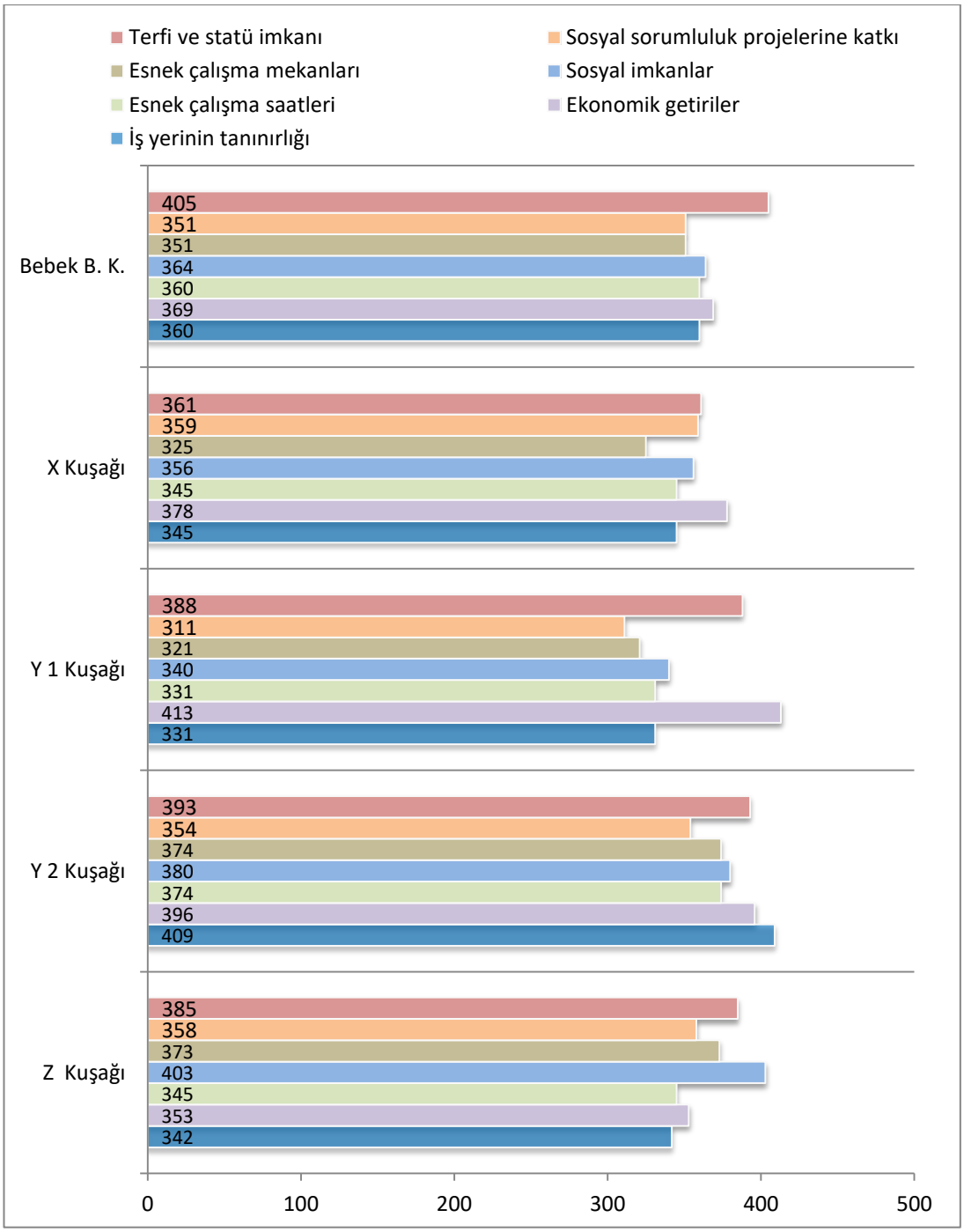
Bebek Patlaması Kuşağı terfi imkanı olan ve statü sahibi olabileceği bir iş yerini öncelikli olarak tercih etmektedir. Esnek çalışma mekânlarının ve saatlerinin varlığı ise bu kuşak için en düşük seviyede önem verilen unsurdur.

X Kuşağı'nın verileri analiz edildiğinde, ekonomik getirileri yüksek olan iş yeri bu kuşak için tercih sebebi olabilmektedir. Esnek çalışma mekânlarının varlığının ise Bebek Patlaması Kuşağına benzer şekilde, bu kuşak için iş yeri tercihinde en düşük seviyede önem verilen unsur olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Y1 Kuşağı da, X Kuşağı'na benzer şekilde ekonomik getirileri en önemli kriter olarak görmekle sosyal sorumluluk projelerine katkıyı en düşük seviyedeki kriter olarak değerlendirmektedir.

Y2 Kuşağı için iş yeri tercihindeki en önemli parametrenin işyerinin tanınırlığı olduğu görülmüştür. En düşük düzeyde önemsenen iş yeri tercihi unsuru ise Bebek Patlaması ve X Kuşakları'na benzer şekilde, esnek çalışma mekânlarının varlığıdır.

İş yeri tercihindeki etken parametrelere ilişkin bulgular değerlendirildiğinde Z Kuşağı'nın belirgin derecede diğerlerinden farklılaştığı görülmüştür. Esnek çalışma mekânlarının varlığı gibi mekânsal olanaklara ilişkin kriterler, diğer kuşaklar tarafından, ekonomik getiriler gibi maddesel kriterlerin gerisinde kalarak en son sırada yer alırken, Z Kuşağı'nın bir işyeri seçimindeki öncelikli kriteri, sosyal imkanları ve aktivite olanakları olan çalışma mekânlarıdır. Bu bulgu, çalışmanın teorik bölümlerinde de değinilmiş olan, yeni nesil çalışanların ve genç kuşakların, yeni nesil ofis mekânlarının olanaklarına gereksinim duyacağı ve geleceğin çalışma mekânlarında mekânsal tasarım ölçütlerinin daha da önem kazanacağı hipotezini destekler niteliktedir.



Şekil 6.40: Kuşakların iş yeri seçim kriterleri.

6.11. Alan Araştırması (2. Aşama) Bütünsel Değerlendirme

Elde edilen bütün sonuçlar değerlendirildiğinde, her kuşağın içerisinde farklı görüşlerin ve mekânsal beklentilerin ortaya çıktığı görülmüştür. Bununla birlikte çoğunlukla, her bir kuşağın kendine özgü çalışma biçiminin ve mekânsal tercihlerinin öne çıktığı bulgular elde edilmiştir. Bu durum teorik bölümde de bahsedildiği gibi kuşaklar arasında kesin bir yargısal prototip sınıflandırma yapılamayacağını ancak aynı yaş grubundaki bireylerin ortak sosyal, tarihsel, yaşamsal dönüşümler geçirdiği için düşünce ve eğilimlerinin ortaklaşabildiği tezini doğrulamaktadır. Y Kuşağı'nda olduğu gibi aynı kuşak grubundaki bireyler dâhi doğum yıllarına göre farklı düşünce ve tercihlere sahip olabilmektedirler. Kuramsal bölümde belirtildiği gibi Y1 Kuşağı, 1980-1996 yılları arasında doğanları, Y2 Kuşağı, 1997-1999 yılları arasında doğanları kapsayacak şekilde ele alınmıştır. Y Kuşağı, Y1 ve Y2 Kuşağı'nın beklenti ve tercihlerinin farklı olacağı olasılığı ile iki farklı kuşak grubu olarak ele alınmıştır. Elde edilen bulgular, iki kuşağın yanıtlarının öngürüldüğü gibi farklılaştığına, Y2 Kuşağı'nın yanıtlarının daha çok Z Kuşağı ile benzerlik gösterdiğine işaret etmektedir.

Günümüzdeki çok nesilli çalışma ortamları göz önünde bulundurulduğunda, her bir kuşağın mekânsal beklentisinin önemi ortaya çıkmaktadır. Özellikle Z Kuşağı'nın öncelikli tercihlerinin diğer kuşaklardan farklı olarak, esnek çalışma olanakları, sosyal imkanlar gibi yeni nesil özellikleri bulunduran çalışma mekân tasarımları olduğu görülmüştür. Bu yanıyla geleceğin ofislerinde farklı beklentileri karşılayacak mekânsal kurgunun oluşturulması, çalışma ofisleri açısından kritik öneme sahiptir.

Bu çalışmada, iş yeri bağlılığını artıran mekânsal beklentiler, her bir kuşak üzerinden ayrı ayrı ele alınarak mekânın kullanımını etkileyen uygulamalar ve tercihler irdelenmiştir. Bu anlamda bu çalışma, yapılan ilk bilimsel araştırma örneklerinden biri olma niteliğindedir. Kuşakların mekânsal beklentilerinin oranları sayısal değerler ile ifade edilmiştir. Z Kuşağı'nın da çalışmaya dahil edilmesiyle, yakın geleceğin çok nesilli ofis mekânlarındaki beklentileri tespit etmeye yönelik ön çalışmalar yapılarak veriler elde edilmiştir. Bu verilerin yeni nesil ofis çalışmalarında tasarımcılar için faydalı olacağı umulmaktadır.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

"Yeni nesil ofis mekânlarında çevresel psikoloji bileşenleri ile mekânsal beklenti ilişkisi: Kuşaklar üzerinden bir değerlendirme" konulu tez çalışmasında örneklem olarak seçilen ofis mekânlarında tespit edilen çevresel psikoloji bileşenleri, farklı kuşaklardan çalışanlar/kullanıcılar tarafından yorumlanmıştır. Bu yorumların sonucunda elde edilen veriler; aynı kuşak üyelerinin farklı yaşam tarzı, karakter ve alışkanlıklara sahip olmalarına rağmen, belirli konularda ortaklaşan fikirlere ve beklentilere sahip olduklarını göstermektedir. Tez çalışması, pandemi sürecinde yürütüldüğü için anket sorularına verilen yanıtların da bu süreçten oldukça etkilendiği görülmektedir. Değerlendirmeye katılan dört kuşağın da aynı zaman diliminde deneyimlemiş olduğu küresel salgının, anket yanıtlarında etkili olduğunu görmek mümkündür. Örneğin olumlu karşılanacağı düşünülen "evden çalışma sistemine" yönelik yapılan yorumlar incelendiğinde, kuşakların bu sistemi desteklemediği görülmektedir. Dört kuşağın da zorunlu olarak evde çalışmış olması ve bu sürecin dezavantajları ile yüzleşmiş olması, olumsuz yanıtların gerekçesi olarak düşünülebilir. Çalışmanın kavramsal bölümünde kuşaklar ve çalışma alışkanlıklarına ilişkin olarak oluşturulan açıklama ve hipotezlerin de, pandeminin etkisiyle farklılık gösterdiği söylenebilir. Katılımcıların pandemiden önce veya pandemi sonrasında normalleşmiş bir zaman aralığında aynı sorulara farklı yanıtlar verebilecekleri tahmin edilmektedir. Ayrıca çalışma mekânı, biçimi, zamanı gibi tercihlerde yaşın ve çalışma hayatındaki pozisyonun da etkili olduğu söylenebilir. Öyle ki kariyerinde belli bir konuma gelmiş olan X Kuşağı esneklik ve değişkenliklere açık değilken, çalışma hayatına henüz atılacak olan Z Kuşağı bir çok boyutta esnekliği desteklemekte, değişime açık bir tavır sergilemektedir.

İrdelenen tasarım parametrelerinin yeni nesil ofislerin tasarım aşamasında ele alınması, çalışan/kullanıcı memnuniyetini artırmaya destek olacaktır. Yeni nesil, çok kuşaklı çalışma mekânlarının günümüzde ve gelecekteki önemini vurgulayarak gündeme getirmek ve bu konuda farkındalık yaratmak amaçlanmıştır. Bu çalışmada irdelenen çevresel psikoloji bileşenleri temelli tasarım parametrelerinin, yeni nesil ofislerin tasarımı aşamasında bilgi altlığı olarak kullanılacağı, çalışan/kullanıcı odaklı yapılan değerlendirmelerin mekânsal kurguda faydalı olacağı umulmaktadır.

KAYNAKLAR

Acılıoğlu, İ., 2015, İşte Y Kuşağı, Ankara: Elma Yayınevi.

Aiello, John R., Aiello, Tyra De Carlo, 1974, "The Development of Personal Space: Proxemic Behavior of Children 6 through 16", Human Ecology. 2 (3), s: 177–189.

Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H., "Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması", Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, 2013, s:14.

Alwin D., Mccammon R, 2007, Rethinking Generations, Research In Human Development, 4(3–4), s: 219–237.

Andert, D., 2011, Alternating leadership as a proactive organizational intervention: Addressing the needs of the Baby Boomers, Generation Xers and Millennials, Journal of Leadership, Accountability and Ethics, 8(4), s: 67-83.

Auguste Comte, "The positive philosophy", Ed., Abraham S. Blumberg, New York, AMS Press, 1974, s: 635-641.

Benlisoy, S., 2008, "Mit ile Gerçeklik Arasında 68'i Hatırlamak", Mesele Kitap, s: 30-33.

Bennett, J., Pitt, M., Price, S., 2012, "Understanding The Impact of Generational Issues in The Workplace", Facilities, 30, s: 278-288.

Berkup, S. B.,"Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life". Mediterranean Journal of Social Sciences 5/19 (2014), s: 218–229.

Buckley, M. R., Beu, D. S., Novicevic, M. M., ve Sigerstad, T. D., 2001, Managing generation next: Individual and organizational perspectives, Review of Business, 22, s:81-85.

Cave C., Worthington J., 1976, Planning Office Space, Nicholas Publishing Company, A.B.D, S:74.

