

T.C. KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**YARATICI EKONOMİLER BAĞLAMINDA ORTAK ÇALIŞMA ALANLARININ  
GELİŞİMİ, 21.YY'DA İŞ VE ÇALIŞMA HAYATINA ETKİSİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ**

FATİH CETİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SANAT TASARIM FAKÜLTESİ

TASARIM BÖLÜMÜ

DANIŞMAN

YRD. DOÇ. DR. AYHAN ENŞİCİ

İSTANBUL, 2017

TASARIM Programı'nda Yüksek Lisans derecesi  
için gerekli kısmi Őartların yerine getirilmesi amacıyla  
Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne  
teslim edilmiştir.

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

NİSAN, 2017

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**YARATICI EKONOMİLER BAĞLAMINDA ORTAK ÇALIŞMA ALANLARININ  
GELİŞİMİ, 21.YY'DA İŞ VE ÇALIŞMA HAYATINA ETKİSİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ**

FATİH CETİZ

ONAYLAYANLAR:

YARD.DOÇ.DR.AYHAN ENŞİCİ (Danışman)

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

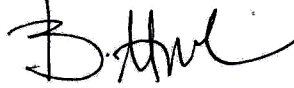


DOÇ.DR CANAN JOUAN DE KERVENOEL

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ



YARD.DOÇ.DR.BAHAR AKSEL




MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ

**ONAY TARİHİ: 25.04.2017**

“Ben, Fatih CETİZ, bu Yüksek Lisans tezinde sunulan çalışmanın şahsıma ait olduğunu ve başka çalışmalardan yaptığım alıntıların kaynaklarını kurallara uygun biçimde tez içerisinde belirttiğimi onaylıyorum.”

---

ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI & İMZASI

Fatih CETİZ 

## İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ .....	iii
ŞEKİL LİSTESİ .....	iv
ÖZET .....	vi
ABSTRACT .....	vii
TEŞEKKÜR NOTU .....	viii
1. GİRİŞ .....	1
1.1. Araştırma Soruları .....	3
1.2. Araştırma Yöntemi .....	4
2. YARATICI ENDÜSTRİLER, ŞEHİRLER VE YARATICILIK .....	6
2.1. Yeni Ekonomi ve Dinamikleri .....	6
2.2. Yaratıcılık ve Yaratıcı Ekonomi.....	11
2.3. Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Sınıf.....	15
2.4. Yaratıcı Şehirler .....	19
3. ÇALIŞMA ALANLARI VE ORTAK ÇALIŞMA .....	22
3.1. Çalışma Hayatı .....	22
3.2. Çalışma Alanı.....	25
3.3. Ortak Çalışma.....	33
3.4. Ortak Çalışma Alanı.....	36
3.5. Ortak Çalışma Alanları Kısa Tarihi.....	41
3.6. Ortak Çalışma Alanını Tanımlayan Öğeler.....	44
3.6.1. İşbirlikçilik .....	45
3.6.2. Açıklık.....	46
3.6.3. Topluluk .....	47
3.6.4. Erişilebilirlik.....	48
3.6.5. Sürdürülebilirlik .....	49

4. İSTANBUL VE ORTAK ÇALIŞMA ALANLARI.....	50
4.1. Dünya Ekonomisinde Türkiye/İstanbul .....	50
4.2. İstanbul Ortak Çalışma Alanları.....	52
4.2.1. Atölye İstanbul .....	55
4.2.2. Habita .....	57
4.2.3. Impact Hub .....	59
4.2.4. Joint İdea .....	60
4.2.5. Kolektif House .....	60
4.2.6. Levent Ofis .....	63
4.2.7. Workhaus .....	65
4.2.8. Workinton.....	67
5. DEĞERLENDİRME.....	71
6. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	86
KAYNAKÇA .....	91
EKLER .....	97
A: KAYNAKÇA HAKKINDA .....	97
B: ANKET SORULARI.....	100
C: YAPILANDIRILMIŞ ROPÖRTAJ SORULARI.....	104

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Konularına Göre Eski Ekonomi ve Yeni Ekonomi Farkları.....	8
Tablo 2: Yaratıcı Endüstriler.....	16
Tablo 3: Ortak Çalışma Alanı Tanımları.....	36
Tablo 4: Ortak Çalışma Alanları Seçim Kriterleri .....	55
Tablo 5: Ortak Çalışma Alanları Künye.....	55



## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil-1: Paylaşım Ekonomisinde Yer Almak İsteyen Yaş Grupları .....	10
Şekil-2: Yaratıcılığın Kesiştiği Alanlar .....	12
Şekil-3: UNCTAD Yaratıcı Endüstriler .....	17
Şekil-4: Larkin Ofis Binası .....	28
Şekil-5: SC Johnson Ofis .....	28
Şekil-6: Deloitte Türkiye Genel Merkezi-İstanbul.....	29
Şekil-7: Facebook Menlo Park .....	31
Şekil-8: Google Tel Aviv .....	31
Şekil-9: Alternatif Çalışma Alanları .....	33
Şekil-10: Google Trends ‘‘Ortak Çalışma Alanları’’ Kelimesi Arama Sonucu .....	38
Şekil-11: Google Trends Ortak Çalışma Alanlarını Karşılaştırmalı Sonucu .....	39
Şekil-12: Ortak Çalışma Alanları Büyüme Karşılaştırma .....	41
Şekil-13: Ortak Çalışma Alanları İhtiyaç Piramidi .....	53
Şekil-14: Atölye İstanbul Toplantı Salonu (Bomonti Ada) .....	56
Şekil-15: Atölye İstanbul Atölye Alanı (Bomonti Ada) .....	56
Şekil-16: Habita Sanayi Mahallesi Ortak Çalışma Alanı .....	58
Şekil-17: Habita Sanayi Mahallesi Dinlenme Alanı .....	58
Şekil-18: Impact Hub Sanayi Mahallesi Etkinlik Alanı .....	59
Şekil-19: Kolektif House Levent, Etkinlik Alanı .....	61
Şekil-20: Kolektif House Sanayi, Ortak Çalışma Alanı.....	61
Şekil-21: Kolektif House Şişhane Ortak Çalışma Alanı .....	62
Şekil-22: Kolektif House Şubeler Google Haritalar Üzerinde Gösterimi .....	63
Şekil-23: Levent Ofis Kapalı Ofis İçerden Görünüş .....	64
Şekil-24: Levent Ofis Ortak Çalışma Alanı .....	64
Şekil-25: Workhaus Maslak Giriş .....	65
Şekil-26: Workhaus Maslak Ortak Çalışma Alanı .....	66
Şekil-27: Workinton Levent Giriş .....	67
Şekil-28: Workinton Şişhane Ortak Kullanım Alanı .....	68
Şekil-29: Workinton Google Harita Üzerinde Şubelerin Gösterimi .....	69
Şekil-30: Anket Katılımcıları Profili.....	72
Şekil-31: Yaratıcı Çalışma Alanı Özellikleri .....	75



Şekil-32: Masa Kullanım Şekilleri Sorusu Yanıtları.....	76
Şekil-33: Sabit Masa vs Gezici Çalışma Sorusu Yanıtları.....	76
Şekil-34: Kapalı Ofis Alanı Olmalı Mı? Sorusu Yanıtları.....	77
Şekil-35: Ortak Çalışma Alanını Oluşturan Unsurların Yanıtları.....	78
Şekil-36: Avrupa Yakası Ortak Çalışma Alanları Google Haritalar Üzerinde Gösterimi .....	79
Şekil-37: İstanbul'da Yaratıcılığı Tetikleyen Etkinlikler Yeterli Mi? Sorusu Yanıtları .....	80
Şekil-38: Ortak Çalışma Alanı Tercih Sebepleri Yanıtları .....	81
Şekil-39: Çalışma Saatleri Sorusu Yanıtları.....	82
Şekil-40: Günde 8 Saatten Fazla Mı Çalışıyorsunuz? Sorusunun Yanıtları .....	82
Şekil-41: Çalıştığımız Ortak Çalışma Alanı Global Bir Marka Mı Olmalı? Sorusunun Yanıtları.....	83
Şekil-42: Mutfak veya Sohbet Alanı Olmalı mı? Sorusunun Yanıtları.....	83
Şekil-43: Yaratıcı Aktiviteler Hakkında Sorulan Sorunun Yanıtları .....	84
Şekil-44: Anket Katılımcılarının Ortak Çalışma Alanını Desteklemesi Hakkındaki Sorunun Yanıtları .....	85

## **ÖZET**

Yaratıcı endüstri disiplinlerinde çalışanların, yaratıcı disiplinlerin kendine özgü iş yapma ve uygulama biçimleri ile birlikte, özellikle gelişen ve değişen çalışma şartlarına bağlı olarak yeni çalışma alanlarına olan ihtiyaçları oluşmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda Richard Florida ve ekibi tarafından yaratıcı olarak endekslenen şehirlerden birisi olan İstanbul'da gelişen ortak çalışma alanları yaratıcı endüstriler bağlamında incelenmiştir. Yaratıcı endüstrilerin içinde bulunan yaratıcı sınıf ve bu sınıfın ortaya çıkardığı yaratıcı ekonominin ortak çalışma alanları ile olan dinamik ilişkisi ve bu durumun özellikle 2014 yılı itibariyle İstanbul'da hızlı gelişimi ilgi çekicidir. Şüphesiz ki bilgi teknolojilerinin gelişmesi, bilgiye kolay ulaşım ve küresel olarak birbirine daha çok entegre olan bir dünyada, çalışma şartlarının değişmesi ve yeni çalışma alanlarının gelişmesi dikkatle incelenmesi gereken bir konudur. Günümüz iş ve çalışma dünyasını, geçmişle kıyaslayarak değişimin boyutu anlatılmıştır. Ortak çalışma alanları, yaşanan bu değişimi somut olarak görebildiğimiz ve inceleyebildiğimiz yeni nesil çalışma mekânlarıdır. Türkiye'nin en dinamik şehirlerinden olan İstanbul'da, bir yüksek lisans tezi olarak "ortak çalışma alanlarını" konu edinen ilk tez çalışmasıdır.

### **Anahtar Kelimeler**

Yaratıcı ekonomi, Ortak çalışma alanları, Yaratıcı endüstriler, Yaratıcı sınıf, İstanbul, Yaratıcı şehirler, Yeni ekonomi, Tasarım.

## **ABSTRACT**

The need of new workspaces for workers in the creative industry disciplines has arisen along with creative disciplines have their own ways of doing and applying business especially due to developing and changing working conditions. Coworking spaces which develop in the line with this requirement have been examined in İstanbul which is the one of the cities that is creatively indexed by Richard Florida and his team in the context of creative industries. It is interesting to note that the dynamic relationship between the creative classroom found in creative industries and coworking spaces of the creative economy emerged by this class and the rapid development in Istanbul in 2014. Undoubtedly, the development of information technology, easy access to information and globally each is a more integrated business world, the changing working conditions and the development of new fields of study should be carefully examined. The size of change is explained today's business and working world compared to past. Coworking spaces are new generation working spaces where we can see and examine this change in concrete way. İstanbul is one of the most dynamic cities in Turkey. I am also excited by the fact that this is the first study on the subject of coworking spaces as a post graduate thesis in Turkey/Istanbul.

### **Keywords**

Creative economy, Coworking spaces, Creative industries, Creative class, İstanbul, Creative cities, New economy, Design.

## TEŞEKKÜR NOTU

Tez yazdığım süre içerisinde Őirketimiz Karakaő Yapı'nın işlerini bŧyŧk bir cesaretle takip eden kardeŐim Fulya Cetiz'e, bu zor sŧreçte tŧm sevgisi ve iyi niyetiyle her zaman yanımda olan ve gece gŧndŧz araŐtırmalarımnda destek olan hayat arkadaŐım Dilara Gŧn'e, ve beni bu çalışmayı tamamlamam için cesaretlendiren, hayatımın her anında arkamda olan sevgili annem Zeliha Cetiz'e teŐekkŧr ederim.



Sevgili kardeŐim Yağmur'a

## 1. GİRİŞ

21.yy'da teknolojiye yaşanan gelişim, iş dünyasını ve iş yapış şekillerini hızla değiştirmeye başlamıştır. Teknoloji yönlendirici bir unsur olarak bilgiyi yaymada, iletişimin hızlanmasında; insanların kendi iş ve yaşamları üstünde hâkim bir konumda olmalarına olanak sağlamıştır. Yaratıcı endüstrilere dâhil olan meslek ve iş grupları içinde, 2008 krizi sonrası gelişen yeni ekonomi düzeninde, çalışma yeri olarak ortak çalışma alanlarını tercih edenlerin sayısının arttığı gözlenmektedir.

İnsanların bu yeni hâkimiyeti, içinde bulunduğu ekonomi tanımlanarak detaylandırılmalıdır. Bu çerçevede UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) Yaratıcı Ekonomi Programına göre yaratıcı ekonomi; görüntüler, sesler, metinler ve sembollerin hâkim olduğu çağdaş bir dünyada yaratıcılık, kültür, ekonomi ve teknoloji arasındaki ara yüzle ilgilenen gelişmekte olan bir kavramdır. Günümüzde, yaratıcı endüstriler, gelişmekte olan ülkelerde, dünya ekonomisinin yükselen büyüme alanlarına sıçrama ve kalkınma için yeni fırsatlar sağlayan en dinamik sektörlerdendir. Yaratıcı ekonomilerde, insanlar tecrübe ve bilgisi ile beraber hayal güçlerini kullanarak fikirleri daha değerli hale getirmesiyle fark yaratmaktadırlar.

Kalkınma konularına yoğunlaşmış internet gazetesi İdema haber, ortak çalışma alanları ve kapalı çarşılar arasında bir ilişki kurmuştur. Bu ilişkiyi ortak çalışma alanını kuran girişimcilerin fikirleriyle desteklemiştir. Dayanışma halinde çalışmayı şu şekilde örneklendirmiştir: *Kemeraltı'ndaki bir kuyumcu arkadaşının damadının evindeki bir arızayı öğrendiğinde, han içerisindeki komşusu tesisatçıyı öneriyor* (Avcı, 2016). Ortak çalışma alanları İstanbul'un Kapalıçarşı benzeri ticaret yapılarının modernize olmuş hali olarak incelenebilmektedir. İstanbul'un Bizans devrinden bu yana ticaret bölgesi olarak insanları kentin belli bölgelerine topladığı görülmektedir. Kapalı çarşı ve çoğu tarihi yarımada da yerleşmiş olan hanlar uzun yıllar boyunca ve günümüzde de belli alanda uzman kişileri bir arada toplayarak, dayanışma ve işbirliği halinde ticaretlerini ve üretimlerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Aynı mekânda çalışmak, sürdürülebilir bir şekilde dayanışma halinde olmak bakımından ortak çalışma alanları ile benzerlik göstermektedir.

21.yy'da bilgi toplumunu temsil eden yeni ekonomi içinde incelenecek olan yaratıcı ekonomi düzeninde "paylaşımın" önemli bir değer olduğu gözlenmektedir. Paylaşımın getirdiği insan ilişkilerinin, yaratıcılık üzerinde etkisi bulunduğu bilgilerine rastlanmaktadır. Web bloglarıyla bilginin, internet ortamında bir web sitesi olan airbnb ile evlerin, car sharing

uygulamaları ile arabaların paylaşıldığı yenedünya düzeninde farklı yöntemlerle çalışma alanları da paylaşılmakta ve sosyalleşilen bazı mekânlar çalışma alanı olarak kabul edilmektedir.

Paylaşım unsuruna bağlı yaratıcı ekonominin yarattığı akım, insanların nasıl, nerede ve ne zaman çalışacağını seçme kararında kolaylaştırıcı bir unsur olmuştur. Uzaktan çalışmanın kolaylaştığı 2000'li yılların başında şirket dışında çalışmak "Home Office" mekânların tasarımını geliştirmiş, ardından third place olarak tanımlanan Starbucks gibi kahve evleri freelance çalışanlar tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Schultz, 2014).

2009 yılı sonrasında ise Google Trend uygulaması sonuçlarına göre, artan bir grafikte ortak çalışma alanlarının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar ve bu alanda yapılan konferanslar "ortak çalışmanın" gücünden faydalandığı ve sabit maliyetlerin azaldığı bu alanların, çok daha hızlı gelişeceği ve daha fazla ortak çalışma alanına ihtiyaç olacağı tahmin edilmektedir. Bu tahminler 3.4. Ortak Çalışma Alanları bölümünde aktarılmaktadır. Ortak çalışma alanları; iş hızlandırıcılar, kuluçka merkezleri, bazı şirketlerin çalışma şekillerinde ve girişimciler tarafından kar amacıyla kurulan yerler olarak piyasada varlıklarını sürdürmektedirler. Dört farklı alanda ortaya çıkan bu yeni çalışma alanı, içinde buldukları yere göre farklı amaçlar gütmektedir. Bu tezin içerisinde yaratıcı ekonomi ile dinamik ilişki içinde olan kar amacı güden ortak çalışma alanları incelenmektedir.

Yaratıcı ekonomi içinde gelişen yeni işler ve markalar tasarladıkları çalışma alanlarıyla ortak çalışma alanlarını da etkilemektedir. Yaratıcı endüstrilerin yarattığı meslekler ile beraber yaratıcı olarak tanımlanan ofis ortamları gelişmiştir. Google, Facebook ve Apple gibi yeni ekonominin yarattığı markalar oluşturdukları çalışma alanları ile bu alanlarının standartlarını değiştirmektedirler. Yeni çalışma şekilleri ile beraber, işlerin ve buna bağlı olarak çalışanların yönetim tarzları da değişmektedir.

İstanbul sınırları içinde araştırmaya başlanan ortak çalışma alanlarını anlamak için, daha önce bu alanda ve bağlantılı olunan noktalarda, farklı ülkeler ve şehirler için yazılmış tezler incelenmiştir. Mekânı konu edinen kitaplar ve kaynaklar çalışma alanlarını tanımlamak için bir basamak oluşturmuştur. İçinde yaşanan yüzyılı konu edinen ve ekonomi dinamiklerini anlatan kitaplar ve makaleler, ortak çalışma alanlarının ortaya çıkışı hakkında kaynak bilgi sunmuştur. Danışmanlık firmalarının ve bu alana yönelik çalışan küresel yayın yapan dergilerin özel çalışmaları, kaynakları desteklemektedir. Çalışma kapsamında incelenen kaynaklar hakkında açıklamalar EK-A olarak sunulmuştur.

## 1.1. Araştırma Soruları

Bu çalışmada dünyada ve Türkiye’de ortak çalışma alanlarının nasıl ortaya çıktığı, nasıl gelişim gösterdiği, hangi disiplinlerle ilişki içinde olduğu ve İstanbul’da yapılacak saha araştırmasıyla iş ve çalışma dünyasını nasıl etkilediği incelenecektir. Bu noktadan yola çıkarak, yaratıcı ekonomi, yaratıcı sınıf ve ortak çalışma alanları arasındaki ilişki incelenmektedir. Çalışma alanları statik olan bir yapının içindedir, çalışma durumunu ise bu statik yapı içinde dinamik olarak tanımlamak mümkündür. Bu dinamik yapı içinde beşeri sermayenin yaratıcılık yeteneği, yaratıcı sınıf ve yaratıcı ekonominin ortaya çıkardığı yaratıcı şehirler, ortak çalışma alanlarının gelişimini ve çalışma hayatına olan etkilerini anlamak için önemli unsurlardandır. Bu alanların yaratıcı ekonomi ile olan bağlantısı bizi bir üst kapsayıcı kavram olan yeni ekonomiye götürmektedir.

Yeni ekonomi içinde yaratıcı şehirler kategorisinde olan İstanbul’da yerleşmiş, girişimci kişiler tarafından kurulan, yerel veya küresel bir marka olan, ticari kar amacı güden ortak çalışma alanları incelenmiş ve listelenmiştir. Araştırmacı, çalışma sürecinde, hem katılımcı hem de gözlemci olarak birçok kez bu ortak çalışma alanlarında bulunmuştur. Bu alanları kuran işletmeciler ve kullanan kişilerle görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen bilgiler, dünyadaki gelişmeler ışığında incelenmiş ve bazı bulgulara ulaşılmıştır. Bunun yanında, İstanbul’da ortak çalışma alanlarının mevcut durumu analiz edilmiştir.

Türkiye’de daha önce yazılmış lisans ve yüksek lisans tezleri içinde ortak çalışma alanları ile ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ortak çalışma alanlarının yaratıcı ekonomi içindeki yeri ve etkisi bu alanı kullanan kişilerle yapılacak anket ve röportajlarla analiz edilecektir. Ortak çalışma alanlarının yaratıcı bir iş alanı olarak değerlendirilip, değerlendirilmeyeceği incelenecektir. Bu alanları yaratıcı ekonomi içinde ortaya çıkaran hususlar irdelenecek ve bu çerçevede ortak çalışma alanlarını oluşturan unsurlar belirlenecektir. Ortak çalışma alanlarının bulunduğu yerler incelenecek, hangi gruplara nasıl hizmet verdiği tanımlanacak ve bu tanımlardan biri seçilerek tez içinde detaylandırılacaktır. Yaratıcı sınıf, şehirlerin dinamiği ile ilişkilendirildiği için İstanbul özelinde gelişimi ve şehrin hangi bölümlerinde konumlandığı incelenecektir. Dünya literatüründeki incelemeler ve İstanbul’da yapılan ön araştırmalar sonucunda aşağıdaki araştırma soruları çerçevesinde bu çalışma genişletilmiştir:

- ✓ Yaratıcı ekonomi, yaratıcı sınıf ve ortak çalışma alanları arasındaki ilişki nasıldır?

- ✓ Ortak çalışma alanları yaratıcılığı destekleyen, yaratıcı bir çalışma alanı mıdır?
- ✓ İstanbul'da ortak çalışma alanları şehrin hangi bölgelerinde yerleşmiştir, sebepleri nelerdir?
- ✓ Yeni ekonomi bağlamında İstanbul'da ortak çalışma alanları neden tercih edilmektedir?

## 1.2. Araştırma Yöntemi

“Çalışma Alanı” günümüzde fiziki ve sanal olmak üzere iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bu tez çerçevesinde tanımlanacak olan fiziki çalışma alanlarıdır. Bu fiziksel çalışma alanı “coworking spaces” olarak uluslararası literatürde geçen “ortak çalışma alanları”dır.

Bilgilerin mevcut yapısı bizzat gözlemlere rehberlik etmektedir. Bilim, olayları belirli kurallara göre, gerçekten ayırt eder ve olayların bütünü ile değil, sadece bazı yönleriyle ilgilenir. Bu yüksek lisans tezinde bilimsel yöntemin unsurlarından biri olan “sebe-sonuç ilişkisi”(causalite) kullanılarak çalışma tamamlanmıştır. Bu ilişkiyi felsefi çerçeve dışında bağımsız bir şekilde ele alan Durkheim'a göre fiziki bir gerçek nasıl diğer fiziki bir gerçekle açıklanıyorsa sosyal bir gerçek de yine başka bir sosyal gerçekle açıklanmalıdır. Ekonomiyle ilişki içinde olan sosyal olaylar birbirlerini tetiklemektedir. Tek yönlü sebep sonuç yönteminin yetersiz olacağını ileri süren Pareto'ya göre sebep sonuç ilişkisinin tartışmasını yapmak için bağımlı ve bağımsız değişkenlere ihtiyacımız vardır (Baloğlu, 1997). Bu çalışma içinde bağımlı değişken ortak çalışma alanlarıdır, bağımsız değişkenler yaratıcı ekonomi, yaratıcı şehirler, çalışma alanları ve yaratıcı sınıftır. Tarihi yöntem içinde de “relativizm” kullanılarak geçmişten bugüne çalışma alanlarında ve çalışma hayatında yaşanan değişim ve olaylarda, sebep sonuç ilişkisi kurularak bir takım genellemeler yapılmaktadır. Olayların meydana geldikleri dönemi farklı kaynaklardan teyit ederek genel durum tahlil edilmeye çalışılmaktadır.

Tarihi yöntem içinde pozitivist bakış açısından bilgiyi insan davranışlarından soyutlayarak gerçekliğe daha çok yaklaşma söz konusudur. İnsan davranışları ekonomiyi yönlendiren bir unsur olarak kabul edilirse, pozitivist bakış açısı objektif olmak için gerekli fakat araştırmalarda insan unsuru dışlanamayacağı için yeterli bir bakış açısı değildir. Postmodernistler de objektif doğrunun yerine, yoruma dayalı bilginin daha önemli olduğu görüşünü savunmaktadırlar. Bilgideki nesnellik öznenin amaçlarına ve durumuna göre



değişmektedir. Tarihsel yöntem içinde Karl Marx tarihi maddecilik-diyalektik yöntemi kullanmıştır. Tarihteki bütün sosyal değişimleri iktisadi faktörlerle açıklamıştır. Fikirlerdeki değişimleri eşyadaki değişimlerin tayin ettiğini savunmaktadır. Diyalektik metodun tarihe uygulanması''historical materialism'' olarak anılmaktadır (Baloğlu, 1997).

Araştırmacı için, ortak çalışma alanını kullanan kişilerin fikirleri, yaratıcı ekonomi ile olan bağlantılarını ortaya koymak için önemlidir. Bu sebeple anket uygulaması kullanılmıştır. Survey yöntemi; anket, test teknikleri, mülakat, gözlem, monografi ve tarihi yöntemi kapsar. Seçilen örneklemin genelleme yapılması istenen evreni gerçekten temsil etmesi gerekmektedir. Açık uçlu sorular yerine kapalı uçlu sorulara daha çok yer verilmesi gerekmektedir (Baloğlu, 1997). Anket yönteminde ise ortak çalışma alanlarını kullananlara sınıflandırılmış, derecelendirilmiş (ölçekleyici) (sıklık soruları, sıralamalı sorular ve dereceli ölçekli sorular-likert tipi) açık uçlu sorular sorulmuştur. Anket soruları Ek-B olarak sunulmuştur.

Veri toplama tekniklerinden gözlem yöntemi de kullanılmıştır. Dıştan ve içten araştırma (participant observer) yöntemi ile detaylandırılmıştır. Araştırmacı, çalışmada ismi geçen çalışma alanlarında bulunmuştur ve çalışmayı deneyimlemiştir. Bir diğeri, yapılandırılmış görüşme tekniğidir. Bu teknik, önceden hazır olan sorularla, lider, uzman veya halktan olan kişilerle yapılan görüşmelerdir. Bu çalışmada geçen bazı ortak çalışma alanlarının kurucuları ve kullanıcıları ile önceden hazırlanmış sorularla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları Ek-C olarak sunulmuştur.

Yazılı kaynaklar ve gözlemler yoluyla yapılan ön incelemeler sonucunda, ikinci bölümde, yaratıcı endüstriler ve şehirler ile yaratıcılık kavramı incelenecektir. Üçüncü bölümde, çalışma hayatı, mekânlar ve çalışma alanları hakkında sebep sonuç ilişkisi üzerinden inceleme yapılacaktır. Bunun ardından ortak çalışma alanlarının kısa tarihi anlatılacaktır ve ortak çalışma alanlarını oluşturan öğeler üzerinde durulacaktır. Dördüncü bölümde İstanbul'un dünyadaki konumu ve İstanbul'daki ortak çalışma alanları hakkında bilgiler sunulacaktır. Beşinci bölümde yapılan gözlemler, röportajlar ve anketlerle literatür bilgileri karşılaştırılacak, yaratıcı şehirler, yaratıcı ekonomi, yaratıcı sınıf ve ortak çalışma alanları arasındaki ilişki ortaya konacaktır. Altıncı bölümde araştırmanın sonuçları, araştırmacının bakış açısıyla açıklanacaktır.

## 2. YARATICI ENDÜSTRİLER, ŞEHİRLER VE YARATICILIK

Bu bölümde ortak çalışma alanlarının ortaya çıktığı yeni ekonomi döneminin özellikleri ve dinamikleri incelenmiştir. Yaratıcılık tanımları, yaratıcı ekonomi tanımlarını güçlendirmiştir ve ortak çalışma alanlarını kullanan yaratıcı kişilerin profilleri hakkında bir temel oluşturmuştur. Yaratıcı endüstrilerin dinamiği olan yaratıcı sınıf ve onların yerleştikleri şehirlerin özellikleri incelenmiştir. Bu inceleme İstanbul'daki ortak çalışma alanlarının faaliyet gösterdikleri semtleri incelemeye yönlendirmiştir. İstanbul'daki ortak çalışma alanlarını kullanan kişilerin neden bu alanları kullanmayı tercih ettikleri, anket sorularının geliştirilmesi için yardımcı unsurlar olmuştur.

### 2.1. Yeni Ekonomi ve Dinamikleri

Bilgiye daha hızlı ulaşabildiğimiz teknolojilerin ortaya çıkmasıyla beraber çoğalan yenilikler geniş bir alanı etkilemektedir. Bu yenilikler ekonomik ve sosyal alanlarda değişimin hızını arttırmaktadır. 21.yy'da bilgiye ve yüksek teknolojiye dayalı yeni bir ekonomi kurulmaktadır. Yeni ekonominin yarattığı sektörlerin ve iş yapış şekillerinde yarattığı esnekliğin, çalışma alanlarının içine ortak çalışma alanlarını eklediği gözlenmektedir. Ortak çalışma alanları farklı yapılarda karşımıza çıkmaktadır, üçüncü bölümde bu konu hakkında detaylı bilgi verilecektir. Yeni ekonomi ve dinamikleri ortak çalışma alanlarının yapısını anlamak için gereklidir.

Yeni ekonomi bilgi toplumu ile açıklanmaktadır. Atkinson (2003) ekonomik kalkınmayı ve ilerlemeyi yaratıcılığa bağlı inovasyon, beşeri sermayenin sağladığı beyin gücü ve teknoloji ile ilişkilendirmiştir. Ekonomi alanında çalışan bir diğer kişi Matti Pohjola ise yeni ekonomi beşeri sermaye yatırımlarının getirisi ve oluşturduğu artı değer, fiziksel sermaye yatırımlarının getirisinden çok daha fazla olduğu bir dönemin adıdır diyerek, bilgi ile insan kaynağı arasındaki ilişkinin sonuçları üzerinde durmaktadır. İki ekonomist dışında, psikoloji alanında çalışan Şirin, yeni ekonomiyi şöyle açıklamaktadır: ‘‘Eski sanayi üretimine dayalı ekonomi, doğal kaynaklara, tarıma, jeopolitik konuma göre şekilleniyordu. Yeni ekonominin lokomotifi ise yüksek becerilere sahip insandır. Yani eğitilmiş bireylerdir. Bu yeni ekonomiye bilgi ekonomisi denmesi boşuna değil.’’ (2015). Farklı alanlardan üç kişinin yaptığı tanımdan yola çıkılarak, bilgi ve bilgiyi üreten ve dönüştüren yaratıcı insan kaynağının, yeni ekonomi için gerekli olduğu söylenebilmektedir. Ortak çalışma alanlarını kullanan kişiler, bu tezde, yeni ekonominin birer üyesi olarak değerlendirilmektedir.

Ortak çalışma alanlarında yaratılacak ekosistem, yeni ekonominin geleceği için önem arz etmektedir. Yeni ekonomide daha az çalışan kişi ile çok yüksek piyasa değeri olan şirketlerle karşılaşmak mümkün görünmektedir. Şirin, bu konuda şöyle yazmıştır: “53 kişinin çalıştığı WhatsApp, Türkiye Cumhuriyeti tarihi boyunca kurduğu, koruduğu, tekel olarak el üstünde tutulmuş dev şirketlerimizden daha kıymetli. Bizden bir Whatsapp çıkar mı? Bu soruyu dünyanın pek çok noktasında startup hızlandırma merkezleri kuran bir girişim grubuna sordum. Şartlı bir yanıt aldım: iyi bir ekosistem ve yaratıcılığa dayalı bir eğitim sistemiyle bir değil onlarca Whatsapp çıkartmak mümkün!” (2015). Ekosistemi oluşturanlar ve yaratıcılık ikinci ve üçüncü bölümlerde ayrıca incelenecektir.

Yeni ekonominin temel özelliklerinin, tanımları güçlendirici bir unsur olması beklenmektedir. Ayrıca bu özelliklerin ortak çalışma alanlarını anlamak konusunda destekleyici olması da beklenmektedir. 1990’ların ikinci yarısında bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin büyüme performansını etkilemesi ile ortaya yeni ekonomi kavramı çıkmıştır. Yeni ekonomide sermaye, bilginin bir fonksiyonudur ve bu dönemin öne çıkan temaları küreselleşme, inovasyon ve iletişim teknolojileridir. Birbirini tamamlayan fonksiyonlardan oluşan ağ sistemleri oluşturularak iş ekosistemlerini kullanılır kılan ise bilgisayar ağları olmuştur. (Hobikoğlu, 2014) Yeni ekonominin temel özellikleri ise Tapscott’a göre beş maddede şu şekilde açıklanmaktadır (1998):

- Bilgi ekonomisidir, bilgiyi bir üretim faktörü olarak kullanır.
  - Dijital bir ekonomidir.
  - Sanal bir ekonomi yaratır, internetin ticarete kullanılan bir araç olması ile hız kazanmıştır.
  - Moleküler ekonomidir, yeni ekonomide işletmeler moleküler yapıdadır ve birey temeli üzerinde kurularak, bilgi ve yaratıcılığı artıracak şekilde düzenlenmiştir.
  - Network ekonomisidir, web temelli, dijital ağların oluşturduğu bir ekonomidir.
- Sanal ve dijital bir ekonomi tek bir merkez dışında farklı lokasyonlarda zamanı esnek kullanarak çalışmayı kolaylaştırmaktadır. Yeni ekonomide dev şirketler yerine daha küçük işletmelerin bulunması, farklı sektörlerde iş yapan şirketlerin tek bir mekânda toplanmasını sağlamaktadır. Ortak çalışma alanlarına üye olanlara özel erişim sağlayan yazılımlar, toplulukta olan kişilerin bilgiyi paylaşmasını kolaylaştırdığı gözlenmektedir.

Yeni ekonominin tanımlarını güçlendirmek için eski ekonomi ile arasındaki farkları da irdelemek gerekmektedir. Yeni ekonomide, yıkıcı inovasyonu ve yaratıcılığı destekleyecek

ortamlar ve sorumluluğu kendi içinde dağıtan sistemlerin oluşması, yeni iş kollarında yönetici etkisinin azalması; çalışanların işleri için sorumluluk almaları, değişimin göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Tablo-1’de eski ve yeni ekonominin ana temaları ve arasındaki farklar incelenebilmektedir.

Tablo 1: Konularına Göre Eski Ekonomi ve Yeni Ekonomi Farkları (Hobikoğlu, 2014)

<b>KONULAR</b>	<b>ESKİ EKONOMİ</b>	<b>YENİ EKONOMİ</b>
<b>ÖZELLİKLER</b>		
Piyasa	Durağan	Dinamik
Rekabet Alanı	Ulusal	Global
Organizasyon Şekli	Hiyerarşik ve Bürokratik	Network Temelli
<b>ENDÜSTRİ</b>		
Üretim Organizasyonu	Kitle Üretimi	Esnek Üretim
Büyüme Unsurları	Sermaye-Emek	İnovasyon-Bilgi
Teknolojiyi Yönlendiren Araçlar	Makineleşme	Dijitalleşme
Rekabet Avantajının Sebebi	Ölçek Ekonomileri İle Azalan Maliyetler	İnovasyon, Kalite, Piyasa Önceliği, Maliyet
Araştırma ve İnovasyonun Önemi	Az-Orta	Yüksek
Diğer Kuruluşlarla İlişkiler	Bireysel	İş birliği ve anlaşmalar
<b>İŞGÜCÜ</b>		
Hedef	Tam istihdam	Yüksek Reel Ücret ve Gelir
Uzmanlık	Belli işlerde uzmanlık	Geniş Uzmanlık Alanı, Farklı Alanlarda Uzmanlık
Eğitim	Bir uzmanlık alanı	Yaşam Boyu Öğrenme
Yönetimle İlişkiler	Muhafif	İşbirlikçi
İstihdamın Doğası	Durağan	Risk ve Fırsatlar
<b>HÜKÜMET</b>		
İş Dünyası İle İlişkiler	Baskı Gerektiren	Cesaretlendirici
Düzenlemeler	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçları ile Çalışan, Esnek

Tabloda, işgücünde işbirlikçi yönetsel ilişkiler, büyüme unsurlarının sermaye-emek yerine inovasyon-bilgi'ye dönüşmesi, esnek üretim stratejileri, istihdamın doğasının durağan'dan risk ve fırsatlar anlayışına girmesi yaratıcı bir ekonomi için insanların bilgilerini ve sahip oldukları ürünleri paylaşmaya yönlendirmektedir. Ortak çalışma alanlarında masaların paylaşılması, etkinlik alanlarının paylaşılması ve bunlara bağlı olarak bilginin paylaşılması, yeni ekonominin yarattığı dinamiklerden ortaya çıkan paylaşım ekonomisinin de incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Paylaşım ekonomisi, çevrimiçi işlemlerin içerildiği ekonomik ve sosyal faaliyetleri tanımlamak için kullanılan çeşitli anlamlara sahip çatı terim olarak ortaya çıkmıştır. Başlangıçta, açık kaynak topluluğu fikrinden büyüyen, mal ve hizmetlere erişimin gruplar arası olarak paylaşılmasını ifade etmek için kullanılan terimdir (Hamari vd 2016).

Birkaç kilit makro gelişme, tüketimde ortaklaşa hareket etmenin yolunu açmıştır. Paylaşım ekonomisi; yerleşmiş teknolojik, ekonomik, siyasi ve toplumsal değişikliklerden kaynaklanmaktadır (Ertz vd 2016).

