

IKEA-HACK'LERİN MEKÂN VE ÜRÜN KATEGORİLERİNE GÖRE İNCELENMESİ

Sena Berktaş, İstanbul Gedik Üniversitesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü
Renk Dimli Oraklıbel, Bahçeşehir Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü

Bu çalışmada IKEA-hack'ler "ikeahackers.net" internet sitesi üzerinden mekân ve ürün kategorilerine göre incelenmektedir. IKEA-hack, IKEA ürünleri üzerinde değişiklikler yapmak olarak tanımlanmaktadır. Bu eylemi gerçekleştiren ise IKEA-hacker olarak tanımlanmaktadır. IKEA-hacker'lerin, IKEA ürünlerini kendi ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda görsel veya işlevsel olarak farklılaştırarak kullandıkları görülmektedir. IKEA-hack eylem olarak ele alındığında kişilerin kendi yaptıkları ürünü kullanmalarıyla tüketen-üreten (*prosumption*) bir eylemdir. Bu sınıfın altında kendilerini ve ihtiyaçlarını ifade ederek yine kendileri bir ürün ortaya koydukları için de Kendin-Yap (*Do-It-Yourself*) hareketinin içinde yer alır. Literatürde, tüketen-üreten eylemler, Kendin-Yap pratiği ve bunların sonuçlarına dair oldukça fazla sayıda çalışma vardır. Aynı zamanda, bu pratikleri sürdüren kişilerin motivasyonlarına ilişkin bilgilere de rastlanmaktadır. Çalışma kapsamında IKEA-hack'ler incelenirken, IKEA-hack pratiği yoluyla kişilerin ihtiyaçlarını gidermek için gerçekleştirdikleri benzer eylemler ile arasındaki ortak noktalar hack'lerin değerlendirilmesinde faydalı olmuştur. Bu bağlamda, IKEA-hack ve Kendin-Yap uygulamalarında paralel amaçlar görülmekle beraber IKEA-hack uygulamalarında dar bir alandan maksimum fayda sağlamanın ayrıca bir motivasyon kaynağı olduğu not edilmiştir. Web sitesindeki pratikler üzerinden yapılan nicel analiz sonucundaki mekân değerlendirmesinde, yatak odasının en fazla, yemek odasının ise en az *hack* yapılan alanlar olduğu görülmüştür. Ürün kategorilerindeki değerlendirmelerde ise aydınlatma ve TV-dolap sistemlerinde yapılan çalışmaların öne çıktığı görülmüştür; tekstil alanında ise diğerlerine göre daha az çalışma yer almıştır. IKEA-hacker'lerin motivasyonları dikkate alındığında piyasadaki ürünlerin pahalı olması veya istedikleri ürünün piyasada mevcut olmaması ve mevcut ürünlerin yaşam alanlarına uymayıp ihtiyacı karşılamaması gibi nedenlerin önemli olduğu görülmektedir. Ancak, bu ve benzeri ihtiyaçlardan bağımsız olarak ev tekstili, dekorasyon gibi bazı bölümlerdeki hack'lerin daha ziyade hobi niteliğinde olduğu görülmüştür. Araştırmanın örnekleme web sitesine 2006-2018 yılları arasında yüklenen hack'ler arasından seçilmiştir ve 378 adet hack incelenmiştir. Bir grafik oluşturularak sayısal veriler ortaya konmuştur. Değerlendirmede "ikeahackers.net"teki örneklerle sıkça yer verilmiştir. Çalışma sonrası bir grup IKEA-hacker ile online olarak yapılan görüşmeler değerlendirilmiştir. Çalışma bulgularını değerlendirirken IKEA'nın stratejisi ve hitap ettiği kitle de göz önünde bulundurulmuştur. Tüm bu bilgiler harmanlanarak ortaya çıkan sonuçlar yorumlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: IKEA-Hack; Kendin-Yap (DIY); Mekân ve Ürün Kategorileri; Uyarlama; Kişiselleştirme.