Cogin J., 2012, “Are Generatioanal Differences In Work Values Fact Or Fiction? Multi-Country Evidence And Implications”, The International Journal Of Human Resource Management, Vol.: 23, No.: 11, S.: 2268-2294.

Comte A., 1974, The positive philosophy (New York: AMS Pres., Ed.: Abraham S. Blumberg.

Çelik N., 2009, “Gelişmekte olan Ülkelerin Sanayileşme Süreçlerinde Teknolojik Öğrenme Deneyimleri: Güney Kore Örneği ve Çin’in Yetişme Çabaları”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, s. 92.

Çimen T., 2008, Teknolojik Gelişmelerin Sonucunda Değişen Üretim İlişkilerinin, Ofis Yapılarına Etkisi Ve Ofis Mekânları, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.

Danielsson Bodin C., Bodin L., 2008, Office Type in Relation to Health, Well-Being, and Job Satisfaction Among Employees, Environment and Behavior Volume 40, Number: 5 P.:636-668.

Desai, A., 2017, The Benefits of a Clean Desk Policy, Schellmann Article, Erişim adresi: The Benefits of a Clean Desk Policy (schellman.com), (Erişim Tarihi: 02.01.2021).

Duffy F., 1997, The New Office, Conran Octopus Limited, London, Sayfa:20-25.

Dündar, P., 2020, Duyduğunuz Ses Sivri Mi Yuvarlak Mı?, Tübitak Bilim ve Teknik Dergisi, 48. cilt, 48. Sayı.

Eisner, S. P. 2005, Managing Generation Y. SAM Advanced Management Journal, 70(4).

Erden Ayhün, S., 2013, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi / Cilt:2 / Sayı:1.

Fay J., Cline F., 1990, Parenting With Love and Logic, Pinon Press.

Gifford, H., 2014, Environmental Psychology Matters, Annual Rewiev of Psychology, 65, s.: 541.

Golzen, G., 1991, The Sunday Times Cut the office in half without tears; Appointments. Section: Features.

Goodrich, R., 1982, Seven Office Evaluations: A Review, Vol 14, Issue 3, s: 353-378.

Güneş, E., 2018, Zorbalık eğilimi, duygusal özerklik ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.

Güran T., 1997, İktisat Tarihi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yay., 1988, s.:93.

Gürkaynak, İ, 2019, "Çevresel Psikoloji: Doğasi, Tarihçesi, Yöntemleri", Ankara University Journal Of Faculty Of Educational Sciences (Jfes) 21, S.:1-9.

Hall, E.T., 1966, "The Hidden Dimension, Man's Use Of Space In Public and Private", The Bodley Head, London, Sydney, Toronto.

Harris, D., 1992, The Times Turning office desks into hot property; Facilities Management; Focus. Section: Features; P.: 20.

Haynes, B.P. (2011), "The impact of generational differences on the workplace", Journal of Corporate Real Estate, Vol. 13 No. 2, s. 98-10.

Hascher, R., Jeska, S. ve Klauck, B., 2002, A Design Manuel Office Buildings.13-29, s.: 47-60.

Holahan, C.J., 1982, Environmental Psychology, New York: Random House.

Hosie R., 2017, The Millennial Divide: How A Generation Can Be Split Into Two Very Different Halves, Independent Newspaper, 2 May.

Hughes, J.E. and Simoneaux, B. (2008), "Multi-generational work force design: Pricewaterhouse –Coopers opens a new headquarters in Ireland", The Leader, May/June, s. 32-6.

Howe N. and Strauss W., 2000, Millennials Rising: The Next Great Generation, NY: Random House.

Jackson, S., 2010, The men: American enlisted submariners in World War II : why they joined, why they fought, and why then won. Indianapolis, Ind.: Dog Ear Publishing. p. 15. ISBN 9781608444878.

Jancey et. al., 2015, Workplace building design and office-based workers' activity: a study of a natural experiment. Australian and New Zealand Journal of Public Health, Vol:40, No:1.

Joshi, A., Dencker, J.C., And Franz, 2011, Generations In Organizations, Research In Organizational Behavior, 31, 2011. s:177-205.

Kaya, U., Antalya Özel Eğitim Blog Makalesi, Erişim adresi: http://www.antalyaozelegitim.com/blog/psikolojik-degerlendirme-ve-danisma/cevre-psikolojisi.html, (Erişim Tarihi: 20.10.2019).

Keleş İ.,2020, Deloitte-Family Business Review Temmuz Sayısı, 4
Kupperschmidt, B., 2000, "Multi-Generation Employees: Strategies For Effective Management", Health Care Manager, Vol.: 19, S: 65-76.

Kurtulmuş, N.,1996. Sanayi Ötesi Dönüşü, İz Yayıncılık, İstanbul.

Küçükkalay, M., 1997, "Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2, s.52.

Lagree, J. C., 1991, Générations!. Les Annales de Vaucresson.

Lai, S.L., Chang, J. Ve Hsu, L.Y., 2012, "Does Effect Of Workload On Quality Of Work Life Vary With Generations", Asia Pasific Management Review, Vol.: 17, Issue: 4, s: 437-451.

Levickaite R., 2010, Generatıons X, Y, Z: How Socıal Networks Form The Concept Of The World Wıthout Borders (The Case Of Lithuania), Limes, 3, s:173.

Lieber, L.D., 2010, How HR can assist in managing the four generations in today's workplace, Employment Relations Today, 36(4), s:85 - 91.

Martic, K, 2020, The Ultimate Guide to Managing a Multigenerational Workforce, Smarp Makalesi, https://blog.smarp.com/guide-to-managing-a-multigenerational-workforce.

Mccrindle, M., 2002, Understanding Generation Y, Researchgate Publication.

Meel J.V, 2000, The European Office : Office Design and National Contex, Rotterdam: 010 Publishers, S.:34.

Moriset, B., 2014, Building new places of the creative economy. The Rise of Coworking Spaces. Proceedings of the 2nd Geography of Innovation, International Conference 2014, Utrecht University

Norman, D.A., 2004, Emotional design : Why We Love (or Hate) Everyday Things, Basic Books, New York.

Oldenburg, R., 1989, The Great Good Place, New-York : Paragon House.

Öktem Erkartal P., Ökem H.S. (2015), "Mimari Tasarımda Dokunma Olgusu ve Dokunsal Haritalamaya İlişkin Bir Alan Çalışması, Megaron, 2:14.

Ören K., Yüksel H., 2012, Geçmişten Günümüze Çalışma Hayatı, Emek ve Toplum Dergisi, Sayı:1, s: 34.-56.

Pallasmaa J., (2011), "Tenin Gözleri", Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.

Paul, J., Ashhcroft, R. (2005), The changing environment of offices , A chalenge for furniture design. Desing Studies (C. 26, s. 1).

Pilcher, J. 1994, Mannheim's Sociology of Generations: An undervalued Legacy, The British Journal of Sociology, 45, s.: 481-495.

Pile J., 1976, Interiors 3rd Book Of Offices, Whitney Libary Of Design, New York, s:37-38.

Piotrowski C., Rogers A., 2016, Designing Commercial İnteriors, John Wile & Sons, Inc.,Kanada, S:52-55.

Puiu, S., 2017, Generation Z-An Educational And Managerial Perspective, Young Economists Journal, Vol. 14 Issue 29, s:62-72.

Raymond S. ve Cuncliffe R. (2000). Tomorrow's Office-Creating effective and humane interiors, London and Newyork: E & FN Spon.

Reeves T. C. and Oh E., 2008, Generational Differences, in Handbook of Research on Educational Communication and Technology, s.:296-297.

Srinivasan, V., 2012, Multi generations in the workforce: Building collaboration, IIMB Management Review (2012), 24. Sayı, s:48-66.

Schroeder, J.K., 2020, The Active Room: Freud's Office and the Egyptian Tomb, Frontiers in Psychology, 11. Sayı, s:1-10.

Senbir, H., 2004, " Z Son İnsan Mı?", "O" Kitaplar, 1. Baskı, İstanbul.

Sommer, R., 1969, Personal space; the behavioral basis of design. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, N.J.

Sommer, R., 1974, Tight spaces: Hard Architecture and How to Humanize it, Englewood Cliffs, Prentice Hall, N.J.

Sundstrom E, Sundstrom M, 1986, Work Places: The Psychology of the Physical Environment in Offices and Factories, Cambridge Üniversitesi Baskısı.

Taş, Y. Demirdöğmez, M. Küçükoğlu, M., 2017, Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. Uluslararası Toplum Araştırmalari Dergisi, Cilt: 7, Sayı:13, s.:1031-1048.

Tschumi, B., (1991), " Event Architecture, Architecture in Transition: Between Deconstruction and New Modernism", Peter Noever, Prestel, Munich.

Toruntay, H., 2011, Takım Rolleri Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Web 1, (2013), https://www.xing.com/communities/posts/gelisen-yeni-nesil-insan-kaynaklari-yoenetimi-1002940054, (Erişim Tarihi: 10.05.2019).

Web 2, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Latchkey_kid, (Erişim Tarihi: 12.05.2019).

Web 3, 2020, https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53250029, (Erişim Tarihi: 29.01.2020).

Web 4, 2009, https://www.kigem.com/is-basarisinda-kusak-farki.html, (Erişim Tarihi: 22.02.2019).

Web 5, 2020, https://sozluk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 10.03.2020).

Web 6, 2020, https://tr.wikipedia.org/wiki/Ofis, (Erişim Tarihi: 15.4.2020).

Web 7, 2020, http://www.luisdevin.com/books/the-forest-has-you/book-photo-gallery.php?photo=5 (Erişim Tarihi: 02.05.2020).

Web 8, 2020, http://www.museumsinflorence.com/foto/uffizi/plan.html (Erişim Tarihi: 10.12.2020).

Web 9, 2017, https://theculturetrip.com/europe/italy/articles/a-brief-history-of-uffizi-gallery-florence/ (Erişim Tarihi: 10.01.2021).

Web 10, 2020, https://tr.pinterest.com/pin/311452130458502834/, Web: (Erişim ğarihi: 13.12.2020).

Web 11, 2020, Web: https://www.slideshare.net/gracehenry142/william-le-baron-jenney, (Erişim Tarihi: 15.12.2020).

Web 12, 2020, Web: http://echoestampabay.weebly.com/1920s-photos.html, (Erişim Tarihi: 16.12.2020).

Web 13, 2020, https://tr.pinterest.com/pin/387450374184728164/, (Erişim Tarihi: 17.12.2020).

Web 14, 2020, https://tr.pinterest.com/pin/131448882862722228/, (Erişim Tarihi: 16.12.2020).

Web 15, 2020, https://wiphilanthropy.org/news/sc-johnson-increases-value-of-its-commitment-to-fight-covid-19-to-5-million/, (Erişim Tarihi: 16.12.2020).

Web 16, 2020, https://www.reddit.com/r/LiminalSpace/comments/kr9nzt/interior_of_s_c_johnson_administration_building/, (Erişim Tarihi: 16.12.2020).

Web 17, https://www.atlasofplaces.com/architecture/johnson-wax-headquarters, (Erişim Tarihi: 21.12.2020).

Web 18, https://tr.pinterest.com/pin/364439794830472060/, (Erişim Tarihi: 22.12.2020).

Web 19, www.henn.com/en/projects/office/osram-headquarters (Erişim Tarihi: 22.12.2020).

Web 20, https://www.sketchstudios.co.uk/content/blog/ten-office-furniture-designs-that-reshaped-the-world (Erişim Tarihi: 23.12.2020).

Web 21, https://tr.pinterest.com/pin/557531628846593985/ (Erişim Tarihi: 23.12.2020).

Web 22, https://nplusonemag.com/issue-6/essays/birth-of-the-office/) (Erişim Tarihi: 23.12.2020).

Web 23, https://tr.pinterest.com/pin/60446819970756708/Erişim Tarihi: 26.12.2020).

Web 24, https://www.wired.com/2014/04/how-offices-accidentally-became-hellish-cubicle-farms/ (Erişim Tarihi: 25.12.2020).

Web 25, https://www.hermanmiller.com/products/workspaces/workstations/action-office-system/ (Erişim Tarihi: 25.12.2020).

Web 26, http://www.treehugger.com/your-office-where-you-are-update-4847408 (Erişim Tarihi: 02.01.2021).

Web 27, https://www.workinton.com/ (Erişim Tarihi: 03.01.2021).

Web 28, https://europe.nissannews.com/en-GB/releases/release-426156904-the-future-of-working-nissan-e-nv200-workspace-is-the-world-s-first-all-electric-mobile-office (Erişim Tarihi: 03.01.202)

Web 29, https://officesnapshots.com/2017/02/20/hbo-offices-seattle/, (Erişim Tarihi: 04.01.2021).

Web 30, https://hushoffice.com/en/, (Erişim Tarihi: 04.01.2021).

Web 31, https://www.decoist.com/nap-pods-office/ (Erişim Tarihi: 04.01.2021).

Web 32, https://ar.pinterest.com/pin/559642691184557094/, (Erişim Tarihi: 05.01.2021).

Web 33, https://tr.wikipedia.org/wiki/Çevresel_psikoloji, (Erişim Tarihi: 02.01.2021).

Web 34: http://www.arkiv.com.tr/proje/getir-headquarter/10985, (Erişim Tarihi: 03.01.2020).

Web 35: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Personal_Spaces_in_Proxemics.svg, (Erişim Tarihi: 03.01.2020).

Web 36: https://indigodergisi.com/2018/02/yemeksepeti-park/, (Erişim Tarihi: 04.01.2020)

Web 37, https://www.hakanmenguc.org/proksemik-kisisel-alanlar-teorisi/, (Erişim Tarihi: 04.01.2020).