Teknolojik: İnternet, tüketicilerin nesnelere olan ilişkisi,

Ekonomik: Krizler, istikrarlı ve tam zamanlı istihdamın yanı sıra satın alma gücünün gerilemesi,

Siyasi: Devletlerin müdahalesinin azalması ve pazar etkenlerine olan artan uyum,

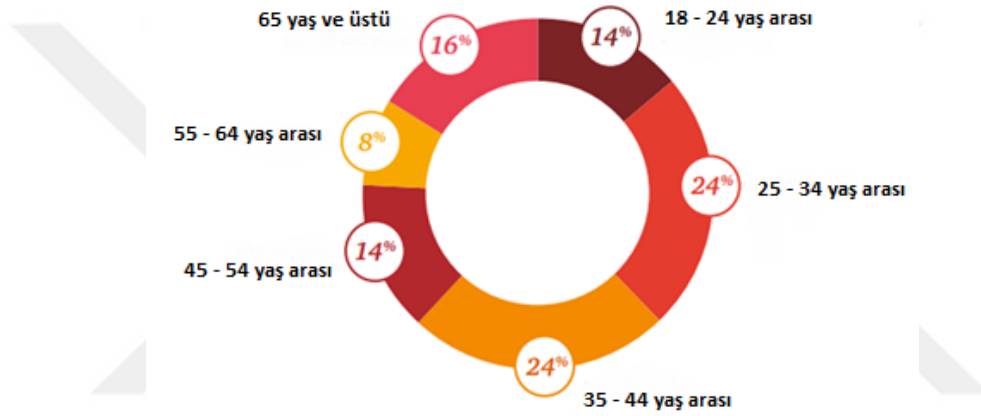
Sosyal: Tüketiciler, tüketimlerini hayatlarında merkezi bir proje olarak görmektedir.

Satın alma gücünün gerilediği günümüzde, paylaşım ekonomisini iki farklı firmanın yaptığı araştırma sonuçları üzerinden incelemek durumu netleştirecektir. Seçilen bu firmalar iki farklı sektörden ING Bank ve Price Water House Coopers'dır.

ING Bank'ın paylaşım ekonomisi uluslararası raporuna göre Türkiye ve Avrupa karşılaştırıldığında sonuçları şu şekilde açıklamıştır: Türkiye'de en temel beklenti dayanışma kurmaktır. Araştırmada tüketicilerin paylaşım ekonomisine katılımdan beklentileri de irdelenmiştir. Avrupalı tüketicilerin yüzde 58'i tasarruf etmek için, yüzde 53'ü çevreye yararlı olduğunu düşündükleri için, yüzde 52'si ekstra gelir elde etmenin kolay bir yolu olarak gördükleri için, yüzde 47'si ise ortak bir topluluk oluşturma ve dayanışmaya yardımcı olduğu için paylaşım ekonomisinde yer almaktadır. Türkiye'de ise tüketicilerin paylaşım ekonomisine katılım nedenlerinin %67'si tasarruf ve ekstra gelir temin etmek, %65'i

dayanışma amaçlı, %64'ü ise çevreye katkı sağlamak olarak sıralanmıştır (2015). Sonuçlara göre ‘‘dayanışma’’ yeni çalışma düzeni için önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Dolayısıyla dayanışmayı sağlayacak çalışma alanları gerekmektedir.

Price Water House Coopers şirketinin 2014 yılında ABD için hazırladığı araştırma anketinin sonuçlarına göre paylaşım ekonomisinde yer almak isteyen kişilerin en çok toplandığı yaş aralığı 25-44 arası olarak açıklanmıştır. (2014) Bu sonuçlar küresel ortak çalışma anketinden çıkan yaş ortalaması ile uyum göstermektedir. Açıklanan yaş ortalaması 35'tir.



Şekil 1: Paylaşım Ekonomisinde Yer Almak İsteyen Yaş Grupları (PWC, 2014)

Paylaşım ekonomisinin yararları şu şekilde sıralanmaktadır: güçlü topluluklar oluşturur, ödünç alma ve yeniden kullanma yöntemi sayesinde maliyetler düşürülür, satın almanın ağır şartlarına katlanmadan ürünlere ulaşım kolaylaşmaktadır, sürdürülebilir tüketim alışkanlıkları gelişir, çalışma saatlerinde ve ücretlerde esneklik artar. Paylaşım ekonomisi insanların belli şeyleri paylaşması ve bundan fayda sağlamaları için gelişmiştir, bunu yaparken toplum içinde ‘‘birbirine güven’’ artmaktadır. (Rudenko, 2013) Güçlü toplulukların oluşması ortak çalışma alanlarının en çok önem verdiği konulardandır.

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkılarak, bir fenomen olarak işbirlikçi tüketim, katılımcıların bireysel mülkiyete sahip olmak yerine, ürün veya hizmetlere karşılıklı erişimini sağlayan ekonomik düzenleme olarak tanımlanabilmektedir. İş birlikçi tüketim modeli, eBay gibi çevrimiçi pazarda olduğu kadar sosyal kredilendirme, gruplar arası konaklama, gruplar arası seyahat deneyimleri gibi gelişmekte olan sektörlerde de kullanılmaktadır.

Paylaşım ekonomisi çerçevesinde gelişen bazı işler şu şekildedir:

\*Airbnb - evinin belli bir bölümünü geçici olarak online bir sistem üzerinden rezervasyon yapan kişiye kiralanmasıdır.

\*Zipcar – bir araç kullanım paylaşımı hizmeti vermektedir.

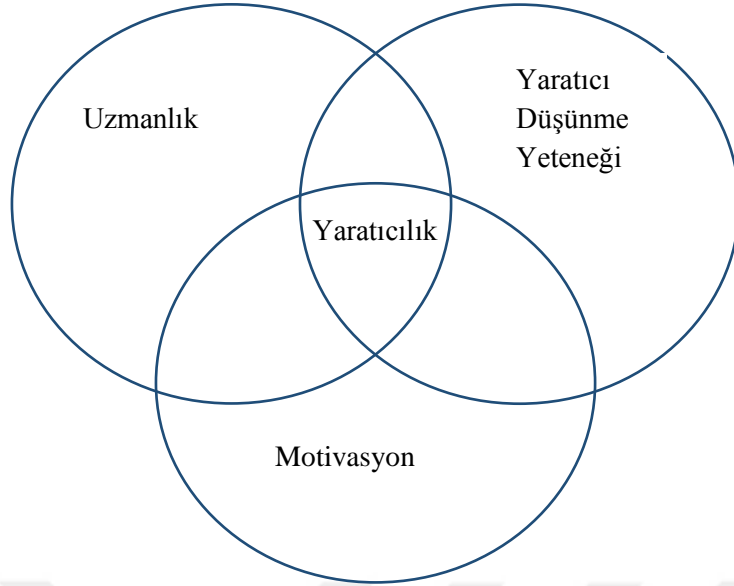
\*We Work – ABD’de ortaya çıkan bir ortak çalışma alanı olarak hizmet vermektedir. İş bir adım daha ileriye götürmektedir, girişimcilerin ve freelance çalışanların çalışma alanlarının olduğu binalarda, bir arada yaşayabilecekleri ortak yaşam alanları da yaratmaktadır.

## **2.2. Yaratıcılık ve Yaratıcı Ekonomi**

Yeni ekonominin kaynağı olan bilgiyi, beşeri sermayenin yaratıcı yeteneklerini kullanarak katma değerli hale getirdiği için yaratıcı ekonominin de incelenmesi gerekmektedir. 21.yy’da inovasyonun temel kaynağı yaratıcılıktır. Girişimci ve inovatif fikirlerin gelişmesi kişilerin yaratıcılıklarını ortaya çıkarabilecekleri ortamlar gerektirmektedir. Çalışma alanları, bu yüzyıl ekonomisini destekleyici nitelikte değişime uğradığı görülmektedir. Yaratıcılık faaliyetinin ekonomik değere dönüşmesi yaratıcılık ekonomisini oluşturmaktadır. Yaratıcı ekonomiyi anlamak için ise yaratıcılığın farklı disiplinlerde nasıl tanımlandığına bakmak gerekmektedir. Bu tanımların ortak çalışma alanlarının oluşumunu temellendirmesi de beklenmektedir.

Yaratıcılık tanım olarak kullanıldığı profesyonel alanlar içinde farklılık göstermektedir. Yaratıcılık genel anlamıyla yeni bir şeyler tasarlama, yapma ya da hayal edebilme yeteneğidir. Var olanlardan yararlanarak, mevcut parçaları, fikirleri bir araya getirerek, onları farklı şekillerde kullanarak yeni fikirler, yeni ürünler üretme yeteneği olarak da tanımlanabilmektedir.

Yaratıcılık konusunda çalışmalar yapan Teresa Amabile yaratıcılığın üç bileşeni olduğunu aşağıdaki şekil yardımı ile ifade etmektedir;



Şekil-2: Yararıcılığın Kesiştiği Alanlar (Amabile, 2002)

Şekil-2’de uzmanlık: teknik sürece dair bilgi ve birikimi işaret ederken, yaratıcı düşünme yeteneği: sorunlara yaklaşımın esnekliğini ve yaratıcılığını göstermektedir. Ve yaratıcılığın ortaya çıkması için motivasyon anlayışı farklılık göstermektedir. Maddi olan dışsal ödüllerden çoğu zaman içsel tutkulara yönelen ödüller daha yaratıcı olabilmektedir. (Hobikoğlu, 2014) Ortak çalışma alanlarında kendi alanlarında uzman kişilerden oluşan toplulukların da çalışma motivasyonunu etkilediği düşünülmektedir.

Birlikte çalışma motivasyonunu ortaya çıkaran unsurlar için sosyal alanlarda çalışan kişilerin tanımları yardımcı bilgiler olacaktır. Salim Gürbüz, Yararıcılık ve Yenilik adlı çalışmasında dört farklı kuram açısından yaratıcılık tanımlarını şu şekilde yapmıştır (Gürbüz, 2004):

1-Psikoanalistlere göre yaratıcılık, içgüdüsel dürtülerle atılganlığın ürünüdür. Bu tür davranışlar kişinin iç çatışmaları ve saldırgan enerjisinin toplumca benimsenen ürünlere dönüşmesiyle ortaya çıkar.

2-Gestaltçılar arasında en önemlilerinden biri olan Wertheimer’a göre önemli olan unsur sorunların düşünürlerde yarattığı stres kavramıdır. Eğer düşünür, stresi takip ederse onun etkisini azaltacak ve sorunları çözmek için farklı yönlere sapabilecektir.

3-Çağrışım kuramının savunucularına göre düşünceler arasındaki çağrışımlar düşünmenin temelini şekillendirirler. Yararıcılık, bu çağrışımların sayısına ve alışılmamış



olmasına bağlıdır. Yaratıcı düşünme süreci, çağrışım unsurlarının farklı bileşimlerle bir araya toplanmasından oluşur. Sözgelimi Graham Bell'in telefonu bulmasına yol açan ilham kaynağı aslında Almanca yazılmış bir makaledir.

4-Algısal kuramın savunucularına göre yaratıcılık, bir objeye değişik ve farklı görüş açılarından yaklaşabilmeye olanak sağlayan algısal bir açıklıktan doğar.

Carl Rogers ve Abraham Maslow ise insancıl kuramın en büyük savunucuları arasında yer almaktadırlar. Maslow hiyerarşisinin en üst basamağında kişinin kendini gerçekleştirme ve yaratıcı yeteneklerini kullanabilmesi ihtiyacı bulunur. Rogers, yaratıcı düşüncenin yararlılığı ya da uygunluğu ile ilgilenmemiştir. Ona göre yaratılmış olması için tüm ürünler yeni, özgün olmalıdır. İyi ya da kötü yaratıcılık yoktur. Örneğin bir insan acıyı azaltmak için, diğeri ise katı bir işkence yöntemi bulmak için çalışmaktadır. Her ikisi de yaratıcı eylemlerdir, fakat toplumsal değerleri farklıdır. Bu tanımlardan yola çıkarak bu yeni çalışma alanlarında bir arada çalışmak başkaları tarafından takdir edilme ihtiyacını da karşıladığı söylenebilmektedir. Bu alanda çalışan kişileri yaratıcı olarak tanımlamak mümkün olursa, bu kişilerin özellikleri de önem arz etmektedir.

İnovatif ve yaratıcı kişilik özellikleri hakkında çalışmalar yapılmıştır. Risk almayı seven girişimci kişilerin yaratıcılığa yatkın olduğu belirtilmiştir (Hobikoğlu, 2014). Ortak çalışma alanlarının yaratıcı ekonomi içinde değerlendirilmesi, bir açıdan yaratıcılığın önündeki engellerin kaldırılması ile mümkün görünmektedir. Triz Yaratıcı Problem Çözme Teorisine göre, yaratıcılığın önündeki başlıca engeller şunlardır:

- Değişime karşı direnç,
- Yaratıcılığa vakit ayıramayan sabırsız bir küresel düzen anlayışı,
- Anlık cevap ihtiyacı,
- Değişimin tehlike yaratacağı düşüncesi,
- Zayıf ve donanımsız, tanımlanmamış problem ve hedefler,
- Alışkanlıklar,
- Geçmiş tecrübeler,
- Riski göze alamamak,

-Geçmiş tecrübelerden ders alınmaması.

Engellerin dışında yaratıcı düşüncüyü harekete geçirmek için bazı unsurları da incelemek gerekmektedir. Kurumlarda yaratıcı düşüncenin etkin olduğu inovasyonun açığa çıkabilmesi için gerekli koşullar şunlardır: (Hicks ve Gullett, 1974)

- 1-Yaratıcı ve örgütsel ortamın gelişmiş olması,
- 2-Yaratıcılık için zaman tanınması,
- 3-Yaratıcılık için fırsat tanınması,
- 4-Örgütte yaratıcılık için özel bölümlerin kurulması,

Bu koşullar ortak çalışma alanlarının yaratıcı ekonomi içindeki yerini tespit etmek için önem arz etmektedir. Birinci madde çalışma alanındaki topluluğun geliştirilmesi, ikinci madde kişilerin kendi çalışma saatlerini belirleyebilmeleri, üçüncü madde ortak çalışma alanlarının oluşması ile fırsatların ortaya çıkması ile ilgilidir. Dördüncü madde kurumların veya büyük ölçekli şirketlerin yaratıcı faaliyetleri geliştirmek için esnek hakları olan ortak çalışma alanlarını tercih etmeleri bir alternatif olarak değerlendirilebilmektedir.

Yaratıcılık ile ilgili tanımların ortak yanı yeni bir ürün veya fikrin ortaya çıkması durumudur. Yaratıcılığın ortaya çıkmasında kişinin yaptığı iş ve bu konudaki yetkinliği ilk sırada olsa da bunu destekleyecek bir çalışma alanının da varlığı önemli görünmektedir. Yaratıcı ekonominin bir parçası mı olduğunu sorgulamak istediğimiz ortak çalışma alanları için yaratıcı ekonomiyi ve bu ekonominin yarattığı yaratıcı endüstrileri incelemek gerekmektedir.

Hobikoğlu, yaratıcılık ekonomisini; yaratıcı düşüncenin üretim süreçlerinde etkin olarak kullanıldığı ve ekonomik değer yarattığı bir çalışma alanı olarak tanımlamıştır (2014). Yaratıcılık ve inovasyonun temelini oluşturan bilginin önünde engeller olmamalıdır. Bilginin yaratılması sürekli inovasyona yol açarken, ekonomik büyüme, bilgi yeniliği döngüsü içinde büyüebilmektedir. Ortak çalışma alanlarının yaratıcı bir çalışma alanı olarak değerlendirilmesinde bilginin yaratılması ve paylaşılması alanın içinde bulunan toplulukla bağlantılıdır. Amerika da kurulan bir ortak çalışma alanı olan Gangplank'in yayınladığı manifesto Hobikoğlu'nun tanımını destekler niteliktedir. Manifestoda ilk cümle şu şekilde başlamaktadır: "Biz, yenilikçi ve yaratıcılık ekonomisi yaratan, bireyler ve küçük

işletmelerden oluşan grubuz. Gizliliklerin aksine, işbirliği ve topluluktan oluşmuş yeni bir ekonomik motor öngörüyoruz.”

Akademisyenlerin ve ortak çalışma alanlarını işletenlerin dışında Birleşmiş Milletlerin bu konuda yaptığı çalışmalar bir çatı oluşturmaktadır. UNCTAD yaratıcı ekonomi ve sektörler hakkında yönlendirici ve tanımlayıcı çalışmalar yapmıştır. Birleşmiş Milletlere göre yaratıcı ekonomi; görüntüler, sesler, metinler ve sembollerin hâkim olduğu çağdaş bir dünyada yaratıcılık, kültür, ekonomi ve teknoloji arasındaki ara yüzle ilgilenen gelişmekte olan bir kavramdır. Günümüzde, yaratıcı endüstriler, gelişmekte olan ülkeler için dünya ekonomisinin yükselen yüksek büyüme alanlarına sıçrama için yeni fırsatlar sağlayan dünya ekonomisinin en dinamik sektörlerindedir. Yaratıcı ekonomilerde, insanlar tecrübe ve bilgisi ile beraber hayal güçlerini kullanarak fikirleri daha değerli hale getirmesiyle fark yaratmaktadırlar. (UNCTAD, 2016)

### **2.3. Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Sınıf**

Literatürlerin çoğu 'estetik yaratıcılık' terimlerinden ziyade teknolojik ve örgütsel yaratıcılığa odaklanmaktadır. Yaratıcı endüstrilerde estetik yaratıcılığa odaklanan kişiler arasında Adorno ve Horkheimer vardır. Yaratıcı endüstrilerin ortaya çıkışının bireysel yaratıcılığı olumsuz etkilediğini savunmuşlardır. Yaratıcı işçilerin içinde faaliyet gösterdikleri belirli ekonomik, sosyal ve siyasal ortamlar tarafından doğrudan şekillendirilen kolektif veya sosyal bir süreç olarak yaratıcılığa kaymıştır. Örneğin Becker ,görsel sanatlardaki yaratıcılığa odaklanmıştır ancak genellikle çoğunlukla bireyselleştirilmiş bir süreç olarak algılanan görsel sanatların bile, aslında, kolektif bir yaratıcı süreç olduğunu savundu. Bourdieu ayrıca yaratıcılığın doğal hediyelerden kaynaklanmadığını, ancak bireyin sosyal, ekonomik ve eğitsel arka planının veya çevrenin bir ürünü olduğunu savundu. Benzer şekilde, Csikszentmihalyi bir psikolog perspektifinden "yaratıcılığın bireylerin bir öznelik değil, bu bireyler hakkında yargıda bulunan sosyal sistemler" olduğunu iddia etmektedir (Drake, 2003).

1990 sonrasında yaratıcı endüstrilerin ekonomik değişime öncülük ederek kentlerin gelişim biçimlerini tek başlarına değiştirebilme gücü fark edilmiştir. Florida'ya göre yetenek nereye giderse yenilikçilik, yaratıcılık ve ekonomik büyüme kesinlikle peşinden gitmektedir.

NESTA'nın yaratıcı endüstriler ve sektörleri tanımlamak için yaptığı çalışmalar, İstanbul'da bulunan ortak çalışma alanlarında çalışan kişilerin sektörleri ile karşılaştırmalı

analiz için kullanılmaktadır. İngiltere’de kurulmuş olan inovasyon vakfı NESTA (2006), yaratıcı endüstrileri ortaya çıkardıkları ürünlere göre dört kategoride sınıflandırmıştır:

Tablo-2:Yaratıcı Endüstriler (NESTA, 2006)

<b>Grup</b>	<b>Endüstri Örneği</b>
Yaratıcı Özgün İş Üreticileri	Görsel Sanatlar ve El Sanatları, Antikalar, Tasarımcı Ürünleri, Yazılı Eserler, Fotoğraf
Yaratıcı İçerik Üreticileri	Film, TV ve Radyo Yayıncılığı, Yayıncılık, Kaydedilmiş Müzik, Etkileşimli Medya(oyunlar, web, mobil)
Yaratıcı Deneyim Sağlayıcılar	Performans Sanatları, Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler, Canlı Müzik, Turizm
Yaratıcı Servis Sağlayıcılar	Reklamcılık, Mimarlık, Grafik Tasarım, Halkla İlişkiler, Tanıtım(acentalar), Üretim Tesisleri

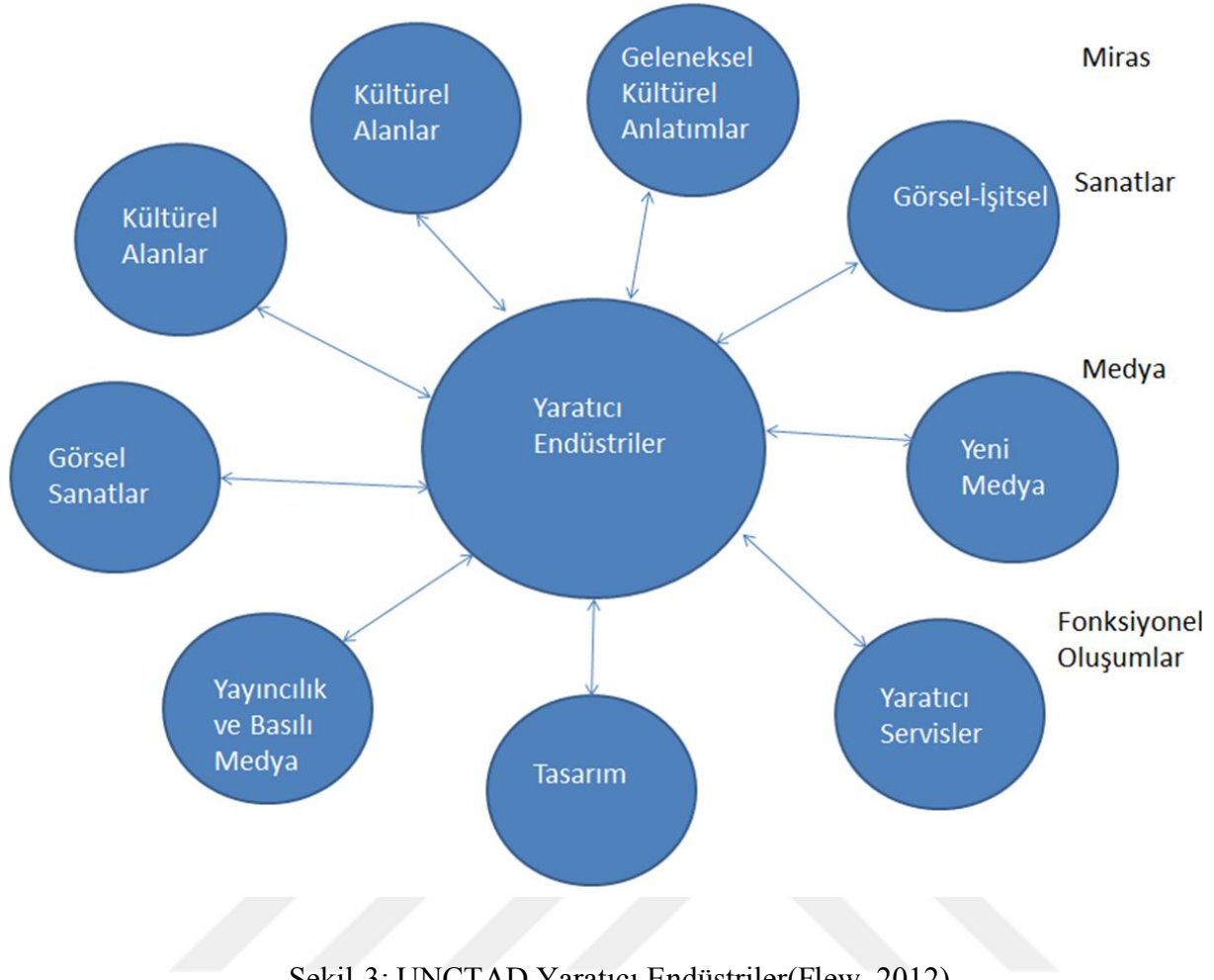
UNCTAD ise küreselleşme ile yaratıcı endüstrilerin büyümesi arasında karşılıklı güçlenen bir dizi ilişki tespit etmiştir (Flew, 2012):

-Kültürel ticareti teşvik eden, özellikle de denetleyici sektörlerdeki ulusal kültürel ve medya politikaları çerçevelerinin serbestleştirilmesi,

- Talep (yüksek kültürel içerikli isteğe bağlı mallar ve hizmetler için talep artışı) ve arz (özellikle bu endüstrileri hem parasal hem de parasal olmayan nedenlerle çalışmak için çekici yerler olarak tanımlayan genç insanlar) açısından yaratıcı endüstrileri teşvik eden refah düzeyinin arttırılması,

-Birçok yaratıcı endüstrinin değer zinciri üzerinde giderek sayısal hale geldiği için içerik için üretim ve dağıtım platformlarını değiştiren teknolojik değişim,

-Tasarımda, reklamda ve pazarlamada yaratıcı endüstriler için yeni talep yaratan hizmet ekonomisinin yükselmesi ve insan sermayesine yapılan maddi olmayan yatırımlar için daha fazla getiri sağlanması.



Şekil-3: UNCTAD Yaratıcı Endüstriler(Flew, 2012)

Geleneksel kültürel anlatımlar kategorisinde sanat ve zanaatlar, festivaller ve kutlamalar bulunmaktadır. Performans sanatları içinde konser, tiyatro, dans, opera, sirk benzeri etkinlikler bulunmaktadır. Görsel-işitsel alanda film, tv, radyo ve diğer yayın organları sayılabilmektedir. Yeni medya içinde yazılım, video oyunları, dijitalleştirilmiş yaratıcı içerikler sıralanabilmektedir. Yaratıcı sektörler başlığı altında mimari, reklamcılık, yaratıcı arge bulunmaktadır. Tasarımda ise iç alanlar, grafik, moda, kuyumculuk ve oyuncaklardır. Yayıncılık ve basılı medyada kitaplar, basın ve tüm yayınlar sıralanmaktadır. Görsel sanatlar kategorisi altında resim, heykel, fotoğraf ve antikalar sayılmaktadır. Kültürel alanlar da yaratıcı endüstrinin bir parçası olarak sınıflandırılmıştır, bunlar arkeolojik alanlar, müzeler, kütüphaneler, sergi alanları olabilmektedir.

Yaratıcı endüstri alanlarında çalışan kişiler yaratıcılıklarını sermaye olarak kullanmaktadırlar. Ortak çalışma alanlarında çalışan kişilerin yaratıcı sektöre dâhil oldukları önermesinde bulunduğu bu çalışmada, yaratıcı sınıfın dünyadaki genel görünüşünü

incelemek gerekmektedir. Yaratıcı sınıf sosyoekonomik bir sınıf olarak, 2002 yılında Richard Florida tarafından tanımlanmıştır.

Florida tarafından, yaratıcı sınıf, bir işçi sınıfı olarak tanımlanmamıştır, bir grup olarak değerlendirilmiştir. Bu grubun üyelerini çekebilecek şehirlere ekonomik büyüme getirdiğine inanılmaktadır. Yaratıcı sınıfın sağladığı ekonomik faydalar, yeni fikirler, yüksek teknoloji endüstrisi ve bölgesel büyüme sonuçlarını içermektedir. Yaratıcı sınıfın sahip oldukları bireysel yaşam biçimleri, çeşitli deneysel etkinliklere aktif katılımı içerir. Florida'ya göre yaratıcı sınıf üyeleri toplu ilgi alanlarını vurgulayan çok çeşitli etkinliklerden (seyahat, antik alışveriş, bisiklet sürme ve koşu) keyif almaktadır. Çalışmanın bağımsız değişkenlerinden biri olan yaratıcı sınıfın özellikleri ortak çalışma alanlarını oluşturan kişilerin özelliklerini de temsil etmektedir.

İki ana grup üzerinden çalışmalarını yapan Florida (2002) "süper yaratıcı çekirdek" ve "yaratıcı profesyonelleri" şu şekilde tanımlamıştır. Süper yaratıcı çekirdek tüm ABD işlerinin yaklaşık yüzde 12'sini oluşturmaktadır. Süper yaratıcı çekirdek kümesi; sanat, tasarım ve medya çalışanlarıyla küçük bir alt küme oluşturan çok çeşitli meslekler (örneğin bilim, mühendislik, eğitim, bilgisayar programlama, araştırma) içermektedir. Birinci grup üyeler, ticari ürünler ve tüketim malları yaratan, yenilikçilerdir. Bu üyelerin birincil işlevi, yaratıcı ve yenilikçi olmaktır. Sorun çözme ile birlikte, çalışmaları sorun bulma üzerine de evrilebilmektedir. Yaratıcı profesyoneller ise bilgi tabanlı işçiler olup sağlık, işletme ve finans, hukuk sektörü ve eğitim alanlarında çalışanları içerir. Belirli problemleri çözmek için karmaşık dataları kullanırlar.

Richard Florida ayrıca, yaratıcı sınıfı beş alt grupta da tanımlamıştır (Kratke,2011):

1-Bilimsel ve Teknolojik Yaratıcı Çalışanlar: bu grubun içinde araştırma geliştirme çalışanları, bilimsel eğitim veren kişiler, yetenekli teknisyenler ve sağlık hizmetleri uzmanları yer almaktadır.

2-Artistik işler yapan yaratıcı çalışanlar: kültür ekonomisi içindeki meslek grupları

3-Satış Yapan Sınıf: finans ve emlak profesyonelleri

4-Ekonomi yönetimi yapan sınıf: yöneticiler ve danışmanlar

5-Siyasi sınıf: yasama organları, politikacılar

Yaratıcı ekonominin dinamiği olan yaratıcı sınıfı birleşmiş milletler sektörlerine göre kategorilere ayırmıştır. Florida ve ekibi yaratıcı sınıfın özelliklerini ortaya koymuştur. Bazı şehirlerin belli bölgelerinde yerleşen bu sınıfın mensupları, bu çalışmanın bağımsız değişkenlerindedir. Araştırmacı ön gözlem için ortak çalışma alanlarında bulunduğu karşılaştığı kişilerin yaratıcı endüstrilerin mensubu olduğunu belirtmiştir.

## 2.4. Yaratıcı Şehirler

Yaratıcı şehirleri tanımlamak ve incelemek için Richard Florida ve ekibinin belli periyodlarla yenilediği Küresel Yaratıcılık Endeksini (GCI, 2015) incelemek gerekmektedir. GCI, gelişmiş ekonomik büyüme ve sürdürülebilir refah için ekonomik kalkınma, yetenek (talent), teknoloji (technology) ve hoşgörü (tolerance) 3T'leri temel alan geniş tabanlı bir önlemdir. Bu boyutların her birinde ve yaratıcılığın ve refahın genel ölçütü üzerinde 139 ülkeyi derecelendirmektedir. Türkiye'nin farklı başlıklar altındaki bulunduğu sıralaması sonuç bölümünde değerlendirilmektedir. Türkiye, Global Teknoloji İndeksinde(2015) 112 ülke arasında 58.sıradadır. Global Yetenek İndeksinde(2015) 134 ülke arasında 53.sırada. Global Hoşgörü Endeksinde 136 ülke arasında 123.sıradadır. Yaratıcılık endeksinde ise 0.348 puanla 88.sıradadır.

Küresel yaratıcılık endeksi; yetenek endeksi'nin, teknoloji endeksi'nin ve hoşgörü endeksi'nin eşit ağırlıklı bir birleşiminden oluşmaktadır. Bu endeks, bir ülkenin yenilikçilik, sanayi oluşumu ve uzun vadeli refah için yaratıcı yeteneği kullanma ve harekete geçirme becerisini yakalamayı amaçlamaktadır. (Florida, 2011)

Kapitalizm, önceki endüstriyel modelinden, yaratıcılığa ve bilgiye dayanan yeni bir modele yapılan dönemselsel bir dönüşümün ortasındadır. Endüstriyel kapitalizmin büyümesine neden olan doğal kaynaklar ve büyük ölçekli sanayilerin yerine, yaratıcı kapitalizmin büyümesi, bilgi, yenilik ve yetenek üzerine kuruludur. Adam Smith insan sermayesinin toprak, emek ve sermayenin yanı sıra "üretimde dördüncü faktör" rolüne dikkat çekmiştir. Bilgi işçilerinin hayal güçlerini kullanarak katma değerli ürünler üretmesi yeni ekonominin insan sermayesini tanımlamaktadır. Büyük ölçekli sanayilerin haricinde dönüşen yeni ekonomi dünyası, çalışma alanlarını da ortak çalışmaya ve yeni insan profiline göre tasarlayıp dönüştürmektedir.

Yaratıcılık, üretimdeki geleneksel, maddi faktörlerden farklıdır. Yaratıcılık, tükenebilecek veya yıpranabilecek şeylerin birikimi değil, sürekli yenilenebilir ve

derinleştirilebilen sonsuz bir kaynaktır. Yenilik ve ekonomik ilerleme, çeşitlilik ve tüm yetenekli insanlara açıklıktan kaynaklandığına dair bilgilere rastlanmaktadır. Yaratıcı Çağ'daki kapitalizm, yetenek ve teknolojiyi çeken ve harekete geçiren yerlerde düzenlenmektedir. Hangi şehir ne kadar çok yaratıcı sınıf mensubu insanı cezbedebilirse, yaratıcı şehir kategorisinde değerlendirilebilecektir. Belli yetenekte insanları bir araya toplama yeteneği şehirlerin kültürü veya devletin belediyeler vasıtasıyla şehirleri planlarken yaratıcı sınıfa ayırdığı bölgelerde kümelenmesi ile de alakalı olabilir (Florida, 2011).

Şirketlerin veya endüstrilerin kümelenmesi dışında insan yaratıcılığının ve yeteneğinin kümelenmesi eski çağlardan günümüze uzanan yapılar üzerinden de incelenebilmektedir. Araştırmacının İstanbul'da yaptığı gözlemlere göre, Kapalıçarşı ve dünyadaki benzeri alışveriş alanları gücünü belli alanlarda uzman olan kişilerin bir arada olmasından almaktadır. Şehirlerin ulaşımı kolay alanlarında önceden belirlenen bir amaç için oluşturulan sanayi siteleri de benzeri iş kolundaki kişilerin bir arada bulunup bu kümelenme etkisinden faydalandıkları görülmektedir. Bazı şehirlerde diğerlerine göre daha çok kişi yaşamak istiyorsa, sebeplerinden biri, iş hayatında kendi uzmanlık alanlarına yakın olan kişilerle bir arada olmak istemeleridir. Kentsel incelemeler alanında çalışmış Amerikalı yazar, gazeteci Jane Jacobs'a göre kentsel alanları canlandıran başlıca güç, zeki ve yetenekli insanların birbirlerine yakın mesafede konumlanmaları durumunda elde edilen güçlü ekonomik kazanımdır (Florida,2011). Şehirleri yaratıcı olarak tanımlamak için o şehirlerde yaşayan insanları incelemek yol gösterici olacaktır. İnsanlar büyük şehirlerde hatta bu şehirlerin belli alanlarında yaşamak için yüksek kiralar ödemektedir. Bu yüksek ücrete katlanma sebeplerinden biri bakış açılarına, yaşam tarzlarına ve benzeri yaratıcı yeteneklere sahip insanlara yakın olmak içindir.

Richard Florida'ya göre kendi haline bırakılmış olan yaratıcı ekonomi dünya çapında belli yerlerde yoğunlaşmış ve eşitsiz bir gelişim göstermektedir. En yüksek tepeler-dünya ekonomisini yönlendiren kentler ve bölgeler-daha da yükselirken vadiler çürümektedir. 2007 yılı basımı kitabında dünyada yaklaşık 150 milyon(International Labour Organization baz alınmıştır) insanın yaratıcı sektörlerde bulunduğunu söyleyen Florida, George Friedman'ın ortaya attığı dünya düzdür önermesi ile bu yaratıcı sınıfın kolay hareket edebildiğini açıklamıştır. Zirveler arasındaki ekonomik ve sosyal mesafeler birbirine daha bağlı bir dünya ile düzleşmiştir. Bununla beraber yaratıcı şehirler arasındaki etkileşimin de arttığı söylenebilmektedir.



Yaratıcı şehirler ve bölgelerin yenilikleri ürettiği gözlenmektedir. Ekonomist Robert Lucas'a göre yenilikçi, uygulayıcı ve finansal destekçi hem ofiste hem de ofis dışında sürekli iletişim halinde olduğunda düşünceler daha özgürce akmakta ve uygulamaya daha hızlı bir şekilde konmaktadır.

Kentlerin görevi insan sermayesini bir araya getirmektir ve daha fazla insan sermayesi olan yerlerin daha az insan sermayesi olanlardan daha hızlı büyümesi itibarıyla kentleşme ve nüfus yoğunluğu yenilikçilik ve verimliliğin artmasında kilit bir unsurdur.

Yaratıcı olarak tanımlanan şehirlerin çoğu aynı zamanda çokuluslu şirketlerin ana merkezlerine ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Bunun yanı sıra büyük uluslararası finansal kurumlar, birleşmiş milletler gibi büyük kurumların merkezleri, büyük taşımacılık işlerinin düğüm noktaları olduğu görülmektedir. Yaratıcı şehirlerin de bazı kriterlere göre kendi içlerinde gruplandığı görülmektedir.

Loughborough Üniversitesi Coğrafya Bölümü'nde kurulan bir ağ, dünya şehirlerinin dış ilişkileri üzerine araştırmalara yoğunlaşmaktadır. Küresel kent literatürü, dünya çapında işlemlerin varlığı üzerine kurulu olmasına rağmen, araştırma çabalarının çoğu şehirlerin iç yapılarını ve bunların karşılaştırmalı analizlerini incelemek için yapılmıştır. Şehirler arasındaki ilişkiler, dünya şehirleri araştırmacıları tarafından ihmal edilmiştir. Bu eksiği gidermeye yardımcı olmak için Küreselleşme ve Dünya Kentleri (GaWC) Araştırma Ağı kurulmuştur. GaWC'ye göre dünya, daha tanıdık devlet merkezli sınırların dünyasının aksine, şehir merkezli bir akış dünyasıdır. Bu çalışma hakkında bilgiler 4.1.Dünya Ekonomisinde İstanbul başlığı altında yazılmıştır.

