T.C

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI ANABİLİM DALI

İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI BÖLÜMÜ

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YENİ NESİL ÇALIŞMA ALANLARI İÇ MEKÂN DEĞERLENDİRMESİ, "YEMEKSEPETİ PARK" OFİSİ

HAZIRLAYAN

ECEM KESER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ BETÜL BİLGE ÖZDAMAR

ANKARA – 2020

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORİJİNALLİK RAPORU

Tarih: 22 / 05 / 2020

Öğrencinin Adı, Soyadı: Ecem KESER

Öğrencinin Numarası: 21620087

Anabilim Dalı: İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı

Programı: İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü Tezli Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Dr. Öğr. Üyesi Betül BİLGE ÖZDAMAR

Tez Başlığı: Yeni Nesil Çalışma Alanları İç Mekân Değerlendirmesi, "Yemeksepeti Park" Ofisi

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans/Doktora tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 143 sayfalık kısmına ilişkin, 13/05/2020 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 10'dır. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

"Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını" inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: 22/05/2020

Dr. Öğr. Üyesi Betül BİLGE ÖZDAMAR

TEŞEKKÜR

Çalışmalarım süresince değerli katkılarıyla beni yönlendiren tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Betül Bilge Özdamar ve ayrıca emeği geçen tüm değerli bölüm hocalarıma en içten teşekkürlerimi sunarım.

Her durumda koşulsuz şartsız yanımda olup, beni gönülden destekleyen arkadaşlarımın hepsine çok teşekkür ederim.

Ayrıca hayatımdaki birçok başarıya imza atmamda emekleri olan, maddi ve manevi hiçbir desteği esirgemeden beni her zaman sevgiyle kucaklayan ve destekleyen biricik aileme; Babam Muzaffer Ertan Keser ve Annem Tülin Keser'e bu çalışmayı yapmam adına gösterdikleri fedakarlıktan dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Ankara, 2020 Ecem Keser

ÖZET

YENİ NESİL ÇALIŞMA ALANLARI İÇ MEKÂN DEĞERLENDİRMESİ, "YEMEKSEPETİ PARK" OFİSİ

Ecem Keser

İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Betül Bilge Özdamar

2020

Küresel koşullar birçok alanda olduğu gibi çalışma mekânı tasarım anlayışının yeniden şekillenmesinde de etkili olmaktadır. Süreç içerisinde değişen yenilikçi tasarım yaklaşımı, yaşanılan bu dönemde hala evrim sürecini tamamlayabilmiş değildir. Sürekli ve dönüşümlü olarak ilerleyen bu mimari algının gelecek zamanda da tamamlanamayacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Değişen dünya şartlarına rağmen insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için çalışmak zorundadırlar. Bu neden ile çalışma mekân ve koşulları zamana ve teknolojiye bağlı olarak sürekli bir değişim içinde olsa dahi, değişmeyen tek şey insanoğlunun çalışmaya karşı duyduğu ihtiyaç ve gereksinimdir. Günümüzde "Yeni nesil" olarak tanımlanan çalışma alanının iç mekân ölçeğinde karşılıklarının aranması ve değerlendirmesinin yapılması, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Kuşakların tanımlanarak, algısal farklılıklarının ortaya konulması ile birlikte, çalışma alanlarının mekânsal gereksinimlerinin belirlenmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışma alanlarının yeni oluşum ve mekânsal değer karşılıklarının aranmasına yönelik olarak; modern dönem itibari ile çalışma mekânın kendi dönemleri içerisinde öne çıkan ve "yenilikçi" olarak tanımlanan mekânın tarihsel süreç içerisinde ele alınması ve değerlendirilmesi ikinci alt amacını oluşturmaktadır. Bu noktada; nesiller arası algı ve yaşam biçimi ile ilişkilenen iç mekân yansımalarını okumak mümkün olabilecektir. Yeni nesil anlayışına karşılık gelen ofis iç mekân oluşumlarının, kullanıcı açısından değerlendirmesi ile mekânsal karşılıkların ne derece uyumlu olduğunun belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın kapsamı günümüz çalışan kuşağı olan "Z kuşağı" ile sınırlandırılmıştır.

21. Yüzyıl ile tanım kazanan “yeni nesil” çalışma alanlarının mekânsal özelliklerine dair inceleme, yüzyılın başı ile öne çıkan çalışma ofisleri çerçevesinde ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Z kuşağının iş yaşamından beklentilerini, çalışma mekân tercihlerine ilişkin algılamalarını ortaya koyarak araştırmaktır. Çalışmada, yeni nesil ofis iç mekân değerlendirmesi; teknoloji, fonksiyon ve estetik değerler açısından ele alınmıştır. Elde edilen veriler üzerinden aynı kapsam çerçevesinde "Yemeksepeti Park" ofis binası değerlendirmesi yapılmıştır. Bu amaçla yapılan çalışmada seçilen ana kütle ve örneklem dâhilinde veri toplamak için anket yöntemine başvurulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Z Kuşağı, “Yeni Nesil”, 21. Yüzyıl, Kuşak Sınıflandırmaları, Çalışma Mekânları, “Yemeksepeti Park” Ofisi

ABSTRACT

INTERIOR EVALUATION OF NEW GENERATION WORKSPACES, "YEMEKSEPETİ PARK" OFFICE

Ecem Keser

İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Betül Bilge Özdamar

2020

Global conditions are effective in re-shaping the workplace design concept as in many fields. The innovative design approach that has changed during the process has not been able to complete the evolution process in this period. It is an inevitable fact that this architectural perception, which is progressing continuously and alternately, will not be completed in the future. Despite the changing world conditions, people have to work to survive. For this reason, even if the working place and conditions change continuously depending on time and technology, the only thing that does not change is the need and need of human beings for work. The aim of this study is to search for and evaluate the responses of the study area, which is defined as the "new generation", on an interior scale. It is aimed to contribute to the determination of the spatial requirements of the study areas by identifying the generations and revealing their perceptual differences. In order to search for new formation and spatial value provisions of the study areas; the second sub-purpose of the study is to evaluate and evaluate the space that stands out in its own periods and defined as "innovative" within the historical process as of the modern period. At this point it will be possible to read the interior reflections associated with perception and lifestyle. It is aimed to determine how the spatial responses are compatible with the evaluation of the office interior formations corresponding to the new generation understanding in terms of the user. The scope of the study is limited to the "Generation Z", which is the current generation. The analysis of the spatial properties of the "new generation" workspaces, which have been defined by the 21st century, were evaluated in detail within the framework of the work offices that stand out with the beginning of the century. In addition to this, it is to investigate the expectations of generation Z from business life by revealing their

perceptions about workplace preferences. In the study, new generation office interior assessment searched with technology, function and aesthetic values. Based on the data obtained, "Yemeksepeti Park" office building was evaluated within the same scope. In this study, the survey method was used to collect data within the main mass and sample selected.

Keywords: Generation Z, "New Generation", 21st Century, Generation Classifications, Workplaces, "Yemeksepeti Park" Office

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR..... İ

ÖZET .....İİİ

ABSTRACT.....İV

TABLOLAR LİSTESİ..... Vİİİ

ŞEKİLLER LİSTESİ X

BÖLÜM I. GİRİŞ 1

1.1 Araştırmanın Amacı 3

1.2 Araştırmanın Kapsamı 5

1.3 Araştırmanın Yöntemi.....6

BÖLÜM II. KUŞAK TANIMI VE ALGISAL BİÇİMLENİŞLERİ 7

2.1 Kuşaklar, Sınıflandırmaları ve Davranış Biçimleri.....9

2.1.1 Sessiz Kuşak.....12

2.1.2 Bebek Patlaması Kuşağı.....14

2.1.3 X Kuşağı.....15

2.1.4 Y Kuşağı.....15

2.1.5 Z Kuşağı.....16

2.2 Kuşakların Çalışma Değerleri ve Mekânsal Karşılıkları.....19

BÖLÜM III. YENİ NESİL ÇALIŞMA MEKÂN GELİŞİM SÜREÇLERİ VE MEKÂNSAL ÖZELLİKLERİ.....35

3.1 20. Yüzyıl Sürecinde Çalışma Mekânları Gelişim Ve Değişim Süreçleri 35

3.2 Yeni Nesil Çalışma Mekân Oluşumları ve Z Kuşağı İlişkisi 49

3.3 Yeni Nesil Çalışma Alanları Mekânsal Özellikleri.....52

3.3.1 “Google Chelsea Newyork” Ofisi.....53

3.3.2 “Airbnb San Francisco” Ofisi.....56

3.3.3 “Etsy Brooklyn” Ofisi.....60

3.3.4 “Nike NYC” Ofisi.....65

3.3.5 “Linkedin San Francisco” Ofisi.....68

3.3.6 “TripAdvisor Needham” Ofisi....70

BÖLÜM IV. YENİ NESİL ÇALIŞMA MEKÂNI “YEMEKSEPETİ PARK OFİSİ”75

4.1 Yemeksepeti Park Ofisi Mekânsal Fonksiyon Karşılıkları....77

4.2 Yemeksepeti Park Ofisi İç Mekân Atmosferi (Işık, Renk, Doku, Malzeme) 94

4.3 Yemeksepeti Park Ofisi Yüksek Teknoloji Kullanımı....103

BÖLÜM V. 108

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME....142

KAYNAKÇA....147

EKLER....156

EK:1 “Yemeksepeti Park Ofisi” Çalışanları Üzerinden Yapılan Yazılı Anket Çalışması....156

EK:2 “Yemeksepeti Park Ofisi” İç Mekân İncelemesi ve Görsel Kullanımı İzin Belgesi....161

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1- Farklı Kaynaklarda Yer Alan Kuşak Sınıflandırmaları 11
Tablo 2- Amerikada yapılan araştırmada Purdue Global Üniversitesi'nin yayınlamış olduğu iş yerindeki güncel kuşak farklılıkları 2020 yüzdeleri 21
Tablo 3- Kuşak Özellikleri ve Değişen Değerler İle Çalışma Mekânları Değerlendirmesi 32
Tablo 4- 20. Yüzyıl Çalışma Mekânları Mekânsal Değişim Tablosu 48
Tablo 5- Yeni Nesil Çalışma Alanları İç Mekân Değerleri Tablosu 73
Tablo 6- Yemeksepeti Park Ofisi Mekânsal Fonksiyon Değerleri Tablosu 93
Tablo 7- Yemeksepeti Park Ofisi Tüm Katların Mekânsal Fonksiyon Değerleri 102
Tablo 8- Yemeksepeti Park Ofisi Yüksek Teknoloji Kullanımı 107
Tablo 9- Katılımcıların Özellikleri 109
Tablo 10- Sosyal Alan Değerlendirmeleri 110
Tablo 11- Ofis İç Mekân Atmosfer Değerlendirilmesi 112
Tablo 12- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Çalışanlar Üzerinde Bıraktığı İzlenimler ve Uyardığı Algı Biçimi 114
Tablo 13- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Cinsiyete Göre İncelenmesi 116
Tablo 14- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğitime Göre İncelenmesi 117
Tablo 15- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Yaşa Göre İncelenmesi 118
Tablo 16- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Çalışma Statüsüne Göre İncelenmesi 119
Tablo 17- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre İncelenmesi 120
Tablo 18- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre İncelenmesi 121
Tablo 19- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre İncelenmesi 123
Tablo 20- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre İncelenmesi 125
Tablo 21- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre İncelenmesi 127
Tablo 22- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Mesleki Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi 129

Tablo 23- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin İş Yeri Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi.....130
Tablo 24- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kullanım Sıklık Durumuna Göre İncelenmesi 131
Tablo 25- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Uyku Kapsülü Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi 133
Tablo 26- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Spor Salonu Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi 134
Tablo 27- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Bilgisayar Tiplerine Göre İncelenmesi.....136
Tablo 28- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı izlenim ve His Düzeylerinin Kullanıcı ve Mekân Arasındaki İlişki Durumuna Göre İncelenmesi 140
Tablo 29- Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler Arsındaki İlişkilerin İncelenmesi 141
Tablo 30- Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1- Kuşak Sınıflandırmalarına Göre Gelişen Teknoloji 12
Şekil 2- 1909-2009 yıllarında Amerika'da gerçekleşen Bebek Patlaması Kuşağı'ndaki Doğum Oranı 14
Şekil 3- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı 22
Şekil 4- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı 22
Şekil 5- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı 23
Şekil 6- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı 23
Şekil 7- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı 24
Şekil 8- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı 24
Şekil 9- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı 25
Şekil 10- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı 25
Şekil 11- X Kuşağı Çalışma Mekânı 27
Şekil 12- X Kuşağı Çalışma Mekânı 27
Şekil 13- Y Kuşağı Çalışma Mekânı 29
Şekil 14- Y Kuşağı Çalışma Mekânı 29
Şekil 15- Z Kuşağı Çalışma Mekânı 30
Şekil 16- Z Kuşağı Çalışma Mekânı 30
Şekil 17- "The Admiralty" Ofis Planı 38
Şekil 18- Taylor Ofisi Çalışma Alanları 39
Şekil 19- Taylor Ofisi Çalışma Alanları 40
Şekil 20- "Larkin" Ofis Bina Planı 41
Şekil 21- "Larkin" Ofis Binası İç Mekânları 42
Şekil 22- "Larkin" Ofis Binası İç Mekânları 42
Şekil 23- "Johnson Wax DK 8" Ofisi Dış Mekânı 43
Şekil 24- "Johnson Wax DK 8" Ofisi İç Mekânı 43
Şekil 25-"Johnson Wax DK 8" Ofisi İç Mekânı 43
Şekil 26- "Bürolandschaft" Bina Planı 44
Şekil 27- "Bürolandschaft" İç Mekânı 45
Şekil 28- "Action Office" (Eylem Ofisi) İç Mekânları 46
Şekil 29- "Action Office" (Eylem Ofisi) İç Mekânları 46
Şekil 30- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli 54
Şekil 31- Oturma Salonu İç Mekân Görseli 54
Şekil 32- Hamaklı Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 55
Şekil 33- Telefon Odası İç Mekân Görseli 55

Şekil 34- Ön Satış Alanı İç Mekân Görseli 55
Şekil 35- Koridor İç Mekân Görseli 55
Şekil 36- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 56
Şekil 37- Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 56
Şekil 38- Atriyum Alanı İç Mekân Görseli 57
Şekil 39- Atriyum Alanı İç Mekân Görselleri 57
Şekil 40- Toplantı Odaları İç Mekân Görseli 58
Şekil 41- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 58
Şekil 42- Mumbai Kafe İç Mekân Görseli 58
Şekil 43- Kahire Yemek Alanı İç Mekân Görseli 58
Şekil 44- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 59
Şekil 45- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 59
Şekil 46- Oyun Alanı İç Mekân Görseli 60
Şekil 47- Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 60
Şekil 48- Toplu Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 60
Şekil 49- Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 60
Şekil 50- Sosyal Alan İç Mekân Görseli 61
Şekil 51- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 61
Şekil 52- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli 62
Şekil 53- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 62
Şekil 54- Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 62
Şekil 55- Ortak Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 62
Şekil 56- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 63
Şekil 57- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli 63
Şekil 58- Teras Alanı İç Mekân Görseli 64
Şekil 59- Oyun Alanı İç Mekân Görseli 64
Şekil 60- Ortak Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 64
Şekil 61- Mutfak Alanı İç Mekân Görseli 64
Şekil 62- Çatı Katı Mekân Görseli 65
Şekil 63- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 66
Şekil 64- Basketbol Sahası İç Mekân Görseli 66
Şekil 65- Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli 66
Şekil 66- Mutfak Alanı İç Mekân Görseli 66
Şekil 67- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli 67
Şekil 68- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 67
Şekil 69- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli 68
Şekil 70- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 68

Şekil 71- Kordior Alanı İç Mekân Görseli 68
Şekil 72- Kafe Alanı İç Mekân Görseli 68
Şekil 73- Oyun Alanı İç Mekân Görseli 69
Şekil 74- Oturma Alanı İç Mekân Görseli 69
Şekil 75- Spor Salonu İç Mekân Görseli 69
Şekil 76- Teras Mekân Görseli 69
Şekil 77- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 70
Şekil 78- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 70
Şekil 79- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli 71
Şekil 80- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 71
Şekil 81- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 71
Şekil 82- Sosyal Alan İç Mekân Görseli 71
Şekil 83- Atriyum Alanı İç Mekân Görseli 72
Şekil 84- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 72
Şekil 85- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 72
Şekil 86- Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli 72
Şekil 87- Yemeksepeti Kat Kesitleri İç Mekân Görseli 78
Şekil 88- Yemeksepeti Park Ofisi Zemin Kat Planı 79
Şekil 89- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli 80
Şekil 90- Görüşme Odaları İç Mekân Görseli 80
Şekil 91- Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli 80
Şekil 92- Yemeksepeti Park Ofisi Birinci Kat Planı 81
Şekil 93- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 82
Şekil 94- Mobilya Eskiz Görselleri 82
Şekil 95- Yemeksepeti Park Ofisi İkinci Kat Planı 82
Şekil 96- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri 83
Şekil 97- Spor Salonu İç Mekân Görseli 84
Şekil 98- Ortak Alan İç Mekân Görseli 84
Şekil 99- Yemeksepeti Park Ofisi Üçüncü Kat Planı 84
Şekil 100- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri 85
Şekil 101- Yemeksepeti Park Ofisi Dördüncü Kat Planı 86
Şekil 102- Çalışma Mekânı İç Mekân Görselleri 86
Şekil 103- Tahıl Bar Eskiz Görseli 87
Şekil 104- Toplantı Salonu İç Mekân Görselleri 88
Şekil 105- Dinlenme Alanı İç Mekân Görselleri 88
Şekil 106- Dinlenme ve Sosyal Alan İç Mekân Görselleri 89

Şekil 107- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli 89
Şekil 108- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli 89
Şekil 109- Oyun Alanı İç Mekân Görseli 90
Şekil 110-Ortak Alan İç Mekân Görseli 90
Şekil 111- Mekândan Uyku Odalarına Bağlanan Köprü İç Mekân Görselleri 90
Şekil 112- Uyku Odaları ve Köprü İç Mekân Görselleri 92
Şekil 113- Uyku Odaları ve Köprü İç Mekân Görselleri 92
Şekil 114- Resepsiyon Masası ve Hamburger Oturma Elemanı İç Mekân Görseli 95
Şekil 115- Giriş Alanı Mobilya Eskiz Görseli 95
Şekil 116- Yemekhane İç Mekân Görselleri 96
Şekil 117- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri 96
Şekil 118- Sonsuz Masa Eskiz Görseli 97
Şekil 119- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 97
Şekil 120- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 97
Şekil 121- Sunucu Odası İç Mekân Görseli 98
Şekil 122- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 98
Şekil 123- Dördüncü Kat Dinlenme ve Çalışma Alanı Aydınlatma İç Mekân Görseli 99
Şekil 124- Aydınlatma Elemanları Eskiz Görseli 100
Şekil 125- Merdiven Unsuru İç Mekân Görselleri 100
Şekil 126- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli 100
Şekil 127- Havaalanı Paneli İç Mekân Görseli 104
Şekil 128- Kapı Geçiş Sistemi İç Mekân Görseli 104
Şekil 129- Usb Girişi İç Mekân Görseli 105
Şekil 130- Asansör Dijital Ekranı İç Mekân Görseli 105
Şekil 131- Gösterge Işığı İç Mekân Görselleri 105
Şekil 132- Dijital Perde İç Mekân Görseli 106
Şekil 133- Dijital Separatör İç Mekân Görseli 107
Şekil 134- Sunucu Odası İç Mekân Görseli 107
Şekil 135- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Cinsiyete Göre İncelenmesi 114
Şekil 136- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğitime Göre incelenmesi 106
Şekil 137- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Yaşa Göre incelenmesi 107
Şekil 138- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Çalışma Statüsüne Göre İncelenmesi 107

Şekil 139- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre İncelenmesi 105
Şekil 140- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi 105
Şekil 141- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre İncelenmesi 105
Şekil 142- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi 106
Şekil 143- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre İncelenmesi..... 122
Şekil 144- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi 105
Şekil 145- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre İncelenmesi 106
Şekil 146- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi..... 107
Şekil 147- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre İncelenmesi..... 107
Şekil 148- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi..... 105
Şekil 149- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Mesleki Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi 105
Şekil 150- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin İş Yeri Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi..... 105
Şekil 151- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kullanım Sıklık Durumuna Göre İncelenmesi 105
Şekil 152- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Uyku Kapsülü Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi 105
Şekil 153- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Spor Salonu Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi 106

Şekil 154- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Bilgisayar Tiplerine Göre İncelenmesi 107
Şekil 155- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Kullanıcı ve Mekân Arasındaki İlişki Durumuna Göre İncelenmesi 107

BÖLÜM I. GİRİŞ

Dünya da teknoloji ve iletişim hızla gelişmekte ve değişmektedir. Teknoloji ile birlikte insanların sosyal hayatları, aile yapıları, toplumsal değerleri, çalışma yaşamları da değişime uğramıştır. Hızlı değişen dünya üzerinde ekonomik, siyasi, kültürel, sanatsal ve bilimsel gibi daha birçok alan, teknolojinin gelişmesi ile paralel olarak ilerlemektedir.

İnsanoğlunun var olmaya başladığı günden bugüne evrim kaçınılmaz bir olgudur. En temel ihtiyaçlardan birisi olan barınma duygusu, insanları geçmişten bugüne üretmeye, geliştirmeye ve değişime açık olmaya sürüklemiştir. Mekân kavramı ilk çağdan bu tarafa göçebe hayat süren insanların yerleşik hayata geçmesini sağlamıştır. Zamanla gelişen teknoloji ve teknolojinin gelişmesi ile değişen ekonomi; bireylerin bakış açılarını genişleterek dünya görüşlerini toplumsal olarak değiştirmiş, yaşam standartlarının yükselmesine neden olmuştur. İnsanlar ilk olarak hayat kalitesini arttırmak için yaşadığı mekânı değiştirerek yaşanılabilir bir yer olmasını sağlar. Yaşamlarındaki dengeyi sağlayabilmek, bu durumu sürdürülebilir kılmak için de günlük yaşantılarının yanı sıra çalışmak zorundadırlar. Küreselleşmeyle birlikte gelişen üretim sistemi toplumsal açıdan kaçınılmaz bir gelişme olmuştur. Böylelikle çalışma kavramı insanlar için en temel ikinci ihtiyaç haline gelmiştir. Endüstri Devriminin başlaması ile insanların çoğunluğu artık evlerde vakit geçiremez olmuşlardır. Zamanlarının neredeyse hepsi iş yerlerinde geçmektedir. Bu sebep ile çalışma mekânlarının ihtiyaçlara bağlı gelişimi günden güne evrilmiş ve işyeri oluşumu sayısı hızla artmıştır (Yıldız, 2015, s.851).

Döneme ait düşünce sistemine göre düzenlenen çalışma mekânlarında hiyerarşiye dayandırılarak ilk "Taylorizm" felsefesi hakim olmuştur. Uzun yıllar boyunca çalışan işçi sınıfının kademeleri temel alınarak mekânsal tasarımlar yapılmıştır (Taylor, 1911, s.25-32). Kullanılan elektronik iletişim cihazları telefon, faks gibi mekân içindeki mobilyaların bağlantılarının kopmaması bakımından birbirinden ayrılmasını imkânsız yapmıştır. Statü farklılıklarıyla gelen denetim algısı, iş yaşamında insanları ofise bağımlı hale getirirken, günümüzde bu algı tamamen farklı boyutlara ulaşmıştır. Çalışma sistemi sosyal alan isteklerine, karşılıklı güven ve konfora dayanmaktadır. Gelişen teknoloji sayesinde bu tasarım olgusu yapılabilmekte ve iş yaşamındaki verimlilik bilgi çağı sayesinde daha çok artmaktadır.

Tanımlanan ve anlamlandırılan bu mekânsal fonksiyona ve yeni biçimlenişe göre birçok çalışma mekânı oluşumu mevcuttur.

Dünyanın küresel değişimi, ülkelerin birbirlerini etkilemesi açısından kaçınılmazdır. Geçmişten günümüze kadar yaşanan ve devrimsel nitelikte olan her olay, toplumda mutlaka bir etki ve algısal iz bırakmaktadır. İnsanlar üzerinde savaşlar ve ekonomik krizler negatif yönde etki bırakırken bilim, sanayi ve teknoloji alanındaki gelişmeler pozitif etki bırakmaktadır. Bununla beraber toplumların olaylara bakış açışı ve olaylar karşısındaki tutumu değişmektedir. Her toplum kendi yaşadığı dönemin ihtiyaçlarına ve yaşam koşullarına uyum sağlamaktadır. Yaşanılan her dönem birbirinden farklıdır ve her toplum kendine özgü değerlerini korumaya çalışmaktadır. Bu değişkenlik, kuşakların oluşmasına ve yıllara göre gelişen kuşak farklılıklarına yol açmıştır. Geçmişten günümüze, günümüzden de geleceğe kadar uzanan bu dönüşüm sürecinin nasıl ilerlediğini görmek için hazırlanmış olan bu çalışma; yeni nesil bireylerinin çalışma yaşamlarındaki beklentileri ile doğru orantılı olarak standartlarını yeniden nasıl şekillendirdiklerini ele alarak açıklayıcı verilere ulaşmayı hedeflemektedir. Çıray'a göre (2019, parag.1): "Günümüz toplumlarını var eden insan topluluklarına "kuşak" denir". Ortalama her 25-30 yılda bir kuşak değişmektedir. Fakat günümüzde düşünce ve bakış açısının değişmesi ile birlikte bu zaman aralığı 30-40 yılda bir olarak değişmektedir. Çalışma hayatında şu an en etkin rolü X ve Y Kuşağı oynamaktadır. Z Kuşağı ise birkaç yıla kadar iş yaşamında aktif olacaktır. Bu kuşakların Z Kuşağı ile aralarındaki fark teknolojinin değişimi sayesinde gelişen algı ve yaşam anlayışı ile değişen davranış biçimleridir. Bu noktada artık çalışma hayatında yakın bir zaman içinde aktif rol oynayacak olan bu neslin ihtiyaçlarına, beklentilerine ve algısal düşünce yapılarına yönelik çalışma biçimlenişlerinin belirlenmesi faydalı olacaktır. Buna göre mekânsal beklentilerinin çalışma biçimleri ile entegrasyonun sağlanması gerekir. Bu çalışmada, yeni nesil çalışma mekânlarının fonksiyonel değişimi ve mekânsal karşılıkları yıllara göre tanımlanarak, yukarıda özetlenen değişim doğrultusundaki ihtiyaçlara göre, yeni yöntemlerle ele alınışı ve farklı kullanım şekilleri araştırılmıştır.

1.1 Araştırmanın Amacı

Küresel koşullar birçok alanda olduğu gibi çalışma mekân tasarım anlayışının yeniden şekillenmesinde de etkili olmaktadır. Süreç içerisinde değişen tasarım olgusu, yaşanılan bu dönemde hala evrim sürecini tamamlayabilmiş değildir. Sürekli ve dönüşümlü olarak ilerleyen bu mimari algının gelecek zamanda da tamamlanamayacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Değişen dünya şartlarına rağmen insanlar yaşamlarını sürdürebilmek için çalışmak zorundadırlar. Bu neden ile çalışma mekân ve koşulları zamana ve teknolojiye bağlı olarak sürekli bir değişim içinde olsa dahi, değişmeyen tek şey insanoğlunun çalışmaya karşı duyduğu ihtiyaç ve gereksinimdir.

Günümüzde "yeni nesil" olarak tanımlanan çalışma mekânın iç mekân ölçeğinde karşılıklarının aranması ve değerlendirmesinin yapılması, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Kuşakların doğru şekilde tanımlanarak, algısal farklılıklarının ortaya konulması ile birlikte, çalışma alanlarının mekânsal gereksinimlerinin belirlenmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu yönden ele alındığında, yeni nesil anlayışının kuşak farklılıkları ve tanımları açısından değerlendirmesi yaklaşımı benimsenerek, kuşak tanımlarının getirilmesi ise birinci alt amacı oluşturmaktadır.

Çalışma alanlarının yeni oluşum ve mekânsal değer karşılıklarının aranmasına yönelik olarak; modern dönem itibari ile çalışma mekânın kendi dönemleri içerisinde öne çıkan ve "yenilikçi" olarak tanımlanan mekân tarihsel süreç içerisinde ele alınması ve değerlendirilmesi ikinci alt amacını oluşturmaktadır. Bu noktada; nesiller arası algı ve yaşam biçimi ile ilişkilenen iç mekân yansımalarını okumak mümkün olabilecektir. Mekânsal değerlerin kullanıcı memnuniyeti ve anlaşılabilirliğinin ölçülmesi de çalışmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır. Yeni nesil anlayışına karşılık gelen ofis iç mekân oluşumlarının, kullanıcı açısından değerlendirmesi ile mekânsal karşılıkların ne derece uyumlu olduğunun belirlenmesi hedeflenmiştir.

Araştırmada Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar arasındaki çalışma değerlerindeki farklılıklarının ne olduğu konusunda oluşturulan temel hipotez; yeni nesil mekân kullanımı açısından Z Kuşağının çalışma değerleri arasında istatiksel olarak farklılık vardır şeklindedir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

- **H_1:** Algısal biçimlenişe göre Z Kuşağı davranış biçimleri diğer kuşaklara göre farklılık göstermektedir.
- **H_2:** Z Kuşağı çalışma değerleri ve mekânsal karşılıkları farklılık göstermektedir.

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda belirlenen temel ve alt problem cümleleri şunlardır:

Temel Problem;

- Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni nesil çalışma mekânı algısı toplumsal, kültürel ve ekonomik faktörlerin etkisi de göz önünde bulundurularak geçmişten günümüze değişmekte olup halen evrim sürecindedir.

Alt Problem;

- Eğitim, yaş, cinsiyet ve meslek faktörlerinin yeni nesil çalışma mekân gelişim süreçleri ve mekânsal özellikleri üzerindeki etkisel oluşumu.

1.2 Araştırmanın Kapsamı

Çalışmada nesil farklılıklarına yönelik araştırmaya sessiz kuşak ile başlanmış, Z kuşağı ile sınırlandırılmıştır. Bunun sebebi; yakın tarih içerisinde "çalışan kullanıcı" anlayış ve algısının süreç içerisindeki değişiminin okunmasıdır. Sürecin okunmasında algı ve yaşam biçiminin anlaşılması hedeflenmiş ve literatür çalışması bu değerler içerisinde tutulmuştur. Çalışmanın kapsamı günümüz çalışan kuşağı olan "Z kuşağı" ile sınırlandırılmıştır.

Bu açıdan ele alınan kullanıcının çalışma mekânı da, aynı dönemsel karşılıkları ile aranmış ve kendi dönemi içerisinde yenilikçi yaklaşımlar sergileyen çalışma mekânı kapsamında sınırlandırılan örnekler üzerinden mekânsal karşılıkları aranmıştır.

Günümüz anlayışının çalışma mantığına yönelik olarak temelini oluşturan 20. Yüzyıl itibari ile değişimin mekânsal izleri, yeni nesil çalışma mekânlarına yönelik yaklaşımların arayışının da temel bilgi altlığını oluşturucu olacağı düşünülmektedir. Bu çerçevede çalışmanın dönemsel sınırları 20. Yüzyıl itibari ile günümüz sürecinde ele alınarak incelenmiştir.

21. Yüzyıl ile tanım kazanan "yeni nesil" çalışma alanlarının mekânsal özelliklerine dair inceleme, yüzyılın başı ile öne çıkan çalışma ofisleri çerçevesinde ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Z kuşağının iş yaşamından beklentilerini, çalışma mekân tercihlerine ilişkin algılamalarını ortaya koyarak araştırmaktır.

Çalışmada, yeni nesil ofis iç mekân değerlendirmesi; teknoloji, fonksiyon ve estetik değerler açısından ele alınmıştır. Elde edilen veriler üzerinden aynı kapsam çerçevesinde "Yemeksepeti Park" ofis binası değerlendirmesi yapılmıştır. Bu amaçla yapılan çalışmada seçilen ana kütle ve örneklem dâhilinde veri toplamak için anket yöntemine başvurulmuştur.

1.3 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma nitel ve nicel verileri içermektedir. Araştırmada, çalışma kapsamı çerçevesinde ilgili literatür araştırması yapılmış, konuyla alakalı yazılmış kitap, makale, tez ve elektronik kaynaklar taranmıştır. Literatür araştırmasında, konuya ilişkin yerli ve yabancı kurumların kaynaklarından faydalanılmıştır. Mekân değerlendirmesinde hem süreç hem de güncel incelemelere yönelik elde edilen çıkarımlar, seçilen mekânlar üzerinden yapılmıştır. Elde edilen verilerin ortak okumaları yapılarak, tablolama sistemi ile bir araya getirilmiştir.

Ayrıca örnek çalışma kapsamında ele alınan “Yemek Sepeti” ofis binası aktif çalışanları ile anket yapılmıştır. Anket çalışmasından elde edilen veriler bilimsel yöntemlerle analiz edilmiştir.

Değerlendirme bölümünde; çıkarımı yapılan mekânsal değerler ile, "Yemek Sepeti" ofis binası çalışanlarından edinilen mekânsal algı ve kullanım değerleri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş ve ileriye yönelik alana katkı sağlamak amaçlı çıkarımlarda bulunulmuştur.

BÖLÜM II. KUŞAK TANIMI VE ALGISAL BİÇİMLENİŞLERİ

Sosyal, kültürel ve ekonomik hareketlerle oluşmuş zaman dilimleri dünya genelinde "kuşak" olarak ifade edilmektedir. Bu terim birden fazla tarz ve yöntemle açıklanıp, sosyolojik olarak tanımlanabilmektedir. Aynı yıllarda doğarak aynı yaş grubuna ait bireylerin, yaşadıkları dönemin koşullarına ve yaşam şekillerine bağlı olarak, benzer bakış açısı ve sorumlulukları taşıması bakımından sınıflandırılmasıyla kuşaklar meydana gelmektedir (Batur ve Adıgüzel, 2014, s.167). Zaman kavramına bağlı olarak, kuşakların ayrımında yaş olgusu, toplumsal ve algısal farklılıklar önemli ögelerdir. Kuşak kelimesi Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü'ne göre (2019): aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

> "Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu, diğer bir tanımda ise; Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon olarak tanımlanmaktadır"

Her kuşağın kendine özgü bir takım farklı tutum ve davranış kalıpları, ortak algı ve yargıları, diğer kuşaklardan ayrılan yönleri bulunmaktadır. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi'ndeki açıklamaya göre (2017, parag. 4):

> "Daha sonraki yıllarda araştırmacı Karl Mannheim (Mannheim, 1998), kuşaklar konusunda kapsamlı ve sistematik bir araştırma yapmıştır. Mannheim çalışmasında, kuşakları ortak alışkanlıklara ve ortak kültürlere sahip olan ve bu değerleri paylaşan insanlar topluluğu olarak tanımlamıştır. Jean-Claude Lagree (Lagree, 1991:7) kuşak kavramını, aynı tarihsel dönemde yaşamış, aynı olaylardan etkilenmiş, aynı sosyal kimliğe sahip topluluklar olarak tanımlamıştır"

Aynı zaman diliminin kültürel ve sosyal olaylarını yaşamayan bir toplumun bireylerini ileri dönemlerde "kuşak" olarak tanımlayamayız. Hatta aynı zaman diliminde yaşasalar bile farklı coğrafi konumlarda olan bireylerin kuşak kavramı konusundaki anlayışlarında farklılık gözlemlenebilir (Şalap, 2016, s.10). Her toplum din, dil, gelenek ve görenekler, sanat, tarih, dünya görüşü ve lezzet açısından birbirinden farklıdır. Bu nedenle birebir aynı kültürel değerleri yakalayamazlar fakat benzer sosyo-ekonomik ve toplumsal olaylar yaşanırsa aynı noktada o zaman buluşabilirler.

En temel anlam olarak kültür; toplumun üyeleri olan kişiler tarafından edinilen öğrenilmiş davranış ve düşünceler bütünü aynı zamanda bir yaşam tarzıdır (Lavenda ve Schultz, 2018, s.41). Nesilden nesile aktarılan bir toplumsal mirastır. İnsanoğlu kültürü daha önceki kuşakların dönemsel deneyimleri ve tecrübelerine dayanarak geliştirir, böylelikle bir sonraki nesile aktarabilir ve yerine yenilerini ekleyebilirler. Bu neden ile bir toplumun bireylerinin ileride kuşak sayılabilmesi için birden çok etkenin bir arada olması gereklidir (Korkmaz, 2019, s.20). Karl Mannheim 1950'li yıllarda yapmış olduğu bir çalışmanın sonucunda kuşakları tanımlarken birbirlerinin ortak alışkanlıklarını ve kültürlerini paylaşan bireyler topluluğu olarak tanımlayarak, bu hipotezin doğruluğuna şöyle söyleyerek katkıda bulunmuştur (1998, s.635-641):

> "1830-1840 yılları arasında kuşak çalışmaları ile ilgili bilimsel araştırmaları başlatan ilk kişi Auguste Comte olmuştur. Comte, kuşaksal değişikliklerin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu ortaya koyarak, sosyal ilerlemenin ancak bir kuşağın bir sonraki kuşağa aşılayacağı birikimler ile mümkün olduğunu belirtmiştir"

Toplumsal ve kültürel yapılardaki hızlı ya da yavaş olarak ortaya çıkan söz konusu değişimler, farklı kuşak çeşitlerinin oluşmasını sağlamaktadır. Birbirinden bağımsız, farklı kuşakların bir şirket bünyesinde birlikte çalışmaya başlamalarıyla, yeni perspektiflerden yeni bakış açılarının gündeme gelmesini kaçınılmaz kılmaktadır. Tam tersi olarak, çoğu zaman da kuşakların sahip olduğu farklı değer yargıları birbirleriyle olan iletişimi zayıflatıp, etkileşim sonunda birbirlerini anlayamamalarını sağlamaktadır (Humanica, 2017). Diğer bir taraftan, işletmelerin de müşterileri ile olan kurumsal ilişkilerinde kuşak farklılıkları yüzünden kaybetmemeye çalıştıkları etkileşim ve iletişim adına uygulamış olduğu pazarlama teknikleri vardır. Sonuç olarak, kuşakları anlamak ve tanımak her açıdan önemli bir unsurdur. Seçkin'e göre (2000, s.101):

> "Batıda kuşakların kendilerine has özelliklerini ve değerlerini anlamak, araştırmak sadece sosyal bilimcilerin ilgi alanı olmaktan çıktı. Son dönemde iş dünyası da bu konuyla yakından ilgilenir oldu. Çünkü her kuşağın sahip olduğu temel toplumsal değerler ve tüketim alışkanlıkları, yetişme çağlarında onu çevreleyen ortam ve değerlerin etkisiyle şekilleniyor. Çok sayıda şirket yeni ürün yaratırken, pazarlama mesajlarını saptarken "Kuşak Pazarlama" (Generational Marketing) yönteminden faydalanıyor, stratejilerini bu doğrultuda oluşturuyor"

Bir kuşağı anladığınızda bir dönemi de anlamış olursunuz. Bir dönemi anladığınızda ise paradigmanın kıskacına sıkışmaktan kurtulursunuz. Bu nedenle sizin gibi olmayanları kendinize ait yargılarla değil, onlara ait gerçeklerle görmeniz mümkün olur. Bu mümkün olduğunda ise dönüşürsünüz (Kuran, 2018).

2.1 Kuşaklar, Sınıflandırmaları ve Davranış Biçimleri

M.Ö. ortaya çıkan kuşak kavramı günümüze kadar yaşanan tarihsel süreçte zamanın koşullarına bağlı değişerek evrilmiş ve gelişmiştir. Kuşak kavramının tarihi süreci Antik Yunan ve Eski Mısır Uygarlığına kadar uzandığı gözlemlenmiştir (Joshi ve diğ., 2011). Ünlü düşünür Sokrates, gençler hakkında "Bugünün gençleri lüks ve gösteriş düşkünü, saygısız, başkaldıran, çalışmak yerine sürekli konuşan yaratıklarıdır" söyleminde bulunarak kuşak farklılığı olgusu hakkında toplumu düşünmeye sürüklemiştir. Sümerlere ait yazılan çivi yazılarında da gençliğe ithafen yazılan yazılara denk gelinmiştir. Böylece kuşaklar arası farklılıkların günümüzden çok öncesine dayandığı gerçeği kanıtlanmıştır (Tombak ve Topdal 2017, s.60).

İncil'de kuşak kavramına yer verilmektedir. Papazlar "bir kuşak gider ve yeni bir kuşak gelir fakat yeryüzü hep aynı kalır" ifadesini kullanmışlardır (Brick ve Jane, 2011, s.43).

Auguste Comte tarihte kuşak çalışmaları yapan ilk kişi olarak kabul edilmiştir. 1830 ve 1840 yılları arasında bu konu ile ilgili çalışmalar yapan Comte, tarihsel süreç içerisinde gelişen bir kavram olduğunu ifade etmiştir (Toruntay 2011, s.64). Kuşak sınıflandırmaları bir zaman çizelgesine bağlı olarak tanımlanır ve anlamlandırılırlar.

20. yüzyılda ise Karl Mannheim yazdığı kitaplarla kuşak kavramının ilk kez literatürde geçmesini sağlamıştır (Aslan ve Staub, 2014). Kuşağın, yirmi yıllık zaman dilimi içerisinde doğan tüm insanların bir araya gelerek; hayat evrelerinin çocukluk, orta yaşlılık ve yaşlılık dilimleri olarak ayrılması ile oluştuğu söylenebilir. Kuşak, özellikle bu üç zaman diliminden hareketle, doğumundan son anına kadar bu üç kritere göre belirlenebilir. Fakat günümüzde artık bu yaş aralıkları teknolojinin gelişmesi, toplumda evlilik anlayışının değişmesi ile farklılıklar göstermektedir.

Kuşakları sadece doğdukları zaman dilimlerine göre sınıflandırmak tek başına yeterli bir ayırım olmaz. Aynı zamanda kuşakları oluşturan topluluğun düşünceleri, hissettikleri ve o döneme ait deneyimlerinin tanımlanması da, onları sınıflandırmak adına kullanılmaktadır (Solmaz, 2017, s.85). Dönemin önemli olayları ve toplumsal eğilimler ile şekillenen davranış biçimleri kuşak farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bu da demektir ki, her bir kuşağın hayatı algılama biçimleri farklıdır ve kendilerine özgü bir iletişim tarzı mevcuttur. Beraberinde, günlük yaşam ve çalışma alışkanlıklarının dışında davranış biçimleri gösteren kendine ait özellikleri bulunmaktadır.

Alman sosyolog kuşağı, insanların yaşamlarında ne tarz bir sınıf ayrımı yaşarlarsa buna paralel olarak bakış açılarının değişime uğradığını belirtmiştir. Toplumsal açıdan oluşan sınıflarda, ekonomi açısından gelişim göstererek, toplumda gruplar oluşturmuş ve kuşak kavramını meydana getirmiştir (Şalap, 2016, s.6). Kuşkusuz her kuşağın farklı karakteristik özellikleri, edinmiş olduğu değer yargıları ve bu yargılardaki tutumları, güçlü ve zayıf yönleri vardır. Solmaz'a göre (2017, s.86):

> "Sanayi Devrimi ile birlikte yaşanan gelişmeler, teknolojinin gelişimi ve bilgi çağına geçiş, kuşakların sınıflandırılması ve kuşaklar arasındaki farklılıkların belirgin bir şekilde ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamaktadır. Günümüz literatüründe farklı görüşler bulunmakla birlikte kuşakları sınıflandırmada onların başlangıç ve bitiş tarihlerindeki ortak görüş birliği dört kuşak üzerinedir"

Geçmişten günümüze kadar farklı kaynaklar tarafından kategorize edilen kuşak sınıflandırmasının yıllara göre dağılımını yapmak mümkündür (Tablo 1). Yapılan araştırmalar sonucunda farklı kuşak isimlerinin farklı tarih aralıklarına göre sınıflandırılmış olduğunu gözlemlemek mümkündür. Fakat en yaygın kullanılan isimlendirmeler; "Sessiz Kuşak", "Baby Boomers" Kuşağı, "X" Kuşağı, "Y" Kuşağı ve "Z" Kuşağı olarak kabul görmüş ve literatürde yer almıştır.

Bir diğer yandan kuşak kavramı detaylı olarak araştırılırken birçok yazar tarafından farklı şekillerde sınıflandırıldığı görülmüştür. Yapılan bu ayrımların birçok sebebi bulunmaktadır. Dünyada yaşanan ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeler her ülkede aynı tarihler içinde gelişmediği ve etkili olmadığı için kuşak sınıflandırmaları ülkelere göre farklılık göstermektedir.

Tablo 1- Farklı Kaynaklarda Yer Alan Kuşak Sınıflandırmaları

KAYNAK	SINIFLANDIRMA				
Howe&Strauss 1991	Sessiz Kuşak (1925-1943)	Patlama Kuşağı (1943-1960)	13. Kuşak (1961-1981)	Milenyum Kuşağı (1982-2000)	
Lancaster&Stillman 2010	Gelenekselciler (1900-1945)	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Milenyum Kuşağı, Eko Patlaması, Bebek Kırıcılar, Y Kuşağı, Gelecek Kuşak (1981- 1999)	
Martin&Tulgan 2002	Sessiz Kuşak (1925-1942)	Bebek Patlaması (1946-1960)	X Kuşağı (1965-1977)	Milenyumlar (1978-2000)	
Oblinger&Oblinger 2005	Sessiz Kuşak (1925-1946)	Bebek Patlaması Kuşağı (1947-1964)	X Kuşağı (1965-1980)	Y Kuşağı, Net Kuşağı, Milenyumlar (1981-1995)	Z Kuşağı, Milenyum Kuşağı (1995-2010)
Tapscott 2009		Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1975)	Dijital Kuşak (1976-2000)	
Zemke, Raines and Filipzak 2000	Emektarlar (1922-1943)	Bebek Patlaması (1943-1960)	X Kuşağı (1960-1980)	Gelecektekiler (1980-1999)	

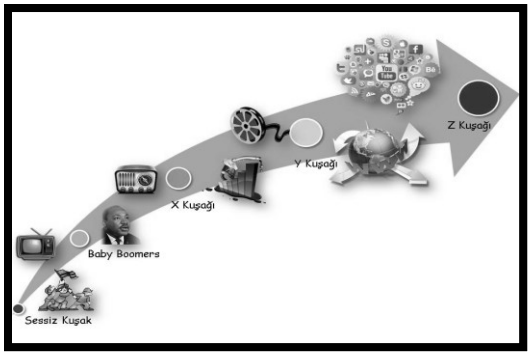
Yapılan incelemeler temel alındığında; kuşak kavramının çok kesin bir anlatımla tanımlanamadığı ve sınıflandırma konusunda farklılıklar oluştuğu görülmektedir. Araştırmalara göre kuşak sınıflandırmaları genellikle toplumu etkileyen olaylara ve tarihlerine göre yapılmıştır.

> "Amerika'da son yıllarda, farklı kuşaklar arasında çalışan bireyler için 2011 yılında Etik Kaynak Merkezi'nin (Ethics Resource Center) Ulusal İş Ahlakı Anketi (NBES) iş birliğinde bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmanın sonucundaki rapor incelendiğinde elde edilen veriler yaş olgusu dikkate alındığında kuşaklar arasındaki iletişim negatif olarak etkilenmekte olduğudur. Aynı zamanda çalışma mekânlarında bir arada bulundukları zaman yine benzer negatif etkileşimler görülmektedir" (Adıgüzel, 2014, s.170).

Bu durum bireylerin çalışma hayatlarını önemli derecede etkilemektedir. Aslında bu rapordan çıkarılması gereken olgu kuşakların sınıf farklılıklarındaki en belirgin etkenin yaş faktörüdür. Bu nedenle, kuşakların kendi aralarında sınıflandırılma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Farklı dönemlerin etkisine maruz kalmış kuşakların bakış açıları ve çalışma tarzlarını

anlamlandırabilmek ve sağlıklı bir kültürel yapı oluşturabilmek adına bu sınıflandırmanın yapılması şart olmuştur.

Bir topluluğu "kuşak" olarak tanımlamanın en belirgin özelliği; kuşak gruplarının bulundukları ülkenin tarihine dair gelişiminden etkilenmesidir. Bu dönemsel olaylarda meydana gelen her ekonomik, kültürel ve siyasal olay hafızalardan yok edilemez, yaşananlar unutulmazdır. Toplum, bu tarihsel olayları değer ve inanç sistemi ile korur ve kişilerde olaylara karşı algısal tepkileri ve davranış biçimleri değişir.



Şekil 1- Kuşak Sınıflandırmalarına Göre Gelişen Teknoloji

Kaynak: (https://unifesal.com/free/x-y-z-kusaklari/)

2.1.1 Sessiz Kuşak

Bir diğer ismi "gelenekselciler" olan bu kuşak "Sessiz Kuşak" olarak bilinir, savaş ve yokluk gören buna bağlı olarak da başarı, güç ve daha iyi bir sosyal konum kazanabilmek için çabalayan kuşaktır. Dönemin getirdiği koşullara bağlı olarak çocukluk ruhunu kaybetmiş bir jenerasyondur. Kuşağın orta yaş ve yaşlı kesimi savaşta mücadele ederken, geriye kalan sorumlulukları kuşağın çocukları üstlenmiş, bu neden ile çocukluklarını yaşayamamışlardır. 1925-1945 yılları arasında doğan bu kuşağın yaşları, günümüzde 74 ile 94 arasında değişmektedir (Yazıcı, 2019, s.10).