Web 38, covid19.saglik.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.10.2020).

Web 39, https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/ofiste-sosyal-mesafeye-turkcellden-cozum-var-6329434, (Erişim Tarihi: 04.01.2020).

Web 40, https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/koronaviruse-karsi-asansorlerde-yeni-duzen-1737418, (Erişim Tarihi: 05.01.2020).

Web 41: https://gestion.pe/fotogalerias/coronavirus-soluciones-creativas-para-el-distanciamiento-social-noticia/, (Erişim Tarihi: 05.01.2020).

Web 42, https://www.mime.asia/minimalist-office-design-ideas-to-lift-your-productivity/, (Erişim Tarihi: 06.01.2020).

Web 43, https://insideretail.asia/2020/08/06/new-tokyo-starbucks-cafe-features-space-for-people-to-focus/ , (Erişim Tarihi: 07.01.2020).

Web 44, https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892, (Erişim Tarihi: 08.01.2020).

Web 45, www.arkiv.com.tr/proje/bayer-turkiye-genel-merkezi/10456 (Erişim Tarihi: 08.01.2020).

Web 46, https://www.youtube.com/watch?v=_FiyzYG3Hdg (Erişim Tarihi: 09.01.2020).

Web 47, https://www.tarkettsee.com/en_RS/node/solutions-post-covid-healthy-workplace-10857 (Erişim Tarihi: 10.01.2020).

Web 48, https://www.archilovers.com/stories/27133/iconic-houses-rietveld-schroder-house.html (Erişim Tarihi: 10.01.2020).

Web 49, https://architectureandeducation.org/2016/02/03/interview-with-herman-hertzberger/, (Erişim Tarihi: 11.01.2020).

Web 50, https://tr.pinterest.com/pin/563090759641087014/, (Erişim Tarihi: 12.01.2020).

Web 51, https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52273894, (Erişim Tarihi: 12.01.2020).

Web 52, https://www.klassis.com/portfolio/bayer-turkiye/, (Erişim Tarihi: 13.01.2020).

Web 53, https://en.wikipedia.org/wiki/Architectural_drawing, (Erişim Tarihi: 14.01.2020).

Web 54, https://ads9rca.wordpress.com/2014/11/15/leisure-society-immaterial-labour/, (Erişim Tarihi: 14.01.2020)

Web 55, http://vhpark.hyperbody.nl/index.php/atom11:Research, (Erişim Tarihi: 15.01.2020).

Web 56, https://concepto.de/movimiento-obrero/, (Erişim Tarihi: 15.01.2020).

Web 57, https://donaldrattner.com/blog/2019/3/14/why-your-conference-room-table-is-probably-bad-for-business, (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

Web 58, https://yatak.1redpaperclip.com/, (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

Web 59, https://ar.pinterest.com/pin/496099715210684944/, (Erişim Tarihi: 16.01.2020).

Web 60, https://zynpzkck.wordpress.com/2015/04/22/is-bankasi-operasyon-merkezi-ic-mimari-projesi-egitim-blogu//, (Erişim Tarihi: 17.01.2020).

Web 61, https://gelecekbilimde.net/renkleri-koklamak-sayilari-tatmak-sinestezi/, (Erişim Tarihi: 17.01.2020).

Web 62, https://www.ambista.com/en/magazine/modular-office-design-for-new-work-environments, (Erişim Tarihi: 18.01.2020).

Web 63, https://www.buris.com.tr/, (Erişim Tarihi: 18.01.2020).

Web 64: ww.ultraleap.com/company/news/blog/what-is-haptics/, (Erişim Tarihi: 19.01.2020).

Web 65: https://www.kampustenevar.com/blog-oku-gelecek-temassiz-mi-1783, (Erişim Tarihi: 20.01.2020).

Web 66: https://gondermann-apotheken.de/praxisversorgung/, (Erişim Tarihi: 20.01.2020).

Web 67: https://tr.wikipedia.org/wiki/Gürültü, (Erişim Tarihi: 22.01.2020).

Web 68: https://www.teknikakustik.net/ofis-ses-ve-yanki-yalitimi.html, (Erişim Tarihi: 23.01.2020).

Web 69: https://sozluk.gov.tr/, (Erişim Tarihi: 24.01.2020).

Web 70: https://tr.wikipedia.org/wiki/Tat_alma (Erişim Tarihi: 25.01.2020).

Web 71: https://www.usnews.com/news/national-news/articles/2020-05-18/professional-sports-to-resume-day-cares-and-bars-to-reopen-in-texas-as-coronavirus-cases-surge (Erişim Tarihi: 29.01.2020).

Web 72: https://www.globaltimes.cn/content/1192012.shtml (Erişim Tarihi: 29.01.2020).

Web 73: https://tr.wikipedia.org/wiki/Koku (Erişim Tarihi: 06.02.2020).

Web 74: http://www.yapi.com.tr/haberler/koku-nesnesi-olfactory-object_95135.html (Erişim Tarihi: 07.02.2020).

Web 75: https://osomimarlik.com/portfolio-item/modern-ofisler-ebay-gittigidiyor/, (Erişim Tarihi: 08.02.2020).

Web 76: https://webrazzi.com/2019/06/27/400-bin-siparis-yemeksepeti-guncel-veriler/, (Erişim Tarihi: 10.02.2020).

Web 77: https://www.arkitera.com/proje/yemeksepeti-park/, (Erişim Tarihi: 10.02.2020).

Web 78: http://www.sinirkent.com/kisa-sureli-uykunun-faydalari-anlatildi/7147/, (Erişim Tarihi: 11.02.2020).

Web 79: http https://www.idealwork.com/projects/yemek-sepeti-park-hq/, (Erişim Tarihi: 13.02.2020).

Web 80: : https://www.facebook.com/Yemeksepeti/posts/yemeksepeti-parkta-hayat-varhttpymkstyemeksepetipark/10156249314667500/, (Erişim Tarihi: 14.02.2021).

Web 81: https://www.klassis.com/portfolio/bayer-turkiye/,(Erişim Tarihi: 14.02.2021).

Web 82: http://www.underarchitects.com/bayer-genel-merkez-istanbul-acildi/, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 83: https://tr.foursquare.com/v/bayert%C3%BCrk/4cdbb19399026dcb75770e81?openPhotoId=5a955ebec62b49624da8af20, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 84: https://kurumsal.defacto.com.tr/hakkimizda.html, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 85: https://tr.foursquare.com/v/defacto-genel-m%C3%BCd%C3%BCrl%C3%BCk/50e1755de4b0fe643fa53b21/photos, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 86: https://burcuozcelik.wordpress.com/2014/12/31/is-ortamindan-yasam-alanina/, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 87: https://nishart.com/defacto-genel-mudurluk---yonetici-ofisi?Sayfa=defacto-genel-mudurluk---yonetici-ofisi, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 88: https://twitter.com/ikmagazin/status/547785256678731777?lang=gl, (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Web 89: http://www.arkiv.com.tr/proje/getir-headquarter/10985, (Erişim Tarihi: 03.12.2021)

Wood, S., 2013, "Generation Z as Consumers: Trends and Innovation", Institute for Emerging Issues: NC State University, 1-3.

Worthington, J., 1997, Reinventing the Workplace, University of York, Oxford.

Zemke, R., Raines, C. ve Filipczak, B., 2000, Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace, Amacom: American Management Association.

Zumthor P., (2006), "Atmospheres: Architectural environments- Surrounding objects", Basel: Birkhauser.

Zumthor P., (2006), "Thinking Architecture", Basel: Birkhauser Verlag.

ÖZGEÇMİŞ

Sevi MAHİR 29.05.1985 tarihinde Hacıbektaş/Nevşehir'de doğmuştur. Erciyes Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü'nde 2002 yılında başladığı lisans eğitimini 2007 yılında tamamlamıştır. Özel mimarlık ofisleri ve kurumsal şirketlerde iş deneyimi kazanmıştır. 2015 yılında Gebze Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimine başlamıştır.

EKLER

Ek A: Tez Çalışması Kapsamında Yapılan Yayınlar

Mahir, S., Ayyıldız Potur, A., 2021, Journal Of Social And Humanities Sciences Research (Jshsr) Uluslararası Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, 8(65), Gebze Teknik Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye.

Ek B: Anket Soruları

1. Doğum tarihinize göre ait olduğunuz kuşağı işaretleyiniz. *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ 2000- Günümüz / Z Kuşağı, iGen
   - ◯ 1987-1999 / 2. Y Kuşağı
   - ◯ 1980- 1986 / 1. Y Kuşağı
   - ◯ 1965-1979 / X Kuşağı
   - ◯ 1945-1964 / Bebek Bombardımanı Kuşağı

2. Ankete katılmış olduğunuz kurumun/işyerinin/çalışma alanının ismini yazınız. *

   _____

3. Cinsiyetinizi belirtiniz. *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ Kadın
   - ◯ Erkek

4. Eğitim durumunuzu veya eğitim almakta olduğunuz düzeyi belirtiniz. *

   Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

   - ◯ İlköğretim
   - ◯ Ortaöğretim
   - ◯ Ön lisans
   - ◯ Lisans
   - ◯ Lisans Üstü

5. Çalışmakta olduğunuz iş yerindeki/kurumdaki pozisyonunuz veya mesleğiniz nedir? (Üst düzey yönetici, yönetici, stajyer, akademisyen, öğrenci, girişimci vb.) * *

   _____

Bu bölümde çalışma zamanı konusundaki tercihlerinizi belirtiniz.

1: Kesinlikle Evet
2: Evet
3: Kararsızım
4: Hayır
5: Kesinlikle Hayır

6. Her gün başlangıcı ve bitişi aynı olan mesai saatleri arasında çalışmayı tercih ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

7. Belirlediğim günlerde, tercih ettiğim saat aralıklarında çalışmayı tercih ederim. (08:00-17:00 yerine 09:00-18:00 vb. gibi) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

8. Çalışma zamanımın tamamını evde çalışarak geçirmeyi tercih ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

9. Çalışma biçiminize göre tercih ettiğiniz çalışma mekanlarını işaretleyiniz. *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- [ ] Özel veya kamusal bir işyeri ofisi
- [ ] Hazır ofis (ekipmanları hazır olarak kiralanabilen ofisler)
- [ ] Paylaşımlı ofisler (çalışma ortamının diğer kullanıcılar ile paylaşıldığı ofisler)
- [ ] Sanal ofis (Fiziksel bir çalışma mekanı olmayan; posta kabul, çağrı yanıtlama ve yasal adres vb. hizmetleri veren ofis türüdür.)
- [ ] Ev ofis (home office)
- [ ] Mobil ofis (karavan gibi hareketli çalışma ofisleri)
- [ ] Kafeler, kütüphaneler

Diğer: ☐ _____

10. Pandemide ofis dışında çalışma zorunluluğu olduğu zamanlarda en çok kullandığınız çalışma mekanını/mekanlarını işaretleyiniz. *

Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz.

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- [ ] Evde uygun bir oda
- [ ] Evde çalışma odası
- [ ] Kütüphaneler
- [ ] Ortak çalışma alanları
- [ ] Kafeler
- [ ] Diğer: _____

Bu bölümde bireysel çalışma alanı hakkındaki düşüncelerinizi uygunluk derecesine göre belirleyiniz.

1:Kesinlikle Evet
2:Evet
3:Kararsızım
4:Hayır
5:Kesinlikle Hayır

11. Çalışma mekanımda kendime ait sabit bir masam olmasını tercih ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

12. Cleandesk uygulaması (her kullanımda farklı bir masa) tercih edebileceğim bir çalışma biçimidir. *

Cleandesk Uygulaması: Çalışanların her çalışma günü istedikleri mekanda ve boş olan masada çalışabilmesine ve kullanım sonunda çalışma alanını temiz bırakmasına yönelik bir sistem.

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

13. Çalışma mekanımda, bana ait sabit bir masanın yanı sıra alternatif çalışma alanlarının (sessiz çalışma alanları, uzanarak çalışmaya imkan veren donatı alanları vb.) olmasını da tercih ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

14. Kitap kafe, kütüphane gibi çalışma alanlarını, zaman zaman işim için de kullanırım. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

15. Sanal ofiste çalışmayı tercih edebilirim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

16. Evden çalışmayı tercih ederim. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle Evet	◯	◯	◯	◯	◯	Kesinlikle Hayır

17. Çalışma mekanınızda yapmış olduğunuz veya yapmak istediğiniz kişiselleştirmeler/kişisel alan kullanımına yönelik uygulamalar var mıdır? Varsa yazınız. (Pandemi sürecinde, evde de çalıştıysanız çalışma ortamı hazırlayamaya yönelik yapılan kişiselleştirmeleri de düşünerek cevap veriniz.) *

(Örn: Masada kişisel fotoğraflara yer verilmesi, çalışma alanında bireysel veya iş arkadaşları ile birlikte yapılan düzenlemeler/süslemeler, kişisel depolama alanlarının kullanımı, çalışanların odalarında veya masalarında isimlerinin veya görevlerinin yazılı olduğu etiket/levha kullanımı vb.)

18. Bulunduğunuz yapının veya çalışma mekanınızın tasarımının işinize ve iş yerinize bağlılığınızı sağlamada katkısı olduğunu düşünüyor musunuz ? Açıklayınız. *

19. Pandemi sürecinde evden de çalıştıysanız uzaktan çalışma sistemi iş yeri bağlılığınızı ne ölçüde etkiledi? *

1: Olumlu Yönde Çok Etkiledi 2:Etkiledi 3: Etkilemedi 4: Olumsuz Yönde Etkiledi 5: Olumsuz Yönde Çok Etkiledi

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Olumlu Yönde Çok Etkiledi	◯	◯	◯	◯	◯	Olumsuz Yönde Çok Etkiledi

Bu bölümde iş yeri seçiminizi etkileyen unsurların önem düzeylerini belirtiniz.