Politik coğrafya ve dünya kentleri uzmanı Peter Taylor'a göre, çok uluslu şirketlerin ortaya çıkışı ile birlikte, geleneksel kentsel hizmet işlevi 'küreselleşti'. Küreselleşen kurumsal müşterilere hizmet sunmak için, dünyanın önde gelen 'finansal ve ticari hizmet firmalarının ofisleri' bir ağ kurdu. Bir dünya şehir ağı üreten farklı metropol merkezlerindeki ofis kuleleri arasındaki sayısız akış bulunmaktadır. Var olan bu sistem yaratıcı sınıfın daha kolay akışını da sağlamaktadır.

### **3.ÇALIŞMA ALANLARI VE ORTAK ÇALIŞMA**

Bu bölümde ortak çalışma alanlarının gelişiminin ve ortaya çıkış sebeplerinin belirlenmesi için modern dönem(sanayi devrimi sonrası) çalışma hayatının geçmişten bugüne değişimi incelenmiştir. Çalışma hayatında yaşanan değişimlerin çalışma alanlarını da etkilediği görülmüştür. Geçmişten günümüz 21.yy ekonomisine doğru tarama yapılırken, çalışma alanlarının yaşadığı değişim mimarlar ve tasarımcılar üzerinden incelenmiştir. Buna bağlı olarak, ortak çalışma kültürünün toplumlar tarafından kabullenme aşamaları irdelenmiştir. Çalışma hayatı, çalışma alanı ve ortak çalışma kültüründe yaşanan değişimler ortak çalışma alanlarını tanımlamak için kullanılmıştır. Ortak çalışma alanlarının tanımı anket, görüşmeler ve ortak çalışma alanlarının yayınladıkları bilgiler doğrultusunda hazırlanmıştır. Çalışma alanlarının dünya üzerinde nasıl yayıldığı ve gelişim gösterdiği istatistiki bilgilerle desteklenmiştir.

#### **3.1. Çalışma Hayatı**

Birinci sanayi devrimi olmadan önce çoğu insan tarımsal alanda ve loncalarda istihdam edilmekteydi. Birçok şehirde, loncalar ortak çıkarlarını korumak için bir araya gelmişlerdir ve böylece kurumları şekillendirmişlerdir (Laing, 2011). Bu dönemde, yüksek bir sosyal statüye sahip olan zanaatkarlar, kendilerinden sonra gelecek olan çıraklarını kendi dükkanlarında yetiştirmişlerdir. Bilgi ve yeteneğin el becerisi ile birleştiği dönemde, bilgi herkesle paylaşılmamaktadır, usta tarafından çırak olacak kişiler seçilerek bilgi aktarımının uygulamalı olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Birinci sanayi devrimi, serbest piyasa felsefesine doğru önemli bir dönüm noktası olmuştur. Buharla çalışan tekneler, gemi ve demiryolları, büyük ölçekli takım tezgâhları imalatı ve buharla çalışan fabrikaların yaygın kullanımı ile 1820 ve 1870 yılları arasında geçiş hız kazanmıştır. Bireysel görevler yalnız insan veya hayvan çabası yerine özel amaçlı makineler tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Tecrübesiz tarım işçileri daha iyi ücret alan orta vasıflı makine operatörleri olmak için fabrika sahasına taşınmıştır. Aynı zamanda, fabrikalar makine operatörlerini organize etmek ve denetlemek için denetçiler gibi yetenekli işçilerden, yeni makinelerin geliştirilmesi, inşa edilmesi ve uygulanması için mühendisler talep etmişler (Katz ve Margo 2013).

Bu dönemde, demiryolları şehirleri birbirine bağlamaya başlamış olsa da, buhar gücü şehir içi trafikte pratik değildi, bu nedenle kent içi trafik hayvan gücüne dayanmaktaydı.

Fabrikalarda çalışmak için şehirlere gelen insanların kötü yaşam koşullarına rağmen, şehirlerin nüfusu artmaktaydı. Yaşadığımız dönemde de insanlar yüksek maliyetlerine katlanarak yaratıcı şehirlerde yaratıcı sınıfla bir arada olmak için yer değiştirmeye devam ettiği söylenebilmektedir.

İkinci Endüstriyel Devrim'in kilit icatları 1870-1900 yılları arasında gerçekleştiği görülmektedir. Ekonomist Gordon'a göre bu icatlar beş kategoriye ayrılmaktadır:

(1) elektrik;

(2) otomobil;

(3) kapalı sıhhi tesisat ve merkezi ısıtma;

(4) petrol, kimyasallar, plastikler;

(5) telefon, popüler fotoğrafçılık, radyo gibi iletişim ve eğlence cihazları yelpazesi.

Modern dünyanın temelini oluşturan bu yenilikler yaşam ve çalışma şartlarımızı da değiştirmiştir. Örneğin otomobilin icat olması yaşam alanları ile çalışma alanlarının birbirine yakın olma zorunluluğunu ortadan kaldırdığı söylenebilmektedir. Telefon, radyo ve TV'nin icadı ise iletişim kanallarını güçlendirip bugünkü esnek çalışma dünyasının temelini oluşturmuş, bir arada olmadan uzaktan çalışmayı da kolaylaştırmıştır. 1914 yılında Henry Ford'un otomobil montaj hattı kurup çalışan işçilere de çabalarının karşılığı olarak sekiz saatlik bir iş günü için beş dolar ücret vermeye başlamasıyla beraber sabit ücretli çalışan grubu ortaya çıkmıştır (Gordon, 2012).

Ford'a özgü olan şey vizyonuydu. Kitle üretiminin kitle tüketimi, emek gücünün yeniden üretiminde yeni bir sistem, emeğin denetiminde ve yönetiminde yeni bir politika, yeni bir estetik ve psikoloji, kısacası, rasyonelleştirilmiş, modernist, popülist yeni tür bir demokratik toplum demek olduğunu açıkça görmesiydi (Harvey,2012).

Fabrika tabanında işbölümünden ölçek ekonomilerinin artmasının yanısıra, ulaşım ve iletişim alanındaki gelişmelerin bir sonucu olarak, ticaretten kazançlar elde edilmiştir. Pazarın genişlemesi hizmet sektörünün hızla büyümesine ve farklı beceri düzeylerinde üretim dışı çalışanlara artan bir talebe yol açmıştır. Rekreasyon, kültür ve kişisel hizmetlerde vasıfsız hizmet çalışanları istihdamında artış, aynı zamanda finans ve gayrimenkul gibi toptan ve perakende ticaret hizmetleri alanlarında ofis memuru ve satış elemanları gibi orta vasıflı ve

yetenekli beyaz yakalı işçilerin istihdamında bir artış olmuştur (Gordon, 2012). Bu yükseliş çalışma alanlarının da yeniden tasarlanması fikrine yol açtığı söylenebilir.

Fordizm yeni tip insan modelinin yalnızca ilk aşamasıdır. 21. yy'ın başlarında büyük şirketlerin yükselişe geçmesiyle birlikte, Frederick W.Taylor ve onu takip edenlerin düşünceleriyle filizlenen "Bilimsel Yönetim" hareketi baskın hale gelmiştir. Taylor ve takipçilerinin odaklandığı yer, standart prosedürlerce dayatılan çalışma süreçlerinin üzerindeki denetimin yönetimini ele geçirme çabası olmuştur. Fabrika işçileri, kitlesel üretim bazında verimliliği en üst düzeye çıkarmak için her ayrıntısı planlanan üretim aşamalarına tabi olmuş, tek tip rütbeleriyle dizilmiş masalarına oturan ofis çalışanları, benzer şekilde katı bir hiyerarşi içinde düzenlenip denetim altına alınmışlardır. Kimi bürokratik sistemlerde, masa ile sandalyenin konumu ve büyüklüğü rütbedeki her artışla birlikte gözle görülür şekilde değişmiştir. Hem fabrikalarda hem ofislerde çalışma süreçleri, bilinen sorunlar ve işlemlere yönelik son derece organize işlevlerin tamamlanmasına odaklanmıştır. 1960'lardan itibaren, bazı şirketler vurgunun denetimden çok liderlik üzerinde olduğu; çalışanların takımlar halinde etkileşime açık olmaya ve süreçlere daha aktif katılmaya teşvik edildiği, daha rahat yönetim sistemlerini denemeye başlamıştır. Örneğin, bazı Japon şirketlerinde işçilerin üretim süreçlerine katkıda bulunması, büyük tasarrufların ve iyileştirmelerin sağlanmasıyla sonuçlanmıştır. Fabrika mekânlarının düzenlenmesi, işçilerin düzenli olarak bir araya gelebildiği ve yaptıkları işi tartışabildiği rahat oturma alanlarının üretim bölgesinde oluşturulması gibi özellikleriyle bu eğilimi yansıtmaktadır. Fiziksel ürün üretimi ile bilgi üretimi süreçleri aynı kabul edilirse, Japonya'da başlangıcı yapılan bu uygulama bir ortak çalışma kültürü olarak kabul edilebilir (Heskett,2013).

1970'li yıllarda kitlesel üretim sistemlerinde yaşanan krizin ardından Fordist ve Taylorist akımlar yeni bir yapılanma sürecine gitmiştir ve karşımıza Post-Fordist ve post-taylorist hareketler, uygulamalar çıkmıştır. Kapitalizmin gelişmesi ardından küreselleşmenin gelişimi görülmektedir. Üretim ve tüketim anlayışı da yaşanan değişimlerden etkilenmiştir. Yeni sistemlere geçiş sırasında; geleneksel kitlesel üretim yerine tüketici odaklı esnek üretim anlayışı gelişmiştir. Üretim sistemlerindeki değişme çalışma alanlarında ve şirket yapılarında değişikliğe sebep olmuştur. Büyük endüstri örgütlerinin yerini küçük ve orta ölçekli işletmeler doldürmüş, büyük firmalar dalgalı piyasa koşullarına uymak amacıyla küçülmüşlerdir. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle üretimin mekânsal yapısı değişerek evden çalışma yaygınlaşmıştır. Fordist üretim anlayışın yerini Post-Fordist üretim anlayışına bırakması, kapitalizmin örgütsel değişiminin temel göstergeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu

gelişmeler günümüzde belli bir noktadan çalışmak zorunda kalmayan bilgi işçilerini ortaya çıkarmaktadır. Tüm dönemlerde iş yapış şekillerine göre çalışma alanları da yeniden tasarlanmaktadır. Çalışma alanlarının tarihsel gelişimi ortak çalışma alanlarının nasıl ortaya çıktığını gösteren adımlardan biri olmaktadır.

### 3.2. Çalışma Alanı

Çalışma alanları ve yaratıcı çalışma alanlarını tanımlamak için öncelikle mekân nedir sorusuna cevap vermek gerekmektedir. Mekân, zamanla bir çatı olmaktan çok daha öteye giderek, insanları ayıran, birleştiren insan etkinliklerini organize eden, insanın düşünce ve duygularını pekiştiren ya da değiştirebilen ve onu denetim altına alabilen bir yapı haline gelmiştir. Bu yapının şekillenmesinde politik ve ticari kaygılar kadar bireysel tercihler, kültürel ve fiziksel farklılıklar da büyük rol oynamıştır. Bireysel yaşamla birlikte sosyal yaşam da gelişmiş ve sosyal mekânlar da gelişen ihtiyaçlara göre değişim göstermiştir (Taşçıoğlu, 2013). Değişen yaşam ve çalışma koşulları, sosyal mekân olarak tanımlanan bazı kahve evlerini aynı zamanda bir çalışma alanı olarak kullanılmasına sebep olmuştur.

Mimariyi, mekânı ve estetiği sosyolojinin ilgi alanı olarak düşünmüş olan Georg Simmel ise mekânın dört temel özelliğini sıralamıştır. Bunlardan ilki mekânın müstesnalığıdır. Her ne kadar tek genel bir mekândan bahsedebilirsek de onu oluşturan tek tek farklı mekânlar özgül toplumsal formasyonları içeren kendilerine has öznelliğe sahiptirler. Bu noktada çoğu mekan yarattığı toplulukla diğerlerinden ayrılmaktadır. İkinci olarak toplumsal etkileşimi en önemli biçimde belirleyen bir diğer özellik, mekânın parçalara ayrılmış olması ve bunların bir sınırla belirlenmesidir. Simmel'e göre sınır sosyolojik sonuçları ile bir mekânsal olgu değil, mekânsal olarak belirlenmiş bir sosyolojik olgudur. Bir alanın farklı amaçlar için kullanılabilir hale gelmesi, örneğin etkinlik alanının oluşturulması, insanların bir masa etrafında çalışmasına göre, daha fazla kişiyle tanışmasını sağlamaktadır. Toplumsal formasyonların içeriklerinin sabitleştirme kapasitesi mekânın üçüncü önemli yönünü oluşturur. Bir başka deyişle, bazı mekânlarda, sadece o mekânın içinde yapılmasına izin verilen şeyler yapılır, yani içerikler belirlenmiş, sabitlenmiştir. Dördüncü ve insan etkileşimi için bir başka önemli özellik ise insanların duysal olarak birbirlerine yakın ya da uzak olmaları bağlamında oluşur. Hareket ve göç mekân üzerinde gerçekleşen, diğer bir mekânla bağlantılı sosyolojik yön olarak karşımıza çıkar (Şentürk, 2009).

Simmel'in tanımlarından yapılacak çıkarıma göre iç mekân, dış mekâna göre daha özeldir. Spesifik bir mekân, bütün insanlar için değil, belli bir amaçla bir arada bulunması

beklenen insanlar için tasarlanmaktadır. Ortak çalışma alanları da bu kategoride değerlendirildiğinde girişimci, freelance çalışan vb. gruptaki insanları belli bir amaç için bir araya getirmeyi amaçlamakta ve bundan ticari bir kazanç beklenmektedir.

Mekân davranışlarımızı da yönlendirmektedir, bunu sabit ve yarı sabit elemanlar ile yapmaktadır. Sabit elemanları bir sınır olarak kullanan insanlar, buldukları topluluğu dikkate alarak, kişisel kimlikleriyle mekâna yerleşmekte ve belli bir süre yaşamaktadırlar. Bununla beraber, insan, internet teknolojisi sayesinde artık sınırlı kaldığı alan dışına çok daha hızlı çıkabilmektedir. Fiziksel mekân aynı zamanda hareketlerimizi de şekillendirmektedir. Mekân-beden ilişkisi incelendiğinde; dar alanlar hareketlerimizi sınırlandırmakta, daha geniş alanlarda ise hareketlerimiz genişlemektedir. Ortak çalışacak toplulukların hareketlerini, yaratıcılıklarını ve birlikte çalışma olgusunu destekleyecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Ortak çalışma alanlarında ve içinde bulunan eşyalarda insani ölçek önem kazanmaktadır.

Fransız sosyolog ve felsefeci Lefebvre'ye göre ise mekân, toplumsal bir üründür. Bu durumda her iş biçimi, kendi çalışma alanlarını yaratmaktadır. Bu yolla oluşturulan yeni mekanlar yeni toplumsal ilişkiler oluşturmaktadır. Lefebvre'nin asıl ilgisi "kendi içinde mekân" ya da "mekandaki şeyler" değil, gerçek mekânın üretimidir. Mekânın üretimi, mekânı kendi içinde bir şey olarak alıp incelemekten öte, toplumsal bağlamına ve üretim süreçlerine yerleştirmeyi işaret etmektedir. Ortak çalışma alanlarına toplumsal bir ürün olarak bakıldığında, içinde belli bir zaman içinde oluşan topluluk üretim tarzına göre kendine özgür bir mekân üretmektedir. Üretim ilişkilerine toplumsal varlık kazandıran, mekânsal varlıklardır. Mekânı üreten üç kurucu an vardır Lefebvre'ye göre: yaşanan mekân, algılanan mekân ve tasarlanan mekân (Avar, 2009). Bu üç kurucu an çalışma alanları için de geçerlidir. Ortak çalışma olgusu için tasarlanan çalışma alanları, kişilerin o mekânda çalışmadan önce ve çalışırken ki algılarını etkilemektedir.

"Çalışma Alanı" günümüzde fiziksel ve sanal olmak üzere iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bu tez çerçevesinde tanımlanacak olan fiziksel çalışma alanlarıdır. Bu fiziksel çalışma alanı "coworking spaces" olarak uluslararası literatürde geçen "ortak çalışma alanları"dır.

Fiziksel çalışma alanı, çalışmak için bir alanın belli bir kişiye veya aynı amaç için bir araya gelmiş bir veya birden fazla gruba tahsis edilmektedir. Çalışma alanları, her grup veya çalışma konusu için kendi içinde duvar gibi yapısal öğelerle bölünebilmekte; üretim

yöntemine göre daha geniş açık alanlar tercih edilmektedir. Böylece bir organizasyondaki farklı gruplar için uygun çalışma ortamları geliştirilebilmektedir.

Çalışma alanı Oxford sözlüğünde şu şekilde tanımlanmaktadır: Bir alanın ticari amaçlar için kiralanması veya satın alınması yoluyla belli bir iş organizasyonunu yönetmek için kullanılması, çalışma alanının ilk adımı olarak görülmektedir. Yapılan işe göre çalışma alanları farklılık göstermektedir. Hepsinin kendi içinde bazı dinamikleri ve kuralları bulunmaktadır. Fabrikalar, plazalar, ofis hizmeti veren binalar; çalışma alanlarına örnek olarak sıralanabilmektedir. 21. yy başında esnek çalışma stratejileri geliştirildiğinde kişiler evlerini ‘‘home office’’ mantığı ile çalışma alanı haline getirmiştir. Ancak bir yerin çalışma alanı olarak tanımlanması sadece ticari amaçlar için kullanılmasına bağlı değildir. Sivil toplum kuruluşları, kuluçka merkezleri, iş hızlandırıcılar, kütüphaneler ve benzeri yerler de işlerini yürütmek için kullandıkları çalışma alanlarını kiralayabilmekte veya satın alabilmektedir.

Yapılan mesleğe göre çalışma alanları farklılık göstermektedir. Bir fabrikada çalışan kişinin çalışma alanı ile ticari bir kuruluşun genel müdürlüğünde resmi işlemlerin yürütülmesi için yaratılan çalışma alanı veya kütüphanelerin çalışma alanı tanımları ve gereksinimleri farklıdır. Bundan dolayı çalışma alanını oluşturan öğeler farklılık göstermektedir.

Ticari bir kuruluşun idari işlerinin yürütülmesi için kullanılan bir ofis örneği üzerinden açıklanırsa sahip olunması beklenen materyal, hizmet ve özellikler şu şekilde sıralanabilir: ofis mobilyası olarak masalar ve sandalyeler, kapalı dolaplar, yazıcı, sabit veya mobil bilgisayar, kırtasiye malzemeleri, elektrik-su-ısıtma hizmetleri, havalandırma sistemi. Bir alanın işe uygun olarak bir çalışma alanına çevrilmesi için gerekli tasarım ve işçilik desteğini mimarlar veya mimarlık ofislerinin sağladığı görülmektedir.

Günümüz çalışma alanlarının nasıl oluştuğunu incelemek için mimar Frank Lloyd Wright'ın yaptığı ilk açık ofis çalışmasının örneği aşağıdaki gibidir (1904). İlk modern ofis binası olarak kabul edilen bu çalışma alanında; geleneksel ofis ortamlarından farklı olarak çalışanlar arasındaki fiziksel duvarlar kaldırılmış, açık bir ofis ortamı yaratılmıştır. Çalışma alanında gruplara adalar oluşturulmuştur (Takacs, 2009).



Şekil 4: Larkin Ofis Binası

1939 yılında Frank Llooyd Wright'ın döneminin yeni koşullarına göre oluşturduğu diğer bir çalışma alanı, SC Johnson yönetim binası, aşağıdaki gibidir. Açık ofis fikri burada da tekrarlanmakta fakat kullanılan malzemelerde ve estetik algıda değişimler gözlenmektedir. Örneğin, kapalı bir ofis ortamı olan çalışma alanında bitkiler bulunmaktadır. Günümüzdeki ortak çalışma alanlarında da doğal ortamdan bitki ve ağaç gibi parçalar, mekan tasarımlarının bir parçası olarak kullanılmaktadır.



Şekil-5: SC Johnson Ofis

21.yy'da ortak çalışma kültürünü geliştirmek ve sabit maliyetlerini düşürmek isteyen Deloitte&Touche, Ernst&Young ve Andersen gibi ABD'de faaliyet gösteren denetçi ve danışmanlık firmaları "hotelling" diye bilinen pratik bir çözümü "çalışma alanları" için denemeye başlamışlar ve uygulamaya geçirmişlerdir. Hotelling, büro içerisinde kişiye özel masalar olmaksızın serbestçe çalışılmasını sağlayan sistemdir. Ortak çalışma kültürünü, ortak çalışma alanı unsurlarının bazılarını kullanarak faydalanarak geliştirmeye çalışmaktadırlar.



Müşterilerinin ofislerinde daha fazla zaman geçiren denetim ve danışmanlık uzmanları, kendi şirketlerinin ofis binalarında geçici olarak çalışmaları gerektiğinde uygun olan boş bir masada işlerini tamamlarken, kendi uzmanlığından olan farklı kişilerle karşılaşması sağlanmaktadır. Farklı deneyim ve bilgiye sahip bu kişiler karşılaştığında hotelling sistemi sayesinde birbirleri ile bilgi alışverişi yapması sağlanır (Deloitte, 2016). Türkiye’de de faaliyet gösteren Deloitte firması bu çalışma sistemine devam etmektedir.



Şekil-6: Deloitte Türkiye Genel Merkezi-İstanbul-

Yaratıcı işlerin çalışma alanlarının, sıradan ofislerden farklı olduğu görülmektedir. Sıradan ofisler mevcut işleri yerine getirmek için işlevsel olan standart ofis ürünlerine sahipken, yaratıcı endüstri grubu üyeleri için oluşturulan çalışma alanları esnek hareket edebildikleri, istedikleri saatlerde girip çıkabildikleri, mekânın hazırlanmasında tasarımın ön planda olduğu, girişimci ruhu olan ve motivasyonu yüksek bireylerin bir arada çalışmalarını kolaylaştıran olanaklara sahip yeni alanlar olarak tanımlanabilmektedir.

Yaratıcı sınıf işlerini yapabilmesi ve sergileyebilmesi için bazı mekânlara ihtiyaç duymaktadır. UNCTAD yaratıcı alanları şu şekilde örneklendirmektedir: Sanat Galerileri, Sinema Salonları, Ortak Çalışma Alanları, Dans Stüdyosu, Tasarım Stüdyoları, Hackerspace’ler, Film Montajı Stüdyoları, Makerspace’ler, Yaşam+Çalışma Alanları, Ses Kaydetme Stüdyoları, Tiyatrolar, Görsel Sanat Stüdyoları, Performans Alanları, Ses

Kaydetme Stüdyoları, İş Hızlandırıcı Merkezler, Kuluçka Merkezleri, Kütüphaneler, Kahve Evleri, Günlük Kiralık Ofis Çalışma Alanları, Toplantı Salonları.

Yaratıcı çalışma alanlarının özellikleri ise 2006 yılında GSA Office of Governmentwide Policy'nin yaptığı çalışmaya göre 7 madde halinde sıralanmıştır (Stanley, 2006):

1-Tüm çalışanların mekan içinde eşit derecede çalışma alanının tüm haklarından faydalanabiliyor olması.

2-Temiz ve sağlıklı bir işyeri ortamının yaratılması,

3-Çalışma alanındaki ürünlerin esnek olarak kullanmaya uygun olması,

4-Mekânın konforunun insan ortalama yaşam standartlarına uygun olması-örneğin sıcaklık mevsim durumuna göre uygun hale getirilebilmesi,

5-Mekânda diğer kişilerle iletişim kurmanın kolay olması,

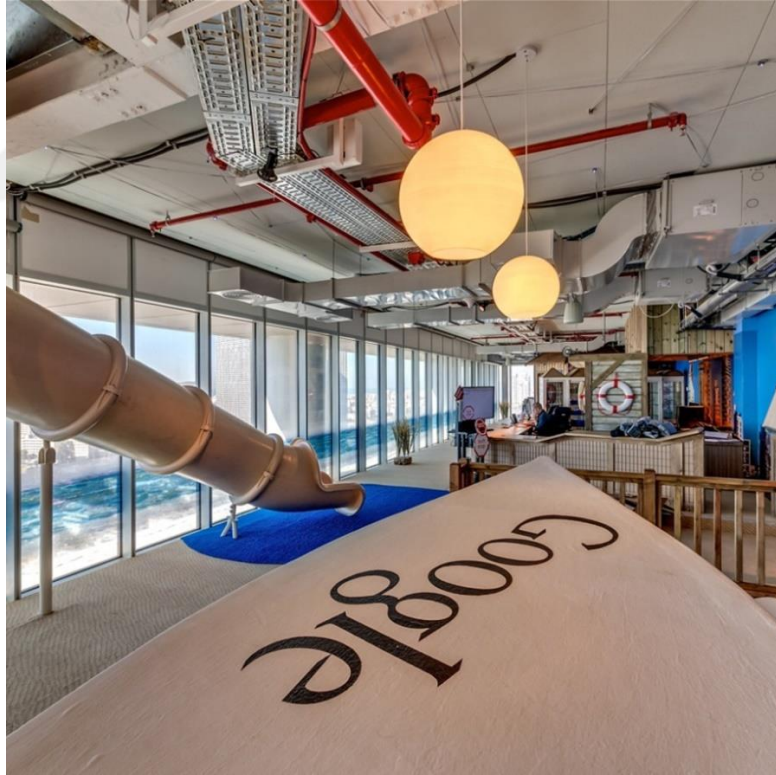
6-Güvenilirlik,

7-Mekânın çalışan kişiler üzerinde uyandırdığı duygudur.

Literatürdeki tanımlar dışında yaratıcı çalışma alanları için Google, Facebook gibi yaratıcı endüstri içine dâhil olan şirketlerin çalışma alanlarını incelemek gerekmektedir. Bu şirketler çalışanlarının yaratıcı sınıfa dâhil olduğunu bilmektedir. Bu tür çalışanların zihinsel yeteneklerini kullanırken buldukları mekânın buna yardımcı olması gerekmektedir. Yukarıda ismi geçen iki farklı şirketin yarattığı çalışma alanları, dünyadaki yaratıcı çalışma alanı olarak tanımlanan yerlere ilham olduğu görülmektedir. Teknoloji üreten şirketlerin çalışanlarının birbirinden ilham aldığı, daha esnek çalışma stratejilerine ihtiyaç duyduğu gözlemlendiğinde, mekân tasarımında etkili olan renk ve kullanılan ofis ürünlerinin farklılaştırılması gibi unsurlar kullanılarak yaratıcı üretim şekline hizmet etmesi için çalışma alanlarını yeniden tasarlamaya yönelmişlerdir. Aşağıdaki fotoğraflarda günümüzde kullanılan Google ve Facebook ofislerinden örnekler bulunmaktadır.



Şekil-7: Facebook Menlo Park



Şekil-8: Google Tel Aviv

Ortak çalışma alanlarının ortaya çıkması ve çalışma kurallarını etkileyen faktörlerden birisi de gelişen ekonomik düzende esnek çalışma olanaklarının varlığıdır. Teknoloji ve internetin gelişimi ile beraber iletişimin hızlanması, çok daha fazla zaman harcanarak elde edilen bir birim iş yerine daha az zaman harcanarak daha fazla iş üretimi sağlanmaktadır.

Sakarya Üniversitesinin yaptığı bir çalışmaya göre 21. Yüzyılda yeni esnek çalışma biçimleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Kısmi süreli çalışma,
- Çağrı üzerine çalışma,
- Geçici (Ödünç) iş ilişkisi,
- Telafi çalışma,
- Belirli süreli çalışma,
- Alt iş veren,
- Kısa süreli çalışma ortaya çıkmıştır.

Organizasyonların esnek yapısı ve çeşitli süreçlere sahip olması, esnek iş gücüne ihtiyaç gösterir. Bu gelişmeler 21. yüzyıl toplumlarının sosyal yapısını etkileyecektir. Nitekim, ekonomik gelişme için en önemli kurallardan biri genişleyen, dinamik ve uyumlu bir iş gücünün varlığıdır. Bu bilgilerden yola çıkarak ortak çalışma alanlarında çalışan kişilerin genel profili ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2005).

Ev ve iş yeri dışındaki üçüncü mekânlar sosyalleştığımız alanlardır. Sosyalleştığımız ve keyifli zaman geçirdiğimiz alanlar aynı zamanda çalışma alanlarımızın da bir parçası olduğu görülmektedir. Esnek ve yaratıcı işlere ihtiyaç duyulması, geleneksel çalışma ofisleri ve yöntemlerinde değişiklikler meydana getirmiştir. Starbucks gibi kahve evlerinin daha yaratıcı ve esnek çalışmaya hizmet etmesi ve mekânları buna göre tasarlanması; bir kafe olarak sağlayamadığı bazı hizmetler noktasında ‘‘ortak çalışma alanları’’ fikrinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

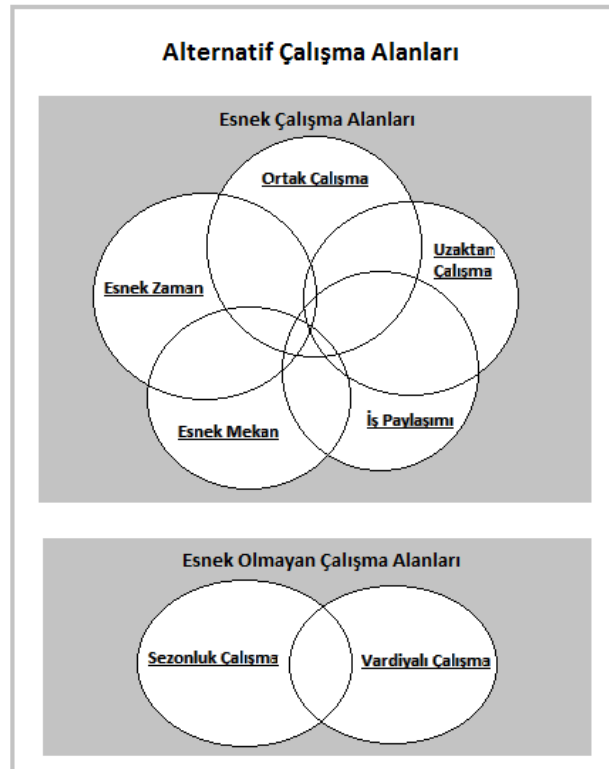
2009 yılında, ‘‘Toplumların Yaşam Kalitesinde Üçüncü Mekânların Etkisi’’ adlı makalede, üçüncü mekânlar şu şekilde örneklendirilmiştir: kahve evleri ve kafeler, bar ve publar, restoranlar, alışveriş merkezleri, berberler ve güzellik marketleri, sinemalar, havuzlar,

okullar, üniversiteler, kütüphaneler ve parklar. Bu örneklerden yola çıkarak hem sosyal olan hem de topluluk içinde özel bir çalışma alanı sağlayan ortak çalışma alanlarının yeni “üçüncü mekân” olma ihtimali üzerinde durulmaktadır. (Jeffres vd. 2009)

USA Today (2006)’da yayınlanan “Üçüncü Mekân Ofis Alanları” yazısında, Amerikalı çalışanların artan oranda evlerinden çalışmak yerine üçüncü mekân olarak tanımlanan alanlarda çalıştıklarından bahsedilmektedir. Habere göre; işçiler, evden iş yaptıklarında kapalı bir alanda izole olduklarını belirtmişler ve kamusal ve sosyal alanlarda çalışma konusunda home-office ile şirket ofisleri arasında mutlu bir ortam bulmuşlardır. Bu alanlarda wifi hizmetlerinin verilmeye başlanması yeni bir çalışma trendi yaratmış; üçüncü mekân tanımını değiştirerek sadece sosyalleşilen alan olmak yerine ev ve geleneksel çalışma ofisleri arasında daha eğlenceli bir alan yaratmıştır.

### 3.3. Ortak Çalışma

Ortak çalışma alanlarını ortaya çıkaran olgulardan birisi “ortak çalışma” fikrinin yüzyılımızda kabul görmesidir. Poehler’e göre, iyi bir ortak çalışma topluluğu, içindeki bağımsız işçiler arasında iş birliği ve bağlantıyı besler ve buna değer verirler. (Poehler,2011) “Alternatif Çalışma Planları” aşağıdaki grafikteki gibi düzenlenmiştir. Aşağıdaki tablo esnek olan ve esnek olmayan çalışma modellerine göre düzenlenmiştir. (Taylor, 2015)



Şekil-9: Alternatif Çalışma Alanları (Taylor, 2015)

Esnek olan ve olmayan çalışma alanları konusunda tabloda görüldüğü gibi, esnek çalışma iki yönlü değildir. Ortak çalışma kavramı, esnek zaman ve mekân, iş paylaşımı ve uzaktan çalışma ile kesişmektedir. Ortak çalışma alanlarının iş yapış şekillerine olan etkisi Şekil-9 üzerinden incelenmektedir.

Bennett ve Gadlin (2013) ortak çalışmayı şu şekilde açıklamaktadırlar: Ortak çalışanlar, ortak hedefler geliştirecekler, kaynaklarını koordine edecekler, hedeflere ulaşmaya yönelik etkinliklere ilişkin ortak bir ajanda oluşturacaklardır. Genellikle, bu tip ortaklıklar birtakım özelliklerle ayırt edilebilir ve grubun yüksek bir düzeyde bütünleşme ve ilişki halinde olma kabiliyetini ortaya çıkarır. Bu özellikler; düzenli olarak toplanma (fiziksel veya sanal olabilir), merkezi bilimsel bir fikirle şekillenen bir vizyon belirleme ve hedefler koyma; etkin bir şekilde iletişimde olma ve entelektüel fikir ayrılıklarını cesaretlendirmedir. Yaratıcılık endeksi unsurlarından olan tolerans ortak çalışma konusunda da karşımıza çıkmaktadır. Çoğunlukla grupta insanların birbirine güveni yüksektir ve grubun üyeleri araştırmanın başarısı için itibarı ve verileri açıkça paylaşır. Ortak çalışma alanı öğelerinden biri olan ‘‘açıklık’’ ortak çalışma kurallarındandır. Düzenli olarak toplanma veya iletişimde olmak için ortak çalışma alanları bunu destekler nitelikte gelişmektedir. Aynı makalede bulunan şu açıklama: ‘‘Ekip çalışmalarının, bağımsız çalışan bir bireyin elde ettiğinden daha hızlı ve daha bütünleyici bir etkiye sahip olduğu kuvvetle muhtemeldir.’’ ortak çalışma kültürünün neden gelişmesi gerektiğine bir cevap olarak görülebilmektedir.

Psikolog ve grup dinamikleri uzmanı Bruce Tuckman (1965), ekip gelişiminde 4 aşama tanımlamıştır: Oluşum (forming), karışma (storming), biçimlenme (norming) ve çalışma (performing). Ortak çalışma alanlarının bu aşamaların tümünde destek olduğu gözlenmektedir. İnsanları yaratıcı tasarım marifetiyle topladığı alanda birbirine yakınlaştırmakta, paylaşımın oluşması için grupları bir araya getirmektedir.

Ortak çalışma kültüründe etkin bir ekibin rolünün önemli olduğu görülmektedir. Kısa veya uzun süreli çalışacak ekiplerin sağlıklı bir ortak çalışma kültürü oluşturmaları için bazı özelliklere haiz olmaları gerekmektedir. Etkin bir ekibin özellikleri şu şekildedir: (Bennet, Gadlin ve Finley, 2010)

- Etkili liderlik ve yönetim becerileri,
- Öz farkındalık ve diğer farkındalık,
- Ekip üyeleri arasında güven,

-Açık iletişim için stratejilerin varlığı,

-Ortak beklentilerin oluşması, rollerin tanımlanması, sorumlulukların belirlenmesi, ortak bir vizyonun yaratılması,

-Uygun takdir ve itibar için değer yaratmak,

-Anlaşmazlık durumunda fikir ayrılıklarını desteklemek,

-Birbirinin dilini öğrenmek,

-Birlikte çalışmaktan keyif almak,

Ortak çalışma alanlarında, alanı kullanan kişiler ortak çalışma kültürü için bir ekip olarak düşünüldüğünde bu ekip adına bazı kurallar belirlenmesi beraber çalışılan alternatif düzenini kolaylaştırmaktadır. Ortak çalışmanın ofislerle olan bağlantısı incelendiğinde, ortak çalışma ya da diğer adıyla iş birliği, bireylerin topluluklarının ortak ofis ve çalışma alanını paylaştığı, ancak genellikle farklı alanlardaki farklı işverenler tarafından istihdam edildiği bir alternatif çalışma düzeni olarak tanımlanmaktadır (Foertsch, 2011).

Ortak çalışma, topluluklar için iletişim ağı güçlü bir ekosistem gerektirmektedir. Bu ekosistem içinde yaratıcılık ve birlikte çalışma yetenekleri gelişmektedir. 21. yy paylaşım ekonomisi, çalışmanın yeni bir yolu olarak görülmektedir. Ortak çalışma alanlarında yapılan etkinliklerle birbirinden öğrenmek çok daha kolay olmaktadır. Bu ekosistem içinde yetenekli insanlarla karşılaşmanız kolaylaşmaktadır. Ortak çalışma alanları bu açıdan incelendiğinde sadece paylaşımlı bir alan olmasının dışında kendi içinde sistemli iletişim ağı kurabilen bir bütündür. Bir iş örgütlenmesi biçimi olan ortak çalışma kültüründe, farklı mekânlarda ve farklı kişilerle zaman geçirdikçe yaratıcı etkinin arttığı düşünülmüştür. Bunun üzerine İkinci Dünya Savaşı sonrası elektrikli ürünler ve elektronik ekipman üreten Olivetti firması tam zamanlı olarak tasarımcı çalıştırmamıştır. Şirket yaratıcı canlılığı teşvik etmek için, tasarımcıların zamanlarının en azından yarısını dışarda çalışarak geçirmesi konusunda yönetmelikler çıkarmaktadır (Heskett, 2013).