GİRİŞ

Sanayi Devrimi'yle beraber insanların çalışma koşulları büyük değişiklikler göstermiştir (Jensen, 1993). Üretimden sorumlu işçiler devrim öncesi bir ürünün tamamıyla etkileşim halindeyken artık daha hızlı üretim için çalışanların her biri ürünün farklı bir kısmından sorumlu olarak aynı işi tekrarlamaya başlamışlardır. İnsanların yaptıkları işin tamamından haberdar olmamaları, çalışanları yaptıkları işe ve dolayısıyla da kendilerine yabancılaştırmıştır (Kohn, 1976; Toffler, 1974). Bu noktada, yabancılaşma karşıtı bir olgu olarak, insanın özüne dönme ve yapma eylemine ihtiyacı doğmuştur (Wood, 2017). Devrim öncesindeki gibi ürünle birbir ilişki halinde olmaya, kendilerinden, kendi özünden bir şeyler katarak tasarlayıp üretmeye eğilimler gözlemlenmiştir. Tüketicinin de kendi kullanıcı ürünün yaratım sürecine bir şekilde dahil olduğu bu faaliyetlerin hepsini kapsayan eylemlere tüketen-üreten eylemler denmektedir. Şayet bu faaliyetler endüstri tarafından yönetiliyorsa, ki kişiselleştirme (*personalization*) ve uyarılma (*customization*) böyle faaliyetlerdir, bunlar birlikte yaratım (*co-creation*) olarak tanımlanırlar (Pralhad ve Ramaswamy 2004) ve kullanıcı ile firmanın birlikte değer yarattığı süreçleri içerirler. Öte yandan, bireylerin kontrol ettiği süreçler ise Kendin-Yap olarak adlandırılırlar (Ritzer, 2010; Toffler, 1980). Bu faaliyetler içerisinde duvar boyama, köpek kulübesi yapma, mutfağı yenileme gibi insanların kendi imkânlarıyla gerçekleştirdiği projeler yer alır ve tarihsel olarak bakıldığında diğer tüketen-üreten eylemlerden daha önce ortaya çıkmış ve günümüze dek çeşitlenerek varlığını sürdürmüştür (Atkinson, 2006; Campbell, 2005; Wolf ve McQuity, 2010). Atkinson (2006) Kendin-Yap eylemlerini belirli gruplara ayırarak ele almıştır ve kişisel tatmin, üretileni satarak gelir sağlama, finansal açıdan güç yetirilemeyen ya da gerekli uzmanlara ulaşamadığı durumlarda tamir veya bakım yoluyla ihtiyacı gidermenin önemli motivasyon kaynakları olduğunu belirtmiştir. Bunun yanında, bir grup çalışmanın ise dekoratif amaçlı olduğunu söylemiştir. Saakes (2009) ise kişinin bir Kendin-Yap çalışması ortaya koymadaki amacının fonksiyonel veya estetik bir fayda sağlamak, ya da herhangi bir ihtiyacını gideren bir proje üretmek olduğunu söylemektedir.

IKEA-hack ise tüketen-üreten eylemlerinin içerisinde bireysel bir hareket oluşuyla Kendin-Yap sınıfında yer alır. IKEA-hack pratiğini gerçekleştiren kişiler (IKEA-hacker'ler) de bu bağlamda hem tüketen-üreten bireylerdir hem de Kendin-Yap faaliyetinde bulunurlar. Onları diğer Kendin-Yap faaliyetinde bulunan kişilerden ayrıcalıklı kılan ise bu pratiğin temeline IKEA ürünlerini koymaları ve bu ürünleri IKEA firmasının tasarladığı bağlamın dışına çıkararak - ürünü *hack*leyerek - bir anlamda firmanın otoritesini sorgulaması ve sarsmasıdır. Bu hack pratikleri incelendiğinde, insanların günlük yaşamda nelere ihtiyaç duyduğuna ve ne tür ihtiyaçlarına IKEA-hack yoluyla çözüm aradıklarına dair çıkarımlar yapılabilmektedir. Bu doğrultuda kişilerin hangi mekân ve ürün kategorilerinde çalışmalar yaptığı incelemeye değer görülmüştür.