1'den 5'e doğru önem düzeyi azalmaktadır.

20. İşyerinin tanınırlığı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

21. Esnek çalışma saatlerinin olması *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

22. Ekonomik getirileri *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

23. Sosyal imkanlar ve aktivite olanakları sunan mekanların olması *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

24. Esnek çalışma mekanlarının varlığı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

25. Sosyal sorumluluk projelerine katkısı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

26. Terfi imkanı, statü *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

Bu bölümde çalışma alanındaki görsel ve işitsel mahremiyet ile ilgili düzenlemelerin sizin için ne düzeyde önemli olduğunu yanıtlayınız

1'den 5'e doğru önem düzeyi azalmaktadır.

27. Çalışma alanındaki bilgisayarların diğer kullanıcıların ekranı göremeyeceği şekilde konumlandırılması, bölücü elemanlar vs. kullanılması *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

28. Çalışma ortamındaki dinlenme alanlarında çalışma alanı ile dinlenme alanının bölücü paneller, perdeler vb. ile ayrılmış olması *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

29. İş arkadaşları ile iletişim kurulabilecek açık ofis alanlarının varlığı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

30. Çalışma mekanında ses yalıtımının ve görsel mahremiyetin sağlanmış olması *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

31. Özel telefon görüşmelerini çalışma arkadaşlarından uzak bir alanda ya da telefon kabinlerinde yapmak *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

Aşağıdaki mekanların iş yeri ortamında bulunması sizin için ne düzeyde önemlidir?

1'den 5'e doğru önem düzeyi azalmaktadır.

32. Sessiz görüşme/telefon kabinleri *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

33. Çalışma alanı içerisinde uyku nişleri/hamaklar *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

34. Bakım merkezi, kuaför, masaj alanı vb. *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

35. Oyun alanları *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

36. Açık hava ve doğa ile bütünleşik çalışma alanları (bahçeye/terasa anında çıkabilme vb.) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

37. Çalışma alanı içerisinde içecek nişleri *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

38. Bireysel kullanıma açık mutfak alanı *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

39. Konsantrasyon odası (bireysel çalışmalar için) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

40. Beyin fırtınası odası (grup çalışmaları için) *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

41. Meditasyon odası *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

42. Çocuk bakım merkezi *

Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.

	1	2	3	4	5	
Çok	◯	◯	◯	◯	◯	Az

43. Bir iş yeri MEKANINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKANIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz? *

44. Pandemi şartlarında eksikliğini hissettiğiniz en temel çalışma mekanı veya çalışma mekanı özelliğinden 3 tanesini işaretleyiniz *

Uygun olanların tümünü işaretleyin.

- [ ] Görsel ve işitsel mahremiyet sağlayan unsurlar
- [ ] Sosyalleşmeyi sağlayan mekansal düzenlemeler
- [ ] Her türlü fiziksel aktivite alanı
- [ ] Doğal çevre ile bütünleşik alanlar
- [ ] Kişisel bakıma yönelik mekanlar
- [ ] Çocuk bakımına yönelik alanlar
- [ ] Kişisel alan oluşturmaya uygun mekan

Diğer: ☐ _____

45. Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekanlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz. *

GÖRME (Örnek: Teras-bahçe gibi doğa ile görsel bağ kurmayı sağlayan mekanlar, kurum kimliğini yansıtan görsel etki yaratan renkler, sloganlar, çizimler vb.)KOKU (Örnek: Doğal malzeme-kahve-deniz-çiçek kokuları, kuruma ait özel kokular, hijyen kokusu, insanların kokusu, çay-kahve nişleri vb.)DOKUNMA (Örnek: Görme engelliler için dokunsal levhalar, panolar, dokunsal temas kurulabilecek evcil hayvanlar, minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, fileli dinlenme platformu gibi dokunsal özelliği güçlü elemanlar vb.)İŞİTME (Örnek: Su- kuş-doğa-ağaç-rüzgar-evcil hayvan sesi, telefon görüşmeleri için sessiz kabinler vb.)TAT (Örnek: Mikrodalga fırın-kahve makinesi kullanımı gibi tat mekanlarının kişisel kullanıma açık olması, çay-meyve saatleri gibi motivasyonel uygulamalar vb.

_____

_____

_____

_____

_____

Bu içerik Google tarafından oluşturulmamış veya onaylanmamıştır.

Google Formlar

Ek C: Açık Uçlu Soruların Yanıtları

17. Soru: "Çalışma mekânınızda yapmış olduğunuz veya yapmak istediğiniz kişiselleştirmeler/kişisel alan kullanımına yönelik uygulamalar var mıdır? Varsa yazınız. (Pandemi sürecinde, evde de çalıştıysanız çalışma ortamı hazırlayamaya yönelik yapılan kişiselleştirmeleri de düşünerek cevap veriniz.) "

Kişiselleştirmeler/Kişisel Alan Kullanımına Yönelik Uygulamalar - Bebek Patlaması Kuşağı'nın yorumları;

Rahat çalışacak şekilde tasarım yapmayı tercih ederim.
İşimi yaparken kullandığım enstrümanların yerleşimi , kurgulanması oturma durumu önemli bir etken olarak düşünüyorum.
Masada aldığım ödül ve başarı belgesi vb. anıları bulundurmak.
Yok
Evet faydaları olur
İşimi yaparken kullandığım enstrümanların yerleşimi , kurgulanması oturma durumu önemli bir etken olarak düşünüyorum.
İsimlik, çocuklarımın fotoğrafları, torunumun çizdiği resimler, çaycı, kahveci
Çalışmamda gerekli olan ekipmanlar olmalı isimlik olabilir
Etiket /levha kullanımı
Fotoğraflar
Masada işin gerektirdiği idüzenlemeler düzenlemeler yapabilirim.

Kişiselleştirmeler/Kişisel Alan Kullanımına Yönelik Uygulamalar - X Kuşağı'nın yorumları;

Kişisel hijyen ürünleri
Levha, renkli kalemler
Not defterlerim, kalemlerim, takvimim
Beni motive edecek şeyler...çocuklarımın resimleri
Mutlaka yesil bir bitki olmali
Düzenli işe ayrılmış sessiz bir oda ve masa. Manzaraya doğru
Balkonu kapattırıp ofis yaptim
Yok
Teknik donanım düzenlemek zorunda kaldım
Kendime ait bir düzen kurarım
Salonumu ev ofis şeklinde tasarladım

Kendi çalışma odamın olmasını isterim
Bilgisayarımın ve evraklarımın olduğu sade bir masa
Bilgisayarımın ve evraklarımın olduğu sade bir masa
Kişisel depolama alanı ve fotoğraflar kullandım
Masa üzerine Aksiyon figürü koymak
Yoktur çok önemli olduğunu düşünmüyorum
Muayene odasını hasta çocuklarla daha iyi iletişime girebilmek için düzenler,süslerim.Masamda resim kağıdı ve boyalar,minik hareketli oyuncaklar bulundururum.
Hiçbir kişiselleştirmeye ihtiyaç duymuyorum.

Kişiselleştirmeler/Kişisel Alan Kullanımına Yönelik Uygulamalar - Y1 Kuşağı'nın yorumları;

Masada özel eşyalar, aile fotoğrafları, bitkiler, suluk, iş arkadaşlarının fotoğrafları
Evde uygun bir çalışma alanı oluşturarak bilgisayarımı ve ekipmanlarımı düzenledim
Çalışanların masasında ve odasında onları mutlu eden eşyaların bulunması isimlikleri olmalı
Kişisel depolama alanlarımı arttırmak, çalışma masamın daha genişletilmesi
Pandemi sürecinde çalışma masamı kitaplığa çevirme ve sürekli baktığım duvarı gezdiğim yerlerin fotoğraflarıyla süsleme.
Fotoğraflar, kişisel objeler masamda mutlaka olur
Fotoğraf , bitki vb. Aidiyet hissettirecek objeler.
Masaya kişisel kullandığım araç, gereçleri bırakırım..
Sakin bir köşe. Kırrasiye gereçlerinin elimin altında olması.
Sevdigim arkadaslarimdan hatıra not objeler
Etiket, levha kullanimi, kisisel esyalar, kisisel depolama alanlarinin kullanimi
Fotoğraf, çiçek, kırtasiye malzemeleri, telefon, mikrofon, kulaklık, kamera, her zaman el altında olması gereken çeşitli dökümanlar.
Çalışma mekânımda haftalık masaüstü takvim kullanıyorum
Sevdigim arkadaslarimdan hatıra not objeler
Evet, çeşitli objelerin, takvim, not defteri, su şişesi vb. eşyaları çalışma masamın üzerinde görmeyi isterim.
Masada kişisel fotoğraflar
Hayır yok
Gerekli araç- gereç olması

Kişiselleştirmeler/Kişisel Alan Kullanımına Yönelik Uygulamalar - Y2 Kuşağı'nın yorumları;

Konforlu bir sandalye en önemlisi
Sade ve düzenli olması en önemli kriter

Kalemlik, defterler, kişisel bakım ürünleri
Alanı sürekli temizlemek, havalandırmak, sürekli olarak çalışma pozisyonunda değişikliklere gitmek , koltuk yastık gibi destek elemanları..
Çalışma masasını genişlettim. Mantar pano gibi not alanları oluşturdum. Not tutacakları kullandım.
Masada çalışırken gerekebilecek tüm eşyaların bulunması, kişiselleştirilmis çeşitli (fotoğraf, herhangi bir sanat ürünü vs.) eşyaların bulunması
Yok
Defter kalem ve bilgisayarım olması yeterli.
Temizlik, bakım ürünleri köşesi, pano, bitki, konfır sağlayacak elemanlar,
Çalışma ortamı kurdum sadece. misafir odasına çalışma masası ve çalışma sandalyesi gibi..
Çalışma alanımın temiz ve düzenli olması dışında, pencere kenarı (ışığı alabilen ve günün hangi kesitinde olduğumu hatırlatabilecek pozisyonda olan) veya yarı-açık alanlarda(yaz aylarında), dışarıyla kopuk olmadan bir çalışma alanı olmasına dikkat ederim. Çünkü tamamen soyut bir ortamda işin tamamlanma sürecinden kopuk ve verimsizleşen bir çalışma programı elde edilmiş oluyor.
Hatırlatıcı not tutucular,
Masanın pozisyonunu değiştirdim. Kapıya rahatsız etmeyiniz yazısı astim. Yazıcımı calisma odasına aldım. Masama canlı bitkiler koydum.
Halihazirda evden bir calisma yuruttugumden pandemi ozelinde bir duzenleme yapmadim. odalarimizdan birini tam tesekkullu calisma odasi olarak duzenlemistik. ancak iki mimar olarak evde ayni duzende calismaya baslamasi salon yemek masasinin ofis olarak duzenlenmesini gerektirdi. baslarda zorlanmis olsak da evin buyuklugunun yeterli olmasi rahatsizligimizi giderdi. evden calisma duzeninde onemli olan evin boyle bir kullanima cevap veriyor olmasidir.
Evet bazı düzenlemeler yapıyorum.Çalışma ortamını kullanılmayacak eşyaların masadan kaldırılması ve iş için gerekli olabilecek tüm malzemelerin,dokümanların masa üzerinde düzgün bir şekilde yerleştirilmesi gibi
Kisisel fotograflara yer verilmesi, depolama alani olusturulmasi
Kişisel bir düzen, öznel alanlar
Kendime ait ekipmanları düzenli bir şekilde masamda tutarım. Resim vb. Gibi aksesuarları masamda genellikle bırakmam.
Sandalyemi degistirdim. Masami mumkum olduğunca bos tutuyorum calisirken engel olmamasi icin. Konforlu alanimi arttirmak icin bilgisayarim icin aparatlar aldım ve ekrani yuksek seviyede kullanmaya çalışıyorum.
Not kâğıtları
Masada ve panoda arkadaş ve aile fotoğrafları, duvarlarda yürütücüsü olduğum öğrenci çalışmaları, yine panomda gezilerimden kalan magnet hatıralar
Masamı kişiselleştirdim.
Bitkiler, panoda asılı kişisel anları hatırlatıcı notlar, fotoğraflar ve masa aydınlatması
Çalışma sürecimde Aynı saatlerde ve aynı masada çalışmaya özen gösterdim
Masamı kendi istediğim gibi düzenleyebilmek. Bitkilerimin olması.
Fotoğraflar
Masamın yönü ilgimi dagıtmayan tarafa göre dizayn ettim masama motive etmek için kaktüsler koymak
Çalışma masamı bir atölye masasına çevirmek için ek aparatlar ile alet edevat asılabilecek hale getirdim.
Çalışma elverişli, sessiz, internet bağlantısı ve monitörü olan bir ortam
Halihazirda evden bir calisma yuruttugumden pandemi ozelinde bir duzenleme yapmadim. odalarimizdan birini tam tesekkullu calisma odasi olarak duzenlemistik. ancak iki mimar olarak evde ayni duzende calismaya baslamasi salon yemek masasinin ofis olarak duzenlenmesini gerektirdi. baslarda zorlanmis olsak da evin buyuklugunun yeterli olmasi rahatsizligimizi giderdi. evden calisma duzeninde onemli olan evin boyle bir kullanima cevap veriyor olmasidir.
Öncelikle masaya gelen ışığın ayarlanması ve sonrasında çalışma notlarının gerekli kalemlerin çalışma masasına

yerleştirilip her şeyin elimin altında olacak şekilde düzenini sağlamak
Kişisel depolama alanı olması
Yemek masasını örtüyü kaldırarak çalışma masası haline getirme, masada bardak ve sürahi bulundurma
Kişisel masa takvimi, su matara seti ve muhakkak her gün icin orta zorlukta bir sudoku
Kendime ait evde bir geniş ve uzun bir masa oluşturmak
Depolama alanları, kişisel defter kalemler