Kapitalist düzen çalışan insanlar arasında bir bağ kurmuştur. Harvey'e göre, "İşçinin kapitalist üretime toplumsal entegrasyonu, fiziksel ve zihinsel kapasitenin çok geniş bir zeminde toplumsal denetimi anlamına gelmektedir. Genel eğitim, mesleki eğitim, ikna, (çalışma etiği, şirkete bağlılık, ulusal ya da bölgesel gurur türünden) psikolojik eğilimlerin her biri kapitalist düzenin emek gücü üzerinde denetimi için her biri ciddi bir rol oynar." (2012).

Bu açıdan bakıldığında ortak çalışma kültürü girişimciliği de desteklemektedir. Girişimciliğin desteklenmesi, ortak çalışma alanlarını da dünya çapında çoğaltmaktadır. Bu artışla ilgili veriler küresel ortak çalışma anketi sonuçları ile bir diğer bölümde incelenecektir. Girişimcilik ve ortak çalışma alanları esnek çalışma stratejileri ile birbirini desteklemektedir. Kişiler kendi istekleri ile daha uzun saatler çalışmaktadır. Mevcut ekonomik düzenin devamını, 2008 krizi sonrası ortaya çıkan ortak çalışma kültürünü sağlaması gerekecektir.

### 3.4. Ortak Çalışma Alanı

Yapılan röportajlar ve görüşmeler sonucunda rastlantısal olarak seçilen farklı meslek gruplarından kişilerin yaptıkları ‘ortak çalışma alanı’ tanımları tablodaki gibidir:

Tablo-3: Ortak Çalışma Alanı Tanımları

Kişi	Meslek Grubu	O.Çalışma Alanı
Önder Özden	Avukat	Kolektif House
<b>Kollektif/Biz bilincinin geliştiği, birlikte kazanılan, biriktirilen ve paylaşılan alanlar.</b>		
Hilmi Öğütücü	Yeni Medya	Workinton
<b>Mobil olarak bir yere bağlı olmadan çalışabileceğimiz güzel ortamlardır.</b>		
Gülen Kökbudak	Data Uzmanı	Workinton
<b>İnsanın mutlu bir şekilde çalışması</b>		
Enver Bodur	Sosyal Medya Uzmanı	Kolektif House
<b>İstedığın yerde, istediğin zamanda istediğini yapmaktır.</b>		
Şule Özdemir	Psikolog	Habita
<b>Saatleri kişinin belirlediği, çalışma ortamının rahat olduğu ve farklı meslek gruplarından kişilerle tanışıldığı bir yer.</b>		
Can Ülker	Ürün Yöneticisi	Kolektif House
<b>Ofis hizmetlerinin sağlandığı, birbirinden farklı kurum ve şahısların bir arada çalışabildiği paylaşımlı alanlar</b>		
Eda Bayraktar	Hikayeleştirme ve Eğitim Tasarımcısı	Impact Hub
<b>Farklı alanlarda çalışan insanların biraraya geldiği, işbirliği yaptıkları, bazıları üyelik gerektiren çalışma mekanları.</b>		
Ahmet Onur	Girişimci/Kolektif House Kurucu	Kolektif House
<b>Bir alanın bir çok tüzel yapı tarafından paylaşılması, bu tüzel yapıların aralarında bir sinerji oluşturması.</b>		
Damla Özdemir	Etkinlik Yöneticisi	Kolektif House
<b>Farklı disiplinlerden şirket ya da bireylerin aynı çatı altında bulunduğu yerlerdir.</b>		



Çalışma alanlarını, ortak çalışma kültürü ile yeniden tanımlayan bu alanlar ortak çalışma alanları adı ile anılmaktadır. Ortak çalışma alanları, genellikle kesin kuralları olmayan mekâna has işlevsellikle özel olarak tasarlanmış bir ofis ortamını tek bir şirketin merkezi olarak değil; farklı alanlarda farklı iş konuları için çaba gösteren kişilerin ve şirketlerin bir arada çalışıp sinerjistik etkiden faydalanmalarını sağlayarak, işlerini geliştirdikleri ve yürüttükleri mekânlardır. Günümüzde küçük işletmeler, iş yapış şekillerinde değişikliğe gidip mobil çalışma kolaylığı getiren büyük ölçekli şirketler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Ortak çalışma alanı, girişimciler, serbest çalışanlar, uzaktan çalışanlar ve bağımsız çalışmanın özerkliğini isteyen diğer kişilerden oluşabilmektedir. Daha tipik bir ofis işyerinin sağladığı istikrar, kaynaklar ve toplulukla harmanlanmıştır. (Rueb,2010)

Listelenen ortak çalışma alanlarından biri olan Kolektif House, ortak çalışma alanını kendi web sitesinde şu şekilde tanımlamaktadır: “Farklı sektörlerde, benzer düşünce yapısına sahip insanların birbirinden bağımsız çalışma ortamlarında ve paylaşımlı ortak alanlarda bir arada çalışarak sinerji yaratmaları amaçlanıyor. Bu şekilde farklı disiplinlerden birey veya şirketler aynı çatı altında, hem daha ekonomik hem de daha sosyal bir ortamda çalışma fırsatı yakalıyor.”

Ortak çalışma alanları mekâna üye olan farklı meslek gruplarından çalışanların birbirleri ile olan iletişimin güçlenmesi, iş birliği yapmaları ve verimliliklerini artırmaları için tasarlanmış yaratıcı mekânlar olarak da tanımlanabilmektedir. Esneklik, profesyonel ve sosyal bağlantı yaratma ve farklı çalışma ortamları, fiyat, yer ve altyapı oluşturma becerisi, çalışma alanlarının başarısı için temel faktörlerdir. Bu tür topluluklara üye olmak ve çıkmak herhangi bir şarta bağlanmamaktadır. Kişiler ve şirketler seçimlerinde tamamen özgürdür. Kişinin veya şirketlerin üyelik seçeneklerinden birini tercih edip bu tür alanlara üye olması mümkündür. Verilen üyelik haklarından bazıları şu şekildedir: paylaşımlı alanda masa kiralama üyeliği, sabit alanda masa kiralama üyeliği, paylaşımlı ofis kiralama, kapalı ofis kiralama, toplantı salonu kiralama.

Ortak çalışma alanlarının tüm ofis hizmetlerini sağlayabilecek durumda olması beklenmektedir. Bir ortak çalışma alanının sahip olduğu ana elemanlar ise şu şekildedir: yazıcılar, yüksek hızlı internet, sabit veya hareketli masalar, mutfak, görsel etkiyi arttıran bitkiler, tuvalet, elektrik prizleri, sunum ekipmanları, yazı tahtası, kırtasiye malzemeleri, koltuklar ve sehpa.

Ortak çalışma alanları, tanımları baz alındığında, tek başına çalışan kişi veya grupları bir araya getirip bir topluluk oluşturmaktadır. Bu topluluk farklı deneyim ve bilgileri olan kişileri bir araya getirmektedir. Teknoloji tabanlı mesleklerin yükselişi, uzaktan çalışmayı ya da freelance çalışmayı kolaylaştırmıştır. Enformasyonun çoğalması, bilgi havuzunu büyütmüş, meslekler belli alanlarda yoğunlaşmıştır. Hızın önemli olduğu bilgi çağında, herhangi bir mesleği destekleyecek bir diğer meslek grubundan bir kişiyle iletişimde olmak ve bilgiyi paylaşmak önemli hale gelmiştir. Bir önceki başlık altında incelediğimiz çalışma yöntemlerinde yaşanan bu değişim ve girişimciliğin desteklenmesi; esnek ve paylaşımlı çalışma alanları olarak tanımlanabilecek bu mekânların ortaya çıkışında etkili olmuştur.

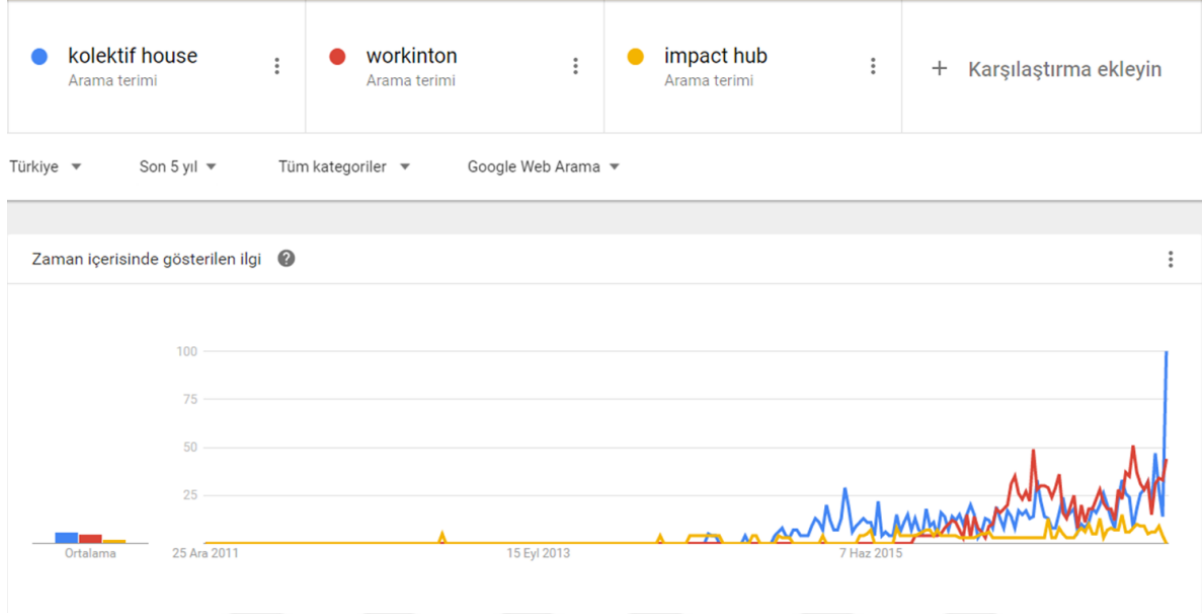
Farklı gruplar, ortak çalışma alanlarını, farklı amaçlar için kullanabilmektedir. Serbest çalışanlar farklı meslek gruplarından kişilerle etkileşime geçmek için; kurumsal firma çalışanları toplantı yapmak için; küçük işletmeler maliyetlerini düşürmek ve işlerini yeni tanışabilecekleri kişiler ile geliştirmek için; yeni girişimler ise işlerini hızlandırmak için bu alanlarda bulunmaktadır.

Google Trend uygulaması ile “coworking space” kelime öbeği tüm dünya geneli filtresi seçilerek aratıldığında çıkan grafikte 2009 yılından itibaren yükselen bir sonuç görülmektedir. Türkiye özelinde “ortak çalışma alanı” kelime öbeğini arattığımızda yeterli bir arama hacim bilgisi verememektedir. İstanbul’da sayıları da az olan ortak çalışma alanları henüz büyük kitleler tarafından keşfedilmediği görülmektedir. Bununla beraber yapılan gözlemlere göre, İstanbul’un dinamik yapısıyla hızlı gelişmektedir.



Şekil-10: Google Trends “Ortak Çalışma Alanları” Kelimesi Arama Sonucu

İstanbul'daki ortak çalışma alanlarından rastgele 3 tanesi seçilerek karşılaştırmalı bir arama yapıldığında, Google Trends uygulamasındaki sonuçlar grafikteki gibidir. 2014 yılı ve sonrasında arama hacminde artış görülüyor. Dünyada 2009 yılında başlayan bu trendin ülkemizde beş yıl sonra ortaya çıktığı görülmektedir. Ortak çalışma alanları havuzundan rastgele seçilen üç örnek: Kolektif House, Workinton ve Impact Hub şirketleridir.



Şekil-11: Google Trends Ortak Çalışma Alanları Karşılaştırmalı Sonucu

Ortak çalışma alanları hakkında farklı kurumlardan tarafından yapılan çok detaylı ankete araştırma sırasında rastlanmamıştır. Dünyadaki gelişimi ve geleceği hakkında değerlendirme ortak çalışma alanları için çalışan online bir derginin her yıl hazırladığı ve sonuçlarını prestijli 'ortak çalışma alanları konferanslarında' açıkladıkları bir anket üzerinden yapılacaktır. Deskmag, yeni iş türünü ve yerlerini; bu yerlerin nasıl görüldükleri, nasıl işledikleri, nasıl geliştirilecekleri ve bu alanlarda nasıl çalışıldığı hakkında içerik hazırlayan bir dergidir. Online olarak beş farklı dilde hizmet vermektedir. Özellikle yeni türden bağımsız işçilerin olduğu ve küçük işletmelere ev sahipliği yapan alanlara odaklanmaktadır.

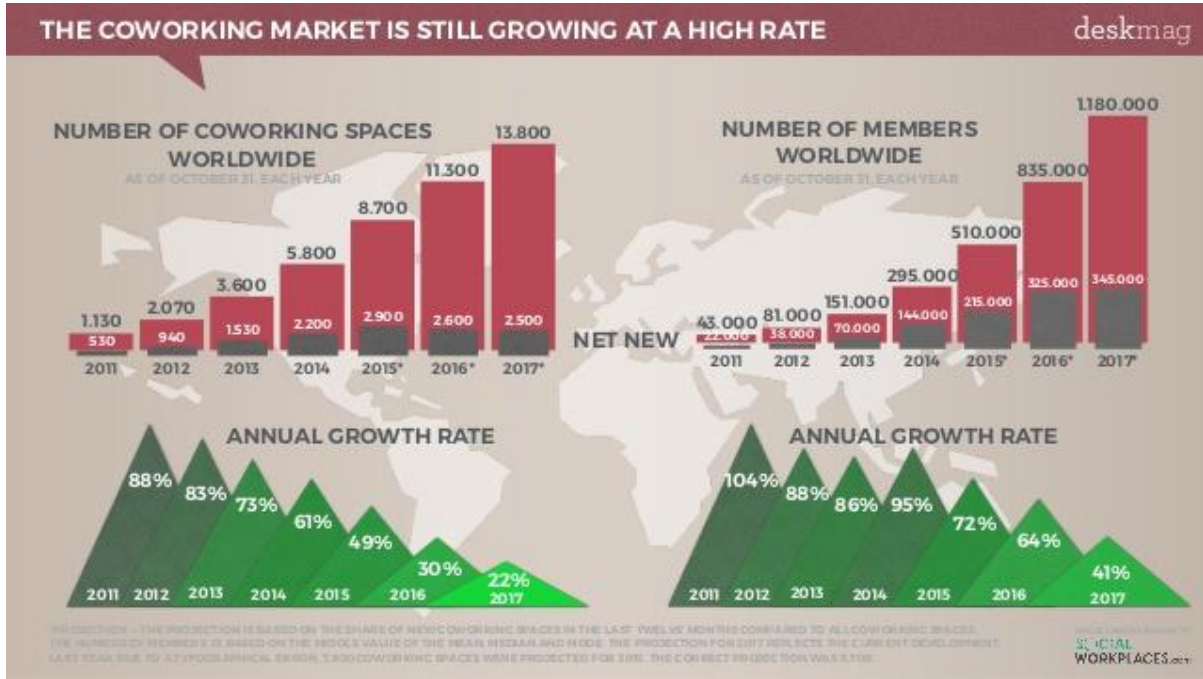
Deskmag, küresel ortak çalışma alanları hakkında kapsamlı bir anket yapmış ve 2010 yılının sonunda 2011 yılı için tahminlerini yayınlamaya başlamıştır. İlk anket 24 farklı ülkeden 661 katılımcının katkısı ile oluşturulmuştur. Bu ilk araştırmanın sonuçlarına göre ortak çalışma alanında bulunan üyelerin ortalama yaşı 34 'tür. Bu alanlarda çalışan kişilerin üçte ikisi erkek, üçte biri kadındır. Ortak çalışma alanlarının masalarından daha fazla üyesi bulunmaktadır, masaların efektif kullanım oranı %50'nin altındadır, üye olanların çoğu aynı anda çalışmamaktadır. Bu 2011 yılı sonuçlarına göre ortalama aynı anda 38 kişiye hizmet

verebilmektedir. Yine aynı yılın sonuçlarına göre 820 ortak çalışma alanı aktif bir şekilde faaliyet göstermektedir.

26 Şubat 2016 tarihinde Bali’de gerçekleştirilen konferansta ‘‘Coworking Unconference Asia’’ açıklanan sonuçlar şu şekildedir: Dünyada ortalama bir ortak çalışma alanı 739 m2 alan üzerine kuruluyken, Asya kıtası özelinde 857 m2 üzerine kuruludur. Kuruluşunun üzerinden 12 ay ve daha az geçen ortak çalışma alanları Asya ve dünya ortalaması ile karşılaştırıldığında Asya’daki alanların %56’sı, dünyadaki alanların %34’ü yeni sayılır. Dünyada bulunan ortak çalışma alanlarının %36’sı farklı lokasyonlarda büyümek için hazırlanmaktadır. Dünya genelinde ankete katılanların %72’si ‘‘Diğer insanlarla iletişime geçmekten hoşlanıyorum.’’ derken, %67’si ‘‘Çalışma hayatımı başka insanlar için geliştirmekten hoşlanıyorum.’’ şikkını işaretlemiştir. Ortak çalışma alanlarında masaların %9’u sabit çalışan kişiler için ayrılmaktadır.

5 Ekim 2016 tarihinde Montreal GCUC Canada konferansında açıklanan 2015-2016 anketinin sonuçlarına göre bu alanlarda çalışanların %75’i ‘‘rahat küçük konuşmalar’’ %69’u ‘‘bilgi paylaşımı’’ talep etmektedir diğer üyelerden. İlk anket sonuçlarına göre çalışanların yaş ortalaması 1 yaş artmış ve yeni sonuçlarda, bu alanlarda çalışanların yaşı 35 olarak belirtilmiştir. Bu mekânlarda çalışanların %20’sini IT alanında çalışanlar, %11’i danışmanlık, %8’i pazarlama-satış-reklamcılık, %8’i ise tasarım alanında çalışanlardan oluşmaktadır. Bu alanların üyelerinin %55’i geleneksel çalışma saatlerinin aksine (9-5) yirmi dört saat erişim talep etmektedir. Dünya genelinde ortak çalışma alanına ulaşım yöntemleri dört ana grupta incelendiğinde: %29’u araba, %25’i bisiklet, %24’ü metro, %21’i yürüyerek ortak çalışma alanlarına ulaşmaktadır. %70’i araba dışında kalan ulaşım araçlarını tercih etmektedir.

2016-2017 anketinde her yılın 31 Ekim tarihi, benzer bilgiler için baz alınarak çıkan sonuçlara göre: 2016 yılında 11.300 olan ortak çalışma alanının, 2017 yılında %22’i artarak 13.800’e ulaşması beklenmektedir. 835.000 olan üye sayısı ise %41 artarak 1.180.000 kişiye çıkması beklenmektedir.



Şekil-12: Ortak Çalışma Alanları Büyüme Karşılaştırma (Foertsch, 2011)

### 3.5. Ortak Çalışma Alanları Kısa Tarihi

Ortak çalışma alanlarının bugün incelediğimiz haline gelene kadar hangi aşamaların tetikleyici olduğunu incelemek gerekmektedir. Ortak çalışma alanları tarihi için “History of Coworking” online yayınları dikkate alınmıştır.

#### 1995

1995 yılında 17 kişi tarafından Berlin’de kurulan ‘C-base’ dünyadaki ilk hackerspace olma özelliğini taşımaktadır. Hackerspace’ler toplum odaklı olduklarından insanların buluşup çalışabileceği fiziksel bir konum sunarak ortak çalışma alanlarının ilk ön formlarından biri olarak kabul edilmektedir.

#### 1999

“Ortak çalışma” ilk defa 1999 yılında Bernie DeKoven tarafından, bilgisayarlar tarafından koordine edilen iş birlikçi çalışmayı tanımlarken kullanılmıştır.

#### 2002

2002 yılında Viyana’da girişimciler topluluk merkezi adıyla Scharaubenfabrik çalışma alanını kurmuştur. Böylece çalışma alanı, bu konseptin Viyana’da yayılmasına yardımcı olmuş ve diğer çalışma alanlarının da bu adımları takip etmesinin yolunu açmıştır.

1 Aralık 2002’de Danimarka’da, LYNfabrikken adıyla açılan çalışma alanı, bir kafe ve bir çalışma alanını birleştirerek çalışma alanlarına yeni bir form kazandırmıştır.

## **2005**

Resmi olarak ilk ‘Ortak Çalışma Alanı’ 9 Ağustos’ta San Francisco Spiral Muse’da kapılarını açmıştır. Yazılım mühendisi Brad Neuberg tarafından kurulan ortak çalışma alanı, Spiral Muse’un ev sahipliği yaptığı kâr amacı gütmeyen bir iş birliği rehberi olarak organize edilmiştir. Brad Neuberg, 1 yıl sonra Spiral Muse ortak çalışma alanını kapatmış ve birkaç ay sonra yine San Francisco’da 10 gönüllü ile birlikte çalışarak daha kapsamlı bir ortak çalışma alanı olan Hat Factory’yi kurmuştur. Ortak çalışma alanı; haftanın 2 günü 5 ile 8 masa, paylaşılan öğle yemekleri, meditasyon molaları, masajlar ve bisiklet turları gibi hizmetler sağlar. (2005) Bu bilgi, Brad Neuberg ile Facebook Messenger üzerinden iletişime geçerek doğrulanmıştır.

## **2006**

San Francisco’da açılan Citizen Space, küresel ortak çalışma hareketini başlatan ve yöneten ilk ortak çalışma alanı olarak bilinmektedir.

Noel Hidalgo ve Beka Economopoulos, New York’taki açtıkları ilk ortak çalışma alanını, Brooklyn’de ‘The Change You Want to See’ sergisinde duyurmuşlardır.

Jelly, New York’ta iki oda arkadaşı tarafından, mobil çalışanların sıradan bir çalışma ortamında bir araya gelmelerini teşvik etmek amacıyla kurulmuş bir ortak çalışma hareketidir. Amit Gupta ve Luke Crawford tarafından kurulan Jelly; New York’tan yola çıkıp dünyanın her yerinden insanları kendi şehirlerinde bir Jelly grubu başlatmak için teşvik ederek medyanın ilgisini çekmektedir. Jelly, küçük bir grup insanın resmi olmayan bir ortamda iş birliği için bir araya gelerek ara sıra yaptıkları toplantı olarak adlandırılmaktadır. Jelly, taahhüt ve maliyet olmaksızın fikir alışverişinde bulunma fırsatı sunar. Sonunda, bir topluluğun yaratılmasına ve onların yöneteceği ortak çalışma alanı gibi kuruluşların gelişmesine fırsat sunarlar.

## 2007

Ayrıca 9 Ekim 2007’de ‘Ortak Çalışma’ kavramı ilk kez Vikipedya’da yayınlanmıştır:

“CoWorking is an emerging trend for a new pattern for working. Typically work at home professionals or independent contractors or people who travel frequently end up working in an isolated way. CoWorking is the social gathering of a group of people , who are still working independently, but who share values and who are are interested in the synergy that can happen from working with talented people in the same space.”

## 2009

2009 yılına gelindiğinde ilk ortak çalışma alanı zinciri olan NextSpaces Kaliforniya’da kurulmuştur.

‘I’m Outta Here!’ adıyla ortak çalışma alanları hakkında ilk kitap bu yıl yazılmıştır. Todd Sunsted, Drew Jones ve New York City ortak çalışma alanının kurucusu Tony Bacigalupo tarafından yazılan kitap, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki iş yeri devrimini anlatan insanlar ve alanlar hakkındadır. 2005’in başlarında yalnızca bir tane olup, 2008 yılında sayıları yetmiş geçen ortak çalışma alanlarını anlatan kitap, bu kadar çok yetenekli çalışanın neden geleneksel ofisleri bırakıp, ortak çalışma alanlarını tercih ettiğini anlatıyor.

## 2010

Önceki yıllarda SXSW sırasında yapılan ortak çalışma toplantıları, 2010 yılında ilk kez resmîyet kazanmış, Brüksel’de 22 ülkeden 150’den fazla insanın katıldığı ‘Ortak Çalışma Avrupa Konferansı’ düzenlenmiştir.

‘Ortak Çalışma’ kavramının ilk kez 9 Ağustos 2005’te kullanıldığı fark edilmiş, 2010 yılında 9 Ağustos Uluslararası Ortak Çalışma Günü olarak ilan edilmiştir.

10 Temmuz 2010 yılında ilk online ortak çalışma dergisi olan ‘DeskMag’ ortaya çıkmıştır.

## 2013

Bu yıl ilk kez ‘Coshare’ adında uluslararası ortak çalışma derneği kurulmuştur.

2013 yılında Tokyo’da ilk kez ‘Ortak Çalışma Asya Konferansı’ düzenlenmiştir.

### 3.6. Ortak Çalışma Alanını Tanımlayan Öğeler

Yıllık olarak her sene başka bir şehir veya ülkede gerçekleştirilen Küresel Ortak Çalışma Konferansı'nda; işbirliği, topluluk, öğrenme ve sürdürülebilirlik konuları üzerinde durulmaktadır.

Amerika da kurulan bir ortak çalışma alanı olan Gangplank, websiteleri üzerinden yayınladıkları bir manifesto örneği incelendiğinde bir ortak çalışma alanını tanımlayan öğeler bir arada görülebilmektedir. Manifesto aşağıdaki gibidir:

‘‘Biz, yenilikçi ve yaratıcılık ekonomisi yaratan, bireyler ve küçük işletmelerden oluşan grubuz. Gizliliklerin aksine, işbirliği ve topluluktan oluşmuş yeni bir ekonomik motor öngörüyoruz.

Yetenek sahibiyiz. Sadece birlikte çalışmaya ihtiyacımız var. Kültürümüzü dönüştürmek için farklı ortamların çakışması, bağlanması ve etkileşime girmesi gerekir. Güvene dayalı sürdürülebilir bir topluluk yaratmak için değer veriyoruz. Değerlerimiz:

- rekabet yerine işbirliği
- gündemleri aşan topluluk
- gözlem yerine katılım
- konuşmak yerine yapmak
- formalitelerin üstünde bir dostluk
- güvence yerine cesaret
- uzmanlık yerine öğrenmek
- kişiler yerine insanlar

Bu yeni ekonomi, büyük işletmeler, yaratıcı, girişimci kişiler ve hükümet desteği ve teknik topluluklar olmadan büyüyemez.

İnovasyonun yeniliği doğurduğuna inanıyoruz. Kültürümüzü, belediyelerin kurucularının yaptığı gibi, bilinmeyen bölgelere öncülük eden, risk alma konusunda girişimci ruhu destekleyen bir kana dönüştüreceğiz. Bu olay eğitim, girişimcilik ve yaratıcı çalışma alanlarını gerektirir.



Angel Kwiatkowski ve Beth Buczynski, ‘‘Coworking:Building Community as a Space Catalyst’’ kitaplarında 19.sayfalarında ortak çalışma alanlarının beş değerini sıralamıştır. Mathias Schuermann ise ‘‘Coworking Space: A potent business model for plug’n play and indie workers’’ adlı kitabında Kwiatkowski ve Buczynski’ye atıfta bulunarak bu temel beş değeri 15.sayfasında tanımlamıştır. Bu beş değer şu şekildedir: işbirlikçilik(collaboration), açıklık(openness), topluluk (community), erişilebilirlik(accessibility), sürdürülebilirlik (sustainability) (Schuermann, 2014).

### **3.6.1. İşbirlikçilik**

Ortak çalışma alanlarını oluşturan temel öğelerden biri olan işbirlikçiliği anlamak için farklı alanlarda yapılan tanımlar incelenmiştir.

Cambridge üniversitesinin sözlüğüne göre işbirlikçilik şu şekilde tanımlanmaktadır: aynı şeyi yaratmak veya elde etmek için birlikte çalışan iki veya daha fazla insanın durumu. İşbirliğini oluşturan kriterlerden birisi bir amaç için bir araya gelmektir, en az iki veya daha fazla kişinin bir topluluk oluşturmaları ile mümkün olmaktadır.

Bilgi ve imaj yönetimi birliğine göre işbirlikçilik şu şekilde tanımlanmaktadır: İşbirliği, bireylerin iş fırsatı elde etmek için ortak bir amaca yönelik birlikte çalıştıkları, bir çalışma pratiğidir.(AİİM) Böylece kişilerin kendi iş tanımını yaptığı bir konuda ve ortak bir iş amacı gerçekleştirmek için birlikte çalışmasını sağlamaktadır.

Ortak çalışma alanlarında ofis politikaları, hiyerarşiler ve birbirini takip eden planlamalar olmadığından, bu tür alanlar iş arkadaşları arasında güven ve daha derin ilişkilerin oluşumuna odaklanılmasına izin vermektedir. Güven işbirlikçi çalışmanın önde gelen unsurlarından biridir.

Ortak çalışma, insanlar için "yüksek temas" ortamında etkileşim kurma fırsatları yaratmaktadır. Ortak çalışma mekânının tesadüfi doğası, insanların genellikle, ihtiyaç duyulduğunda etkileşimde bulunduğu bir ofisten çok, diğerleriyle yüz yüze daha fazla zaman geçirdiği bir yer anlamına gelmektedir. Doğasında bulunan tesadüfen orada aynı masada bulunmak güven unsurunu da oluşturduğu takdirde işbirlikçi çalışmayı kolaylaştırmaktadır. (Hillman, 2011)

Yeni üyeler işbirlikçi çalışmayı istedikleri ve kendileri için yapabilecekleri bir şey olarak görmekte ve zaman geçtikçe sadece diğer üyelere iyi bir işbirlikçi davranış modellemeyi öğrenmekle kalmamaktadırlar, aynı zamanda kendileri yeni modeller haline gelmektedir. İyi işbirlikçiler önce güven kazanmaktadırlar. Buldukları topluluk ile birlikte çok fazla zaman geçirmektedirler. Size talimat vermezler, bunun yerine kendi yolunuzu bulmanıza yardım etmekte ve yönlendirmelerle yardımcı olmaktadır. En iyi ortak çalışan ilişkileri iki yönlü olmaktadır. Her kişi, kendi zamanlarındaki bir noktada birlikte diğerine bu deneyimi sağlama olanağına sahiptir. İşbirliğinin gerçekleşmesi için ortak çalışma alanları daha sade, sıcak ve doğal bir ortam yaratmaktadır.

### 3.6.2. Açıklık

Oxford sözlüğüne göre açıklık şu şekilde tanımlanmaktadır: gizlilik veya gizlilik eksikliği; samimiyet. Gizlilik karşıtı bir kelime olarak da tanımlanabilmektedir.

Açıklık "Definition of Free Cultural Works" e göre şu şekilde tanımlanmaktadır: açık içerik ve ücretsiz içerik, bu iki konu da kullanıcıların üzerinde değişiklik yapabileceği ve dağıtabileceği gibi noktalarda kısıtları olmayan yaratıcı çalışmalara olanak sağlamaktadır. Dijital içerikler için yapılan bu tanım ortak çalışma alanları için kullanıldığında "açık kaynak" bir topluluk olarak tanımlanabilir.

Ortak çalışma hareketini başlatanlardan biri olan Chris Messina bir mülakatında açıklık için şunları söylemektedir:

Açıklık kavramını düşündüğümde, özgürlük, kaynak alabilmek ve birlikte işlerlik düşünürüm. Kullanılan "açık" veya "açıklık" tanımından bağımsız olarak, açıklık için hep savaşmanız gerekir; daha şeffaf, daha geniş, daha liberal ve daha kapsayıcı olan kararlar için her zaman savaşmalısınız. Ahlaki ve ekonomik nedenlerle durum böyle olmak zorundadır. Açıklık kavramını düşündüğümde, biyoloji ve insan vücudunu düşünüyorum. İnsan vücudu açık sistemdir ve açıklığı nedeniyle gelişir. İnsan vücudu, daha çok değer verdiği şeyleri sürekli değiştiriyor. İster oksijen, karbondioksit, besin maddeleri ve atık maddelerinden bahsediyor olun, faydalı olanlar içeride kalıyor diğerleri atılıyor. Yaşamak açıklık gerektirir ( Messina, 2010).

Bu açıklamadan yola çıkarak açıklık için özgürlük, kaynak alabilmek ve birlikte işlerlik durumları irdelenmelidir. Ortak çalışma oluşumu, özgürlük ve bağımsızlığı temsil ettiği söylenebilmektedir. Özgürlük ve bağımsızlık gibi kavramların yaşaması için topluluk

içinde her şeyin çok şeffaf yürütülmesi gerekmektedir. Kaynak alabilmek ise bir projenin başlangıç noktasını alıp başka bir proje için kullanabilme yeteneğidir. Yazılım işleri açısından bakıldığında kaynak, kodlardır. Ortak çalışma alanları açısından bakıldığında ise kaynak; birbirlerinin işlerinden öğrendikleri dersler, bir projenin ortaya çıkması sırasında yürütülen fikirler, ve bir projeyi oluşturan temel değerler olarak sıralanabilmektedir. Birlikte işlerlik ise başkalarından öğrenilen şeyleri, topluluktaki başka insanlarla paylaşma isteği olursa gelişebilecek bir durumdur. Ortak çalışma alanlarındaki topluluklarının gelişimi diğer insanların nasıl ve niçin çalıştığını öğrenmek ve konuşmakla ilgilidir (Hillman, 2011).

### **3.6.3. Topluluk**

Bir topluluk, yaygın olarak belirli bir coğrafi bölgede bulunan normlar, değerler, kimlik ve genellikle bir yer hissi gibi ortak bir şeyleri olan bir toplumsal birim (bir grup insan) olarak kabul edilir. Köy, kasaba veya komşuluk buna örnek gösterilebilir. Yakın akrabaları aşan dayanıklı ilişkiler de topluluk duygusunu tanımlar. İnsanların sosyal bağları, kimlik, aile, ev, iş, hükümet, toplum ya da insanlık gibi sosyal kurumlardaki rolleri, kendilerini tanımlamaları açısından önemlidir. Topluluklar kişisel sosyal bağlara (mikro düzey) göre genellikle küçük olsa da, ulusal topluluklar, uluslararası topluluklar ve sanal topluluklar gibi büyük grup bağlantılarına da işaret edebilmektedir. (The Blackwell Encyclopedia of Sociology)

Komünitenin bir parçası olmak için oluşturulan bu gruplardan birine üye olmak gerekmektedir. Sanal dünya için bakıldığında facebook bir topluluktur. Gerçek dünya da ise ortak çalışma alanlarında çalışan kişiler bir topluluğu oluşturmaktadır.

Ortak çalışma alanları sadece bir mekândır. İnsanlar gelip bu mekânlarda çalışmaya başlayana kadar bir komünite yoktur. Ortak çalışma alanlarını kuran kişiler de aslında bir komüniteye sahip değildir, o topluluğun bir üyesi olmaktadır. Sağlıklı bir komünite için güven birinci şarttır. Birbirine güvenen insanlar ancak gerçek anlamda işleyen bir topluluk oluşturabilmektedirler.

İnsanların evden çalışmak veya bir ofis kiralamak yerine ortak çalışma alanlarında bulunmalarının nedeni bir topluluğa üye olmak istemeleridir. Kuşkusuz her ortak çalışma alanının kendine özgü bir vizyonu ve iş yapış şekli vardır. Oluşan toplulukta da buna yön verebilmektedir. Grind'in yöneticisi Anthony Marinos'a göre komünitenin sürdürülebilir ve gelişebilir olması şuna bağlıdır: Ortak çalışma alanları yöneten kişilerin, toplulukta ki kişileri

bireysel olarak meslekleri ve yaptıkları işleri bilmeleri gerekmektedir (Gretchen Spreitzer; Peter Bacevice; Lyndon Garrett, 2015 ).

#### **3.6.4. Erişilebilirlik**

Ortak çalışmanın unsurlarından biri, teknolojinin gelişimi ile her yerden çalışabilmenin mümkün olmasıdır. Bunu yapmak için özel bir çalışma alanına bile ihtiyaç yoktur. Bir oturma odasında, bir parkta veya başka birinin ofisinde bile bu ortak çalışma gerçekleşmektedir. Ancak burada ana unsur öz-seçimdir.(coworking core values) İnsanlar ortak çalışma alanlarını seçebilme özgürlüğüne sahiptir. Belki bir topluluğa ait olmak, belki de daha iyi konsantre olabilmek için seçebilme hakları vardır. Bu durumda bazı konuların öz seçimlerini yapan bu insanlar için ulaşılabilir olması gerekmektedir.

Birleşmiş Milletler'in yayınladığı "Accessibility and Development" raporuna göre "erişilebilirlik" bir insan hakkı konusudur ve geliştirilmesi gerekmektedir. Erişilebilir olmak, insanların özel ihtiyaçları ile sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi katılımın gerçekleştirilmesi arasındaki boşluğu kapatmaktadır. Birleşmiş Milletlere göre, erişilebilirlik, uluslararası kalkınma gündemini şekillendiren hedefler ve politikalarla henüz bütünleştirilmemiştir. (United Nations, 2015)

İnternete ve bilgiye erişebilir olmak da önem arz etmektedir. Sadece ortak çalışma alanlarının herkes için ulaşılabilir olması değil, bu iki konuya da topluluktaki kişilerin sürekli ulaşılabilir kalması sağlanmalıdır. Hükümetler açısından bakıldığında teknoloji alt yapısının hızla geliştirilmesi ve bilgi alma üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması önemlidir.