IKEA-HACK

Genellikle hacker'lık olarak karşımıza çıkan kelimenin Türkçe'deki karşılığı kırıcılıktır (Eriş, 2009). Kelimenin fiil hali olan hack ise İngilizcede kırmak, parçalara bölmek anlamına gelmektedir ("Hack", t.y.). Kırma eylemini gerçekleştiren kişi ise kırıcı (*hacker*) olarak bilinmektedir. Hack kavramının Türkçe'ye yeterince yerleştiği düşünülmüş ve araştırma kapsamında kırıcılık ifadesine yerine IKEA-hack kavramına literatürde bilindiği haliyle yer verilmek istenmiştir.

IKEA-hack "ikeahackers.net" sitesinin kurucusu Jules Yap (2012) tarafından IKEA ürünleri üzerinde değişiklikler yapmak olarak tanımlanmaktadır. IKEA-hack'lar ve IKEA-hacker'leri yaptıkları çalışmalarını gerçekleştirirken motive eden etkenler birçok araştırmacı için inceleme konusu olmuştur (Rosner ve Bean, 2009; Saakes, 2009; Tanenbaum vd., 2013; Wang ve Kaye, 2011). Rosner ve Bean'ın (2009) yürüttüğü çalışmada bir IKEA-hacker IKEA-hack kavramını raftan bir IKEA ürünü alıp ihtiyaca göre kendi yorumunu katarak kişiselleştirmek ve ihtiyacı doğrultusunda ürünü pazardakinden daha iyi bir hale getirmek olarak tanımlamıştır. Wang ve Kaye (2011) ise IKEA-hack eylemlerini boş zamanların değerlendirildiği bir çeşit hobi olduğunu söylemektedir.

IKEA ürünleri üzerinde yapılan bu değişiklikler ürünün yalnızca dış görünüşünde küçük değişiklikler yapılmasından mevcut fonksiyonunun tamamen değiştirilmesine kadar farklılık göstermektedir. Bu şekilde çok fazla hack çeşidi ortaya çıkmaktadır. Bu durumda hangi eylemlerin IKEA-hack hareketi sayılabileceği, hangilerinin aslında bunun dışında tutulması gerektiği gibi bir takım fikir ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Rosner ve Bean'ın (2009) çalışmasında katılımcılar IKEA ürünleri üzerinde yapılan süsleme, boyama, kaplama gibi faaliyetleri küçümsediklerini, IKEA ürünlerinin zaten yeterince şık olduğunu, fonksiyon veya kullanımda fark yaratmayıp bir amacı olmayan çalışmaların IKEA-hack başlığı altında yer almaması gerektiğini dile getirmekte ve üzerinde yalnızca görsel değişimlerin yapıldığı çalışmaları bir çeşit dekupaj örneği olarak gördüklerini söylemektedirler.

Bu kapsamda "Ne tür çalışmalar IKEA-hack kapsamına girmektedir?" sorusuna genel bir yanıt vermek gerekir: üzerinde çalışma yapılan üründe firmanın doğrudan sunduğu şeklin dışına çıkma girişimlerinin IKEA-hack pratiğine dahil olduğu söylenebilir. Bu uygulamalar fonksiyonel olarak birtakım farklar yaratabileceği gibi yalnızca ürün renginde ufak bir değişiklik de içerebilir. Birtakım hack pratiğinde ürün üzerinde önemli modifikasyonlar yapıldığı ve mevcut ürünün çok farklı bir noktaya taşındığı görülmektedir.

"ikeahackers.net"teki uygulamalar incelendiğinde, insanların günlük yaşamı kolaylaştırmak, mekânsal problemleri çözmek ve mekânı daha efektif kullanabilmek, elindeki imkanlarla ihtiyacı doğrultusunda pratik çözümler geliştirmek adına yaptığı pek çok örnekle karşılaşılmaktadır. Bunun yanı sıra bir grup çalışmanın da ürüne yalnızca görsel olarak ufak değişimler kazandırma amacı taşıdığı görül-

mektedir. İlave olarak, ürün üzerinde görünür bir değişim yapılmaksızın firma tarafından tanımlanan senaryo dışında bir kullanım kazandırılması yine bir hack pratiği olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında tanım en geniş haliyle ele alınmış ve uygulamalar firmanın kullanım önerisinin dışına çıktığı takdirde IKEA-hack olarak değerlendirilmiştir.