Kişiselleştirmeler/Kişisel Alan Kullanımına Yönelik Uygulamalar - Z Kuşağı'nın yorumları;

Bol bol ara vererek çalıştım. Her ara verdiğimde odayı renklendirecek aktiviteler yapıp süsledim. Sık sık değişiklik yaptım molalarımda spor yapmak için alan oluşturdum.
Kişisel fotoğraflar ve günlük plan hatırlatıcı postitler
İstediğim gibi karışılmadan modifiye etmem
İşime yarayabilecek her şeyin elimin altında olmasını tercih ederim.
Ders programım masamın üstünde durur
Materyallerin kullanım amacına uygun şekilde sıralanması ve simetrik durmasına dikkat ederim
Fotoğraflar
Hiçbir şey
Masa takvimi ,planlarını,ajanda
Pano eklenmesi
Sabit masa düzeni
Evet var. Çalıştığım yere ışıklandırma, gereksiz veya masada kötü duran şeyleri ortadan kaldırmak için eşyalar
Masamda ofis malzemeleri kullandım, kişisel fotoğraflara yer verdim
Sadece plan günlük program
Odaya kimseyi sokmamak sessizliği sağlamak
Mum yakmak
Masada daha az yer kaplayacak yer olması
Masa altında, yanında kişisel depolama alanı, kasa üzerinde kişisel oraya ait hissettirecek eşyalar
Masama benim olduğunu hissedeceğim herhangi bir ekleme yapmak
Görevlerimi yazdığım not kağıtlarını masamın üzerinde bulundurmak

18. Soru: "Bulunduğunuz yapının veya çalışma mekânınızın tasarımının işinize ve iş yerinize bağlılığınızı sağlamada katkısı olduğunu düşünüyor musunuz ? Açıklayınız. "

Çalışma Mekânı Tasarımının İşe ve İş Yeri Bağlılığına Etkisi - Bebek Patlaması Kuşağı'nın Yorumları;

İş yerine bağlılık olarak katkı yapmayacağını, işimize katkı yapacağını değerlendiriyorum.

Kesinlikle evet. Kötü bir ortamda işe motive olamam
İşte başarıyı etkiler
Az da olsa katkısı vardır.

Çalışma Mekânı Tasarımının İşe ve İş Yeri Bağlılığına Etkisi - X Kuşağı'nın yorumları;

Evet, bana ait hissettiğim bir ortamda daha rahat çalışırım
Evet, kişiselleştirme aidiyetligi arttırıyor diye düşünüyorum .
Kesinlikle evet..çiçekler duvar renkleri dekorasyon
Evet. Huzur ve estetik etkilidir
Kesinlikle motivasyon ile ilişkili
Ortamın iyi olması daha rahat çalışmayı sağlıyor
Temiz ve ferah bir ortam olumlu yönde etkiliyor
Tasarım bir mekânın verimliliğe etkisinin yüksek oldugunu düşünüyorum.
Hayır düşünmüyorum
Evet aidiyet duygusunu arttırıyor..
Evet. Tüketiciye ulaşmak için önemli.
Pek değil
İyi tasarlanmış ve aydınlık mekânlar çalışma motivasyonumu yükseltir
Evet,kısmen.Meslek hayatım boyunca,çok eski,bakımsız,havasız mekânlardan tutun,çok temiz,bakımlı,modern mekânlara kadar çok çeşitli mekânlarda çalıştım.İşime ve iş yerime bağlılığımı mekândan çok insanlar belirledi.Ama havadar,bakımlı,çalışmamı kolaylaştıran mekânlarda elbette daha huzurlu çalıştım.
Evet iş yerinde ideal bir çalışma ortamım var.
Evet.Hem çalışma alanimda huzurlu ve rahat olduğumda verimim artar.Ayrica bu ortamı bana sağlayan işverenimin bana değer verdiğinin göstergelerinden biridir.Ayrica benim ofisim iş yeri ve iş vereninim imaj alanlarındandır.Anlasmalar benim ofisimde gerçekleşmektedir.
Kesinlikle. Konfor ve huzur açısından motivasyonu artırdığını düşünüyorum
Kendi ofisimde çalışıyorum, kesinlikle daha bağlayıcı
Kendi ofisimde çalışıyorum, kesinlikle daha bağlayıcı
Evet düşünüyorum, motivasyonu yükselten ve işin monotonluğunu azaltan bir şey tasarım.
Bana ait, bulunmaktan keyif aldığım, rahat ve güvende hissettiğim bir ortamı tercih ederim. Katkı sağladığına inanıyorum.
Bağlılığa faydası olduğunu çok düşünmüyorum. Daha çok rahat ve verimli çalışma üzerine etkili olabileceğini düşünüyorum.
Evet konfort ve huzur onemli
Evet, kendimi rahat, konforlu ve fonksiyonel bicimde tasarlanmis isyerinde verimliligimin ve hevesimin arttigini hissediyorum.
Hayır
Isi, sicaklik, isiklandirma ve havalandirma en onemlileri.
Kesinlikle ozellike renkler gozu yormayan renkler olmali ve bol gunes almali kendimi daha iyi hissettigim zaman motivasyonum da ona bagli olarak artiyor

Emin değilim.
Uygun ortam sağlamak çok mümkün olmadı
Evet. Binanın ve çalıştığım mekânın yeterli konfor düzeyini sağlaması gerekir. Temizlik, düzen, yeterli sessizlik ve mahremiyet, iyi tasarlanmış yardımcı mekânlar (mutfak, tuvalet, toplantı odaları vs.)
Kesinlikle, mutlaka ferah, iyi aydınlatılmış, tüm zaruri ihtiyaçlar düşünülerek iyi planlanmış olmalı,
Evet,kendimi rahat hissetmeliyim

Çalışma Mekânı Tasarımının İşe ve İş Yeri Bağlılığına Etkisi - Y1 Kuşağı'nın yorumları;

Kesinlikle düşünüyorum, insan boyutlarına uygun mekânlar, doğru renk seçimi, doğru mobilya seçimi iş yerinde konforun arttırılması bağlılık için önemli.
Kesinlikle Evet
Evet. İş yerinde bana ait , bireysel bir oda olması ve kendime ait bazı objelere o odada daha geniş çaplı yer verilebilme olanağımın olması iş yerini daha fazla benimsememi ve aidiyet hissetmemi sağlardı.
Bağlılık sağlamada katkısı olduğunu düşünmüyorum. Eşyalardan ziyade insanlarla iletisim ve kurum tutumu bağlılık yaratır bende
Bağlılık diyemem ama motivasyonumu kesinlikle arttırır.
Evet ...İşe başlamadan önce iş programımızı, iş takip sürecimizi bulunduğumuz mekânda takip etmekteyiz..Bulunduğumuz mekânın konforlu olması, iş yapmaya elverişli olması, yaptığımız işlerin kimliği bulunduğumuz mekân temsil etmektedir..
Evet. Ayrıca, olayları ya da yaptığım işleri daha iyi hatırlayabilmeme olanak sağlıyor.
Kesinlikle bağlantısı var

Çalışma Mekânı Tasarımının İşe ve İş Yeri Bağlılığına Etkisi - Y2 Kuşağı'nın yorumları;

Genel anlamda motivasyonumu etkiler. Bağlılığımı etkilemez.
Evet, motivasyonu yükseltmekte.
Evet. Kendimi rahat hissettiğim değiştirebildigim alanlarda daha aktif ve verimli çalıyorum.
Kesinlikle evet. Pandemi süresince evden çalışmak zaman geçtikce zorlaşmaya başladı. Çalışmaya odaklanmak için bulunduğumuz mekânı (genellikle yatak odasının bir bölümü) geliştirmemiz ve düzenlememiz gerekti.
İnsanın kendinden belirli parçaları katarak oluşturduğu/tasarladığı mekânlarda psikolojik açıdan daha rahat edeceğini, buna ek olarak mekâna olan bağlılığının da artacağını düşünüyorum.
Hayır düşünmüyorum çünkü ofis çalışma harici herhangi bir etkinliğe imkan sunmuyor.
İşyerindeki çalışma mekânım için evet bu geçerli. Ne kadar bana ait tasarlanmış bir masa olursa o kadar sahiplenirim.
Kesinlikle Evet.
Kesinlikle evet. Çünkü zaten mesleğim gereği (mimar) sadece masa başında üretilecek bir tasarımın yüksek ihtimalle sığ kalması nedeniyle çevresinin farkında olan ve bu farkındalık içerisinde tasarım yapan bir ofis vb. mekânda çalışmayı yeğlerim. Yani sadece iş yerime bağlılık değil iş yerimin de içerisinde olduğu çevrenin farkındalığına katkısı olduğunu düşünüyorum
Evet. Kişiselleştirdiğim bir alan kendim için özgürleştiğim alandır. Bu da işime olan konsantrasyonumu arttırmakta.
Evet. Calisma motivasyonum arttı.
evdeki calisma mekânimin ofis ortaminda gibi duzenlenmis olmasi sabah ise gidiyor hissi ve ciddiyeti sagliyor.
Evet düşünüyorum. Çalışma mekânlarının iş ile beraber gündelik ihtiyaçları da giderecek şekilde tasarlanması durumda çalışanlara çok kolaylık sağlayacaktır.(Dinlenme, yeme içme alanları gibi mekânların çalışma ortamı ile beraber düşünülmesi)

Evet, düşünüyorum. Motivasyonumu etkiliyor.
Kesinlikle düşünüyorum. Ofis ve atölye birlikte çalışıyoruz.
Kesinlikle evet. Rahatsız hissettigim bir masada ve koltukta uzun sure dayanamam ve bu durumdan kisa sure icerisinde sikayet edebilirim. Ozellikle ışık ve sıcaklık en onemli etken.
Evet gayet sade ve motive edici
Evet katkısı olduğunu düşünüyorum. Aidiyet hissettiğim ve içinde bana dair şeylerimin olduğu yerde çalışmaktan zevk alırım.
Evet. Bu süreçte deneyimlediğim evden çalışma modeli iş yerindeki çalışma modeline göre daha az verimli çalışmamı sağladı.
Kesinlikle katkısı olduğunu düşünüyorum. Kendimi rahat hissedeceğim konforlu bir alanda daha rahat çalışabilirim. Evimde kurduğum/aradığım bileşenleri ofis ortamında da görmek isterim.
Kişilerin üretkenliği açısından mekânın olanakları dahilinde çalışma alanlarında kısmen düzenlemeler yapabilmenin, mekânın aydınlatma, havalandırma ve ısıtma gibi fiziksel koşullarının yeterli olmasının, Çalışma dışındaki sürelerde-aralarda sosyal etkileşimi artıracak alan ve faaliyetlerin olmasının iş yerine bağlılığı etkilediğini düşünüyorum
Çalıştığımız yer motivasyon açısından da çok önemlidir. Örneğin şu an çalıştığım iş yeri sadece ofislerden oluşuyor. Dinleme alanı tasarlanmamış. Bu çok büyük bir sorun teşkil ediyor. Çünkü ara verdiğimizde gidebileceğimiz bir yer yok.
Evet daha sıcak bir ortam ve ilgimi dağıtmayan objeler olmasını isterim
Kesinlikle katılıyorum ve bunun sadece şirkete ait bir ofiste olacağına inanıyorum.
evdeki calisma mekânimin ofis ortaminda gibi duzenlenmis olmasi sabah ise gidiyor hissi ve ciddiyeti sagliyor.
evdeki calisma mekânimin ofis ortaminda gibi duzenlenmis olmasi sabah ise gidiyor hissi ve ciddiyeti sagliyor.
evdeki calisma mekânimin ofis ortaminda gibi duzenlenmis olmasi sabah ise gidiyor hissi ve ciddiyeti sagliyor.
evdeki calisma mekânimin ofis ortaminda gibi duzenlenmis olmasi sabah ise gidiyor hissi ve ciddiyeti sagliyor.
Evet .Çünkü çalışılan ortam insanı motive edebilecek ve dikkat dağılımını engelleyecek bir düzende olmalıdır.
evet, kiralama bir ofis kullandığım için konstrüktif bir değişiklik olmasa da; iç mekânda açık renk kullanımı ve bitkilerle renklendirdiğimde daha motive olduğumu gözlemledim.
kesinlikle evet
Kesinlikle düşünüyorum. Çalışma mekânındaki ergonomik konforun yanı sıra güneş alma biçimi ve süresi, havalandırma yeterliliği, estetik anlamda kişide yarattığı psikolojik olgu işin kalitesini ve işe olan bağlılığı pozitif anlamda etkilemektedir.

Çalışma Mekânı Tasarımının İşe ve İş Yeri Bağlılığına Etkisi - Z Kuşağı'nın yorumları;

Evet açık renklerden oluşmuş bir odaya sahip olduğum,penceresi geniş ve uzun olduğu için ferah bir çalışma ortamı sunuyor.
evet, kendimi rahat hissedebileceğim bir alanın, mekâna hızlı adapte sürecinde etkili olduğunu düşünüyorum.
evet, kendimi rahat hissedebileceğim bir alanın, mekâna hızlı adapte sürecinde etkili olduğunu düşünüyorum.
Evet. En büyük etki konsantrasyon. Tabi insandan insan değişen bir olay bazıları daha sıkılgan olup geze geze farklı alanlarda işini bitirirken bazıları da tek bir masada tamamen konsantre olabilirler.
evet konforun önemli olduğunu düşünüyorum
düzenli ve temiz olması, çok geniş olmaması verimliliğimi arttırıyor
Evet açık renklerden oluşmuş bir odaya sahip olduğum,penceresi geniş ve uzun olduğu için ferah bir çalışma ortamı sunuyor.
Evet, düşünüyorum. Estetik olarak beğendiğim bir yerde daha mutlu çalışırım.