Ortak çalışma alanlarının internet sitelerinden de kolaylıkla ulaşılabilir olması gerekmektedir. Bunun dışında tüm iletişim kanallarından ulaşılabilir olması sağlanmalıdır. Google map üzerinden örnek verildiğinde, haritalar üzerinde ulaşılabilir olmak önem arz etmektedir. Bununla birlikte binalarına kolayca ulaşılabilir olunması için harita ve benzeri uygulamalarında hali hazırda çalışıyor olması gerekmektedir. Mekânların tasarımı sırasında toplulukta çalışacak kişilerin kullanacağı eşyaların görünür yerlere yerleştirilmesi, kolay ulaşılabilir olması için düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

### **3.6.5. Sürdürülebilirlik**

Bu tür alanların hizmetlerinin ve politikalarının sürdürülebilir olması üyeleri için önem arz etmektedir. Uzun süreli dayanma gücü; sürdürülebilirliği sağlamak için finansal istikrarın sağlanması için bir itici güç oluşturulması gerekmektedir. Seyrek kaynakların dikkatli kullanımı yoluyla sınırsız gelişebilecek bir topluluk yaratılması gerekli görülmektedir. Ortak çalışma alanlarında oluşan topluluğun dinamiklerinin sürekli güncel tutulması ve motive edici araçların yenilenmesi ya da aynı şekilde güncel tutulması sürdürülebilir bir topluluk ve ortak çalışma alanının vazgeçilmez unsurlarından birisi olmaktadır.



## 4. İSTANBUL VE ORTAK ÇALIŞMA ALANLARI

Üçüncü bölümde ortak çalışma alanları tanımlanmıştır. Yaratıcı şehirler listesinde olan İstanbul ve İstanbul'da şu an faaliyette olan ortak çalışma alanları bu bölümde anlatılmaktadır. İstanbul'un yaratıcı ekonomi içinde olan yeri, yayınlanmış istatistiki bilgiler kullanılarak gösterilmektedir. Ayrıca bu bölümde, araştırma çerçevesinde belirlenmiş kriterlere göre seçilmiş İstanbul'daki sekiz adet ortak çalışma alanının künyesi hazırlanmıştır. Bu ortak çalışma alanlarının kurucuları veya yöneticilerinin verdikleri röportajlar incelenmiş, bazı röportajlarında yaptıkları video yayınlar üzerinden şirketleri ve ortak çalışma alanları hakkında verdikleri bilgiler de özetle birebir kendi bölümlerinde aktarılmıştır.

### 4.1. Dünya Ekonomisinde İstanbul

Yaratıcı sektörler yüksek ekonomik değer yaratma potansiyellerinin fark edilmesiyle beraber ülkeler için daha önemli hale geldiği görülmektedir. Gelişmiş ülkeler için birçok ürün ve ara ürünü imalat sanayisi ucuz işgücüne dayalı ülkelere ithal etmek giderek karlı hale gelmiştir. Dünya ticaretinin merkezi olan şehirler, sahip oldukları fiziksel özellikler ve sundukları fiziksel imkanlar bakımından birbirlerine giderek daha çok benzemeye başlamışlardır. Tüm bunlar, gelişmiş ülkeleri, uluslararası ekonomik rekabette avantaj sağlamak için farklı arayışlara yönelmektedir. Bu avantajı sağlayacak olanın, şehirlere ve ülkelere özgünlüklerini veren kültürleri ve buralarda yaşayan insanların fark yaratacak bilgi, yetenek ve becerileri olduğu anlaşılmaktadır.

Tarih boyunca İstanbul'da hanların ve kapalı çarşıların belli alanlarda uzman olan kişileri bir araya getirdiği görülmektedir. Dayanışma içinde olmanın gücünü fark eden kişiler, gruplar oluşturarak daha güçlü hale geldiği söylenebilmektedir. Ortak çalışma alanları da İstanbul'un kültürüne çok uzak olmayan bu kültürü gerek bina yapıları, gerekse işleyiş biçimleri açısından devam ettirdiği söylenebilir. 21.yy yaşayış ve çalışma şartlarına göre yeniden şekillenmiştir. Her daim mutfaklarında çay ve kahve bulabiliyor olmanız, aynı kapalı çarşı veya hanlarda olduğu gibi, iş ve insan ilişkilerini geliştiren bir hareket olarak değerlendirilebilmektedir. Birbirine iş sağlayan bir ortamın oluşması da benzerlik örneklerinden biri olarak incelenebilmektedir.

İstanbul'daki yaratıcı sektörler tüm dünyada olduğu gibi, büyümeye devam eden sektörlerdir. Ciro büyüklükleri inşaat, imalat gibi oturmuş sektörler seviyesinde olmamakla birlikte bu rapor, yaratıcı sektörlerin katma değer potansiyellerini ortaya koymak için bu

sektörler ile diğer sektörleri katma değer/ciro oranı üzerinden karşılaştırmıştır. Bu karşılaştırma örneklerinden bazıları şunlardır: imalat sanayi katma değer/ciro oranı %17,59 (tüm imalat sanayilerinin ortalaması gıda, tekstil, ana metal, motorlu kara taşıtları), inşaat sektörü katma değer/ciro oranı %18,98 iken gösteri sanatlarının aynı oranı %63,67, sanatsal yaratıcılık faaliyetlerinde bu oran %40,75'tir. Yaratıcı sektörler ile diğer sektörler arasındaki katma değer farkının çok yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin, imalat sanayii içinde değerlendirilen otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bir şirketi, ekonomik rekabette ön plana çıkaran en önemli faktörlerden biri bir yaratıcı faaliyet olan tasarımdır. (YEKON, 2015)

Türkiye'de yaratıcı ekonomi henüz yeterince büyük bir paya sahip değildir. Türkiye'de 2011 yılında yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısının toplam istihdam içindeki payı %1,09, yaratıcı sektörlerde üretilen katma değer Türkiye ekonomisinde üretilen toplam katma değere oranı ise 0,85'tir. İstanbul'da yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısı Türkiye'de yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısının %52,4'ünü teşkil etmektedir. İstanbul'da yaratıcı sektörlerden elde edilen ciro, Türkiye'de yaratıcı sektörlerde elde edilen cironun %74,5'idir. Türkiye'de 2011 yılında yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısının toplam istihdam içindeki payı 1,09 iken İstanbul'da yaratıcı sektörlerde çalışan birey sayısının İstanbul'daki toplam istihdama oranı 3,28'dir. (YEKON, 2015)

Bir şehirde genç nüfus oranının yüksek oluşu yaratıcı sektörlerin büyüme potansiyelleri için önemli bir güç olabilmektedir. İş dünyasına girmeye hazırlanan gençlerin bir kısmı buldukları sektör ve yaptıkları işe göre yaratıcı alan içinde kalıyorsa ortak çalışma alanında çalışmaya başlayacakları tahmin edilebilir.

2010 yılında Paris'in toplam nüfusunun %4,7'si, Londra'nın toplam nüfusunun %3,8'i yaratıcı sektörlerde çalışırken İstanbul'un toplam nüfusunun yalnızca 0,9'u bu sektörlerde istihdam edilmiştir. İstanbul'un kültür ekonomisi hacminin Türkiye'nin toplam ekonomisi içindeki payı %1,2 civarında iken Toronto'nun kültür ekonomisinin Kanada'nın toplam ekonomisi içindeki payı %22'dir. (YEKON, 2015)

İstanbul içerisinde kültür tüketimi "kültür üçgeni" denilen ve Beyoğlu, Beşiktaş, Şişli, Tarihi Yarımada ve Kadıköy'ü içine alan bölgede yoğunlaşmaktadır. (YEKON, 2015) Ortak çalışma alanları da İstanbul Avrupa yakasında bir hat üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Yenikapı-Hacıosman metro hattı üzerinde "Levent" ve "Atatürk Oto Sanayi" durakları arasında yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

2015 Dünya Şehirleri Kültür raporuna göre konser alanları İstanbul'da 106 adet olmasına karşın en yakın rakibi olan Bogota'dan (166 adet) bile sonra gelmektedir. 150 adet festival ve kutlama ile İstanbul'a en yakın San Francisco'da 168 etkinlik yapılmaktadır, 537 etkinlikle Moskova birinci görünmektedir. İstanbul 189 adet tiyatro sahnesi ile Melbourne, Stockholm ve San Francisco'yu geçebilmiştir. Yine en son yayınlanan 2015 yılı verilerine göre İstanbul 11,842,983 turist sayısı ile New York'la (11,805,400) yarışmaktadır. Dünyada en çok ziyaret edilen şehirlerden biri olduğu görünen İstanbul, kültürel faaliyetlerde ve iş dünyası açısından gelişme gösterecektir (WCCR, 2015)

Küreselleşme ve Dünya Kentleri (GaWC) Araştırma Ağı çalışmasına göre, şehirler, birbirine geçen ağ modelini kullanarak gelişmiş üretici hizmetleri açısından değerlendirilmektedir (GaWC Araştırma Bülteni 23). Akımların dolaylı önlemleri bir şehrin ağ bağlantısını hesaplarken elde edilmektedir. Bu, bir şehrin bir bütün olarak şehir şebekesine entegrasyonunu ölçer. Bağlantı önlemleri, şehirleri dünya şehir ağı entegrasyonuna sınıflamak için kullanılır. Bu seviyeler aşağıdaki şekilde yorumlanır: Tüm analizlerdeki Alfa (++) şehirleri, Londra ve New York, diğer tüm şehirlerden daha net bir şekilde entegre olduklarını ve kendi entegrasyon yüksekliğini teşkil ettiğini göstermektedir. Alfa (+) şehirleri; Londra ve New York'u tamamlayan diğer entegre şehirlerdir. Alfa ve Alfa(-) şehirleri; büyük ekonomik bölgeleri ve devletleri, dünya ekonomisine bağlanan önemli kentlerdir. Tüm beta düzeyi şehirler, bölgelerini veya devletlerini dünya ekonomisine bağlayan önemli kentlerdir. Tüm gama seviyesinde şehirler; küresel kapasitesi gelişmiş üretici hizmetleri olmayan küçük bölgelere veya eyaletlere bağlanan şehirlerdir. Hizmetlerin yeterliliğine sahip şehirler: burada tanımlandığı gibi dünya kentleri olmayan şehirlerdir, ancak dünya kentlerine açıkça bağımlı kalmadan yeterli hizmeti verebilmektedirler. Bu entegrasyon seviyesinde iki özel şehir kategorisi ortaktır: daha küçük başkentler ve geleneksel üretim merkezleridir.

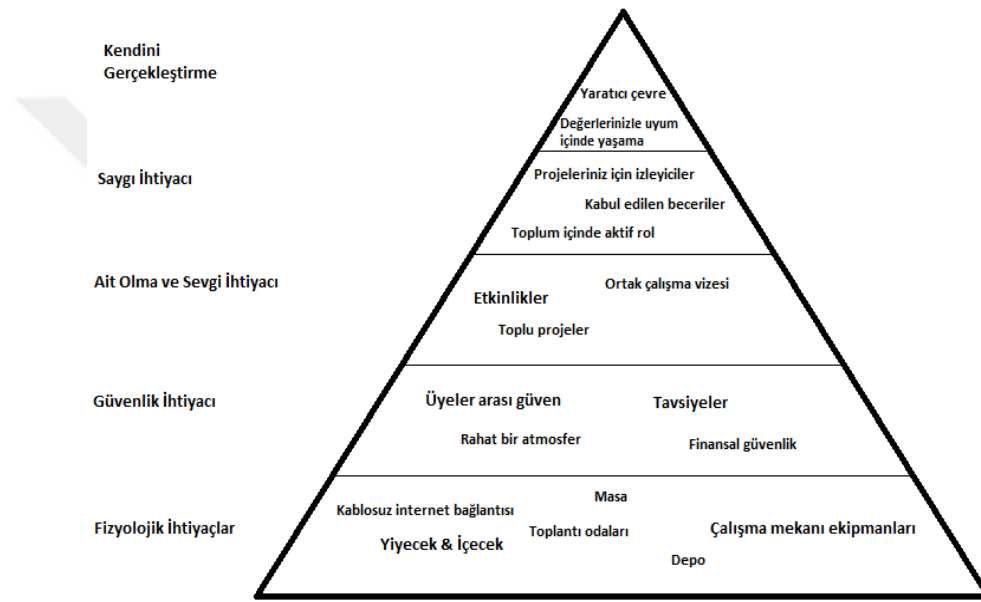
Şehirler temelde dört madde üzerindeki ilişkiye göre sıralanmaktadır. Bunlar; muhasebecilik, reklamcılık, bankacılık/finans, hukuk. İstanbul 2004'te Beta City içinde sıralanırken, 2008 ve sonrasında Alpha(-) içinde sıralanmaya başlamıştır. (GaWC, 2004 & 2008)

#### **4.2. İstanbul Ortak Çalışma Alanları**

Ortak çalışma alanlarının ihtiyaç piramidini düzenleyen Broek, bu piramidini Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi tablosuna dayandırmaktadır (2013). Broek Paris'te bulunan Mutinerie ortak çalışma alanının kurucu ortağı, girişimci ve bloggerdir. Bu sınıflandırma ihtiyaçları



görselleştirmek ve önceliklendirmek için faydalıdır, fakat somut tavsiyeler değildir, ayrıntılı bir ihtiyaç çerçevesi olduğu söylenebilir. Mekânlar toplulukların farklı gereksinimlerine farklı cevaplar vermektedir. Ortak çalışma alanları içinde gelişen topluluğa göre şekillenmektedir. Şekil-13'teki piramidin tabanında wifi ve çalışma mekanı ekipmanları bulunmaktadır, güvenlik bölümünde, üyeler arasında güven ön plana çıkmaktadır. Sevmek ve ait olmak ihtiyacında topluluk etkinlikleri önem arz etmektedir. Saygı ihtiyacında ise topluluk içinde aktif rol oynaması gerekmektedir. Kendini gerçekleştirdiği noktada ise artık yaratıcı bir çevreye sahiptir.



Şekil- 13: Ortak Çalışma Alanları İhtiyaç Piramidi (Broek, 2013)

Bir iş modeli tasarımı olarak ‘‘ortak çalışma alanları’’nın detaylarını ortaya çıkarmak için bağlantılı(içinde olan) durumları irdelemek gerekmektedir. Bu sebeple bir önceki bölümde; mekan, çalışma alanı, ortak çalışma, bu alanların kısa geçmişi, benzer alanlardan farkları ve bu alanları tanımlayan öğeler incelenmiştir.

Tez kapsamında incelenen ortak çalışma alanları, kar amacı güden İstanbul’daki ortak çalışma alanlarıdır. Kent insanlarının günlük yaşam içerisinde çalışma amacıyla kullandıkları farklı ticari mekanlar ve ortak çalışma alanları ile benzer özellikler gösteren yerler de bu çalışma için incelenmiştir ve aradaki farklar tespit edilmiştir. Bu araştırma sonucunda bu çalışmada adı geçen firmalar ortak çalışma alanı olarak kabul edilmiştir. Ayrıca günümüzde

ortak çalışma alanı olarak hizmet sunan mekanlar, çalışma amacıyla kullanılan, özellikle kafe gibi mekanların yanısıra kiralık ofis ve toplantı alanlarını kiralayarak hizmet sunan firmalar bulunmaktadır. Kiralık ofis ve toplantı alanları farklı alanlarda faaliyet gösteren şirketler veya çeşitli kurumların geçici olarak ofis alanı veya toplantı salonu kiralayarak çalışmalarında kullanılmasına olanak sağlamaktadır.

Gözlem için yapılan mülakat çalışmaları içinde bu tür alanlardan biri olan kiralık ofis alanı ve toplantı salonu sağlayan Servcorp incelendi ve İstanbul Nişantaşı semtinde faaliyet gösterdikleri alan ziyaret edildi. Alanın yöneticisi olan Oya Öngen'den alınan brifing doğrultusunda yukarıdaki tanım yapılmıştır. Kiralık ofis ve toplantı alanlarını ortak çalışma alanlarından ayıran en önemli özelliklerden biri geçici olarak belli bir amaca yönelik bir topluluk oluşturmadan farklı kişi, grup ve firmalara kiraya verilebilmesidir. Bu tip ofis ve alan kiralayan firmaların ticari kar amaçları farklıdır. Söz konusu alanlar sıklıkla büyük ölçekli ve uluslararası şirketlerin kullandığı alanlardır. Bunun dışında araştırma da adı geçen kuluçka merkezleri İstanbul'da faaliyet göstermektedir. İstanbul'da faal çalışan kuluçka merkezlerinden biri olan İTÜ Çekirdek araştırmalar çerçevesinde ziyaret edilmiştir. Kuluçka merkezleri kendi fonları ile kendileri için kurguladıkları ortak çalışma alanlarını başarılı buldukları girişimlere tahsis etmektedirler. Üniversitelerin bünyesinde bulunan birçok kuluçka merkezi bu ortak çalışma alanlarını kullanan kişi ve gruplardan ücret talep etmemektedir. Dolayısıyla kar amacı gütmemektedirler, ekonomik kaynakları melek yatırımcılardan ve üniversite yönetiminden gelmektedir. Bu tez bağlamında seçim kriterleri tablodaki beş kriteri sağlayan tüm kuruluşlar ortak çalışma alanları olarak kabul edilmişler ve araştırmalar kapsamında incelenmişlerdir. 2017 Mart ayı itibariyle İstanbul için ortak çalışma alanı kriterlerini karşılayan sekiz firma bulunduğu belirlenmiştir. Bu beş kriterin dördü ortak çalışma alanlarını oluşturan unsurlardan yola çıkılarak araştırma kriterleri olarak belirlenmiştir. Burada bahsedilen beş kriter şunlardır:

- 1.Kar amacı güden kuruluş mu?
- 2.Alan içerisinde komünite kurmak istiyor mu?
- 3.Şeffaf bir topluluk ve yönetim anlayışı var mı?
- 4.Alanı kullanan çalışanların işbirliği yapmasını istiyor mu ya da kendisi işbirlikçi mi?
- 5.Sundukları her şey kolay erişilebilir mi?

Tez kapsamında incelenerek araştırma konusu olarak değerlendirilen İstanbul içi ortak çalışma alanları ve kriterlere göre durumları Tablo-4’te görülmektedir. Ayrıca, Tablo-5 ortak çalışma alanlarının künye bilgilerini içermektedir.

Tablo-4: Ortak Çalışma Alanları Seçim Kriterleri

FİRMA	KURULUŞ YILI	Kar Amacı Güden Kuruluş	Komünite Kurmak İstiyor	Gizlilikten Kaçınma	İşbirliği Yapma	Erişilebilir Olma
Atölye İstanbul	2015	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Habita	2016	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Impact Hub	2016	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Kolektif House	2014	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Workinton	2012	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Workhaus	2016	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Levent Ofis	2016	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Joint Idea	2014	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Regus	1999	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
E-ofis	2010	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Servcorp	2010	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Kamara	2010	Evet	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Başakşehir Living Lab	2013	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
İTÜ Çekirdek	2012	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
Girişim Fabrikası	2011	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
Garaj	2015	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
Tasarım Atölyesi Kadıköy	2013	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet
Studio X İstanbul	2013	Hayır	Evet	Evet	Evet	Evet

Tablo-5: Ortak Çalışma Alanları Künye

FİRMA	KURULUŞ YILI	ZİNCİR Mİ?	Uluslararası/Yerel	Üyelerini Seçiyorlar mı?	Şube Sayıları	7/24 Açık	Etkinlik Alanı	Kapalı Ofis Alanı
Workinton	2012	Evet	Uluslararası	Hayır	13	Hayır	Var	Var
Kolektif House	2014	Evet	Yerel	Hayır	3	Evet	Var	Var
Joint Idea	2014	Hayır	Yerel	Hayır	2	x	x	x
Atölye İstanbul	2015	Hayır	Yerel	Evet	1	Evet	Var	Var
Habita	2016	Hayır	Yerel	Hayır	1	Evet	Var	Var
Impact Hub	2016	Evet	Uluslararası	Evet	1	Ayrıcalıklı Evet	Var	Var
Workhaus	2016	Hayır	Yerel	Hayır	1	Hayır	Yok	Var
Levent Ofis	2016	Hayır	Yerel	Evet	1	Evet	Yok	Var

#### 4.2.1. Atölye İstanbul

Engin Ayaz, Kerem Alper ve Dr. Ulrich Barnhoefer tarafından kurulan Atölye İstanbul 2013 yılında çalışma hayatına başlamıştır. İstanbul Bomonti’de açılan ortak çalışma alanı ‘yaratıcılık ve etkileşim platformu’ olarak konumlanmıştır. Yarı zamanlı, tam zamanlı ve kapalı ofis olmak üzere 3 adet üyelik seçeneği bulunmaktadır. Atölye İstanbul üyeleri için, ücretsiz internet, mutfak, kütüphane, toplantı salonları gibi hizmetlerin yanısıra, etkinlikler ve workshoplar düzenlemektedir.



Şekil-14: Atölye İstanbul Toplantı Salonu (Bomonti Ada)



Şekil-15: Atölye İstanbul Atölye Alanı (Bomonti Ada)

Atölye Komünite Yöneticisi Atılım Şahin video röportajında, ortak çalışma alanı hakkında şunları söylemiştir: “Atölye’yi bir yaratıcılık ve etkileşim platformu olarak tanımlıyoruz. İçinde birçok paydaş var aslında bu platformun. Öncelikle komünitemiz var, komünite Atölye’nin her şeyi. Farklı disiplinlerden gelen insanlardan oluşuyor bu komünite. Mekan içerisinde komünitenin kullandığı farklı alanlar var. Bunlardan birincisi ortak çalışma alanımız, ikincisi makerlab’imiz, üçüncüsü ise etkinlik alanımız. Bu alanlar içerisinde insanlar

farklı ihtiyaçlara yönelik çalışmalarını icra ediyorlar. Atölye çatısı altında bir de tasarım ve inovasyon stüdyomuz var. Bu stüdyo Atölye'nin hem komünitesinden besleniyor hem de komüniteyi farklı alanlarda beslemeye çalışıyor diyebiliriz. Atölye komünitesi farklı disiplinlerden gelen insanlardan oluşuyor. Üyelik süreçlerinde insanların hangi disiplinlerden geldiğine dikkat ediyoruz. Disipliner anlamda diverse bir komünite oluşturmaya çalışıyoruz burada. Bu komünite çeşitliliğini şu şekilde yakalamaya çalışıyoruz; aslında her disipline yönelik belli kotalarımız var. İnsanları belli kategorilere göre sınıflandırıyoruz içeride. Bu aslında insanları etiketlemek gibi değil, aksine biz bütün bu geminin nereye gittiğini daha rahat bir şekilde görelim diye yapılmış bir çalışma. İçerideki insan profillerine baktığımızda 4 tip kategoriden bahsetmek mümkün. Bunlardan ilki kreatif sektörden gelen insanlar; mimarlar, tasarımcılar, fotoğrafçılar. İkincisi teknik alanlardan gelen insanlar; mühendis, yazılımcı gibi. Üçüncü olarak sosyal bilimlerle uğraşan insanları bir kategoride topluyoruz; sosyolog, psikolog, hukuk ile bağlantılı işler yapan insanlar. Son olarak da connector dediğimiz, daha çok insanı insana bağlayan insanları da biz ayrı bir kategori de değerlendiriyoruz. Daha çok iş geliştirme uzmanları, danışmanlık, koçluk hizmeti veren insanlar. Biz bu dördü arasında bir denge yakalamaya çalışıyoruz.” (Avcı, 2016)

#### **4.2.2. Habita**

2016 yılında İstanbul'da kurulan Habita'nın kurucuları Levent Öcal, Burak Özyurt ve Serdar Taşyürek'tir. Maslak – 4. Levent arası Sanayi Mahallesi'nde kurulan Habita'nın sabit masa, kapalı ofis ve esnek alan olmak üzere 3 adet üyelik seçeneği bulunmaktadır. Üyelerine 7/24 hizmet veren ortak çalışma alanının sağladığı diğer hizmetler; ücretsiz internet, adres gösterme, printer, sabit dolap, güvenlik, dinlenme alanı, bar ve mutfak bölümü. Habita ayrıca üyelerine etkinlik alanında ücretsiz atölyeler, workshoplar ve konferanslar da düzenlemektedir.



Şekil-16: Habita Sanayi Mahallesi Ortak Çalışma Alanı



Şekil-17: Habita Sanayi Mahallesi Dinlenme Alanı

Habita kurucu ortağı Levent Öcal video röportajında ortak çalışma alanı hakkında şunları söylemiştir: “Habita içinde bulundurduğu 12 kapalı ofis, 32 kişilik açık, sabit masalarda çalışma alanları ve esnek alanda çalışma ortamı sunan bir coworking space. Aynı zamanda 2 tane etkinlik alanımız var, 2 tane toplantı odamız var. Bu alanlarla birlikte başta freelance ve start up’lar olmak üzere girişimcilere, inovasyon ile ilgilenecek şirketlere, bu alanlarda faaliyet göstermek isteyen kişilere hizmet vermeyi umuyoruz. Yeni başladık, ancak şu an hem etkinliklerimizle hem de feedbacklerle doğru bir yolda olduğumuzu görüyoruz. Habita’nın hikayesi aslında bir hayalle başladı. Bu hayal de, içine girildiğinde insanların kendini iyi hissedeceği, çalışmak isteyeceği ve her şeyden önemlisi kendisi gibi hayalleri paylaştığı insanlarla beraber bir paylaşım ortamı yaratabileceği bir ortam yaratmak istedik.

Habita hayali bu şekilde ortaya çıktı. Bu da bizim dünyadaki örneklerinin, paylaşım kültürünün, paylaşım ekonomisinin daha çok içine girmek, daha çok içinde yer almak istememizle başladı aslında. Başlangıçta dünyadaki örneklerine baktık. 2005 yılından bu yana Amerika’da başlayan bu akımla, her yıl sayıları binlerle artan bir ortam oluştuğunu gördük. Türkiye’de de son 3-4 yıl diyebileceğimiz bir zamanda sayıları yine artan bir konsept ortaya çıktı. Çok da güzel örnekler var Türkiye’de. Daha çok ve hep beraber büyüyeceğimizi düşünüyorum. Girişimcilik ekosistemi Türkiye’de her anlamıyla daha büyüme aşamasında. Bu ekosistemi büyütmek, ortak çalışma alanları, yatırımcılar, girişimciler, kurumsal şirketler ve sosyal fayda için hepimizin faydasına. Dolayısıyla keşke sayımız daha da artsa.” (Avcı ,2016)

#### 4.2.3. Impact Hub

2015 yılında Londra’da kurulan ve bugün 80’in üzerindeki şehirde toplam 13 bin üyeye ulaşan Impact Hub’in İstanbul şubesi 2016 yılında Semih Boyacı tarafından açılmıştır. 4. Levent ve Maslak arası Sanayi Mahallesi’nde kurulan Impact Hub; Hub Community, Hub 50, Hub 100, Unlimited Flex, Unlimited Fixed ve Mikro Ofis olmak üzere 6 adet üyelik hizmeti vermektedir. Ayrıca ücretsiz internet, ofis malzemeleri, toplantı odaları, depolama, posta kutusu, mutfak gibi hizmetler veren ortak çalışma alanı, akşam çalışmayı tercih edenler için akşam üyeliği ve aynı ekipten 3 ya da daha fazla kişi var ise ekip indirimi seçeneklerini sunmaktadır.



Şekil-18: Impact Hub Sanayi Mahallesi Etkinlik Alanı

Impact Hub kurucu ortağı Semih Boyacı video röportajında ortak çalışma alanı hakkında şunları söylemiştir: “Impact Hub dünyada 70’den fazla şehirde bulunan ve özellikle sosyal etki odaklı çalışan, sosyal farkındalığı olan birey ve kurumları bir araya getiren bir ekosistem aslında. Bu ekosistemin farklı ayakları var. Bunlardan bir tanesi de ortak çalışma alanı. Impact Hub’ın bir araya getirdiği 3 ana şeyi; ortak çalışma alanı, ilham verici bir komünite ve içerik sağlayan bir ekosistem olarak tanımlayabiliriz. Komünitemiz her geçen gün büyüyor. Başlıca sosyal girişimcilerin, mentorlerin, farklı alanlarda uzman, gerek hukuksal gerek finansal farklı alanlarda yetenekleri olan insanların bulunduğu bir networkümüz var. Amacımızı ve misyonumuzu da Türkiye’yi ileri iten girişimleri desteklemek ve yeni girişimlerin oluşumuna destek olmak olarak tanımlıyoruz. Workshop alanımızda etkinlikler düzenliyoruz. Bu etkinlikler de hem sosyal girişimcileri destekleyen etkinlikler oluyor, hem de kurumsal organizasyonların etkinliklerine ev sahipliği yapıyoruz.” (Avcı, 2016)

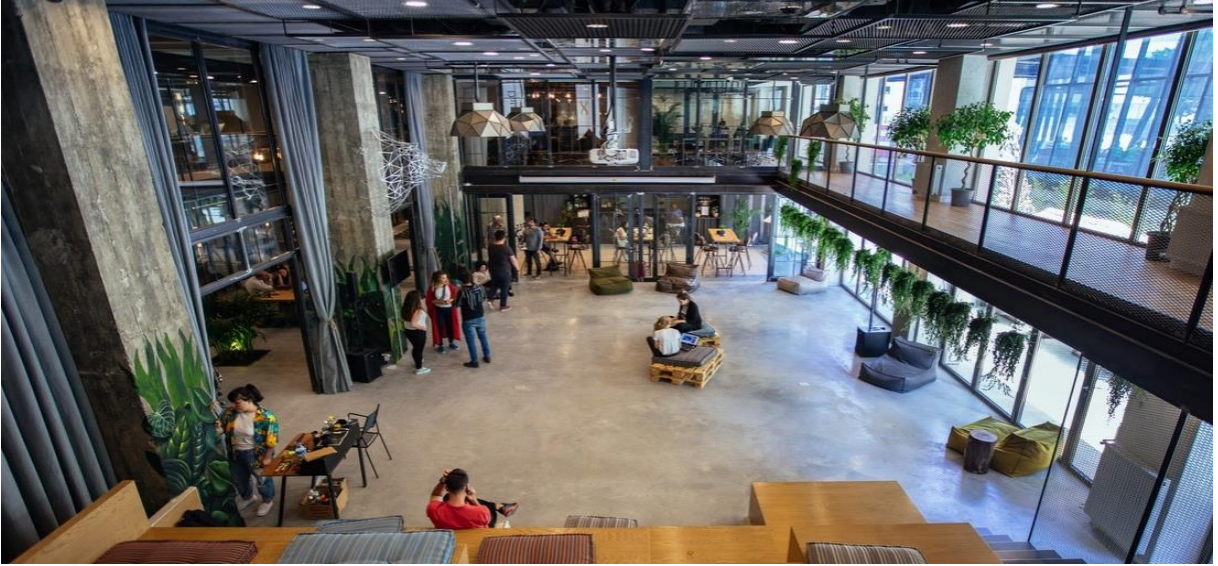
#### **4.2.4. Joint İdea**

Arnavutköy ve Levent Kanyon’da şubeleri bulunmaktadır. Diğerlerinden farklı olarak toplantı salonları bulunmamaktadır. Tamamen açık ofis sistemi paylaşımlı masalar bulunmaktadır. Metrekare olarak bir cafe’den büyük olmadığı söylenebilir. Kurucuları ve yöneticileri ile iletişim kurulamamaktadır. İnternet üzerinde haklarında çok fazla bilgi de bulunmamaktadır. Araştırmacı Levent Kanyon’daki ofislerini ziyaret etmiştir.

#### **4.2.5. Kolektif House**

Kolektif House, 2014 yılında Ahmet Onur, Civan Orhan ve Yiğithan Orhan tarafından İstanbul 4. Levent Sanayi’de kurulmuştur. Daha sonra İstanbul’da, Şişhane ve Levent şubelerini de açan ortak çalışma alanı, 3 şubesiyle hizmet vermektedir. Ofis, sabit üyelik, gezgin üyelik ve sanal üyelik olmak üzere 4 adet üyelik seçeneği bulunmaktadır. Ayrıca Kolektif House, ücretsiz internet, 7/24 kullanım, sabit dolap, vale, sekreterlik ve mutfak gibi ek hizmetlerin yanısıra her hafta ücretsiz etkinlikler ve eğitimler düzenlemektedir.





Şekil-19: Kolektif House Levent, Etkinlik Alanı

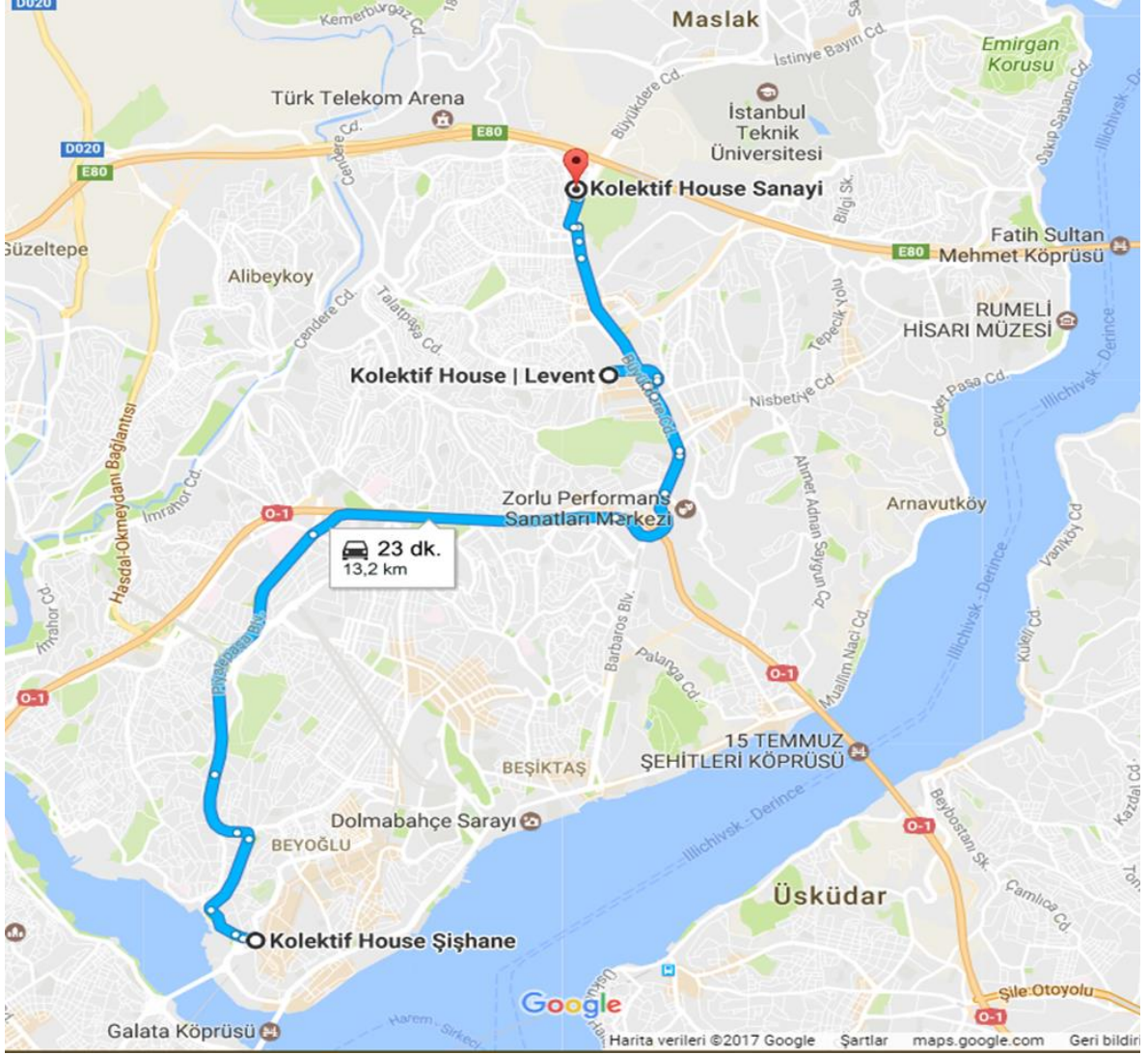


Şekil-20: Kolektif House Sanayi, Ortak Çalışma Alanı



Şekil-21: Kolektif House Şişhane, Ortak Çalışma Alanı

Kolektif House kurucu ortağı Ahmet Onur video röportajında, ortak çalışma alanı ile ilgili şunları söylemiştir: “Temel amacımız şehrin ortasında ‘sev, yarat, paylaş konsepti üzerinde bir topluluk oluşturmaktır. Mekanı buna araç olarak kullandık. Ama asıl amacımız, beraber aynı çatı altında olduğunda birbirine değer katacak insanları toplamak ve bunun olabileceğini göstermek. Ondan sonra da olduğunda da çok güzel şeylerin olduğunu anlatmaktır. Şimdi geldiğimiz noktada Kolektif House olarak 3 tane adresimiz var. Geldiğimiz noktada 660 üyemiz var, bunların %30 - %40’ı start up, %30’u kreatif ajanslar, %20’si freelancerlar kalan %20’si ise uluslararası şirketler. Kolektif House şu anda bu yapıların ev sahibi olmaları, onların yeşermeleri ve gelişmelerindeki en iyi partnerleri olmak için elinden gelen her şeyi yapıyor. Bunun için de sürpriz masaj seanslarından, pazartesi kahvaltılarına, Cem Yılmaz ile özel söyleşiden, tüm üyelere spor salonlarında indirimlere kadar hayatlarının her noktasına dokunmaya çalışıyoruz (Avcı, 2016).



Şekil-22: Kolektif House Şubeler Google Haritalar Üzerinde Gösterimi

#### 4.2.6. Levent Ofis

2016 yılında Dohan Hacer ve Aysin Koç tarafından Levent'te kurulmuştur. Sanal ofis, hazır ofis ve toplantı odası seçenekleriyle hizmet veren Levent Ofis; freelance çalışanların, start up'ların, şirketlerin bir araya gelmesini hedefleyen bir ortak çalışma alanıdır. Levent Ofis paylaşımlı ofis amacıyla kullanılabilen alanların yanısıra sekreterlik hizmeti, adres gösterme, seo danışmanlığı, web tasarımı ve dizaynı gibi hizmetler de vermektedir. Ayrıca ücretsiz internet, sabit dolap, mutfak, dinlenme alanları ve konferans salonu gibi hizmetler de mevcuttur.