Dönemin akılda kalan ve asla unutulmayan en önemli toplumsal olayları, yaşanılan ekonomik kriz ve II. Dünya Savaşı zamanıdır. Bu kuşak iki dünya savaşı arasında doğduğu için başka bir deyişle "savaş kuşağı" olarak da adlandırılmaktadır.

Tarihte yaşanan bu iki olay sessiz kuşak bireylerinin karakter özelliklerini net bir şekilde belirlemiştir. İnsanlık tarihinin gördüğü en kanlı savaşın etkileri henüz tam anlamı ile geçmemişken, yeni savaşın etkileri ile toplum daha da sarsılmıştır. Bu kuşağın bireyleri savaş atmosferini birebir yaşamış, savaşın verdiği o derin acıyı ve çaresizlik hissiyatını sonuna kadar deneyimlemişlerdir (Yazıcı, 2019, s.11). Çok çalışarak zorlukların üstesinden gelinebileceğine inanan bir nesildir. Dönemin getirdiği ekonomik ve psikolojik bunalımları yaşayarak, bu sıkıntılardan nasıl kurtulmaları gerektiğinin çözümünü bulmuş ve sonunda refaha kavuşmuşlardır. Fakat bu refahı bastırılmış bir ortamda çok çalışarak ve zor elde ettikleri için, yaşam mücadelelerinde izledikleri yollara dair düşünceleri oldukça katı ve serttir. Bu dönemde oluşan tüm teknolojik gelişmeler ve bilgi üretimleri ise savaş üzerinedir. Çünkü toplum savaştan başka bir konu düşünemez haldedir (İlhan, 2019, s.19).

Tüm bu yaşanılan zorluklar ve çözümleri bulma yolunda atlatılan engeller, bu kuşağın bireylerini daha disiplinli ve otoriter, risk almayan, pratik zekalı, sadık, korkusuz, güçlü görünen fakat yaşanmışlıkların vermiş olduğu yorgunluktan kurtulamayan özellikte kişiler olmasını sağlamıştır (Yazıcı, 2019, s.11).

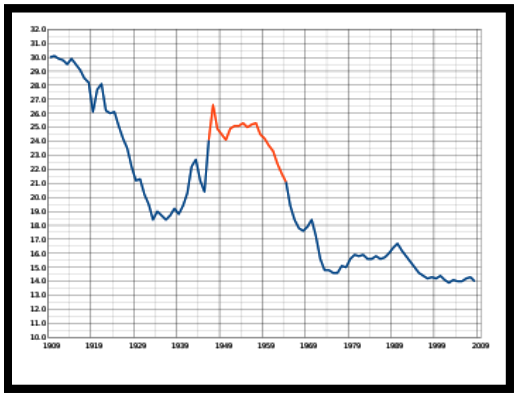
Kendine özgü değerlerini, aile yapılarını, iş yaşamlarını, din ve devlet yönetimine karşı tutumlarını değiştirmişlerdir. İnsanlar kendilerini toplumsal değerlere adamışlardır. Vatanseverlik ifadesi bu kuşağın bireyleri için çok büyük anlam taşımaktadır ve onlardan sonra gelen nesile bu duyguyu her fırsatta aşılamak istemişlerdir (İlhan, 2019, s.19). Toplumsal uyanış kuşağın en önem verdiği unsurdur. Alexis Abramson'a göre (2018, parag. 1):

> "Sessiz kuşak en çok değerlerini koruduğu için tanınır; kişisel inançlarına güçlü bir bağlılık sergilerler ve güçlü bir iş ahlakına sahiptirler. 1925-1945 yılları arasında doğan yaşlılar çoğu zaman unutulur, ancak önemleri ve derin katkıları nedeniyle sessiz nesil hiç de sessiz değildir".

Kadınlar genelde bu dönemde ev hanımı olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Aynı zamanda erkek egemenliği altında devam eden bir dönemdir. Bu sebeple geleneksel bir kuşaktır. Erkeğin gücü, dönemin koşullarına bağlı olarak kadından daha baskındır. Toplumun çoğunluğu dindar, muhafazakâr ve evlidir (Oral, 2013, s.15).

2.1.2 Bebek Patlaması Kuşağı

1946 ve 1964 yılları arasına denk gelen kuşak, İkinci Dünya Savaşı sonrası "popülasyon patlaması" zamanında sözü edilen doğmuş 1 milyar bebekten dolayı "Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers)" olarak tanımlanmıştır. Aynı zamanda ebeveynleri soğuk savaştan çıktığı için, bu çocuklara "Soğuk Savaş Dönemi Çocukları" adı da verilmiştir (Keleş, 2013, s.15).



Şekil 2- 1909-2009 yıllarında Amerika'da gerçekleşen Bebek Patlaması Kuşağı'ndaki Doğum Oranı

Kaynak:(https://www.wikizeroo.org/index.php?q=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvQmFieV9iYb29tZXJz)

II. Dünya Savaşı sonrası popülasyonun azalması ile birlikte tam tersi etki yaratmak başka bir söylemde arttırmak için harekete geçilen bir dönemdir. Refah isteyen, ekonomik krizden uzak kalmaya çalışan bir nesildir. Acılıoğlu'na göre (2015, s.25): Bebek patlaması kuşağı diğer kuşaklara göre daha iyimser ve pozitif bir yaklaşıma sahiptir. Yeri geldiğinde isterlerse kriz zamanlarında bile soğukkanlı olabilir, iyimser bakış açılarını her zaman sürdürebilirler.

Aynı zamanda bir önceki dönemden aşılanmış otoriter yaşam tarzından da vazgeçmeyen bir nesildir. Bu nedenle kuşaklar arasında "kuralcı" olarak tanımlanmaktadır. Ülkelerin siyasi ve ekonomik yapılarındaki değişim, bolluk ve bereketin yükselmesi gibi faktörler bu kuşağın düşünce yapısını da olumlu yönde etkilemiştir. Bu kuşağın insanları gençlik, sağlık, kişisel memnuniyet ve maddi zenginlik gibi konulara büyük önem vermektedirler (Acılıoğlu, 2015, s.25). "Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Boomers)" kendilerinin iyimser olduklarına ve nesillerinin dünyayı değiştirdiğine inanmaktadırlar. Sadakat duyguları bir önceki nesil kadar

yüksek ve tatminkar olma yönleri her zaman ağır basmaktadır (Oral, 2013, s.15). Toplumda davranış biçimleri düzgün olan bir kuşaktır. Robert Tanner'a göre (2019, parag. 3):

Sonuç olarak, bu kuşak kişisel gelişime, ekip katılımlarına ve bireysel memnuniyetine değer veriyor. Kuşak bireyleri hırslı, iyi eğitimli ve çok görevlidirler. Bu nesli anlamada eleştirel bir bakış açısı, önce kariyerlerine daha sonra işverenlerine sadık olmalarıdır. Baby Boomers kendilerini gösterinin yıldızları olarak görmektedirler (Kurtoğlu ve diğ, 2016, s.419).

2.1.3 X Kuşağı

1965 ve 1979 yılları aralığında doğanlara X kuşağı adı verilmektedir. Bu jenerasyon, dönemin en belirgin özelliği olan teknolojinin gelişmesine tanıklık eden fakat kullanmakta geciken bir nesildir. Bilgisayar ve internet olmak üzere teknolojik buluşları kucaklayan ilk nesildir (İlhan, 2016, s.4).

Yaşamlarında çeşitlilikten hoşlanırlar, sıradan durumlarla çok ilgilenmezler. Kendilerini para ile motive ederler, hayatta dengeye inanırlar, karakterleri idealisttir ve bu yüzden oldukça tutarlı bir nesildir. Herhangi bir konuda sonuç olumsuz olsa dahi geribildirim almaktan hoşlanırlar çünkü kendilerine güvenirler (Kurtoğlu ve diğ, 2016, s.419). Bu kuşağın üyeleri davranış biçimi açısından dışa dönük, iletişim kurma yönünden aktif birey olma özelliği gösterirler. Anne babası çalıştığı için evde genelde yalnız ya da bakıcı ile kalan bu kuşak, arkadaşları ile vakit geçirmekten ve hayattan zevk almaktan hoşlanırlar (Berkup, 2014, s.221).

Aynı zamanda bu neslin üyeleri çokta bireyseldirler, kimseye kolay kolay ihtiyaç duymazlar. Gelişmiş bir döneme denk gelen nesil olmasına rağmen nostaljiyi severler, genelde de romantik bir kuşak olarak bilinirler. Aynı zamanda renkli ve canlı moda akımını başlatmışlardır. Kendilerini yenilik ve değişimin içinde bulmuş olan kuşaktır (Göçmen, 2018, s.15).

X Kuşağı'nın günümüzde kullanılan ilk kişisel bilgisayarla buluşması, teknolojik gelişmelerin dönemin alt yapısında davranışların temelini oluşturmaya başladığı gerçeğini gözler önüne sermiştir. Bu dönemden sonra sistem değişmiş, kuşak sınıflandırmalarında toplumsal olaylardan çok bilgi ve iletişim teknolojisi etkili olmaya başlamıştır (Kurtoğlu ve Diğerleri,

2016, s.419). Bu jenerasyon teknoloji konusunda geri olmasına rağmen teknolojiyi çözmeye ve kullanmaya isteklidir. Acılıoğlu'na göre (2015, s.26) :

> "Kendilerini yetiştirmek için büyük sorumluluk almakta ve daha az geleneksel olma eğilimi göstermektedirler. X Kuşağı için hiçbir şey kalıcı değildir, kültür ve evrensel düşünce norm haline gelmiştir. X Kuşağı her şeye kendine özgü bir şekilde tepki vermektedir. Ciddi, bağımsız düşünen ve yeni beceriler öğrenmeye istekli aynı zamanda alaycı, sabırsız ve toplumsal açıdan sıkıntılıdır".

2.1.4 Y Kuşağı

1980-1999 arası doğmuş, günümüzde hayatın içinde tam anlamı ile aktif rol alan kuşak bireyleridir. Karakter ve davranış biçimi açısından incelendiğinde Y jenerasyonu iyi organize olmayı başarabilen, sorumluluk alan, kendine güvenen, esnek ve başarı odaklı olma yoluna kendini adamış bir nesildir (Kurtoğlu ve diğ, 2016, s.420). Farklılıklara hem saygı duyulan hem de önem verilen, insanların katkılarıyla değerlendirildikleri ve aynı zamanda yeteneklerin önemli olduğu bir ortamda çalışmak isterler. Takım ruhunu destekler ve benimserler, genelde ekip çalışmasına uyum sağlarlar (Göçmen, 2018, S.17).

Günümüzün karmaşık olan teknolojisini kolaylıkla kullanabilirler. X kuşağı döneminde yükselen teknoloji bu dönemde fazlaca gelişmiştir İnternetin hızla yaygınlaşmaya başladığı dönem de varlıklarını sürdüren kuşak oldukları için, farklı kültürler ve yabancı ırklarla en fazla etkileşim yaşamış kuşaktır (Toruntay 2011, s.77). Atari oyunları, sanal bebek ve akülü araba gibi teknolojik oyuncaklar ile büyümüş bir nesildir. Üretici olduğu kadar aynı zamanda tüketmeyi de sever bu kuşak. Bu jenerasyona göre 90'larda çocuk olmak demek, kuşaklar arasında geçirilen en aktif çocukluk demektir. Hiçbir olanaktan geri kalmayarak, refah içinde büyümüş, yeni trendlere tanıklık ederek, çok mutlu bir dönem geçirmişlerdir. Bu yüzden yetişkin oldukları dönemlerde de hiçbir açıdan sorun çıkarmamışlardır (Solmaz, 2017, s.103).

Kimi zaman sabırsız, şüpheci, talepkâr olarak nitelendirilseler de kendilerine güvenmeleri, yaratıcı olmaları, aynı anda birkaç görevi birden yerine getirebilmeleri, esnek ve açık fikirli olmaları davranış biçimi açısından olumlu özellikler olarak ifade edilmektedir. Teknolojiyi yakından takip eden, sosyal medyayı iyi kullanan, genellikle internet üzerinden

alışveriş yapan, lüks ve markaya düşkün, dış görünüşe önem veren bir jenerasyondur (Davis, 2016, s.4). Aynı zamanda birden çok işi yapabilme yeteneğine sahiptir, farklı kaynaklardan ve araçlardan gelen yakın dönem bilgilerini kavramakta sıkıntı çekmeyen, özgürlüğüne son derece düşkün, öğrenmeye meraklı ve istekli, aile değerlerine ve bağlarına saygı duyan ve önemseyen, toplumsal olaylara karşı bilinçli ve sabırsız bir kuşaktır (Kian ve Yusoff, 2012, s.399).

2.1.5 Z Kuşağı

Literatürde kuşak sınıflandırmaları açısından bu kuşağı ele alırsak çok fazla yer almadığını gözlemleriz. Uluslararası literatürde son kuşak olarak geçmekte ve hakkında sınırlı sayıda kaynağa ulaşılabilmektedir. Z Kuşağı 2000 yılında doğanları ve sonrası kişileri kapsar. Doğduğu ilk andan itibaren hatta doğmadan önce bile teknolojinin içinde olan, bu bilişim yeniliğini en fazla kullanan kuşaktır. Saruhan ve Yıldız'a göre (2014, s.72):

Z Kuşağı 2000'li yılların başında doğan çocukların oluşturduğu bir kuşaktır. İnternet kuşakları, küresel dünya vatandaşları, internetsiz yaşamın olanaksız olduğunu düşünen, bilginin zaman ve mekân gibi kısıtlamalarını tanımayan bir kuşaktır (Acılıoğlu, 2015, s.31).

Dünyada ilk küresel olarak tanımlanan kuşaktır. Çünkü dönemin bütün bireyleri aynı kültüre sahip olarak, aynı yiyecekleri yiyerek, aynı modayı takip ederek büyümektedirler. Dönem etkisi nedeni ile mesafeler Z kuşağı için hiçbir anlam ifade etmemektedir (Kehl, 2014, s.30). Uzakta olsalar bile her an akıllı telefonları ve bilgisayar tabletleri ile sözel olarak, hatta görsel olarak birbirleriyle iletişim kurabilirler. Bu kuşağın iletişim yolu ile bağlantı kurma anlayışı diğer kuşaklardan çok daha farklıdır. Uzak mesafeden ilişki kurmayı kolaylıkla başarabildikleri için, çoğunlukla tek başlarına, yalnız yaşamayı tercih etmektedirler. Bu yüzden de bu çağın evlilik yaşı diğer kuşaklara oranla geriye gitmiştir (Oral, 2013, s.19).

Aynı anda birden fazla konuyla, durumla ya da herhangi bir iş ile ilgilenebilme becerileri oldukça gelişmiştir. İnsan kapasitesini sonuna kadar kullanmayı çok iyi bilen, beceri eşlemesi en yüksek kuşaktır (Oral, 2013, s.20). Bu bireylerin önceki kuşaklara oranla bilgiye erişme hızları ve imkânları nedeni ile kendilerine olan özgüven ve cesaretleri oldukça yüksektir. Farklılıkları keşfetme ve ortaya çıkarma konusunda başarılıdırlar. Yaratıcılıkları çok fazla olup internet ile kurduğu ilişki sayesinde bu yetenekleri sosyal medya da daha çok kişi tarafından benimsenir

(Solmaz, 2017, s.105). Teknoloji ile ilgili tüm gelişmeleri çok yakından takip ederek, sosyal ağ aracılığı ile oluşan etkileşimleri kesintisiz biçimde gerçekleştirir. Bu açıdan topluma sürekli erişim sağlayarak isteklerini duyurabilmeleri, daha fazla kitleye ulaşabilmeleri açısından önceki kuşaklardan ayrılmaktadırlar. Gün içinde sosyal medya ve internetten uzaklaştıkları zamanı bir kayıp olarak gören Z kuşağı bireyleri konuşma yetisi, öğrenme güdüsü, düşünme gücü ve tüketim açısından oldukça hızlıdır (Jaleniauskiene ve Juceviciene 2015, s.42).

Diğer bir yandan bu kadar pozitif algı ve olumlu faktörün yanında sosyal ağın ve teknolojinin her özelliğinin bu derece kullanılmasının Z Kuşağına negatif etkileri de vardır. Anlık erişim hissi, bireyleri hayatta bir şeyleri beklemeye karşı tahammülsüz yapmıştır. Dikkat ve konsantrasyon yönünden de kuşağın bireylerinin davranış biçimlerini olumsuz yönde etkilemektedir (Oral, 2013, s.20).

Bu jenerasyonun var olan bilgiyi alış hızı, gördüğünü ve okuduğunu kavrama yetisi son derece mükemmeldir. Bu nedenden dolayı, daha önceki kuşakların eğitim yöntemleri ve tarzları bu kuşağın bireylerine yetersiz gelmektedir. Metin yerine konuyu grafikle anlatmayı tercih eden, dikkat süresi oldukça kısa, çalışırken aynı zamanda dizi izleyip, müzik dinleyebilen bir jenerasyondur. Bu neslin bilim, teknoloji, sanayi gibi birçok alan ve sektörde, dönemin beklentilerinin ötesinde bir bakış açısına sahip olmaları, onları farklı ve özel kılmaktadır (Levickaite, 2010, s.173). Sorumluluklarının gayet bilincinde olan, yapılması gerekeni zamanında yapan fakat eğitimde otoriter ve disipliner bir yapıyı benimsemeyen bir nesilden bahsetmekteyiz. Ardıç ve Altun'un düşüncelerine göre (2017, s.21):

> Teknoloji gelişimine bağlı olarak bireyler kütüphanelere gitmek yerine web teknolojilerini kullanarak kendi verilerini yönetmeye, başka kaynaklardan buldukları bilgileri kendi bilgileriyle bütünleştirmeye ve bu bilgileri başkalarıyla paylaşmaya başlamışlardır. Dolayısıyla dijital çağın bireylerinin artık bilgi edinme ve paylaşma ihtiyaçlarını dijital olarak sağlayabildikleri söylenebilir. Bir arama motoru ya da sosyal medya aracılığıyla bol miktarda bilgi edinebilirler. Bireyler sosyal medya ortamlarında yalnızca bilgi tüketicileri değil aynı zamanda metin, resim, ses ve video olmak üzere medya için aktif bir şekilde birçok üretim yaparlar.

Teknolojinin gelişimi ve bu sayede değişen sosyal dengeler Z kuşağını, kuşaklar arasında en ayırt edici, farklı, anlaşılması zor ve ilgi çekici yapmıştır. Altuntuğ'a göre (2012, s.206):

Z kuşağını belirgin şekilde diğer kuşaklardan ayıran en önemli özelliği, gelişen teknolojinin, değişimi şaşırtıcı biçimde hızlandırdığı ve bu değişimin kırılmalar şeklinde meydana geldiği bir ortamda dünyaya gelmiş olmasıdır. Üretimden daha çok tüketim kuşağı olarak tanınsalar da Çevik'e göre (2018):

> Bu kuşağın bireyleri, riskli davranışlar alarak belli düşüşler gösteren ve sonrasında kolaylıkla ayağa kalkabilen, büyük markalarla ve bunların stratejileri ile olgunlaşan, takım çalışması arayışında olan, tehlike karşısında korunmaya ihtiyaç duyan ve kendini sağlama alan, ebeveynlerinin tam tersine kurallara daha kolay uyan, otoriteyi daha çok benimseyen, enformatik teknolojilerini çok daha iyi kullanma özellikleriyle toplumda kendilerini gösterirler.

Global dünyada yetişen bu kuşak, yeryüzündeki bütün ırklara, dinlere ve cinsiyet eşitliğine karşı hoşgörülü ve saygılıdır. Sosyal sorumluluklara karşı bilinçli bir nesildir. Hayvan sever, adaleti savunan ve en önemlisi tüm bunlar için harekete geçip, sesini duyurmaya çalışan bireylerdir. Bu nesil daha çok anlam odaklıdır. Elindeki ile yetinip, tükenmişlik hissine kapılmadan hep daha fazlasını istemeye kendini motive ederek, geleceğe daha çok yaşanılır bir dünya bırakmak isterler. Y Kuşağı'nın başlatmış olduğu bu bilinci Z Kuşağı tamamlayacaktır (Özkan ve Solmaz, 2017, s.151).

Çalışma konusunda duyarlı ve istekli bireyler olmalarına karşın Z kuşağı bugüne kadar görülen en tüketici nesildir. 18. yüzyıldaki Sanayi Devrimi ile toplumsal yapıda meydana gelen değişimler, zaman içerisinde endüstri alanlarındaki üretim, tüketim ve ekonomik yapılar bu tüketici neslin oluşmasında etkin sebeplerdir. Wolburg ve Pokrywczynski'ye göre (2001, s.33-53):

> "Bu kuşak üyeleri arasındaki ekonomik şartlar kıyaslandığında, alım gücü yüksek olan ve alım gücü düşük olan üyeler arasındaki farkın şimdiye kadar incelenen tüm kuşaklar arasındaki en büyük fark olduğu ortaya konmuştur. 2000 Kuşağı üyelerinin %16'sı yoksulluk içinde yaşamaktadır veya yoksulluk içinde yetiştirilmişlerdir".

Geçmişte toplumun ihtiyacına yönelik yapılan devrimler genellikle somut nesnelere dayalı iken, günümüzde teknoloji sayesinde soyut olarak evrilmiştir. Dijital çağda yaşanan devrimler soyutlaşma kavramına güzel bir örnek oluşturur. Günümüzde yapay zekâ alanında yapılan uygulamalar dijital sektörde yaşanılan inovasyonun temel nedenidir.

2.2 Kuşakların Çalışma Değerleri ve Mekânsal Karşılıkları

Çalışma hayatının bireylerin yaşamının çoğunlukla büyük bir bölümünü kapsadığından dolayı, insanların çalışmaya verdikleri değer ve önem de buna paralel olarak ilgi çekici olmaktadır. Birey için gelir kaynağı olmaktan çok, çalışma yaşamı ve biçimi bireyin sosyal açıdan hayatını sürdürebilmesine katkıda bulunmaktadır (İlhan, Güler ve Aksaraylı, 2019, s.382). Herhangi bir hareketin çalışma sayılabilmesi açısından içinde bulunulan zaman, mekân ve kültürel koşullarla arasında sıkı bir etkileşim olması gerekir (Bozkurt, 2000, s.16).

Günümüzde başta teknoloji olmak üzere, zamanla değişiklik gösteren toplumsal değerler, her an farklılaşan kariyer algıları, eğitim, çalışma şartları gibi etkin faktörler, kuşakların farklı niteliklerine göre değerlendirilmesinin gerekliliğine karşı olan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Yeni nesil kuşakların zaman aşımına uğramış olan kültürel yapı öğelerini yetişkin kuşaklar gibi kabul etmekteki isteksiz davranışları, kuşakların birbirlerini anlayamamalarını ve iletişim kuramamalarını, aynı zamanda aralarında görüş ve düşünce ayrılıklarının oluşmasını sağlamaktadır. Bu konunun ötesinde her kuşağın içerisinde bulunduğu dönemin şartlarına uygun farklı imkânlara sahip olması, zaman içerisinde bireylerin farklı olanaklarla yetişmesini sağlamıştır. Böylece yeni perspektiflerden bakış açıları ortaya çıkmıştır. Farklı kuşakların yaşanmışlıklarından dolayı farklı düşünce, istek, ihtiyaç ve tercihleri vardır. Bu farklılıkları göz önünde bulundurarak kullanıcı odaklı tasarımlar yapmak, kullanılabilir, fonksiyonel, konfor düzeyini arttırıcı, mekânlar yaratabilmek için önemlidir.

Teknolojinin sürekli olarak gelişim halinde olması ve buna bağlı olarak küreselleşmenin ilerlemesi ile birlikte; beklentiler, inançlar, tutum ve davranışlarda yadsınamaz değişimler meydana gelmekte ve bu durum çalışma hayatımızı da ciddi anlamda etkilemektedir. Belirli zaman aralıklarında farklı kuşakların çalışma yaşamına dahil olması ile birlikte iş dünyası da günden güne değişmektedir. Her neslin öncelikleri ve çalışma anlayışları aynı değildir. Humanica isimli internet sitesinde yayınlanan bilgiye göre (Humanica, 2017):

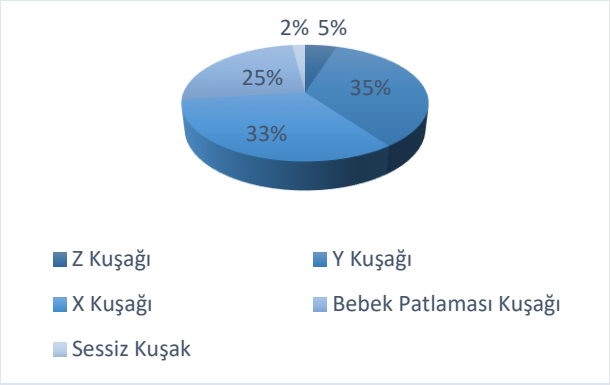
> "Önemli olaylar, toplumsal yönelmeler ve örgüt kültürleri ile şekillenen çalışma biçimleri kuşak farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte her nesil yaptığı işin doğru ve yanlış olduğunu kendi benzersiz bakış açısı ile geliştirir ve ona göre doğrularını ve hatalarını yine kendisi oluşturur. Bu durum bir arada çalışan kuşakların kültür ve

medeniyet farklılıkları ile iletişim problemlerinin temelini oluşturmaktadır" şeklinde ifade etmiştir

Çalışma değerlerindeki kuşaklar arası ayrımlar, çalışma hayatına kadın faktörünün girmesi, iş yaşam dengesi beklentileri, dijital dünyanın hızla gelişmesi ve kullanımı ile ortaya çıkan sürekli olarak yeni becerilerin öğrenilmesi nedenleri ile ortaya çıkmaktadır (Solmaz, 2017, s.110).

Süreç ile gelişen ve yenilenen teknolojiler, insanların fiziksel ve zihinsel olarak beklentilerinin değişmesi ve daha pek çok faktör hayatın her alanına olduğu gibi kuşaklar arası çalışma anlayışına ve ofis ortamlarına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Bu açıdan her kuşağın döneme özgü farklılıkları temel alınarak, bireylerinin çalışma hayatında edindikleri yer, çalışma biçimleri ve değerleri ile bunları paralelinde gelişim gösteren sal karşılıkları incelenmesi faydalı olacaktır.

Tablo 2- Amerika'da yapılan araştırmada Purdue Global Üniversitesi'nin yayınlamış olduğu iş yerindeki güncel kuşak farklılıkları 2020 yüzdeleri



Kaynak: (https://www.purdueglobal.edu/education-partnerships/generational-workforce-differences-infographic/)

Yukarıdaki grafikte Hindistan'da bulunan "Purdue Global Üniversitesi'nin" sayfasında yayınlanan güncel kuşakların iş hayatındaki yüzdelerine göre ayrımları görülmektedir. Günümüz iş hayatında Y Kuşağı'nın en fazla yeri kapladığı, X Kuşağı'nın ise neredeyse Y Kuşağı kadar iş hayatında aktif olarak çalışmaya devam ettiği, Bebek Patlaması Kuşağı'nın çoğunluğunun artık iş hayatından çekildiğini geri kalanın ise kısa bir süre sonra çekileceğini anlamaktayız. Bu noktada Z Kuşağı'nın iş hayatına girmeye başladığını ve Sessiz Kuşak bireylerinin neredeyse hepsinin emekli olup artık iş hayatında yer edinmediği sonuçlarına varmaktayız.

“Sessiz Kuşak’ın” günümüz iş yaşamında varlıkları neredeyse yok denecek kadar azdır. Fakat bugünkü iş yaşamının temellerini atan asıl kuşak olmalarından ötürü kendilerini hala hissettirirler. Ayrıca sonsuz bilgi kaynağına sahip olmaları, pratik zekâları, kuşağın bireylerinin işverenler tarafından aranılan personel olarak görülmelerini sağlamaktadır (İlhan, 2013, s.45-46).

Dönemin koşullarını tekrar ele alırsak, savaş döneminden kaynaklanan ekonomik sıkıntılar dolayısı ile kuşağın bireyleri çok fazla işsizlik ve yoksulluk yaşamışlardır. Bu nedenle iş sahibi olan bireyler işlerine ve çalıştığı şirketlerine çok bağlı kalmışlardır. İşyerindeki geleneksel işletme modellerini ve hiyerarşiyi desteklemektedirler. Ayrıca iş ahlakı ve güvenilirlik onlar için çok önemlidir (Zemke ve Diğerleri, 2000, s.5).

Bu kuşak gelenekselci olduklarından sadece yüz yüze iş yapmaktadırlar ve çalışma saatlerini tam anlamıyla hakkını vererek dolduran bir nesil olma konusunda şüphesiz en iyi kuşak olarak tanımlanabilmektedir. Kendileri ile bağlantı kurmak istendiğinde tüm iş günü boyunca çalışma mekânlarında olurlar çünkü çalışmayı bırakmak istemezler (Cianci 2018). Bütün gün çalışma ortamında oturarak çalıştıkları için bu kuşak döneminde tasarım anlamında ergonomiye, fiziksel konfora ve çalışana ait özel alan yaratmaya önem verilmiştir.

Modern ofislerde sadece özel alanların bulunması zordur. Fakat açık ve kapalı mekânların planlamada karışımını sağlamak, gelenekselcileri iş ortamında rahat hissettirmek açısından önemlidir. Bu sebepten bu dönemde istenilen ve ihtiyaç duyulan gereksinimler, ileriki dönemlerde bu tarzdaki tasarım anlayışının gelişmesine katkı sağlamıştır.





Şekil 3- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı **Şekil 4-** Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı

Kaynak: (http://earlyofficemuseum.com/photo_gallery_1920s_1930s.htm)





Şekil 5- Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı **Şekil 6-** Sessiz Kuşak Dönemi Çalışma Mekânı

Kaynak: (http://earlyofficemuseum.com/photo_gallery_1920s_1930s.htm)

Kaynak: (https://www.sec-online.co.uk/article/great-designs-office-design-over-the-decades)

"Bebek Patlaması Kuşağı" na bakıldığında; yaşamları sıradan, marjinal düşüncelerden ve davranışlardan uzak, daha çok tutucu duruşlar sergiledikleri görülmektedir. Çalışma yaşamları boyunca gelecekle ilgili beklentileri sadece emeklilikte rahat etmek ve düzenli bir hayata sahip olmak olduğundan dolayı, en büyük hedefleri ev sahibi olmak ve yaşlılıklarında bakıma muhtaç kalmamaktır (Humanica, 2017).

Yaşadıkları çocukluk döneminde sadece babalarının çalıştığını gören, annelerinin ise evde çocuk bakan kişi olmasından dolayı daha gelenekselci yaklaşımlara sahiptirler. Ekonomik kaygıları yüksek olan bu kuşak otoriteye sadık, uyumlu, başarı ve amaç odaklı olmasına rağmen yetinmeyi bilen bir nesildir (Solmaz, 2017, s.114-115).

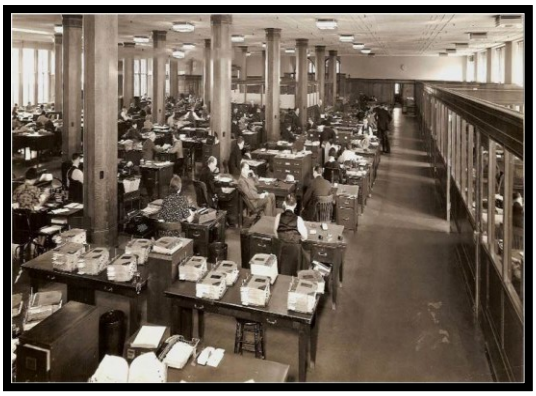
İş yaşamları açısından değerlendirildiklerinde daha çok işkolik gibi gözükmektedirler. Bunun nedeni; işe olan bağlılığın çalışma saatleri ile ölçüldüğü düşüncesine sahip olmalarıdır. Aynı yerde uzun süreli olarak çalışabilen bir yapıya sahiptirler (Humanica, 2017).

Çalışma ortamında ise takım çalışmasına önem vermektedirler. Takım ruhu olarak adlandırılan bu olgu "baby boomers" için önemlidir (Solmaz, 2017, s.114). Çalışma tarzı konusunda son derece idealist yapıdadırlar ve kurallara birebir uyarlar. Bu kuşak üyelerinde "şimdi çok çalış, ilerde karşılığını alırsın" düşüncesi mevcuttur. Kendilerinden sonraki kuşaklar bu kuşak hakkında "teknolojiden uzak yaşayan, uyumsuz ve yeniliklere kapalı" olarak

nitelendirmektedir (Humanica, 2017). Kariyerlerinin her aşamasında birbirleriyle rekabet etmek zorunda kaldıklarından, oldukça rekabetçi olabilirler. Çok çalışkan olan bu kuşağın, sorumluluk duygusu fazlasıyla gelişmiştir. Bu kuşak üyeleri başarı için çalışkanlık ve fedakarlığı ödenmesi gereken bir bedel olarak görmüşlerdir. Yöneticilerinden kendilerine sorumluluk verilmesini, bir şeyden sorumlu olduklarının onlara hissettirmesini isterler. Liderlik anlayışlarına bakıldığında üst düzey yönetim ve liderlik anlayışına sahiptirler. Bu kuşak üyeleri geleneksel kurumsal hiyerarşiyi savunurlar (Solmaz, 2017, s.116).

Bu kuşağın çalışma mekânları gelenekselcilerde olduğu gibi ofis temellidir. Birçok kişi çalışırken kendine ait özel eşyalarını koymak için bir masaya ihtiyaç duyar ve bu çalışanların birçoğu kalıcı fiziksel bir alanın daha güvenli olduğunu düşünmektedir.

Çalışma anlayışları yavaş yavaş büyük özel ofis odalarına yönelirken, aynı zamanda ekip çalışması ve işbirliği aktivitelerinde açık alanlara hala ihtiyaç duyulmaktadır. "Baby Boomers" özel alana değer verse de, nesiller arasındaki bilgi paylaşımı isteklerini karşılamak için işbirliği alanları sağlamak önemlidir. Uzaktan çalışmanın gelişmesini desteklemek için yeni teknolojileri benimseyerek "e-posta" anlayışına karşı olan video konferans uygulamaları gibi iletişim platformları benimsemelerine rağmen esnek-iş olgusunu küçümsemektedirler (Cianci 2018).





Şekil 7- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı **Şekil 8-** Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı

Kaynak: (http://www.officemuseum.com/photo_gallery_1930s_1940s.htm)





Şekil 9- Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı **Şekil 10-** Bebek Patlaması Kuşağı Çalışma Mekânı

Kaynak: (https://www.sec-online.co.uk/article/great-designs-office-design-over-the-decades)

Bu dönemde ofislerde çalışanların çoğu, açık planlı bir alanda birlikte çalışırken, patronların çoğu kendi özel ofislerinden çalışanları izlemektedirler. Günümüzde bu kuşak iş gücünün en eski neslidir. Genellikle değişime karşı dayanıklı, geleneksel işyeri modeline bağlı kalmayı tercih eden gelenekselcilerdir. Pratik anlamda, açık bir iş yeri hiyerarşisi, mobilya ve teknoloji kullanımına önyargılı aynı zamanda tutucu bir yaklaşım ve bağımsız çalışma konusunda daha güçlü bir istek anlamına gelmektedir.

"X Kuşağı"; Bu kuşağı oluşturan insanları iş hayatı açısından değerlendirdiğimizde şirketlerinde bağlılığı ve uyumları yüksek, çalıştıkları kurumlarda uzun yıllar boyunca çalışabilen, toplumsal olaylara karşı duyarlı, iş motivasyonları ortalamanın üstünde, yönetime saygılı kişiler olduğu gözlemlenmiştir (Bova & Kroth 2001, s.62). Sorunlarının üstünden kendi kendine gelebilen X kuşağı bireylerinin özgüvenleri yüksek ve işe sağladıkları katkıları fazladır. Onları yetiştiren jenerasyon kaliteli hayat standartlarını zor elde ettiği için, çalışmanın önemi vurgulanarak yetiştirilmişlerdir. Günümüzde X kuşağının çoğunluğu iş hayatında yönetici pozisyonundadır çünkü bu nesil başarı odaklıdır. Şenbir'e göre (2004, s.24):

> "X kuşağı; 1960'lı ve 1970'li yıllarda doğmuş olan, duygusal, kariyer yapmayı önemseyen, iyi eğitim almış kişilerden oluşan, kitap okumak yerine film izlemeyi tercih eden, değişime açık, meslekî yönden başarıya odaklanmış, farklı coğrafyalarda benzer özelliklere sahip, kanaatkâr, idealist ve sadık bireyler şeklinde tanımlanmaktadır"

X kuşağındaki bireylerin en önemli özelliklerinden biri çalıştıkları kuruma büyük bir sadakat duygusu ile bağlı olmalarıdır. Çünkü aynı iş yerinde ve aynı işte uzun yıllar çalışmaktadırlar. Kadınların iş hayatında aktif rol almaya başlaması X kuşağının göze çarpan özelliklerindendir (Başol ve Aydın 2014, s.3). İş hayatındaki felsefeleri; "yaşamak için çalışmaktır". Teknolojiyi zorunlu sebeplerden dolayı kullanmaya başlamışlardır (Keleş, 2011, s.131). X kuşağı üyeleri iş hayatında geri bildirim almaktan hoşlanan, çabuk uyum sağlayabilen, esnek programları tercih eden, eğlenceli işler yapmak isteyen kişilerdir (Solmaz, 2017, s.117). Çevik'e göre (2018):

> "X kuşağı, iş hayatına girdikleri dönemde iş olanakları nispeten kısıtlı olan, iyi eğitime ve yabancı dil bilgisine sahip kişilerin daha az olduğu bir dönemden geliyor. Bu dönem işveren odaklı ve çalışanın kendinden önce şirket menfaatlerini koyduğu bir dönem olarak görülüyor. Ayrıca X kuşağının karakteristik özelliklerinin, belirli çalışma saatleri, çok çalışma, mevcut şartlarla yetinme ve uzun yıllar aynı şirkette çalışarak kendine sağlam bir yer edinme gibi motivasyonlar içerdiği görülüyor"

Ayrıca işin veya ürünün niteliğine önem verirler ve birden fazla görev üstlenebilme kapasitesine sahiptirler. İş-yaşam dengesi kurabilen, esnek çalışma saatlerini önemseyen, görev paylaşımı yapan, unvanlardan etkilenmeyen iletişim becerileri açısından kuvvetli, kendilerine zaman ayırabilmek için çok çalışan kişilerdir. Bu kuşağın kişileri, toplumda saygın olmaya, yüksek maaşlar kazanmaya ve aktif sosyal hayata odaklanmıştır (Mitchell, 2005, s.23).

Çalışma alanında X kuşağı için önemli olan değerler; ait olma hissi, yeni bilgiler edinme ve girişimcilik hevesidir. Kuşak üyeleri kendilerini çalışma ortamı içinde iç girişimciler olarak görürler. Böylelikle önce sorunu çözmek için yeterli bilgiye sahip olup olmadıklarını sorgularlar sonra sorunu tanımlamayı, çözümleri kendi geliştirmeyi ve kendi sonuçlarını üretmeyi isterler. Çok fazla bilgiyi hızlı bir şekilde işlemeyi tercih ederler. X Kuşağı üyeleri küçük yaşta sorumluluk alarak kendi kendilerine büyüdüklerinden çalışma ortamında yönetilmek yerine yaratıcılıklarını kullanarak hedeflerine odaklanmayı isterler. Aynı zamanda geleneksel çalışma şekillerinden farklı olarak sınırların çok net olmadığı ortamlarda çalışmayı tercih etmektedirler (Solmaz, 2017, s.117-120).





Şekil 11- X Kuşağı Çalışma Mekânı

Şekil 12- X Kuşağı Çalışma Mekânı

Kaynak: (https://www.offix.co.za/index.php/blog/office-trends-from-the-1920s-to-today)

Kaynak: (https://www.bisley.com/news-insight/articles/the-office-through-the-decades-1970s/)

X kuşağı çalışma mekânında esnekliğe değer verir, bu yüzden gündelik konuşma için rahat alanlar sağlamak, şarj etmek istediklerinde bu teknolojiye erişebilmek önemlidir. Çalışma mekânları ileri teknoloji döneminde, alanlar açık olacak şekilde tasarlanmıştır. Mekânlarda kalıcı duvarlar yoktur. Bölücü elemanlar tasarıma dahil edilmiştir. Yemek odaları sanki dışarıda bir kafedeymişsin hissi vermektedir. Konforlu ofis alanı, esnek zaman aktiviteleri için özel alanlar bu kuşak için yeterli ofis tasarım faktörleridir. (Cianci, 2018).

"Y Kuşağı"; günümüzde iş yaşamında en aktif olandır. Bulunduğu ortamdaki ağırlığını her zaman hissettirerek ne istediğini bilen, özgüveni son derece yüksek çalışan profili sergilemektedirler. İş yaşam dengesine önem veren bu kuşağın üyeleri paylaşımcı olduğu için takım çalışmasında başarılı olurlar. İşlerinde eğlenmeyi tercih ettikleri için her zaman güzel çalışma ortamlarında esnek çalışma saatlerine göre çalışmayı isterler. Bu şartlar oluşmadığında, maddi olarak tatmin olsalar bile iş değiştirme yoluna giderler (Richardson, 2012, s.11-19).

Yaşamlarının sadece çalışmaktan ibaret olmasını istemeyen bu kuşak, aynı zamanda bu yaşam biçimine uzak durmamaktadır. Çalışma yaşamında katı hiyerarşik yönetim şekline karşı dayanıklılık gösterebilen, gerekirse ailelerinin ve yöneticilerinin verdiği kararları irdeleyebilen, sınırlı zaman diliminde maksimum etkide performans sergileyerek yaptığı işte başarı gösterebilen bir kuşaktır. Otoritenin işleri yavaşlattığını düşünürler (İlhan, 2019,

s.104). Çalışma yaşamındaki seçicilik özellikleri sosyal yaşamlarında da kendini göstermektedir. Bu kuşağın iş yapış şekli itibariyle kendinden önceki kuşaklara göre tempo ihtiyacı hisseden ve yaptığı çalışmanın sonuçlarını hemen alarak, kendini ispat etme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi'ndeki açıklamaya göre (2017, s.1035):

> "Y nesli, kuşaklar arası farklılığın en çok hissedildiği nesil özelliği taşır. Çünkü onlar bağımsız olmayı severler, özgürlüklerine düşkünler ve iş yaşamlarında da farklıdırlar. Belirlenen mesai saatleri arasında çalışmayı sevmezler. Bu yüzden, iş saatinden ziyade işe odaklanmaları gerekir. Bu durumda onları işin bir parçası haline getirmek önemlidir. X nesline göre Y neslinin örgütsel bağlılıkları azdır ve çok fazla iş değiştirdikleri de söylenmektedir"

Bu kuşak, iş tecrübesini kariyerleri adına özgeçmiş oluşturmada bir araç olarak kullanmakta olduğundan deneyimi ön planda tutmaktadır. Bir kuruma veya kuruluşa uzun süre bağlılık bu kuşak üyelerine göre değildir. Maddiyat onlar için ikinci planda kalır. Öncelik verdikleri unsur her zaman kaliteli ve tatmin edici bir iş anlayışıdır (Solmaz, 2017, s.125).

Kuşak olarak Y bireylerinin istediği dönemin koşullarına uygun mekânsal karşılıklar modern tarz biçiminde diğer kuşaklardan farklı olarak, mimari açıdan minimalist, konfor temelli, eğlenceli ve rahat ortamlar sağlayan mekânları çalışmak için tercih etmeleridir.

Modern çağ dönemi çalışanlarının karakteristik yapılarındaki değişimin yanı sıra çalışma biçimlerine de bağlı olarak ofislerde takım çalışması veya sosyal bağlantı kurma ihtiyacı çok açık bir şekilde kendini göstermektedir. Bu ihtiyaçlar, çalışma alanlarının mimari açıdan görsel bağlantıyı destekleyecek, çalışanların dinlenme ve hatta eğlenme ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde tasarlanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. "Fun and business" (eğlence ve iş) olarak da adlandırılan bu alanlar sayesinde iş yaşamının çalışanlar üzerinde algısal olarak ortaya çıkardığı negatif yansımaları yok etmektedir (Bürotime, 2018).

Teknolojinin kendilerine masa başında olup olmamalarını sağladığı fırsatı severler ve çalışmalarında sürekli bu özgürlüğü ararlar. Paradoksal olarak, işi sosyal benliklerinin bir parçası olarak görebilirler. Ofis içi çalışma ortamlarını seçen Y Kuşağı üyeleri, çalışma alanlarında sosyal faaliyetler ve sosyal alanlar bulmaktan hoşlanırlar (Cianci, 2018).

Y kuşağı için esnek oturma planı imkânı sağlamak onun için en önemli tasarım kriteridir. Bu kuşağın bireylerinin hepsi kapı ve duvarları gereksiz tasarım unsuru olarak görmektedirler.



Şekil 13- Y Kuşağı Çalışma Mekânı



Şekil 14- Y Kuşağı Çalışma Mekânı

Kaynak: (https://www.billi-uk.com/office-design-trends-over-the-years/)

"Z Kuşağı"; kuşaklar arasında iş hayatında en az sessiz kuşak kadar az olan bir nesildir. Jenerasyonun henüz birçoğu tam anlamı ile iş hayatına atılmamış, üniversiteden yeni mezun olmuşlardır. Fakat 10 sene içerisinde kuşağın bireylerinin çalışma yaşamında daha çok aktif olmasıyla birlikte sistem yeniden değişecek, Z Kuşağı çalışma değerleri herkes tarafından benimsenecektir (Oral, 2013, s.19).

Dönemsel anlamda kırılmaların ve gelişmelerin çok hızlı yaşandığı bir zamana denk gelmektedirler. Uzaktan iletişim kurarak büyüdükleri için, ekip çalışmasında diğer kuşaklar kadar uyumlu değillerdir. Bağımsızlık hissi onlar için önemlidir.

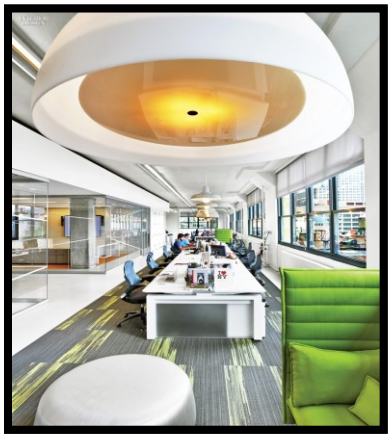
Z kuşağı iş hayatında esnek çalışma saatlerini ön planda tutar. Önceliği çalışırken yakalayacağı konforudur. Sadece maddi açıdan değil, manevi açıdan da tatmin olmak ister, çalışma koşullarını ve şartlarını tek bir amaç üstünden ilerletmezler.

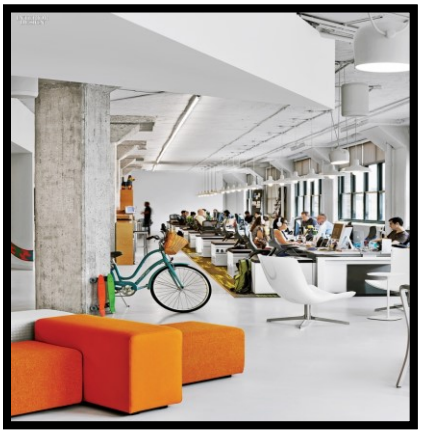
Çok yönlü olmaları, iş hayatlarındaki tutumlarına da yansımaktadır. Maddiyattan çok yaptıklarının beğenilmesi, çalışırken aynı zamanda öğrenebilme faktörünün etkin olması, yöneticilerinden yaptıkları hatalar hakkında geri bildirim almaları, iş yaşamlarında Z kuşağının tercih ettiği önceliklerdir. Latif ve Serbest'e göre (2014, s.145):

> "İşleri ile kendilerini ifade etmek, çoklu iş yürütmek, her şeyi anlamaya çalışmak, aktif katılım, sorumluluk almak, yüksek esnek iş ortamı, giyim, kuşam ve prestij unsurlarına düşkünlük, ekip çalışması, her şeyi geçici görmek, sürekli öğrenmek, işte eğlence ve tutku arayışı, beklentilerini anında gerçekleştirme eğilimi, yetki arzusu, iş ve özel yaşam arasında denge kurmak belirgin özellikleridir".

Bu kuşak; oyunlarını, arkadaşlarıyla kurmuş oldukları iletişimlerini, yapmış oldukları alışverişlerini, kendilerini geliştirmek için aldığı özel dersleri ve kursları bile sanal ortam üzerinde gerçekleştirir. İnternet üzerinden istenilen her türlü bilgiyi, filmi, müzik ve haberi rahatlıkla elde etmektedirler.

Z Kuşağı'nın diğer kuşaklara oranla mekân algısı da çok farklı ve değişkendir. Dışarıda çok fazla vakit geçirmezler. Sosyalleşme konusunda en iyi yöntemleri sosyal medyadır. Bu jenerasyonun birileri ile iletişim kurabilmesi, ya da psikolojik anlamda kendini tatmin etmesi için bir mekâna ihtiyacı yoktur. Kuşaklar arasında en çok evde vakit geçiren ve evde oturma alışkanlığına sahip nesildir. Karşısında duran küçük kare ekranlardan her istediğini anında yapabilirler. Yapay zekâ uygulaması sayesinde artık insanlar banka bile kullanmamaktadır. Gelecekte bu olgu daha da çok gelişecek ve artık toplum "kiosk" denilen küçük mekânlar ile yetinecek ve sanal ortamları mekân yerine geçirecekler ve tercih edeceklerdir (Opus, 2017, s.1037).