Evet, bulunduğum yerin iç mekân tasarımı beni çalışma konusunda motive eder.
Evet, bir insanın nasıl bir ortamda çalıştığı çok önemlidir. Çalışma mekânı kişiyi motive edebilecek, onun kendini iyi hissetmesini sağlayacak şekilde fonksiyonel ve estetik olmalıdır.
Evet düşünüyorum özellikle odaklanma sorunu olan biri olarak çalılma mekânımın üstümdeki etkisi büyük ölçüde
Evet.Çünkü bulunduğum ortamın tasarımının iyi olması beni oraya gitmeye teşvik eder çalıma isteğimi artırır.
kesinlikle katkılı olduğunu düşünüyorum
Düşünüyorum çünkü masa başında bulunan elektronik eşyadan tutunda ofis eşyaları gibi bir çok şeyin zaten bir amaç taşıdığı ve bu yönde de katkısının olduğunu düşünüyorum
Evet katkısı var, dağınıksa veya istediğim düzende değilse çalışma isteğim azalıyor
Kesinlikle evet. Kendimi oraya ait hissetmemi sağlayan her türlü tasarım ve eşya çalışma verimliliğimi arttıracaktır.

43. Soru: "Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz? "

Bebek Patlaması Kuşağı'nın yorumları;

Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz?
Ofis aydınlık ve ferah olmalı. Açılan pencereler olmalı. Ofis kalabalik olmamalı.
Fonksiyonel olmalı, mahremiyete uygun olmalı, iş arkadaşları ile iletişim imkanı sunmalı, gün ışığını görmeli, temiz hava alabilmeli
Temiz, aydınlık, Ferah, teknolojik donanıma sahip olması
Havadar temiz sessiz gerekli ekipmanlar olmalı
Aydınlık ve doğa ile iç içe olmasi
Maaşın zamanında yatması Kişisel gelişime önem vermesi Mobing yapılmaması
Sakin, temiz, aydınlık ve ciddi bir ortam olmalı.

X Kuşağı'nın yorumları;

Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz?
Hijyenik olması
Evimde gibi hissetmeliyim
Esneklik, fikirlere değer verme
Huzurlu olması
Dogal unsurlar bulundurmali
Kendimden bir parça olmalı. Ben şekillendirenilmeliyim. Bol ışık ve temiz hava ile manzara, kullanılabilen açık alanlar, ağaçlar iç huzurum için önemli.
Doga ile uyumlu sosyal alanlarının varligi, beslenme ihtiyacının gidebileceği alternatifleri olması, spor imkanlarının olması günlük ihtiyaclarin karşılanması, motivasyon ve zaman tasarrufu için onemli
Kişiye özel olması
Mekân olarak hijyen,asıl önemli olan anlayış ve iyi niyetli kişiler insanlarla birlikte olmak

Geniş, temiz, düzenli, aydınlık ,sade olması daha sakin calismmi sağlıyor
Evet
Temiz, ferah, aydınlık, üşütmeyen ve bunaltmayan ortam ısısı, rahat bir çalışma koltuk ve masası beni mekân olarak mutlu edecek özellikler.
Fiziksel, ruhsal, psikolojik olarak insanı önceleyen ve özgür bırakan koşullar ve mekânlar ile aidiyet duygusunun ve yaratıcılığın desteklenmesi..
Kendimi rahat hissedeceğim bir mekân yeterli
Sakin ve modern döşenmiş bir ofis yeterli , çocuk bakım alanı olması , kullanılabilir mutfak sağlıklı beslenmek için gerekli
Ortamın rahat olması için mesafelerin uygun olması.
Görsel ve işitsel mahremiyete saygılı ve çocuk bakımına yönelik alanları olan bir iş yerine kendimi daha bağlı hissederim.
Saygı duyulan bir iş yeri olması
Tüm alanlar çok iyi havalanmalı ve gün ışığı almalı. Ortama sıcaklık ve huzur veren çiçek veya diğer bitkilerin yetişebileceği küçük alanlar içermeli.Yazları serin,kışları sıcak olmasını kolaylaştıracak fiziksel özellikler olmalı. Çalışma alanının ortak çalışmalar dışında kişiye özel,bağımsız olması;ancak dinlenme zamanlarında iş yeri arkadaşları ile vakit geçirecek oturma alanları, spor vs.aktivite alanlarının da bulunması çok önemli.İçecek,yiyecek ve tuvaletlere ulaşım kolay olmalı. Bir anne olarak çalışırken yaşadığım zorlukları diğer çalışan annelerin de yaşamaması için,her iş yerinde çocuk bakım alanları bulunmalı.
Mevcuttaki gibi; Gizlilik ve sessizlik için bir oda, çay/kahve servisi, kaliteli temizlik ve yemek hizmetleri.
Ergonomik
Sessiz ve mahrem özellikle ofis,mobilyalar rahat ve huzurlu renklerle dekorasyon.Balkon,bahçe ve açık alanlar.Meslegim turizm olduğu için ve otelcilik alanında calistigim için genel anlamda taleplerim gerçekleşiyor.Ancak bir acenta gibi sadece ofise bağımlı çalışamam.Mobilya tercihi ve aydınlatma, ofis koltuğu ve dinlenme koltuğunun rahat olması önemli çünkü mesai saatlerimiz uzun oluyor bizim.Ayrica gelen misafirler bizim için satış yapacağımız kişiler olduğu için etkileyici dekorasyon önemli.Guclu ama abartısız, urkutmeyen bir ortam olmalı.
Doğa çağrışımları
Özel ve kişisel alan
Aydınlık, teras mevcut, ayrı mutfak ve sürekli müzik yayını
Relax olmali, is disi aktivite lere acik olmali
Ferah temiz sıcak
Aydınlık, teras mevcut, ayrı mutfak ve sürekli müzik yayını
Mutlaka her çalışanın kendine ait ya da sadece bir kişi ile paylaştığı bir ofisin varlığı, kafe, teras gibi dinlenme alanlarının varlığı ve spor odası gibi aktivitelere açık alanların varlığı memnuniyetimi yukarı çeken unsurlardır. Nefes alacağımız alanların olması kaliteli işe de katkı sağlar.
Sıcak ve rahat bir ortam olması
Karşılama, işbirliği, sıcaklık önemli.
Çalışma alanımın geniş, temiz, düzenli, güneş görmesi ve bahçe yada terasa çıkabilmeliyim.
Relax olmali, is disi aktivite lere acik olmali
fikrim yok
Temiz, duzenli, konforlu, ihtiyaclara kolay ulasilabilir, kisisellestirmeye izin verilebilir, ferah, gunisigini ve temiz havayi alan
Çalıştığım şirkete aidiyet duygusu için mekânın hiçbir önemi yok
Ustteki sorulara olumsuz cevap verirken aslinda bunlarin ne kadar gerekli oldugunu farkettim. Olsunlar isterdim

Hijyen, temizlik, genel ekipman, yeterli alan
Temiz kaliteli güvenilir
Gerektigi zaman bireysel akan yaratabilirken ayni zamanda diger insanlardan izole hissetmedigim mekânlar
Konfor
Esnek çalışma ortamı
Temiz kaliteli güvenilir
Nezih ve temiz
Kendimi rahat hissedeceğim bir mekân yeterli
Çalışana saygı duyulması, eşit ve adil davranılması, değer verilmesi, mesleki gelişimine önem verilmesi.
Ferah, doğal materyallerin kullanılmış olması, ihtiyaçlar düşünülerek planlanmış olması,
Donanımlı olması, işimi gerçekleştirmeme yardımcı materyallere ulaşabilir olmak

Y1 Kuşağı'nın yorumları;

Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz?
Kişisel alan oluşturmaya uygun, işitsel ve görsel mahremiyete izin veren, çalışma alanı dışındaki fonksiyonları bünyesinde barındıran bir mekân olmalı
Huzurlu sıcak bir çalışma ortamı olmalı ki çalışmak mutluluk vermeli
Mahremiyetin sağlanması için kişisel alanların yaratılması gerekmektedir. Isısal konfor düzeyleri iyi bir şekilde ayarlanmalıdır. Yazın sürekli klima ile çalışmak ve ortamın çok soğuk olması rahatsızlık vermektedir. İhtiyaçları gidermek için çeşitli imkanların sunulması, spor alanları, dinlenme odası, bireysel çalışma odaları vb. Işıklandırmanın uygun yapılması Ses izolasyonun uygun yapılması
Açık renklerden tercih edilmiş mobilya ve uygun renklerde dekor yada perde
bireysel çalışma alanlarının olması, gün ışığını iyi alan mekânlara sahip olması (gündüz yapay aydınlatmayı açmamak) , ses yalıtımı olması, doğaya yakın olma, iç mekânda kullanılan mobilyaların ergonomik olması ve gözü rahatsız edici renk ve biçimlerde olmaması, ulaşım ve otopark probleminin olmaması önemli.
Ofisin soğuk renklerden ziyade sıcak renklerle boyanması, duvarlarda tablolar, kahve köşesi, sosyal alan bulunması
sade bir sekilde ve kisisel alan gizliligi on planda olmasi
İş yerinin hava alabilmesi iş arkadaşları ile sosyalleşebilecek mekânlarının olması, kendimi konforlu hissettiğim bir ofis olması.
Çalışma mekânı yeterince gün ışığı almalı, manzaralı olmalı, aydınlık olmalı, çok hijyenik olmalı, ses ve ısı yalıtımı iyi yapışmış olmalıdır. Çalışma alanının olması, kişisel masa, sandalye, elektronik cihazlar; bilgisiyar, tv, radyo vs. ,özel tasarım kalemler ve not tutucular olmalıdır. Dinlenme alanının olması ve dinlenme mekânında konforlu oturanların olmasıdır. Temiz ve ferah ıslak hacimlerin olması, çok fonksiyonel mutfak olmalı.
Kendime ait bir öalışma köşesi, sakinlik, çalışan insanlar..
Mekânın sürekli değişmemesi, temel konfor unsurlarının iyi olması (ergonomi, sıcaklık dengesi) mekândaki popülasyonun ne izole hissettirecek kadar az ne de bıktıracak kadar kalabalık olması, çalışma mekânının sürekli giriş/çıkışlar ile rahatsız edilmemesi.
sade bir sekilde ve kisisel alan gizliligi on planda olmasi
Görüntü ve isitsel mahremiyete önem veren ofis ortami yaratilmali, kisisel bakim alanlari olmali, doga ile ic ice olmali, mobilya ve dosemeler acik renkli, yeterli ama az sayida olmali, ferah bir ofis ortami olmali, mutfagi bulunmali, iklimlendirmesi uygun olmali
Çalışma masamın bulunduğu alanın ferahlığı, fiziki olarak herhangi bir rahatsız edici unsurun olmaması yeterlidir. Bağlılık hissinin maddeden daha çok manevi unsurlarla sağlanabileceğini düşünüyorum.

Konsantrasyon gereken işler yaptığım için sessiz bir ortama ihtiyaç duyuyorum. Bu yüzden çalıştığım ortamın sessiz olması gerekiyor.
sade bir sekilde ve kisisel alan gizliligi on planda olmasi
Oda sıcaklığı, ortopedik ekipmanlar, kisisellestirebilecegim bir alan (ozel calisma masasi vs), bitki, özel kullanima ait kahve/cay/içecek standı
Çalışanın kendini güvende ve rahat, huzurlu hissetmesi, mahremiyetine önem verilmesi, bilgisayar ekranı mahremiyetinin olması, çalışma ortamının olabildiğince sessiz olması benim için önemli olan özelliklerdir.
Aydınlık olması pandemi şartlarında havalandırma imkanının olması dinlenebileceğimiz yeşil alanların olması
Doğal çevreye duyarlı olmalı,kreş ve çocuk bakım gibi hizmeti olmalı
Kişisel masa ve araç- gereçlerin olması

Y2 Kuşağı'nın yorumları;

Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz?
fonksiyonel olması
Çalışma ortam rahatlığının işaretlediğim sorular düzeyine getirilmesi memnuniyetimi optimum düzeye çekecektir.
Aydınlık, etkileşime açık. Hayattan kopmadan, verimi artırarak çalışmayı eğlenceli hale getirecek mekânların üretimi etkilediğine inanıyorum.
Ferah ve ışık almasi , grup çalışmasina elverişli
Odaklanmayı sağlaması gerekir. Dikkat dağıtıcı unsurlar bir süre sonra işin verimi etkileyecektir.
Mekânın yeşil alanlar, dinlenme veya rekreasyon alanları gibi gerektiğinde fiziksel ve psikolojik açıdan rahatlayabileceğim alanlari içermesi. Ayrıca diğer çalışanlarla vakit geçirebileceğim ortak alanlara sahip olması. Bu özelliklerin çalışma mekânına karşı olan psikolojik bağlılığımı arttıracağı düşüncesindeyim.
nizami bir çalışma ortamı olmaması gerekir. Farklı harekelere alanları sağlamalı.
Kendimi rahat hissedeceğim, yoğun tempolu çalışma sonrası rahatlayıp kafamı dağıtabileceğim alanların olması, ekranımın herkes tarafından kontrol edilemeyecek konumda oturmam,
Ferah, özgür, kişisel alan
Açık ofis , temizlik, toplantı odaların çokluğu, cafe, açık alan dinlenme alanları , spor salonu, güvenlik.
Bunun birçok maddesi olmakla beraber en önemlilerinden birkaçını bireysel çalışma alanlarının olabilmesi, çevreden kopuk olmaması ve dinlenme mekânları içermesi diye sıralanabilir. Zaten iş yerinde bireysel kullanıma imkan veren mutfak olması gerekliliğinden bahsetmiyorum bile.
Esnek çalışma ortamı. Dinlenebileceğim alanlar. Hobi alanları. Çalışma anı veya mola anlarında özgürleşebileceğim mekânların olmasını isterim.
Mekân kişiselleştirilmiş olmalı. İstedigim sekilde dönüşturebilmem icin esnek olmali (masa yonelimi , keson konumu vs) Konfor standartlarını sağlamalı.
kisisel alan yaratimi onemlidir. bir grup teslim yaparken baska bir grubun eglence doneminde olmasi farkli stres seviyelerindeki insanlarin birbirlerini rahatsiz etmelerine neden olur. dinlenme ve calisma alanlarinin birbirinden uzak olmasi da diger onemli bir konudur. boylece dinlenirken gercekten isten ve dusuncelerden uzaklasmak mumkun olabilir.
Doğal ışık ve havalandırma, bahçe, teras kullanımı, yeşile bakan bir manzara
Esnek çalışma mekânları olması.
Mekânın yapısı ve tasarımı benim için arka plandadır, bulunduğu çevre önemlidir. Bahçe teras balkon herhangi bir açık alana sahip olması bağlılığımı arttırabilir.
Çalışma alanının aydınlık olması, kişisel çalışma alanının olması,yeme-içme alanlarının çalışma alanları ile beraber düşünülmesi
Fonskiyonel olmasi
Çalışanlar için öznel ve n varlığı önemlidir çünkü bunun çalışma verimini artıran ve çalışanlar için iş yerindeki mutlu ve sağlıklı dolayısı ile uzun soluklu bir çalışma ortamı oluşturacağını düşünüyorum.