Şekil-23: Levent Ofis Kapalı Ofis İçerden Görünüş



Şekil-24: Levent Ofis Ortak Çalışma Alanı

Levent Ofis Pazarlama Direktörü Merve Coşkun ortak çalışma alanı hakkında şunları söylemiştir: “Avantajpaylas.com start up’ımıza bir ofis arayışımız mevcuttu ve kurucu ortaklarımız böyle bir alanı hayata geçirip coworking space hizmetinin de nasıl verildiğine dair bir deneyim yaşamak istediler. Bu bağlamda Levent Ofis hayata geçti. Kurucu ortağımız Dohan Bey Amerika’dayken ortak çalışma alanlarını deneyimledi ve bundan bir sonuç çıkararak Türkiye’ye bunu nasıl getirebiliriz tartışmalarından sonra böyle bir oluşuma ev sahipliği yapmaya başladık. Sanal ofis, toplantı odası, hazır ofis hizmetlerimiz yer almakta.

Müşteri potansiyelimiz daha çok sanal ofis hizmetimizde. Bunun yanısıra 5 tane kapalı ofisimiz var. Sektörler ise yazılım firmaları, mühendislik firmaları, reklam ajansı ve bir tane de diyetisyen yer almakta. Toplantı odamızda da özellikle kurumsal şirketlerin bayilik toplantılarına ev sahipliği yaptık bugüne kadar. Sanal ofis müşterilerimizden de prodüksiyon şirketinden tutun da zemin kaplama sektörüne kadar birçok firmaya ev sahipliği yapmaktayız. Levent Ofis'i rakiplerinden ayıran en önemli farkı butik bir hizmet veriyor olması. Müşterilerimizin ihtiyaçlarını en güzel şekilde anlayıp bunlara en uygun çözümleri kendi içimizde üretebiliyoruz. Butik hizmet vermemizin ayrı bir katkısı da hem bize hem müşterilerimize, birçok bağ kurmak, aile bağı gibi bir bağ oluşturmak. Bunun yanı sıra makul fiyatla, güzel tasarımda verimli bir çalışma ortamı sağlıyoruz. Zaten 'Herkes için yaratıcı çalışma alanı' mottosuyla bu işe başladık ve bu doğrultuda devam etmeye çabalıyoruz.” (Avcı, 2016)

#### 4.2.7. Workhaus

Saadet Nur Yalçın'ın kurucu ortağı olduğu İstanbul'da kurulan Workhaus'un kuruluş yılı 2015'tir. Maslak'ta hizmet veren ortak çalışma alanının Nomad, Coworker ve Resident olmak üzere 3 farklı üyelik seçeneği bulunmaktadır. Workhaus üyelerine ücretsiz internet, misafir karşılama ve yönlendirme, posta ve kargo yönetimi, laptop kilitleri ve mutfak gibi hizmetler sunmaktadır. Ayrıca sabit dolap, muasebe hizmeti, web tasarım hizmeti, grafik tasarım hizmeti ve marka tescil hizmeti gibi üyelerin ücret ödeyerek faydalanabilecekleri hizmetleri de bulunmaktadır.



Şekil-25: Workhaus Maslak Giriş



Şekil-26: Workhaus Maslak Ortak Çalışma Alanı

Workhaus kurucu ortağı Saadet Nur Yalçın ortak çalışma alanı hakkında şunları söylemiştir: “Ortaklarım da benim gibi bankacı kökenli. Esasında ihtiyaçtan doğdu burası biraz. Biz bankacıyken 2 sene boyunca seri eğitimler alıyorduk. Eğitim salonu bulmak da, toplantı salonu bulmak da çok güçlük çekiyorduk. Kendimize bir yer belirlemiştik ancak hep dolu olduğu için takvim şaşıyordu devamlı. Biz kendi işimizi yapmamız gerekirken, kendimizi onların takvimine uydurmak zorunda kalıyorduk derken fikir burdan doğdu esasında. Toplantı odaları ve eğitim salonu yapalım diye doğdu. Eşimin Amsterdam’daki çalışma hayatı nedeniyle coworkingler aklımıza geldi. Neden bunu da içine katmayalım diye düşünürken Amerika’ya gittik araştırmaya. En yüksek segmentinden, en düşüğüne kadar 13 – 14 tane merkez gezdik. Hepsinde oturduk, çalıştık. Neler, Türkiye’ye uygulayabiliriz, neleri beğeniyoruz, neleri beğenmiyoruz diye araştırdık. Kafamızdaki konsept şuydu: Sadece üyelik sistemi olmasın içerden, kapıdan giren herkese açık olsun istiyorduk. Mutlaka bir iş merkezinde, iş bölgesinde olsun istiyorduk. Sonuçta görüyoruz ki firmalar genelde iş bölgelerinde toplanıyorlar, kurumsallar iş bölgelerinde oluyor. Plaza olsa bile giriş çıkışının mutlaka ayrı olduğu bir yer arıyorduk. Maslak’taki yerimizi böyle bulduk. Sistemi şu şekilde ayırdık biz: Kapıdan giren herkese açık burası. Coworking alanı ve toplantı odaları saatlikten itibaren başlıyor kullanımları. Şu şekilde bize gelenler çok oluyor, yukarıya toplantıya geliyor

insanlar. Çalışacak, toplantıya hazırlanacak yer bakıyorlar. Bir kahve içelim diye kafe zannedip girip esasında buranın bir ofis kompleksi olduğunu görüyorlar. Üyelerimizin birçoğunu bu şekilde oluşturduk. Toplantı odalarımız da aynı şekilde. Bir kahve içip şurada iki dakika toplanabilir miyiz diyerek toplantı odamızı görenler; sonra toplantı odamızı kullanmaya başlıyorlar.” (Avcı, 2016)

#### 4.2.8. Workinton

2012 yılında Urban Station adıyla Gökhan Beydoğan tarafından kurulmuştur. İstanbul’da Urban Station adıyla tek şube ile kurulan ortak çalışma alanı, 2015 yılı Aralık ayında Workinton markasıyla yenilenmiştir. Urban Station adıyla 7 şubeye sahip olan şirket, Workinton adıyla 10 tanesi İstanbul’da, 2 tanesi Ankara’da ve 1 tanesi İzmir’de olmak üzere toplam 13 şube ile hizmet vermektedir. Workinton, esnek çalışma, sabit çalışma, sanal ofis, hazır ofis ve uydu ofis modelleri olmak üzere 5 adet üyelik seçeneği sunmaktadır. Workinton Galata dışındaki tüm şubeler 8.00 – 20.00 saatleri arasında hizmet verirken, Galata şubesi 9.00 – 21.00 arasında hizmet vermektedir. Ek olarak ücretsiz internet, mutfak, minimum 6 ay olmak üzere adres gösterme hizmetlerin yanısıra her hafta ücretsiz etkinlikler düzenlemektedir.



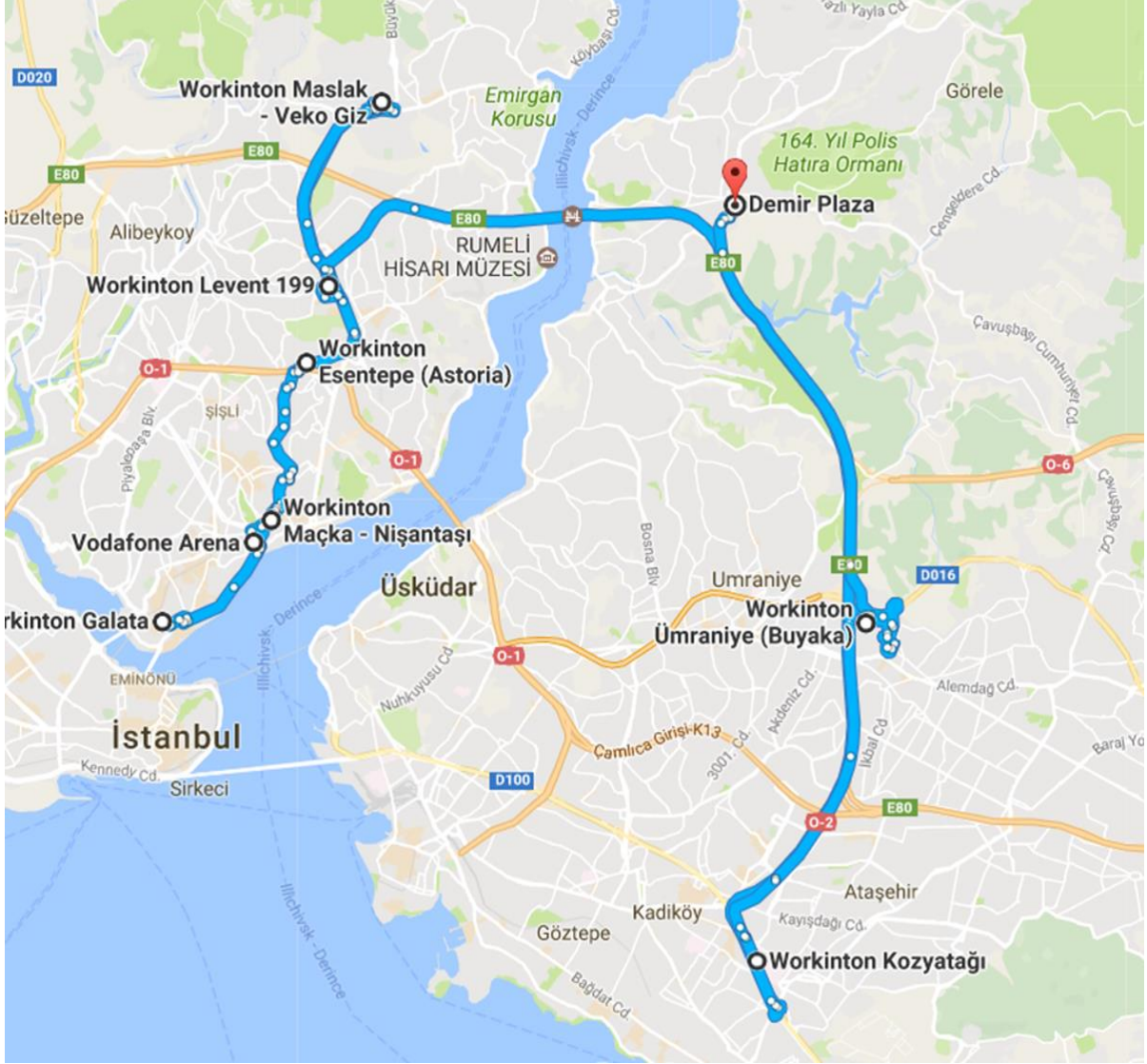
Şekil-27: Workinton Levent Giriş



Şekil-28: Workinton Şişhane Ortak Kullanım Alanı

Workinton İcra Kurulu Başkanı Pınar Massena, ortak çalışma alanı ile ilgili şunları söylemiştir: “Özellikle gelişmiş ekonomilerde başlayan bu sistemde, kişiler kendi iş ortamlarını küçük ofislerden, saatlik günlük aylık ofislere kadar birçok kişinin paylaştığı ortamda bulunmak suretiyle; hem kendini yalnız hissetmediği hem de hayatının kolaylaştırıldığı bir ortama taşıyor aslında. Türkiye’de de bu çok etkin oldu son yıllarda. Workinton da bunun ilk kurucularından ve piyasanın bu konudaki en büyük oyuncularından. Çünkü 13 tane Workinton’ın hali hazırda ofisleri mevcut. Toplantıdan sanal ofislere, sanal ofislerden coworking alanlarına, coworking alanlarından hazır ofislere kadar ilerleyen bir yelpazesi var. Workinton’ların sunduğu güzel de bir tarafı var bunun, aslında coworking demek bir komünitenin içinde olmak yani birçok kişinin arasında yer almak ve birbiriyle iletişim içinde olmak demek. Hedefimiz üyelerimizin, üyeliklerimizin genişletilmesi, büyütülmesi; kişilerin birbirleriyle bu paylaşımlı ofislerde daha çok interaktif hale gelerek daha efektif çalışması, daha verimli çalışması açıkçası. İstanbul dışında Ankara ve İzmir’de de ofislerimiz var. Gittikçe büyüyen bir yapısı var Workinton’ın. Son 2 yılda 2.000 metrekareden, 9.000 metrekareye çıkmış durumda.” (Avcı, 2016)





Şekil-29: Workinton Google Harita Üzerinde Şubelerin Gösterimi

Ortak çalışma alanlarının kurucuları veya yöneticileri aracılığıyla birinci ağızdan video röportajlarında verdikleri bilgiler her biri kendi bölümünde aktarılmıştır. Bu bilgiler, çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümde aktarılan bilgilerle karşılaştırıldığında ortak çalışma alanlarında, birbirinden farklı disiplinlerde çalışan insanların bir araya gelerek bir komünite oluşturması istenmektedir. Her bir ortak çalışma alanı içinde oluşacak komüniteye bağlı olarak diğer rakiplerinden bir fark yaratacağına inanmaktadır. Ayrıca tamamının birinci amacı mekanı kullanan kişilerin ortak çalışma alanının tasarımından etkilenmesidir. Diğerlerinden farklı bir komünite kurmak için oluşturdukları ortak çalışma alanının yaratıcı bir çalışma alanı olmasına dikkat etmektedirler.

Ortak çalışma alanları sağladıkları hizmetler ve fiyat politikaları incelendiğinde ise girişimcilerin ve küçük işletmelerin sabit maliyetlerini düşürmekte ve işlerine aktaracakları

kaynakları arttırmaktadır. Girişimcilik sistemi, girişimciler ve freelance kendi başına çalışan kişiler olmadan, ortak çalışma alanları, bir toplantı salonu ve ofis kiralama işi ile ilişkilendirilebilirdi.

Dünyadan büyük örnekler birisini incelediğimizde, 2010 yılında kurulan Wework-coworking spaces 2016 yılı itibariyle 16 milyon dolar değerinde bir şirket haline gelmiştir. İstanbul'da kurulan ortak çalışma alanlarının üyelik seçenekleri ise genel olarak paylaşımlı masa kiralama, sabit masa kiralama, ortak çalışma alanı içinde kapalı ofis kiralama, toplantı salonları kullanım hakkı, etkinlik alanı kullanım hakkı gibi sıralanabilmektedir.



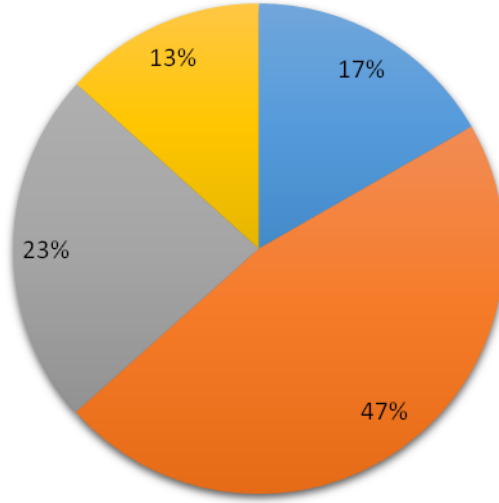
## 5. DEĞERLENDİRME

İstanbul'daki ortak çalışma alanlarının gelişimi ve araştırma sorularının değerlendirilmesinde; içten ve dıştan gözlem, röportaj, görüşme ve anket teknikleri kullanılmıştır. İkinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerde aktarılan bilgi ve bulgular ışığında araştırma sorularının tartışması, anket sonuçlarının çerçevesinde bu bölümde değerlendirilmektedir. Anket sonuçları ortak çalışma alanlarının gelişiminin yanı sıra, 21.yy iş dünyasındaki değişiklikleri de yansıtmaktadır.

Çalışmada kullanılan, veri toplama tekniklerinden biri olan anketin özellikleri araştırma yöntemi kısmında açıklanmıştır. Anket uygulanmadan önce pilot uygulama ile beş ayrı kişiyle test edilmiştir. Bu pilot uygulama sırasında fark edilen, birbirini tekrar eden sorular çıkartılmış, deneme anketine katılan katılımcıların anlam karmaşası olduğunu belirttikleri sorular düzeltilmiştir. Bu düzeltmeler sonrasında hazırlanan anket, 30 gerçek katılımcı ile Mart-Nisan 2017 tarihlerinde tamamlanmıştır. Araştırmacı, gözlem ve deneyim için ortak çalışma alanlarında bulunduğu sırada meslek ve benzeri herhangi bir kriter gözetilmeksizin anketi yanıtlamayı kabul eden katılımcıları rastgele seçmiştir. Rastgele katılımcı seçilmesi, belli bir meslek grubunun bakış açısı yerine farklı sektörlerden kişilerin fikirleriyle anket sonuçları özgün kılınmak istenmiştir. Anket 6 ayrı bölümden oluşmaktadır ve 47 soru bulunmaktadır. Birinci bölüm kişisel bilgiler ve meslek grupları, ikinci bölüm yaratıcı çalışma alanı kriterlerinin puanlanması, üçüncü bölüm ortak çalışma alanı özellikleri üzerinden tercih sebeplerinin öğrenilmesi, dördüncü bölüm ortak çalışma alanlarını kullanan kişilerin yönelimlerinin öğrenilmesi, beşinci bölüm ortak çalışma alanlarını oluşturan beş unsurun önem derecesine göre puanlanması, altıncı bölüm ortak çalışma alanları seçilirken iki ana maddenin karşılaştırılarak tercih unsurunda net gerçeğin ortaya çıkarılması için hazırlanmıştır. Anket soruları EK-B olarak sunulmuştur. Sonuçlar grafik ve tablolar yardımı ile gösterilmiştir.

## Anket Katılımcıları Profili

■ Girişimciyim ■ Bir şirket bünyesinde çalışıyorum ■ Freelance çalışıyorum ■ Diğer



Şekil-30: Anket Katılımcıları Profili

Şekil-30'da, ankete katılanların %53'ü girişimciler, freelance çalışanlar ve diğer seçeneğini işaretleyenlerden oluşmaktadır. Ortak çalışma alanlarını kullanan şirketler, yeni ekonominin getirdiği dinamiklerle birey temeli üzerinde kurulan girişimci şirketlerdir. Bir şirket bünyesinde çalışan katılımcılarının oranı %47 olmasına rağmen bu kişiler daha çok start-up şirketlerde çalışmaktadır. Bir şirket bünyesinde çalışıyor olmak eski sanayi tipi işletmeler anlamına gelmemektedir.

İlk araştırma sorusu yaratıcı ekonomi, yaratıcı sınıf ve ortak çalışma alanları arasındaki ilişkinin nasıl olduğu ile ilgilenmektedir. Beşeri sermaye, sanayi devrimi ile beraber daha fazla ürünü çok daha kısa sürede üretebilmesi sonucunda, üretimden arta kalan enerjisini yaratıcı yeteneğini kullanarak değerlendirmiştir. Bu gelişme de iş yapış şekline farklılaşma, üretilen ürünlerde farklılaşma, markaların ortaya çıkması ve yeni tip çalışma alanlarını doğurmuştur. Yaratıcı sınıfın ürettikleri (ürün, fikir vb.) çoğalınca, yaratıcı ekonomi içinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Hobikoğlu tarafından yaratıcılık ekonomisi, yaratıcı düşüncenin üretim süreçlerinde etkin olarak kullanılması ve ekonomik değer yaratması olarak tanımlanmaktadır (2014). Ortak çalışma alanlarındaki topluluğun (ankete katılan otuz kişininin)

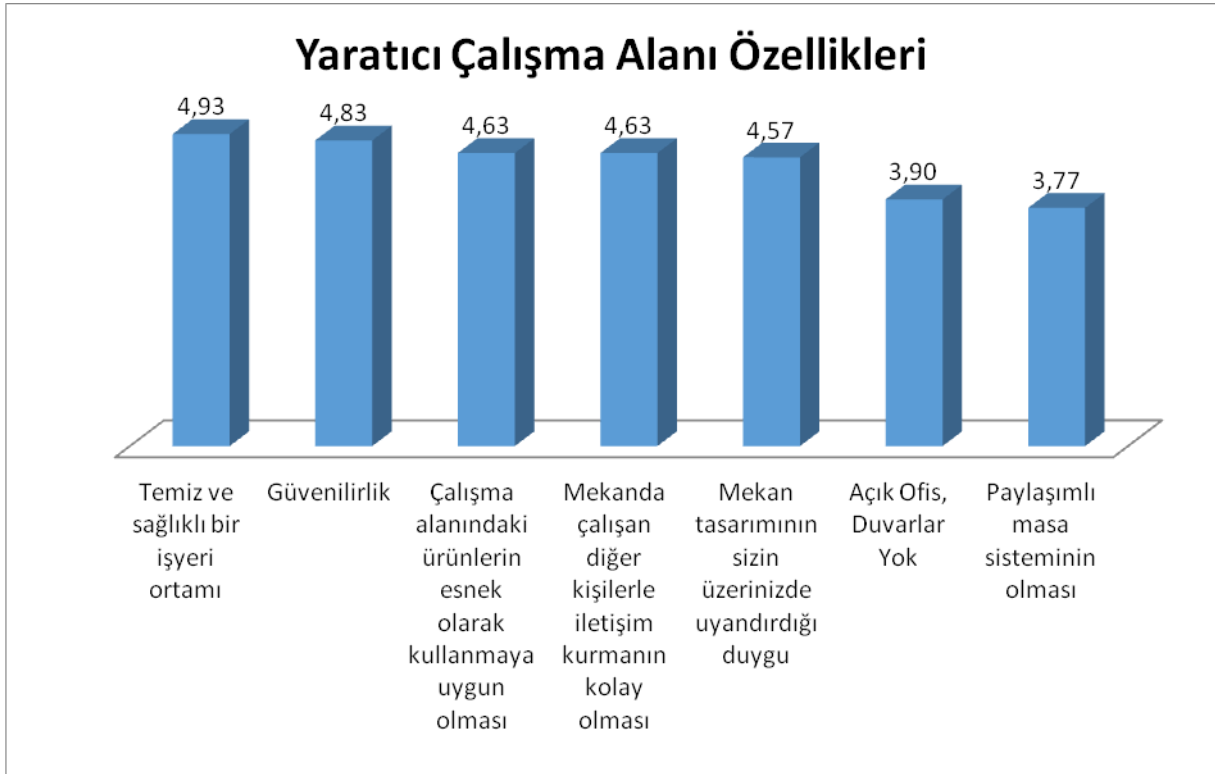
UNCTAD'ın yaptığı yaratıcı endüstriler kapsamında değerlendirilen meslekteki kişilerden oluşması, bu çalışma alanlarında faaliyet gösterenlerin yaratıcı ekonominin bir parçası yaratıcı sınıf mensubu olduğunu göstermektedir. Rastgele seçilme kriterinin var olması sebebiyle meslekler tamamen rastlantısaldır. Ankete katılanların meslekleri şu şekildedir: banka iş geliştirme, e-ticaret girişimcisi, iş geliştirme uzmanı, pazarlama uzmanı, girişimciler, avukat, medya çalışanı, tasarımcı, data mining uzmanı, data uzmanı, satış yöneticisi, öğrenci girişimci, grafik tasarımcı, arkeolog, danışman, bağımsız denetçi, psikolog, öğretim görevlisi, editör, yazılımcı. Bu sonuçlar ile ortak çalışma alanlarını yaratıcı sınıf mensubu kişilerin kullandığı söylenebilmektedir.

Yaratıcı sınıf ve yaratıcı ekonomiyi açıklamak için yaratıcılık çeşitleri ve alanında uzman kişilerin bu konu hakkında yaptıkları tanımlar incelenmiştir. Ayrıca, yaratıcılık kabiliyetinin oluşturduğu yaratıcı ekonominin endüstrileri ve ortaya çıkan yaratıcı sınıfın olumlu ve olumsuz yönlerinin incelenmesi bu alanları kullanan kişileri değerlendirmek için gereklidir. Psikologlar, sosyologlar ve tarihçilerin bireysel yaratıcılığın düzeyini etkileyebilecek değişkenleri analiz etme girişimleri önemli tartışmalara konu olmayı sürdürmektedir ve giderek artan bir şekilde araştırma yaratıcılığı, zihinlerinde yer alan bir süreç yerine toplu ya da toplumsal bir süreç olarak ele almaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen kaynaklar 'estetik yaratıcılık' terimlerinden ziyade teknolojik ve örgütsel yaratıcılığa odaklanmaktadır.

UNCTAD, küreselleşme ile yaratıcı endüstrilerin büyümesi arasında karşılıklı güçlenen bir dizi ilişki tespit etmiştir. Bu tespitlerden birisi şu şekildedir: talep (yüksek kültürel içerikli isteğe bağlı mallar ve hizmetler için talep artışı) ve arz (özellikle bu endüstrileri hem parasal hem de parasal olmayan nedenlerle çalışmak için çekici yerler olarak tanımlayan genç insanlar) açısından yaratıcı endüstrileri teşvik eden refah düzeyinin arttırılması. Bu tespit güçlü bir şekilde ortak çalışma alanlarının varlığını destekler niteliktedir. Ankete katılan kişiler, ortak çalışma alanlarını yüksek kültürel içerikli tasarım açısından çekici yerler olduğu için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bir diğer tespit ise üretim ve dağıtım platformlarını değiştiren teknolojik değişimdir. Bu teknolojik değişim işlerin uzaktan yürütülmesini kolaylaştırmıştır. İnternet teknolojisi ve kablosuz ağların hızla yayılması ve neredeyse ücretsiz olarak verilmesi esnek çalışma stratejilerinin temel noktası olmuştur.

Çalışma kapsamında ikinci ve üçüncü bölümlerde, aynı konuların farklı kaynaklar üzerinden incelenmesi ve yapılan röportaj ve anketler sonucunda şu kaniya varılmıştır: 1995 yılı sonrası internetin yeni işler geliştirmesi ile beraber ortaya çıkan ekonomi düzeni yaratıcı sınıfı tanımlamıştır, yaratıcı sınıf da yaratıcı ekonomiyi oluşturmuştur. Teknolojik gelişmeler yeni ekonomi düzeninin oluşması için tetikleyici olmuştur. Florida ve ekibi tarafından yaratıcı sınıfın yaşadığı kentler de belli kriterler çerçevesinde yaratıcı şehirler olarak sınıflandırılmaya başlanmıştır. Ortak çalışma alanlarının dünyada bu yaratıcı olarak sınıflanan şehirlerde yayılmaya devam ettiği görülmektedir. Küresel yaratıcılık endeksini yetenek, teknoloji ve tolerans üzerine kuran Florida'nın bu üç ana unsuru ortak çalışma alanlarının ortaya çıkması ve gelişmesi ile ilişkilendirilebilmektedir. Yaratıcı yeteneğe sahip kişiler, teknoloji aracılığıyla birbirlerine karşı toleranslı olup bilgilerini paylaşmak ve farklılıklarına saygı duymak, ortak çalışma alanlarının ana unsuru olan topluluğu güçlendirmektedir.

İkinci araştırma sorusu, ortak çalışma alanlarının yaratıcı bir çalışma alanı olup olmadığını sorgulamak için hazırlanmıştır. Yaratıcılığın önündeki engeller tespit edilip kaldırıldığında yaratıcı bir çalışma alanı oluşturmanın daha kolay olduğu söylenebilmektedir. Triz yaratıcı problem çözme teorisine göre yaratıcılığın önündeki engellerden "riski göze alamamak" ortak çalışma alanlarının oluşturduğu topluluktan güç alma cesareti ile ortadan kaldırılabilir. Araştırmacı, katılımcı olarak yaptığı gözlemler sonucunda şu kaniya varmıştır: işleri sonucunda umutsuzluğa düşen kişilerin, etrafındaki insanların bir şeyler üretmeye devam etmesi ya da onlarla bir süreliğine iletişime geçmesi cesaretini arttırmaktadır. Diğer bir engel ise yaratıcılığa vakit ayıramayan sabırsız bir küresel düzen anlayışıdır. Mekân tasarımı marifetiyle, ortak çalışma alanlarının yaratıcı faaliyetlere zaman ayırabilmek için standart işleri sizin yerinize işler şekilde hazırlaması (hızlı internet, temizlik, mutfak vb.) engelin aşılmasını sağlamaktadır.

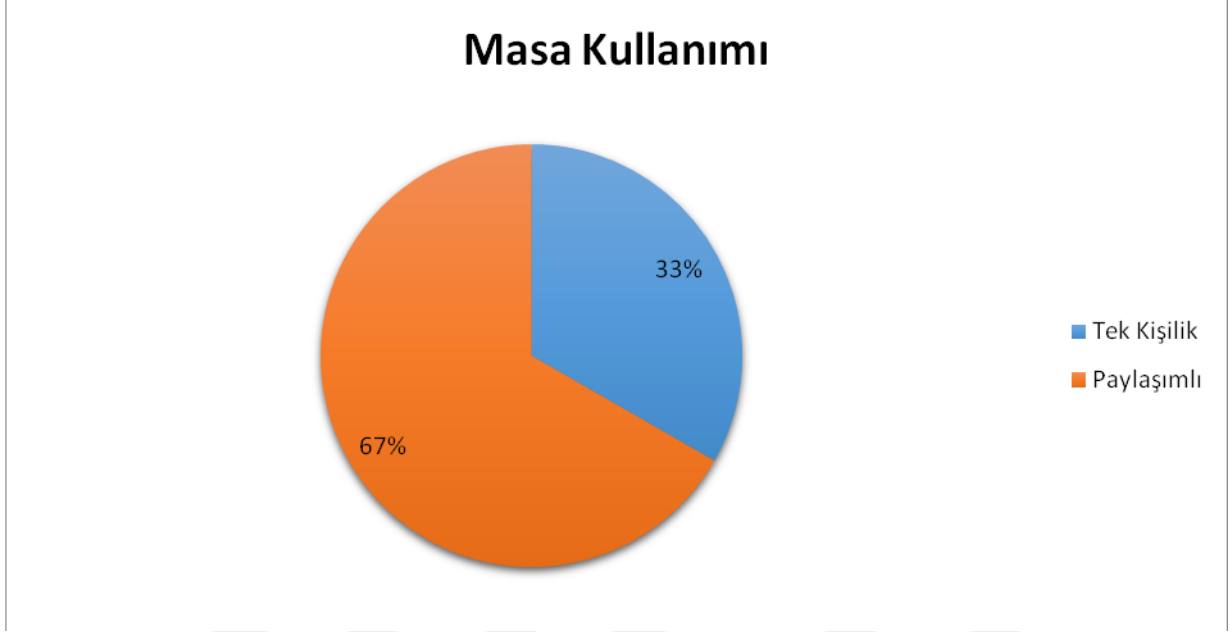


Şekil-31: Yaratıcı Çalışma Alanı Özelliklerinin Önem Derecelerinin Sonuçları

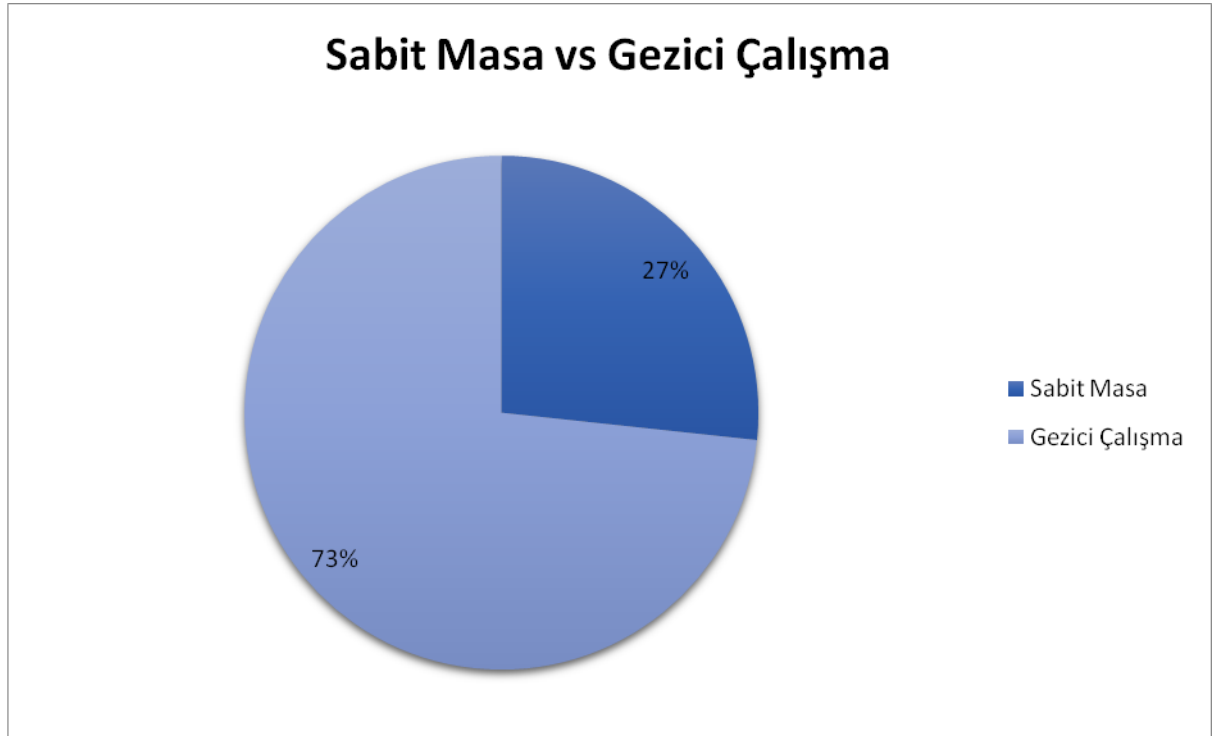
Ortak çalışma alanlarını kuran veya küresel bir markayı İstanbul'a taşıyan girişimciler ile yapılan görüşmelerde, yaratıcı bir ortak çalışma alanı kurmak için çabaladıklarını söylemektedirler. Bu beyanlar ile beraber, dünya literatüründe yaratıcı çalışma alanını GSA Office of Governmentwide Policy, 7 madde ile belirlemiştir (Stanley, 2006). Alanı kullanan kişilerle yapılan ankette bu maddelerin beşinin önem derecesine göre puanlanması istenmiştir (1 az önemli, 5 çok önemli). Temiz ve sağlıklı bir işyeri ortamı puanların ortalaması 4.93, çalışma alanındaki ürünlerin esnek olarak kullanmaya uygun olması 4.63, mekânda çalışan diğer kişilerle iletişim kurmanın kolay olması 4.63, güvenilirlik 4.83, mekân tasarımının çalışanların üzerinde uyandırdığı duygu 4.56 olarak sonuçlanmıştır. Tüm ortalamaların önem derecesi 5 üzerinden 4.50'nin üzerindedir ve bu kriterleri karşılayan ortak çalışma alanlarını yaratıcı çalışma alanı olarak tanımlamak mümkündür.