IKEA Etkisi (The IKEA Effect)

IKEA Etkisi, kişilerin kendi emeklerini katarak yapmış olduğu ürünlere, bitmiş/hazır halde satın aldıklarından daha fazla değer vermeleri durumudur (Norton vd., 2012). Bu tanımlama, IKEA'nın pazarlama stratejileri ile 2012 yılında ortaya konulmuştur. Devamında psikoloji alanında araştırmalara konu olmuştur ve literatürde bu kapsamdaki çalışmalar karşımıza çıkmaktadır (Colombo vd., 2015; Hultén, 2012). IKEA'da müşterilerin kurulu halde evlerine hazır gelen bir ürünle karşılaşma durumu olmadığından, müşteriler ürün seçme, parçaları toplama, nakliyat ve ürünü kurma gibi tüm süreçlerin içerisinde yer almaktadır. IKEA mağazalarında alışveriş yapılırken sıkça kâğıttan yapılmış metre ile küçük kalemler ve not kâğıtlarıyla karşılaşmaktadır. Kullanıcının evine dair ölçüleri bildiği varsayılarak, mağazadaki ürünlerin boyutlarının müşterinin alanı için uygun olup olmadığı ölçülerek belirlenir. Kullanıcı mağaza personelinden yardım istemek yerine sorumluluk alıp kendisi eyleme dâhil olmakta, beğendiği ürünleri ölçerek-inceleterek kendisi karar vermektedir. Firmanın satış sonrasında uyguladığı stratejiler doğrultusunda müşterilerin aldıkları ürünü kendilerinin monte etmesi teşvik edilmekte, nakliye ve kurulum aşamasında yer almasını sağlamaktadır. Müşteriler ürünü evlerinde kurarken ürün içerisinden çıkan kitapçık doğrultusunda vidaların hangi delikle temas halinde olacağı hangi parçaların birbiri ile eşleşeceği üzerinde düşünüp ürünü son haline getirmek durumundadırlar.

Bu iş modeli sayesinde kullanıcılar, ürünün detaylarına hâkim olmaları ve parçaları bir araya getirme esnasında ürün ile temas halinde olmaları dolayısıyla, potansiyel bir IKEA-hacker'e da dönüştürmektedir (Knott, 2013). Hatta, IKEA'nın kurulum kitapçığını takip ettirerek tasarım detayları, çözümleri ve bilgi birikimine dair müşterilerine eğitim verdiği dahi iddia edilebilir. Hacker'lar da IKEA mobilyalarının estetiğini, ambalajlarını ve kurulum kitapçıklarını takip ettiklerini ve bunların hack uygulamalarında kolaylaştırıcı olduklarını belirtmişlerdir (Rosner ve Bean, 2009). Bu bağlamda IKEA'nın kendi otoritesinde küçük güvenlik boşlukları yarattığı ve bu boşluklardan hacker'ların faydalandıkları söylenebilir.

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada "ikeahackers.net" internet sitesindeki pratiklerden yararlanılmış, örneklem basit örneklem seçimi ile bu web sitesinden oluşturulmuştur. Araştırma yöntemi olarak nicel içerik analizi seçilmiş, örneklemde yer alan hack'lar mekân ve ürün kategorilerinde ayrı ayrı incelenmiştir. Örneklem geniş tutularak nicel çalışma gerçekleştirilmiş ve hack'ların hangi mekânda ve ağırlıklı olarak han-

gi amaçla gerçekleştirildiği ortaya konmaya çalışılmıştır. Ortaya çıkan değerler grafikler üzerinden oransal olarak ifade edilmiştir. Sayısal veriler değerlendirilirken IKEA-hacker'lerin çalışmalarının altında yer verdikleri ayrıntılı açıklamalar, görüşme yapılan IKEA-hacker'lerin yanıtları, IKEA'nın stratejisi ve hitap ettiği kitle göz önünde bulundurulmuştur.