İletişim kurabilmek açık ve uygulamalı ofis birimleri olmalı. Dinlenme odası vb. Yerler ofis için canlı bir alan olabilir.
Yeme içme alanlarinin serbest olması. Insanlarla sohbet edecegimiz mekânlarin var olmasin.
Ferah ve rahat olmalı
Bana ait bir oda, masa ve bilgisayar.. Duvarlarına pano, poster vs. asabilmek, alanı kişiselleştirebilmek
Özel telefon görüşmeleri için bir açık ve kapalı mekânların olmasının, memnuniyeti artıran bir konu olduğunu düşünüyorum. Mola zamanlarında kullanılabilecek yarı açık açık mekânların varlığını oldukça önemli olduğunu düşünüyorum.
Çalışma ortamının samimi kişilerden oluşma ve kişiler arası etkileşimin fazla olduğu sosyal bir alan olmasının dışında ev konforunda çalışırken aynı zamanda sosyalleşebileceğim, kendimi yalnızca çalışıyor hissetmeyeceğim alanlar olması benim için önemli faktörlerden sayılabilir.
Çalışanlar arası güçlü iletişim ben paylaşım ortamının olması, çalışma koşullarının iş verimliliğiyle birlikte planlanmış olması, çalışma mekânlarının grup ve kişisel çalışmalar için düzenlenebilir olması, fiziksel koşullarının yeterli olması, çalışma süreleri dışında da mekânda vakit geçirecek aktivitelerin bulunması
Rahat çalışma ortamı
Rahat çalışma ortamının olması
Kendimi güvende kişisel bilgilerimin bende kalacagı bir ortam kendi alanımın olması birileriyle iletişim kurarken rahat olmamı sağlar, samimi ve sıcak ortam dizayn olarak sıcak renklerle dolu olmasını isterim
Hem bir arada kullanımı hem de ayrı kullanımı birbirlerinden ayrı tutulmayacak biçimde iç içe çözümlenmesi noktası önemli görmekteyim. Çünkü çalışmak bugün için her an her yerde gerçekleştirdiğimiz metroda otobüs duraklarında dahi zorunda kaldığımız anlarda çalışmalarımızı yürüterek hareketin içinde gerçekleştirdiğimiz bir aktivite olarak görmekteyim. Bu deneyimimizi mekân ile kurulan alternatif ilişki biçimi olarak gördüğümüzde iç içe geçmiş mekânlarda da çalışmak iş yeri mekânına oryantasyonumuzu hızlandıracağını düşünmekteyim.
Çalışmaya ve sosyalleşmeye elverişli olması yeterli
Etkileşimi artırıcı bir mekânsal tasarım
kisisel alan yaratimi onemlidir. bir grup teslim yaparken baska bir grubun eglence doneminde olmasi farkli stres seviyelerindeki insanlarin birbirlerini rahatsiz etmelerine neden olur. dinlenme ve calisma alanlarinin birbirinden uzak olmasi da diger onemli bir konudur. boylece dinlenirken gercekten isten ve dusuncelerden uzaklasmak mumkun olabilir.
Dikkat gerektiren işlerin yapılması sırasında kullanılabilecek özel mekânlar ve gerektiğinde toplu çalışmayı sağlayacak açık ofisleri bünyesinde barındırması bunlar genel kullanım için olması gerekenler iken ayrıca iş yerinde kendimize ait bir masa gibi bir alanın ya da hacmin bulunabilmesi durumu da daha da önemlidir.
temiz ve düzenli olması, iç mekânda bakımlı bitki olması, iklimlendirmenin iyi olması , kişisel ihtiyaç alanlarının olması
mutfak; çay, kahve, su ve gerektiğinde yemek muhafaza edip ısıtma gereklilikleri için teras, bahçe gibi bir alan
Mekânın öncelikle temiz ve ferah olması çok önemlidir. Memur ofisi görünümünden uzak, boğucu olmayan, çalışmanın dışında stres giderici diğer faaliyetlere (langırt, masa tenisi, uzanma nişleri...vs) de imkan tanıyan esnek bir ofis tasarımı işe ve mekâna olan bağlılığımı kesinlikle arttırır.
Öncelikle bir iş yeri için tasarlanmış bir mekân olması önemli ancak bu tasarlanan mekânın çalışanlarında kendilerine özgü düşünceleride aktarabilicekleri mekânlar olmalı . Kısacası çalışma alanların aidiyet hissi vermeli.
Motivasyon için gerekli şartların sağlanıyor olması
Gün ışığından maksimum faydalanması :) Telefon kabinleri Nefes almak istediğinde bir alan yaratılmış olması
sosyalleşebileceğimiz ve paylaşımda bulunabileceğimiz kolektif alanların var olması, kendi kinliğimizi de yansıtabileceğimiz bize ait bir alanın da olması, doğa ile bütünleşik çalışma alanlarının olması. kolektif alanlar iş yerindeki verimliliği arttırırken alana aidiyetimiz üzerinde etkili olabilir. kendimize ait tanımlı bir çalışma alanının varlığı da alana aidiyeti geliştirecektir. doğa ile bütünleşik çalışma ve dinlenme alanları çalışanları yenileyebilir stresi uzaklaştırıcı bir etkisi olabilir
Sosyal imkanların arttırılması, bireysel ve grup çalışma odalarının kullanıcı gereksinimlerine göre tasarlanması

Açık soft renkler huzur veren güzel bitkiler. Sebebi stress atmak için
1 dekpre edebileceğim kendi kişisel alanım olması 2 işimin dinlenip kendimi dinleyebileceğim bir alanım olması
Açık soft renkler huzur veren güzel bitkiler. Sebebi stress atmak için
Dinlenme alanları, oyun ve müzik odaları, açık ofis olması.
Dinlenmek ve rahatlamak için içerisinde içecek barındıran bir bölüm/oda olması gereklidir.
Sosyal alanların bulunması, çok sıkılıp bunalıp kafa dağıtmak gerektiğinde bir içecek almaktan daha farklı şeyler arıyor insan. Bölümlere ayrılması herkesin aynı yerde çalıştığı kalabalık ve sesli ortamlar konsantrasyonu dağıtıyor ve odaklanma süresini artırıyor. İçecek ve birkaç abur cubur alabileceğimiz bir alanın olması.
Mekânın temiz olması ,kendi kişisel alanlarinin olması ve mola verdiğinde çalışma alanından uzak olabilecegin yerlerin olması,çocugu olan çalışanlar için iş yerinde kreş vb.bakim alanlarinin olmasi
Güvenilir bir ortam
Öncelikle bir iş yeri için tasarlanmış bir mekân olması önemli ancak bu tasarlanan mekânın çalışanlarında kendilerine özgü düşünceleride aktarabilicekleri mekânlar olmalı . Kısacası çalışma alanların aidiyet hissi vermeli.
Yeşilin önemi, bireysel ve grup çalışma mekânlarının olması, sosyal alanların arttırıası çalışan üzerinde olumlu etkisi olduğunu düşünüyorum.

Z Kuşağı'nın yorumları;

Bir iş yeri MEKÂNINA karşı bağlılık ve memnuniyet hissetmeniz için çalıştığınız MEKÂNIN sahip olması gereken özellikler neler olmalıdır? Gerekçeleri ile açıklayabilir misiniz?
Geniş ve ferah. İletişimin yüksek olduğu.
Doğayla iç içe olması, dört duvar içinde kapalı olmamalı
sakin ve sessiz
Relax olmali. Relax birisiyim. 24 saat acik olmali kesinlikle, kisisel olarak da kullanimima acik olmali
Sosyalleşme ve takım olarak çalışma alanlarının varlığı. Eğer takım olunursa hem aidiyet artar hem de verim artar. Bu çalışmadan çıkıp özverini verdiğin bir uğraşa dönüşür.
Rahat edebileceğim ve yanlız kalabileceğim bir oda
Belirli mesai saatleri yerine mesai kotalarının olması daha iyi olabilir (günde 8 saati doldurma zorunluluğu), özellikle gece verimli çalışan insanlar için bu daha iyi olur. Ferah olmalı, ışık almalıdır. Masa başı çalışma zorunluluğu olmamalıdır
Geniş ve ferah. İletişimin yüksek olduğu.
Bağlılık noktasında mekânın fiziksel özellikleri sanırım ikinci planda kalıyor, öncelikle iş yerindeki sosyal ortamın sağlıklı ve kaliteli olması çok daha önemli.
Tasarımı ve bana sunduğu esneklikler dışında, mekâna dair memnuniyetimi etkileyen bir faktör bulunmuyor.
Kişinin kendisini iş yerinde iyi hissetmesi çok önemlidir. Teras, cafe gibi mekânlar sayesinde kişi işinin yorgunluğunu atabilir. Bu sayede konsantrasyonu da artar, daha verimli çalışır. Ayrıca ben açık ofislerin bireylere mahremiyet sağlamaması nedeniyle çalışanların verimliliğini olumsuz yönde etkilediğine inanıyorum.
Ferah,canlı, ihtiyaçlara cevap veren
Bireysellik - konsantre sorunları Samimi odalar ya da topluluk alanları -
Mekânı kişiselleştirmek aile fotoğrafı konması gibi
pandemi nedeniyle açık hava mekânları buraların sosyalleşme amaçlı kullanilmasi
Diğer yazılanlarınile birlikte mekân içerisindeki yaşam biçimi, iletişim, hoşgörülerinde var olduğu ortamlar.
Esneklik

Ferah, özel alana sahip çalışma alanlari
Çalıştığım yerde insanlar arasındaki iletişimi sağlayacak, bağlantıyı güçlendirecek şekilde olmalı
disiplinli, çalışanlarının verimliliğini dolayısıyla rahatlığını önemseyen biri
Çalışanlarının sağlığına ve çalıştığı alanda verimli olabilmesi için gerekli ortam şartlarını hazırlamaya özen gösteren bir iş yerinde çalışmak beni memnun eder.

Soru 45: Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.

Bebek Patlaması Kuşağı'nın Yanıtları

Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.
Görme(teras) ve koku(deniz)
İşyeri ortamı olarak çoğu imkanlar bulunmaktadır. Doğal bir çevre olması nedeni ile yukardaki imkanların çoğu bulunmaktadır.
Teras yada bahçe bulunması en önemli unsur. Çay ve kahve makinesi ile buzdolabı bulunan mutfak.
Doğa ortamı
Az oranda var
Pencereyi açınca temiz hava soluyabilmek, kuş sesleri duyabilmek, pencereden dışarıya bakınca yeşil ağaçlar ve çoğunlukla pırıl pırıl güneşi görmek harika.
Saksı çiçekleri ve çay makinesi
Görme- bahçe
Bahçe ve çay saati uygulaması var.