Şekil 15- Z Kuşağı Çalışma Mekânı **Şekil 16-** Z Kuşağı Çalışma Mekânı

Kaynak: (https://www.interiordesign.net/slideshows/detail/8197-the-creative-class/)

Z jenerasyonu çalışanları için işverenlerin yaptığı geri bildirimi onlarla paylaşmak ve açıkça çalışmak adına teknoloji tarafından desteklenen alanlar oluşturmak önemlidir. Bu nesil, gelenekselcilikten uzak bir görüşe sahiptir. Eğer bir mekân tercih etmesi gerekirse modern, yaratıcı ve dinamik mekânları tercih etmek isterler. Konforundan ödün verme anlayışına sahip değildirler. Bu kuşağın üyeleri genelde kendini ev ortamındaki gibi rahat, keyifli hissetmek, ayrıca istediği her şeye tek bir yerde erişebilecek ve farklı deneyimler tatmak isteyecekleri mekânları tüketmek isterler.

Yaptıkları herhangi bir işten anında sonuç almak isterler ve beklemeyi hiç sevmezler. Özellikle sosyal medyanın anlık olması, bu kuşağın belli bir şey üzerinde uzun süre odaklanma ve sabretme yetisini yok etmektedir. Diğer bir yandan mimari anlamda açık mekânlara karşı ilgileri kapalı alanlardan çok daha fazladır. Çünkü bu jenerasyon yaşam tarzlarında spor yapmayı, aktif olmayı, seyahat etmeyi seven bir nesildir. Y Kuşağı'nın katmış olduğu bu alışkanlığı, Z Kuşağı geliştirerek ilerler (Opus, 2017, s.1040).

Z Kuşağı bireyleri, her şeyin kendilerine uygun kişiselleştirilmesini isterler. Sosyal medyada çok fazla kitleye nerede olduğunu, neler yaptığını gösterme amacı ile mekân güncellemesi yaparak her türlü kişisel enformasyonu ağlar aracılığı ile sergilemektedirler. Bu neden ile tükettikleri mekânların kalitesi, tasarımı ve popülaritesi çok önemlidir.

Tüm bu değerlendirmeler karşılaştırıldığında, Z kuşağı üyeleri iş yaşamına tam anlamı ile atıldıklarında ve çalışma mekânda sayıca fazla yer aldıklarında karar vermeleri gereken her şeyin sistemler tarafından yapılacağı ve yapay zekâ teknolojisi tarafından karar veriliyor olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle de hiçbir olgu ve kavramı sorgulamadan yaşayacakları düşünülmektedir.

Tablo 3- Kuşak Özellikleri ve Değişen Değerler İle Çalışma Mekânları Değerlendirmesi

	Sessiz Kuşak	**Baby Boomers**	**X Kuşağı**	**Y Kuşağı**	**Z Kuşağı**
	1925-1946	**1947-1964**	**1965-1980**	**1981-1995**	**1995-2010**
Kuşakların Özellikleri	Sadakat duyguları yüksektir	Sadakat duyguları yüksektir	Sadakat duyguları değişkendir.	Sadakat duyguları azdır	Sadakat duyguları azdır
	Otoriteye karşı saygılıdırlar.	İşkolik	Otoriteye karşıdırlar	Otoriteyi zor kabullenirler	İşbirlikçidirler
	Risk almayı sevmezler	Takım çalışmasına uyum sağlarlar	Topluma karşı duyarlıdırlar	Bağımsızlığına düşkünlerdir	Yaratıcılardır
	Yardımlaşmayı severler	Kanaatkâr	İş motivasyonları yüksek	Çok sık iş değiştirirler	Gerçekçi
	Güven duygusunu önemserler	Teknolojiden uzaktırlar	Teknolojiye ilgileri zayıftır	Teknoloji ile büyümüşlerdir	Teknoloji ile birlikte doğmuşlardır
	Özgüven duyguları eksiktir	Rekabetçilerdir	Kaygılı yapıya sahiptirler	Bireycidirler	Kimseye ihtiyaçları yoktur.
Dönemin Önemli Olayları	-II. Dünya Savaşı -Ekonomik Sıkıntı - Yoksulluk -Ölüm -Vatanseverlik - McCarthycilik -Soğuk Savaş -Elektrik	-İnsan Hakları Hareketi -Radyo'nun Yükselişi -1960 İhtilali -Nüfus Patlaması -Çok Partili Dönem -Soğuk Savaş	-Petrol Krizi -1968 Kuşağı -Sinemanın Doğuşu -Bilgisayar Teknolojisi -Soğuk Savaş Bitimi -Kadınların İş Hayatında Artması	-Körfez Savaşı -İnternet Yükselişi -Cep Telefonu -Terör -Küreselleşme -Berlin Duvarı'nın Yıkılışı -Domuz Gribi	-11 Eylül Saldırısı -Irak Savaşı -Gezi Parkı Olayları -Facebook -Twitter -Instagram -Yapay Zekâ Gelişimi -Covid-19
Çalışma Mekânları Gelişimi	-Hiyerarşik -Maksimum Verimlilik -Açık Plan -Birlikte Çalışma -Patronlara Ait Özel Ofis	-Aerodinamik (Streamlined) -Estetik -Hiyerarşik -Sabit Çalışma Anlayışı	-Kapalı Plan -Hücresel Ofisler -Yüksek Bölücü Bireysel Çalışma Alanları -Hiyerarşik -Geleneksel -Sabit Masa Çalışma Stili	-Açık Plan -İnteraktif -Modern -Enformasyon Özgürlüğü -Esnek Çalışma	-Esnek ve özgür çalışma -Dinamik, eğlenceli, renkli ve konforlu çalışma alanı -Kampüs modeli -Teknoloji ve iletişim rahatlığı -Dijitalleşme

Bu bölümde, kuşak sınıflandırmaları temel alınarak geçmişten günümüze bu kavramın algısal biçimlenişi açısından nasıl geliştiği, bu gelişimin kuşakların davranış biçimlerine nasıl yansıdığı, çalışma değerleri ve bunların mekânsal karşılıkları detaylı bir şekilde ele alınarak incelenmiştir.

Yukarıdaki Tablo 3, dönemin önemli olaylarının kuşak özellikleri üzerine nasıl yansıdığının göstergesi olarak yapılmıştır. Yaşanılan birçok tarihsel olay ve dönemin ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimleri birçok alanda farklı kırılmaların yaşanmasına ve insanların yaşam tarzlarında büyük bir değişime neden olmuştur. Böylelikle toplumun algısal ve davranış biçimlenişi bu olaylara göre şekillenmiştir. Bu değişim süreci dinamiktir aynı zamanda kuşakların davranış biçimleri ile paralel olarak iç mekân ilişkisine de yansımıştır. Nesil farklılıkları mekânsal değişimleri de beraberinde getirmiştir. Dönem süresince her şey yeniden tanımlanarak, evrilmiştir.

İletişimin en önemli kuralı karşısındakini olduğu gibi kabul etmek ve onu anlamaya çalışmaktır. Fakat insanlar hem iş hayatında hem de aile yaşantısında diğerlerini kendileri gibi görmekte, onlardan aynı düşünce yapısını ve performansını beklemektedirler. Bu karşılığı göremediklerinde de çatışma söz konusu olmaktadır. Bu çatışmanın en önemli nedenlerinden biri de kuşakları anlamamaktan ve kuşak çatışmasından kaynaklanmaktadır. Kuşakları yalnızca doğdukları zaman dilimlerine göre sınıflandırmak doğru bir yaklaşım değildir. Aynı zamanda kuşakları oluşturan topluluğun düşünceleri, hissettikleri ve deneyimlerinin tanımlanması onları sınıflandırmak adına önemli bulgulardır.

Günümüze kadar gelen çalışma biçimleri kuşak farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Her bir kuşağın yaşamı algılama biçimleri ve farklı iletişim tarzlarıyla mevcut bunların dışında farklı davranış biçimleri gösteren kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bu nedenle iş yaşamındaki kuşakların birbirlerine benzeyen ve ayrışan yönleri incelenerek ve bu farklılıkların mekânsal karşılıkları anlatılmıştır.

Yapılan araştırmada Sessiz Kuşak ve Baby Boomers Kuşağı diğer kuşaklara göre her yönden daha olumsuz koşullarda ve şartlarda yetişmişlerdir. Baby Boomers'dan sonra dünyaya gelen X Kuşağı döneminde eğitim, sağlık ve teknoloji alanında gelişmelerin olduğu görülmektedir. Ayrıca X Kuşağı teknoloji ile geç tanışmasına rağmen, bu konuda çok geri kalmamışlardır fakat aşırı ilgili değildirler. Y Kuşağı ise kuşaklar arasında her yönden büyük bir gelişme gösteren tek kuşaktır. Diğer dönemlere göre daha refah içinde ve küreselleşen bir zamanda yaşamlarını sürdürmektedirler. Çok sık iş değiştirmeleri ile bilinmektedirler fakat otoriteyi rahatlıkla kabullenirler. Y Kuşağı sonrası dünyaya gelen Z Kuşağı jenerasyonu ise dijital kuşak olarak isimlendirilmişlerdir. Teknolojik yaşamın içine doğan bu kuşak bireysel

davranış sergileyerek, farklı düşünen bir davranış biçimi benimseyerek, bir diğer yandan seçici olmaları, çoklu dikkat ve karar alma yeteneğine sahip, çalışırken aynı zamanda eğlenmek de isteyen, gelişimine önem veren, sınırsız kariyer anlayışına sahip olması yönüyle dikkat çekmektedirler.

Sonuç olarak, toplumsal yapılardaki hızlı ya da yavaş gelişen söz konusu değişimler, farklı kuşak türlerinin oluşmasını sağlamakta ve farklı kuşakların çalışmaya başlamalarıyla, çalışma mekânlarında yeni perspektiflerden bakış açılarının gündeme gelmesini sağlamaktadır.

Toplum kişisel hayatından çok çalışma hayatına odaklandığı ve zaman ayırdığı için günümüz yeni nesil çalışma mekânları geçmişten gelen ve bilinen ofis yapılarından çok farklı gelişmektedir. Çalışma biçimlerinin masa başından sosyal mekânlara, insan odaklı tasarım anlayışına evrildiği günümüzde; mekânsızlaşma yaklaşımının gelecek nesillere aktarıldığı düşünülmektedir.

Bilgi teknolojisi, ulaşım sisteminin gelişmesine alternatif olarak, insanların ve hizmetlerin fiziksel hareketinin yerine geçtiği söylenmektedir. İnternet iletişiminin arttığı bu dönem, toplumsal ve bireysel etkileşiminin yoğunlaştığı bir süreç içerisinde bulunmaktadır. Verinin ve bilginin herkes tarafından kolay akışı ile erişilebilir olması sayesinde, çalışma alanlarında bağlı oldukları fonksiyondan daha farklı mekânlara da sahip olmasına olanak sağlamıştır. “Home Office” olarak adlandırılan yeni tarz evden çalışma biçimi, uzaktan eğitim ve bunun gibi yaklaşımlar, zaman ve mekânı önemsizleştirmekte, insanların kentsel işlevlerle olan mekânsal bağını zayıflatmaktadır (Yazıcı, 2019, s.37).

BÖLÜM III. YENİ NESİL ÇALIŞMA MEKÂN GELİŞİM SÜREÇLERİ VE MEKÂNSAL ÖZELLİKLERİ

3.1 20. Yüzyıl Sürecinde Çalışma Mekânları Gelişim Ve Değişim Süreçleri

Küresel değişimler ile gelişen teknoloji, yaşam biçimleri, anlayışlar, kültürel farklılıklar, toplumsal olaylar gibi farklı neden ve sonuçları ile kaçınılmazdır. Bu noktada gelişim, her alanda değişime neden olmakta ve bu devinim süreklilik sağlayarak dinamik bir tabloyu önümüze getirmektedir. Bu dinamik yapı süreç içerisinde karşılıklarını bularak devrimlerin gerçekleşmesine olanak sağlamış, böylelikle toplumsal hayatlarda köklü değişimler yaşanmıştır. Yaşanan her büyük devrim, kendinden bir önceki toplum biçiminden farklı yeni ve kendine özgü bir toplum sistemi kurmaktadır.

17. yüzyılda, Endüstri Devrimi gerçekleşmeden önce ortaya çıkan pozitif düşünce ve aydınlanma etkisi ile yeni dönemde toplumsal, ekonomik ve kültürel yapıda önemli değişimler gerçekleşmiştir. Devrim öncesinde yaşam tarzını doğayla bütünleşmiş bir şekilde yaşayan toplum, endüstrileşme ile beraber, çalışma hayatının tüm katı kurallarını deneyimlemiştir (Samsum, 2017, s.166).

Modernleşme olgusunun temellerinin atılmasında ve teknolojik gelişmelerin başlamasında; buharlı makinelerin icat edilmesi, tarım toplumunun radikal bir değişim ile endüstri toplumuna dönüşmesi, makineleşme ve seri üretim gibi etkenler farklı bir ekonomik yapıya geçiş büyük oranda katkı sağlamıştır (Soyak, 2009, s.9). Bu yenilikler ile oluşan gelişmeler sanatı ve mimariyi dönüştürmede de etkili olmuştur. Kentlerdeki nüfus artışı ile üreten ve tüketen insanın aynı oranda artması, ekonomik büyümeyi hızlandırmıştır. Bunun sonucunda toplumun yaşam tarzı değişmiş ayrıca standartları yükselmiştir. Artık evlerde çalışmanın önemini kaybettiği, esnek çalışma sürelerinin yok olduğu yeni fabrika sistemine geçiş, çalışma mekânın değişmesindeki ilk faktördür (Yararel, 2013, s.9). Fabrikalar çalışmanın yürütüldüğü mekânlar haline gelmiştir. Bu dönem büyük bir yükseliş kazanarak, bireyin bütün yaşamını kapsamaktadır. Onu kendi emeğine yabancılaştıran bir sürece dönüştürmeyi başarmıştır.

İş bölümünde keskin sınırlar çizen fabrika sistemi çalışma tarzı üretimi arttırmış, ülke içindeki pazarın genişlemesine katkı sağlamıştır. Kapitalist sistemin güçlenmesi ile birlikte daha fazla üretim elde edilebilme amacıyla kadınlar iş hayatına dahil olmuş bu durum toplumda sosyo-kültürel farkındalık yaratmıştır. Bu süreçte işçi sınıfı olarak adlandırılan yeni bir kitle oluşmuş, çalışma hayatının geleneksel düzeni değişmiştir (Mahiroğulları, 2005, s.43).

İşçi sınıfı ağır çalışma koşulları altında kısa sürede çok fazla üretim yapmaya odaklanmış, kazanç odaklı işverenler işçi hakları diye bir olgunun henüz oluşmamasından faydalanarak işçileri uzun saatler çalıştırmaya yönelmişlerdir. Özellikle çocuk işçilerin ve kadınların çalıştırıldığı yeni bir sistem yaratılmıştır. Yaşam alanlarını dahi fabrikaların çevresine taşıyan toplum, giderek sağlıklı çalışma koşullarından uzaklaşarak hijyenik olmayan, elverişsiz çalışma mekânlarında, yetersiz beslenip sefalet içerisinde günden güne kendilerinden ödün vererek düşük ücretle çalışmak zorunda kalmışlardır. Bu durum çalışma mekânlarına bağlı olarak "verem, romatizma" gibi bazı meslek hastalıklarını ortaya çıkarmıştır (Mahiroğulları, 2005, s.47).

İkinci Dünya Savaşı ardından temelleri atılarak, teknolojide elektronik çağının gelişmesi ve bu çağın yarattığı etkilerle meydana gelen yeni bir dönüşüm süreci başlamış; enformasyon toplumuna geçiş yaşanmıştır. (Solmaz, 2015, s.133-142).

Yeni çalışma biçimlerinin ortaya çıkmasıyla beraber esneklik kavramı tekrar öne çıkmaya başlamıştır. Mekânların bir araya gelerek dev sistemleri oluşturacak şekilde birbirine birleştirilmesi, özellikle 1980'li yıllarda güçlenen küreselleşme olgusu ve postmodern akımların etkisiyle, mekânlar daha fazla önem kazanmış ve toplumla aynı kategoride ele alınmaya başlanmışlardır (Yıldız, 2015, s.852). Foucault bu durumu, fabrika sistemindeki üretim sonucu ile ilişkilendirerek, disiplinin mekânı parçalara ayırdığını savunur. Foucault, iktidar mekanizmalarının mekânı ve toplumu organize etmesiyle ilgili olarak; disiplinler hücreleri, yerleri ve rütbeleri düzenlerken aynı anda hem mimari, hem işlevsel, hem de hiyerarşik nitelikteki karmaşık mekânları yarattıklarını söylemektedir (Yıldız, 2015, s.852).

Yeni buluşlar insanoğlunun hayatında yerini almaya başladıkça, yaşadıkları çevre, iç mekân ve kullandıkları eşyalar bu yeni duruma göre şekillenmeye başlamıştır. Tasarım tarihinin kırılma noktası olarak kabul edilen bu endüstri dönemi, mekân tasarımı göz önünde bulundurularak mimari açıdan değişimler yaşanmasına olanak sağlamıştır. Bu anlamda, enformasyon akışıyla

birlikte mekânın içine taşınan potansiyellerin, iç mekânı daha fazla değiştirmekte ve çeşitlendirmekte, aynı zamanda dönüştürmekte, doldurmakta ve mekâna yeni anlamlar katmaktadır. Dijital teknolojideki artış ile birlikte mekânlar, kurumlar ve enformatik fonksiyonlarda yeni bir uzmanlaşma ve farklılaşma aşaması gündeme gelmiştir (Yıldız, 2015, s.859).

Geçmişe oranla 19. yüzyılda inşa edilmiş yapı sayıları hem çok daha fazladır hem de yapıların kendilerine özgü üslupları zamanla yok olmaya başlamıştır. Teknolojik açıdan henüz gelişmemiş atölyelerde el işçiliği yöntemi kullanılarak mobilyaların daha nitelikli ve fonksiyonel şekilde üretilmesi mümkün olmasına rağmen, seri üretimin daha ekonomik olması sebebi ile mobilya üretiminde de aynı diğer alanlarda olduğu gibi önem kazanmasına yol açmıştır (Şekercioğlu, 2017, s.33). Farklılaşan yaşam biçimleri ve alışkanlıkların hızla değişmesi, toplumun sosyal ve kültürel yapısını şekillendirmeye başlamıştır. Topluma sunulan her bir yenilik henüz tam anlamıyla benimsenmeden geride kalarak yerini başka yeniliğe bırakmaktadır.

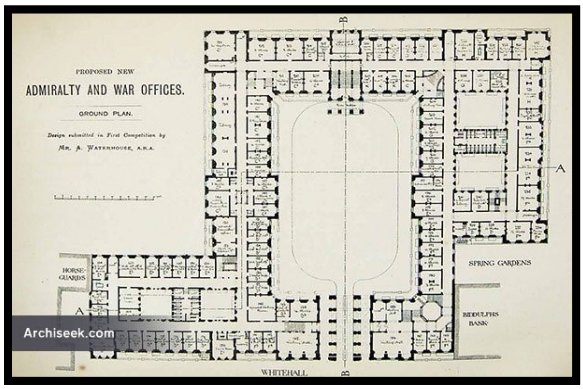
1980'li yıllarda yoğunlaşan post-modernizm akımının en önemli konularından birisi de, mekân ve toplum arasındaki bağlamsal anlamda kurulan ilişkilerdir. Mekânın biçimlenmesinde yardımcı olan toplumsal uygulamalar, belirli alanların oluşumunu hazırlarken sosyal yapı korunarak mekânsal kurgular bireylere yeni bir kimlik oluşturmaktadır (Özsevgeç, 2017, 138).

Yeni neslin (X Kuşağı) iş hayatına katılması ile birlikte, endüstrinin ve dijital yaşamın giderek artması sonucunda oluşan gereksinimler yeni çalışma mekânlarının ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Geçmişten gelen, çalışanların iletişimini kısıtlayan kapalı alanlar yerini motivasyonun ve üretkenliğin arttığı karma mekânlara bırakmaktadır. Ofis kavramı sosyolojik bir olgudur (Karaoğlu, 2014, s.31). Hayatımızın büyük bir bölümünü geçirdiğimiz çalışma mekânlarında fiziksel ve psikolojik olarak nasıl hissettiğimiz önemlidir. Pozitif duygular başarının artmasını sağlarken, negatif duyguların başarısızlığı tetiklediğinden bahsedilmektedir. Bu açıdan ofislerde tasarım ve mekân organizasyonu büyük önem kazanmaktadır. Çalışanların ihtiyaçları göz önünde bulundurularak ele alınan çalışma mekânları, bireyin işlevselliğini, refahı ve esnekliği destekleyen işyerlerinin tasarlanmasına odaklanan çok daha bilinçli bir süreç haline dönüşmüştür. Günümüzün her geçen gün değişen koşulları, çalışma ortamlarını şekillendirmekte ve tasarımını etkilemektedir.

Bu etkileşimin daha tanımlı hale gelmesi açısından, çalışma mekânlarının süreç içerisinde değişimlerini ve mekânsal yansımalarını izlemek faydalı olacaktır. Bu noktada, günümüz anlayışının çalışma mantığına yönelik temelini oluşturan 20. Yüzyıl itibari ile değişimin mekânsal izleri, yeni nesil çalışma mekânlarına yönelik yaklaşımların arayışının da temel bilgi altlığını oluşturucu olacağı düşünülmektedir. Bu açıdan çalışma alanlarının sürece yönelik mekânsal gelişimi, ait olduğu dönemine ilişkin öne çıkan örnekleri üzerinden aktarılmıştır.

Özel ofis alan yaklaşımları 18. yüzyıldan sonra ortaya çıkmıştır. Bu dönemde meydana gelen değişimler, günümüz ofis binalarının mimarisine temel oluşturmuştur. "Bilinen ilk ofis binası, kraliyet donanmasının evrak işleri için, sanayi devriminin başında 1726'da Londra'da inşa edilen The Admiralty Office isimli yapısıdır. Ofis alanı önce toplantı yapmak için kullanılmış, daha sonra Amirallik Yönetim Kurulu Odası olarak kullanılmaya devam etmiştir" (Yaldız, 2018).

Resmi çalışmalar için tasarlanan özel alanlar hızla popüler olmuş ve Londra'da çok sayıda buna benzer ofis binaları yapılmıştır. İç mekân düzenlemeleri, çalışan kişilerin rahatsız edilmemesi için ayrı odalara duyulan ihtiyaç üzerine yapılmıştır. Böylelikle modern ofislerin temel anlayışında, çalışanların işlerine odaklanabilmeleri için izole edilmiş alan oluşumlarının amaçlandığı ön plana çıkmıştır. Planlamadan da anlaşıldığı üzere kapalı mekân anlayışı o dönem için verimli çalışma açısından önemli bir unsur olmaktadır.

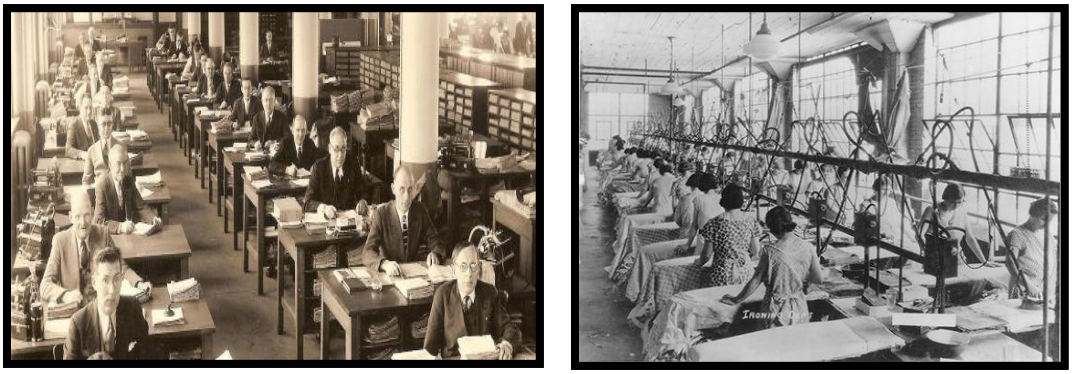


Şekil 17- "The Admiralty" Ofis Planı

Kaynak: (http://archiseek.com/2012/builder-1884-proposed-admiralty-war-offices-waterhouse-architecture-buildings/)

1900'lerde ofis alanlarının tasarımında "Taylorculuk" (Taylorizm) yaklaşımı ile büyük ölçüde değişim yaşanmıştır. Çalışma mekânı anlayışına açık ofis fikri, ilk bu akım sayesinde Frederick Taylor tarafından getirilmiştir. Verimliliği artırmak amacı ile çalışma masalarının sistematik biçimde konumlanmasıyla birlikte yönetici-çalışan arasındaki sınırın kaldırılması fikrine dayanarak açık ofis alanları tasarlamıştır. Bu sayede yöneticilerin çalışanları rahatça gözlemleyerek kontrol altında tutabilmesi mümkün olmuştur. Bu düşüncenin temelleri hiyerarşiye dayanmaktadır. Bu nedenle çalışma mekânları da çalışanların bulundukları kademeyi yansıtacak şekilde tasarlanmaktadır (Soyak, 2009, s.21).

Bu yaklaşım ile şekillenen çalışma mekânı anlayışı bir süre belli ölçülerde değişerek devam etmiştir fakat ticaretin farklı bir boyut kazanması, sanayinin gelişmesi ile birlikte değişimin boyutu da aynı oranda yükselmiştir. Çok sayıda şirket oluşumuna imkân tanıyan gökdelenler inşa edilmeye başlanmış, teknolojik gelişmeler sayesinde aydınlatma, havalandırma gibi mekânın iç tasarım şartları gelişmiş, artık fabrikalardan uzak konumlanabilir hale gelmiştir.



Şekil 18- Taylor Ofisi Çalışma Alanları

Kaynak: (https://medium.com/@dt_70381/workplace-evolution-a-retrospective-on-office-design-from-the-industrial-revolution-to-the-7fdaaea408ae)

Taylor işçilerin geniş ve tek bir mekânda düz çizgi halinde dizilmesine bağlı olarak bir ofis ortamı yaratmaktadır. Sosyal unsurları ve insan faktörünü göz önünde bulundurmayan bir yaklaşıma sahiptir. Fabrika sistemi çalışma tarzını benimseyerek hiyerarşik, sıralı bir ofis alanı oluşturmaktadır (Labs, 2017, parag.2). Bu yaklaşımın oluşturduğu temel sıkıntı; çalışanın kişisel alanını korumamakta ve bir ölçüde robotik bir düzen içerisinde işinden zevk alma unsurunu

sorgulatmaktadır. Çalışan ihtiyacına göre tasarlanması gereken ofis tasarımını desteklemek yerine dönemin yaşam koşulları paralelinde tamamen çalışma sonrası elde edilen sonuçlara ve maksimum verimlilik seviyesine ulaşmayı desteklemektedir.



Şekil 19- Taylor Ofisi Çalışma Alanları

Kaynak: (https://medium.com/@dt_70381/workplace-evolution-a-retrospective-on-office-design-from-the-industrial-revolution-to-the-7fdaaea408ae)

Bu düzenleme çalışanların birbirine yakın, sıkışık düzende çalışmasını benimsemektedir. Aynı zamanda 20. yüzyılda çalışan fabrikalar, kişisel alana müdahale edici, yakın temas alanı olan işçilerle dolu mekânlardır.

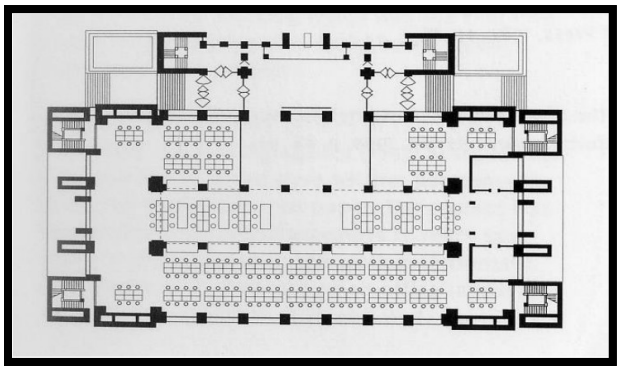
19. yüzyılın sonlarında Amerikan ofislerinin çizgisel üretim tasarım modeli, geniş odalar içinde sıralanmış büro çalışanlarını barındıran bir çalışma havuzu düzenini içerirken; 1911'de Frederick W. Taylor'un "Bilimsel İşletme Yöntemleri" (Principles of Scientific Management) adlı kitabının yayınlanması ile Amerikan ofisleri hücresel plan tipi yerine "açık plan" tipine yönelmiştir. Şirketler, işgücünün yöneticiler tarafından denetimini kolaylaştırması nedeniyle bu plan tipini hızlı biçimde benimsemişlerdir. Açık düzenli plan tipinde sistematik olarak düzenlenmiş mekânlar, işin kesintisiz biçimde akışına ve çoğunlukla kendi ofisine sahip yöneticilerin çalışanlarını görsel olarak denetlemesine olanak tanımaktadır. Ayrıca hücresel plan tipine göre, aynı alana daha fazla çalışma masası yerleştirmeniz mümkündür (Karslı, 2008, s. 70-71).

20. yüzyılın itibari ile çalışma mekânlarına yönelik çalışma değerleri ve mekânsal değişime yönelik tasarım biçimlenişlerinin izlencesi, sürece önemli etkiler katmış olan çalışma

mekânları örnekleri üzerinden yapılması faydalı olacaktır. Bu alanda öne çıkanlar; "Larkin" Ofis Binası", "Johnson Wax DK 8" Ofis Binası, "Bürolandschaft" ve 4 "The Action Office I & II" binalarıdır.

"Larkin" Ofis Binası"; The Buffalo isimli tarih gazetesinde yayınlanan bilgiye göre (The Buffalo History Gazette, 2011, parag.1); dünyada tek en büyük özel ofis olarak tanınmış, 1904 yılında "Taylorist Açık Plan" adı verilen ofis tasarımı şeklinin ilk örneklerinden biri olan bu yapıdır. Frank Lloyd Wright tarafından tasarlanmış ve iç mekân tasarımına ayrıca önem verilmiştir. Beş katlı bir yapı olarak inşa edilen ofis binasında dış cephede kırmızı tuğla kullanılmıştır. Birçok yeniliğin sahibi olan mekânda klima, vitray pencereler, ankastre masa mobilyaları ve zeminden desteklenmeyen duvardan asma klozetler yapılmıştır. Ek olarak, ilk defa bir çalışma alanında özel ofis mobilyaları, duvarları kaplayan gömme dolaplar tasarlanmış ve kullanılmıştır.

Mimari açıdan değerlendirildiğinde; süslemeden uzak modern tarzı yansıtan ilk bina olduğu bilinmektedir. Mekânsal formu dikey olarak yalın bir mimari formda tasarlanmıştır. Ofisin "atrium" alanında tavan penceresi kullanılmaktadır. Bu ince detay açık ofis planına günışığının eşit bir şekilde dağılımına olanak vermektedir (Blake, 2011).



Şekil 20- "Larkin" Ofis Bina Planı

Kaynak: (https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html)

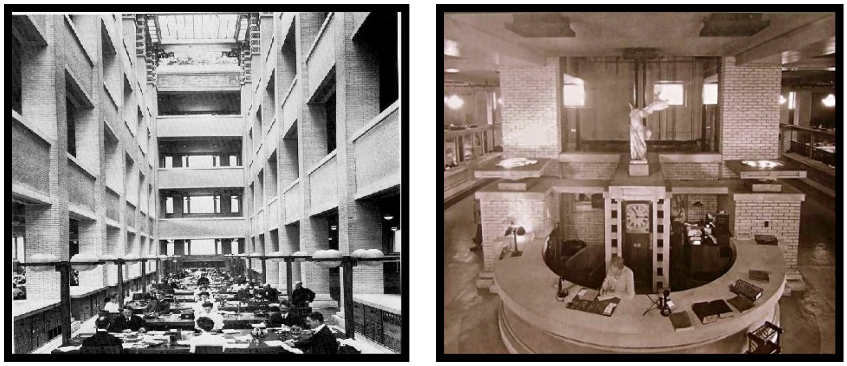
Bu ofiste çalışanlar, uzun masalarda karşılıklı olarak veya sıralar halinde dizilmiş küçük masalarda oturarak çalışmaktadırlar. Dinlenme zamanında kullanılabilecek kütüphaneler, eğitim ve dinlenme alanları, banyolar özel bir bölümde planlanmıştır. Yirminci yüzyılda standart hale

gelecek sosyal imkanlar bu binada ilk kez uygulanmaktadır. İşverenler iş için ayrılan alanlarda sosyal aktiviteler, konserler ve seminerler düzenlemekteydiler. Larkin binası, yalnızca çalışanlara sağladığı imkanlar bakımından değil, çağının çok ilerisinde mekân kurgusuna sahip bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Soyak, 2009, s.17).



Şekil 21- "Larkin" Ofis Binası İç Mekânları

Kaynak: (https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html)



Şekil 22- "Larkin" Ofis Binası İç Mekânları

Kaynak: (https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html)

1930'lara gelindiğinde, Frank Lloyd Wright'ın modern bir bakış açısıyla tasarladığı, açık ofis kavramının ilk örneklerinden biri olarak değerlendirilen "Johnson Wax Building DK 8" ofisi "aerodinamik" (streamlined) modern sanat tarzını yansıtmaktadır. Bu yaklaşım mimari formda eğrisel dönüşlerden ve uzun yatay çizgilerden oluşmuştur aynı zamanda tasarıma hız ve hareket kazandırmak amacı taşımaktadır. Günümüzde hala esin kaynağı olarak gösterilen bu ofis binası, iç mekân açısından oldukça yaratıcı ve gelişmiş bir mimari tasarıma sahiptir. Açık ofis tarzı ilk

defa somut örnek oluşturmuştur. Yuvarlak mantar tipi kolonların tasarımı ve yüksek tavan olgusu, mekânın daha ferah, geniş ve dinamik olmasını sağlamıştır. Cam tüplerden tasarlanan ofis pencereleri, mekâna giren ışığı kıracak ve parlamayı kesecek şekilde uygulanmıştır. Ofis içinde çalışanlara sosyalleşme imkânı tanınan, statü kavramının yok edildiği, çalışanlar için ayrıca mutfak ve benzeri alanların olduğu ofis tasarımıdır.





Şekil 23- "Johnson Wax DK 8" Ofisi Dış Mekânı **Şekil 24-** "Johnson Wax DK 8" Ofisi İç Mekânı

Kaynak: (https://www.scjohnson.com/en/a-family-company/architecture-and-tours/frank-lloyd-wright/designed-to-inspire-sc-johnsons-frank-lloyd-wright-designed-administration-building)

Çalışma alanında verimliliği yükseltmek için yenilikçi modüler mobilyalar kullanılmıştır. Mimarın mekânda yuvarlak kıvrımlar kullanması, toplumun dikdörtgen ve kare ofis algısı düşüncesini kırmıştır. Endüstriyel bir parkta konumlanmasına rağmen, bina organik mimari tarzda doğal formları referans alarak tasarlanmıştır.





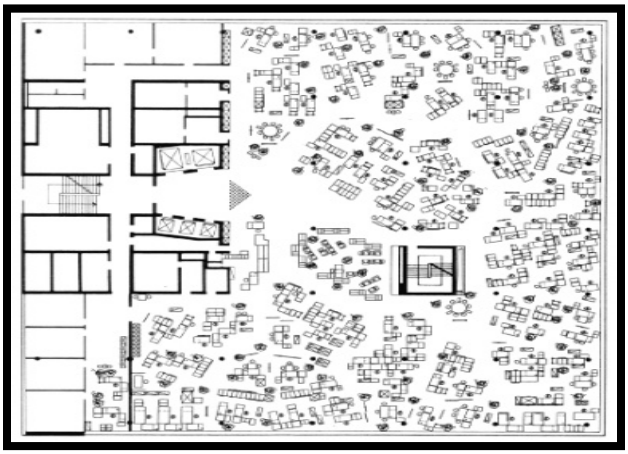
Şekil 25-"Johnson Wax DK 8" Ofisi İç Mekânı

Kaynak: (https://www.scjohnson.com/en/a-family-company/architecture-and-tours/frank-lloyd-wright/designed-to-inspire-sc-johnsons-frank-lloyd-wright-designed-administration-building)

Savaş sonrası öne çıkan çalışma biçimleniş örneklerinden biri Almanya'da, yeniden yapılanma ve hızlı büyüme oranları sayesinde imalatın hızlı bir şekilde yükselişe geçilmesi ile oluşum göstermiştir. Bu yeniden diriliş, yeni düşünce tarzlarını benimseme istekliliğine yol açmıştır.

1960 yılında, Alman konsepti olarak bilinen, "Bürolandschaft" olarak adlandırılan ofis yerleşim biçimi ortaya çıkmıştır. "Taylorculuk" (Taylorizm) ile başlayan ve sonrasında Frank Llyod Wright'ın açık ofis planıyla değişmesi amaçlanan sınırların bu defa tamamen ortadan kalkması amaçlanarak tasarlanmıştır. İlk olarak Kuzey Avrupa'ya, sonrasında ise tüm dünyaya yayılan bu yerleşim, çalışma alanlarındaki iş akışını ve çalışanlar arasındaki iletişimi geliştirmeyi hedeflemektedir (Yaldız, 2018).

Bu yaklaşım, iş birliğini arttırmak ve hiyerarşiyi ortadan kaldırmak amacıyla her seviyedeki personeli, bir açık kat planında düzensiz mobilya yerleşimi ile bir araya gelmeye teşvik etmiştir. İşçilerin sosyalleşmesini benimseyen ofis alanı sayesinde, çalışanların performansı artmıştır. Ekipler kendi topluluklarını oluşturmuş, aynı zamanda farklı düzeylerde yönetim kadrosu çok daha kolay iletişim kurabilmiştir. Bürolandschaft'ın bir diğer büyük avantajı, uyarlanabilir bölümün şirketlerin büyümesini veya küçülmesini kolaylaştırması nedeniyle uygun fiyatta ve esnek olması olmuştur (Fractal, 2018).



Şekil 26- "Bürolandschaft" Bina Planı

Kaynak: (https://medium.com/interact-software/b%C3%BCrolandschaft-how-the-way-we-work-has-shaped-the-office-e360a53f25e1)



Şekil 27- "Bürolandschaft" İç Mekânı

Kaynak: (https://www.bureauone.com/blog/history-of-office-space-design/)

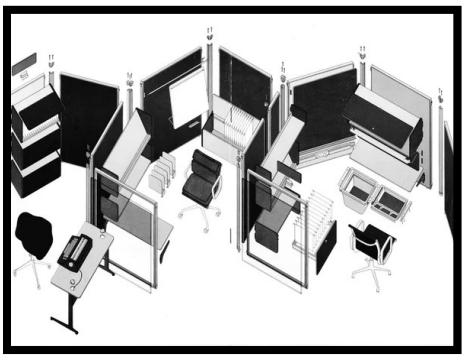
1968 yılına gelindiğinde, Herman Miller tarafından tanıtılan "Action Office" (Eylem Ofisi) sistemi, dünyanın ilk açık planlı ofis sistemi örneği olarak geçmektedir. Ofiste çalışmanın bir zihinsel çalışma olduğunu ve zihinsel çabanın kişinin fiziksel yeteneklerinin çevresel gelişimine bağlı olduğunu iddia eden ilk tasarımcılar arasında yer alan Robert Propst, bu fikrin sahibidir. O dönemde çalışma ofislerinin ana teması; çalışanları mekân içinde sabit çalışma sistemi içerisinde tutmaya çalışmaktı. Fakat bu eylem ofisi çalışanların kişisel alanını ve hareket özgürlüğünü dikkate alarak bu düşünce yapısını değiştirmiştir. Çalışanların ofis içindeki hareketini kısıtlamamak tasarım değerlerinin başında gelmiştir (Tercan, 2014, s.62).

Eylem Ofisi, Robert Propst tarafından tasarlanan ve Herman Miller tarafından üretilerek pazarlanan bir dizi mobilya sistemini içermektedir. Dönemine göre klasik ofis mobilyası düşüncesi, bu çalışma sistemi yaklaşımı ile birlikte kırılmış, alışılmışın dışında ofis mobilyaları üretmek amaç olmuştur. Propst, insanların konforlu çalışabileceği, rahat, ergonomik çalışma biçimine uygun bir alan tasarlamıştır. 1960'lı yıllarda geleneksel olarak kadın işçilerin çoğunlukta olduğu iş yerlerinin erkek egemen haline gelmesi, çalışma alanının tasarımında değişikliklere yol açmıştır. Ofis artık daha fazla mahremiyet gerektiren bir alan olmuş ve birçok kadın çalışan masanın önünü kaplayan kontrplak bir ara bölme istemiştir (Tseng, 2018, parag. 7).



Şekil 28-"Action Office" (Eylem Ofisi) İç Mekânları

Kaynak: (https://www.bureauone.com/blog/history-of-office-space-design/)



Şekil 29- "Action Office" (Eylem Ofisi) İç Mekânları

Kaynak: (https://www.wired.com/2014/04/how-offices-accidentally-became-hellish-cubicle-farms/)

"Aktif Ofis" olarak da adlandırılabilen bu yaklaşımda tasarım tümüyle insan ilişkilerinin düzenlenmesi üzerine odaklanır ve mekân örgütlenmesi düşey yerine yatay hiyerarşik ilişki ve iletişim olanaklarını destekler. Çalışma alanları içinde ve çevresinde mola mekânları, toplanma alanları, sohbet köşeleri enformel ilişkiler düzenlenir. Diğer taraftan geliştirilen alçak ve hareketli bölücü sistemler, çalışma istasyonları ve bölücü panellerle her türden işlevsel değişikliğe uyum sağlayacak bir esneklik anlayışı, bütüncül bir tasarım yaklaşımı ve ofis sistemi olarak sunulmaktadır. Bölücü panelli çalışma istasyonları bu tasarım sisteminin bir ürünüdür. 1980'li yıllarda kişisel bilgisayarın ofislere girmesi ile tasarım verileri değişmiştir. Çalışma masalarına veri iletişim hattı getirilmesi ve makinaların yaydığı sıcaklık ile ısınan mekânların

soğutulması, havalandırılması ve aydınlatması için gerekli yeni standartlar geliştirilmiştir (Tercan, 2014, s.62).

Yirminci yüzyılın başında, Endüstri Devrimi'ne paralel olarak, ekonominin olağanüstü büyümesi ve yapı teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda, ofis binalarının sayısı hızla artmıştır. İletişimde küreselleşme ile birlikte değişen çalışma hayatı, kendi kurallarına uygun yeni bir ofis kültürünü ortaya çıkartmıştır. Doğal olarak günümüzdeki çalışma mekânları, bu yeni tür kolektif çalışma biçimlerine, yeni ofis kültürüne uygun olarak ve eskiye göre çok farklı biçimde tasarlanmaktadır. Artık şirketlerin büyük bir kısmı çalışanlarını iş birliğine teşvik etmek ve motivasyonu arttırmak için açık ofis alanlarını tercih etmektedir. Fakat son zamanlarda yapılan çalışmalar, çalışanların açık ofis alanlarında dikkatlerinin daha çabuk dağılabildiğini ve bu alanların kişisel alanın sınırlı olması nedeniyle negatif unsur olarak görmektedir. Gürültünün kontrol altına alınamamasından dolayı, çalışanların konsantrasyonlarını çabuk kaybederek geri kazanmakta güçlük çekmekte olduğu belirtilmektedir.

Artık ofis ortamı, özellikle iş yükü ve performans artışı açısından büyük ölçüde değişmiştir. İşçilere ve işin nasıl yürüdüğüne odaklanmaktan, ofis düzeni ve tasarımı senelerce küçük değişimler dışında köklü bir değişikliğe uğramamıştır. Endüstri Dönemi'nden kalma bu yaklaşım sadece üretim odaklıdır.

Johnson Wax'ın aksine Propst'in çalışmaları, açık plan olarak tasarlanan ofislerin çalışanlar arasındaki iletişimi azalttığı, kişisel hakları engellediği, çalışanların özgürlüklerini kısıtladığı üzerine olduğu söylenmektedir. Mekân da mahremiyet algısı bu ofis sistemi için önemlidir. Aktif ofisin değer verdiği olgu sadece tasarım değil, ayrıca çalışanların konforudur ve insana ait faktörlere de oldukça değer verilmektedir. Bu nedenden dolayı mobilya tasarımı konusunda farklı, ergonominin ön planda olduğu tasarımlar sunmuştur. Çalışma alanında en verimli, maksimum etkiyi almak için yapılması gerekenler üzerine fikirlerini yoğunlaştırmış ve harekete geçmiştir (Saval, 2014, parag. 1).

Süreç izlencesinin mekânsal değişim takibini aşağıda bir araya getirilen tablo çalışmasından yapmak mümkündür. Ofislerin mekânsal değerlerinin özellikleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Tablo 4- 20. Yüzyıl Çalışma Mekânları Mekânsal Değişim Tablosu

Süreç	Çalışma Mekânı	Mekânsal Değerleri
1900	"The Taylorist" Ofis Binası	Açık planlı ofis, yöneticilere ait üst katlarda özel odalar, sıralı ofis düzeni, fabrikaya benzer bir çalışma tarzı
1904	"Larkin" Ofis Binası	Açık planlı ofis, sıralı çalışma biçimi, sosyal alanların oluşumu, atriyum tavan penceresi sayesinde gün ışığı, gömme mobilya önemi
1939	"Johnson Wax DK 8" Ofis Binası	Açık planlı ofis, aerodinamik (streamlined) tarz, yüksek tavan olgusu, günışığının önemsenmesi, statüko yoktur, sosyal alanlar, modüler mobilya önemlidir
1950	"Bürolandschaft" Ofis Binası	Açık planlı ofis, düzensiz oturma biçimi, iş akışının ve çalışanların arasındaki ilişkinin güçlenmesi, bir hiyerarşi yoktur, çalışanların ihtiyaçlarını karşılama alanı taşır
1960-1980	"The Action I & II" Ofis Binası	Açık planlı ofis, daha fazla hareket özgürlüğü, alternatif çalışma düzenlemeleri, çalışırken daha fazla mahremiyet içermesi, modüler mobilya kullanımı artışı, kişilere ait bireysel alanların özelleşmesi, yenilikçi, modern, esnek mekân

Günümüzde yer alan küresel ölçekteki şirketler, çalışanlarından daha fazla verim alabilmek için kampüs konseptini benimsemiş durumdadır. "Google", "Microsoft" gibi büyük şirketler çalışanlarına kendi konutları rahatlığında çalışma ortamı sunmaktadır. Dünyada yeni çalışma ofisi işlev eğilimleri bu yöne doğru kaymaktadır. Kampüs ofis, bölünmeli ya da kapalı tip ofis mekânlarının yerini açık yapılanmalı geniş çalışma alanları almaktadır. Bu alanlar dikey binaların yerine az katlı yatay binalardan oluşan, büyük yeşil alanlara ve kat bahçelerine sahip, yeni kuşak çalışanlarının yer aldığı çalışma mekânlarıdır. Artık anlayış ve çalışma biçimleri farklılaşmıştır.

3.2 Yeni Nesil Çalışma Mekân Oluşumları ve Z Kuşağı İlişkisi

Geleneksel olarak nitelendirilen kapalı ofis anlayışı, günümüzün teknoloji koşulları ve çağımızın yaratıcılık seviyesinin etkisi altında önemli değişimler geçirmektedir. Yaşanan bu değişim, hiçbir dönemde bu derece farklılık göstermemiştir ve bu değişimin hızı inanılmaz boyutta ilgi çekicidir. Dijital ve teknolojik gelişmeler, şirketlere ve çalışanlarına yaratıcılığa ve konfora bağlı iş verimliliği imkânlarını sağlamaktadır. Çalışanlar ve işverenler açısından bu yeni verimlilik anlayışı artık sadece üretimi arttırmak için çalışanların iş yükünü çoğaltmaya yönelik değil, daha çok özgür ve bağımsız çalışma alanları meydana getirerek, bireylerin gelişimini olumlu yönde etkileyen bir yaklaşım haline gelmiştir (Soyak, 2009, s. 40).

Karadeniz Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü öğrencilerinin yapmış olduğu 2019 Eylül güz yarıyılı bitirme çalışmasında tanımlanan bilgilere göre (KTÜ, 2019-2020): Teknolojik olaylarda yaşanan devrimsel nitelikteki gelişmeler sonucu çalışma alanları "yeni nesil çalışma mekânı" adı altında köklü bir değişim sürecine girmiştir. Bu köklü değişimler sadece bugünün gelişimlerini kapsamamakla beraber, geleceğe yönelik mekân anlayışının temellerini de bugünden atmaktadır. Şirketlerin benimsediği ve değişme göre geliştirilmiş yeni çalışma metotlarına bağlı olan çalışma ortamının da değişim göstermesi kaçınılmaz bir durumdur. Geleceğin ofis anlayışı hem çalışanın hem de işverenin gösterdiği esnek ve yenilikçi tutum sayesinde gelişmektedir. Bu anlayışı sağlayabilmek adına, çalışma ortamlarında ileri düzeyli tüm bilişsel teknolojik sistemlerinin yaygın kullanımı gerekmektedir. Günümüzde çağdaş ofis anlayışına farklı yaklaşımlar sunulmaktadır. Bunlar Anjum ve diğerlerine (2005) göre: "Otel ofis", "Sanal ofis" ve Yerel/Ev ofis" örneklerinde olduğu gibi sınıflandırılmaktadır. Yeni nesil çalışma mekânları, çalışanının performansını en üst seviyede tutma kaygısını içermektedir. Arabacıoğlu'na (2011, s.40) göre;

> "Ofis mekânları tasarımı konusunda uzmanlaşmış İngiltere'nin önde gelen bir mimarlık bürosu olan DEGW'nin İngiltere'de yapmış olduğu bir araştırmanın sonuçlarına göre ortalama bir çalışan zamanının %60'ını ofis içerisinde geçirmekte ve bu sürenin ancak % 50'sinde aktif olarak masa başında bulunmaktadır".