Örneklem Seçimi ve Örneklem Oluşturma:

Örneklem “ikeahackers.net” adında 2006 yılında kurulan, IKEA-hack uygulamalarının düzenli bir şekilde yer aldığı internet sitesinden belirlenmiştir. Bu internet sitesi kendisine gönderilen hack'ları kendi envanterindeki çalışmalarla karşılaştırmakta ve daha önce sitede yer alan hack pratiklerine tekrar yer vermemektedir. İnternet sitesinde 2006-2018 yılları arasında yer alan 6313 hack pratiği içerisinden seçim yapılarak gerekli veriler kayıt altına alınmıştır. Örneklem oluştururken veriler toplam hack sayısı olan kitle boyutunun yanında hata payı %5, güven seviyesi %95 olarak kaydedilmiştir. Hesaplamalar sonucu örnekleme 378 uygulamaya yer verilmiştir ve tüm yılları kapsayan homojen bir dağılım olması istenmiştir (Tablo 1). Bu doğrultuda örneklem sayısı toplam hack sayısına bölüldüğünde toplam hack miktarının %6'sının inceleneceği görülmüştür. Bunun üzerine her yıl gerçekleştirilen hack sayısının %6'sı örnekleme dahil edilmiştir.

Sitedeki hack'lerin incelenmesinin yanı sıra araştırma kapsamında siteye çalışmalarını yollayan IKEA-hacker'ler ile de iletişim kurulmuştur. “ikeahackers.net”in sosyal medya hesabından hack pratiği paylaşılan son 30 IKEA-hacker'e bir araştırmada yardımcı olmalarını isteyen bir mesaj gönderilmiştir. 7 kişi geri dönüş yapmıştır ve yardımcı olabileceğini söylemiştir. Kişilerin e-mail adresleri-

Tablo 1. 2006-2018 yılları arasında mevcut uygulamalardan seçilen hack miktarı

| Yıllar | Toplam hack miktarı | Örnekleme miktarı |
|---------------|----------------------------|--------------------------|
| 2006 | 93 | 5 |
| 2007 | 279 | 17 |
| 2008 | 246 | 14 |
| 2009 | 278 | 17 |
| 2010 | 529 | 32 |
| 2011 | 1366 | 82 |
| 2012 | 1178 | 71 |
| 2013 | 796 | 48 |
| 2014 | 552 | 33 |
| 2015 | 385 | 23 |
| 2016 | 331 | 20 |
| 2017 | 158 | 9 |
| 2018 | 122 | 7 |
| Toplam | 6313 | 378 |

ne uygulamalarına dair hack(lar)'ın kurgulandığı mekân özelinde soruları içeren bir form gönderilmiştir. Formu 4 kişi yanıtlayıp geri göndermiştir. Katılımcı azlığından dolayı çalışmanın ikinci aşamasında nitel araştırma yöntemleri sağlıklı olarak kullanılamasa da çalışmanın ilk aşamasına destek olması amacıyla araştırma kapsamından çıkarılmamıştır.

Çalışma:

Ana çalışma gerçekleştirilmeden önce bir pilot çalışma yapılmıştır. 2006-2018 yılları arasında her yıla ait rastgele 2 adet hack pratiğinin seçilmesiyle gerçekleştirilen pilot çalışmada toplamda 26 hack pratiği incelenerek gerekli bilgiler bir tabloda kayıt altına alınmıştır.

Pilot çalışmanın başında yalnızca mekânsal bir inceleme yapmak için taslak bulunmaktaydı. Ancak, IKEA'nın internet sitesindeki tanımların göz önünde bulundurulmasının daha doğru sonuca götüreceği düşünülerek firmanın “mekân ve ürün kategorileri” başlığındaki kategorilerin kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmüştür. İncelenen uygulamalarda bu kategorilerin yanı sıra balkon ve bahçeye yönelik ve evcil hayvanlar için tasarımların da yer aldığı görülmüştür. “Diğer” seçeneği ile pilot çalışma toplam 18 kategori üzerinden yürütülmüştür. Her ne kadar “ikea.com”da mekân ve ürün kategorileri'ne beraber yer verilse de çalışmaların ‘mekân’ ve ‘ürün kategorileri’ başlıklarında ayrı ayrı ele alınmasının araştırma yaklaşımı ve anlaşılabilirliği açısından daha doğru olacağı düşünülmüştür. Bulguların tartışılması da bu iki eksen üzerinde yürütülmüştür. Pilot çalışmadan sonra asıl çalışmayı gerçekleştirmek üzere revize edilen Tablo 2 aşağıdaki gibidir:

Ana çalışmaların incelendiği tabloda “ürün başlığı”, “yükleme tarihi”, “link”, “mekân” ve “ürün kategorileri” bölümü olmak üzere 5 bölüm yer almaktadır. Hack'lara ve bölümlere ait veriler bir Excell dosyasına eklenmiş ve sistematik bir şekilde incelenmiştir.