X Kuşağı'nın Yanıtları

Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.
Deniz kenarı yürüyüş
Görme
Sürekli taze çay olması mis gibi kokan
Yok
GÖRME: yeşil, gökyüzü, diğer insanlar İŞİTME: sessizlik, kuş sesleri, yankısızlık TAT: kahve DOKUNMA: masa yüzeyi yumuşak, klavye rahat, koltuk ve mouse ergonomik tutuş. KOKU: her türlü sentetik kokudan uzak, temiz hava belki doğa
Gorme yok, koku yok, dokunma asansörlerin gorme engelliler için uygun olması dışında mevcut değil, işitme yok, tat sadece mikrodalga fırın var
Okulda olduğum için sınıf, koridor ve öğretmen odasında SES...ve odamuzda ki çay ve kahve kokusu...
Hastanenin logosu, iç mekânın renk tasarımı

Teras manzara ve ofis kimliğini yansıtan mekân tasarımı , Koku Dogal malzeme koku ve bitkiler,
Yok
Bahçe, kahve, koltuk, minder, çiçek, doğa, sandeviç büfesi
Yok.
Koku önemli ancak bazı kokular migren ve alerjiyi tetikleyebiliyor , Görseller çok akılda kalabiliyor, Tat İçin her gün aynı saatte yapılan kahve ikramı gibi şeyler ayrıcalık hissi verebilir. İşitme açık ofislerde özellikle tlf. Görüşmeleri için özel odalar güzel olur
İş güvenliği ile ilgili görseller
Bahçe olmaması
Çeşitli iş yerlerimden; Görme: Penceremin önündeki her mevsim başka güzel,huzur veren dev ağaç. Koku:Hastanede sabah çok erken saatlerde yapılan temizliğin ve otoklavdan çıkan sterilize edilmiş malzemelerin kokusu. Nöbet sonraları kafeteryadan gelen simit kokusu. Dokunma:İnce bir süngerle kaplı olsa da,sert olmak zorunda olan muayene masaları. İşitme:Penceresiz bekleme salonlarındaki kalabalıkların uğultusu. Tat:Yoğun bir poliklinik çalışması sonrası servise geçmeden,kafeteryada yenilen tatlı.
Görme: Deniz Manzarası (hem evde hem işte var)
Yukardakiletin hepsi
Görme: balkon çiçeklendirme ve oturma gruplu,bahçe alanı,havuz,bazı bölgelerde deniz, Koku:Ofiste rahatlatıcı hafif çiçek kokuları, yiyecek içecek alanlarında kavun ve çilek ağırlıklı kokular, kafe bölümünde kahve ve kavun tabanlı kokular Isitme: enstrümantel müzikler Tat : ikram saatleri, ofiste atıştırmaliklar, mini bar ikramları,yönetim ve personel için yemek alanları.
Teras ve sloganlar Kahve makinası
Plaza ortamında çalışıyorum
Muayenehane için gerekli koşullar dışına çıkamam
Calisma alanimda spor malzemeri olmasi, klasik muzik surekli var, birde ofisim ormana bakiyor ve istedigim zaman cikip gezme imkani olmasi rahatlatiyor
Mikrodalga, kahve makinasi, hafifvtonda müzik
Muayenehane için gerekli koşullar dışına çıkamam
Bahçe, teras, yumuşak dokulu koltuklar, herkese açık mutfak, mikrodalga fırın, çay, kahve makinesi, bulaşık makinesi mevcut. Bunun dışında mola verdiğimiz saatler de kendi seçimimize bağlı, kontrol edilmiyor.
Kahve, rahat oturma grubu, kafe, teras, açık hava, bahçe
Koku önemli, fresh kokmalı. Çay kahve kokusu da sıcaklık katar. Görsel olarak gün ışığı ve yeşil alan enerji artırır.
Görme, İşitme, tat
Calisma alanimda spor malzemeri olmasi, klasik muzik surekli var, birde ofisim ormana bakiyor ve istedigim zaman cikip gezme imkani olmasi rahatlatiyor
kahve kokusu
Teras, bahce Kahve Agac, ruzgar
Tat icin Turk kahvesi makinesi disinda bir sey yok :)
Resimler, sosyalleşme alanları, açık mutfak
Kahve kokusu soft renkler

Geyik ve sülün
Okul bahçesi
Çay ve kahve makinesi
Bahçe, kahve, koltuk, minder, çiçek, doğa, sandiwch büfesi
Görme: Kurum kimliğini yansıtan görseller Dokunma: Kendime ait ofis eşyaları
Teras-bahçe gibi doğa ile görsel bağ kurmayı sağlayan mekânlar, doğal malzeme-kahve-deniz-çiçek kokuları, belli odalarda Su- kuş-doğa-ağaç-rüzgar-evcil hayvan sesi, fileli dinlenme platformu, Mikrodalga fırın-kahve makinesi kullanımı gibi tat mekânlarının kişisel kullanıma açık olması, çay-meyve saatleri gibi motivasyonel uygulamalar

Y1 Kuşağı'nın Yanıtları

Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.
Malesef
Görsel- niteliksiz yapılar, konteynerlar İşitme- araba gürültüsü
Tat çay meyve saatleri Görme bahce
teras ve bahçe gibi doğa ile iletişim kurmayı sağlayan alanlar görsel, işitsel ve koku açısından bunu sağlıyor. bunlarla orayı özdeşleştiriyorum. ayrıca eski kurumumda kahve odası vardı ve kahve kokusunun okulda dağılması bana o anları ve alanı hatırlatır.
Görme: teras ve sosyal alanımız. Koku: ofisteki kahve makinemiz Tat: kahve makinesi ve sosyal alandaki çay kokusu, wc lerdeki temizlik kokusu
İş yeri tabelamız , kişisel masam ve bilgisayarım , sohbet ettiğimiz alan.
Yeşile hasret kaldığımız betonlaşma alanında süs bitkilerini bulunduruyorum, mekânlarımızı daha büyük ve ferah göstermek için açık renklere boyamak, karanlık mekânları daha çok aydınlatmak, yeterince havalandırılmayan mekânları cebri havalandırma yöntemiyle havalandırmak.
Görme- doğa, koşuşturan insanlar, duyma- kuş sesleri, iş konuşan insanlar, koku- kahve gibi
Yalnizca mikrodalga ve kahve makinesi mevcut
Görme: teras, peyzaj İşitme : kuş sesi Tat: kahve, çay makinaları
Mümkünse önü açık bir manzarayı görebileceğim bir çalışma alanı. Dikkatimi dağıtmaması için kokusuz bir alan. Masamın yüzeyinin bileklerimi koyduğumda terletmeyen ve iz bırakmayan bir yüzey olması. Sesler dikkatimi dağıtıyor, herhangi bir sese tepki veriyorum. Mümkünse çok sessiz bir ortam. Sıcak içecekleri rahat bir şekilde alabileceğim bir mekân.
Gorme-bahce, koku-limon agaci,tat-filte kahve makinesi
Koku: Kahve,çay Tat: kahve,çay İşitme: telefon için sessiz kabinler Görme: Pencere, teras, bahçe
Koku- kahve kokusu
Terası,bahçesi ,mutlaka olmalı.
Çiçek

Y2 Kuşağı'nın Yanıtları

Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.
görme

Kahve kokusu, rüzgar esintisi, yeşil alan
Boş vakitlerde doğa içinde bulunma. Hayvanlar ve diğer insanlarla sürekli sosyal paylaşım ve etkileşim
Görme: Çalışma mekânında sahip olduğum yeşil doğa manzarası Dokunma: Kampüs içerisinde yer alan evcil hayvanlarla sıklıkla kurduğum ilişki
maalesef yok
Görme : var koku: yok dokunma : var işitme : var tat: var
1.SIRA: GÖRME = Doğal olan yeşil alana bakan bir mekân 2.SIRA: İŞİTME = Şehir gürültüsünden uzak veya uzaklaştırmaya mümkün bölücü elemanları olan 3. SIRA: AURA = Mekânın bir iş yeri olduğu havasını katmanın yanı sıra sanki bir araştırma merkezi gibi kitaplar vb. kaynakların olması mesleğe ve yapılan işe verilen saygının önemini artırabilir.
Görme: mekânın mimari olarak bir kimlik taşıması, doğa manzaları İşitme: kontrol edilebilir müzik ve gürültü düzeyi Koku: kahve kokusu olması, hijyen ve insan kokularının olmaması. Dokunma: mekânın hem çalışma hem dinlenme hem de hobi faaliyetine inkan verecek tefrişleri içermesi. Tat: çalışma ortamında olumsuz yemek kokularının olması sebebiyle yemekhanelere uzak olması
Tat- ozel kahve çekirdeği ile yapilan kahveler mekâni özelleştiriyor
Teras-bahçe, kuş sesi
Rüzgar ve yağmur sesi, kahve makinesi kullanımı
Koku: Kahve kokusu İşitme : Yağmur,rüzgar,köpek sesi, iş makinesi sesi Tat : Kahvaltı saati ve kahve saatleri
Calisma odamda bahceye acilan pencerem bulunmaktadir. Calisma masamin karsisinda notlarimi aldigim, ozel karlarimin bulundugu panom bulunmaktadir.
Görme:Ofisi canlandıran bitkiler Tat:Kullanılabilir açık mutfak
Duyu
Görme. Acik mekânlarin olmasi
Çay kahve
Görme
İş yerimin sokağındaki kedi ve bitkilere bakımını sağlam iş yeri bağlılığımı artıran bir husus oldu.
Görme: İnsan hareketliliği, manzara, oda bitkileri, aydınlatma öğeleri Koku: Kahve kokusu, çiçekler, hijyenik bir sabit koku Dokunma: Panolar, esnek çalışma mobilyaları, gün içi çok sık temasta kalınan çalışılan bilgisayarlar ve çalışma masası ve sandalyesi İşitme: insan sesi, white noise diye tabir edebileceğimiz arka plan çalışma sesi, hafif bir müzik Tat: Çay kahve saatleri, çalışma içinde atıştırmalar
Görme-teras, bahçe, ağaçlar, kuşlar, sergi panoları, amfi, binanın dış cephesinde, atölyelerde ben ofislerde kullanılan mobilyalarda yinelenen kırmızı, beyaz ve gri renkleri Koku-ofis koridorlarındaki kahve kokusu İşitme- çim biçme makineleri, yaprak toplama makineleri
Terası olmasını isterim
Koku, görme orman havası veya deniz havası mükemmel olur stresli zamanlarda trahatlatıcı yanı olabilir
Görmek- poster, bitki Tat- kahve makinesi
Kafe ve oyun odası
Pandemi sürecinde sürekli evden çalışma sağladığımız ve sürekli evdeki bilgisayar ekranlarından dünyaya baktığımız için daha çok bu durum evdeki öğelerle eşleşmeye başladı aslında. GÖRME: Bilgisayar ekranının masaüstü resmi, çalışma masasının yanındaki pencereden görülen gökyüzü. KOKU: Kahve kokusu. DOKUNMA: Çalışma koltuğunun dokusu, kahve fincanının sıcaklığı. İŞİTME: Bilgisayar fanının sesi, bilgisayardan gelen

mesaj, mail bildirim sesleri. TAT: İşe başlarken içilen kahvenin tadı, öğle yemeği molaları verilemeyen yoğun çalışma saatlerinde masa başında yenen yemeklerin tadı ve kokusu.
Görme: ofisin logosu, kendi ismini yazılı oluşu.Dokunma misafir evcil hayvanlar
sosyal açıdan çok önemli olduğuna inanıyorum tüm vaktimizi iş arkadaşlarımızla beraber geçirdiğimiz için, işi bitenin mesai saati zorunluluğu gözetmeksizin çıkabilmesi de değerli
Koku: Ofise ait Rebul Atelier Green Tea kolonyası Görme: Ortak alana ait 2 adet, ahşap saksılı 1 metrelik dağ palmiyeleri
Görme dokunma koku
Koku: iş yerinin kurumsal kokusu
Görme: Soğuk tonlar(gri ve donuk lacivert :( ) Koku: Yok Dokunma: Yok İşitme : Araç gürültüsü :(Tat : Mikrodalga fırın,türk kahvesi makinesi,happy hours şarapları, yurtdışı ziyaretleri sonrası minik atıştırmalıklar,çikolatalar,doğum günü pastaları
Teras-bahçe gibi doğa ile görsel bağ kurmayı sağlayan mekânlar/minder, puf, yumuşak dokulu koltuk, dinlenme yastıkları, fileli dinlenme platformu gibi dokunsal özelliği güçlü elemanlar/Su- kuş-doğa-ağaç-rüzgar-evcil hayvan sesi/Mikrodalga fırın-kahve makinesi kullanımı gibi tat mekânlarının kişisel kullanıma açık olması/Doğal malzeme-kahve-deniz-çiçek kokuları
Yeşilin önemi, dinlendirici su sesi, kahve-çay içeceklerin yanında kurabiye, tatlı gibi yiyecek atıştırması, konsantrasyon arttırıcı ve masaj etkisi sağlyan yumuşak mobilyaların mekânlara eklenmesi
Bitkiler , kahve makinesi
dokunma dışında verilen örneklerin hepsine katılıyorum
Bitkiler , kahve makinesi
Görme ve tat ile ilgili unsurlar olması önemlidir.
Teras-bahçe-yeşil alan, atıştırmalık yiyecek-kahve kokusu, yumuşak koltuk- motivasyon arttıcı dinlenme alanı

Z Kuşağı'nın Yanıtları

Çalışma alanınızda/iş yerinizde aşağıdaki duyular ile özdeşleştirdiğiniz mekânlar/nesneler/canlılar vb. var mıdır? Varsa açıklayarak yazabilir misiniz? Her bir duyu için birden fazla örnek verebilirsiniz.
Görme: bahçe İşitme:su ağaç
Dershane terası-sigara kokusu, okul bahçesi-denizin sakinleştirici sesi ve gençlerin kendi aralarındaki konuşmaları
balkon/kahve kokusu/yumuşak dokulu koltuk/trafik sesi/kahve tadı
Görme: bahçe İşitme:su ağaç
Görme noktasında mekânın estetik açıdan tatmin edici olması beni motive eder. Doğal bir ortam içerisinde tasarımı klasik olarak kurumsal olmayan bir yerde çalışmak motive edici olabilir.
Kahve kokusu ve kediler
Görme: Teras gibi doğa ile bütünleşmeyi sağlayan mekânlar, ağaçlar ve çiçekler Koku: Çay-Kahve kokusu Tat: Çay-Kahve ve atıştırmalıklar Dokunma: Minder, rahat koltuklar İşitme: Açık mekânlarda süs havuzu, su sesi
Görme:yeşil alan koku:temiz hava ,ferah koku
Sakinleştirici müzik yer içecek
Doğal ortamda bitkileri koku ile doğal ortamın manzarasını ise görme ile özdeşleştiriyorum