Otel ofis anlayış tarzı Arabacıoğlu'na (2011, s.41) göre: işyerinde sabit bir masa olmadan çalışmayı destekleyen, iş yerini paylaşmayı temel alan bir yenilikçi ofis anlayışıdır. Bu anlayışın ortaya çıkmasındaki temel etken çalışma alanlarının az donanımlı olması ve yükselen ofis maliyetleridir. Sabit bir iş yeri olmadan çalışma fikri, İngiltere'de yaygın olarak kullanılan bir çalışma biçimidir. Benzer örnekler Türkiye'de var olan "Kolektif House" yapılandırması üzerinden verilebilir. Bu paylaşımlı ofis 7/24 kullanılabilen, kullanıcılara farklı çalışma imkânları ve hizmetleri sunan bir sistemdir. "Kolektif House" internet sitesinde yayınladıkları ofis hakkındaki manifestoları aşağıdaki gibidir;

> "Duvarların, masaların, bilgisayarların bir araya geldiği yerden çok daha fazlasıdır. Ortak bir ruhun, yaratıcılığın, farklı seslerin, kültürlerin, bir araya gelmesidir. Birken, bir arada çok daha üretken olabilmektir. Sadece iş arkadaşlarını değil, işini aşkla yapan insanları tanımak, birlikte yeni iş fırsatları yaratmaktır. Aynı havayı, aynı heyecanı solumak, "Bence"lerden "Bizce"ye ulaşmaktır. Egonun altını değil, üstünü çizebilmek… Sahip olduğun deneyimi paylaşabilmektir. Almaktan çok vermeyi, anlatmaktan çok dinlemeyi bilmektir. İşini, çalıştığın yeri insanları sevmek… Mesai bittiğinde değil, başladığında sevinmektir. Değişimin, gelişimin, büyük bir kültürün parçası olmak; adım adım PAYLAŞARAK Büyümektir" (Kolektif House, 2020).

Bu farklı ofis çalışması anlayışı ileriye yönelik insanları mekânsızlaşma olgusuna taşımakta, bir anlamda alıştırmaktadır. Bu düzenlemeler, tam zamanlı çalışma sisteminden, esnek çalışma saatlerine geçişte kullanılan mekânsal sistemlerdir. "Tago Architects"in sitesinde yayınladıklarına göre: "Mekânsızlaşma" kavramı ile şekillenen mekân organizasyonu yeni bir mekânsal planlama yapılarak, bölünebilir ofisler tasarlamanın gerekliliğini ifade etmektedir (Tago Architects, 2017). Çalışma alanlarındaki bu farklı şekillenme ihtiyacının getirdiği eğilim hakkında "Tago Architects" kurucusu Yüksek Mimar Gökhan Aktan Altuğ aşağıdaki biçimiyle açıklama yapmaktadır;

> "Bu yeni eğilim, toplantı odalarının, seminer salonlarının ayrıca kiralandığı, ofis içerisinde açık bir kurguyla hareket edildiği, sosyal mekânların da çalışma alanı olarak kullanıldığı bir yapılaşmaya işaret ediyor. Çalışanların ofis içerisinde bulunma süreleri ve zamanlarının da değişmesiyle klasik mesai saatleri esniyor ve bu da ofis mobilyaları başta olmak üzere tüm tasarıma yansıyor" (Tago Architects, 2017).

Teknolojinin bize sunduğu kablosuz elektronik cihazların avantajları ile günümüzde artık her yerde çalışabilmek mümkündür. Bu esneklik, sanal ofislerin varoluşunu destekler niteliktedir. Arabacıoğlu'na göre (2011, s.42):

> Sanal ofis fikri ise kablosuz teknolojilerin ortaya çıkması ile beliren bir yaklaşımdır. Cep telefonları, dizüstü bilgisayarlar, elektronik ajandalar ve benzeri cihazlar herhangi bir yerde çalışmayı mümkün kılmaktadır. 'Göçebe Ofis' olarak da anılan bu yaklaşımda 'yerleşik' ve 'göçebe' çalışanlar işverenler tarafından tutulurlar (Pélergin-Genel, 1996). Yerleşik çalışanlar sabit ve kendilerine ait bir iş istasyonuna yerleştirilirken göçebe çalışanlar işlerini araba, tren, otel odası, havaalanı gibi birçok farklı yerden idare ederler.

Esnek çalışma modellerinin arasında en yaygın olan "yerel/ev ofis" yaklaşımı, evden çalışma sistemine dayalı modern dönem iş yaşamı biçimini tariflemektedir. Çalışanlar işverenin denetimi altında olmaksızın kendine verilen işi çok kolaylıkla yapabilmekte ve karşılığını almaktadır. Uzaktan çalışmada tek kural uzaktan teknolojik bağlantılarının hepsinin mevcut olması ve herhangi bir kesintiye uğramamasıdır. Bu çalışma biçiminde belirli bir zaman aralığı yoktur. Mesai başlangıç ve bitiş saatleri işverene bağlı olarak farklı zamanlarda oluşturulabilmektedir. Çalışanlar özel hayatlarına da vakit ayırarak iş-yaşam dengesini bu çalışma sistemi ile çok daha rahat bir şekilde kurabilmektedir.

Yeni nesil çalışma alanları, bu biçimde çalışma düzeninin ağırlıklı kullanıcısı olan "Z kuşağı" açısından ele alındığında; mekânsal karşılıklarının diğer kuşaklara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bina ve ofislerin fiziksel şartları ile ilgili çalışan Z kuşağı beklentilerinin, X ve Y kuşaklarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Ekip çalışmasına uygun olmayan bu kuşak aynı zamanda sınırlar ve kişisel alanlara çok fazla değer vermektedirler. Bu nedenle özel alanların olmadığı, hareket sınırı kısıtlı olan açık ofis ortamları, Z kuşağı mekânsal karşılığına uygun değildir. Bu kuşak çalışanı hem yalnız kalabilecekleri özel alanların hem de sosyalleşebilecekleri toplumsal alanların olduğu yeni nesil ofis standartlarına uyum sağlamaktadır. Bu kuşağın bireyleri, çalışma alanlarında sosyal yaşam kurgusunu sürdürebilmeyi istemektedirler. Potansiyelleri ancak bu şekilde ortaya çıkmaktadır. Convene internet sayfasında Z Kuşağı için Richardson (2020);

> "…çalışma mekânındaki odaların ne amaçla kullanıldığı, çok net ve açık olmalıdır. Kuşağın bireyleri hangi odada telefonla konuşabileceklerini, hangi odanın çalışma ve toplantı odası olduğunu bilmek isterler…"

şeklinde açıklamıştır. Çalışma ortamında modüler mobilya fonksiyonu Z çalışanlarının sosyal, ekip tabanlı çalışma tarzları için ideal olduğu belirtilmektedir. Örneğin, birçok yönden birbirine uyan hareketli mobilyalar ile dinamik, etkileşimli bir ortam sağlanmaktadır. Sağlıklarına çok önem vererek yetişen bu jenerasyon için ofis ortamında doğal ışık kullanımı, kat bahçeleri ve doğaya ait diğer unsurların yer alması oldukça önemlidir. İç mekân tasarımında sürdürülebilirlik kavramı bu noktada ön plana çıkmaktadır. Ayrıca doğal malzeme kullanıldığı dinamik, renkli ve konforlu mekânların Z kuşağını çalışılabilir kıldığını belirtilmektedir. Motive olmak için mekânsal beklentilerin, çatı katı terasları, samimi ve konforlu oturum alanları, eğlenceli yemek yeme alanları ve oyun odaları olduğundan da söz edilmektedir. Z kuşağı çalışma mekânlarında; saatlerce zaman geçirebileceği mekânsal fonksiyonlar istemektedirler. Çalışma kavramı onlar için önemli olduğu kadar kendi özel yaşamları da önemlidir ve sonuç olarak ikisinden de ödün vermek istememektedirler. Çalıştıkları mekâna ait olmak isterler.

3.3 Yeni Nesil Çalışma Alanları Mekânsal Özellikleri

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan değişimler günden güne kendini yenilemekte ve geleneksel düşünce yapısından uzaklaşmaktadır. Geçmişten günümüze ekonomik, kültürel ve toplumsal olaylar bütünüyle çalışma hayatının değişmesine paralel olarak çalışma mekânı da değişmektedir. Yeni jenerasyonun sosyal ve iş yaşamının dönüşmesi üzerindeki etkileri ve zamanla ihtiyaçlara yönelik değişen tasarım kriterleri çalışma mekânlarının günümüzde "yeni nesil çalışma mekânı" olarak ifade edilmesine olanak sağlamıştır. Altuğ'a göre (2017):

> Zaman içerisinde birçok dinamikle şekillenen 'yeni nesil ofis' algısında, 'mekânsızlaşma' giderek önem kazanıyor. Bu yeni eğilim, toplantı odalarının, seminer salonlarının ayrıca kiralandığı, ofis içerisinde açık bir kurguyla hareket edildiği, sosyal mekânın da çalışma alanı olarak kullanıldığı bir yapılaşmaya işaret ediyor. Çalışanların ofis içerisinde bulunma süreleri ve zamanlarının da değişmesiyle klasik mesai saatleri esniyor ve bu da ofis mobilyaları başta olmak üzere tüm tasarıma yansıyor.

Bu yeni nesil mekânlar alışılmışın dışında tasarlanan çalışma alanlarıdır. Soğuk, kapalı ve hiyerarşik çalışma düzeni yerine ev ortamı rahatlığında çalışma alanları sunarak çalışanın iş yerinde çok daha fazla vakit geçirerek daha verimli çalışmasını mümkün kılan alanlardır.

İstenilen saatte, istenilen süre kadar ve istenilen yerde çalışabilme esnekliğine sahip, yeni nesile zaman ve mekân anlamında özgürlük olanağı sağlayan ortamlardır. Yeni neslin çalışma mekânı gereksinimlerinin öne çıkan ortak özellikleri; kolektif çalışma olanağı, sosyal ve teknolojik alanların oluşturulması, motive edici ve eğlenceli çalışma koşulları, dinlenme alanları, dinamik ve yaratıcı ofis ortamıdır. Yönetici ve çalışan arasındaki sınırların yok edildiği, konsantrasyonun ve verimliliğin arttığı, çok amaçlı çalışma alanları gibi özelliklere sahip olması açısından yeni nesil çalışma mekânları, sıradan ofis tasarımlarına göre bu alanda öne çıkmaktadır. Böylelikle işverenler, günümüz koşullarına uyum sağlayarak, ofis ortamlarına yeni bir boyut kazandırmayı tercih etmektedirler. Kullanıcı odaklı bu yeni nesil çalışma mekânları günümüzde çok yeni gelişim göstermeye başlamış, hala devam eden bir değişim ve gelişim süreci içerisindedir. Dünya'da ki yeni nesil ofis örnekleri üzerinden mekânsal özelliklerin okunması, mekânların değişim biçimlenişlerinin ve gelişim süreçlerinin anlaşılmasında son derece etkili olacaktır. Bu bölümde değişen ofis kültürü konusunda gelinen benzer ve ayrışan noktalar bir araya getirilerek "ortak mekânsal okumalar" yapılmak istenmektedir. Bu değerlendirme ile çıkarılan ortak mekânsal üst değerler, yeni nesil çalışma ofis yaklaşımlarının mekân değerlerinin belirlenmesinde fayda sağlayıcı olacaktır.

3.3.1 "Google Chelsea Newyork" Ofisi

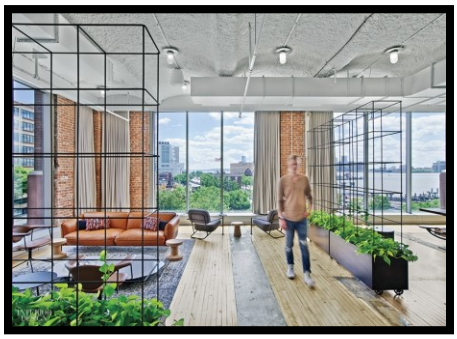
Uyguladığı yenilikçi ofis tasarımlarında ait olduğu dönemin ve şehrin özelliklerini yansıtarak, aynı zamanda geleceğe dönük tasarım yönelimlerini de dahil ederek ilerlemektedir. Bir ofis alanını sadece biçimlendirmekle yetinmeyerek, hayal gücünün yönlendirmesiyle; farklı bir bakış açısı yakalayarak, bununla birlikte keşfederek ve yorumlayarak ilgi çekici ofis tasarımlarını ortaya çıkarmaktadır. Google, şirket olarak yalnızca mimari ve tasarım anlamında değil, çalışanın ihtiyacı ile doğru orantılı olarak yenilikçi yaklaşımlar getirmeyi amaçlamaktadır. Başarı ve verimliliğin çalışma alanında hiyerarşi ile elde edilemeyeceği bilinci ile, çalışanın iş alanındaki konforunun sağlanarak, refahını arttırarak, kolektif biçimde çalışmasını hedeflemektedir. Bu yaklaşım ile üretimde istenilen sonuca varılacağı anlayışı benimsenmektedir. Çağdaş mekân yaklaşımlarının yansıtıldığı iç mekânlarında, verimliliği arttırmaya yönelik unsurlarla biçimlenmiş bir tasarım anlayışı vardır. Çalışma alanında işlevsellik yüksek, sosyal iletişim ve rahatlama alanı ön plandadır. Esnek, şeffaf aynı zamanda

değişken biçimde tasarlanan mimari yapıdadır. Oldukça dinamik, canlı ve renkli, motivasyon yükselten bir ofis ortamına sahiptir.

Google ofisinin mekânsal organizasyonu "fitness" stüdyosu, farklı konseptler ile ele alınmış ofis odaları, toplantı salonları, kafeteryalar ve dinlenme alanlarından oluşmaktadır. DeCombo sitesinde yer alan bilgiye göre (DeCombo, 2019):

> "Google'ın benzersiz mizah anlayışı tüm ofis alanında görünür. Örneğin, küçük ve eski bir New York dairesi şeklinde dekore edilmiş bir toplantı odasının duvarında garip aile fotoğrafları sergilenmektedir. Viktorya dönemi temalı bir kütüphanede Star Wars karakterlerinin döneme uygun çerçeveli fotoğrafları bulunur. Ayrıca Google, çalışanlarına alan içerisindeki hareketlerini kolaylaştırmak için scooter vermiştir"

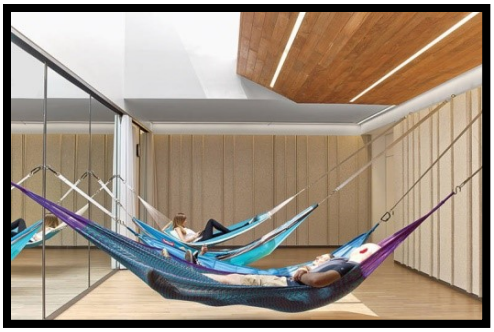


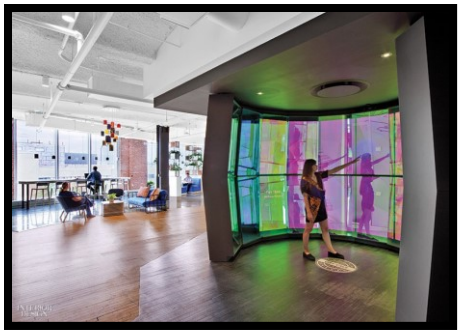


Şekil 30- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 31-** Oturma Salonu İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.interiordesign.net/slideshows/detail/9741-google-s-nyc-office-by-interior-architects-has-eye-catching-features-at-every-turn/)

Şirketin kendini dinamik, renkli, konforlu ve eğlenceli olarak tanımladıkları iç mekân tasarımı ve ofisin mekânsal organizasyonu "yeni nesil çalışma mekânı" anlayışını yansıtmaktadır. Çalışanın beklentilerini karşılayarak, verimliliğin artması için yapılan güneş ışığı altında hamaklı dinlenme alanları, sosyalleşme ve iletişime verilen önem ile birlikte tasarlanan telefon odası ve toplantı alanı hem işlevsellik hem de görsel açıdan bu anlayışın tasarım unsurlarıdır. Esnek çalışma ve sosyalleşme koşullarına sahip olan ofis alanında istenilen zaman ve istenilen yerde çalışmak veya sosyalleşmek mümkündür.

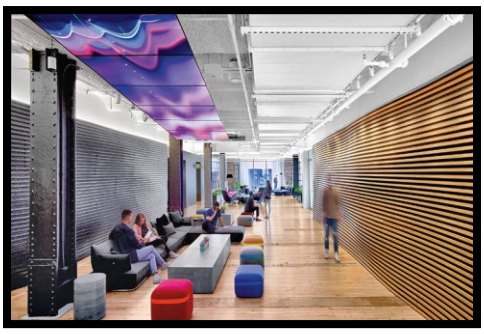




Şekil 32- Hamaklı Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 33-** Telefon Odası İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

"Interior Design" dergisinde yayınlanan bilgiye göre (2017): Ofisin iç mekânındaki bir koridorda insan varlığını algılayan görüntüleme sistemine sahip özellikler bulunmaktadır. Ön fonksiyon alanındaki asma tavan sistemi, koridora gelen kişilerin konuşmasını ve hareketini renkli dalgalara dönüştürerek ilgi çekici bir tasarım öğesi oluşturmaktadır. Dijitalleşme ve teknoloji iç mekân fonksiyon alanlarında sıklıkla kullanılarak yenilikçi tasarım anlayışı benimsenmiştir.





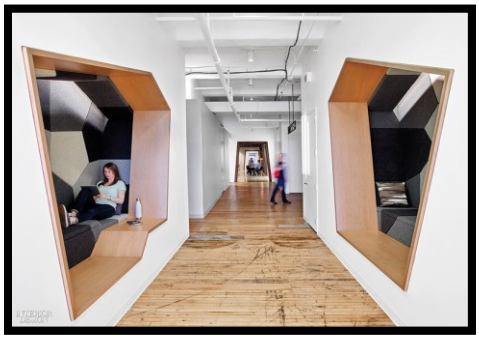
Şekil 34- Ön Satış Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 35-** Koridor İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Çalışma mekânında çalışanlara ait Hudson Nehri manzaralı özel dinlenme alanları mevcuttur. Mekânda dinlenirken aynı zamanda kolektif olarak da vakit geçirilebilir bir alandır. Çalışanların yalnız kalmak istediklerinde kendi başına olabilecekleri duvarların içine gömülü

özel dinlenme alanları yaratılarak, çalışmak amaçlı da kullanılabilen tasarım detaylarına sahip özel alanlar oluşturulmuştur.





Şekil 36- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 37-** Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

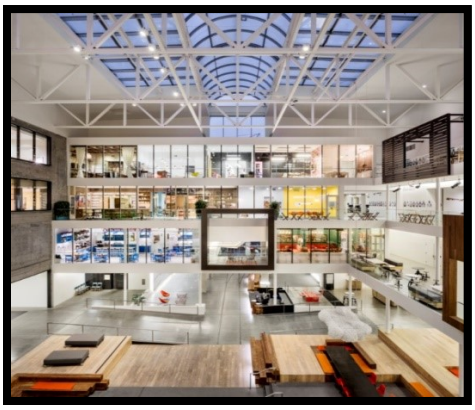
Google çalışma ofisi iç mekân tasarımında malzeme çeşitliliğinin kullanımı fazla ve birbirine entegredir. Zemin ve duvar malzemesi olarak ahşap, beton, mermer gibi birbirinden farklı malzemeler bir arada kullanılmaktadır. Dijital aydınlatmalar her alanda farklı bir atmosferi sağlamaktadır.

3.3.2 "Airbnb San Francisco" Ofisi

Gelişen dijital çağ koşullarında insanların sadece otellerde kalmasını zorunlu halden çıkarıp, farklı boyutlara taşıyarak istedikleri yerlerde kalmalarına olanak sağlaması büyük bir gelişim olgusudur. "Office snapshots" adlı internet sitesinde yer alan bilgiye göre, "Belonging Anywhere" – "herhangi bir yere ait olmak" anlayışından esinlenerek kendi misyonunun altında yatan temel bir kavram olan paylaşım kültürünü örneklendirmek amacıyla Airbnb Çevre Ekibi çeşitli çalışma mekânlarını yaratmıştır. Eski bireysel kitle modeli fikrine sabit kalmak yerine çeşitlilik sağlamak ve yeni olanaklar üretmek, ihtiyaçlara göre mekânın kullanım şekillerini değiştirmek amaçladıkları düşünce sistemini oluşturmaktadır (Office snapshots, 2015).

San Francisco, California'da bulunan ofisin 2017 yılında tasarımı tamamlanmıştır. Bu ofis yeni nesil çalışma mekânı anlayışının tüm gereksinimlerini karşılamaktadır. İç mekân

değerlendirmesi olarak, çalışma alanları ve toplantı salonlarının ofisten daha çok konuta benzediği görülmektedir. Bu tasarım anlayışının nedeni ofis politikasında verdiği hizmetin yansımalarını göstermek istemesidir. Ofisin mekânsal oluşumu her bölümünde dünyadaki çeşitli konut tasarımları ile sağlanmıştır (Office snapshots, 2015).



Şekil 38- Atriyum Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2019/01/29/airbnb-headquarters-san-francisco/)



Şekil 39- Atriyum Alanı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Ofisin ilgi çekici alanlarından ortak alan olarak belirlenen “atriyum” bölümü, tek başına birçok alanı da içinde barındırmaktadır. Organizasyon olarak mekân içinde mekân ilişkisi kurulmuştur. Çalışanların kolay bir şekilde istedikleri alanı seçebilmeleri için işlevsel bir alan düzeni oluşturulmuştur. Fonksiyon açısından kullanılırlığı incelendiğinde, tüm alanların etkin biçimde çalışmak ve sosyalleşmek adına tüketildiği görülmektedir. Mekânda tavan strüktürü yapısal anlamda yüksek ve camdan tasarlanmıştır. Böylelikle mekân içinde aydınlatma gün ışığı

alarak ve her konuma eşit şekilde bölünerek oluşturulmuştur. Kullanılan malzemeler ve renk uyumluluğu mekânın daha geniş ve ferah görünmesini sağlamıştır (Office snapshots, 2015).

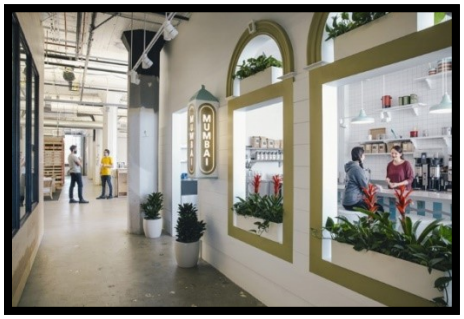




Şekil 40- Toplantı Odaları İç Mekân Görseli **Şekil 41-** Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Ofis içerisindeki mekânsal kurgu çeşitliliğinin ilgi çekici yanı dünya üzerinde bulunan "Airbnb" evlerinden esinlenerek tasarlanmış olmasıdır. Bundan dolayı bireysel ya da grup olarak çalışma ve toplantı yapma imkânı sağlanan, diğer bir yandan gerekirse kişisel aktivitelerini yapabilmek adına sosyal alan olarak kullanılabilen birden fazla kurgusal mekân mevcuttur. Norveç'te bulunan bir tekne evi modeli oluşturularak, çalışanların bu mekânda istedikleri zaman tül perdeleri kapatarak kendilerini soyutlama özgürlüğü sağlanmıştır. Dinlenme alanı olarak kullanılan, aynı zamanda da çalışanların mutfak ihtiyacını sağlayan İzlanda modeli bir mutfak tasarımı ile mekân örneği oluşturulmuştur.

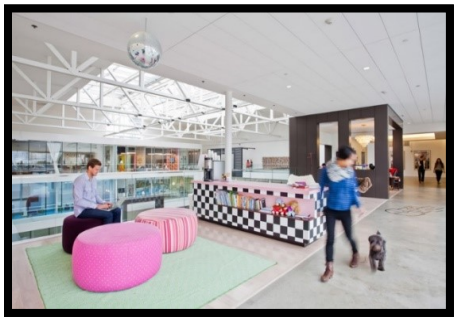


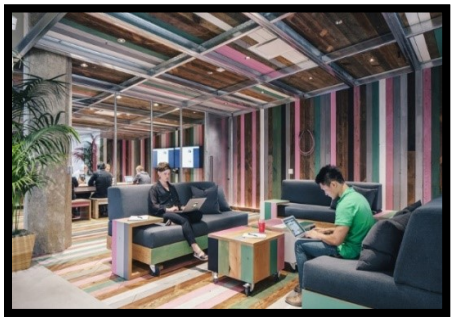


Şekil 42- Mumbai Kafe İç Mekân Görseli **Şekil 43-** Kahire Yemek Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Ayrıca, ofisin iç mekânında çalışanların öğle aralarında yemek yeme ve dinlenme amacı için kullandıkları Kahire ve Mumbai konseptindeki kent kültürü temalı tasarlanan kafe ve restoranlar bulunmaktadır. Uzak doğu tasarım anlayışı benimsenerek Şanghay temalı ve Rio de Janeiro'dan esinlenerek tasarlanan oturma odaları mekân kurgusu örneklendirilmiştir. Ofisin her bölümünde, dünyanın dört bir yanından farklı ev stilleri kullanılarak mutfak, yemek ve dinlenme alanları, çok amaçlı olarak düzenlenmiştir.



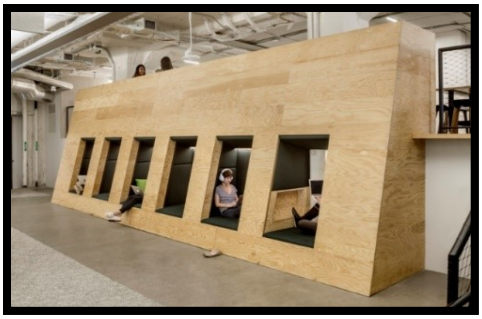


Şekil 44- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 45-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

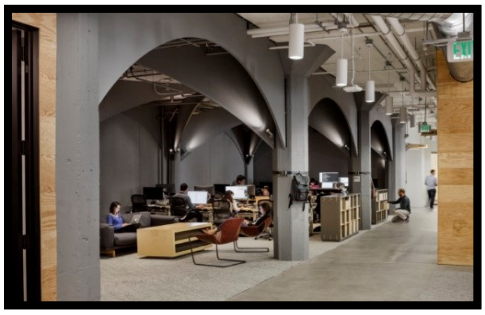
"Airbnb" ofisi günümüz dünyasının gerekli bütün çalışma koşullarına uyum sağlayarak tasarlanmıştır. Kısacası, çalışanların verimliliğini arttırabilmek adına ihtiyacı olan ve tüketmesi gereken tüm işlevsel mekânsal karşılıkları yerine getiren bir tasarım söz konusudur. Bu tarz ofis tipolojileri çalışanlarını destekleyen, tercihlerini önemseyen ve beklentilerini karşılayan mekân örnekleridir. Üretkenlik ve başarı yolunun çalışanların isteklerini gerçekleştirmekten geçtiği düşüncesi benimsenmektedir. Hiçbir çalışan bu ofiste sadece mesai tamamlamak için değil, çalışmaktan zevk aldığı ve işini sevdiği için yapmaktadır. Mekânın eğlenceli ve dinamik olması çalışanı ofisten uzaklaştırmak yerine tam tersi çalışanın ofise bağlanmasını sağlamaktadır.





Şekil 46- Oyun Alanı İç Mekân Görseli Şekil **47-** Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2019/01/29/airbnb-headquarters-san-francisco/)





Şekil 48- Ortak Çalışma Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 49-** Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

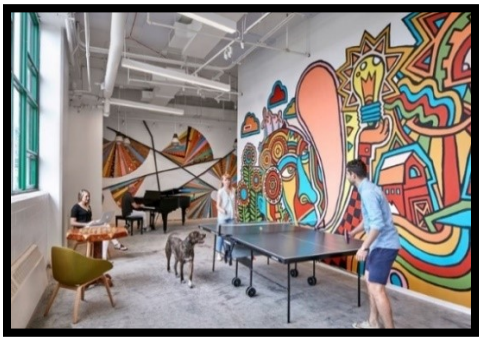
Kaynak: (https://officesnapshots.com/2019/01/29/airbnb-headquarters-san-francisco/)

3.3.3 "Etsy Brooklyn" Ofisi

Brooklyn, Newyork'ta konumlanan "Etsy" Ofisi, insanların el yapımı eşyalar, "vintage" ürünler satmalarını ve satın almalarına erişim sağlayan bir e-ticaret ofisidir. 2016 yılında Gensler Mimarlık şirketinin tasarladığı bu mekânda tasarım kriteri olarak farklı renkler ve bitkiler kullanılmıştır. Bunun nedeni bu ofisin "eklektik tarz" anlayışında tasarlanması olmuştur. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre (2020): eklektik kelimesinin anlamı "seçmeci" olarak açıklanmaktadır. Fakat mimari açıdan eklektik, her stilden tasarım ögelerini derleyip bir araya getirerek toplu bir şekilde belirlenen alanda kullanılmasıdır. Genelde bu tarzı kullanan tasarımcılar diğerlerine göre daha özgür hissederek tasarım yapmakta, böylelikle de daha yaratıcı olabilmektedirler.

“DeCombo” isimli internet sitesinde yayınlanan bilgilere göre (DeCombo, 2019): Etsy ofisinde oldukça fonksiyonel ve eğlenceli mekân bölümleri yer almaktadır. Ofisin tamamında duvarlar ve belirli mekânsal köşeler canlı bitkilerle donatılmıştır.

Günümüzde bu kadar teknolojinin içindeyken aynı zamanda doğanın içinde olduğumuzu düşündürme hissi hem çalışanları hem de ofise gelen ziyaretçileri rahatlatmakta ve iyi hissettirmektedir. Ayrıca, mekânsal fonksiyon bağlamında sürdürülebilir tasarıma çok fazla önem verilmiştir. Bu kadar bitkinin kullanılmasının bir diğer nedeni de doğaya karşı alınan duyarlılık düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Çevreye karşı oldukça duyarlı ve ilgili bir ekolojik ofistir.





Şekil 50- Sosyal Alan İç Mekân Görseli **Şekil 51-** Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2019/01/29/airbnb-headquarters-san-francisco/)

Aşağıdaki ikinci görsele bakıldığında, tavandan geçen yağmur suyu depolama sistemi borusu görülmektedir. Bu yapısal faktör, yağmur suyunu çatıdan toplar ve bir depoda saklar. Çok katlı bir binada plazaların ve gökdelenlerin arasında çalışmak zorunda kalınsa dahi yaratıcı bir tasarımla birlikte aynı zamanda doğanın içinde çalışıyormuş hissi sağlanabilmektedir.



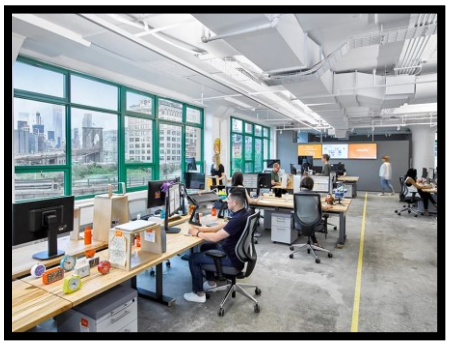


Şekil 52- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 53-** Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.designboom.com/architecture/etsy-headquarters-gensler-brooklyn-new-york-12-01-2016/)

Ofis binası içerisinde kayıt stüdyoları, ürünleri gösterebilecekleri halka açık toplanma alanları ve tasarım dükkânları bulunmaktadır. Ayrıca, gün içinde kullanılan ortak çalışma alanlarının aksine önemli zamanlarda tercih edilen, kullanılabilecek bireysel çalışma kioskları yer almaktadır. Bu alanlar genelde çalışanın odaklanması veya toplantı yapması gerektiğinde yalnız kalma ihtiyacı duyduğu anlarda kullanılmaktadır. Mekân içinde bu alanların kurgulanması, çalışanların kişisel alan açısından özgür olduğunu düşünmesini sağlamaktadır.

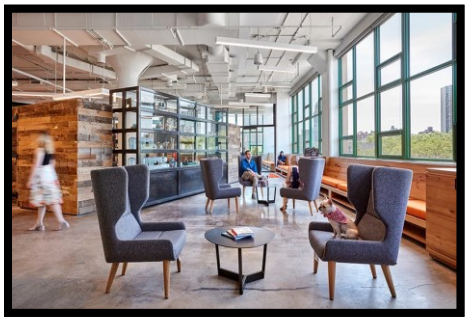




Şekil 54- Bireysel Çalışma Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 55-** Ortak Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.designboom.com/architecture/etsy-headquarters-gensler-brooklyn-new-york-12-01-2016/)

Bir diğer yandan, her katta çalışanların takım arkadaşları ile sohbet etmek, iletişim kurmak amacıyla ya da günlük yapılan toplantılar için çalışanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik alanlar mevcuttur. Ofis içerisinde toplantı salonları mekânın her alanına çok fazla sayıda konumlandırılmaktadır. Sıradan bir toplantı salonu özelliği göstermemekle birlikte, konut ortamı düşüncesi yansıtılarak tasarlanmıştır. Böylelikle değişime uğrayan çalışma kültürü sayesinde ofise dışarıdan gelen bireyler veya çalışanlar tarafından samimi, sıcak ve konforlu alan olarak karşılanmaktadır.



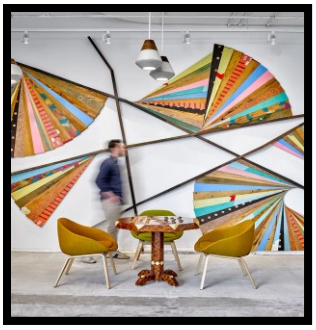


Şekil 56- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 57-** Toplantı Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.designboom.com/architecture/etsy-headquarters-gensler-brooklyn-new-york-12-01-2016/)

Alışılan sıradan ofis algısından farklı olarak, yeni nesil mekân da sıklıkla karşılaşılan eğlenceli, dinamik ve yaratıcı alanlardan biri sayılan ofisin teras katı dinlenmek ve sosyalleşmek için kullanılan çalışanlara ait bir mekândır. Bütün katların fonksiyonel bir şekilde çözümlendiği, yeni nesil mekân anlayışına dinamik renkler ve dokunuşlarla adapte edilerek tasarlanan bu ofis gökdelen yapılarının arasında, tasarım özellikleri sebebiyle çalışanları şehir kalabalığından uzaklaştırmaktadır. Kişiler iş aralarında çok amaçlı kullanılan bu ortamda kendilerini yenilenmiş hissetmektedirler. Mekânın atmosferi ve aydınlatması ile birlikte çalışanlara esnek ve verimli bir ortam yaratılmak hedeflenmiştir. Ayrıca, ofisin duvarları sanatsal renkli duvar kağıtları ile dekor edilerek, mekâna hareketlilik kazandırılmıştır.





Şekil 58- Teras Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 59-** Oyun Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.designboom.com/architecture/etsy-headquarters-gensler-brooklyn-new-york-12-01-2016/)

Mekân tasarımı ve organizasyonu açısından bir diğer önemli faktör ise, ofiste kullanılan mobilyaların hepsinin yerel sanatçılar ve satıcılar tarafından yapılan el yapımı ürünlerden oluşmasıdır. Şirket teması mekânsal karşılık olarak çalışma alanına eşit ve başarılı bir şekilde yansıtılmaktadır.





Şekil 60- Ortak Çalışma Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 61-** Mutfak Alanı İç Mekân Görseli

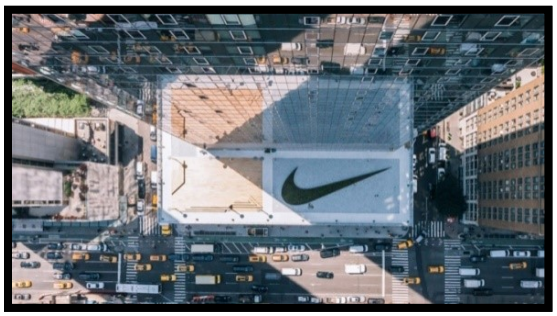
Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

İç mekânda sürdürülebilir tasarım unsuru olarak, çalışanların geri dönüşüme alışmasını ve katkı sağlamasını geliştirmek amacıyla özel mutfak alanı tasarlanarak çalışanlar bu yaklaşıma teşvik edilmektedir. Tüm bu mekânların yanı sıra ofiste, bebek odası, yoga stüdyosu, istenilen zamanda kullanılabilen duş odaları, sessiz oda, yeşil kütüphane gibi alanlar yaratılarak çalışanların tüm ihtiyaçları düşünülmüştür (DeCombo, 2019).

Çalışanlar bu ofiste eve gitme zorunlulukları olmadığı sürece tüm gereksinimlerini karşılayabilir, yaşamını iyi koşullar altında sürdürebilirler. Mekânsal fonksiyon ve organizasyon sayesinde her açıdan kişileri 7/24 çalışma anlayışına teşvik etmektedir.

3.3.4 "Nike NYC" Ofisi

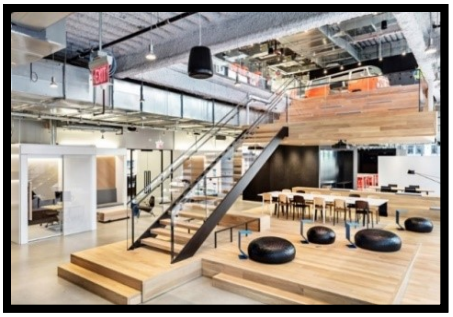
"Nike NYC", Manhattan bölgesinde konumlanan altı kattan oluşan düşünülerek, ayrıntılı bir şekilde tasarlanmış, işlevsel ve modern bir ofistir. 2017 yılında 150.000 metrekarelik fazlasıyla geniş bir alan kaplayan bu tasarım ofisi en iyi spor anlarından, kendi atlet ve sporcularından ilham alınarak tasarlanmıştır. İç mekân karşılığı olarak bünyesinde standart ofis alanları, yeme içme alanları, iki büyük teras, kütüphane, "fitness" stüdyosu ve büyük bir basketbol sahası barındırmaktadır. DeCombo isimli internet sitesinde yayınlanan bilgilere göre (DeCombo, 2019):

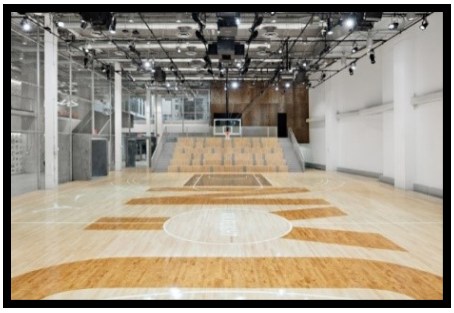


Şekil 62- Çatı Katı Mekân Görseli

Kaynak: (https://www.architecturaldigest.com/story/nike-unveils-stunning-new-headquarters-new-york-city)

Empire State Binası'ndan net olarak görülebilen, ofis binasının çatı katındaki markanın bilinen logosu öne çıkan tasarım özelliklerinden biridir. Spor, insanların yaşamına hareket katar, dinç ve zinde olmayı sağlar. Bu düşünceden yola çıkarak, ofisin tasarımında dinamizm kavramı en temel unsur olarak alınmıştır. Mekânda insanı harekete geçiren bir aktiflik söz konusudur. Giriş alanında çalışanların kendilerini bir sporcu gibi sanki ofise değil stadyuma girermiş gibi hissetmeleri için ofis girişi tünel şeklinde tasarlanmıştır. Halka açık basketbol sahası belirli aktivitelerde hem toplum hem de çalışanlar tarafından kullanılabilmektedir (DeCombo, 2019).



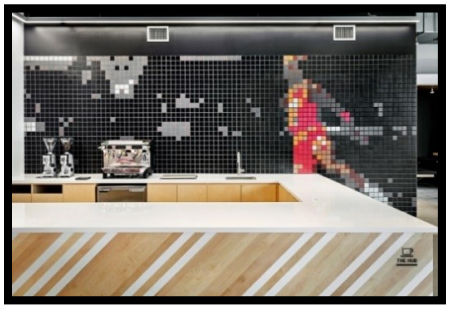


Şekil 63- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 64-** Basketbol Sahası İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Sabah mesai başlamadan önce, öğle arasında veya mesai bittiğinde çalışanlar sahada basketbol oynayabilirler. Hem iş yaşamını hem de özel yaşamını dengede tutmak isteyen yeni nesil açısından bu ofis isteklerini karşılama açısından uygundur. Çalışma merkezinin ortak alanı olan mekân New York'un simgelerinden biri olan "The Highline" parkından esinlenerek tasarlanmıştır.





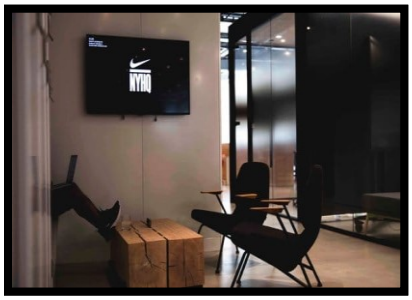
Şekil 65- Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 66-** Mutfak Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Dekoratif elemanlar olarak mutfak alanında kullanılan mozaik malzeme ile duvara yapılan Michael Jordan'ın ikonik figürü dikkat çekici mekânsal faktördür. Ofisin içinde ayrıca yemek yeme alanlarından hariç maçlardaki gibi çalışanlara yiyecek ve içecek dağıtan bir karavan bulunmaktadır. Mekân ve insan ilişkisini kurabilmek kadar mekân ve iş ilişkisini de kurmak çalışma biçimleri açısından çok önemli bir yere sahiptir. Mekânın atmosferini dekoratif yardımcı

elemanlarla zenginleştirerek çalışanın hiç uğraş vermeden işi ile bağlantı kurması, verimliliği artıran temel unsurlardan birisidir (DeCombo, 2019).





Şekil 67- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 68-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://studios.com/projects/nike_ny_headquarters/)

"Nike NYC" ofis projesini New York'ta bulunan "Studios" adlı tasarım ve mimarlık firması tarafından yapılmıştır. Şirketin amaçladığı tasarım anlayışı ileriye yönelik yeni nesil kavramına ilişkin tasarımlar gerçekleştirmektir. Bu nedenle "Studios Architecture'ın" sitesinde bulunan Nike NYC ofisi ile ilgili yayınlanan bilgiye göre (Studios Architecture, 2017): Dijital dünyanın yeniliklerini atlamayan çalışma mekânında teknolojinin gelişimini vurgulamak adına çalışanlara "sergi salonu" deneyimi yaşatabilmek için dijital tavanlar tasarlamışlardır. Yenilikçi tasarım biçimiyle Nike, çalışanları için kendi çalışma tarzını ve alışkanlığını yansıtabilecek bir ofis ortamı oluşturmayı hedeflemektedir. Bu nedenle ofiste çalışanların kendine ait oturmuş bir çalışma masası ve sabit ofis odaları yoktur. Esnek mekân anlayışı yansıtılarak, ofisin her yerinde isteyen herkes istediği yerde çalışabilme özgürlüğüne sahiptir. Böylelikle sporun en temel maddesi hareketli, dinamik ve dönüşümlü yaşam tarzı, tasarıma aktarıldığında sürekli biçimde mekânsal oluşum yaratması kaçınılmazdır. Ayrıca mekânın içeri girildiği anda yansıtmış olduğu atmosfer, kullanılan renkler, malzemeler, ışıklandırma ileriye yönelik yeni nesil ofis anlayışına uyum sağlamaktadır. Yarı saydam cam ve beton duvarlar ise geleneksel ofis anlayışından uzaktır.





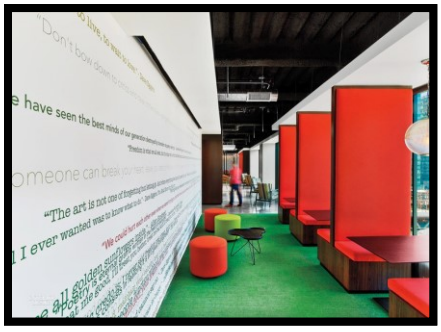
Şekil 69- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 70-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://studios.com/projects/nike_ny_headquarters/)

3.3.5 "Linkedin San Francisco" Ofisi

"Linkedin Ofisi" San Francisco'da oldukça büyük bir alana 26 katlı olarak konumlandırılmıştır. Oldukça renkli ve dinamik olan bu ofisin her katında alanları tanımlamak için kullanılan grafik tasarım görselleri mevcuttur. Bu tasarım faktörü projenin iç mekân olarak önemli özelliklerinden biridir. Her katta toplantı salonları tasarlanarak, bu salonların hepsinin farklı bir teması ve konsepti oluşturulmuştur. Çalışanlar kendilerini her an eski zaman bir barda, şık bir kafede veya yerli bir film karesinin içinde bulabilmektedir (DeCombo, 2019).





Şekil 71- Koridor Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 72-** Kafe Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Sosyal alan olarak kullanılan mekân aynı zamanda hobi alanı olarak da tasarlanmıştır. Çok amaçlı, esnek ve işlevsel olan bu mekân çalışanların çocukluğuna dönmesini sağlayan oyun (langırt) masaları ve renkli oyun küplerinden yapılmış tasarım piksel duvarı ile desteklenmiştir.



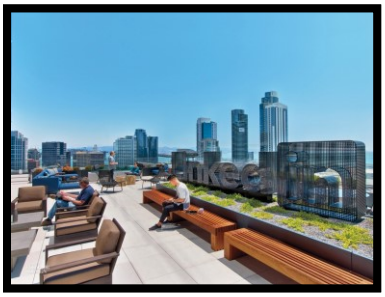


Şekil 73- Oyun Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 74-** Oturma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Çalışanlarının sağlığına ve zinde olmasına yeni nesil çalışma mekânnda oldukça önem verilmektedir. Linkedin ofisi de yeni nesil mekân anlayışına uyum sağlayarak ofisin içinde gelişmiş bir spor salonu ve spa merkezine sahiptir. Ayrıca San Francisco manzaralı büyük, geniş ve konforlu bir terasa sahiptir. Çalışanlar dinlenme aralarını bu terasta kendilerini temiz hava ve gün ışığı alarak yenilemektedirler.





Şekil 75- Spor Salonu İç Mekân Görseli **Şekil 76-** Teras Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Linkedin çağdaş mekân biçim ve fonksiyonuna uyumlu bir ofistir. İç mekân olarak, çok fazla ayrıntılı, modüler ve taşınılabilir mobilya detayı kullanılmamıştır. Mekânsal farklılıklar daha çok temel ana yapı maddeleri üzerinden sağlanmaktadır. Örnek vermek gerekirse, işlevsel aynı zamanda süslü bir mobilya elemanı kullanmak yerine daha yalın bir tasarım anlayışı benimsenerek, sadece duvar gibi sabit olan yerlere, süslemeler ve tablolar yerleştirilmiştir. Böylelikle yeni nesil mekân anlayışı ofisin her yerinde eşit bir şekilde aktarılmıştır.



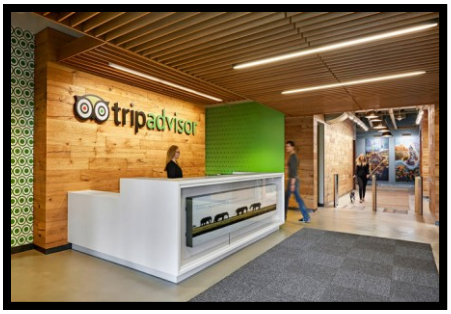


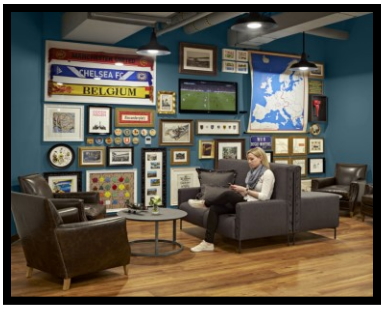
Şekil 77- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 78-** Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

3.3.6 "TripAdvisor Needham" Ofisi

"Office snapshots" adlı internet sitesinde yer alan bilgiye göre (2015): "TripAdvisor" ofisi 282.000 metrekarelik geniş bir alana Needham'da kurulmuştur. Küresel bir platform olan bu şirket aynı zamanda dünyada büyük bir kitleye de hizmet vermektedir. Şirket misyonu olarak, insanların nasıl çalıştığına saygı göstermek ve ekip üyelerinin TripAdvisor kültürünü ifade eden bir alanda, iyi koşullar altında verimli bir şekilde işlerini yapmalarını sağlamak için kurumsal olmayan bir merkez oluşturma fikrini benimsemişlerdir.