Dünyadan yaratıcı bir çalışma alanı örneği yazılı olarak istendiğinde katılımcılar Google ve Facebook şirketlerini yazmıştır. Yaratıcı çalışma alanı olarak tanımlanan Google ve Facebook gibi şirketlerin genel merkezlerinin fotoğrafları 3.2.Çalışma Alanı bölümünde incelendiğinde, çalışma alanlarını bölen duvarlar yok denecek kadar azdır. İstanbul'daki ortak çalışma alanlarında çalışanlar bu özelliği önem derecesine göre 1'den 5'e kadar puanlamıştır (1 az önemli, 5 çok önemli) ve 3.9 ortalama ile çalışan kişiler diğer kişilerle aralarında bölücü

bir panel istememektedir. Aynı şekilde paylaşımlı masa sistemi puanlanmasının ortalaması 3.76'dır. Bu iki sonuç ortak çalışma alanlarının yaratıcı çalışma alanı olarak kabul edilen Facebook ve Google ofisleri ile benzerlik gösterdiğini açıklamaktadır. Bunun dışında yaratıcı çalışma alanı özelliklerini destekleyen, ortak çalışma alanlarını kullanan kişilerin masa ve düzen konusunda verdikleri bilgiler toplanmış ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

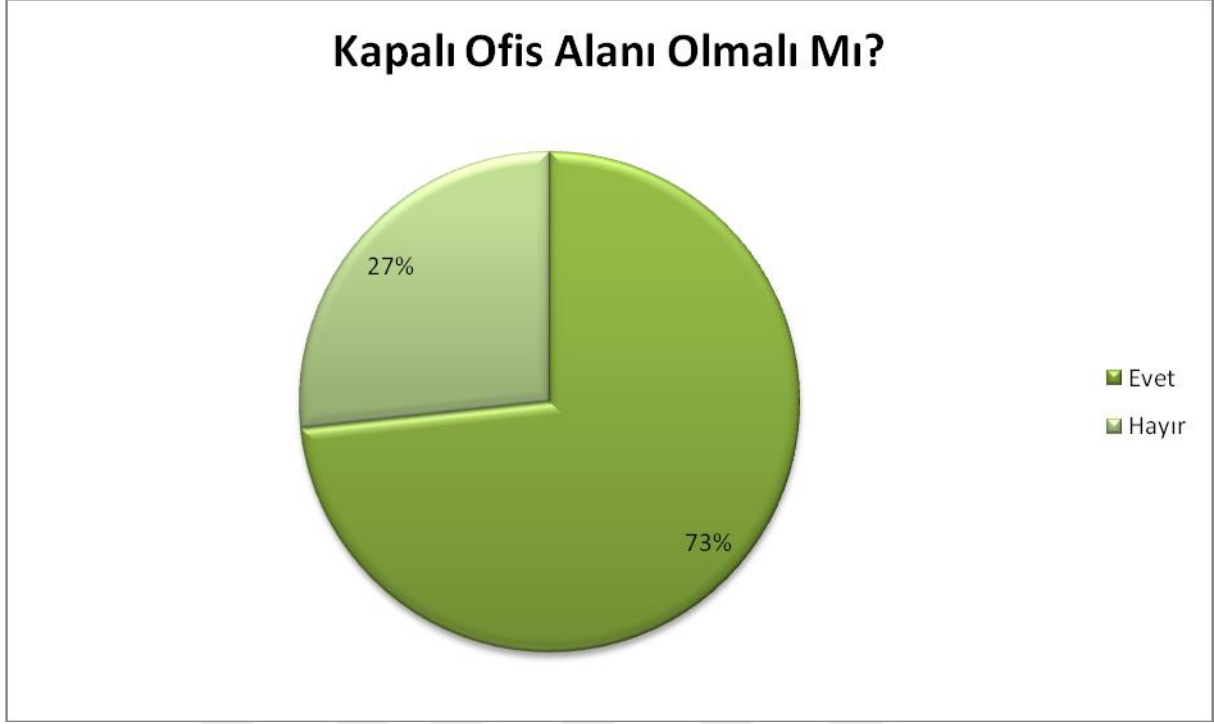


Şekil-32: Masa Kullanım Şekilleri Sorusu Yanıtları



Şekil-33: Sabit Masa vs Gezici Çalışma Sorusu Yanıtları

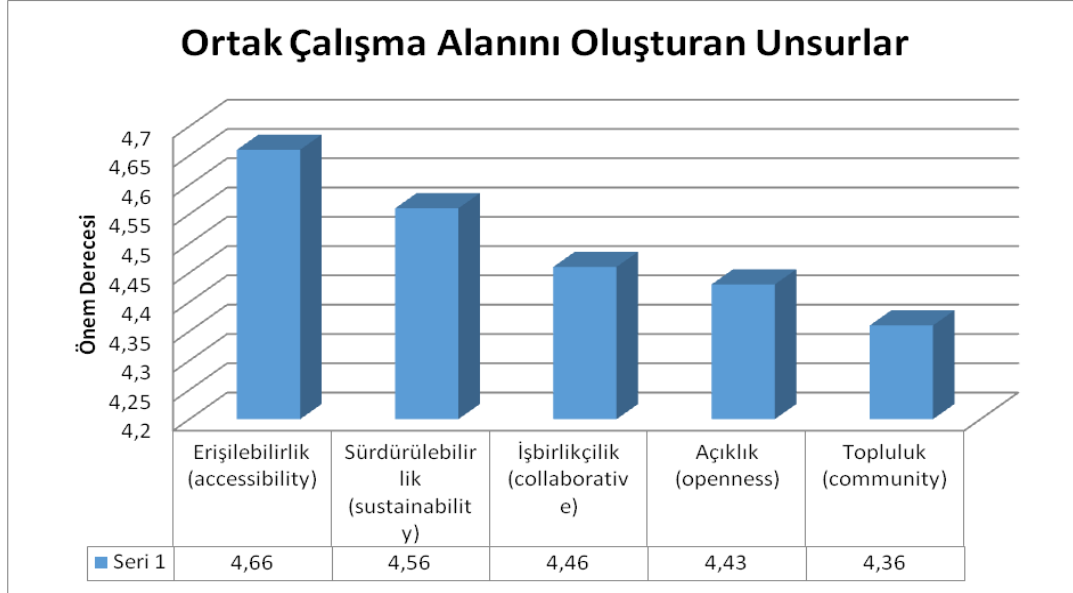




Şekil-34: Kapalı Ofis Alanı Olmalı Mı? Sorusu Yanıtları

Alan içinde farklı masalarda çalışmak isteyenlerin oranı %73.3'dür. Aynı zamanda kapalı ofis alanı isteyen kişilerin oranı da %73.3'dür. Paylaşımlı masa kullanmak isteyenlerin oranı da %67'dir. Bu sonuçlara göre, ortak çalışma alanı kullanıcıları gerektiğinde ortak masalarda, gerektiğinde kapalı ofiste çalışmak istedikleri söylenebilmektedir.

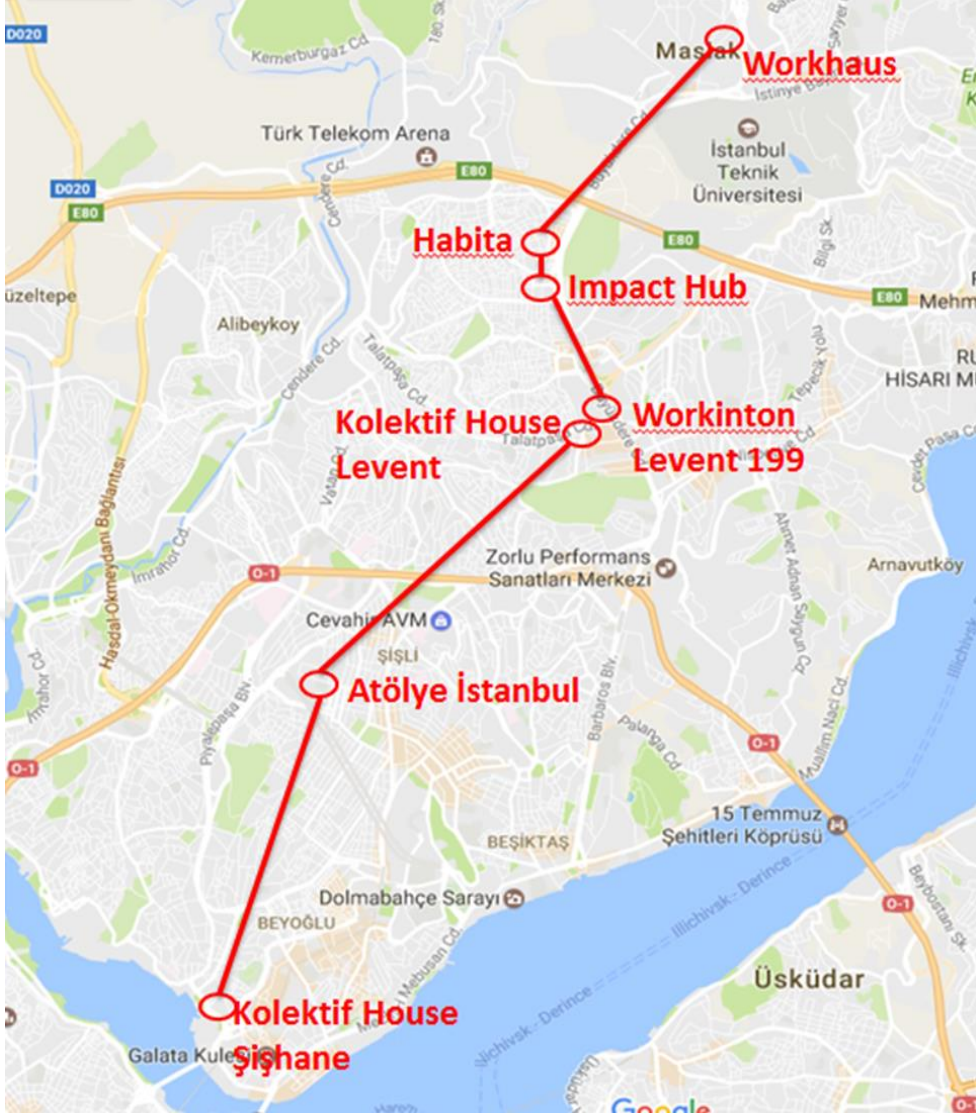
İkinci araştırma sorusunda sorgulanan bilgi, anketten çıkan sonuçlar literatürden elde edilen bilgilerle karşılaştırıldığında, ortak çalışma alanlarını, yaratıcı bir çalışma mekânı olarak görmek mümkündür. Ayrıca ankete rastgele katılan ortak çalışma alanını kullanan kişilerin, 2.3.Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Sınıf bölümünde tanımlanan UNCTAD yaratıcı sektörler grubu içinde yer alması, bu alanların yaratıcı sınıfın yeni çalışma alanı olarak kabul edilmesini kolaylaştırmaktadır. Yaratıcı çalışma mekanı olgusunu destekleyen sonuçlar şu şekildedir:



Şekil-35: Ortak Çalışma Alanını Oluşturan Unsurların Yanıtları

Ortak çalışma alanını oluşturan unsurlar yaratıcı çalışma alanını destekler niteliktedir. Ankette yine bu beş unsurun 1’den 5’e kadar puanlandırılması istenmiştir (1 az önemli, 5 çok önemli). Puanların ortalama sonuçları en yüksekten en düşüğe şu şekildedir: erişilebilirlik 4.66, sürdürülebilirlik 4.56, işbirlikçilik 4.46, açıklık 4.43 ve topluluk 4.36’dır. Yaratıcı çalışma alanları için en önemli unsurlardan biri olarak görülen “topluluk” beş unsur arasında en düşük puanı almıştır. Bu durumda, diğer unsurların topluluğu geliştirmek için daha önemli olduğu söylenebilmektedir.

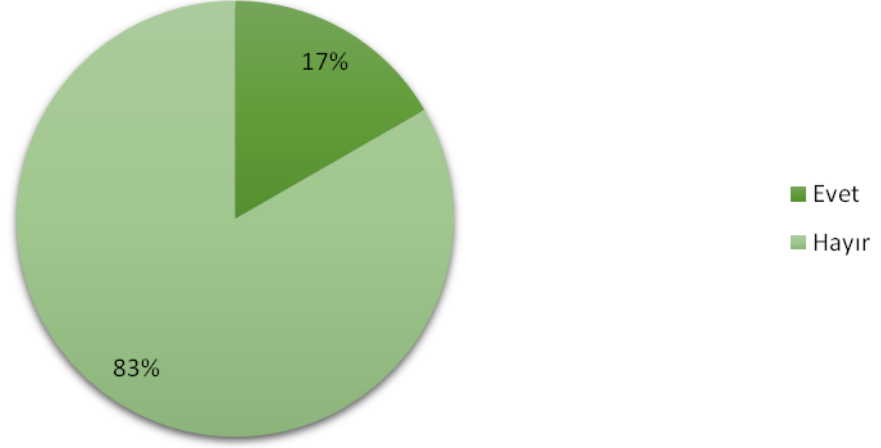
Ortak çalışma alanlarının yerleştiği lokasyonların incelenmesi gerektiğini belirten üçüncü araştırma sorusu ile yaratıcı şehirlerde yaratıcı sınıfın bulunduğu noktalar işaretlenmiştir. Avrupa yakasında ortak çalışma alanlarının bir hat üzerinde yerleştiği ve geliştiği görülmektedir. Anadolu yakasında bulunan ortak çalışma alanları lineer bir hat üzerinde değildir.



Şekil-36: Avrupa Yakası Ortak Çalışma Alanları Google Haritalar Üzerinde Gösterimi

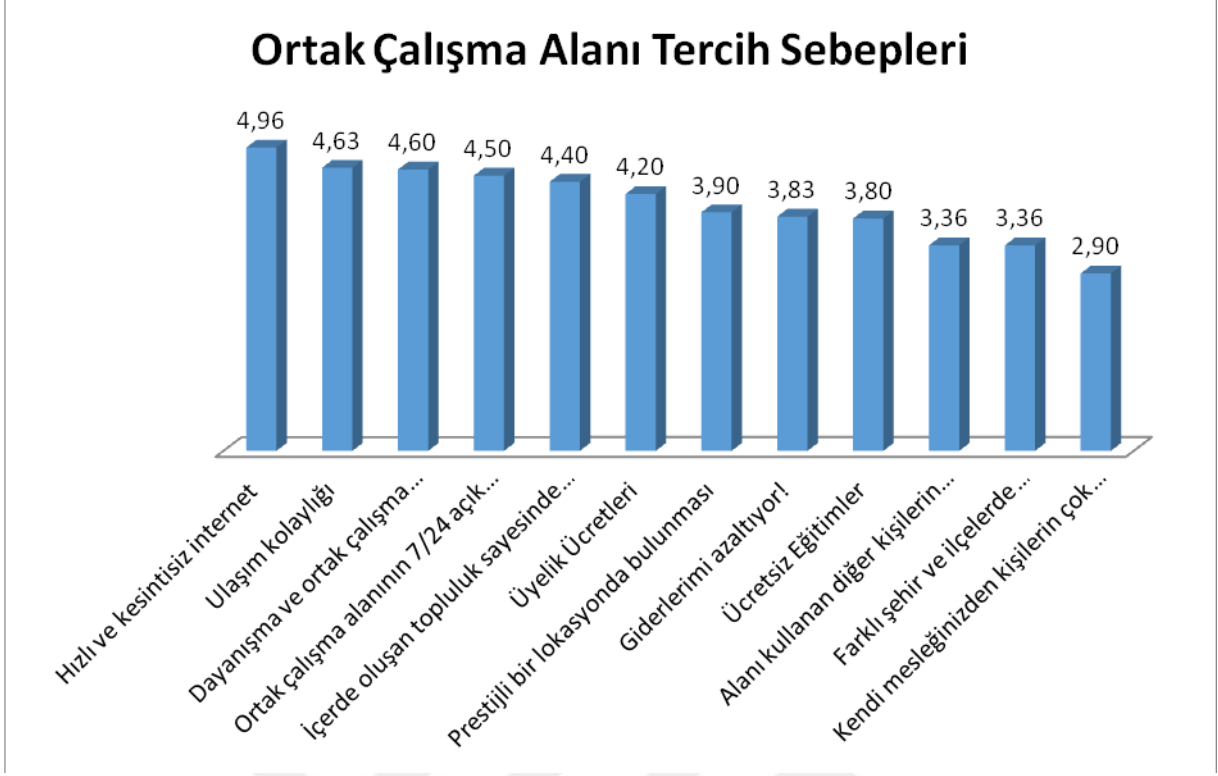
Anket sonuçlarına göre, ortak çalışma alanına ulaşım kolaylığının önem derecesinin ortalama puanı 4.63'tür. Ortak çalışma alanlarında bir otopark olmasının önemini gösteren ortalama puan ise 3.1'dir. Ayrıca ankete katılanların %56,7'si ortak çalışma alanlarının evine yakın olmasını istemiştir. Bu üç veri, ortak çalışma alanını kullananların, bu iş alanlarının evlerine yakın olmasını arzu etmelerine rağmen raylı ulaşım hattı üzerinde olmasını tercih ettiklerini göstermektedir. Harita üzerinde işaretlenen ortak çalışma alanları Yenikapı-Hacıosman metro hattı üzerindedir. Kolektif House ve Workinton Şişhane ve Levent duraklarına, Atölye İstanbul Şişli durağına, Impact Hub ve Habita Sanayi Mahallesi durağına, Workhaus Atatürk Oto Sanayi durağına yakındır. İş dünyasına yakın olan merkezlerde açılan ortak çalışma alanları aynı zamanda metro duraklarına çok yakın olduğu görülmektedir. Anket sırasında yapılan görüşmelerde katılımcılar, gün içinde iş için diğer noktalara raylı ulaşım ile daha kolay eriştiklerini belirtmişlerdir.

## İstanbul'da yaratıcılığı tetikleyen etkinlikler yeterli mi?



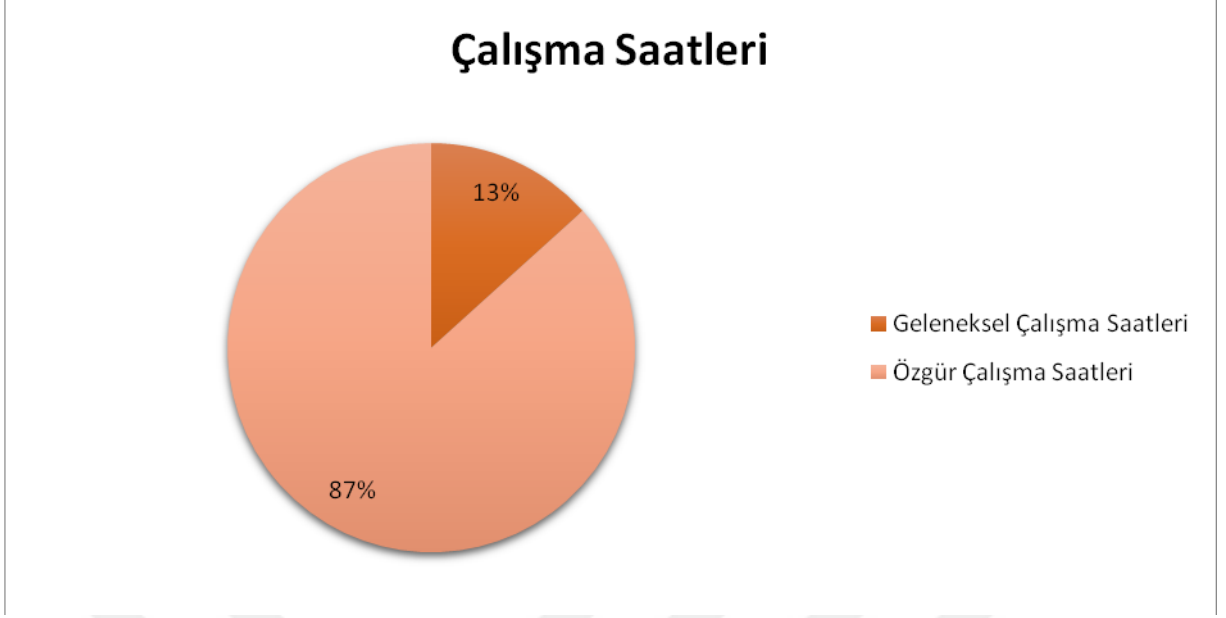
Şekil-37: İstanbul'da Yaratıcılığı Tetikleyen Etkinlikler Yeterli Mi? Sorusu Yanıtları

İstanbul, yaratıcı faaliyetler açısından yeterli görülmemektedir, ankete katılanların %83.3'ü yaratıcı faaliyetleri yetersiz bulmuştur. İstanbul'da yaratıcılığı tetikleyen faaliyetleri yazmaları istendiğinde, katılan herkes birbirinden bağımsız cevaplar vermiştir ve ortak bir faaliyete ulaşamamıştır. İstanbul'da ortak çalışma alanı sayısının az, niteliklerinin dünya ortalamasına göre yetersiz olması bu durum ile bağdaştırılabilir. Florida ve ekibinin yayınladığı, yaratıcı sınıfı kendine çekebilen dünya şehirlerinde ortak çalışma alanları çok daha hızlı yayılmakta ve daha fazla olduğu görülmektedir. 3.4.Ortak Çalışma Alanı bölümünde sonuçları verilen, Deskmag'in yaptığı küresel ortak çalışma anketi bunu doğrulamaktadır.

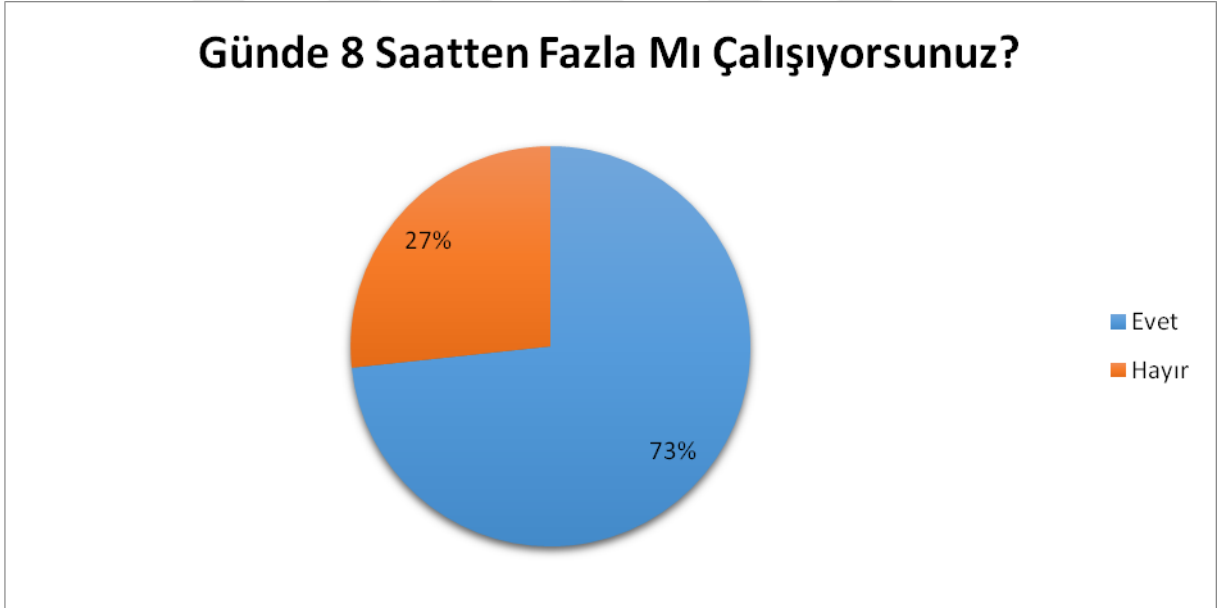


Şekil-38: Ortak Çalışma Alanı Tercih Sebepleri Yanıtları

Dördüncü araştırma sorusu ortak çalışma alanlarının neden tercih edildiğini öğrenmek için hazırlanmıştır. Ortak çalışma alanlarının tercih edilme sebeplerinin incelenmesi, iş ve çalışma hayatındaki değişimlerin daha net görülmesini sağlamıştır. Ortak çalışma alanlarını seçme nedenlerinden ikisi şu şekilde puanlanmıştır, giderlerimi azaltıyor diyenlerin ortalama puanı 3.83 iken, 2.1.Yeni Ekonomi ve Dinamikleri bölümünde ING Bank'ın yaptığı araştırmanın sonuçlarına benzer bir şekilde dayanışma ve ortak çalışma ortamı olması sebebiyle seçtiklerini söyleyen kişilerin ortalama puanı 4.6'dır. Bunun yanında ortak çalışma alanlarında yüksek hızlı internetin olması en önemli tercih sebebi olarak görülmektedir. Anketlerde bu soruya verilen ortalama puan 4.96'dır. Bu puan anketteki en yüksek ortalama sonuçtur. İnternet teknolojisi ve altyapısının hızlı olması birinci şarttır. Literatürde yeni ekonominin dijital bir ekonomi olarak tanımlanması da bu durumu doğrulamaktadır.



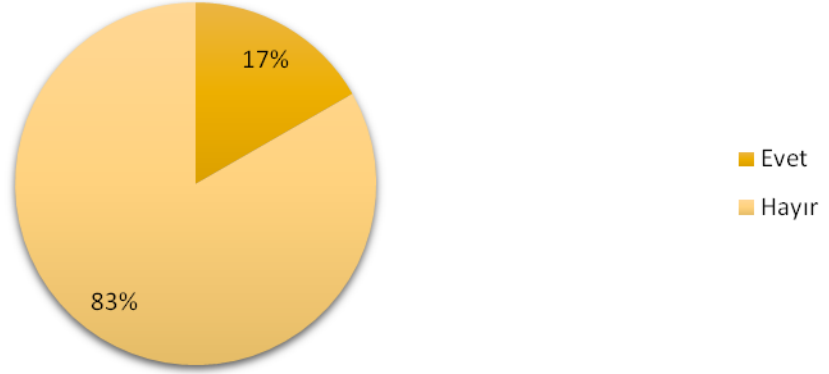
Şekil-39: Çalışma Saatleri Sorusu Yanıtları



Şekil-40: Günde 8 Saatten Fazla Mı Çalışıyorsunuz? Sorusunun Yanıtları

Geleneksel çalışma saatlerini reddettiği düşünülen yaratıcı sınıfın, ortak çalışma alanlarının 4.5 ortalama puanla 7/24 açık olmasını beklemektedir. Geleneksel çalışma saatlerini reddeden kişilerin oranı ise %86.7'dir. Günde 8 saatten fazla çalışanların oranı %73.3'tür. Bu sonuçlara rağmen, İstanbul'daki ortak çalışma alanlarının tamamı güvenlik durumunu gerekçe göstererek 7/24 hizmet vermemektedir.

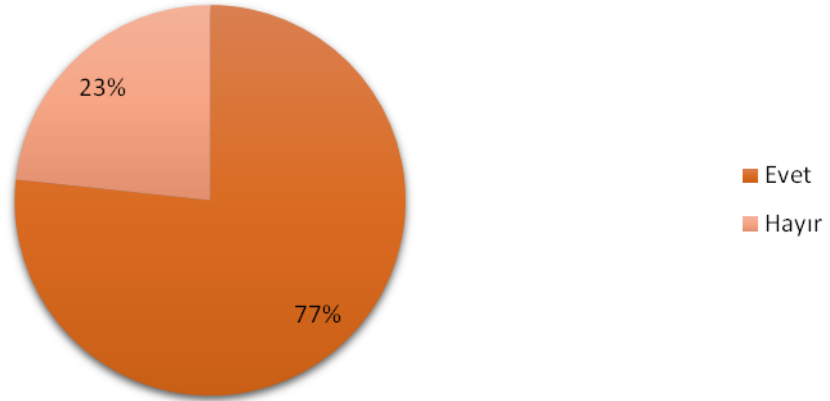
## Çalıştığınız Ortak Çalışma Alanı Global Bir Marka Mı Olmalı?



Şekil-41: Çalıştığınız Ortak Çalışma Alanı Global Bir Marka Mı Olmalı? Sorusunun Yanıtları

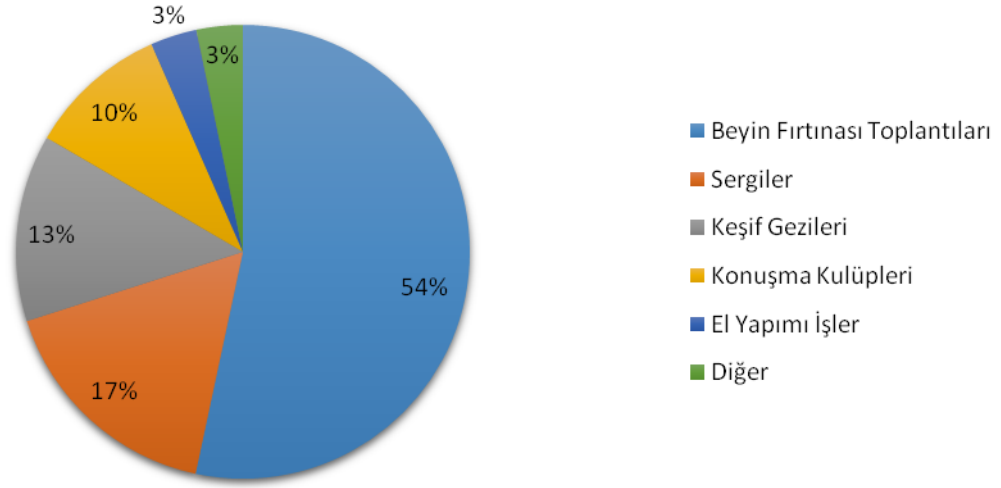
Çalışanların bir ortak çalışma alanını tercih etmelerinde, bu alanın küresel bir marka tarafından kurulmuş olması önemli değildir. Ankete katılanların %83.3'ü küresel bir marka olmak zorunda değildir seçeneğini işaretlemiştir.

## Mutfak veya Sohbet Alanı Olmalı Mı?



Şekil-42: Mutfak veya Sohbet Alanı Olmalı mı? Sorusunun Yanıtları

## Ortak Çalışma Alanında Hangi Yaratıcı Aktivitenin Olmasını İsterdiniz?



Şekil-43: Yaratıcı Aktiviteler Hakkında Sorulan Sorunun Yanıtları

Üçüncü bölümde, topluluğun gelişimini destekleyecek unsurlardan biri mekanda bir araya gelebilecekleri noktaların olmasıdır. Mutfak ve sohbet alanı olmalı diyen kişilerin oranı da %76.7 ile bu durumu kanıtlamaktadır. Fikirlerin gelişmesinin çağrışımlara bağlı olduğu gerçeği tez içinde anlatılmıştır. Mekan içinde yaratıcı ve geliştirici aktivitelerin olmasında hemfikir olan anket katılımcıları %53.3 oranla beyin fırtınası toplantıları talep etmektedir. Ankete katılan katılımcılar etkinlik alanı olan ve kendilerini geliştirebileceklerine inandıkları etkinliklerin organize edildiği ortak çalışma alanlarını tercih etmektedirler.

Geleneksel şirketlerin, ortak çalışma alanlarını tercih etme sebeplerinden birisi kendilerini güncel ekonomik duruma ve gelişmeye ayarlamak istemelerinden kaynaklanmaktadır. Kolektif House Levent ortak çalışma alanında gözlemci olarak bulunan araştırmacı, bu ortak çalışma alanında bulunan İşbank ofisini ziyaret etmiştir. Bu ofis müşterilerine geleneksel bankacılık hizmeti vermemektedir, genel müdürlük bünyesinin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bu ofiste çalışan Serci Yıldır iş geliştirme uzmanı olarak bankasını ortak çalışma alanına taşıdığını söylemiştir. Banka kuralları gereği neden orada olduklarını yazılı olarak iletememiştir. Kendisinin sözlü beyanına göre yeni gelişen şirketleri, freelance çalışan kişileri takip ederek bankaya yeni ürünler geliştirdiklerini anlatmıştır. Aynı zamanda bir banka olarak kar etmek için kredi vermenin dışında şirketlerle nasıl bir ilişki içinde olmaları gerektiğini araştırmaktadırlar.



Daha yenilikçi, geleneksel olmayan büyük şirketlerden biri olan Yandex'in de bir ortak çalışma alanında ofisi bulunmaktadır ve çalışanları farklı zamanlarda bu alanı kullanmaktadırlar. Yapılan görüşmede, işlerini geliştirmek ve yetenekli insanlarla tanışmak için ortak çalışma alanında bulunmanın bir fırsat olduğunu bildirmişlerdir. Şirket kuralları gereği verilen bilgiler yazılı olarak alınamamıştır.



Şekil-44: Anket Katılımcılarının Ortak Çalışma Alanını Desteklemesi Hakkındaki Sorunun Yanıtları

Son olarak, ankete katılanların tercih ettikleri ortak çalışma alanlarına katkıları sorulmuştur. Katılımcıların sadece %17'si desteklemiyorum şikkını işaretlemiştir. Ortak çalışma alanlarını kullanan kişilerin işbirliğine önem verdikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma alanlarının değişmesi, iş yapış şekillerinin farklılaşması, 21.yy'da internet teknolojisinin gelişmesine ve buna bağlı olarak yaratıcı sınıf mensubu yeni tip insan modelinin çalışabileceği yeni alanların tasarlanmasıyla ortak çalışma alanları ortaya çıkmıştır.

Ortak çalışma alanlarının dünyada ve Türkiye'de ne zaman ve nasıl ortaya çıktığı önemlidir. Bu dönemler baz alınarak iş ve çalışma hayatındaki değişim incelenmiştir. İstanbul'un dünyadaki ekonomik ve kültürel konumu belli alanlarda yapılan kabul görmüş istatistiklerle ortaya konmuştur. Tüm bu bilgiler ışığında, ortak çalışma alanları, 2008 ekonomik kriz sonrasında revize edilen ekonomik düzende, çalışma hayatının da gelişen teknolojilerle değişmesi sonucu, yeni tip çalışan insanın yeni bir çalışma alanı talebinden ve bizzat girişimciler tarafından yaratılması sonucu oluşmuştur. Bu alanların ortaya çıkmasını sağlayan, yaratıcı ekonomi düzeninin üyesi yaratıcı sınıftır.

Ortak çalışma alanları dünyada 2009 yılından, Türkiye'de ise 2014 yılından itibaren giderek daha fazla ilgi çekmektedir. İstanbul için çok yeni bir çalışma alanı olduğu söylenebilmektedir. Çok yeni bir çalışma alanı olması sebebiyle yönetilme ve mekân tasarımı açısından gelişmeye devam etmektedir ve mevcut servis sunmakta olan ortak çalışma alanlarının hepsi henüz tam kapasite çalışmamaktadır. Bu yeni çalışma alanlarının 21.yy'da ekonomi üzerindeki en büyük etkilerinden biri çalışma saatlerinde yaptığı değişikliklerin olduğu görülmektedir. Günümüzde çalışanların bir kısmı, iş yapış şekillerindeki değişim ve buna bağlı olarak esnek çalışma stratejilerinin kabul görmesi ile beraber kendi çalışma saatlerini belirleme hakkını kazanmışlardır. Fakat ortak çalışma alanlarının bazıları güvenliği gerekçe göstererek 7/24 açık değildir. Yeni ekonomi, yüksek becerilere sahip yetenekli insanlara dayanmaktadır. Üretimler, internet tabanlı sanal ortamlar üzerinde geliştiğinde, özellikle yaratıcı disiplinlerdeki kişiler Taylorist bakış açısındaki çalışma şartlarını kabul etmemektedir. Taylorist bakış açısı geleneksel çalışma saatleri içinde, mekan tasarımları ile çalışanların tamamen kontrol altında tutuldukları, çalışmanın sıkı kurallara bağlı olduğu ofis ortamlarıdır. Ayrıca, yoğunlukla yaratıcı temelli iş sahiplerinin bir araya geldiği ortak çalışma alanları en başta bir yere veya bir eşyaya sahip olma olgusu yerini paylaşma ve işbirliği olgularına bırakmasını sağlamaktadır. Esnek çalışma stratejileri, ortak çalışma alanları, iletişimin hızlanması ve herkesin her bilgiye ve kişiye kolay ulaşması yaşanan değişimde birbirini etkileyen unsurlardır.

21.yy ekonomisinde işletmeler moleküler yapıda, birey temeli üzerinde kurularak, bilgi ve yaratıcılığı artıracak şekilde yapılanmaktadır. Ekonomik yapılanmadaki bu örgüt yapısı işletmelerin daha küçük ofislerde çalışmasını kolaylaştırmaktadır. Ekonomide girişimcilik kavramının yaygınlaşmasına bağlı yaşanan bu dönüşüm ortak çalışma alanlarına olan ihtiyacı arttırmıştır. Bu talep artışı, birey temeli üzerinde kurulan yeni nesil şirketlerin sabit maliyetleri düşüren çalışma alanlarına olan gereksinimleri sebep olarak gösterilebilir. Şirketler ofis vb. sabit gayrimenkul yatırımlara ve bu ofisin işler hale gelmesi için yapacakları harcamalar ve ödemelere (faturalar, kırtasiye malzemeleri, mutfak masrafları vb.) ayıracakları zaman ve bütçeyi, ortak çalışma alanlarını kullanmaları ile beraber kendi çalışmalarına ayırma olanağı ortaya çıkmaktadır. Bu avantajlara rağmen yaratıcı sınıf mensubu kişilerin tamamı bu alanlarda değildir. Toplumda ortak çalışma alanlarının varlığının çok yaygın olmaması bu durumda etkindir. Diğer yandan tüm sektörlerden ve disiplinlerden gelenlerinde dahil olduğu talebi karşılayacak yeterli arz da yoktur. Nisan 2017 itibariyle İstanbul'da ortak çalışma alanlarının toplam sayısı sekizdir. Yeni ekonomide son iki yıl içinde, ortak çalışma alanlarının açılan şube sayısının ivmesinin artması, halihazırda hizmet sunmakta olan ortak çalışma alanlarının buldukları mekânları metrekare olarak büyütüp daha fazla ofis ve ortak çalışma alanı sağlamaya çalışacaklarını beyan etmeleri, gelişmenin ve artışın devam edeceğinin sinyalleri olarak değerlendirilebilmektedir.

Yaratıcı ekonominin dinamiklerinden olan ortak çalışma hizmeti sunan girişimciler, mevcut çalışma alanlarının yeni nesil şirketler ve yaratıcı disiplin mensubu kişiler için yaratıcılık açısından yetersizliğini fark ederek, ortak çalışma alanlarını düzenlemek ve yeni ortak çalışma alanları açmak için çalışmalar gerçekleştirmektedir. Ortak çalışma alanlarının çoğu özel sektör tarafından, yani girişimciler tarafından kar amacı güdülmektedir. Yatırımlarını yaparken maddi kaynağı genellikle girişimcilik fonlarından veya kendi kişisel kaynaklarından elde etmektedirler. Ayrıca, yeni iş geliştirme ve inovasyon çalışmaları amacıyla genellikle üniversite bünyesinde kurulan kuluçka merkezleri veya iş hızlandırıcılar da ortak çalışma alanları alanında hizmet vermektedir. Topluluk oluşturma ölçütleri, ortak çalışma alanlarına göre farklılık göstermektedir. Ortak çalışma alanlarının gelişmesi ve büyümesi, potansiyel kullanıcıların ve mevcut kullanıcıların bu mekânları neden tercih ettiği ile bağlantılı olduğu görülmektedir.

Bu alanları kullanarak katılımcı gözüyle yapılan gözlemler ve bu alanların kurucuları ile yapılan görüşmelere dayanarak, ortak çalışma alanlarının tercih edilme sebeplerinden bazıları şu şekildedir: Yeni girişimlerin ve start-up şirketler ortak çalışma alanlarında bir

çalışma alanının sahip olması gereken her şeye sahip olabilmektedirler. Elektrik, masa, su, mutfak, kağıt, yazıcı, kırtasiye ve temizlik malzemeleri vb. şeylerin alışverişi için zaman harcamamakta, sadece işlerine odaklanabilmektedirler. Bunun yanısıra, misafirlerini ağırlayabilecekleri alanların bulunması, etkinlik alanında olan eğitim veya konferanslara katılma olanağı tercih nedenleri arasında sıralanabilmektedir. Mekânın tasarımının kişiler üzerinde bıraktığı etki tercih edilme sebeplerinden en önemlisi olduğu görülmektedir.