Tablo 2. Ana çalışmada kullanılan mekân ve ürün kategorileri

| Mekân | | | | |
|-----------------------|---------------------|---------------|-------------|----------------|
| Antre | Çalışma Alanları | Çocuk | Mutfak | Yatak Odası |
| Ardiye | Banyo | Oturma Odası | Yemek Odası | Balkon / Bahçe |
| Ürün Kategorileri | | | | |
| Aydınlatma | Ev düzenleme | Ev dekorasyon | Ev tekstil | |
| Kitaplıklar ve raflar | TV-dolap sistemleri | Evcil hayvan | Diğer | |

BULGULAR

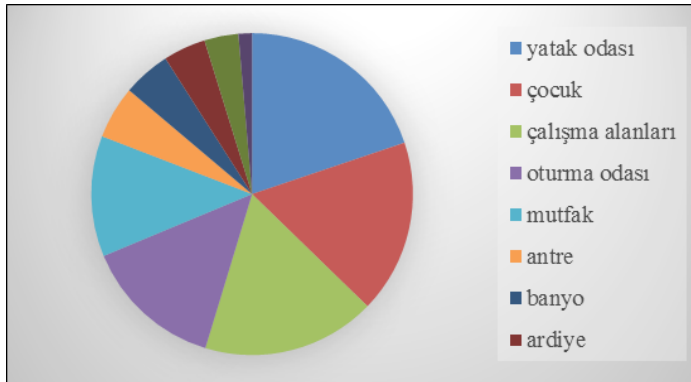
Ürünler mekân bağlamında incelendiğinde IKEA'nın dar mekânlar için yaptığı tasarım stratejisi ile ilişki kurmak mümkündür. IKEA mağazalarında dar alanda efektif yaşam alanı oluşturmak adına yapılan pek çok düzenleme bulunmaktadır (Resim 1). "ikeahackers.net"te de kullanıcıların küçük yaşam alanlarından daha fazla faydalanabilmek adına yaptığı pek çok hack pratiği ile karşılaşılmaktadır.

Çalışma örnekleminde incelenen hack'lar mekân kategorileri altında ele alındığında Resim 2'de yer alan dağılım ortaya çıkmaktadır. Hack'lar mekân bağlamında ele alındığında en çok uygulamanın yatak odasında, en az ise yemek odasında yapıldığı ortaya çıkmıştır.

Yatak odasında kişiselleştirme örnekleri ile sık karşılaşılmaktadır. Bir IKEA-hacker yatak çerçevesini beğenisine göre yeniden tasarlamış, ahşap olan yatak başlığını kumaş ve içerisine yerleştirdiği yumuşak malzemelerle daha kendisine göre daha kullanışlı hale getirmiştir (Upholstered Fjellse-2011). Bir diğer IKEA-



Resim 1. İKEA mağazasında dar alanlara örnek yerleşimler



Resim 2. Hack'lerin miktarının mekânda oransal gösterimi



Resim 4. Çocuk odasında IKEA-hack pratiği: A) IKEA'nın mevcut ürünleri (Kaynak: ikea.com); B) Çalışma sonrası oluşturulan alan (Kaynak: ikeahackers.net)