Şekil 79- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 80-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2015/09/14/tripadvisor-needham-headquarters/)

Ofis iş anlayışında çok fazla kültür barındırdığı ve sürekli bu kültürlerle ilgilendiği için yaratıcı tasarımlara son derece elverişli, eğlenceli ve çeşitliliğin çok olduğu tasarımsal düşünceler ortaya çıkmıştır. Bu nedenden dolayı da her bir katın tasarımı, farklı bir kıta ve kültürü temsil edecek şekilde düzenlenmiştir. Resepsiyon alanının duvarında, bin tane kullanıcının fotoğraflarından oluşan bir dünya haritası bulunmaktadır.

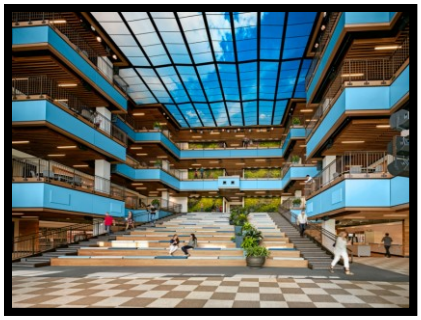




Şekil 81- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 82-** Sosyal Alan İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2015/09/14/tripadvisor-needham-headquarters/)

Ofisteki en dikkat çekici tasarımlardan bir diğeri ise Roma'daki İspanyol merdivenlerinin benzerini içeren, dört katlı avlu biçiminde elektronik bir gökyüzü yansıtılarak, üç kat yüksekliği kadar dikey bahçe tasarlanmış olan "atriyum" alanıdır.

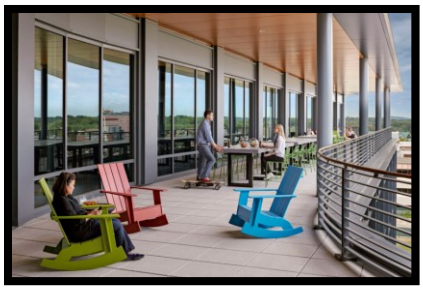




Şekil 83- Atriyum Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 84-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/)

Dış mekân bağlantısı olarak, kentsel bir çatı katı düşüncesinden ilham alınarak ofisin dinlenme ve temiz hava alma amaçlı kullanılan terası tasarlanmıştır. Vakit geçirdiğinizde tamamen mekândan bağımsız, dışarıda herhangi bir yerde olma duygusu sağlamaktadır. Oturma bankları, parkta veya bahçede kullanılan dış mekân mobilyalarından farksızdır. Yer zemininde de bu konsepte uygun olarak dış mekân zemin malzemesi kullanılmıştır. Mekânın iç tasarımında açık yapı ve tavanlar, aydınlatma, kaplamalar, renkler, döşeme, mobilya ve çalışma alanı tasarımı, şirketin tasarım ve mekân hedeflerine ulaşmak için seçilmiştir. Ayrıca tasarlanan alçak ve yüksek masalar, şöminenin önünde oturma yerleri, kafe, pub veya oyun odası çalışanların birden fazla çalışma biçimini desteklemek için kullanabileceği alternatif alanlardır.





Şekil 85- Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 86-** Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (https://officesnapshots.com/2015/09/14/tripadvisor-needham-headquarters/)

Tablo 5- Yeni Nesil Çalışma Alanları İç Mekân Değerleri Tablosu

Yeni Nesil Çalışma Mekânı	Fonksiyon Değerleri	İç Mekân Atmosferi	Teknoloji Kullanımı
"Google Chelsea Newyork" Ofisi	-Açık ofis planlaması -Ofis içerisinde bireysel çalışma alanları oluşumu -Ortak alanlar (dinlenme, sosyalleşme, amfi ve yemek alanları) -Kişisel spor alanları (fitness stüdyosu) -Kolektif ve paylaşımlı çalışma mekân (ortak çalışma mekânı içinde konumlanan şeffaf bölücüler ve dairesel formda kullanılan mobilya kullanımı ile çevrili toplantı alanı) -Islak hacim alanları	-Farklı renk değerlerinin birlikte kullanımı -Ergonomik ve fonksiyonel mobilya kullanımı (esnekliğe ve harekete imkân tanıyan) - Doğal ve yapay ışığın dengeli kullanımı - Modüler sistem uygulaması -Farklı malzemelerin bir arada kullanımı (ahşap malzemesinin her iki donatıda kullanılması)	-Dijital görüntüleme sistemleri -Dokunmatik telefon odası sistemi -Kablosuz iletişim ağ sistemi -Akıllı aydınlatma ve mobilya sistemleri -Sanal ağlarla veri akışı -Taşınabilir teknolojik cihazların kullanımı - Asma tavan sistemi ile insan hareketini ve konuşmasını algılayarak renkli dalgalara dönüştüren panel kullanımı
"Airbnb San Francisco" Ofisi	-Açık ofis planlaması -Mekân içinde mekân oluşumu (ofisin içinde birden çok farklı konut ortamı fonksiyon ilişkili mekân oluşumu) - Ortak alanlar (dinlenme, sosyalleşme, yemek alanları ve oyun alanları) - Ofis içerisinde bireysel çalışma alanları oluşumu (gömülü donatı elemanlarının içinde oluşturulan çalışma alanları) -Islak hacim alanları	-Farklı renk değerlerinin birlikte kullanımı -Modüler ve esnek mobilya kullanımı (kolayca hareket edebilen koltuklar, masa ve sehpalar) - Doğal ve yapay ışığın dengeli olarak bir arada kullanımı -Farklı malzeme kullanımı	-Teknolojik faktörlerin farklı donatılarda kullanımı (aydınlatma, ısıtma, havalandırma ve malzeme) -Taşınabilir teknolojik cihazların kullanımı
"Etsy Brooklyn" Ofisi	-Açık ofis planlaması -Eklektik mimari anlayışı ile mekân organizasyonu oluşumu - Ortak alanlar (dinlenme, sosyalleşme, yemek alanları ve oyun alanları) -Kişisel Toplantı ve Görüşme Odası -Teras Alanı - Ev konseptinde toplantı odaları oluşumu -İşlevsel mekân organizasyonu (mekân içinde ürünleri çekmek ve satışını yapmak için kayıt stüdyoları ve tasarım dükkanları) -Halka açık toplanma alanı -Kişisel spor alanları (yoga stüdyosu) -İsteğe bağlı olarak kullanılan alternatif mekân oluşumu (bebek odası, duş odaları, sessiz oda, yeşil kütüphane) -Islak hacim alanları	-Farklı renk değerlerinin birlikte kullanımı -Mekân içinde canlı bitki kullanımı -Duvarlarda farklı renklerde ve şekillerde grafiti kullanımı -Ergonomik modüler mobilya kullanımı (esnekliğe ve harekete imkân tanıyan) -El yapımı mobilya kullanımı -Sürdürülebilir tasarım işlevi	-Depolama sistemi kullanımı (yağmur suyu depolamak için borulardan oluşturulan donatı fonksiyonu) -Taşınabilir teknolojik cihazların kullanımı -Akıllı aydınlatma ve mobilya sistemleri
"Nike NYC" Ofisi	-Teras Alanı -Kişisel spor alanları (fitness stüdyosu ve basketbol sahası) -Kütüphane oluşumu -Ortak alanlar (dinlenme, sosyalleşme ve yemek alanları) Yiyecek kamyon kiosku (tam anlamı ile mekân olmasa dahi	-Dijital ve yenilikçi tasarım biçimi -Hareket edebilir masa kullanımı (ofisin dinamik anlayışına ters olduğu için sabit masa yoktur) -Esnek ve ergonomik mobilya kullanımı	-Dijital tavan sistemi kullanımı (showroom hissi sağlamak için tasarlanmıştır)

	alanda mekâna dair fonksiyon oluşturur) -Ortak çalışma odaları (her kişinin çalışabileceği kimseye ait olmayan) -Ortak toplantı odaları oluşumu (alan sınırlaması yapılarak oluşum sağlanmıştır) -Islak hacim	-Şeffaf bölücülerin kullanımı (mekân bölmeleri oluşumu)	
"Linkedin San Francisco" Ofisi	-Her katta aynı aksta konumlanan farklı temalar ile tasarlanmış ortak toplantı odaları oluşumu -Mekânda boşluk hissini ortadan kaldırmak amacı ile yaratılan konsept kafe ve yemek alanları -Ortak oyun alanları -Kişisel spor alanları (fitness stüdyosu) -Teras alanı	-Modüler ve taşınabilir mobilya detayı -Minimalist mekân anlayışı (mekân içi ayrıntılı ve detaylı değildir, yalın bir tasarım anlayışı söz konusudur) -Modüler dekor elemanı kullanımı (sabit olan yerlere taşınabilir tablolar ve süslemeler yerleştirilmiştir)	-Taşınabilir teknolojik cihazların kullanımı -Akıllı aydınlatma ve mobilya sistemleri
"TripAdvisor Needham" Ofisi	-Her katta farklı tasarım oluşumu (her biri bir kıtayı ve kültürü temsil edecek şekilde tasarlanmıştır) -Dünya örnekleri üzerinden mekân oluşumu (Roma'da bulunan İspanyol merdivenleri atriyum alanında tasarlanmıştır) - Dinlenme ve teras alanı	-Atriyum alanında kullanılan dikey bahçe oluşumu (görsel açıdan doğaya yakınlık hissi vermektedir) -Park ve bahçede kullanılan sabit masa ve sandalye kullanımı	-Dijital panel kullanımı (mekânda gökyüzü oluşumu yansıtılmaktadır)

BÖLÜM IV. YENİ NESİL ÇALIŞMA MEKÂNI "YEMEKSEPETİ PARK OFİSİ"

Dünya'da birçok örnek üzerinden incelediğimiz mekân karşılıkları arasında Türkiye'de yeni nesil çalışma mekânına karşılık gelen ilk mimari yapı "Yemeksepeti Park" Ofisi'dir. Günümüzde dijital dünya ile değişim gösteren ofis tasarımları, şirketin vizyonunun önemli bir uzantısına dönüşmüşlerdir. Bir şirketin nasıl bir çalışma ortamına sahip olduğu, toplum algısı açısından önemli bir yere sahiptir. Çalışma mekânı anlayışına yeni bir vizyon getiren mimari bakış açısı ile birlikte, yeni bir ofise geçme kararları altındaki sebep, Yemeksepeti'nin kurumsal zihniyetinin bir parçası olan genç, dinamik, yenilikçi, özgür ve esnek olarak tanımladığı yapısını yansıtma ihtiyacıdır. Şirketin kurucu ortağı ve CEO'su Nevzat Aydın,

> "Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi" isimli kitabında (2017, s.8): "İş verimliliği ve mekân kullanımı üzerine yapılmış birçok ölçüm, araştırma, makale hatta akademik tez bulunabilir; ama yine de ofis denen karmaşık organizmanın ihtiyaçları zamanla ortaya çıkıyor, deneyimle ve kurum kültürüyle belirleniyor"

şeklinde ifadede bulunmuştur.

Modern toplumlarda günün önemli bir parçası evde geçirilen süreden daha fazla olarak ofiste geçirildiği için mekân karşılıkları zamanla değer bulmuştur. Çalışma alanlarının çalışanın verimliliğini en çok etkileyen unsur olduğu faktörü yadsınamaz bir gerçektir. Verimli çalışma ortamlarının karakteristiklerine bakıldığında ise ilk sırada şeffaf ve açık iletişimin geldiği görülmektedir. Çalışanların söylediklerinin bir değeri ve bir anlamının olması Yemeksepeti açısından önemli bir unsurdur. Şirket, çalışanların kuruma olan bağlılıklarının geliştiğini düşünmektedir. Böylece çalışanlar, bağlı bulundukları kurumda bir farklılık yaratabileceklerine inanmakta ve bunun üzerinde çaba sarf etmektedir. "Home Office" kavramı yerine konut konforunun verdiği rahatlık düşüncesinden yola çıkılarak Yemepsepeti Park ofis vizyonu ortaya çıkmıştır. Sadece mesai tamamlamayı bekleyen mutsuz bir çalışan görmek değil, ofiste kaldığı sürece olduğu yerden mutluluk duyan bir çalışma profili görme ihtiyacından doğmuştur.

İlk olarak Yemeksepeti 2011 yılında "Yemeksepeti Kampüs" ofisi ile o dönemin teknoloji ve mimari koşullarına göre kendine özgü, farklı ve eğlenceli bir ofis yaratmıştır. Yeni nesil ofis anlayışına sahip olduğunu düşünen marka, günümüzde farklı bir çalışma ortamı örneği sunmaktadır. Tüzer'e göre (2017, s.71): "Yemeksepeti bir gün herkese gerekecek olanları erkenden tespit edebilen bir kurumsal zekaya sahip" ifadesinde bulunarak Yemeksepeti'nin ve fikirlerinin marjinal olduğunu vurgulamıştır.

İstanbul Levent'te 10.000 metrekarelik bir alanda konumlanan, yaklaşık sekiz (8) ay gibi bir sürede tamamlanan bu yeni ofis 2017 yılında "Erginoğlu & Çalışlar Mimarlık" tarafından tasarlanmıştır. Çalışanlarına bulunmaktan keyif alacakları bir ofis tasarlamak, aralarındaki iletişimin kopmamasını sağlamak, ekip ruhunu destekleyen ve dinamik olan bir ortam hazırlamak olarak tanımlanan tasarımın, Yemeksepeti'nin önem verdiği tasarım kriterleri olduğu açıklanmaktadır.

Ofisin tasarımında, hücre biçiminde kapalı ofisler yerine yalın, açık ofisler kullanmayı tercih etmişlerdir. Yönetici ve toplantı odaları ve dahil olmak üzere dört duvarla kaplanan başka oda bulunmamaktadır. Mekân bölünmeleri şeffaf cam ile ayrılmıştır. Böylece tasarıma yansıtılması istenen şirket politikası olan şeffaflık düşüncesi çalışanlara aktarılmıştır. Yeni nesil ofis anlayışının temelinde bulunan hiyerarşik bir yapı yerine yatay mekân organizasyonu sisteminde çalışılmaktadır. Çalışanlar bu sayede her kademeden kişi ile aynı iletişimi kurabilmektedirler. Her açıdan komünikasyonun çok önemli olduğu bu ofiste bu nedenle ortak çalışma alanlarına ve sosyal alanlara çok fazla değer verilmiştir. Nevzat Aydın'a göre (2017, s.9):

> "Takım ruhu, tüm şirketlerin çalışanlarında yaratmak için uğraştığı bir kavram. Sosyal bir yaratık olan insanoğlu, çoğunlukla bir gruba ait olmak ister. Bu dürtü de takım ruhunun işyerinde olumlu bir ortam oluşturmak için önemli bir kriter olduğunu gösteriyor. Takım ruhu olmayan bir çalışma ortamında çalışanlar kendileri için çalışırlarken, takım ruhunun oluşturulduğu bir ortamda ise kendilerinden daha büyük bir şey için, "takım için" çalışmayı isterler. Böylece başarı büyür veya başarısızlık riski takım üyeleri tarafından paylaşılır. Bu da çalışanın kendisini güvende hissetmesini sağlar".

Yemeksepeti bünyesinde çalışan genç profili ile dinamik bir ofis oluşturmaktadır. Bu sayede yaratıcı fikirler ile, yenilikler ve ileri görüşlülük sağlandığı düşünülmektedir. Yemeksepeti blog sayfasında yayınlanan bilgiye göre (Yemeksepeti, 2018):

> "Yemeksepeti, yeni ofisi Yemeksepeti Park ile çalışanların hiç çıkmak istemeyecekleri bir ofis tasarımına imza attı. Uyku odalarından, hamaklı kütüphaneye, 1950'ler ilham alınarak 'diner' temasıyla tasarlanan yemekhaneden tribüne, spor salonundan oyun odalarına kadar her metrekarede yeni nesil çalışanların motivasyonu ve mutluluğu düşünülerek hayata geçirilen Yemeksepeti Park, Türkiye'deki ofis standartlarını baştan tanımlıyor".

"Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi" isimli kitabında Kitle hedefinin bilinçli, kültür sahibi ve dinamik bir topluma hitap etmek olduğu söylenmektedir. Böyle bir kitlenin isteklerine karşı olumlu aksiyon alındığında işlerin çok daha pozitif ve önünün açık olacağına inanılmaktadır. Ayrıca çalışan adaylarını seçerken mülakatta kişileri sadece iş açısından değil, şirket vizyonuna katması gereken bir bilgi birikimi varlığı değerlendirilerek, dışarıdaki sosyal yaşamına ve işi olmasa bile ofiste zaman geçirip geçemeyeceğine dair soruların sorularak çalışan kitlesinin oluşturulmasına özen gösterilmiştir. Entellektüel yaklaşım anlayışı ile ofisteki atmosferin ve kültürün farklı bir boyuta geçmesi amaçlanmıştır. Her dönemde anlatılmak istenilen; her şeye rağmen vizyonun değiştirilmeden, iş stratejisinin sabit tutularak yol alınmasıdır. Yemeksepeti kültürünün çalışma ahlakının mutlu çalışan odaklı ofis ortamı oluşturma fikri olduğu açıklanmaktadır (2017, s.21).

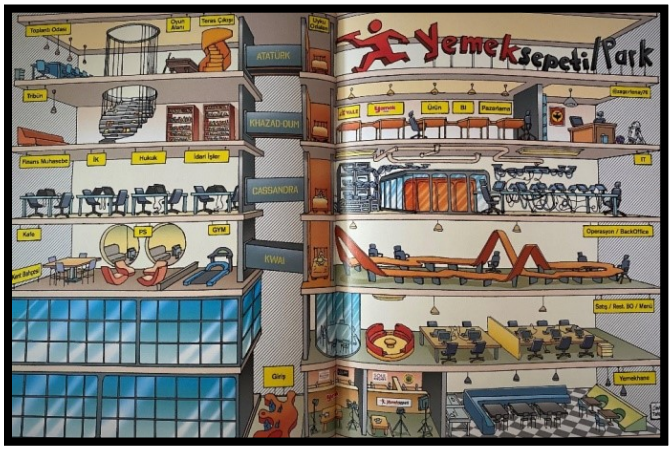
Yeni ofis, çalışanlar ve yöneticiler tarafından her detayın üzerinde durularak mimarlık şirketi ile ele kararlaştırılıp, farklı ve yaratıcı düşünceler eşliğinde inşa edilmiştir (2017, s.21).

4.1 Yemeksepeti Park Ofisi Mekânsal Fonksiyon Karşılıkları

"Yemeksepeti Park" hem yapısal hem de iç mekân kurgusu bakımından sıra dışı mimari tasarıma sahiptir. Mekânsal formlar, geçişler, malzeme ve fonksiyon açısından her alan kendi içinde bir bütündür. Tüm bu yapısal birleşimler, kullanıcının beklentileri ile ilişkilendirilerek ortaya somut bir tasarım öğesi çıkmıştır. Mekânının fonksiyonu ve genel biçimi strüktürün oluşmasındaki en temel unsurdur. Binanın ilk olarak yapısal formu oluşturulduktan sonra iç mekân tasarımı ile ilgili fonksiyon unsurlarına geçiş yapılmıştır.

Yemeksepeti'nin yeni nesil çalışma mekânı için çok öncesinden işverene yönelik istekler, ofisin konumlanacak yeri, tasarlanacak alanlar ve katların işlevleri, çalışanlar ve mimarlık şirketi tarafından belirlenmiştir. Ofisin tasarım sürecine başlandığında, Yemeksepeti'nin yaptığı ön

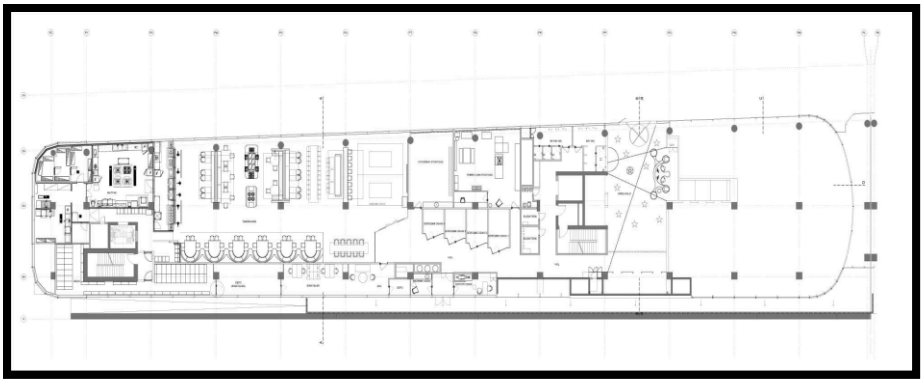
verilere bakılarak projenin inşa süresi paralel olarak artış göstermiştir. Şehrin tam içinde konumlanarak, çok katlı ofis özelliğinde tek başına kompakt bir yapı formundan oluşmuştur. Ofis mekânsal olarak sınıflandırıldığında, beş katlı bu tasarım binası bahçe, teras ve otopark gibi dış mekân formları açısından oldukça zenginleştirilmiştir. Her katın işlevi ve kendine ait tasarım kriterleri vardır. 7/24 günün her anında çalışmaya elverişli, dinamik bir ofis ortamı olması beklenerek tasarlanmıştır. Ofisin bölümlerinde zemin ve birinci katlarda aktif çalışma hizmetleri verilmemektedir. Fakat binanın diğer katları etkin halde farklı işlevler için kullanılmaktadır.



Şekil 87- Yemeksepeti Kat Kesitleri İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

Zemin katın çalışanların mekân tüketimi açısından karşılığı, reklam veya benzeri işler için kullanılan, özel ürün çekimlerinin yapıldığı konsept fotoğraf stüdyo odaları yer almaktadır. Şirketin kurumsal kimliği yemek sektörü üzerine olduğu için, odaların her biri küçük dükkân şeklinde görüşme odası olarak kullanma amacı ile tasarlanmıştır. Amerikan yemek yeme teması ile tasarlanan yemekhane de bu kattadır. Ayrıca yöneticilerin odalarının bu katta bulunmasıyla birlikte finans bölümünde açık ve kapalı ofisler mevcuttur. Aşağıdaki mimari plan çizimine baktığımızda bina formunun yatay biçimde yalın olarak tasarlandığı görülmektedir. Bir uçtaki akstan diğer uca daralmalar ve incelmeler olmadan stabil olarak ilerler.

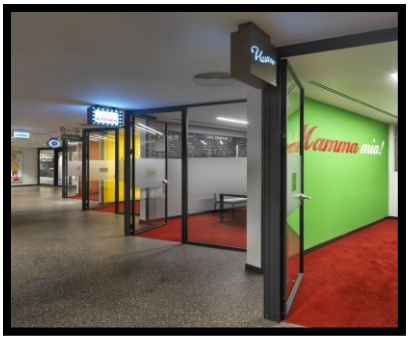


Şekil 88- Yemeksepeti Park Ofisi Zemin Kat Planı

Kaynak: (https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892**)**

Giriş alanındaki lobi kısmı içeri girildiği anda tüm ilgiyi çeken fonksiyonel özelliklere sahip olarak tasarlanmıştır. Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi kitabında yer alan bilgiye göre (2017, s.87): iş görüşmesi için başvuranların ilk tanıdığı mekân "kabul edilirsem, böyle bir yerde mi çalışacağım?" dedirtiyor şeklinde açıklanmıştır. Karşılama alanında insanların algısını biçimlendirme amacı ile dev ekranlarda video ve info-grafikler sergilemek için eski dönemlerden esinlenerek hava limanlarında kullanılan döner mekanik gösterge panoları kullanılmıştır. Giriş galeri bölümü binanın ilk yapımında bir alışveriş merkezi olarak inşa edildiğinden mekânda yürüyüş koridoru çember şeklinde dönmektedir. Ekiz'e göre (2017, s.89): "Giriş lobisi ve kat galerileri kurumsal kimliğin vurgulanması gereken alanlardı ve ofis yaşamıyla ilgili ipuçları vermeliydi". Bu düşünceden yola çıkarak, Los Angels'ın ünlü Hollywood "Walk of Fame" kaldırım teması sokak konsepti ile birleşerek, tek bir farklılıkla en çok sipariş veren isimlere göre Yemeksepeti'nin yerlerine yerleştirilerek aynı zamanda fonksiyonel anlam da katmıştır.

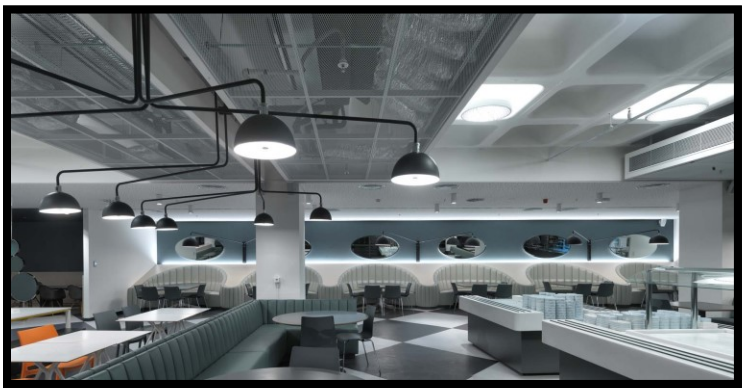




Şekil 89- Resepsiyon Alanı İç Mekân Görseli Şekil **90-** Görüşme Odaları İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

İnsan-mekân ilişkisi göz önünde bulundurularak gelen misafirlerin çalışanlarla ayrıca vakit geçirebilmesi amacı ile yemekhane özellikle giriş katında konumlandırılmıştır. İşlevselliği açısından giriş katında olmasının avantajları daha aktif kullanılmasında yardımcı olmuştur. Çalışanlar işlev faktöründen dolayı bu mekânı sadece yemek için kullanmıyorlar aynı zamanda günün belirli saatlerindeki vakitlerini de burada geçirmektedir.



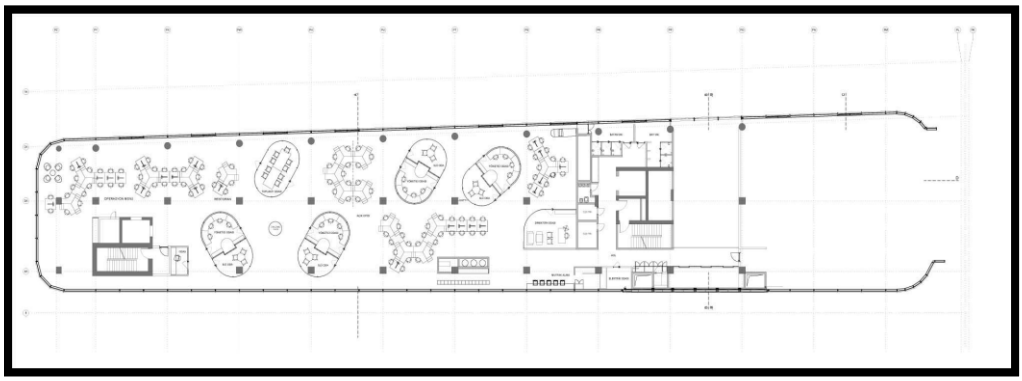
Şekil 91- Yemek Yeme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti Park'ın birinci katında, satış ve iş geliştirme departmanları yerleştirilmiştir. "Erginoğulu & Çalışlar Mimarlık" çalışanı Üstündağ'a göre (2017, s.105): Satış bölümünde "kapsül" adı verilen, yöneticilerin hem toplantı yapabilecekleri küçük toplantı odaları hem de

ortak çalışma alanı ile ilişki kurması fonksiyon çeşitliliği açısından temel kat unsurunun faktörleri olmuştur. Bu dairesel alanların işlevi idari yönetim kadrosunun hiyerarşi anlayışından çıkarak çalışanları ile aralarındaki iletişim ve iş kolaylığı açısından tasarlanmıştır. Bu alan içinde alan konsepti mekân içinde merkez algısı yaratmıştır. Böylece alternatif çalışma alanları ortaya çıkmıştır.

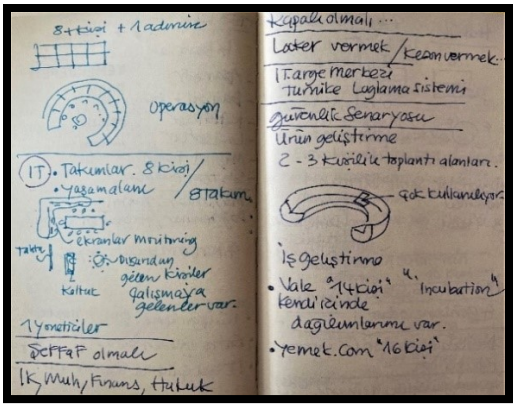
Birinci kat plan çizimi, dairesel tasarım anlayışından yola çıkarak merkezden dışarıya doğru bir mekânsal organizasyon belirlemiştir. Diğer mekânsal unsurlar yatay formda kullanılarak, dairesel veya yarım daire olan alanlara uyum sağlamışlardır. Bu katın mekânsal tasarımı yeni nesil ofis anlayışına son derece uygundur. Dairesel formlar mimaride her zaman modern dönemi ve uzay çağını çağrıştırmaktadır.



Şekil 92- Yemeksepeti Park Ofisi Birinci Kat Planı

Kaynak: (https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892)





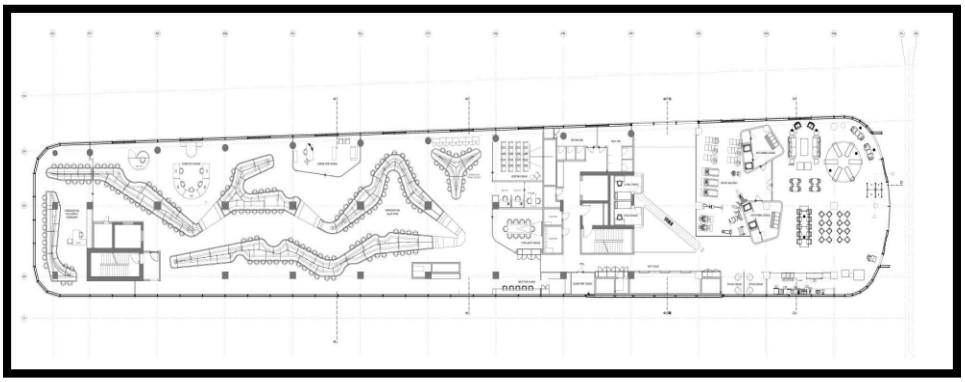
Şekil 93- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Şekil 94- Mobilya Eskiz Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

Ofisin ikinci katında, mekânsal ayrışma bir tarafında operasyon binası, karşı tarafında ise spor salonu, oyun konsolu oynama alanları, kafe ve kent bahçesi gibi sosyal dinlenme alanları ile belirlenmiştir. Son derece dinamik tasarımı olan bu bölüm, çalışanları motive etmede ve enerji vermede işlevseldir.

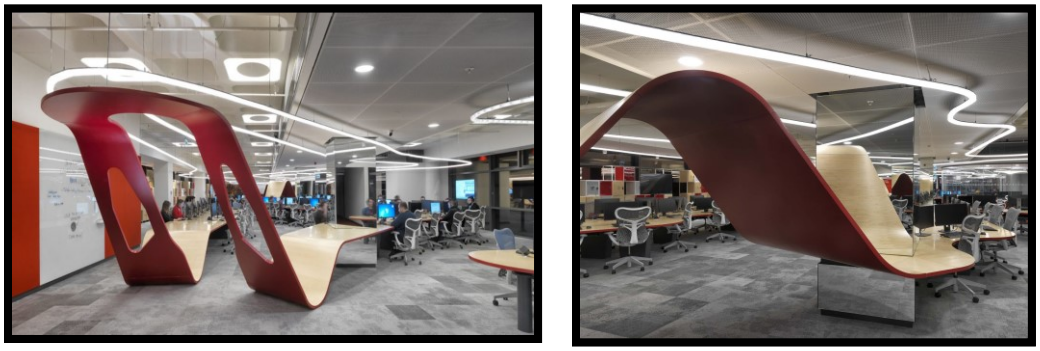


Şekil 95- Yemeksepeti Park Ofisi İkinci Kat Planı

Kaynak: (https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892)

Operasyon bölümü açık ofis olarak tasarlanmıştır. Çalışanların hepsi ortak alanda bir arada çalışırken yöneticiler ve direktörler kapsül alanların içine konumlandırılmışlardır. Katın ilgi çekici özelliği bütün alan boyunca süreklilik hissi "sonsuz masa" adını verdikleri çalışma masasının işlevi ve formunun farklılığıdır (2017, s.112). Mekân içi kablolarla oluşan görüntü kirliliğini önlemek amacı ile farklı biçimde bir masa tasarlanmıştır. Üstündağ'a göre (2017, s.112): "Masanın altını kırmızı yapma fikri de "louboutin" marka ayakkabıdan doğmuştur. İyi bir aydınlatmayla çok iyi sonuç vereceğini düşündük" şeklinde fikrini ifade etmiştir.

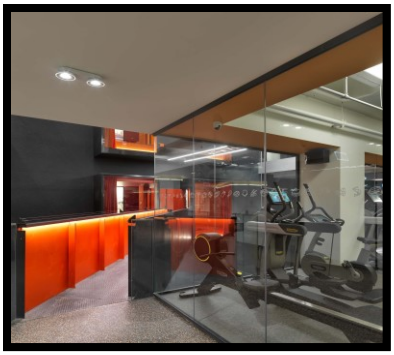
Bu çalışma alanında sonsuz masadan hariç diğer tasarım unsurları masa tasarımına uygun olarak tasarlanmıştır. Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi kitabında yer alan nota göre; sonsuz masanın aynı anda çalışma kapasitesi yaklaşık iki yüz kişidir. Sonsuz masa hiyerarşik yapıya tamamen karşı bir tasarımdır. Operasyon bölümünde çalışanların sayısı çok ve değişken olduğu için bu masa tasarımı fikrine gidilmiştir (2017, s.114). Bu bölümün tasarımında, temel ihtiyaçtan kaynaklanan mobilya faktörü üzerinden tasarlanarak sistem değişikliği yapılmıştır. Aksine mobilya sadece mekâna uygun bir tasarım faktörü iken bu örneğin gösterdiği gibi bir mekânın tasarımını da önemli ölçüde değiştirebilmektedir.



Şekil 96- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Bu katın sosyal alan bölümünden kent bahçesine çıkış verilerek binanın sunmuş olduğu peyzaja uygun iç/dış mekân birlikteliği yakalanmıştır. Erginoğlu ve Çalışlar'a göre (2017): "Mekân içinde yakalanmak istenen dinamik yaşam, amorf formlar ve hareketli, renkli mobilyalarla sağlanmıştır".



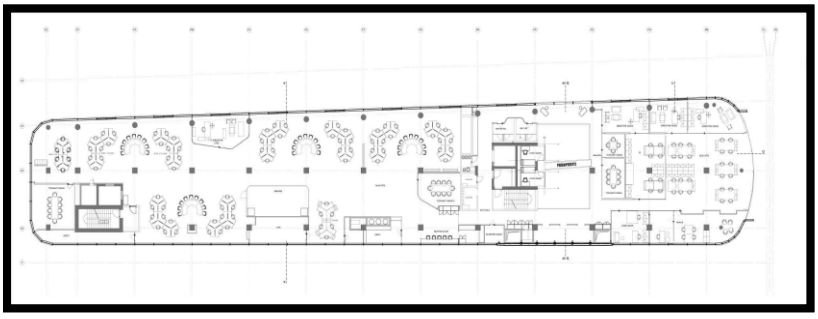


Şekil 97- Spor Salonu İç Mekân Görseli **Şekil 98-** Ortak Alan İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Bilgi'ye göre (2017, s.181): "Operasyondakiler belli aralıklarla mola vererek çalışıyor. Herkesin molası bireysel olarak belirleniyor. Çünkü operasyon sürekliliği var. Mola zamanlarının uzamaması için kafeyi ve açık hava alanını operasyon katına istedik" şeklinde ifade etmiştir. Böylece operasyon ekibi zamanlarından tasarruf yapmışlardır. Kafenin hemen yanında galeri boşluğu yönüne doğru bakan spor bölümü yer almaktadır. Dünya örneklerinde bile çalışma alanı ile bu kadar iç içe olan bir spor alanı görülmemiştir.

Yemeksepeti Park üçüncü katta, bilgi işlem ofisi, idari işler, hukuk, insan kaynakları ve finans bölümleri yer almaktadır. Çalışma mekânlarının dışında dört noktada geçici toplantı alanları tasarımı ile verimlilik hedeflenmiştir. Katın doğu bölgesi fonksiyonları açık ve kapalı ofisler ile çözülmüştür. Ekipler arası ilişkilerde, yarı saydam iç bölmeler ile mahremiyet sağlanmıştır.



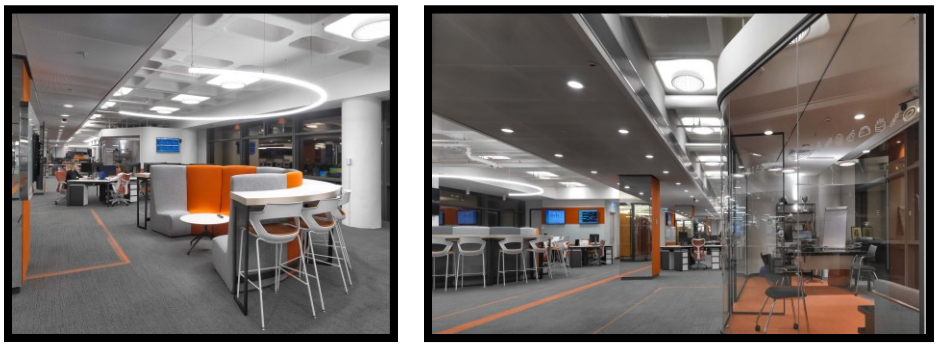
Şekil 99- Yemeksepeti Park Ofisi Üçüncü Kat Planı

Kaynak: (https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892)

IT ekibi çalışma alanı takım çalışmasına özellikle hassasiyet gösterilerek tasarlanmıştır. Bu departmanda iş-insan ilişkisi, ekip çalışması çok kuvvetli. Bu katın dengesi buna göre oluşturulmuştur. Akar'a göre (2017, 127):

> "Çalışanların karşılarında ekranlar var ve bütün notlar ekranların üstlerinde duruyor. Çalışırken not almak için fazlaca yazı alanına ihtiyaç duyduğumuzdan bu konuyu da mimarlar estetikle işlevselliği bir araya getirerek çözdü ki, kolay bir iş değildi. IT katındaki oturma alanı çevresinde asılı monitörler de sorumluluk alanlarıyla ilgili metrik göstergeleri yansıtıyor. Hepsi hafifçe başını kaldırdığında o sırada neler olup bittiğini takip edebiliyor. Herkese kişisel aletlerini koyabileceği dolaplar yaptık. Bu cihazlar ortadaki küplere yaklaşınca kullanıcıyı tanıyor ve herkesin her yerde işini yapabilmesini sağlıyor".

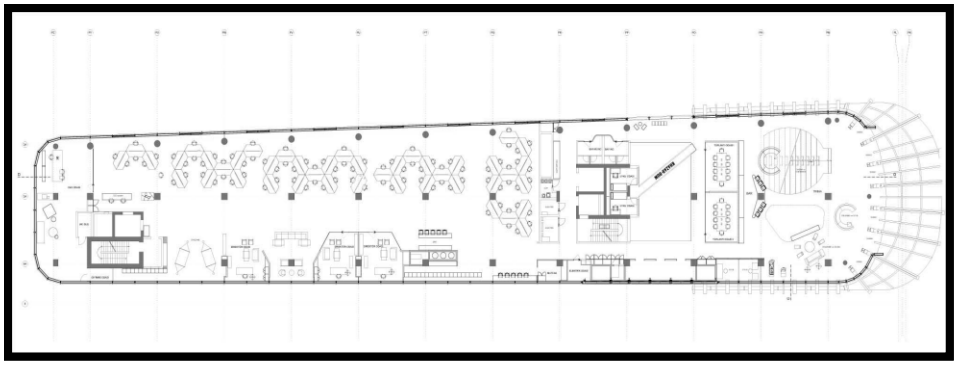
Çalışanlar, sadece ortak alanlar ve toplantı salonlarında değil, aynı zamanda sosyal alanlarda da hep birlikte olduğu için isteyen kişinin dizüstü bilgisayarı ile istediği yerde çalışabilme özgürlüğüne sahiptir. Oturma alanlarının arkasındaki bar sandalyelerinde de isteyen istediği şekilde, en iyi verimliliği nasıl yakalayacaksa öyle çalışması gerektiği düşünülmüştür. Esnek çalışma koşullarının hepsini bir arada bu ofiste kullanılmaktadır.



Şekil 100- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti Park ofisi dördüncü kat yönetim katıdır. Mekânsal fonksiyon karşılığı olarak altıgen formların kullanıldığı bu bölümde zeminde yaratılan desenlerin yansıması olarak altıgen mekân formları tasarlanmıştır. Böylece mekân fonksiyonunda dinamik bir ritim elde edilmiştir. Açık ofis bölümünde, dinlenme, çalışma ve sosyal alanlar olarak hepsi birbirine geçmiş, oluşan bu mekânlardan kendi içinde kompakt bir alan tasarlama isteği hedeflenmiştir.



Şekil 101- Yemeksepeti Park Ofisi Dördüncü Kat Planı

Kaynak: (https://www.arkiv.com.tr/proje/yemeksepeti-park/8892)

Katta yer alan kişisel eşya saklama kutusu, hangisinin kullanıldığı unutulmaması adına grafik tasarım görselleri ile çalışanlara hatırlatma yapmaktadır. Katın geri kalanında yer alan CEO odası özel dekoratif eşyalarla tamamlanarak, çalışma mekânı içinde kişiye özel ıslak hacim alanı, televizyon ünitesi, giyinme odası ve bar tasarlanmıştır.

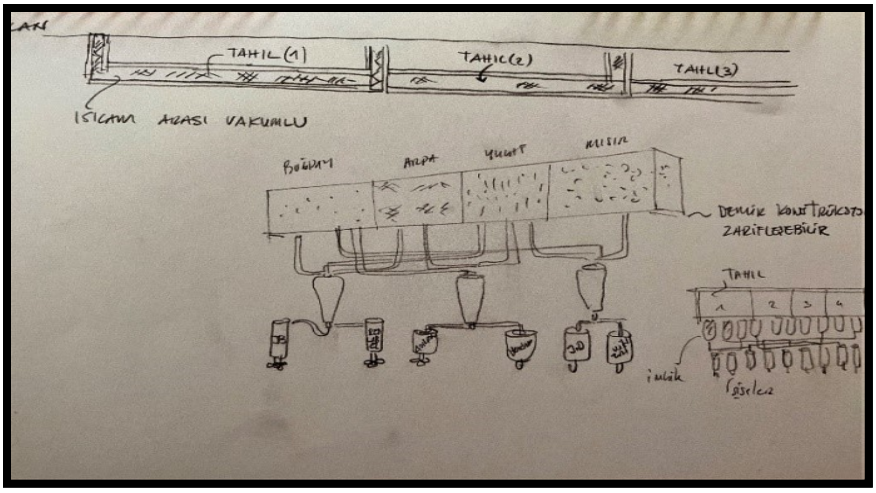
Bu katın bir diğer tasarım unsuru da toplantı odalarındaki tahıl barlarıdır. Üstündağ fikir gelişimini aşağıdaki biçimi ile aktarmaktadır (2017, s.139):

> Baştan beri ofis içinde bir bar yapma fikri vardı. Yönetmeliğe göre ofiste içki bulundurmanın mümkün olmadığı anlaşılınca bu fikir tahıl barına dönüştürüldü.



Şekil 102- Çalışma Mekânı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)



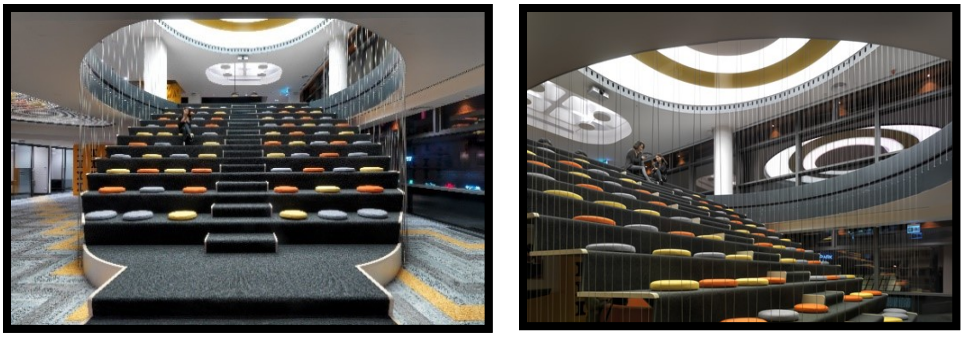
Şekil 103- Tahıl Bar Eskiz Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

Dördüncü kat doğu bölgesi iki kat yüksekliğinde tasarlanarak ofisin içinde dubleks kat oluşturulmuştur. Bir üst kat çalışanlara ait dinlenme alanıdır. Bu alan çalışanlar için toplu seminer, eğitim ve etkinlik düzenleme ihtiyacını karşılamaktadır. Bu bölümün tasarım unsuru dördüncü ve beşinci katlar arasına çelik konstrüksiyon ile oluşturulan basamaklı tribündür. Fonksiyonel tasarım, mekânda düşey sirkülasyonu sağlamaktadır ve mekânsal olarak tüm ofisin temel toplanma alanı işlevini göstermektedir. Tribünün karşısında bir sahne, sahnenin üzerinde de bir projeksiyon perdesi bulunmaktadır. Bu dijital fonksiyon şirket dışı etkinliklerde de kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Ekiz'e göre (2017, s.145):

> "Yaklaşık yüz kişilik bir tribün ihtiyacı vardı. Sinema, sunum ve seminer gibi farklı kullanım amaçlarına uygun olması gerekiyordu"

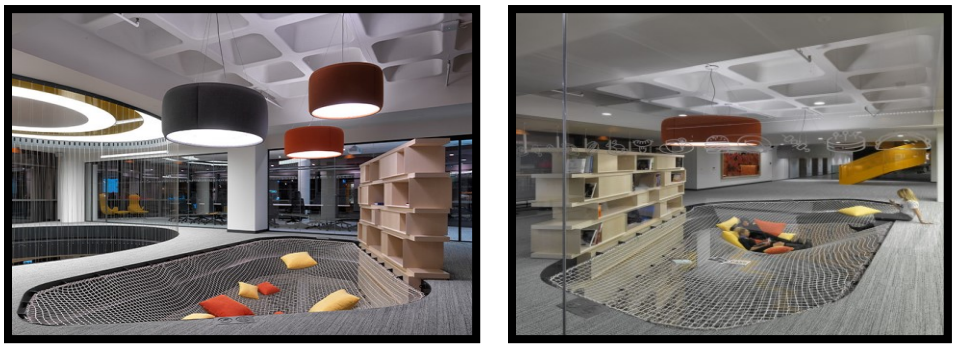
şeklinde ifade etmiştir.



Şekil 104- Toplantı Salonu İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

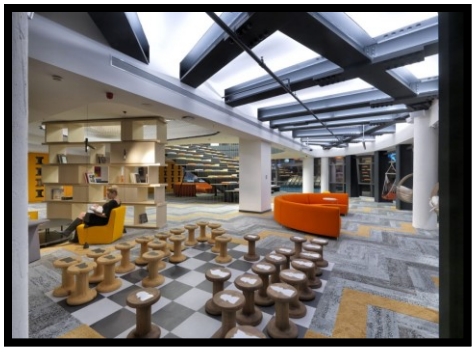
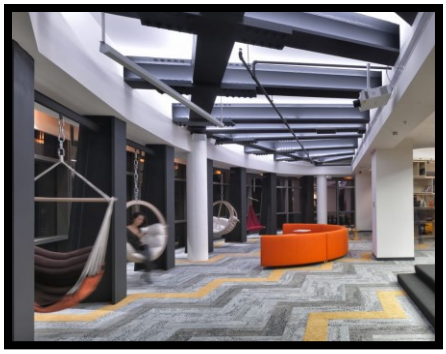
Serbest zamanda dinlenme alanı olarak tasarlanan file hamak detayı da bu katın eğlenceli sosyal mekân yansımasıdır. Güvenlik unsurları nedeniyle iki ayrı file katmanının alt alta yerleştirilmesi ile ortaya çıkmıştır.



Şekil 105- Dinlenme Alanı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

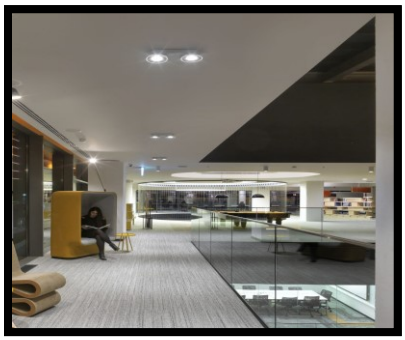
"Bulut" bölgesi olarak isimlendirilen bölümde hamaklar ve kütüphane bu sosyal alanı tanımlamaktadır. Yemeksepeti Park, kendi ifadeleri ile çalışanların mesai boyunca keyifli zaman geçirmelerini ve çalışma saatleri dışında da istedikleri gibi beraber vakit geçirmelerini sağlayan eğlenceli, yaratıcı ve dinamik sosyal alanlara sahip olmasını hedeflemiştir.

Şekil 106- Dinlenme ve Sosyal Alan İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Ofisin son bölümü olan beşinci katta, çalışanlar buraya sadece tribün alanı üzerinden ulaşabilmektedir. Bölümün doğu tarafında büyük "Safran" isimli toplantı odası mevcuttur. Yemeksepeti Park ofisinde tüm toplantı odaları ismini baharat çeşitlerinden almaktadır. Toplantı odasına hizmet veren kat mutfağı bu mekânın çaprazında konumlandırılmıştır. Ayrıca, dördüncü kattan yukarı doğru devam eden kütüphane aynı zamanda beşinci kat içinde tasarım elemanı olmuştur.