Ortak çalışma alanlarını kuran girişimciler, mimarlar veya tasarımcılar mekânın nasıl bir gelişme göstereceğini belirlemektedir. Bu gelişmeyi, günümüzdeki ve gelecekteki teknolojik gelişmeler etkilemektedir. Tasarımın gücünü ise mekânlarda insanları yönlendirmek ve bir iş yapış şeklini ortaya çıkarmak için kullanmaktadırlar. Kullanım şeklinde bir standart yaratarak, coworking terimini yarattıkları çalışma mekânları ile belirlemekte ve hepimiz için görselleştirmektedirler. İçinde nasıl yaşamamız gerektiğini tasarımları ile anlatmakta ve yönlendirmektedirler. İş yapış şekillerinin değişmesi, gelişen teknolojinin hareket kabiliyetini arttırması, iş ve iş yönetimi algısının değişimi, ofis ve çalışma alanları için düşünülen uygun yerleşim ve düzen kavramlarını da değiştirmeye başlamıştır. Çalışma süreçlerinin üzerindeki baskıcı denetimin kaldırılması, ortak çalışma alanlarını daha özgün ve yaratıcı bir çalışma alanı olarak algılamamızı sağlamaktadır. Mekânın içinde nasıl hareket edileceği, mekânın büyüklüğü ve hareket kabiliyeti, ortak çalışma alanlarının yaratıcı kişiler üzerinde yarattığı etkiyi değiştirmektedir. Mekânın büyüklüğü, sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan şirketlerin üretim kapasitesini arttırmak anlamına gelen büyüklüğü ile aynı anlamda değildir. Ortak çalışma alanlarının tek bir şirket için değil, birçok şirket için tasarlanmış alanlar olarak varlıklarını daha büyük metrekarelerde sürdürmeleri beklenmektedir.

Sanayi devrimi, büyük kapalı alanlar üstüne kurulu fabrikaları ortaya çıkarmıştır. Sanayiciler üretim sürecinin kontrolörleri olarak haneleri yerinden etmişler ve bireyler de ne zaman ve nasıl çalışılacağına karar verme noktasında özerkliklerini kaybetmişlerdir. Yeni tür fabrika ve işyerlerinde işçileri denetlemek, onları motive etmek ve işçileri yönetmek için yeni denetleyici meslekler ortaya çıkmıştır. Finans, pazarlama ve karmaşıklığı gittikçe artan iş örgütlerinin diğer boyutlarını yönetmek için de başka idari meslekler ortaya çıkmış ve bu kişilere uygun çalışma ortamları geliştirilmiştir. Üretimin dönüşümü ve bilgi alışverişinin internet tabanlı kolaylaşması ile beraber şirketlerin sanayi devrimi ve sonrasında gelişen dönemdeki gibi büyük işyerlerine ihtiyaçları kalmamıştır. Değişen esnek çalışma şartları geleneksel şirketlere uygulandığında, uzaktan çalışma ile beraber binaların içindeki

mekânların belli bir kısmı boşalacaktır. Ve buna bağlı olarak kira vb. sabit maliyetler azalacaktır. Maliyetlerin azalması şirketlerin daha yaratıcı noktalara yatırımlarını arttıracaktır. Türkiye kaynaklarını (elektrik vb.) daha verimli kullanıp, bu tasarrufunu yaratıcı sektörlere yatırım yaparak kullanabilecektir. Bu tasarruf ile beraber herhangi bir eşyaya sahip olmak yerine paylaşımlı kullanmak fikri gelişecektir. Ortak çalışma alanlarının sinerjisini de kullanarak yaratıcı sınıf için şehirlerini çekici hale getirebilecektir.

Yaratıcılık ekonomisi tanımına göre, bilgiye ulaşmanın önünde engel olmaması gerekmektedir. Basın özgürlüğü önemli bir kriterdir. Türkiye’de bilgiye ulaşmak pahalıdır, bu pahalılık internet aylık abone ödemelerinin yüksekliği ile bağlantılıdır. Ayrıca bilgiyi paylaşmanın önünde siyasal engeller bulunmaktadır. Bunun yanında, hukukun üstünlüğünün olduğu gelişmiş ülkelerde, ticaretin ve yeni işlerin daha hızlı geliştiği görülmektedir. İş kurma kolaylığında önde olan ülkelerin daha avantajlı olduğu söylenebilmektedir. Ortak çalışma alanlarının gelişmesi, kendi içlerinde oluşan topluluğun sürdürülebilir olması demokratik bir ortamın yaratılmasıyla mümkündür. Ortak çalışma alanlarını oluşturan unsurlardan erişilebilirlik, bilgiye kolay erişimi, işbirlikçilik ve açıklık demokratik ve şeffaf bir ortamı temsil etmektedir. 2009 yılı sonrası gelişmiş ülkelerin yaratıcı şehirlerinde hızla sayıları artan ortak çalışma alanlarının İstanbul’da yavaş gelişimi ve sayıca az olmaları bilgiye ulaşma özgürlüğündeki kısıtlamalara, hukukun üstünlüğü ilkesinin zayıflığına, yeni iş kurmanın zorluklarına dayanmaktadır.

Ortak çalışma alanlarının unsurlarından biri olan açıklık ilkesinin, İstanbul’daki ortak çalışma alanlarında yeterince geliştiği söylenemez. Mekânda bulunan şirketler ve çalışanlar bilgi paylaşmakta temkinli davranmışlardır. Açıklık ilkesi, ankete katılanların verdiği puan ortalaması 5 üzerinden 4.46 ile yüksek önemde olmasına rağmen birbirine güveni az olan bir toplumun bu ilkeye tedbirli yaklaştığı görülmektedir. Yaratıcı ekonomilerde bilgi paylaşımı yeni fikirleri tetikleyici niteliktedir. Bilgi paylaşımının temkinli olması çalışma alanlarındaki topluluğun gelişimini yavaşlatması mümkündür. Bunun yanında bulunduğu ortak çalışma alanını desteklemeyenlerin oranı sadece %16.7’dir. Bulduğu ortak çalışma alanına bir aidiyet duygusu geliştirmişlerdir ve alan içinde oluşan topluluğun gelişmesi bu alanı kullananlar için değerlidir. İşlerini geliştirmeleri, yeni iş alabilmeleri içerde oluşan topluluğun dinamiğiyle ilgilidir.

Dünya genelinde, sanayi devrimi sonrası gelişen ve üretim şekline göre kendine has kuralları olan işçi sınıfının, çalışma yerleri ve iş yapma şekilleri de, iletişim altyapısının hızlı

gelişmesiyle, 21.yy da tez içerisinde anlatıldığı gibi Fordist ve Taylorist bakış açıları yerini Post-Fordist ve Post-Taylorist bakış açılarına bırakmıştır. Üretim sanayisi dışında kalan kesim için çalışma saatleri ve koşulları esnek hale getirilmiş, mobil olarak çalışma yapabilecek teknolojiye sahip olunması sebebiyle yaratıcı sektör mensubu kişiler istedikleri yerde çalışabilme hakkına sahip olmuştur. Yeni nesil şirketlerin moleküler yapısı ve üretimin dönüşümü ile beraber, ortak çalışma alanlarına daha fazla ihtiyaç olacaktır. Ayrıca, İstanbul yaratıcı şehir kategorisinde değerlendirildiği için ortak çalışma alanlarının artması beklenmektedir. Türkiye’de, bu artış hızı, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, bilgiye ulaşma özgürlüğü ve hukuk alanında yapılacak reformlara bağlı olarak değişiklik gösterecektir.

Sanayi devrimine geç giren Türkiye Cumhuriyeti, yeni ekonomi devriminde yerini erken alabilmesi için, hukukun üstünlüğünde ve bilgiye ulaşmada hızlı iyileştirmelerde bulunması ve dünyadaki saygın konumuna ulaşması gerekmektedir. Bu iyileştirmelerin olması durumunda, 21.yy’ın gelişmelerinin ortaya çıkardığı yaratıcı sınıfın Türkiye’nin yaratıcı şehirlerinde toplanması, ortak çalışma alanlarını çoğaltacak ve oluşacak rekabet ortamında en iyi ortak çalışma alanlarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akdemir, A. 1998. Entelektüel Sermaye: Konseptin İşletmecilik Anlayışındaki Dönüşümleri. Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi
- Amabile, M.T. 2002. "Creativity Under The Gun". HBR Eylül-Ağustos 2002
- Atkinson, R. 2003. The Innovation Economy A New Vision For Economic Growth in The 21 th Century.  
file:///C:/Users/user/Downloads/The\_Innovation\_Economy.pdf
- Audrey, Williams 2005. Flexible Working: Latest Best Practice For Employers and Employees, E-book: Thorogood Pub.
- Avar, A. A. 2009. "Lefebvre'in Üçlü – Algılanan, Tasarlanan, Yaşanan Mekan Diyalektiği. 7.sy. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)  
<http://www.mimarlarodasiankara.org/dosya/dosya17.pdf>
- Avcı, A. 2016. Ortak Çalışma Alanları Dünden Bugüne Mi ? (Erişim Tarihi: Ocak 2017)  
<http://www.idemahaber.com/coworking-serisi-ortak-calisma-alanlari-dunden-bugune-mi/>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 1: "Impact Hub"(Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=1kWDryUKN0>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 2: "Kolektif House"(Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=-REuGuqiimo>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 3: "Habita" (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=pMjL00UJfpg>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 4: "Workinton" (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=k6brAj-F22o>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 5: "Workhaus" (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=rPw2vMKBsVY>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 6: "Atölye İstanbul"(Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=qMNAhU-jbh4>
- Avcı, A. , 2016. Coworking Serisi 7: "Levent Ofis" (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=4pzpFO1LOzU>
- Budd, W.J. , 2011. Çalışma Düşüncesi. Fuat Man (çev.) İstanbul: Ayrıntı

- Baloğlu, Burhan 1997. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi. İstanbul:Der
- Baykal, Besim 1978. Motivasyon Kavramına Genel Bir Bakış. İstanbul
- Bennett, L.M. , Gadlin, H. 2013. Ortak Çalışma ve Ekip Bilimi. Ataseven Lale, Yılmaz Remziye (Çev.) (Erişim Tarihi Aralık 2016)  
<http://bd.org.tr/index.php/bd/article/viewFile/395/420>
- Bennett, L. M. , Gadlin, H. , Finley L.S. 2010. Collaboration and Team Science: A Field Guide. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
[https://ccrod.cancer.gov/confluence/download/attachments/47284665/TeamScience\\_FieldGuide.pdf?version=2&modificationDate=1285330231523&api=v2](https://ccrod.cancer.gov/confluence/download/attachments/47284665/TeamScience_FieldGuide.pdf?version=2&modificationDate=1285330231523&api=v2)
- Bielefeld,B. , Khouli, S. E. 2014. Adım Adım Tasarım Fikirleri. Atmaca, Volkan(Çev.) İstanbul:YEM Yayın
- Broek, W. ,2013. A Typology of Needs For Coworking Spaces. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/a-typology-framework-of-needs-for-coworking-spaces-586>
- Capdevila, I. , 2011. Coworking spaces and the localized Dynamics of innovation. The case of Barcelona.  
[http://www.academia.edu/9727400/Coworking\\_spaces\\_and\\_the\\_localized\\_dynamics\\_of\\_innovation.\\_The\\_case\\_of\\_Barcelona](http://www.academia.edu/9727400/Coworking_spaces_and_the_localized_dynamics_of_innovation._The_case_of_Barcelona)
- Deloitte, 2016. The Workplace Of The Future : How Digital Technology and The Sharing Economy are Changing the Swiss Workforce. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)  
file:///C:/Users/user/Downloads/ch-cb-en-the-workplace-of-the-future.pdf
- Deskmag, 2017. Coworking Statistics: All Publishings Of The Global Coworking Survey. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/coworking-statistics-all-results-of-the-global-coworking-survey-research-studies-948>
- Deskmag, 2011. Coworking's Steady Growth: 820 Spaces Now Active Worldwide. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/820-coworking-spaces-worldwide-statistics>
- Deskmag, 2010. Why Coworkers Like Their Coworking Spaces. (Erişim Tarihi Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/why-coworkers-like-their-coworking-spaces-162>
- Deskmag, 2011. Coworker's Profile. (Erişim Tarihi Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/the-coworkers-global-coworking-survey-168>



- DeskMag, 2011. The Development Of Coworking Spaces.(Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://www.deskmag.com/en/global-study-coworking-spaces-169>
- Drake, G. 2003. This Place Gives Me Space': Place and Creativity In The Creative Industries  
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016718503000290>
- Doğan, M.S. 2005. 21.Yüzyılda Esnek Çalışma Biçimleri ve Toplumların İş Hayatına Uygulanması. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/iusoskon/article/view/1023005934/1023005458>
- Dong, Ye; Mougenot Celine 2013. Workspace, Playspace: What Space For Creative Design Activity. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
<http://design-cu.jp/iasdr2013/papers/1314-2b.pdf>
- Ertz, M. , Durif, F. ; Arcand, M. 2016. "An Analysis of the origins of collaborative consumption and its implications for marketing". Academy of Marketing Studies Journal. (Erişim Tarihi: Ocak 2017)
- Florida, R. 2002. The Rise Of The Creative Class. New York: Basic Books
- Florida, R. 2011. Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor. Zeynep Gökkaya Chalar(Çev.) İstanbul:MediaCat
- Flew, T. 2012. The Creative Industry Culture and Policy. London:SAGE
- Foertsch, C. 2011. The Coworker's Profile. *DeskMag*. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)  
<http://www.deskmag.com/en/the-coworkers-global-coworking-survey-168>
- Fröhler, P. 2005. Information Economy Report 2005. New York, CenoVA UNCTAD 2005
- Frick, E.D. 2011. Motivating The Knowledge Worker. (Erişim Tarihi: Ocak 2017)  
[http://dau.dodlive.mil/files/2011/10/Frick\\_ARJ60.pdf](http://dau.dodlive.mil/files/2011/10/Frick_ARJ60.pdf)
- Garvin, D. 1993. 'Building a Learning Organization'' Harvard Business Review, Vol:71, No:4, July-August
- GaWC. Küreselleşme ve Dünya Kentleri (GaWC) Araştırma Ağı. (Erişim tarihi: Şubat 2017)  
<http://www.lboro.ac.uk/gawc/group.html>
- GaWC. The World According to GaWC, 2000, 2004, 2008, 2010, 2012, 2016 (Erişim Tarihi: Şubat 2017)  
<http://www.lboro.ac.uk/gawc/gawcworlds.html>
- GCI, 2015. Global Creativity Index. Erişim Tarihi: Ocak 2017  
<http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>

Gürbüz, Salim 2004. Yaratıcılık ve Yenilik. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)  
file:///C:/Users/user/Downloads/145080.pdf

Goldberger, Paul 1987. Architecture View; Wright's Vision Of The Civilized Workplace. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

<http://www.nytimes.com/1987/11/01/arts/architecture-view-wright-s-vision-of-the-civilized-workplace.html?pagewanted=all>

Gordon, J.Robert, 2012. Is U.S. Economic Growth Over? Faltering Innovation Confronts The Six Headwinds. (Erişim Tarihi: Mart 2017)

<http://www.nber.org/papers/w18315.pdf>

Gretchen Spreitzer; Peter Bacevice; Lyndon Garrett, 2015 .Why People Thrive in Coworking Spaces. (Erişim Tarihi: Mart 2017)

<https://hbr.org/2015/05/why-people-thrive-in-coworking-spaces>

Hamari, J. , Sjöklint, M. , Ukkonen, A. 2016. "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption". Journal of the Association for Information Science and Technology. 67 (9): 2047–2059.

Harvey, David 2012. Postmodernliğin Durumu: Kültürel Değişimin Kökenleri. S. Savran (Çev.) İstanbul: Metis

Hasol, Doğan 2014. Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü. İstanbul: Yem Yayın

Heskett, John 2013. Tasarım. E.Uzun(Çev.)Ankara:Dost

Hicks G.H., Gullett C.R., 1974.Modern Business Management: A Systems and Environmental Approach. New York: McGraw Hill

Hilmann, Alex 2011. Coworking Core Values. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)

<http://blog.coworking.com/core-values/>

Wiki, 2016. History of Coworking. Erişim Tarihi: Kasım 2016

<http://wiki.coworking.org/w/page/68852527/History%20of%20Coworking%20-%20a%20timeline>

Hobikoğlu, E.H. 2014. Yeni Ekonomide İnovasyon. İstanbul:İktisadi Araştırmalar Vakfı

Holienka, Marian; Racek, Filip, 2015. Coworking Spaces in Slovakia. (Erişim Tarihi: Kasım 2016)

[https://www.fm.uniba.sk/fileadmin/fm/Veda/Archive\\_CMV/vol9\\_2015\\_no2\\_3\\_holienka\\_racek.pdf](https://www.fm.uniba.sk/fileadmin/fm/Veda/Archive_CMV/vol9_2015_no2_3_holienka_racek.pdf)

Hubbard, P. , Kitchin,R. 2011. Key Thinkers on Space and Place. London ; Thousand Oaks : Sage

ING Bank, 2015. Paylaşım Ekonomisi Uluslararası Raporu Erişim Tarihi. (Erişim Tarihi: Mart 2016)

[https://www.ingbank.com.tr/F/Documents/pdf/Basin\\_Odasi/2015/ingbank\\_IIS\\_paylasi\\_m\\_ekonomisi\\_21122015.pdf](https://www.ingbank.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2015/ingbank_IIS_paylasi_m_ekonomisi_21122015.pdf)

Işık, İ. E., Şentürk, Y. 2009. Özneler, Durumlar ve Mekanlar : Toplum ve Mekan: Mekanları Kurgulamak. İstanbul: Bağlam Yayıncılık

Katz, F.L., and Margo, A.R. 2013. "Technical Change and the Relative Demand for Skilled Labor: The United States in a Historical Perspective", NBER Working Paper No. 18752

Kuban, Doğan 2010. Mimarlık Kavramları. İstanbul: 9.baskı s. 18-19

Kratke, Stefan 2011. The Creative Capital of Cities. Oxford: Blackwell

Laing, Derek 2011. Labor Economics: Introduction to Classic and the New Labor Economics. Norton

Messina, Chris 2010. REX in His Own Words: Chris Messina. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

<http://therexpedition.com/2010/11/rex-in-his-own-words-chris-messina/>

Neighbors, Derek, 2010. You Can't Do Collaboration Without Being a Collaborator. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

<http://derekneighbors.com/2010/08/you-cant-do-collaboration-without-being-a-collaborator/>

NESTA, 2006. Creating Growth. Erişim Tarihi: Ocak 2017

[http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creating\\_growth.pdf](http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creating_growth.pdf)

Neuberg, B. 2005. The Start of Coworking. (Erişim Tarihi: Kasım 2016)

[http://codinginparadise.org/ebooks/html/blog/start\\_of\\_coworking.html](http://codinginparadise.org/ebooks/html/blog/start_of_coworking.html)

Oxford Sözlük. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/workspace>

Price Water House Coopers, 2014. The Sharing Economy. (Erişim Tarihi: Aralık 2016)

<https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

Poehler, N. , 2011. Coworking 101: A new definition. Deskmag

<http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-101-a-newdefinition>.

Rudenko, A. , 2013. "The collaborative consumption on the rise: why shared economy is winning over the "capitalism of me"" (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

Rueb, E. S. 2010. Working in the Company of Strangers. New York Times. (Erişim Tarihi: Mart 2017)

<http://cityroom.blogs.nytimes.com/2010/02/01/working-in-the-company-of-strangers/>

Senge, P. 2006. Beşinci Disiplin: Öğrenen Organizasyon Düşünüşü ve Uygulaması. A İldeniz(Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Steawart, A.T. 1997. Entelektüel Sermaye. Nurettin Elhüseyni(Çev.)İstanbul: Mess Yayınları

Schuermann, Mathias 2014. Coworking Space: A potent business model for plug'n play and indie workers.

[goo.gl/10NrAQ](http://goo.gl/10NrAQ) (Erişim Tarihi: Mart 2017)

Schultz, H. 2014. Gönlünü İşe Vermek. Birpınar, Ömer Faruk (çev.). İstanbul: BKY

Stanley F.K. , Glenn S.H. , 2006. Innovative Workplaces: Benefits and Best Practices. Government Policy. (Erişim Tarihi: Kasım 2016)

[https://www.gsa.gov/graphics/pbs/Innovative\\_Workplaces-508\\_R2OD26\\_0Z5RDZ-i34K-pR.pdf](https://www.gsa.gov/graphics/pbs/Innovative_Workplaces-508_R2OD26_0Z5RDZ-i34K-pR.pdf)

Stumpf, Christian 2013. Creativity and Space: The Power of Ba in Coworking Spaces. (Erişim Tarihi: Ocak 2017)

[https://www.zu.de/daily-wAssets/pdf/Masterarbeit\\_Stumpf\\_Daily.pdf](https://www.zu.de/daily-wAssets/pdf/Masterarbeit_Stumpf_Daily.pdf)

Şirin, Selçuk 2015. Yol Ayrımındaki Türkiye:Ya Özgürlük Ya Sefalet. İstanbul: Doğan Kitap

Tapscott, Don 1998. Dijital Ekonomi. İstanbul: Koç Sistem Yayınları

Taşçıoğlu, Melike 2013. Bir görsel iletişim platformu olarak "Mekân". İstanbul: YEM Yayın

United Nations, 2015. Accessibility and Development. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

[http://www.un.org/disabilities/documents/accessibility\\_and\\_development.pdf](http://www.un.org/disabilities/documents/accessibility_and_development.pdf)

UNCTAD,2016. Creative Economy Programme. (Erişim Tarihi: Ocak 2017)

<http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>

YEKON, 2015. İstanbul Yaratıcı Ekonomi Atölyesi Raporu. (Erişim Tarihi: Şubat 2017)

<http://www.yekon.org/public/yaratici-ekonomi-atolyesi-raporu.pdf>

WCCR, 2015. World Cities Culture Report. Erişim Tarihi: Mart 2017

[http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/WCCF\\_Report2015\\_FINAL.pdf](http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/WCCF_Report2015_FINAL.pdf)

## **EKLER**

### **EK A: KAYNAKÇA HAKKINDA**

Ignasi Capdevila “Coworking spaces and the localized Dynamics of innovation. The case of Barcelona” çalışmasında İspanya’da Barcelona özelinde ortak çalışma alanlarının şehirle ve insanlarla girdiği etkileşimleri incelemiştir.

Marian Holienka ve Filip Racek “Coworking Spaces in Slovakia” çalışmalarında, Slovakya ülke genelinde ortak çalışma alanlarını incelemişler ve araştırmaları sonucunda ortak çalışma alanlarının genel yapısını ortaya koymuşlardır.

Amerikalı ünlü danışmanlık firmalarından biri olan ve esnek çalışma ve ortak çalışma üzerine kendi şirketleri içinde girişimleri bulunan Deloitte “Workplace of the Future” adlı raporunda geleceğin çalışma alanlarını mobil, bağımsız ve esnek olmak üzere üç ayrı başlıkta incelemiştir. Esnek çalışma alanı modelinin, şirkete, iş yapılış şekline ve çalışanlara olan faydaları üzerinde durmuştur (2016).

Skorstad ve Ramsdal (2009) çalışmalarında, yaratılacak esnek organizasyonlar ve bunun çalışma yaşamına etkisini, Avrupa’nın bakış açısı ile ele almaktadırlar. Globalleşme, bilgi teknolojileri ve servis sektörünün gelişmesiyle beraber, şirketlerin daha dinamik, esnek ve bürokrasinin azaltıldığı çalışmalara yönelmesini önermektedirler. Esnek çalışma kurallarının, çalışma yaşamı ile çalışma şartlarını açık bir şekilde belirleyemediği yönünde tartışmalar devam etmektedir. Skorstad ve Ramsdal esneklik kavramının dört noktada incelenmesi gerektiğini söylemektedirler. Bunlar: çalışma pratikleri, organizasyonel yapı, kültür ve network. Çalışmalarıyla temelde iki soruya cevap bulmaya çalışmaktadırlar. Daha esnek şirketlerin oluşması için bir trend var mı? Yaratılacak esnek şirketler çalışma şartlarını nasıl etkileyecek?

Williams (2005) kitabında getirilecek esnek çalışma kurallarının işverenlere avantaj sağlayacağını anlatmaktadır. İşverene sağlayacağı avantajları altı maddede ele almıştır: personelini elinde tutma, işe alma masrafları azaltma, eğitim masraflarından ve zamandan tasarruf etme, işe gelmemeyi engelleme, çalışanlarının memnuniyetini ve motivasyonunu arttırma, verimlilik ve kârda artış sağlama. İşveren ve işçilerin, esnek çalışma hakkındaki kuralları ve kendi haklarının çok farkında olmadığını, bu sebeple bu düzene geçmeden önce incelemeler yapılması gerektiğini savunmaktadır.

David Harvey Postmodernliğin Durumu (2012) adlı kitabında kapitalizmin politik ekonomik dönüşümü bağlamında Fordizm ve sonrası hakkında bilgi vermektedir. Mekân ve zaman deneyimini toplumsal hayatta bireysel mekânlar ve zamanlar üzerinden anlatan yazar, kültürel değişimlerin hayatımıza yansımalarını detaylı bir şekilde çizmiştir.

Selçuk Şirin (2015) “Yol Ayrımındaki Türkiye” adlı kitabında yeni ekonomi hakkında verdiği bilgilerde somut verilere dayanarak, Türkiye Cumhuriyeti’ndeki yaşanan ekonomik değişimin ne yönde olduğunu ve neler yapılması gerektiğini anlatmıştır.

İ. Emre Işık ve Yıldırım Şentürk (2009) “Öznel, Durumlar ve Mekanlar” adlı kitabında mekân ve toplum ilişkisini ele almış, sosyolojik açıdan mekânın insanlar üzerinde olan etkisini detaylı bir şekilde incelemişlerdir.

Starbucks CEO’su Howard Schultz (2014) “Gönlünü İşe Vermek” kitabında Starbucks girişiminin nasıl yayıldığını, girişimcilik gayretlerini, yaratıcılığı kullanma yöntemlerini, kafe tasarımlarında nelere dikkat ettiklerini ve mekânları sürekli nasıl yenilendiklerini belirtmiş, kahve kültürünün çalışma dünyasındaki etkisi üzerinde durmuştur.

Bir görsel iletişim platformu olarak “Mekân” (2013) adlı kitabında Melike Taşçıoğlu, insanların mekân yaratma süreçlerini ele almış; fiziksel yapı ve mimari öğeleri, mekânın kimliğini, iletişimi ve insanlarda bıraktığı izlenimler hakkında araştırmalarını yayınlamıştır.

Doç. Dr. Elif Haykır Hobikoğlu’nun “Yeni Ekonomide İnovasyon” (2014) kitabından ise yeni ekonominin dinamikleri, yaratıcılık ekonomisi hakkında verilere dayalı bilgiler incelenerek, ortak çalışma alanlarının yenedünya düzenindeki yeri hakkında bilgi sahibi olunmuştur.

Best Bielefeld ve Sebastian El Khouli, “Adım Adım Tasarım Fikirleri” (2014) kitabında mekân bağlamında tasarımın temel öğelerini, kullanıcı gereksinimlerinin nasıl karşılanacağını, sosyal ve sosyo-kültürel etkilerin mekân tasarımındaki yeri hakkında açıklamalar yapmışlardır.

Phil Hubbard ve Rob Kitchin, “Key Thinkers on Space and Place” kitabında yer ve mekân tartışmalarında dünyada önemli kabul edilen kişileri bir araya toplamışlar ve bu kişilerin fikirlerini açıklamışlardır.

Üç bağımsız değişkenden biri olan yaratıcı sınıf, bu kavramdan ilk defa söz eden Richard Florida’nın kaynakları üzerinden incelenmiştir. “Yaratıcı Sınıfın Yükselişi”

kitabında ekonomik düzeyi orta olan sınıfın yaratıcı olmak zorunda olduğunu ve gücünün buna bağlı olduğunu iddia etmektedir. ‘‘Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor’’ kitabında ise dünyanın küreselleşme ile beraber kentleştiğini ve bu kentsel dönüşümün küreselleşmenin önemli bir boyutu olduğunu söylemektedir. Küreselleşme içinde kentsel dönüşümün teknoloji, yetenek ve hoşgörü üçgeni üzerinde geliştiğini, hazırladığı indekslerle ortaya koymaktadır.

Yaratıcı endüstrilerin yükselişi iletişim, medya ve kültür araştırmaları, medya ve kültür politikaları ile sanat ve bilgi sektörlerinde yeniden düşünülmesi gerektiğini yazmaktadır. Yaratıcı endüstriler, kültür piyasalarının yaratıcı emek, finans ve risk dinamikleri yoluyla yaratıcı bir şekilde nasıl yeniden pazarlanacağına ve yeniden kullanılmaya başlandığına dair bir anlayış sağlayan bu tartışmalar yapmaktadır (Flew, 2012)

Kratke, Richard Florida’nın şehirler ve yaratıcı sınıf hakkında ortaya attığı iddiaları kritik etmektedir (2011). Bununla beraber, yaratıcı sınıfın ve yaratıcı endüstrilerin yeni kentsel büyüme kavramlarını kritik bir kentsel kuram perspektifinden sorgulamaktadır.

Budd, çalışmayı kavramlaştırmış ve çalışma olgusunun değişimini göstermiştir (2011). Modern sanayi toplumlarında sosyalleşenlerin çalışma kavrayışı, ana akım iktisat öğretisinin "istihdam" ile eř bir biçimde tanımladığı çalışma kavrayışıyla sınırlı olduğunu söylemiştir. Bu bakımdan emek piyasalarında ücret karşılığında yapılan eylemler dışındaki çok geniş bir eylemler alanını çalışma tanımlamasının dışında görme eğilimini tartışmaktadır.

## **EK B: ANKET SORULARI**

Google Forms uygulaması üzerinden hazırlanan anket sorularına aşağıdaki linkten ulaşılabilir. Ankete seçim kriteri olmadan rastgele farklı ortak ęalıřma alanlarını kullanan kişiler doldurmuştur.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScTX2PoI2jsJTPQTywM4d4BkcqCdWD CpmfDZKzdL0pcUEQ0Zg/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScTX2PoI2jsJTPQTywM4d4BkcqCdWD CpmfDZKzdL0pcUEQ0Zg/viewform?usp=sf_link)

### **BÖLÜM 1: Genel Bilgiler**

Ad-Soyad

Meslek

Kaç Yaşındasınız?

Üyesi olduğunuz veya daha önce kullandığınız "ortak ęalıřma alanı"

Aşağıdaki seğeneklerden birini işaretleyiniz!

\*Girişimciyim

\*Bir şirket bünyesinde ęalıřıyorum

\*Freelance ęalıřıyorum

\*Diğer



**BÖLÜM 2: Bir çalışma alanını yaratıcı olarak tanımlamak için önem durumuna göre bu bölümde yer alan özelliklere 1'den 5'e kadar puan veriniz. 1 az önemli, 5 çok önemli**

Açık Ofis, Duvarlar Yok

Temiz ve sağlıklı bir işyeri ortamı

Çalışma alanındaki ürünlerin esnek olarak kullanmaya uygun olması

Paylaşımlı masa sisteminin olması

Mekanda çalışan diğer kişilerle iletişim kurmanın kolay olması

Güvenilirlik

Mekan tasarımının sizin üzerinizde uyandırdığı duygu

**BÖLÜM 3: Ortak çalışma alanlarındaki aşağıdaki bazı özellikleri puanlayınız? 1 az önemli, 5 çok önemli**

Ulaşım kolaylığı

Alanı kullanan diğer kişilerin hangi meslek grubundan olduğu

Kendi mesleğinizden kişilerin çok olması

Üyelik Ücretleri

Sabit Dolap

Otopark

Ücretsiz Eğitimler

Hızlı ve kesintisiz internet

Ortak çalışma alanınının 7/24 açık olması

Farklı şehir ve ilçelerde şubeleşmiş olması

Prestijli bir lokasyonda bulunması

İçerde oluşan topluluk sayesinde yeni iş alabilme

#### **BÖLÜM 4: Kısa Cevaplı Sorular**

Ortak çalışma alanlarında kapalı ofis alanları olmalı mı? (evet/hayır)

Ortak çalışma alanlarında mutfak veya sohbet alanı olmak zorunda mı? (evet/hayır)

İstanbul'da çalışmayı tercih ettiğiniz ortak çalışma alanı küresel bir marka olmalı mıdır?(evet/hayır)

Ortak çalışma alanlarında masalar tek kişilik mi, paylaşımlı mı olmalıdır? (tek kişilik, paylaşımlı)

Sabit bir masanız olmasını mı istersiniz, yoksa mekan içinde farklı masalar da mı çalışmak isterdiniz? (sabit masa/gezici çalışma)

Sizece İstanbul'daki yaratıcı faaliyetler yaratıcı sektör için yeterli midir? (evet/hayır)

İstanbul'da yaratıcılığınızı tetiklediğini düşündüğünüz organizasyon veya etkinliklerden birini yazar mısınız?

Ortak çalışma alanı evinize yakın olmak zorunda mıdır? (evet/hayır)

İsteddiğiniz saatte mi çalışmak isterdiniz, yoksa geleneksel çalışma saatlerini mi tercih edersiniz? (istediğim saatte çalışmak/geleneksel çalışma saatleri)

Günde 8 saatten fazla mı çalışıyorsunuz? (evet/hayır)

Ortak çalışma alanlarında mı çalışmaya devam etmek istersiniz, yoksa starbucks gibi kahve evlerinde mi? (ortak çalışma alanı/kahve evi)

Bulduğunuz ortak çalışma alanını destekliyor musunuz?

\*evet destekliyorum, yeni üyeler getiriyorum

\*evet destekliyorum, eğitimler veriyorum açık alanda

\*evet destekliyorum, diğer mesleklerden kişilerle bilgilerimi paylaşıyorum

\*hayır desteklemiyorum

Hangi sektör çalışanlarının ortak çalışma alanında olmasını isterdiniz? Maksimum 3 adet yazınız.

Ortak çalışma alanında hangi yaratıcı aktivitenin olmasını isterdiniz?

Dünyadan yaratıcı bir çalışma alanı örneği verebilir misiniz?

Sizece ortak çalışma alanı nedir? İsteğe bağlı cevap, zorunlu değil

**BÖLÜM 5: Literatürde ve genel kanıda ortak çalışma alanlarını oluşturan beş unsur bulunmaktadır. Bu unsurları puanlayınız! 1 az önemli, 5 çok önemli**

İşbirlikçilik(collaborative)

Açıklık(openness)

Topluluk(community)

Erişilebilirlik(accessibility)

Sürdürülebilirlik(sustainability)

**BÖLÜM 6: Ortak çalışma alanlarını seçerken aşağıdaki iki maddeyi puanlandırırsınız? 1 az önemli, 5 çok önemli**

Giderlerimi azaltıyor!

Dayanışma ve ortak çalışma ortamı olması

## **EK C: YAPILANDIRILMIŞ RÖPORTAJ SORULARI**

### Ortak Çalışma Alanı Kurucuları/Yöneticileri Mülakat Soruları

1. Size göre bir ortak çalışma alanını tanımlayan kriterler nelerdir?
2. Bir girişim olarak ortak çalışma alanı açmanızın sebebi nedir?
3. Mekân tasarımına nasıl karar verdiniz? Dünyadaki örnekleri incelediniz mi, incelediyse kimleri? Mimarlık ofisiyle çalıştınız mı? Mekân kullanım alanını nasıl tasarladınız?
4. Müşterilerinize sağladığınız imkânlarla nasıl karar verdiniz?
5. Paylaşım ekonomisi nedir?
6. Hedef kitleniz kimlerden ve nasıl oluşuyor?
7. Bulduğunuz lokasyonları seçmenizin ilk üç nedenini söyler misiniz?
8. Ortak çalışma alanları gelecekteki çalışma gücünü ve ekonomiyi nasıl yönlendirecek?
9. Ortak çalışma alanları, çalışma standartlarını değiştirecek mi?
10. Ortak çalışma ve ortak çalışma alanı nedir?
11. Ortak çalışma alanları yayılmalı mı? Bu alanların gelişmesi için neler yapılmalıdır?
12. Şirketinizin vizyonu, misyonu ve hedeflediği üye kitlesi nedir?

### Ortak Çalışma Alan Kullanıcıları Mülakat Soruları

1. Mesleğiniz nedir? Hangi ortak çalışma alanını kullanıyorsunuz? Niçin bu alanı kullanıyorsunuz?
2. Ortak çalışma alanlarında hangi sınırlandırılan alanı (mekânı) kullanıyorsunuz? Niçin? (Masa, Ofis, vs.)
3. Size göre ortak çalışma alanının çalışma hayatına getirdiği yenilikler nelerdir? Size göre avantajları ve dezavantajları nelerdir?
4. Bir araba sahibi misiniz? İşe gelirken kullanıyor musunuz?
5. Lokasyonun özellikleri neler olmalıdır?
6. Ortalama kaç saat ve hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?
7. Diğer lokasyonları kullanıyor musunuz? Size nasıl bir fayda sağlıyor? (Çoklu lokasyonlar için geçerli soru)
8. Ortak çalışma alanlarında tasarım sizi etkiler mi? Nasıl?
9. Kahve evlerinde çalışmayı tercih ediyor musunuz? Neden?
10. Sizin için önemli olan ilk üç ofis hizmetini sıralayınız.

11. Ortak çalışma alanlarının gelişimini bireysel olarak desteklemek istiyor musunuz? Nasıl?

12. Ortak çalışma ve ortak çalışma alanı nedir?

Potansiyel Ortak Çalışma Alan Kullanıcıları Mülakat Soruları (Starbucks ve diğer kafeler)

1. Hiç ortak çalışma alanı duydunuz mu? Bildikleriniz var mı?
2. Niçin bir ortak çalışma alanında çalışmıyorsunuz? (birinci soru evet ise)
3. Burada yaşadığınız zorluklar var mı? Nelerdir?
4. Burada ortalama günlük harcamanız nedir?
5. Bu mekânı seçerken hangi kriterleri baz aldınız? (Müşterinize mi yakın, aracınız mı var, iş yaptığınız çevreye mi yakın?)
6. Ortak çalışma ve ortak çalışma alanı nedir?