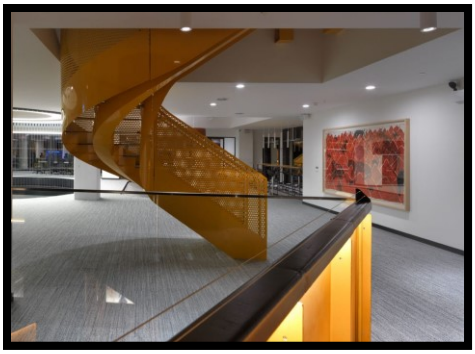



Şekil 107- Toplantı Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 108-** Dinlenme Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Bilardo masası oyun alanı için tribünün karşısına yerleştirilmiştir. Yine aynı bölgede bulunan, dinlenme ve etkinlik zamanlarında terasa çıkmak için kullanılan merdiven; katın hem rengine hem de dinamikliğine uyum sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.



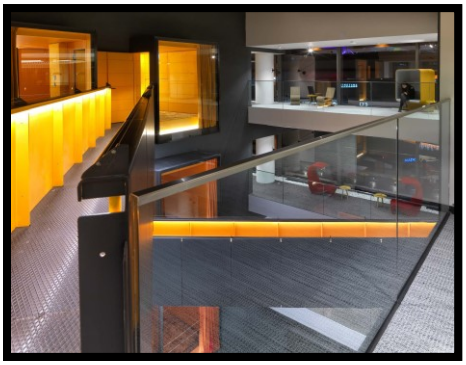


Şekil 109- Oyun Alanı İç Mekân Görseli **Şekil 110-** Ortak Alan İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti Park Ofisi projesinde mekânlar arası köprüler ile geçişler sağlanmaktadır. Bu köprüler galeri boşluğunda uyku odalarına geçiş amaçlı her biri çapraz gelecek şekilde, farklı renklerde ve farklı isimlerde tasarlanmıştır. Ofis genelinde popüler kültüre verilen önemden dolayı köprülerin isimlendirmeleri Kwai Köprüsü, Cassandra Geçidi, Khazad-Dum olarak sinema hayatında yer almış ünlü köprülerden esinlenerek konulmuştur. Özellikle en üst kattaki köprünün adı ise Atatürk Köprüsü olarak isimlendirilmiştir. Uyku odalarının isimleri de bu isimlerle aynı olarak tasarımda bütünlük sağlanmıştır. Diğer bir yandan köprüler, çalışanlara ve misafirlere her kattan farklı bir perspektif sunmaktadır.

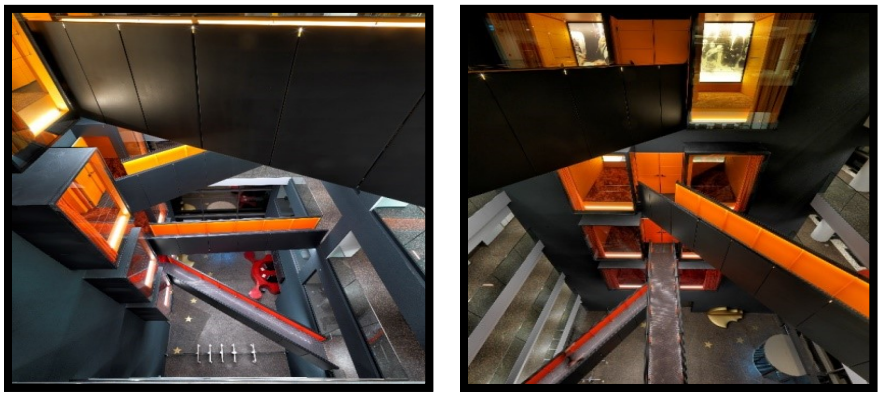




Şekil 111- Mekândan Uyku Odalarına Bağlanan Köprü İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yeni nesil çalışma mekân anlayışına sahip olmayan ofislerde genellikle uyku odaları ihtiyaç dışı tasarım unsurları olarak algılansalar da aslında günümüzde 7/24 aktif çalışma alanları açısından en önemli tasarım modellerinden bir tanesidir.



Şekil 112- Uyku Odaları ve Köprü İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti Park, dünya örnekleri arasında çalışma mekânında uyku odaları konsepti ile Türkiye'de bu tasarım algısını uygulayan bir ofistir. Mekânsal fonksiyon karşılığı olarak, bodrum katından zemin katına kadar gelen asansörlerin üzerinde oluşan yirmi metrekarelik boş alanlar katlara köprüler yardımı ile bağlanarak, ofisin merkez tasarım kurgusundan ayrı olarak bağımsız bir şekilde uyku odaları tasarlanmıştır. Bilgi'ye göre (2017,s.97):

> "Uyku odalarını bir fantezi olarak görmemek lazım, verimlilik bakımından çok kıymetli. Gece yarısı işe gelip, sabah sekize kadar burada çalışan süpervizörler, işinden dolayı okulunu uzatmış, az ders alıp bir yandan çalışanlar var. Sabah buradan çıkıp, üç saat sonraki derslerine giderken eve uğrayıp zaman kaybedeceklerine uyku odasını kullanabiliyorlar. Sabaha karşı dörtte işi biten biri, o saatte evine gitmek istemiyorsa uyku odasında kalabiliyor. İşte yeni başlayanlara verilen kutuda yastık kılıfı olmasıda işin esprisi. Her odada prizlerin yanında USB girişleri de var. Odaya girip yatağa oturulunca perdeler kendiliğinden kapanıyor. Mükemmel bir ses izolasyonuna sahipler".

Yemeksepeti çalışanı, uyku odalarının mekânsal ihtiyacını ve işlevini yukarıda detaylı bir şekilde anlatmıştır. “Erginoğlu & Çalışlar” mimarlık çalışanı Tüzer’e göre (2017, s.100):

> Uyku odaları bir iş yeri için çok yenilikçi bir fikirdi. “Uyuyacak alan istiyoruz” dediler ve ihtiyaçlarını tarif ettiler şeklindeki açıklaması bu odaların çalışanların ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda tasarlandığını, kesinlikle verimliliği arttırıcı bir alan olduğunu göstermektedir.



Şekil 113- Uyku Odaları ve Köprü İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Projede her kata ait servis veren küçük mutfaklar mevcuttur. Bu nedenle bu alanları çalışma mekânlarının genelinden ayırma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Mekânda fonksiyonu sağlayan bunun için düşünülmüş tasarım elemanları görünmesi istenmeyen mekânları gizlemek adına kullanılan bölücülerdir. Her kata göre farklı tasarlanan bu mekânı bölücü görsel unsurlar, o katın işlevine ve konseptine göre tasarlanmışlardır.

Mekânsal anlamda tüm bu fonksiyon karşılıkları incelendiğinde, mekânın organizasyonunda süreklilik, mekân arasında bir geçiş sağlanarak dinamik ve şeffaf bir tasarım uygulanmaktadır. Her katta tasarım unsurları aynı dilde oluşturulmuştur. Bu uyumluluk özelliği sayesinde mekân kendi içinde bütün katlar ile entegre olmaktadır. Çalışanlar arasındaki iletişim ve ekip çalışma ruhu çalışma mekânın her bölümünde eşit olarak dağıtılmaktadır. Sonuç olarak, aşağıdaki tabloda mekânın bütün katlarını tek bir yerde ele alarak mekânsal fonksiyon ilişkilerini ve nasıl kurgulandıklarını okuyabiliriz.

Tablo 6- Yemeksepeti Park Ofisi Mekânsal Fonksiyon Değerleri Tablosu

Mekânsal Fonksiyon Değerleri				
Bina Katları	**Mekânsal Form**	**Mekânsal Organizasyon**	**Mekânsal Biçim**	**Mekânsal Çalışma Tarzı**
Zemin Kat	-Açık plan mekân oluşumu -Bireysel ve işlevsel odaların yalın ve sade formda oluşumu (üretim yapmak adına kullanılan mekân fotoğraf stüdyoları gibi, sadece işleve hizmet etmek amaçlı)	-Islak hacim -Stüdyo odaları oluşumu (yemek fotoğrafları ve videoları çekmek için kullanılır) -Yemekhane alanı -Giriş alanında resepsiyon oluşumu	-Bireysel ve toplu olarak kullanılabilen mekân biçimleri (yemek alanı, stüdyolar) -Ortak alan oluşumu (resepsiyon)	-Tam zamanlı 7/24 çalışma
Birinci Kat	-Açık plan ofis oluşumu -Mekân içinde yatay ve dairesel form kullanımı (yardımcı elemanlar mobilya veya cam yada şeffaf bölücüler ile) -Özelden genele tasarım oluşumu	-Satış ve iş geliştirme Departmanı -Islak hacim	-Kapsül biçiminde toplantı odaları oluşumu (Şeffaf cam malzeme kullanılarak tasarlanmıştır. Aynı anda özel alan fonksiyonu sağlarken diğer bir yandan açık alan özelliği gösterir) -Dairesel oturma alanları oluşumu (mekân içinde ayrı bir alan oluştururlar) -Ortak çalışma alanı	-Tam zamanlı 7/24 çalışma
İkinci Kat	-Açık plan ofis oluşumu -Mekânda hacimsel akış form kullanımı (sonsuz masa mobilya ve aydınlatma elemanları ile sağlanmıştır)	-Operasyon bölümü -Kişisel spor alanı (fitness stüdyosu) -Oyun alanı -Kent bahçesi -Kafe alanı -Islak hacim -Uyku odaları (2 adet) -Mekân arası köprü oluşumu (Kwai)	-Sabit mobilya kullanımı (sonsuz masa) -Bireysel ve toplu olarak kullanılabilen mekân biçimleri (dinlenme alanı) -Ortak çalışma alanı	-Tam zamanlı 7/24 çalışma
Üçüncü Kat	-Açık ve kapalı ofis plan oluşumu (alan içinde kullanılan başka bir alanı özelleştirmek için kapalı ofis oluşumu mevcuttur)	-Bilgi işlem -İdari işler -Hukuk -İnsan kaynakları -Finans bölümü -Mekân arası köprü oluşumu (Cassandra) -Islak hacim -Uyku odaları (2 adet)	-Sunucu odası oluşumu (kablolama görüntüsünü yok etme ve güvenlik amacı ile özel şeffaf alan oluşumu) -Ortak çalışma alanları	-Tam zamanlı 7/24 çalışma
Dördüncü Kat	- Açık plan ofis oluşumu -Mekân içinde altıgen form kullanımı (mobilyalar, aydınlatmalar ve halılar ile birlikte oluşturulan altıgen form bütünlüğü) -Düşey dolaşım form kullanımı (mekânda oluşturulan tribün alanı ile mekâna yansıtılan mekânsal biçim)	-Yönetim odası -Pazarlama bölümü -Islak hacim -Mekân arası köprü oluşumu (Khazad-Dum) -Uyku odaları (2 adet) -Tribün (anfi) alanı	-Bireysel ve toplu olarak kullanılabilen mekân biçimleri (dinlenme, kitap okuma alanları) -Ortak çalışma alanları -Ortak toplantı ve seminer alanı (açık formda anfi biçimde tasarlanmıştır)	-Tam zamanlı 7/24 çalışma
Beşinci Kat	- Açık plan ofis oluşumu -Dairesel mekân form kullanımı	-Toplantı odası -Uyku odaları (2 adet) -Islak hacim -Teras çıkışı -Oyun alanı	-Bireysel ve toplu olarak kullanılabilen mekân biçimleri (toplantı salonu) -Ortak sosyal alan kullanımı (dinlenme, telefonla konuşma, oyun alanı)	-Tam zamanlı 7/24 çalışma

4.2 Yemeksepeti Park Ofisi İç Mekân Atmosferi (Işık, Renk, Doku, Malzeme)

İç mekân tasarımında görsel ve işlevsel uyumu sağlayabilmek son derece önemlidir. Kişiyi algısal biçimde etkileyen pek çok tasarım faktörü vardır. Bunlar aydınlatma, malzeme, doku, mobilya, renk ve biçim olarak sınıflandırılabilirler. Kişinin olumlu ya da olumsuz algıladığı veya tasarım yaparken kurguladığı bütün bu iç mekân unsurları ortamdaki atmosferi oluşturur. Mekânsal algı kişinin bulunduğu ortamdaki davranışlarını etkiler ve şekillendirir. Bu sebepten çalışma mekânlarında oluşan algısal seçicilik, çalışanların hareketlerini, duygu ve düşüncelerini kontrol altına alır. Böylelikle çalışanların performansı ve verimliliği iç mekân atmosferine bağlı olarak değişkenlik gösterir. İç mekânda organizasyonun sağlanması için en önemli etken mekânın kullanım amacı ile uyumlu olmasıdır. Mekânda organizasyon yapılması demek bir başka deyişle mekânı anlamlandırmaktır. Aslan ve Atik'e göre (2015, s.141):

> "İç mekân algılaması en temel tanımıyla, bakanın kendisi ile çevresinde gördüklerinin birbirlerine göre konumlarını algılaması olarak tanımlanabilir. İnsan içinde bulunduğu mekân ile sürekli bir etkileşim halindedir. Mekânın bünyesindeki fiziksel etkenler, kullanıcıları sürekli uyarır. Mekân; sınırları, yüzeylerin formu, renkleri, dokusu, anlamı vb. gibi özellikleriyle kavranmaya çalışılır".

"Yemeksepeti Park" projesinde ofise özel iç mekân atmosferinin dinamik ve eğlenceli şekilde oluşması ayrıca mekân organizasyonunun anlamlı olması için yemeksepeti çalışanları ve mimarlık ekibi maksimum seviyede çaba göstermişlerdir. Ofisin tüm mekânsal ilişkilerinde yapısal ve anlamsal boyutta bir geçiş yaratılmıştır. Her katta bulunan köprülerle farklı perspektifler yaratılarak hem mekânların birbirine entegre olması planlamada çözülmüş, hem de ortamda boşluk hissi yok olmuştur. Bu kavram mekândaki organizasyon açısından arada kurulan bağın sürekliliğini ve akıcılığını ifade etmektedir.

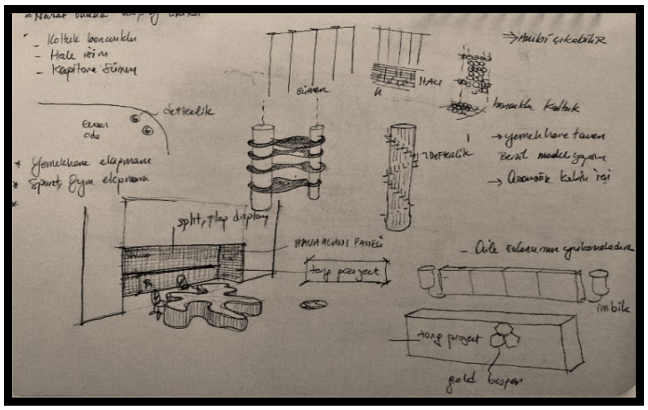
Yemeksepeti Park'ın zemin katındaki iç mekân atmosferi ve organizasyonu ilk olarak katta en ilgi çekici yerlerden biri olan girişteki resepsiyon bölümünde kullanılan masa dekoru, ketçap lekesinden ilham alınarak tasarlanmıştır. Malzeme olarak, resepsiyon masasının arkasına kapitone desen görünümlü duvar kaplaması uygulanmıştır.



Şekil 114- Resepsiyon Masası ve Hamburger Oturma Elemanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Bu alandaki bir diğer yaratıcı mobilya dekoru da ısırılmış hamburger figürlü oturma koltuğudur. Hollywood "Walk of Fame" zemin malzemesinde döküm "terrazo" döşeme kullanılmıştır. Yıldız sembolü ise pirinç levhalardan üretilmiştir.



Şekil 115- Giriş Alanı Mobilya Eskiz Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

Yemekhanede kullanılan suni deri kaplı sabit oturma koltukları otomobil koltuğu fikrinden yola çıkarak tasarlanmıştır. Zemin siyah beyaz baklava desenli seramikle kaplanmıştır. Ağaç dalı gibi sarkan aydınlatma elemanları ve alçı plaka malzemesi kullanılan akustik tavanla restoran iç mekân konseptinde bir atmosfer sağlanmıştır. Mekânda parlak kırmızı tabureler ve onlarla uyumlu "eat eat eat" yazılı aydınlatmalar kullanılmıştır.



Şekil 116- Yemekhane İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Birinci kattaki renk konseptinin kırmızı olması ile birlikte mekânda kullanılan tüm mobilyalar, halılar, duvar panoları, koltuklar ve puflar da kırmızı renktedir. Mekânın en ilgi çekici dekoru kapsül içinde oluşturulan çalışma alanlarıdır. Bu alanlarda kullanılan malzeme şeffaf cam duvarlar ve tavan aydınlatmalarıdır. Satış ve iş geliştirme bölümü olduğundan olayı bu katın mekân organizasyon unsuru kapsüldür. Diğer yerlerin hepsine standart çalışma masaları dağınık bir düzende konulmuştur.

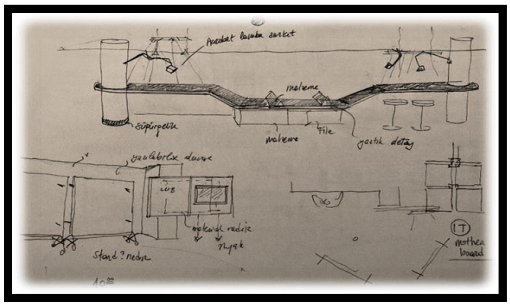


Şekil 117- Çalışma Alanı İç Mekân Görselleri

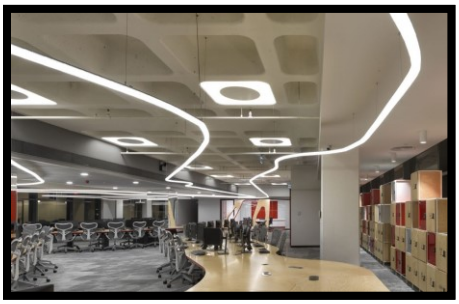
Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Ofisin ikinci katında mekânsal fonksiyon karşılığı olarak sabit bir mobilya yerleşiminden yararlanılmıştır. Ahşap malzeme kullanılarak üretilen özel yapım “sonsuz masa”, altında kırmızı

renk kullanılarak daha dikkat çekici bir tasarıma dönüştürülmüştür. Masa ile birlikte aynı kıvrımlarla mekânın tüm çevresine yerleştirilen kesintisiz aydınlatma unsuru ile mekânsal atmosferde uyum sağlanmıştır.



Şekil 118- Sonsuz Masa Eskiz Görseli



Şekil 119- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

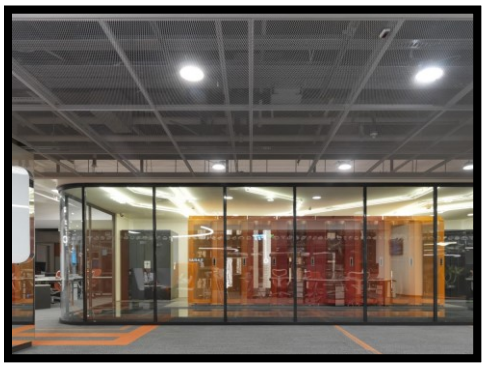


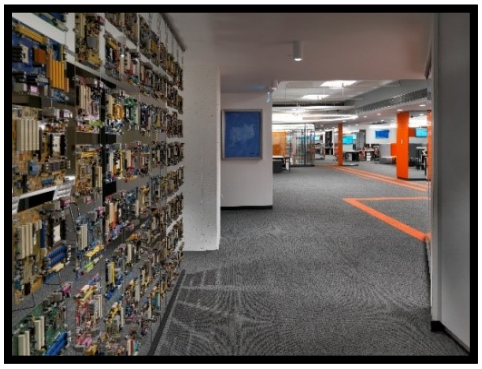
Şekil 120- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Üçüncü bölümde, çalışan çoğunluğunu IT ekibi kapladığı için mekânsal organizasyonlar daha çok onların isteklerine bağlı olarak gelişmiştir. Bu neden ile bölüm katının tamamında turuncu rengi hakimdir. Sebebi turuncu rengin teknolojik ve dijital atmosferi yansıtmasıdır. Bu bölümün diğer bir malzeme özelliği, sunucu odalarının tasarımı güvenliği de kapsadığı için çok önemli olmasından dolayı, odaların yer zemini döşemesi görünebilirlik açısından şeffaf camdan yapılmıştır.

Mekânın tamamı organizasyon olarak aslında kapalı ofis formundadır. Fakat ofislerin dışında kullanılan şeffaf malzemelerden dolayı açıklık hissi vermektedir. Sunucularda renkli kabinetler kullanılarak, tavan aydınlatması neon ışık yollarıyla grafik etkisi yaratmıştır. Bir diğer önemli faktör, yukarıdaki bölümde bahsedilen ofisin bölücü elemanları bu katta malzeme olarak eski bilgisayar parçaları, elektronik devreler ve lehimli dokularla tasarlanan, girişe gelindiğinde görsel olarak o katta hangi işin yapıldığını belirten yer haline dönüşmüştür. Böylelikle ortamın atmosferi tamamen IT ruhunu yansıtmıştır.





Şekil 121- Sunucu Odası İç Mekân Görseli **Şekil 122-** Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

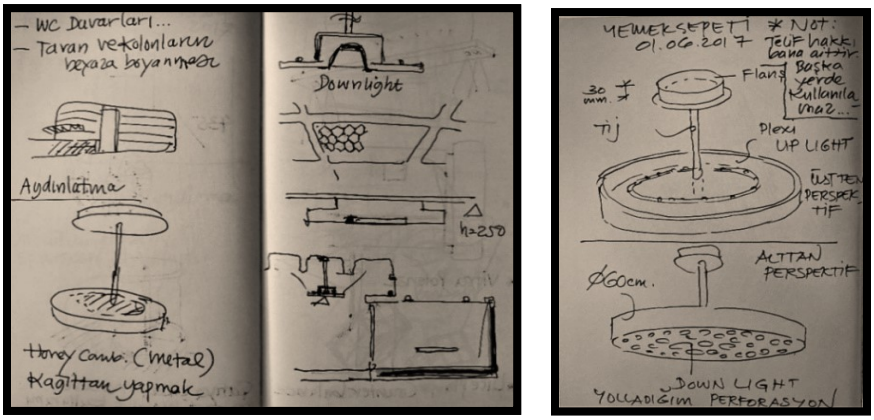
Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Ofisin dördüncü katında, projede en çok kullanılan kaset kirişlere yerleştirilen armatürlerle aydınlatma sağlanmıştır. Tavana yerleştirilmiş farklı yüksekliklerdeki sarkıt elemanlar, üst kat döşemesinden delerek kasetin ince bölümünden kablo girişleri sağlanmıştır. Aşağıya ve yukarıya doğru her iki zıt yöne olmak üzere ışık verebilme özelliğine sahiptir. Tasarım olarak, hamakların üzerine bulut şekli verilerek bir atmosfer yaratılmaya çalışılmıştır. Ayrıca bar bölgesinde de masa üstü petek sarkıtlar kullanılmıştır. Bu katın mekânsal atmosferini değiştiren en önemli unsur aydınlatma olmuştur.



Şekil 123- Dördüncü Kat Dinlenme ve Çalışma Alanı Aydınlatma İç Mekân Görseli

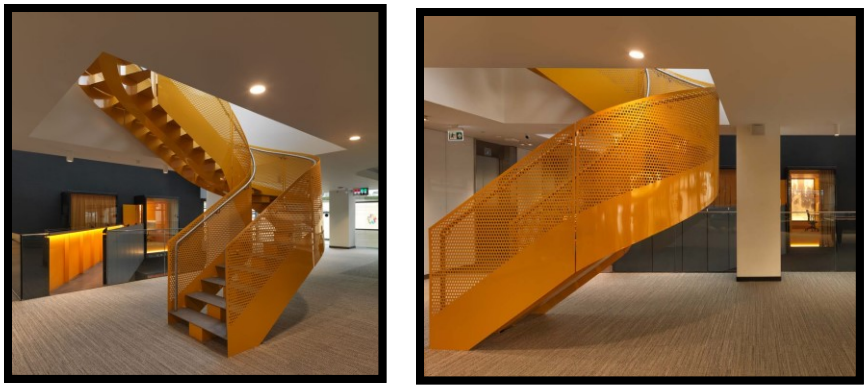
Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)



Şekil 124- Aydınlatma Elemanları Eskiz Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı**)**

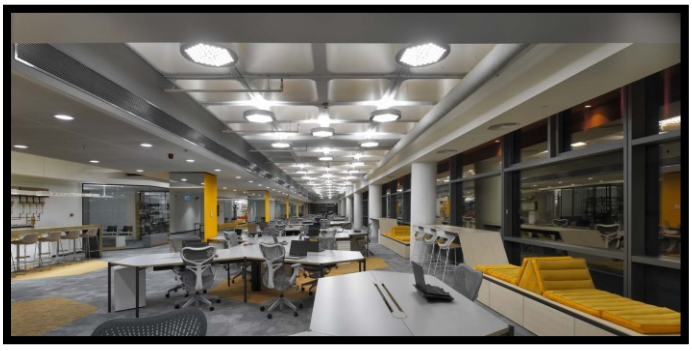
Bu katta hakim olan renk sarıdır. Bu neden ile de terasa çıkan merdiven rengi iç mekân atmosferine uyum sağlamak amacı ile katın rengine boyanmıştır. Heykelsi bir formla tasarlanan merdiven korkuluğunda perfore malzeme kullanılarak tül etkisi yaratmak istenilmiştir. Merdivenin zeminle olan bağlantısı en az seviyede olduğu için, mekânda uçan bir kütle tasarlanmış izlenimi verilmiştir.



Şekil 125- Merdiven Unsuru İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Bu katta karşımıza çıkan satranç piyonu olarak da kullanılabilen tabure detayı, projenin başından beri bu katta bir tabure dolabı yapma isteğinden gelmektedir. Aranılan taburenin hiçbir yerde bulunmamasıyla birlikte çalışılan mobilyacılara özel imalat olarak ahşaptan tabure yaptırılmıştır. Yönetim katındaki açık çalışma alanında pencere kenarındaki yükselip alçalan modül, isteğe göre bar yüksekliğinde ya da dizüstü çalışma ve dinlenme amaçlı kullanılabilecek şekilde tasarlanmıştır. Sırt minderlerinde tay yastık biçiminden ilham alınmıştır. Alt tarafları ise çekmeceli depolama alanı olarak kullanılan tasarım mekanizmasının her detayı işlevsel biçimde kullanılmıştır.



Şekil 126- Çalışma Alanı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti Park ofisinin her katında zemin kaplaması olarak farklı konseptlerde birçok çeşit halı farklı kombinasyonlarla kullanılmaktadır. Tüzer'e göre (2017, s.161):

> "Aynı mobilyalarda olduğu gibi, hiçbir kat ya da departmanın bir diğerini tekrar etmesini istemedik. Örneğin IT katında yerde giden turuncu çizgiler kablo algısı yaratıyor. Sadece o kata özel"

şeklindeki açıklamasıyla halı tasarımının da tüm detaylarına dikkat ederek uygulandığını vurgulamaktadır. Ofisteki oturma elemanları; koltuklar ve sandalyeler dikkate alındığında herkes eşit olduğu için herkesin oturduğu koltukta aynı olmalıdır düşüncesinden yola çıkılarak tasarlanmıştır.

Yemeksepeti.ofis Bir Vizyonun Mimari Anatomisi Kitabı'ndan alınan bilgiye göre (2017, s.131): Nevzat Aydın, bir koleksiyoner ve koleksiyonunun önemli bir kısmını da ofisin duvarlarında sergilemektedir. Bunun sebebi ise sahip olduklarını çalışanları ile paylaşarak, onlara ilham vererek ve sanatseverliğe teşvik ederek, iç mekân atmosferinin farklı bir boyutta evrilmesidir. Böylelikle çalışanlar önemli sanat yapılarıyla iç içe yaşama olanağı elde etmektedirler.

Tablo 7- Yemeksepeti Park Ofisi Tüm Katların Mekânsal Fonksiyon Değerleri

Mekân Atmosferi				
Bina Katları	**Işık**	**Renk**	**Doku**	**Malzeme**
Zemin Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (yapay aydınlatma elemanları olarak sarkıt aydınlatma elemanları kullanımı) -Mekân tavanında akustik tavan kullanımı (aydınlatmalar akustik tavanın içine yerleştirilmiştir) -Farklı led ışık kullanımı (yazı plakasının içine yerleştirilerek aydınlatma elemanı sağlanmıştır)	-Mekânın genelinde kullanılan renk kompozisyonu ve farklı renk türleri oluşturulmuştur. İlk katta koyu renk bileşeninden başlanarak, en son katta ise açık renk skalası kullanılmıştır. Bu kata hakim olan renk türünün koyu kırmızı olduğu görülmektedir.	-Mobilyalarda sert ve yumuşak yüzey doku kullanımı (masa ve sandalyeler sert yüzey, oturma elemanları yumuşak yüzey doku malzemesinden oluşmaktadır)	-Kapitone görünümlü duvar malzemesi kullanımı (resepsiyon alanı) -Koltuklarda suni deri kullanımı (yemek alanı) -Giriş bölümünde yer döşeme malzemesi olarak çimento mozaiği (terrazzo), yemekhanede ise seramik malzeme kullanımı hakimdir. -Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç)
Birinci Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (dairesel formda tasarlanan aydınlatma elemanlarının içine yerleştirilen led aydınlatma sistemi) -Mekânın formuna göre aydınlatma elemanları tercih edilmiştir. Bu katta dairesel form hakimdir.	-Bir üst katta kullanılan renk düzenlemesinin bir ton açık renk türü kullanılmıştır. Bu kata hakim olan renk türü kırmızıdır. Mobilyalar, halılar ve dekoratif elemanları ile mekân içi renk uyumu sağlanmıştır.	-Yumuşak yüzey doku kullanımı (oturma pufları ve sandalye) -Sert yüzey doku kullanımı (masa ve sehpa) -Sert yüzey doku kullanımı (duvar panosu)	-Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç) -Suni deri koltuk kaplaması kullanımı (dairesel biçimde tasarlanan koltuklarda kullanılmıştır) - Çalışma masalarında akrilik masa malzemesi kullanımı -Sehpalarda ahşap malzeme kullanımı
İkinci Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (sonsuz masanın kıvrımlarından ve sürekliliğinden esinlenerek wiggle (modüler, form değiştirebilen) aydınlatma sistemi kullanımı)	- Bu katta oluşan renk bileşeni açık kırmızıdır. (Sonsuz masa alt yüzey alanına uygulanmıştır) -Diğer mobilya faktörlerinde mekânın atmosferine uyum sağlaması açısından gri renk tercih edilmiştir.	-Sert fakat pürüzsüz doku kullanımı (sonsuz masa malzemesi) -Yumuşak yüzey doku kullanımı (sandalye ve halı) -Sert yüzey doku kullanımı (dolaplar)	-Ahşap masa kullanımı (Sonsuz masa fonksiyonunda kullanılmıştır) -Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç) -Farklı ayna kullanımı (mekânı geniş göstermek amacı ile kullanılmıştır)
Üçüncü Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (dairesel formda kullanılan özel tasarım sarkıt aydınlatma elemanları) - Çalışma alanlarında kullanılan aydınlatma sistemleri akustik tavan içine yerleştirilen spot aydınlatmalar ile sağlanmaktadır. -Dairesel formda aydınlatma sistemi kullanımı	- Bu kata hakim olan renk tonu turuncudur. Duvar renklendirmelerinde, halılarda ve tekstil malzemelerinde aynı renk tonu ile mekân içi uyum sağlandığı görülmektedir.	-Kat mekânında masalar hariç genel anlamda yumuşak doku yüzeyi kullanılmaktadır.	-Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç) -Farklı ayna kullanımı (mekânı geniş göstermek amacı ile kullanılmıştır) - Şeffaf cam bölücülerin kullanımı (mekân içinde başka bir mekân oluşumunu sağlamak için kullanılmaktadır) -Kumaş kaplama kullanımı (dinlenme alanındaki kıvrımlı koltuklar yüzeyinde)
Dördüncü Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı - Yapay tasarım aydınlatma kullanımı (özel açık tavan sistemi tasarlanarak, altıgen formdan oluşan bal peteği şeklinde kullanılan aydınlatma elemanları oluşumu)	- Bu kata hakim olan renk tonu sarıdır. Duvar renklendirmelerinde, halılarda ve koltuklarda aynı renk tonu ile mekân içi uyum sağlandığı görülmektedir.	-Kat mekânında masalar hariç genel anlamda yumuşak doku yüzeyi kullanılmaktadır.	-Kumaş kaplama kullanımı (dinlenme alanındaki koltuk yüzeylerinde) -Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç) - Şeffaf cam bölücülerin kullanımı (mekân içinde başka bir mekân oluşumunu sağlamak için kullanılmaktadır)
Beşinci Kat	-Dengeli doğal ve yapay aydınlatma kullanımı (tribün toplantı salonunun dairesel formuna uyum sağlayan duvarın içine gömülü yuvarlak yapıda yapay aydınlatma oluşumu) -Dairesel form sarkıt aydınlatma kullanımı	Mekânın genelinde kullanılan renk kompozisyonunun sonu olarak bu katta açık sarı renk skalası kullanılmıştır.	-Kat mekânının genelinde yumuşak doku yüzeyi kullanılmaktadır.	-File malzemesi kullanımı (dinlenme alanındaki hamak malzemesi olarak kullanılmıştır) -Halı zemin kaplaması kullanımı (ıslak hacim hariç)

4.3 Yemeksepeti Park Ofisi Yüksek Teknoloji Kullanımı

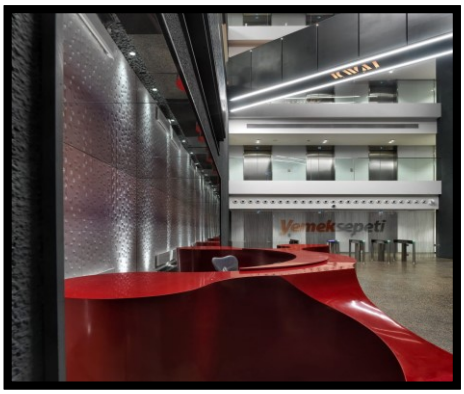
Teknoloji, insanoğlunun düşünme yeteneğini kazandığı andan itibaren hayatını devam ettirebilmek ve kolaylaştırabilmek için keşfettiği her araçta mevcut olan dinamik bir olgu olarak tanımlanabilir (Çimen, 2008, s.48). Her geçen günün değişen ve evrilen teknolojinin çeşitli alanlarda gelişim göstermesinden yola çıkılarak, çalışma mekânına bakıldığında bu olgunun ofis yapılarında fazlaca kendine yer bulduğu görülmektedir. Geçmiş zamandaki iletişim araçları (daktilo, telgraf, vb.) yerini bilgisayar, telefon gibi benzeri araçlara bırakması ile birlikte ofisler arası küresel boyutta iletişim ağları da aynı zamanda gelişmiştir. Bir diğer yandan, yeni nesil mekân anlayışına uygun teknolojik gelişmelerin kullanımı mekân fonksiyonu açısından esneklik ve özgürlük kavramlarının gelişmesinde katkı sağlamaktadır. İç mekân da kablosuz iletişim olanaklarının kullanılabilir hale gelmesi ile birlikte sabit çalışma alanları ve masa başında çalışma biçimi geride bırakılarak, insanların istedikleri yerde ve konumda çalışabilecekleri yeni nesil ofis anlayışı ortaya çıkmaktadır (Tekin, 2019, s.10).

Yemeksepeti Park Ofisi çalışma mekânında kullanılan yüksek teknoloji unsurları, yeni nesil mekân gereklilikleri olan çalışma ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Mekân içinde dijitalleşmeye ve teknolojinin entegre edilmesine önem verilmesinin sebebi çalışanların ihtiyaçlarını anında giderebilmek ve en aza düşürebilmek, ofis içinde dinamikliği ve verimliliği yükseltmek, son olarak ise çalışanları dijital erişimlerle bilinçlendirmektir. Böylelikle mekân içi konseptinin teknolojik gelişmeler sayesinde konforlu ve rahat olması kaçınılmazdır. Mekânda teknoloji tüketimi insan hayatını kolaylaştırmak üzere geliştirilmiştir. Günümüz enformasyon çağında mekân içi gelişimin ve değişimin sağlanabilmesi yeni neslin ofis ortamına çabuk alışabilmesine olanak sağlar. Bu durumda hem işveren hem de çalışan açısından olumlu sonuçlar ortaya çıkar. Çalışan mekâna ve çalışma koşullarına adapte olarak kısa sürede verimli olabilir.

Geçmişten günümüze hala birçok ofiste aktif biçimde kartlı kapı geçiş sistemlerinin kullanılmasının aksine Yemeksepeti ofisinde, mekânın giriş bölümünde konumlanan geçiş sistemi, yenilikçi teknolojik özellikler sayesinde çalışanlar ve işverenler tarafından telefonlar aracılığı ile açılmaktadır. Akıllı telefonlara indirilen aplikasyon ile telefondaki kod sisteme okutularak güvenli bir şekilde ofisin içerisine giriş sağlanmaktadır. Mekân girişindeki bir diğer dijital ve teknolojik detay ise “split flap” adı verilen “havaalanı paneli” dir. Yemeksepeti çalışanı

Bilgi'ye göre (2017, s.84): Dev ekranlarda video göstermek, infografikler sergilemek gibi fikir çözümleri konuşulurken, bir kişiden gelen eski havalimanlarında sesli bir şekilde dönen, mekanik gösterge panolarından yerleştirme fikri ortaya çıkmıştır. Bu teknolojinin artık kullanılmamasına rağmen, araştırılarak dünyada bulunan tek ve son üreticisine ulaşmışlardır. Hızla değişen sesi ve görselliği ile birlikte dikkat çeken bu tasarım unsuru saniyelere bağlı olarak işlemektedir. Belirli zaman aralıklarında güncellenerek, karşısında duran kişiye anlık satış oranları, sipariş rekorları ve çalışanların doğum günleri gibi benzer konular hakkında şirketle ilgili olarak bilgi vermektedir. Aynı zamanda panelin saniyelerle işlemesi, ofisin dinamikliğini ifade etmektedir. Mekân içi konseptinde yüksek teknoloji sahibi olan ofis, sıradan dijital ekran kullanmak yerine değişik fakat aynı işlevi sağlayan bir tasarım elemanı kullanmışlardır.



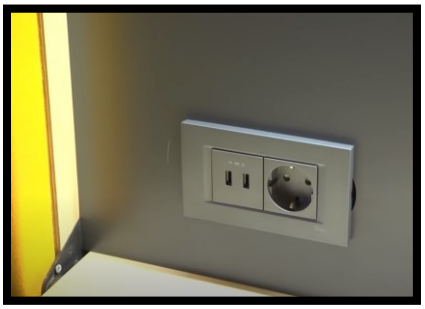


Şekil 127- Havaalanı Paneli İç Mekân Görseli **Şekil 128-** Kapı Geçiş Sistemi İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Yemeksepeti'nin mekân içinde teknoloji olgusunun bu derece entegre edilmesinin amaçlardan biri şirket çalışanlarını şirket içinde olan her türlü aktivite ve olaydan mümkün olduğunca fazla bilgilendirmektir. Bu nedenle ofisin mekânsal organizasyonunda çalışanların karşısına dijital gelişmeler yoluyla şirket içi haberler aktarılmaktadır. Asansörü kullanarak yukarı katlara çıkan kişilere dijital ekranlarda hazırlanan içeriklerin gösterilerek sunulması bu gelişimlerdendir. Ayrıca, uyku odalarında yatak yanlarına yerleştirilen prizlerde çalışanların telefonlarını şarj edebilmeleri için detaylı düşünülerek "usb" teknolojisi sağlanmıştır. Benzer özellik yemek alanındaki oturma alanlarının yanında da mevcuttur.

Aynı alanda farklı bir teknoloji unsuru ise, uyku odasındaki yatağın üstüne oturulduğunda veya yatıldığında yatak kişinin ağırlığını algılar ve bunun üzerine perde otomatik olarak kapanır.



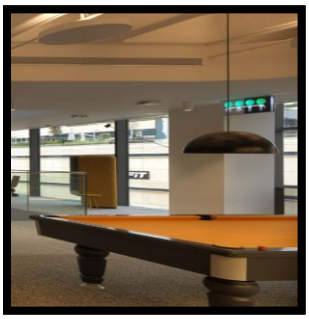


Şekil 129- "Usb" Girişi İç Mekân Görseli **Şekil 130-** Asansör Dijital Ekranı İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Her katta konumlandırılmış, dijital pano göstergesi ile o kattaki tuvaletlerin boş veya dolu olduğu yanan insan logosu kafasındaki gösterge ışığı sayesinde önceden anlaşılmaktadır. Çalışırken yoğun olan kişilerin vakit kaybından böylelikle tasarruf edilebilmektedir. Yemeksepeti çalışanı Bilgi'ye göre (2017, s.179):

> "Birtakım ihtiyaçlardan dolayı boş yere zaman kaybetmek istemiyoruz. Sürekli herkes çalışsın diye düşündüğümüzden değil. İşi olmayan çalışmadan da vakit geçirebilir ama işi varken, hatta acelesi varken, tuvalete gidip de meşgul olduğu için yerine dönmesi tamamen zaman kaybı. O yüzden tuvalete girmeden dolu mu boş mu olduğunu koridorda gösteren bir sistem kurduk. Hem eğlenceli, hem de işlevsel oldu"

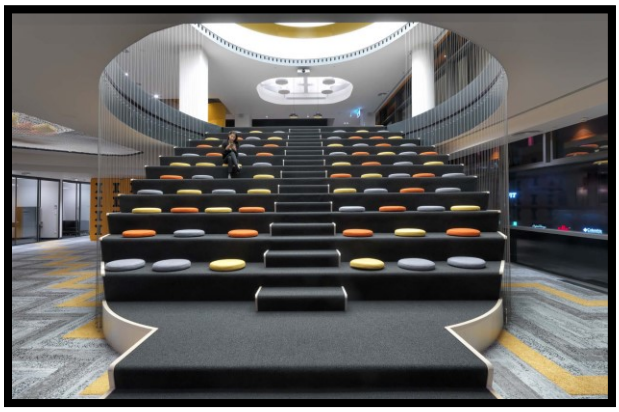




Şekil 131- Gösterge Işığı İç Mekân Görselleri

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Ofisin tribün toplantı salonu bölümünde “dual” ekran sayesinde her iki katta da sunum yapıldığı zaman toplantıya katılan kişi çoğunluğu elde edilmektedir. Bu sayede kalabalık toplantı ayarlamaları yapılarak daha büyük hedef kitleye erişilebilmektedir.

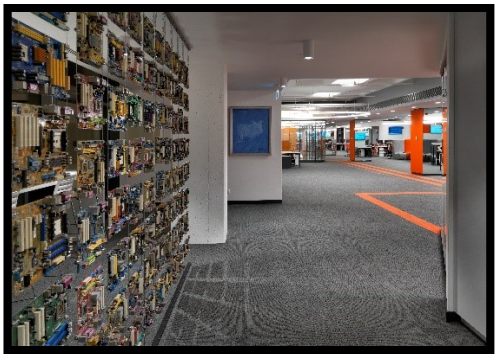


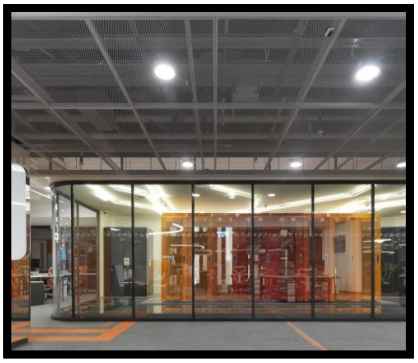
Şekil 132- Dijital Perde İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemeksepeti Park Ofisi)

Ofis bölümünün önemli kısımlarından üçüncü katta bulunan IT alanı, dijital ve teknolojik gelişmelerin hayata geçirildiği alandır. Yemeksepeti, ofis olarak her türlü teknoloji ihtiyacını IT ekibi sayesinde kendileri geliştirip sağlamaktadırlar. Mekânın genel organizasyonuna ve fonksiyonuna bağlı olarak tasarlanan bölücülerde, IT alanını tanımlamak tüm bölücü ekran kartlarından, bilgisayar kasalarının iç malzemelerinden oluşmaktadır. Ayrıca bu katta şeffaf olarak tasarlanan bir sistem odası konumlanmaktadır. Enerji ve veri girişleri görünür kılınarak, güvenlik sağlanmıştır. Bütün kablolama sistemleri ve mekanizmalar yalın bir şekilde gösterilmektedir. Yemeksepeti çalışanı Akar’a göre (2017, s.127):

> Sunucunun bulunduğu oda için çok fazla uğraşıldı. Kabinetler açılırken birbirini engellemesin diye önleri hafif bombeli ve renkleri ofisin kat renkleriyle aynı yapıldı. Böylece mekânda çeşitlilik sağlandı. Diğer bir önem verilen konu çalışma mekânında kablosuz ağın etkili ve sorunsuz çalışmasıdır. Kablo kalabalığından kurtularak hepsi için ayrı depolama alanları ve mekân organizasyonunda saklama alanları tasarlandı. Kulaklıklar kablosuz hale getirildi ve çalışanların saklamaları için ayrı saklama alanları yapıldı.





Şekil 133- Dijital Separatör İç Mekân Görseli **Şekil 134-** Sunucu Odası İç Mekân Görseli

Kaynak: (Yemekseeti Park Ofisi)

Tablo 8- Yemeksepeti Park Ofisi Yüksek Teknoloji Kullanımı

Bina Katları	Yüksek Teknoloji Kullanımı
Zemin Kat	Resepsiyon bölümünde kullanılan dijital havaalanı paneli ve giriş kapısında kullanılan kart okutma sistemi yerine telefon teknolojisi ile çalışanların mekâna güvenli bir şekilde girebilmesi ve ayrıca yemek alanında koltukların yanında telefonların şarjı için prizlerin yanına bir de usb girişinin düşünülerek tasarlanmış olması zemin kata ait teknolojik unsurlardır.
Birinci Kat	Birinci kata çıkarken asansörlerin içinde konumlandırılmış dijital ekranlarda gösterilen konsept videolar sayesinde çalışanlar ofiste şirket hakkındaki bütün bilgileri algılamaktadırlar. Islak hacimlerde kullanılan tuvaletin dolu veya boş olduğu ışık yanarak gösterilen dijital pano sistemi kullanılmaktadır. İsteyen sabit masaüstü bilgisayar ile isteyen çalışanlar ise dizüstü bilgisayarları ile çalışabilmektedirler.
İkinci Kat	Uyku odalarında kullanılan yemekhane ile aynı olan usb teknoloji detayı kullanılmaktadır. Oyun alanlarında dijital ekranlar kullanılmıştır. Operasyon bölümü işlevinden dolayı sabit masaüstü bilgisayar kullanımı mevcuttur.
Üçüncü Kat	-Sunucu odasının ve teknolojik aletlerin kontrol edildiği alandır. Bu nedenle bu kata ait tüm sistemler teknolojik ve dijitaldir. Kullanılan ağ mekanizma sistemi güvenilirlik ve görüntü açısından çalışanların geçmediği tavan sistemi içine yerleştirilmiştir.
Dördüncü Kat	Çalışma alanının içine konumlandırılan gösterge panelleri sayesinde mekânın her yerinde bulunan çalışanlar, bu dijital teknoloji sayesinde bilgiye daha hızlı ve kolay erişebilmektedirler.
Beşinci Kat	Tribün alanında kullanılan amfi içine yerleştirilmiş dual ekran sayesinde fazla kullanıcı ile birlikte toplantı yapılabilmektedir.

BÖLÜM V.

- **Anket Yöntemi**

Araştırma kapsamında, İstanbul'da bulunan Yemeksepeti çalışanları ile 105 kişi üzerinden yazılı anket değerlendirmesi yapılarak, 90 kişiden geri dönüş alınmıştır. Basit rastgele örnekleme yöntemi ile %5 hata ve %90 güven ile çalışmada en az 88 kişinin dahil edilmesi gerektiği öngörülmüştür. Fakat verileri geçerli olan 90 kişi üzerinden çalışma yürütülmüştür. Yapılan mekânsal değerlendirmelerin kullanıcı açısından karşılıkları aranarak, yeni nesil çalışma mekânı değerlendirmesi ölçütlerini kapsayan sorular yöneltilmiştir. Bu anket çalışmasında amaç, mekân değerlerinin kullanıcı açısından okunurluğunu anlamak üzerinedir. Bu açıdan ele alınan veriler analiz edilerek doğru sonuç bulgularına ulaşılmıştır. Ayrıca yürütülen anket çalışması etik kurallar kapsamında Yemeksepeti Park Ofisi tarafından gerekli izinler alınarak gerçekleştirilmiştir.

- **Evren ve Örneklem**

Anket çalışması yürütülürken örneklem büyüklüğünün belirlenmesi ve örneklemin alındığı evreni doğrulaması önemlidir. Bu nedenle yapılacak çalışmada belirlenecek olan örneklemin evrenin temsili konusunda yeterliliğine dikkat edilmelidir. Yazılı anket değerlendirmesi yapılmasından dolayı Yemeksepeti Park Ofisi'nin farklı departmanlarında çalışan 105 kişi anket çalışmasının evrenini oluşturmaktadır.

- **İstatistiksel Yöntemler**

Verilerin analizi kapsamında; tanımlayıcı istatistikler ortalama, standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Çalışanların demografik iş yeri özelliklerinin değerlendirme ölçümlerine göre, farklılığının incelenmesinde bağımsız örneklem t testi ve varyans analizi (anova) uygulanmıştır. Çalışma mekânı sosyal alanları ve sosyal alanların bıraktığı izlenim ve hissiyat düzeylerinin arasındaki ilişkilerinin incelenmesi için korelasyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada 0,05'den küçük p değerleri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Analizler SPSS 22.0 paket programı ile yapılmıştır.

- **Katılımcıların Özellikleri**

Katılımcıların %49'nun kadın ve %51'nin erkek bireylerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcılarının %60'nın lisans ve %40'nın lisansüstü düzeyde eğitim gördüğü tespit edilmiştir. Katılımılar %71 ile 1-5 yıl, % 19 ile 6-10 yıl ve % 10 ile 11-15 yıl arasında mesleki kıdeme sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar mevcut çalıştıkları iş yerlerinde %93 ile 1-5 yıl ve %7 ile 6-10 yıl arasında tecrübeye sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar %74 ile 21-30 yaş ve %26 ile 31-40 yaşları arasında oldukları görülmüştür. Katılımcıların %86'sı tam zamanlı ve %14'ü ise esnek çalışma tipte çalıştıkları tespit edilmiştir. Çalışmada katılımcıların %86'nın açık ofis ve %14'nün ise kapalı ofislerde görev yaptığı görülmüştür.

Tablo 9- Katılımcıların Özellikleri

Katılımcıların Özellikleri		**n**	**%**
Cinsiyet	Erkek	46	51,1%
	Kadın	44	48,9%
Eğitim	Lisans	54	60,0%
	Lisansüstü	36	40,0%
Çalışma Hayatındaki İş Kıdemi	1-5 yıl	64	71,1%
	6 10 yıl	17	18,9%
	11-15 yıl	9	10,0%
Mevcut İş Yerindeki Kıdemi	1-5 yıl	84	93,3%
	6 10 yıl	6	6,7%
	11-15 yıl	0	0,0%
Yaş	21-30	67	74,4%
	31-40	23	25,6%
Çalışma Stili	Tam zamanlı	77	85,6%
	Esnek Çalışma	13	14,4%
Ofis Tipi	Açık Ofis	77	85,6%
	Kapalı Ofis	13	14,4%

- **Sosyal Alan Değerlendirmeleri**

Çalışmaya dahil olan katılımcıların çalıştığı departmanların %83'ünde sosyal alanların olduğu görülmüştür. Çalışanlar bu alanları %30 ile dinlenme saatlerinde, %47 ile her zaman, %3 ile yemek ve çalışma saatlerinde kullandıkları görülmüştür.

Tablo 10- Sosyal Alan Değerlendirmeleri

Sosyal Alan Özellikleri		n	%
Sosyal çalışma alanları mevcut mudur?	Evet	75	83,3%
	Hayır	15	16,7%
Eğer sosyal alanlar varsa bu alanları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	Dinlenme saatlerinde	27	30,0%
	Yemek arasında	3	3,3%
	Çalışma saatleri	3	3,3%
	Her zaman	42	46,7%
	Bu alan yok	15	16,7%
Şirketinizde uyku kapsülleri var mı?	Evet	72	80,0%
	Hayır	18	20,0%
Eğer varsa uyku kapsüllerini hangi zaman aralıklarında kullanıyorsunuz?	Yemek arasında	25	27,8%
	Çalışma saatleri	12	13,3%
	Bu alan yok	18	20,0%
	Çalışma saatleri dışında	35	38,9%
Şirketinizde spor salonu var mı?	Evet	75	83,3%
	Hayır	15	16,7%
Eğer varsa hangi zaman aralığında kullanıyorsunuz?	Çalışma saatleri	3	3,3%
	Bu alan yok	15	16,7%
	Çalışma saatleri dışında	11	12,2%
	Öğle arasında	24	26,7%
	Mesai sonrası	37	41,1%
Ofisinizde her iki bilgisayar türü ile çalışabiliyor musunuz?	Sadece dizüstü	12	13,3%
	Sadece masaüstü	12	13,3%
	Hem dizüstü hem masaüstü	66	73,3%
Kişisel aktivitenizi sağlayabilmek için yeterli alanınız ve zamanınız var mı?	Evet	52	57,8%
	Hayır	38	42,2%

Sosyal alan ile ilgili ifadeler		Yaş			
		Z Kuşağı		Diğer Kuşaklar	
		n	%	n	%
Sosyal çalışma alanları mevcut mudur?	Evet	55	82,1%	20	87,0%
	Hayır	12	17,9%	3	13,0%
Eğer sosyal alanlar varsa bu alanları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	Dinlenme saatlerinde	15	22,4%	12	52,2%
	Yemek arasında	3	4,5%	0	0,0%
	Çalışma saatleri	3	4,5%	0	0,0%
	Her zaman	34	50,7%	8	34,8%
	Bu alan yok	12	17,9%	3	13,0%
Şirketinizde uyku kapsülleri var mı?	Evet	52	77,6%	20	87,0%
	Hayır	15	2,4%	3	13,0%
Eğer varsa uyku kapsüllerini hangi zaman aralıklarında kullanıyorsunuz?	Yemek arasında	11	16,4%	14	60,9%
	Çalışma saatleri	12	17,9%	0	0,0%
	Bu alan yok	15	22,4%	3	13,0%
	Çalışma saatleri dışında	29	43,3%	6	26,1%
Şirketinizde spor salonu var mı?	Evet	55	82,1%	20	87,0%
	Hayır	12	17,9%	3	13,0%
Eğer varsa hangi zaman aralığında kullanıyorsunuz?	Çalışma saatleri dışında	3	4,5%	0	0,0%
	Her zaman	0	0,0%	0	0,0%
	Bu alan yok	12	17,9%	3	13,0%
	Çalışma saatleri dışında	6	9,0%	5	21,7%
	Öğle arasında	18	26,9%	6	26,1%
	Mesai sonrası	28	41,8%	9	39,1%
Ofisinizde her iki bilgisayar türü ile çalışabiliyor musunuz?	Sadece dizüstü	12	17,9%	0	0,0%
	Sadece masaüstü	6	9,0%	6	26,1%
	Hem dizüstü hem masaüstü	49	73,1%	17	73,9%
Kişisel aktivitenizi sağlayabilmek için yeterli alanınız ve zamanınız var mı?	Evet	40	59,7%	12	52,2%
	Hayır	27	40,3%	11	47,8%

Çalışmaya dahil olan katılımcıların çalıştığı departmanların %80'ninde uyku kapsüllerinin olduğu görülmüştür. Çalışanlar bu alanları %39 ile çalışma saatleri dışında, %28 ile yemek arasında, %13 ile çalışma saatlerinde kullandığı görülmüştür.

Çalışmaya dahil olan çalışanların çalıştığı departmanların %83'nüne spor salonları olduğu görülmüştür. Çalışanlar bu alanları %41 ile mesai sonrasında, %27 ile öğle arasında, %12 ile mesai saatleri haricinde ve %3 ile mesai saatlerinde kullandıkları görülmüştür.

Katılımcılar %13 ile sadece dizüstü, %13 ile sadece masa üstü ve %74 ile hem dizüstü hem de masaüstü bilgisayarlar ile çalıştıkları görülmüştür. Katılımcıların %58'nin kişisel aktivitelerinin sağlayabilmek için yeterli alan ve zamana sahip olduğu görülmüştür.

Çalışma Mekânı Değerlendirilmesi

Yapılan çalışmada mekân ortamının değerlendirilmesi amacı ile ilgili ifadelerin yer aldığı ölçeğin güvenilirlik düzeyinin 0,91 ve açıklanan varyans oranın %60 olduğu görülmüştür. Ölçeğin genel açıdan güvenilir ve yeterli bir ölçme aracı olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 11- Ofis İç Mekân Atmosfer Değerlendirilmesi

İfadeler	n	X	s.s	Güvenilirlik	Açıklanan varyans
Ofisin iç mekân atmosferi çalışma koşullarına uygundur	90	3,93	0,97		
Ofisin iç mekân aydınlatması çalışma koşullarına uygundur	90	3,99	1,16		
Ofisin iç mekân renk uyumu çalışma koşullarına uygundur	90	3,93	1,04		
Ofisin mobilya tasarımı çalışma koşullarına uygundur	90	4,12	0,91		
Ofis tasarımı verimliliği artırıp gerekli motivasyonu sağlar	90	4,04	1,12		
Ofiste sosyal çalışma alanları yeterli şekilde mevcuttur	90	3,89	1,19	0,91	60%
Sosyal alanlarda iş ile ilgili çalışmaları gerçekleştirmek için uygundur	90	3,70	1,27		
Genel olarak ofiste mekânsal çalışma koşulları fonksiyoneldir	90	4,00	1,01		
Ofis tasarımı iş ile ilgili davranış biçimlerinizi pozitif yönde etkiler	90	4,30	1,11		

ifadeler	Yaş				p
	Z Kuşağı		Diğer Kuşaklar		
	X	s.s	X	s.s	
Ofisin iç mekân atmosferi çalışma koşullarına uygundur	4,13	0,81	3,35	1,15	0,01
Ofisin iç mekân aydınlatması çalışma koşullarına uygundur	4,12	1,14	3,61	1,16	0,01
Ofisin iç mekân renk uyumu çalışma koşullarına uygundur	4,04	0,98	3,61	1,16	0,01
Ofisin mobilya tasarımı çalışma koşullarına uygundur	4,23	0,90	4,09	0,95	0,01
Ofis tasarımı verimliliği artırıp gerekli motivasyonu sağlar	4,22	1,12	3,99	1,13	0,01
Ofiste sosyal çalışma alanları yeterli şekilde mevcuttur	3,91	1,08	3,83	1,50	0,03
Sosyal alanlarda iş ile ilgili çalışmaları gerçekleştirmek için uygundur	3,87	1,22	3,70	1,43	0,03
Genel olarak ofiste mekansal çalışma koşulları fonksiyoneldir	4,09	1,04	3,74	0,86	0,01
Ofis tasarımı iş ile ilgili davranış biçimlerinizi pozitif yönde etkiler	4,46	0,99	3,83	1,30	0,01

"Ofisin iç mekân atmosferi çalışma koşullarına uygundur" ifadesinin ortalamasının 3,93±0,97 olduğu görülmüştür. "Ofisin iç mekân aydınlatması çalışma koşullarına uygundur" ortalamasının 3,99±1,16 olduğu görülmüştür. "Ofisin iç mekân renk uyumu çalışma koşullarına uygundur" ortalamasının 3,93±1,04 olduğu görülmüştür. "Ofisin mobilya tasarımı çalışma koşullarına uygundur" ortalamasının 4,12±0,91 olduğu görülmüştür. "Ofis tasarımı verimliliği artırıp gerekli motivasyonu sağlar" ortalamasının 4,04±1,12 olduğu görülmüştür. "Ofiste sosyal çalışma alanları yeterli şekilde mevcuttur" ortalamasının 3,89±1,19 olduğu görülmüştür. "Sosyal alanlarda iş ile ilgili çalışmaları gerçekleştirmek için uygundur" ortalamasının 3,70±1,27 olduğu görülmüştür. "Genel olarak ofiste mekânsal çalışma koşulları fonksiyoneldir" ortalamasının 4,00±1,01 olduğu görülmüştür. "Ofis tasarımı iş ile ilgili davranış biçimlerinizi pozitif yönde etkiler" ortalamasının 4,30±1,11 olduğu görülmüştür. Genel olarak bakıldığında, yapılan değerlendirmelerin çalışma ortamının sosyal alanlar bakımından yeterli düzeylerde olduğunu göstermektedir.

2- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Çalışanlar Üzerinde Bıraktığı İzlenimler Ve Uyardığı Algı Biçimi

Yürütülen çalışmada ofis ortamının sosyal alanların çalışanlar üzerinde bıraktığı izlenimler ve uyardığı algı biçimi değerlendirilmesi amacı ile ilgili ifadelerin yer aldığı ölçeğin güvenilirlik düzeyinin 0,94 ve açıklana varyans oranın %63 olduğu görülmüştür. Çalışma mekânı ortamının sosyal alanların çalışanlar üzerinde bıraktığı izlenimler ve uyardığı algı biçimi değerlendirilmesi ölçeğinin genel açıdan güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilmektedir.

Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri sıcak (5,46±1,90) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri aydınlık (5,26±1,83) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri uyarıcı (5,40±1,73) olarak ifade ettiği görülmüştür.

Tablo 12- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Çalışanlar Üzerinde Bıraktığı İzlenimler ve Uyardığı Algı Biçimi

İfadeler	n	X	s.s	Güvenilirlik	Açıklanan Varyans
(7) Sıcak /Soğuk (1)	90	5,46	1,90		
(7) Aydınlık /Karanlık (1)	90	5,26	1,83		
(7) Uyarıcı /Uyutucu (1)	90	5,40	1,73		
(7) Davet edici /İtici (1)	90	4,98	1,85		
(7) Ferah /Sıkıcı (1)	90	5,22	2,10		
(7) İletişim kolaylaştırıcı /İletişim (1)	90	5,78	1,72		
(7) Samimi /Resmi (1)	90	5,81	1,51		
(7) Rahatlatıcı /Rahatsız edici (1)	90	5,32	1,60	0,94	63%
(7) Cesaretlendirici /Pasifize edici (1)	90	5,09	1,69		
(7) İşbirliğine açık /İşbirliğine kapalı (1)	90	5,66	1,68		
(7) Motive edici /Can sıkıcı (1)	90	5,40	1,77		
(7) Konsantrasyon sağlayıcı /Dikkat dağıtıcı (1)	90	5,32	1,88		
(7) Huzurlu /Huzursuz edici (1)	90	5,23	1,83		
(7) Kullanışlı /Kullanışsız (1)	90	5,48	1,86		
(7) Yaratıcılığa açık /Yaratıcılığa kapalı (1)	90	5,43	2,03		

ifadeler	Yaş				p
	Z Kuşağı		Diğer Kuşaklar		
	X	s.s.	X	s.s.	
(7) Sıcak /Soğuk (1)	5,36	1,86	5,74	2,00	0,01
(7) Aydınlık /Karanlık (1)	5,04	1,74	5,87	1,98	0,01
(7) Uyarıcı /Uyutucu (1)	5,34	1,62	5,57	2,06	0,01
(7) Davet edici /İtici (1)	4,92	1,75	5,57	2,12	0,01
(7) Ferah /Sıkıcı (1)	5,33	1,92	4,91	2,57	0,01
(7) İletişim kolaylaştırıcı /İletişim (1)	5,97	1,61	5,22	1,93	0,01
(7) Samimi /Resmi (1)	5,75	1,64	6,00	1,04	0,01
(7) Rahatlatıcı /Rahatsız edici (1)	5,33	1,40	5,30	2,12	0,85
(7) Cesaretlendirici /Pasifize edici (1)	5,06	1,71	5,17	1,67	0,03
(7) İşbirliğine açık /İşbirliğine kapalı (1)	5,81	1,58	5,22	1,93	0,01
(7) Motive edici /Can sıkıcı (1)	5,51	1,82	5,09	1,59	0,01
(7) Konsantrasyon sağlayıcı /Dikkat dağıtıcı (1)	5,56	1,73	4,65	2,14	0,01

Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri davet edici (4,98±1,85) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri ferah (5,22±2,10) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri iletişim kolaylaştırıcı (5,78±1,72) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri samimi (5,81±1,51) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri rahatlatıcı (5,32±1,60) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri cesaretlendirici (5,09±1,69) olarak ifade ettiği görülmüştür.

Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri iş birliğine açık (5,66±1,68) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri motive edici (5,40±1,71) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri konsantrasyon sağlayıcı (5,32±1,88) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri huzurlu (5,23±1,83) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri kullanışlı (5,48±1,86) olarak ifade ettiği görülmüştür. Katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri yaratıcılığa açık (5,43±2,03) olarak ifade ettiği görülmüştür.

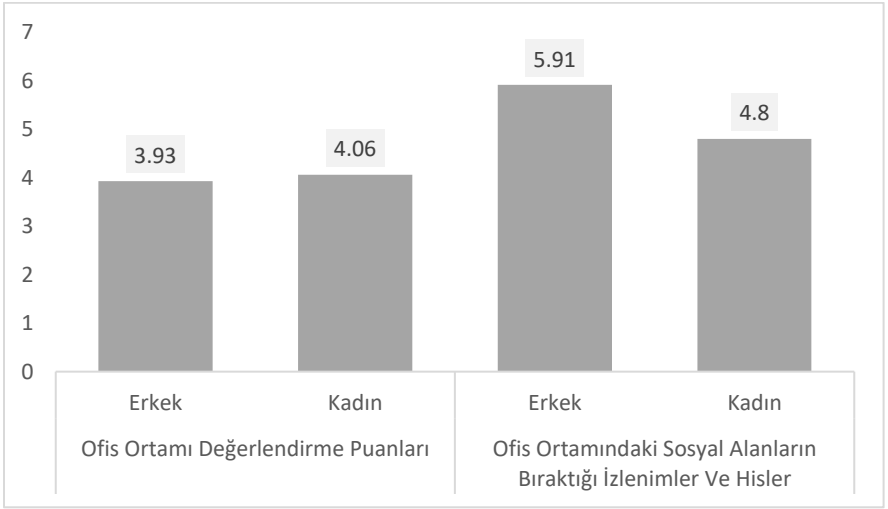
3- Ofis Ortamı ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin İncelenmesi

Tablo 13- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Cinsiyete Göre İncelenmesi

Cinsiyet		n	X	s.s.	p
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Erkek	46	3,93	1,11	0,52
	Kadın	44	4,06	0,73	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Erkek	46	5,91	1,18	0,01*
	Kadın	44	4,80	1,82	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının cinsiyetlere göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada kadın ve erkekler ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,52,p>0,05).

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların cinsiyetlerine göre farklı olduğu görülmüştür. Kadın katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin erkek katılımcılara göre daha olumsuz olduğu görülmüştür (p=0,01,p<0,05).



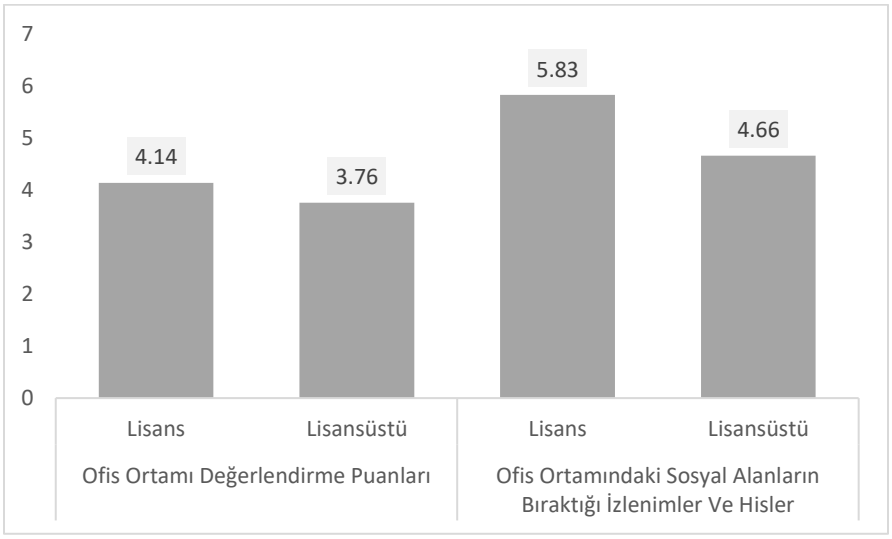
Şekil 135- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Cinsiyete Göre İncelenmesi

Tablo 14- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğitime Göre incelenmesi

Eğitim		n	X	s.s.	p
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Lisans	54	4,14	0,84	0,06
	Lisansüstü	36	3,76	1,04	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Lisans	54	5,83	1,10	0,01*
	Lisansüstü	36	4,66	1,99	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının eğitim düzeylerine göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,06,p>0,05).

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların eğitim düzeylerine göre farklı olduğu görülmüştür. Lisansüstü düzeydeki katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin lisans mezunu olan katılımcılara göre daha olumsuz olduğu görülmüştür (p=0,01,p<0,05).



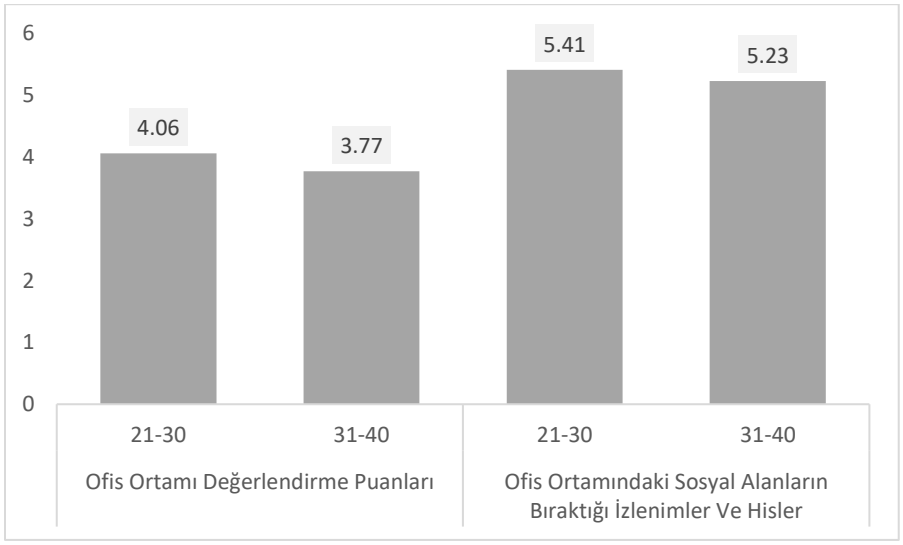
Şekil 136- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğitime Göre incelenmesi

Tablo 15- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Yaşa Göre incelenmesi

Yaş		n	X	s.s.	p
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	21-30	67	4,06	0,87	0,20
	31-40	23	3,77	1,10	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	21-30	67	5,41	1,58	0,65
	31-40	23	5,23	1,73	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının yaşlarına göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada 21-30 ve 31-40 yaşlarında olan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,20, p>0,05).

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların yaşlarına göre farklı olmadığı görülmüştür. Araştırmada 21-30 ve 31-40 yaşlarında olan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür (p=0,65,p>0,05).



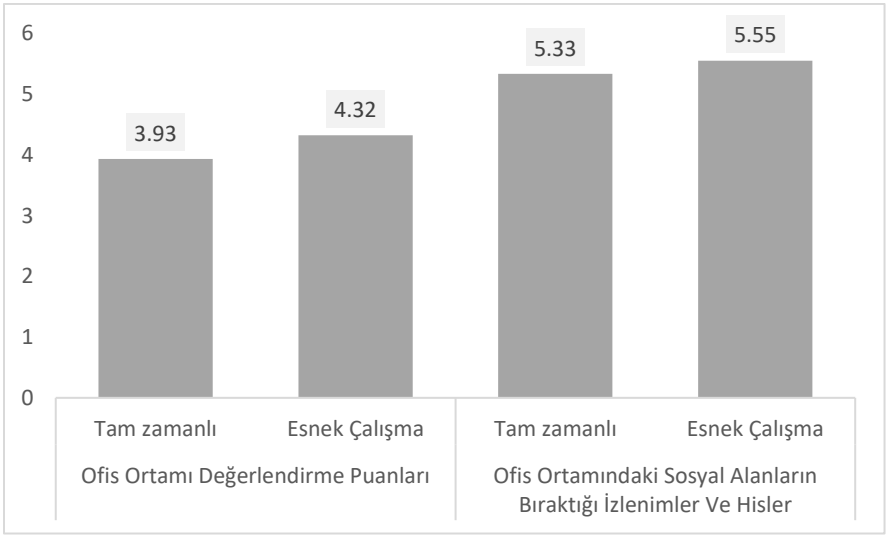
Şekil 137- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Yaşa Göre incelenmesi

Tablo 16- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Çalışma Statüsüne Göre İncelenmesi

Çalışma Statüsü		n	X	s.s.	p
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Tam zamanlı	77	3,93	0,97	0,17
	Esnek Çalışma	13	4,32	0,69	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Tam zamanlı	77	5,33	1,64	0,66
	Esnek Çalışma	13	5,55	1,53	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının çalışma statülerine göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada tam zamanlı veya esnek tipte çalışan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,17, p>0,05).

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların çalışma statülerine göre farklı olmadığı görülmüştür. Araştırmada tam zamanlı veya esnek tipte çalışan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür (p=0,66,p>0,05).



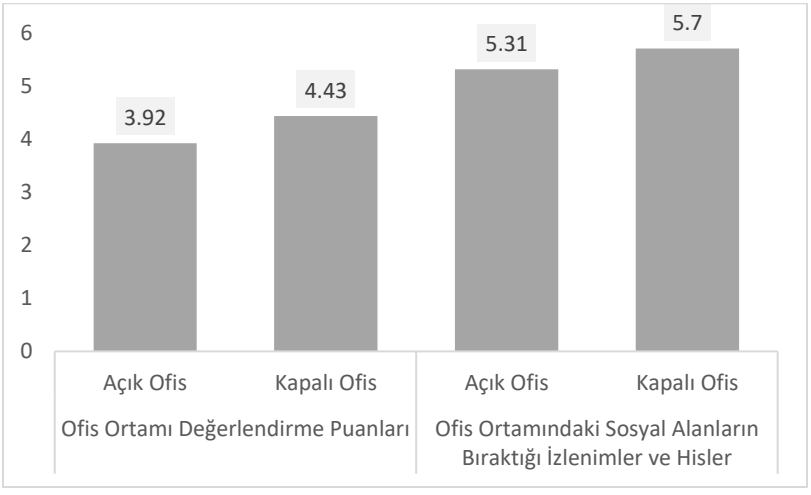
Şekil 138- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Çalışma Statüsüne Göre İncelenmesi

Tablo 17- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre İncelenmesi

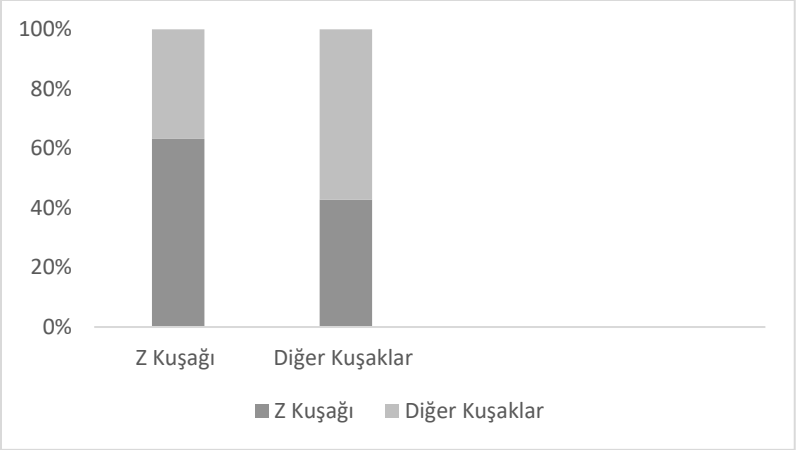
Ofis Tipi		n	X	s.s.	p
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Açık Ofis	77	3,92	0,97	0,04*
	Kapalı Ofis	13	4,43	0,58	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Açık Ofis	77	5,31	1,58	0,41
	Kapalı Ofis	13	5,70	1,86	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının ofis tiplerine göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Araştırmada kapalı ofislerde çalışan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının açık tip ofislerde çalışan katılımcılara göre daha yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,04, p<0,05). Kapalı tip ofis çalışanları ofis ortamlarını daha uygun ve yeterli olarak görmektedir.

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların ofis tiplerine göre farklı olmadığı görülmüştür. Araştırmada açık veya kapalı tip ofislerde çalışan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür (p=0,41,p>0,05).



Şekil 139- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre İncelenmesi



Şekil 140- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Ofis Tipine Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların ofis tiplerine göre Z Kuşağı'nın diğer kuşak çalışanlarına oranla daha fazla olduğu görülmüştür. Araştırmada açık veya kapalı tip ofislerde çalışan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin Z Kuşağı'nın diğer çalışan kuşaklar'a oranla daha yüksek olduğu görülmüştür (p=0,41,p>0,05).

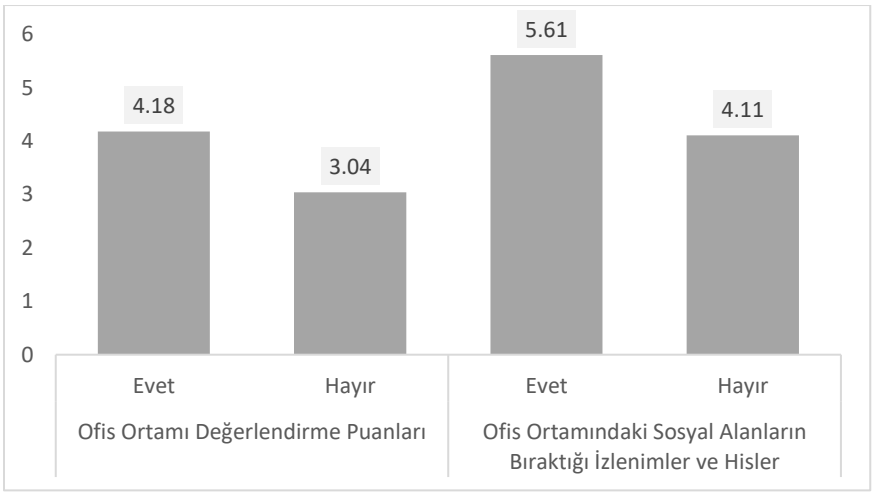
Tablo 18- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre İncelenmesi

Sosyal çalışma alanları mevcut mudur?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Evet	75	4,18	0,86	0,01*
	Hayır	15	3,04	0,76	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Evet	75	5,61	1,42	0,01*
	Hayır	15	4,11	1,97	

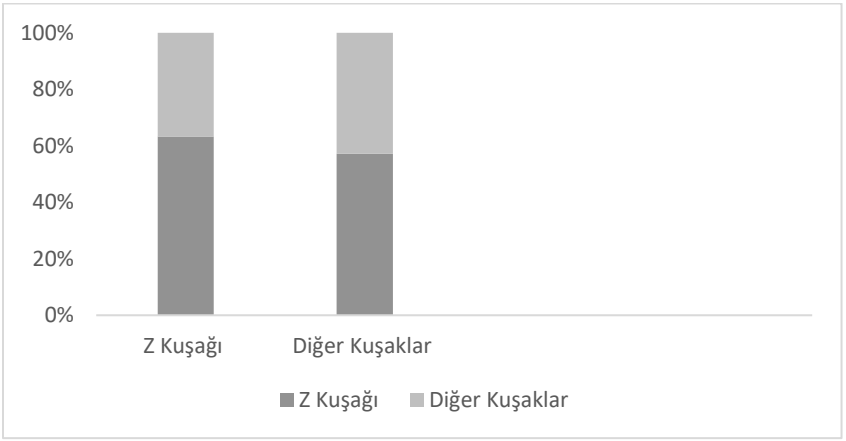
Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının sosyal çalışma alanları olma durumuna göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Araştırmada sosyal çalışma alanları olan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının sosyal çalışma

alanları olmayan katılımcılara göre daha yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,01, p<0,05). Sosyal çalışma alanlarına sahip olan çalışanlar ofis ortamlarını daha uygun ve yeterli olarak görmektedir.

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların sosyal çalışma alanları olma durumuna göre farklı olduğu görülmüştür. Sosyal çalışma alanları olan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin sosyal çalışma alanları olmayan çalışanlarına göre daha olumlu olduğu görülmüştür (p=0,01,p<0,05).



Şekil 141- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre İncelenmesi



Şekil 142- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Sosyal Çalışma Alanları Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi

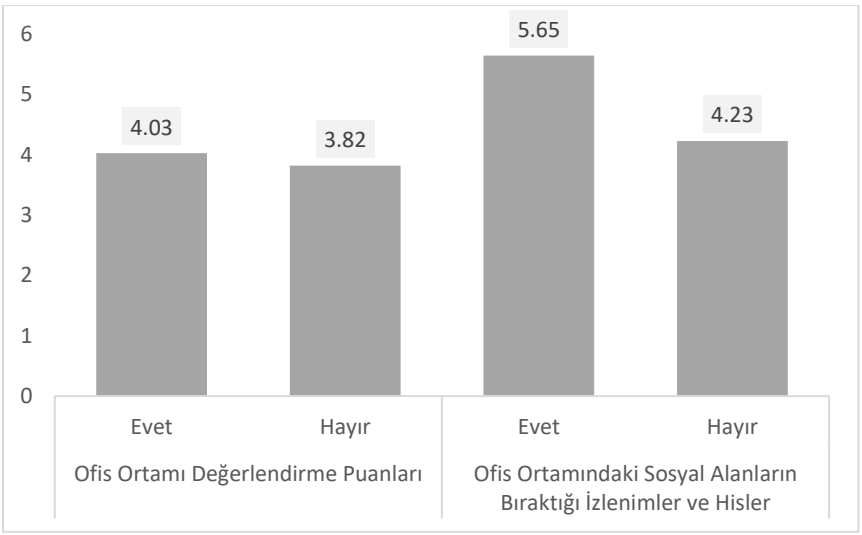
Araştırmada sosyal çalışma alanları olan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar açısından benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,01, p<0,05). Sosyal çalışma alanlarına sahip olan çalışanlar ofis ortamlarını daha uygun ve yeterli olarak görmektedir.

Tablo 19- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre İncelenmesi

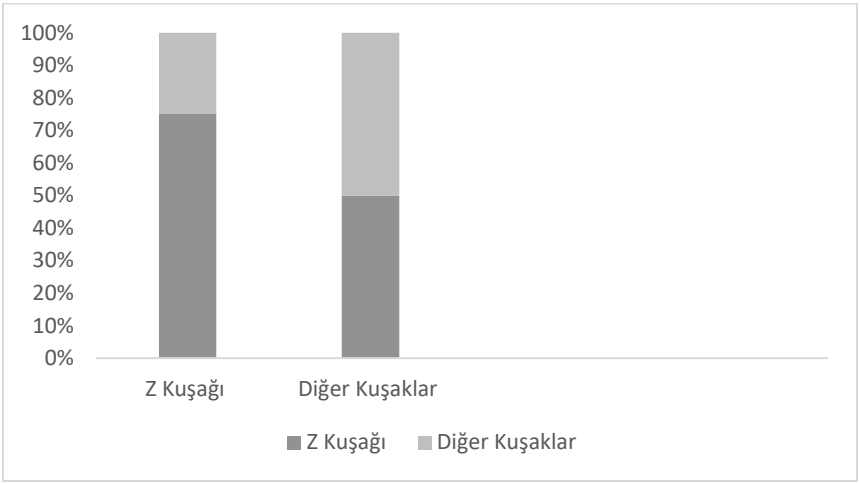
Şirketinizde uyku kapsülleri var mı?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Evet	72	4,03	0,91	0,38
	Hayır	18	3,82	1,05	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler Ve Hisler	Evet	72	5,65	1,39	0,01*
	Hayır	18	4,23	1,96	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının uyku kapsüllerinin olma durumuna göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada ofis ortamlarında uyku kapsülleri olan veya olmayan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,38, p>0,05).

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların uyku kapsüllerinin olma durumuna göre farklı seviyelerde olduğu görülmüştür. Araştırmada ofis ortamlarında uyku kapsülleri olan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin sosyal ofis ortamlarında uyku kapsülleri olmayan çalışanlara göre daha olumlu olduğu görülmüştür (p=0,01,p<0,05).



Şekil 143- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre İncelenmesi



Şekil 144- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Uyku Kapsülleri Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi

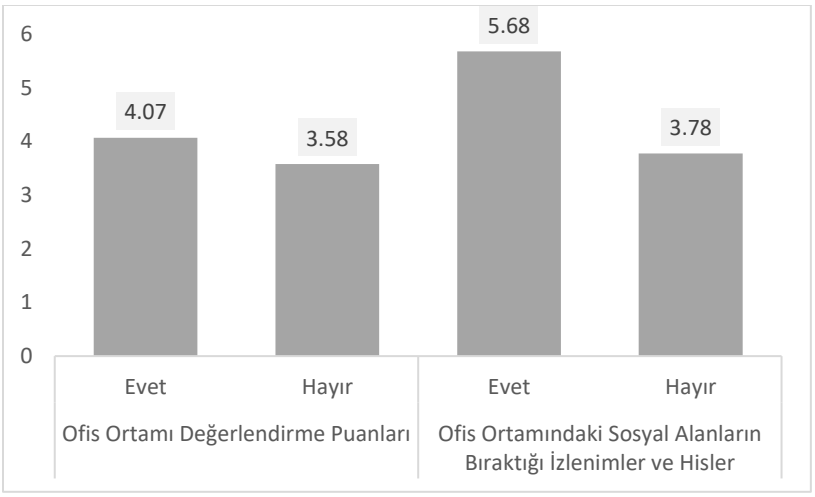
Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların uyku kapsüllerinin olma durumuna göre Z Kuşağı ve diğer çalışan kuşaklar arasında farklı seviyelerde olduğu görülmüştür. Araştırmada uyku kapsüllerini kullanan kişilerin çoğunluğunun Z Kuşağına ait olduğu gözlemlenmiştir. Diğer kuşaklara ait çalışanların kullanım durumu yetersiz olarak belirlenmiştir. (p=0,01,p<0,05).

Tablo 20- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre İncelenmesi

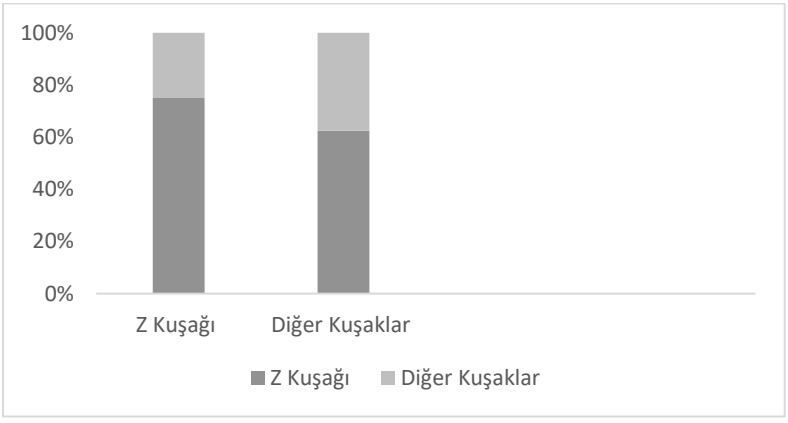
Şirketinizde spor salonu var mı?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Evet	75	4,07	0,91	0,06
	Hayır	15	3,58	0,99	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler Ve Hisler	Evet	75	5,68	1,37	0,01*
	Hayır	15	3,78	1,84	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının spor salonu olma durumuna göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada ofis ortamlarında spor salonu olan veya olmayan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür (p=0,06, p>0,05).

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların spor salonu olma durumuna göre farklı seviyelerde olduğu görülmüştür. Araştırmada ofis ortamlarında spor salonu olan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin sosyal ofis ortamlarında spor salonu olmayan çalışanlara göre daha olumlu olduğu görülmüştür (p=0,01,p<0,05).



Şekil 145- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre İncelenmesi



Şekil 146- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Spor Salonu Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi

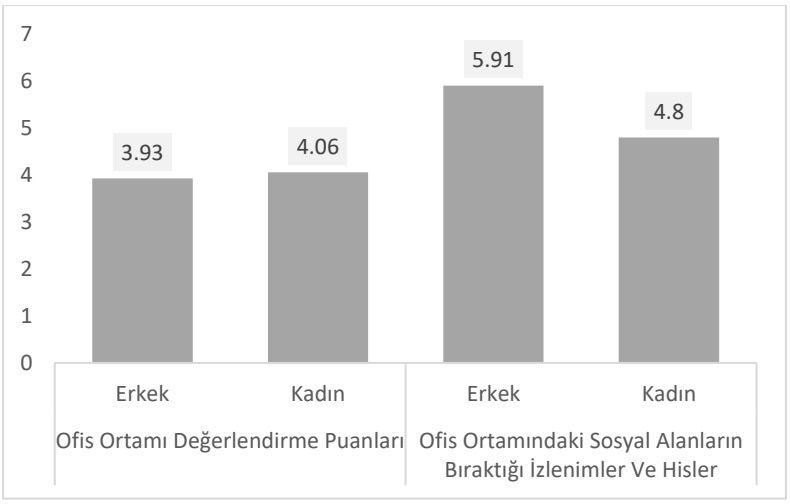
Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların spor salonu olma durumuna göre farklı seviyelerde olduğu görülmüştür. Araştırmada ofis ortamlarında spor salonu kullanıcılarının Z Kuşağı'na ait grupta daha olumlu olduğu görülmüştür ($p=0,01, p<0,05$).

Tablo 21- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre İncelenmesi

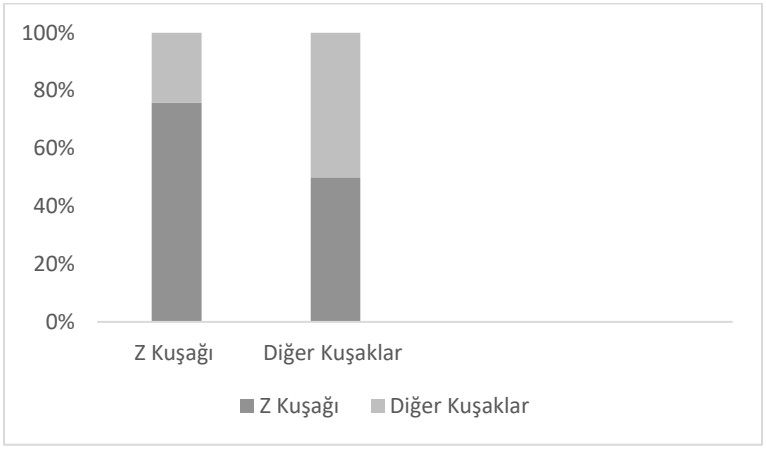
Kişisel aktivitenizi sağlayabilmek için yeterli alanınız ve zamanınız var mı?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Evet	52	4,40	0,49	0,01*
	Hayır	38	3,42	1,11	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Evet	52	5,79	1,46	0,01*
	Hayır	38	4,78	1,65	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zaman olma durumuna göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Araştırmada Kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanları olan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının daha yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,01$, $p<0,05$). Kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamana sahip olan çalışanlar ofis ortamlarını daha uygun ve yeterli olarak görmektedir.

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanı olma durumuna göre farklı olduğu görülmüştür. Kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanları olan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin olmayan çalışanlarına göre daha olumlu olduğu görülmüştür ($p=0,01$,$p<0,05$).



Şekil 147- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre İncelenmesi



Şekil 148- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kişisel Aktivite Sağlayabilmek İçin Yeterli Alan Ve Zaman Olma Durumuna Göre Z Kuşağı ve Diğer Kuşaklar Açısından İncelenmesi

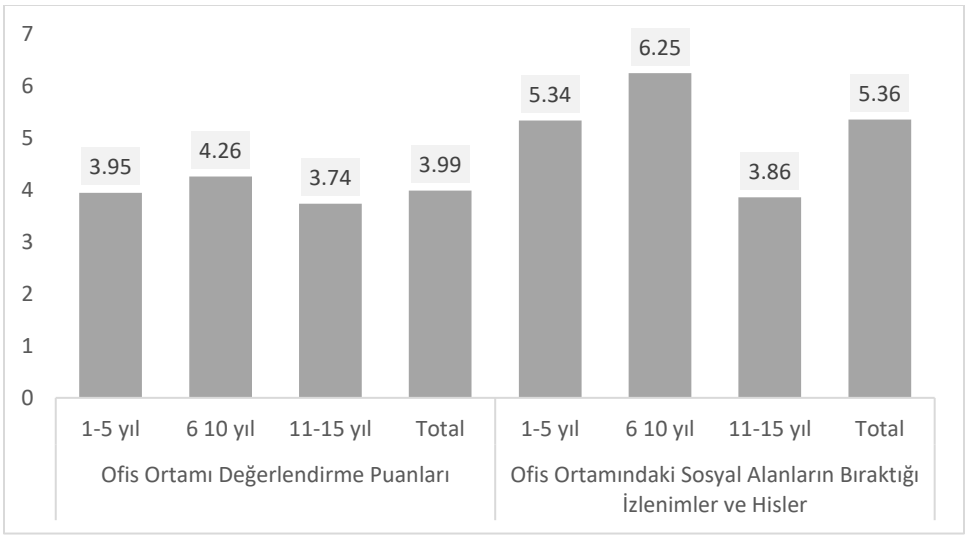
Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanı olma durumuna göre farklı olduğu görülmüştür. Kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanları olan çalışanların Z Kuşağı, olmadığını düşünen çalışanların ise diğer kuşak çalışanlarına ait olduğu gözlemlenmiştir. ($p=0,01, p<0,05$).

Tablo 22- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Mesleki Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi

Mesleki Kıdem		n	X	s.s.	p
Ofis ortamı Değerlendirme puanların	1-5 yıl	64	3,95	0,82	0,34
	6 10 yıl	17	4,26	1,31	
	11-15 yıl	9	3,74	0,93	
	Total	90	3,99	0,94	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	1-5 yıl	64	5,34	1,56	0,01*
	6 10 yıl	17	6,25	0,97	
	11-15 yıl	9	3,86	1,95	
	Total	90	5,36	1,61	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının mesleki kıdem durumuna göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada mesleki kıdem düzeyleri farklı yıllarda olan çalışanların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,34$, $p>0,05$).

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların mesleki kıdem durumuna göre farklı olduğu görülmüştür. Çalışmada 11-15 yıl arasında mesleki kıdem düzeyine sahip olan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin 10 yıl altında süredeki çalışanlarına göre daha olumsuz olduğu görülmüştür ($p=0,01$,$p<0,05$).



Şekil 149- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Mesleki Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi

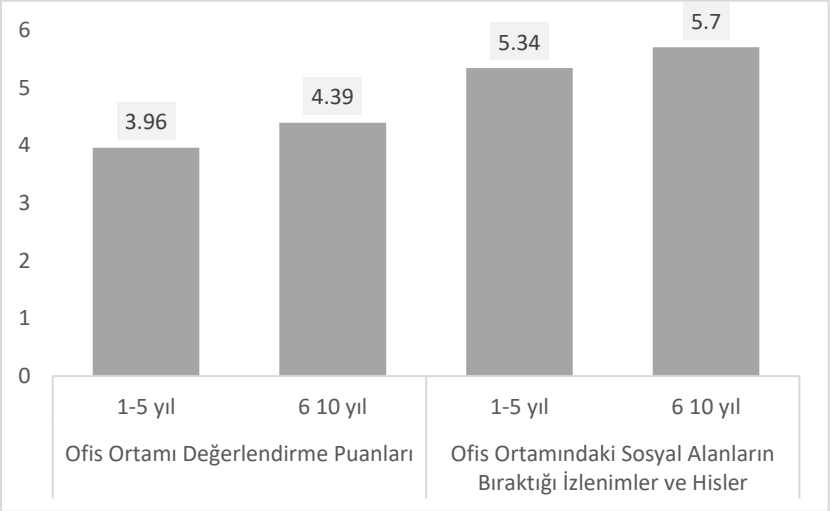
Tablo 23- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin İş Yeri Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi

Mevcut iş yerindeki kıdemi		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	1-5 yıl	84	3,96	0,95	0,28
	6 10 yıl	6	4,39	0,67	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	1-5 yıl	84	5,34	1,63	0,60
	6 10 yıl	6	5,70	1,42	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının işyerindeki kıdem düzeylerine göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada iş yerlerinde 1-5 yıl ve 6-10 yıl arasında çalışan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,28$, $p>0,05$).

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların işyerindeki kıdem düzeylerine göre farklı olmadığı görülmüştür. Araştırmada iş

yerlerinde 1-5 yıl ve 6-10 yıl arasında çalışan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür (p=0,60,p>0,05).

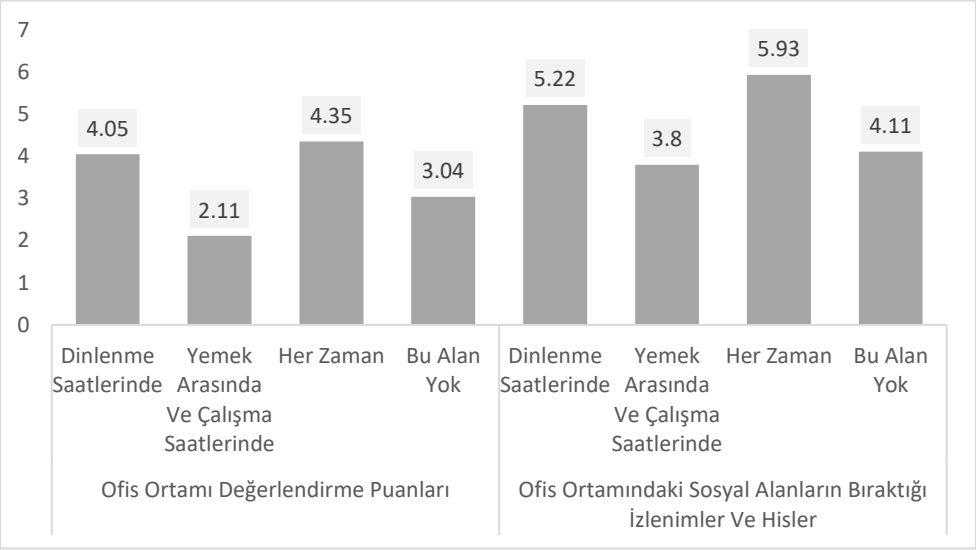


Şekil 150- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin İş Yeri Kıdem Düzeyine Göre İncelenmesi

Tablo 24- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kullanım Sıklık Durumuna Göre İncelenmesi

Eğer sosyal alanlar varsa bu alanları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Dinlenme Saatlerinde	27	4,05	0,38	0,01*
	Yemek Arasında Ve Çalışma Saatlerinde	6	2,11	0,25	
	Her Zaman	42	4,35	0,91	
	Bu Alan Yok	15	3,04	0,76	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Dinlenme Saatlerinde	27	5,22	0,97	0,01*
	Yemek Arasında Ve Çalışma Saatlerinde	6	3,80	0,25	
	Her Zaman	42	5,93	1,59	
	Bu Alan Yok	15	4,11	1,97	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının sosyal alanları kullanma zamanlarına göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Araştırmada yemek arasında ve çalışma saatlerinde sosyal alanları kullanan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının diğer katılımcılara göre daha düşük düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,01$, $p<0,05$). Yemek arasında ve çalışma saatlerinde sosyal alanları kullanan çalışanlar ofis ortamlarını daha düşük düzeylerde uygun ve yeterli olarak görmektedir.



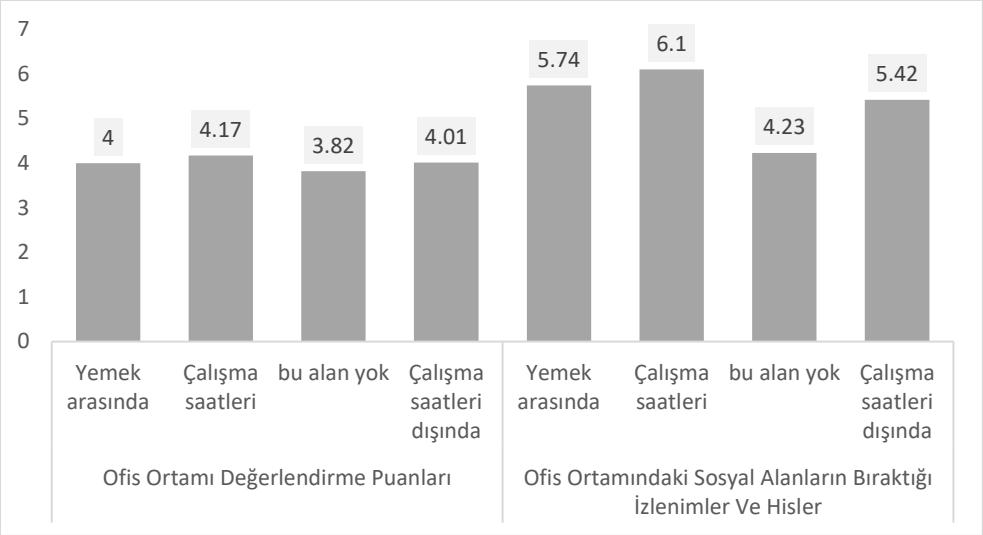
Şekil 151- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Kullanım Sıklık Durumuna Göre İncelenmesi

Tablo 25- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Uyku Kapsülü Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi

Eğer varsa uyku kapsüllerini hangi zaman aralıklarında kullanıyorsunuz?		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Yemek arasında	25	4,00	1,04	0,79
	Çalışma saatleri	12	4,17	1,14	
	Bu alan yok	18	3,82	1,05	
	Çalışma saatleri dışında	35	4,01	0,73	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Yemek arasında	25	5,74	1,26	0,08
	Çalışma saatleri	12	6,10	0,66	
	Bu alan yok	18	4,23	1,96	
	Çalışma saatleri dışında	35	5,42	1,63	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının işyerindeki uyku kapsüllerini kullanma zamanına göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada uyku kapsüllerini farklı zamanlarda kullanan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,79$, $p>0,05$).

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların uyku kapsüllerini kullanma zamanına göre farklı seviyelerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada uyku kapsüllerini farklı zamanlarda kullanan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür ($p=0,08$,$p>0,05$).



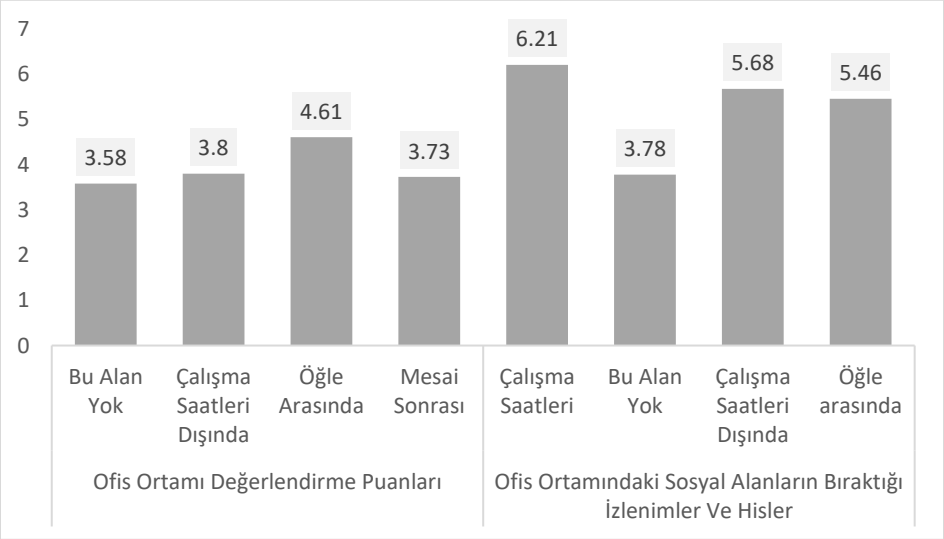
Şekil 152- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Uyku Kapsülü Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi

Tablo 26- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Spor Salonu Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi

Eğer spor salonu varsa hangi zaman aralığında kullanıyorsunuz?	**n**		**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Bu Alan Yok	15	3,58	0,99	0,01*
	Çalışma Saatleri Dışında	11	3,80	1,46	
	Öğle Arasında	24	4,61	0,49	
	Mesai Sonrası	37	3,73	0,75	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Çalışma Saatleri	15	6,21	1,84	0,01*
	Bu Alan Yok	11	3,78	0,48	
	Çalışma Saatleri Dışında	24	5,68	1,94	
	Öğle arasında	37	5,46	1,10	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının spor salonunu kullanma zamanlarına göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Araştırmada öğle arasında spor salonunu kullanan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının diğer katılımcılara göre daha yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,01$, $p<0,05$). Öğle arasında spor salonunu kullanan çalışanlar ofis ortamlarını daha yüksek düzeylerde uygun ve yeterli olarak görmektedir.

Ofis ortamındaki ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların kişisel aktivite sağlayabilmek için yeterli alan ve zamanı olma durumuna göre farklı olduğu görülmüştür. Spor salonları olmayan çalışanların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin olmayan çalışanlarına göre daha olumsuz olduğu görülmüştür ($p=0,01$,$p<0,05$).



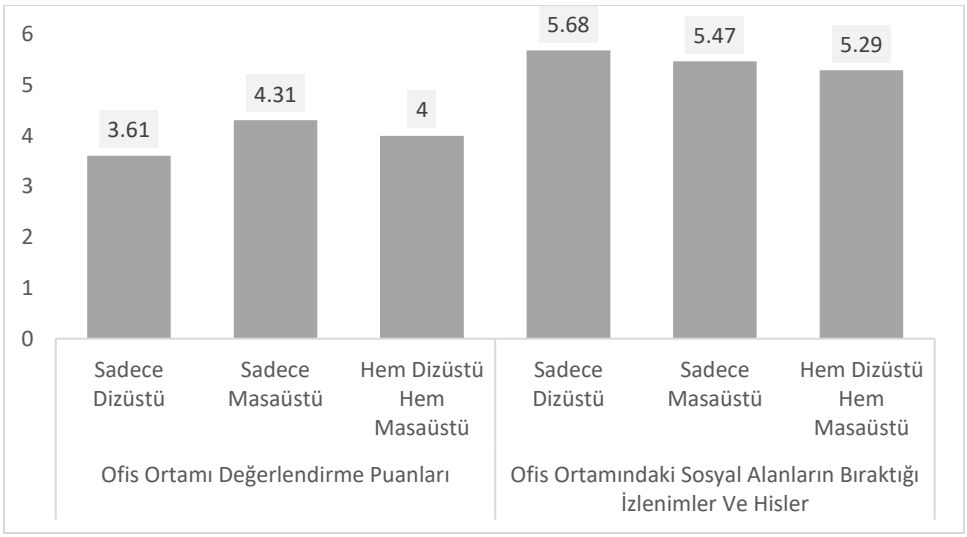
Şekil 153- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim ve His Düzeylerinin Eğer Spor Salonu Varsa Bu Alanları Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz? Durumuna Göre İncelenmesi

Tablo 27- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Bilgisayar Tiplerine Göre İncelenmesi

Bilgisayar türü		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Sadece Dizüstü	12	3,61	1,45	0,19
	Sadece Masaüstü	12	4,31	0,46	
	Hem Dizüstü Hem Masaüstü	66	4,00	0,88	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler	Sadece Dizüstü	12	5,68	1,26	0,25
	Sadece Masaüstü	12	5,47	0,92	
	Hem Dizüstü Hem Masaüstü	66	5,29	1,77	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının işyerindeki kullandıkları bilgisayar tiplerine göre farklı düzeylerde olmadığı görülmüştür. Araştırmada dizüstü, masaüstü veya her ikisini de kullanan katılımcıların ofis ortamındaki alanlarının uygunluklarının ve yeterliliklerinin benzer düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,19$, $p>0,05$).

Katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların kullandıkları bilgisayar tiplerine göre farklı olmadığı görülmüştür. Araştırmada dizüstü, masaüstü veya her ikisini de kullanan katılımcıların ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hislerinin benzer seviyelerde olduğu görülmüştür ($p=0,25$,$p>0,05$).



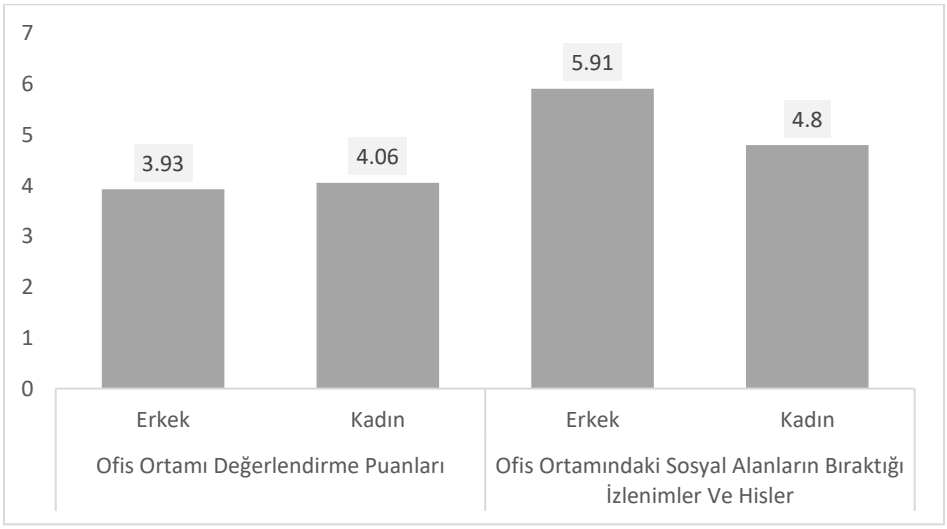
Şekil 154- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Bilgisayar Tiplerine Göre İncelenmesi

Tablo 28- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Kullanıcı ve Mekân Arasındaki İlişki Durumuna Göre İncelenmesi

Kullanıcı ve Mekân Arasındaki İlişki		**n**	**X**	**s.s.**	**p**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	Kadın	52	4,40	0,49	0,01*
	Erkek	38	3,42	1,11	
Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler Ve Hisler	Kadın	52	5,79	1,46	0,01*
	Erkek	38	4,78	1,65	

Katılımcıların ofis ortamı değerlendirme puanlarının kullanıcı ve mekân arasındaki ilişki açısından yeterli alan ve zamanı olma durumuna göre farklı düzeylerde var olduğu görülmüştür. Araştırmada kullanıcıların mekân tüketimi olarak ofis ortamındaki alanlara uygunluklarının ve yeterlilik puanlarının daha yüksek düzeylerde olduğu görülmüştür ($p=0,01$, $p<0,05$). Yeterli alan ve zamana sahip olduğunu düşünen çalışanlar ofis ortamlarını uygun ve yeterli olarak görmektedir. Kullanıcıların mekân arasındaki ilişkileri oluşan verilere göre yüksek ve olumlu seviyededir.

Ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeylerinin katılımcıların kullanıcı ve mekân arasındaki ilişki açısından yeterli alan ve zamanı olma durumuna göre farklı düzeylerde olduğu görülmüştür. Kullanıcıların mekanla olan ilişkisi için yeterli alan ve zamanları olduğunu düşünen çalışanların, olmadığını düşünen çalışanlarına göre daha olumlu yaklaştığı görülmüştür ($p=0,01, p<0,05$).



Şekil 155- Ofis Ortamındaki Sosyal Alanları Ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenim Ve His Düzeylerinin Kullanıcı ve Mekân Arasındaki İlişki Durumuna Göre İncelenmesi

4- Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri sıcak olarak tanımladıkları görülebilir ($r=0,315, p=0,01$).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri aydınlık olarak tanımladıkları görülebilir ($r=0,355, p=0,01$).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri uyarıcı olarak tanımladıkları görülebilir ($r=0,242, p=0,02$).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri davet edici olarak tanımladıkları görülebilir ($r=0,368, p=0,01$).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri ferah olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,348,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri İletişim kolaylaştırıcı olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,306,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri Cesaretlendirici olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,373,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri Motive edici olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,274,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri Motive edici olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,274,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri konsantrasyon sağlayıcı olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,227,p=0,03).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri Huzurlu sağlayıcı olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,265,p=0,01).

Ofis ortamı değerlendirme puanları yüksek olan katılımcılar ofislerinin kendilerinde bıraktığı izlenimleri yaratıcılığa açık olarak tanımladıkları görülebilir (r=0,313,p=0,01).

Samimi /resmi, rahatlatıcı /rahatsız edici, kullanışlı /kullanışsız değerlendirmelerinin ise ofis ortamı değerlendirme puanları ile anlamlı düzeylerde ilişki olmadığı görülmüştür (p>0,05) .

Tablo 29- Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler Ve Hisler		Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları
Sıcak /Soğuk	r	0,315**
	p	0,01
Aydınlık /Karanlık	r	0,355**
	p	0,01
Uyarıcı /Uyutucu	r	0,243*
	p	0,02
Davet edici /İtici	r	0,368**
	p	0,01
Ferah /Sıkıcı	r	0,348**
	p	0,01
İletişim kolaylaştırıcı /İletişim	r	0,306**
	p	0,01
Samimi /Resmi	r	0,09
	p	0,40
Rahatlatıcı /Rahatsız edici	r	0,15
	p	0,15
Cesaretlendirici /Pasifize edici	r	0,373**
	p	0,01
İşbirliğine açık /İşbirliğine kap	r	0,264*
	p	0,01
Motive edici /Can sıkıcı	r	0,274**
	p	0,01
Konsantrasyon sağlayıcı /Dikkat dağıtıcı	r	0,227*
	p	0,03
Huzurlu /Huzursuz edici	r	0,265*
	p	0,01
Kullanışlı /Kullanışsız	r	0,20
	p	0,06
Yaratıcılığa açık /Yaratıcılığa k	r	0,313**
	p	0,01

Tablo 30- Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları ve Ofis Ortamındaki Sosyal Alanların Bıraktığı İzlenimler ve Hisler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Boyutlar		**Ofis ortamındaki Sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler**
Ofis Ortamı Değerlendirme Puanları	r	$0,321^{**}$
	p	0,01

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Son yıllarda yaşanan ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimlerin sonucu yaşam olgusu sonsuz ve sürekli bir değişim ve gelişim içerisindedir. Farklı zamanlar ve dönemler içinde yaşanan, birbirini etkileyen bu gelişimler toplumun bakış açısını ve yaşam tarzlarını değiştirmiştir.

Bu sürecin önemli faktörlerinden biri olan teknolojik gelişimler, sanayi devrimi ile birlikte değişen işgücü anlayışı ile çalışma mekânda yansımalarını oluşturmuştur. Dinamik bir yapıya sahip olan iş dünyası, bu dinamikliğin getirisi olan mekânsal değişim ve başkalaşım boyutunu da kullanıcısı ile birlikte oluşturmaktadır. Günden güne değişen ve artan ihtiyaçlar, çalışanların gereksinimleri doğrultusunda işverenlerin mekânsal oluşum sürecinde farklı arayışlara yönelmelerine sebep olmaktadır. Çalışma hayatının kendi içerisindeki hiyerarşisi ve iş akışında yaşanan karmaşıklığı, iç mekânlara da yansımakta ve mekânlarda farklı etkileşim ve ihtiyaç değişikliklerini talep etmektedir. Zaman faktörünün iş dünyasındaki değeri göz ardı edilemez. Bu nedenle önemli olan faktör, meydana gelen karmaşıklığı mümkün olduğunca aza indirgemek ve çalışanların dikkat dağıtıcı unsurlarla uğraşmak durumunda kalmadan tamamen işe odaklanmalarını sağlamak olduğu anlaşılmaktadır. Ofis ortamındaki kullanıcıların birçok farklı ve değişken gereksinimleri olması sebebiyle mekânsal anlamda her ihtiyacın karşılanması oldukça zordur. Bu nedenle; ofis kullanım biçimlerinde yeniden düzenlemeler yapılmakta, mekânlar yeniden kurgulanmakta ve hatta organizasyon yaklaşımları oluşturulmaktadır. Süreç içinde sosyal, teknolojik ve ekonomik alanlarda yaşanan değişimler, geleneksel davranış biçimlerinin geliştirilmesi beklenen çalışma mekânı anlayışında da kırılmalar yaşamasına olanak sağlamıştır.

Çalışmada, 20. Yüzyıl dönem süreci ile çalışma mekânlarında yaşanan değişim ve gelişimler, kuşak sınıflandırmaları üzerinden ele alınarak algısal biçimlenişleri ile incelenmiştir. Çalışma mekânları araştırılarak süreç içerisinde yaşanan gelişim ve değişim tanımlanmış, bu yeni biçimlenişe göre tasarlanan çalışma mekânlarının fonksiyonel özellikleri incelenmiştir. Çalışmada ortaya konan yeni nesil çalışma mekân tanım ve özelliklerine göre Türkiye'de "Yemeksepeti Park Ofisi'nin tasarım ve mekânsal oluşum açısından yeni nesil tanım ve özelliklerini karşıladığı düşünülmektedir. Bu nedenle "Yemeksepeti Park Ofisi" mekânsal fonksiyon karşılıkları, iç mekân atmosferi ve organizasyonu, ayrıca yüksek teknoloji kullanımı

ile ele alınarak incelenmiştir. Ayrıca, bu mekân kullanıcılarının "Yemeksepeti Park Ofisi" hakkındaki bilgi, düşünce ve değerlendirmelerine anket soruları yardımı ile cevap aranmış, çalışma mekânı karşılıklarının kullanıcılar tarafından tutarlılığının ve doğruluğunun ölçülmesi hedeflenmiştir.

Genel olarak ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler düzeyleri ile ofis ortamı değerlendirme puanların arasında pozitif düzeyde anlamlı ilişki olduğu görülmüştür ($p=0,01$). Çalışanların ofis ortamı değerlendirme puanların yüksek olması ofis ortamındaki sosyal alanların bıraktığı izlenimler ve hisler için yaptıkları değerlendirmelerini daha yüksek düzeyde olumlu olmasına neden olacağı görülmüştür ($r=0,321, p=0,01, p<0,05$).

Yemeksepeti Park Ofisi, mekânsal değerlendirmesinde yeni nesil olarak tanımlanan çalışma mekânı tasarım değerleri ile uyum sağladığı görülmektedir. Çalışanın verimliliğini arttırmak için gereken koşullara mekân tasarım organizasyonunda yer verildiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda ortak çalışma ve sosyal alanları ile toplu ve bireysel olarak farklı çalışma biçimlerine olanak sağlamaktadır. Dinamik çalışma ortamına tasarımda uygulanan şeffaflık anlayışı ile esnek çalışma tarzı getirilmektedir. Çalışma mekânı kullanıcılarına mekân içinde 7/24 tam zamanlı çalışma imkânı sunarken, diğer yandan çalışanın mekânsal anlamda ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadır. Tasarlanmış uyku odaları, oyun alanları, kişisel spor alanları, dinlenme ve yemek alanları gibi yenilikçi mekân yaklaşımları ile çalışanın mekân içi iletişimini güçlendirerek aynı zamanda sosyalleşmesinde aktif rol almasını hedeflemektedir. İç mekân atmosferi karşılığı olarak mekânda malzeme, ışık ve mobilya kullanımı yeteri düzeydedir. Kullanılan mobilyaların seçiminde çalışan ayrımı yapılmadan herkesin eşit olduğu düşüncesi ile davranılmıştır. Yönetim tarafından her çalışanın aynı değere sahip olduğu düşüncesinin benimsenmesi ile çalışanların fikirlerinde ve yaptıkları işlerinde daha cesaretli davranmalarını sağladığı söylenmektedir. İç mekânlarında teknolojinin sağladığı olanaklardan faydalanıldığı gözlemlenmiştir. Bunun nedeni şirket misyonunda yer alan teknolojik değişim ve hızlı adaptasyon becerisinin çalışan açısından verimliliği ve yaratıcılığı arttığı düşüncesidir. Yeni neslin iş ve yaşam dengesine verdikleri önem ile hızla değişen Dünya'da günümüzde zamanın değeri çok daha önemli bir boyuttadır. Yemeksepeti mekânsal değerlerinin yapılan anket verileri sonucu çalışan beklentilerini yüksek oranda karşıladığı ve çalışanlarına sunulması gereken imkânlardan faydalandırdığı düşünülmektedir.

Çalışan odaklı tasarım yaklaşımının gerçekleştirildiği çalışma mekânında anket verileri paralelinde ortaya çıkan sonuçların sayısal değerlendirmeleri yapılmıştır. Anket sorularının yanıtlarına bakılarak kullanıcıların düşünceleri ile yeni nesil çalışma mekânlarına yönelik ortaya konan özellikler karşılaştırıldığında çalışanın mekân içinde sunulan imkanlara karşı yüksek düzeyde olumlu yaklaştığı gözlenmektedir. Buna göre;

Çalışma ortamının mekânsal özelliklerinin yeni nesil çalışan bireylerin beklentilerinin karşılanmasına olanak sağladığı anlaşılmaktadır. Böylelikle yoğun çalışma ortamında stres ve baskı altında kaldıkları zaman sosyal aktiviteler ve mekânın sunduğu esnek çalışma koşulları sayesinde motive olabilmekte ve kendilerini yenileyebilmektedirler. Mekânsal organizasyon açısından anket kullanıcılarının çalışma mekânını çok fazla tükettikleri görülmektedir. Kullanım açısından sosyal alanların tüketimi daha çok dinlenme saatlerinde, kişisel spor alanlarının ise çalışma saatleri dışında ve öğle arasında tercih edildiği bilgilerine ulaşılmıştır. Ayrıca uyku odalarının genellikle yemek arasında kullanıldığı anket sonuçlarına göre doğrulanmıştır. Mekân içinde kişisel aktiviteleri sağlayabilmek adına yeterli alan ve zaman konusunda olumlu cevap veren kullanıcı sayısı, negatif cevap veren kullanıcı sayısına oranla daha fazladır. Böylelikle, Yemeksepeti'nin sağladığı yeni nesil çalışma mekânı anlayışına uyan mekânsal fonksiyonlar, günümüzde çalışanlar tarafından gerekli olup, ihtiyaç duyulmaktadır.

Aynı zamanda iç mekân atmosferi olarak; mekânda aydınlatma, mobilya ve renk kullanımı ile alınan anket cevaplarına bağlı olarak kullanıcılar tarafından olumlu değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışanların çoğunluğu atmosfere yönelik mekân karşılıklarından memnundur ve rahatsızlık duymamaktadır. Çalışanlar mekânın kendilerinde bıraktığı izlenimin yaratıcılığa açık, motive edici, kullanışlı ve iş birliğine açık olduğunu, verisel sonuçlardan doğrulamışlardır.

Çalışma mekânları süreç içerisinde büyük bir değişim ile gelişerek ve evrilerek ilerlemektedir. Süreklilik içerisinde hızla değişen zaman ve teknolojik koşullar ile birlikte bu süreç gelecekte çok daha kısa zaman dilimleri içerisinde kendini yenileyerek devam edecektir. Değişen Dünya'ya çabuk uyum sağlayan yeni nesil sayesinde günümüzde ve yakın gelecekte çalışma mekânı anlayışına farklı boyutlar ile ele alınan bakış açıları getirilecektir. Gelişim ve değişim içerisinde olan çalışan beklentisini karşılamak içgüdüsü ile çalışma mekânları geçmişten

ve günümüzden farklı olarak daha yaratıcı, daha esnek ve daha teknolojik mekânlar olarak tasarlanacaklardır.

Bu gelişim düşüncesi ile gelecekte bireylerin toplumsal, kültürel ve ekonomik sebepler paralelinde farklı değerlendirmelerde bulunacağını öngörmek mümkündür. Bu bakış açılarından ilki gelecek yıllarda insanların artık çalışma mekânlarına ihtiyaç duymadan kendi özel alanlarında çalışmalarına yöneliktir. Dijitalleşme ve küreselleşme ile birçok olanak bu ihtimali mümkün kılmaktadır. Günümüzde de ofis içi çalışma biçimini tercih etmek yerine uzaktan çalışmayı destekleyen anlayış ve adaptasyon mevcuttur. Bu sayede hem maddi hem de zaman açısından tasarruf etmek, iş ve yaşam arasındaki dengeyi daha iyi kurabilmek mümkündür. Diğer taraftan çalışma biçimlenişleri anlayış ve yaşam döngüsünün değişimi paralelinde değil, günümüzde olduğu gibi uzaktan erişim yolu ile davranışı ve anlayışı zorunlu kılabilir. Dünya üzerinde yaşanılan ani bir salgın hastalık olan Covid-19 sonucunda iş gücünün büyük bir kısmı uzaktan çalışarak toplumu iş yeri deneyimini yeniden düşündürmeye zorlamaktadır. Günümüzde yaşanılan bu tarihsel olay sayesinde şüphesiz gelecek yıllarda iş gücünde ve çalışma mekânları anlayışında birçok değişikliğe sebep olacaktır. Bu sayede çalışanlar açısından iş yeri deneyimi değişecektir.

Yakın gelecekte işletmeler, mekânsal konfor değerlerini farklılaştırarak çalışanlarına alternatifli fonksiyon ve ihtiyaçlarına yönelik mekânsal karşılıklar sunmak üzere, çalışma biçimi anlayışında da esneklik yaklaşımını geliştireceklerdir.

Dünya üzerinde insanlar yaşamaya devam ettiği sürece, kişilerin yaşam tarzları da yaşam döngüsü içerisinde gerçekleşen yeni gelişmelerle dönüşüp değişmeye aynı zamanda evrilmeye devam edecektir. Bu döngü, çalışma mekânlarını da değiştirmeye ve dönüştürmeye devam edecektir.

Hem maddi hem de zaman açısından tasarruf etmek, iş ve yaşam arasındaki dengeyi daha iyi kurabilmek mümkündür. Başka bir taraftan bakıldığında ise kişilerin kendi istekleri ile değil, dünya geneli ile toplum çalışma mekânına gitmeyerek uzaktan çalışma mecburiyetinde kalabilir. Dünya üzerinde yaşanılan ani bir salgın hastalık olan Covid-19 sonucunda iş gücünün büyük bir kısmı uzaktan çalışarak toplumu iş yeri deneyimini yeniden düşündürmeye zorlamaktadır. Günümüzde yaşanılan bu tarihsel olay sayesinde şüphesiz gelecek yıllarda iş gücünde ve çalışma

mekân anlayışında birçok değişikliğe rastlanacaktır. Bu sayede gelişmeye başlayan geleneksel çalışma mekân daha fazla gelişecek iş yeri deneyimi değişecektir.

Diğer bir bakış açısı ise, gelecekte çalışma mekânın konut rahatlığında olması ve çalışanlara çok fazla imkân sunarak çalışma anlayışına getirilen esneklik sayesinde insanlar ev kavramını unutarak, evlerine ihtiyaç duymadan çalışma mekânda gerekli tüm ihtiyaçlarını karşılayarak hayat sürebilirler.

Sonuç olarak Dünya üzerinde insanlar yaşamaya devam ettiği sürece, kişilerin yaşam tarzları da Dünya'da gerçekleşen yeni gelişmelerle dönüşüp değişmeye aynı zamanda evrilmeye devam edecektir. Tüm bu gerçekleşen yaşam tarzındaki gelişim ve evrilmeler insanların çalışma mekânı da değiştirmeye ve dönüştürmeye devam edecektir.

Çalışmada ofis mekân değerlendirmesinde Z kuşağı ile diğer kuşak çalışanları ele alınarak incelenmiş, Z Kuşağı çalışanlarının ofisin kullanım koşullarına uygunluğunun daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Sonuçların bazı noktalarda yakın çıkmasına karşın anket genelinde Z Kuşağı mekân değerleri olumlu ve yüksek değerlendirilmektedir. Z Kuşağı olarak algı ve davranış biçimlerinin mekân ile olan ilişkilerinde "yeni nesil" mekân tanım ve yaklaşımlarından yola çıkarak tasarlanan mekân içi kullanımına uygunluğu, yapılan anket sonuçlarına bakılarak uyumlu bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Abramson, A. (2018). The Silent Generation Characteristics And Facts You Need To Know, parag. 1.

Acılıoğlu, İ. (2015). *İşte Y Kuşağı*. Cilt 1, Ankara: *Elma Yayınevi.* Sayı 26-31.

Aleniauskien, E., Ien, P. (2015). *"Reconsidering University Educational Environment for The Learners of Generation Z"*, Social Sciences, Cilt 2, Sayı, 88, 42.

Altuğ, G. A. (2017). Yeni Nesil Ofislerin Üç Ana Trendi.

Altuntuğ, N. (2012). "Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu Ve Geleceğin Tüketici Profili", *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 4, Sayı 3, 206.

Anjum, N. vd., (2005). The Changing Environment Of Offices - A Challenge For Furniture, *Design Studies*, 26, 75-95.

Arabacıoğlu, P., Arabacıoğlu B. C. (2011). Çağdaş Ofis Anlayışı ve 'Google'ın 'Googleplex' Örneği, 40.

Ardıç, E., Altun, A. (2017). Dijital Çağın Öğreneni, *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt 1, 21.

Aslan A., Staub S. (2014). "Kuşak Teorisi ve İç Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma", Proceedings of the 13th National Business Management Congress, Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2435764

Aslan, F., Atik, A. (2015). İç Mekânda Algı, Cilt 5, Sayı 11, 141.

Aydın N., Çalışlar İ., Erginoğlu K. (2017). Yemeksepeti.ofis, Bir Vizyonun Mimari Anatomisi, *Yem Yayın.*

Batur, H. Z., Adıgüzel, O. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar, 167.

Baysal Berkup, S. (2014). "Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life", Mediterranean *Journal of Social Sciences,* Cilt 5 Sayı 19, 221.

Blake, P. (2011). The Larkin Administration Building - A 'Wright' of Passage in Buffalo, *Frank Lloyd Wright: Architecture and Space*, Erişim adresi: https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html

Brick, W., Jane, M. (2011). "Generatıonal Dıfferences In Desired Work Motıvators And Company Values Among Engıneers And Scıentısts At Halliburton Company", (Capella University, Doctor of Philosophy Thesis), 43.

Bova, B., Kroth, M. (2001). Workplace Learning and Generation X. *Journal of Workplace Learning*, 13, 57–65.

Bozkurt, V. (2000). Prütanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği, *Birinci Basım*, Alesta, 16.

Bürotime. (2018). Milenyum İnsanlarının Günümüz Çalışma Ortamından Beklentileri Nelerdir?, parag.3, Erişim adresi: https://blog.burotime.com/milenyum-insanlarinin-gunumuz-calisma-ortamindan-beklentileri-nelerdir/

Cianci, B. (2018). Generations in the Workplace: How to Give Your Diverse Staff What They Actually Want, Erişim adresi: https://robinpowered.com/blog/what-generations-in-the-workplace-want/

Çetin Aydın, G., Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?, *Dergipark*, Cilt 4, Sayı 4, 3.

Çevik, M. 2018. Erişim adresi: http://www.sapkadanismanlik.com/

Çıray, A. (2019). X Y Z Kuşakları Kristalleşen Nesil, 04.12.2019, Erişim adresi: https://unifestal.com/free/x-y-z-kusaklari/

Çimen, T. (2008). Teknolojik Gelişmelerin Sonucunda Değişen Üretim İlişkilerinin, Ofis Yapılarına Etkisi ve Ofis Mekân. Yüksek Lisans Tezi, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 48.

Davis, E. (2016). Work Value Priority of Millennial Students. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Michigan: Eastern Michigan Üniversitesi, 4.

DeCombo. (2019). Erişim adresi: https://decombo.com/populer-markalarin-ofis-tasarimlari/

Fractal. (2018). The History Of Office Design Erişim adresi: https://www.fractalworkspace.ca/the-history-of-office-design/

Göçmen, S. (2018). X ve Y Kuşaklarının Yönetim Algıları: Kurumsal İşletmelerde Nitel Bir Araştırma, 15-17.

Humanica. (2017). Erişim 10.03.2020. Erişim adresi: http://www.humanica.com.tr/kusaklari-anlamak-yonetmek/

Interior Design. (2017). Google's NYC Office by Interior Architects Has Eye-Catching Features at Every Turn, Erişim adresi: https://www.interiordesign.net/projects/13738-google-s-nyc-office-by-interior-architects-has-eye-catching-features-at-every-turn/

İlhan, Ü. D. (2019). Kuşaklar Arası Çalışma Değerleri Algısı ve Örgüte Duygusal Bağlılık: X ve Y Kuşakları Arasındaki Farklılıklar Üzerine Bir Araştırma, 19, 104.

Jaleniauskiene, E., Juceviciene, P. (2015). Reconsidering University Educational Environment for the Learners of Generation Z. *Socscie Social Sciences*, Cilt 88, Sayı, 88, 42.

Joshi, A., Dencker, J.C., and Franz, G.. (2011). Generations in Organizations. *Research in Organizational Behavior,* 31, 177-205.

Karadeniz Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü. (2019). Yeni Nesil Ofis Tasarımı, 3-5.

Karslı, U.T. (2008). Sürdürülebilir Mimarlık Çerçevesinde Ofis Yapılarının Değerlendirilmesi Ve Çevresel Performans Analizi İçin Bir Model Önerisi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 70-71.

Karaoğlu, Ö. (2014). Mobil Mekânların İç Mekân Organizasyonu Ve Örneklerle Mobil Ofis Tasarımlarının Analizi, 31.

Kehl, D. (2014). "How Generations Think: Research on GenerationZ", (Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio), Cilt 1, 23-45.

Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, III(2), 129-139.

Keleş, H. N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi, 15.

Kian, T. S., Wan, F. Y. (2012). "Generation X and Y Their Work Motivation", Proceedings International Conference of Technology Management, Business and Entrepreneurship, (ICTMBE2012), 399.

Kolektif House. (2020). Erişim adresi: https://kolektifhouse.co/

Korkmaz, E. (2019). Kuşakların İncelenmesi Ve "Y" Kuşağı Çalışanlarının İş Yaşamına Etkisi, 20.

Kurtoğlu, R., Sönmez, A. T., Temiz, S. (2016). Tüketicilerin Yaş Kuşaklarına Göre Wom Hakkındaki Değerlendirmeleri, *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal*, Cilt 2, Sayı 2, 416-430.

Labs. (2017). The Transformation Of Office Design, parag.2, Erişim adresi: https://labs.com/the-transformation-of-office-design/

Latif, H., Serbest, S. (2014). *Gençlik Araştırmaları Dergisi,* Yıl 2, Cilt 2, Sayı 4, 145.

Lavenda, R. H., Schultz, E. A. (2018). *Kültürel Antropoloji*, (Çev. Dilek İşler ve Onur Hayırlı), Ankara: *Doğu Batı Yayınları*, 41.

Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Conceptof the World Without Borders (The Case of Lithuania). LIMES: CulturalRegionalistics. 3(2): 170-183.

Mahiroğulları, A. (2005). Endüstri Devrimi Sonrasında Emeğin İstismarını Belgeleyen İki Eser: Germinal ve Dokumacılar*, Dergipark*, Cilt 0, Sayı 32, Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/100969

Mannheim, K. (1998). Collected Works of Karl Mannheim, 5, New York: Routledge, 635-641.

Mitchell, B. (2005). Understanding and Managing Different Generations, *Value Options,* 23.

Naval, N. (2014). The Cubicle You Call Hell Was Designed to Set You Free, Erişim adresi: https://www.wired.com/2014/04/how-offices-accidentally-became-hellish-cubicle-farms/

Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi. (2017). 1035

Office Snapshots, (2015). Erişim adresi: https://officesnapshots.com/2015/09/14/tripadvisor-needham-headquarters/

Oral, G. A. (2013). Çalışma Hayatında Kuşaklar ve Çatışmalar, 15-20.

Özkan, M., Solmaz B. (2017). "Generation Z - The Global Market's New Consumers- And Their Consumption Habits: Generation Z Consumption Scale" *European Journal of Multidisciplinary Studies,* Cilt 5, Sayı 1, 151.

Özsevgeç, Y. (2017). Postmodernizm Üzerine, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 10, Sayı 54, 138. doi: http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20175434580

Purdue Global Üniversitesi. (2020). Generational Differences in the Workplace (Infographic). Erişim adresi: https://www.purdueglobal.edu/education-partnerships/generational-workforce-differences-infographic/ 29.03.2020

Richardson, J. (2020). What Gen Z Wants From their Workplace. Convene. Erişim adresi: https://convene.com/catalyst/gen-z-wants-workplace/

Richardson, S. Utilising Generation Y: United States Hospitality and Tourism Students' Perceptions of Careers in the Industry doi: https://doi.org/10.1017/jht.2012.12

Samsum, N. (2017). Çalışmanın Değişen Anlamı ve Güncel Durumuna İlişkin Tartışmalar, Cilt 3, Sayı 3, 166.

Saruhan Ş. C., Yıldız M. L. (2014). İnsan Kaynakları Yönetimi, Cilt 2, İstanbul: *Beta Basım A.ş,* 72.

Saval, N. (2014). The Cubicle You Call Hell Was Designed to Set You Free, parag.1, Erişim adresi: https://www.wired.com/2014/04/how-offices-accidentally-became-hellish-cubicle-farms/

Seçkin, S. (2000). "Türkiye'nin Kuşak Profili", *Capital Dergisi*, Sayı 12, 100-106.

Solmaz, B. (2017). Kuşaklar ve Çalışma Değerleri: X ve Y Kuşağı Akademik Personelinin Çalışma Değerlerine Bakışı*,* 85, 103, 114-120.

Solmaz, B. (2017). "Bebek Patlaması (Baby Boomers)" Kuşağının Çalışma Değerleri*,* 114.

Soyak, Ş.G. (2009). Yeni Çalışma Yöntemlerinin Ofis Binaları İç Mekân Tasarımına Etkileri, 9, 17, 21, 40.

Stuidos Architecture. (2017). Erişim adresi: https://studios.com/projects/nike_ny_headquarters/

Şalap, K. O. (2016). Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş Ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımları, 6, 10.

Şekercioğlu, S. (2017). Mobilyanın Gelişim Süreci Ve Doğu-Batı Sentezinin Osmanlı Mobilyası Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, 33.

Şenbir, H. (2004). Z Son İnsan mı?, İstanbul: *Okuyan Us Yayınları,* 24.

Tago Architects, (2017). Yeni Nesil Ofislerde "Mekânsızlaşma", "Yenilenebilir Enerji" ve "Sosyal Yaşam Kurgusu", Erişim adresi: http://tagomimarlik.com/

Tanner R. (2019). *Understanding and Managing the 4 Generations in the Workplace,* Son Güncelleme: 16.03.2020

Taş H. Y., Demirdöğmez M., Küçükoğlu M. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri, *OPUS. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi,* Yıl 7, Cilt 7, Sayı 13, 1035.

Taylor F. W., (1911). The Principles of Scientific Management, *Harper & Brothers Publishers*, New York, London, 25-32.

Tercan, A. (2014). Cam Cepheler Her Yerde, *Mimarist Dergisi*, 62.

The Buffalo History Gazette. (2011). The Larkin Administration Building - A 'Wright' of Passage in Buffalo, Erişim adresi: https://www.buffalohistorygazette.net/2011/10/larkin-administration-building-of.html

Türk Dil Kurumu. (2019). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/

Tombak, A. ve Topdal, E. B. (2017). Kuşaklar Boyu Kadın Olmak. *Yaratıcı Drama Dergisi,* 9(7), 59-67.

Toruntay, H. (2011). "Takım Rolleri Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 64,77.

Tseng, SC. D. (2018). Workplace Evolution: A Retrospective on Office Design from the Industrial Revolution to the Knowledge Economy, Parag.7, Erişim adresi:

https://medium.com/@dt_70381/workplace-evolution-a-retrospective-on-office-design-from-the-industrial-revolution-to-the-7fdaaea408ae

Yaldız, G. (2018). 1900'lerden 2000'lere Ofis Alanları Nasıl Değişti?, *Assembly*, Erişim adresi: https://assemblybuildings.com/tr/content/1900-lerden-2000-lere-ofis-alanlari-nasil-degisti--77

Yararel, B. (2013). Endüstri Devrimiyle Birlikte Değişen Üretim-Tüketim Kavramlarının Günümüz Mobilya Tasarımı Üzerindeki Etkileri, 9.

Yazıcı, S. (2019). Z Kuşağının İş Yaşamına İlişkin Beklentileri, İş ve Meslek Tercihlerine İlişkin Algılamaları İle X ve Y Kuşağına Mensup İnsan Kaynakları Yöneticilerinin Z Kuşağına İlişkin Beklenti ve Algılamaları Üzerine Sağlık Sektöründe Görgül Bir Araştırma, 10-11-37.

Yıldız, M.Z. (2015). Küreselleşme Çağında Değişen Mekân Algılayışları, 851-852.

Zemke, R., Raines, C., Filipczak, B. (2000). *Generations at Work: Managing theClash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace,* New York: AmericanManagement Association, 5.

Wolburg J.M., Pokrywczynski J. (2001). A Psychographic Analysis of Generation Y College Students. 33-53. doi: 10.2501/JAR-41-5-33-52

EKLER

EK:1 "Yemeksepeti Park Ofisi" Çalışanları Üzerinden Yapılan Yazılı Anket Çalışması

Bu çalışmada yer alan sorular ile birlikte, "Yemeksepeti Park" Ofisi kullanıcılarının mekânsal yaklaşımlarını ve Yemeksepeti'nin "yeni nesil" çalışma mekânı yansımalarını hangi düzeyde karşıladığını belirlemek amaçlanmıştır.

1) Cinsiyetiniz?

- Kadın
- Erkek

2) Eğitim düzeyiniz?

- Lise ve Altında
- Ön lisans
- Lisans
- Lisans Üstü

3) Çalışma hayatınızdaki iş kıdemi?

- 1-5 Yıl
- 6-10 Yıl
- 11-15 Yıl
- 15 Yıl ve üzeri

4) Mevcut iş yerindeki kıdem yılı?

- 1-5 Yıl
- 6-10 Yıl
- 11-15 Yıl
- 15 Yıl ve üzeri

5) Hangi yaş aralığındasınız?

- 22 -30
- 30-40
- 40-55
- 55-65

6) Çalışma stiliniz nedir?

- Tam Zamanlı
- Yarı Zamanlı
- Uzaktan Çalışma
- Esnek Çalışma

7) Ofisin mekânsal düzeni nedir?

- Açık Ofis
- Kapalı Ofis

8) Ofiste sosyal çalışma alanları mevcut mudur? (Uyku, dinlenme, vakit geçirme, bireysel olarak aktivitelere uygun alanlar, mümkünse çalışabilme)



- Evet
- Hayır

9.Eğer sosyal alanlar varsa bu alanları ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

- Dinlenme Saatlerinde
- Çalışma Saatlerinde
- Yemek Arasında
- Hepsi
- Kullanmıyorum

10. Şirketinizde uyku kapsülleri var mı?

- Evet
- Hayır

11.Eğer varsa uyku kapsüllerini hangi zaman aralıklarında kullanıyorsunuz?

- Yemek Saatlerinde
- Çalışma Saatleri İçerisinde
- Çalışma Saatleri Dışında

12) Şirketinizde spor salonu var mı?

- Evet
- Hayır

13) Eğer varsa hangi zaman aralığında kullanıyorsunuz?

- Sabah İşe Başlamadan Önce
- Öğle Arasında
- Çalışma Saatleri İçerisinde
- Mesai Bitiminden Sonra

14) Ofisinizde her iki bilgisayar türü ile çalışabiliyor musunuz?

- Sadece desktop
- Sadece laptop
- Her ikisi de

15) Kişisel aktivitenizi sağlayabilmek için yeterli alanınız ve zamanınız var mı?

- Evet
- Hayır

Ofis ortamındaki sosyal alanları değerlendiriniz.

- Tamamen Katılıyorum Kararsızım Katılmıyorum Hiç Katılmıyorum

Ofisin iç mekân atmosferi çalışma koşullarına uygundur

Ofisin iç mekân aydınlatması çalışma koşullarına uygundur

Ofisin iç mekân renk uyumu çalışma koşullarına uygundur

Ofisin mobilya tasarımı çalışma koşullarına uygundur

Ofis tasarımı verimliliği artırıp gerekli motivasyonu sağlar

Ofiste sosyal çalışma alanları yeterli şekilde mevcuttur

Sosyal alanlarda iş ile ilgili çalışmaları gerçekleştirmek için uygundur

Genel olarak ofiste mekânsal çalışma koşulları fonksiyoneldir

Ofis tasarımı iş ile ilgili davranış biçimlerinizi pozitif yönde etkiler

Ofisin iç mekân atmosferi çalışma koşullarına uygundur

Ofisin iç mekân aydınlatması çalışma koşullarına uygundur

Ofisin iç mekân renk uyumu çalışma koşullarına uygundur

Ofisin mobilya tasarımı çalışma koşullarına uygundur

Ofis tasarımı verimliliği artırıp gerekli motivasyonu sağlar

Ofiste sosyal çalışma alanları yeterli şekilde mevcuttur

Sosyal alanlarda iş ile ilgili çalışmaları gerçekleştirmek için uygundur

Genel olarak ofiste mekânsal çalışma koşulları fonksiyoneldir

Ofis tasarımı iş ile ilgili davranış biçimlerinizi pozitif yönde etkiler

Ofis ortamındaki sosyal alanların sizde bıraktığı izlenimleri/uyardığı hisleri aşağıda yer alan tabloya işaretleyiniz. (Yapacağınız değerlendirme olumlu ise 7 puan, olumsuz ise 1 puana yakın bir düzeyde puan veriniz)

	1	2	3	4	5	6	7
Sıcak /Soğuk							
Aydınlık /Karanlık							
Uyarıcı /Uyutucu							
Davet edici /İtici							
Ferah /Sıkıcı							
İletişim kolaylaştırıcı /İletişim engelleyici							
Samimi /Resmi							
Rahatlatıcı /Rahatsız edici							
Cesaretlendirici /Pasifize edici							
İşbirliğine açık /İşbirliğine kapalı							
Motive edici /Can sıkıcı							
Konsantrasyon sağlayıcı /Dikkat dağıtıcı							
Huzurlu /Huzursuz edici							
Kullanışlı /Kullanışsız							
Yaratıcılığa açık /Yaratıcılığa kapalı							

EK:2 "Yemeksepeti Park Ofisi" İç Mekân İncelemesi ve Görsel Kullanımı İzin Belgesi

Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı'na

Okulunuzda 21620087 numaralı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi olan Ecem Keser'in YENİ NESİL ÇALIŞMA ALANLARI İÇ MEKAN DEĞERLENDİRMESİ, YEMEKSEPETİ PARK OFİSİ isimli tezinde kullanmak üzere Yemeksepeti'ne ait mekanların görsellerini kullanmasına, tez içeriğinde Yemeksepeti'ne ait İç Mekan incelemesinin yapılmasında herhangi bir sakınca yoktur. Görseller, tez dışında farklı bir yayında kullanılamaz ve çoğaltılamaz."

İş Veren Vekili

Yunus Elmas

Yemek Sepeti Elektronik İletişim
Perakende Gıda Lojistik A.Ş.
Esentepe Mahallesi Dedeli Korkut Sokak
No:28/1 Şişli / İSTANBUL
Tic.Sicil No:[illegible] Tel:444 54 45
Boğaziçi Kurumlar V.D.: 947 045 74 68