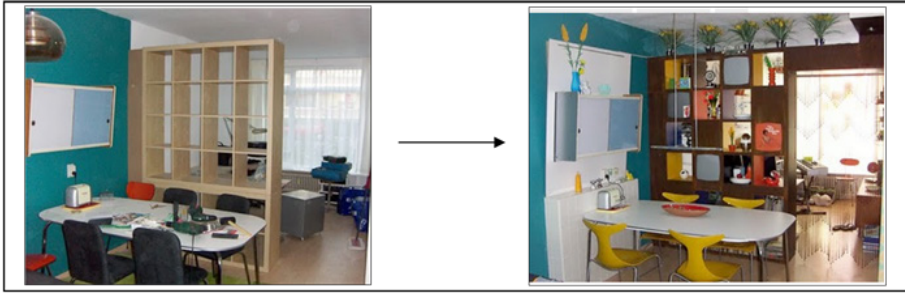
Çalışma alanlarına yönelik hack'ler incelendiğinde bu alanda çoğunlukla çalışma masasına yönelik uygulamalar gerçekleştirildiği görülmektedir. Çalışma masasından daha fazla verim almak adına komodinin masanın altına yerleştirilerek çekmece olarak kullanılması, çalışma yapılan üst yüzeyin genişletilmesi için ek parçalar kullanılması, raf eklenmesi gibi çalışmalar "ikeahackers.net"te sıkça yer almaktadır. Bir IKEA-hacker birbirine 90 derece konumlanan iki kitaplığın arasında geniş bir raf oluşturarak kendisine bir çalışma masası oluşturmuştur (Cut Corners for a Corner Desk-2008). Bu gibi uygulamalar, çalışma alanlarında alandan daha fazla verim elde etmek için önemlidir.

Oturma odasında da benzer amaçla gerçekleştirilen uygulamalar görülmekle beraber, yüzeyi yenilenmek istenen sehpa'nın boyanması, eskiyen koltukların kaplanması gibi yenileme-iyileşme çalışmaları da yer almaktadır.

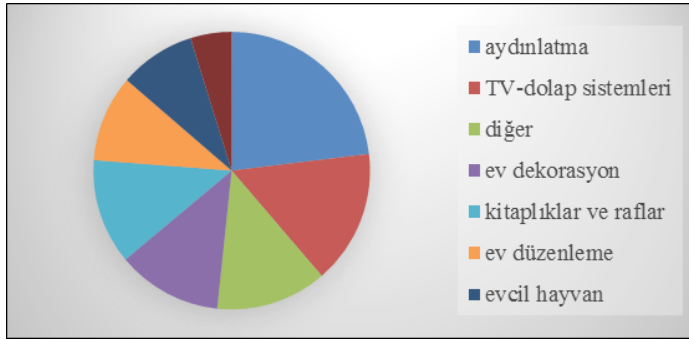
Mutfak ile ilgili çalışmalar ise daha çok depolama alanı oluşturma üzerinedir. Bunun için tezgâh altları, dolap içleri, raflar ve mutfak dolapları mümkün olduğunca değerlendirilmiştir (Customized Kitchen Pantry-2010). Ayrıca, açılır kapanır masa yapımı, bir ahşap parçasının değerlendirilerek duvara monteli masa haline getirilmesi, evin farklı alanları için tasarlanan mobilyalarının bu alana uyarlanarak kullanılması da karşılaşılan diğer örneklerdendir.

Antre için yapılan hack'lar incelendiğinde ise Resim 5'teki gibi bu alandan faydalanmak, kullanılabilir hale getirmek adına çeşitli çalışmalar karşımıza çıkmaktadır. Ardiye alanında ise ürünlerin istiflerken raflar ve dolaplar yardımı ile alandan maksimum verim elde etme çabasına dair örnekler öne çıkmaktadır.

Banyodaki çalışmalarda evin banyo dışındaki farklı alanlar için tasarlanan konsol, gardirop, şifonyer ve benzeri mobilyaların banyo dolabına dönüştürülmesine de sıkça rastlanmaktadır. Bu örneklerde amacın banyodaki depolama alanı artırmaya yönelik olduğu anlaşılmaktadır.



Resim 5. Antrede hack pratiği örnekleri: A) EXPEDIT kitaplıktan paravan oluşumu; B) Dolap kapaklarından paravan yapımı (Kaynak: icheackers.net)



Resim 6. Hack'lerin miktarının ürün kategorilerinde oransal gösterimi

Yemek odası ise IKEA-hack uygulamalarının oldukça az görüldüğü alanlardır. Bu alanda çok az hack yapılması ise firma ile eşleşen müşteri kitlesinin evlerinde çoğunlukla bir yemek odasının bulunmaması ile açıklanabilir.

Balkon-bahçe alanında ise kişilerin balkonlardan bir bahçeye yakın şekilde yararlanabilmek adına çeşitli faaliyetler gerçekleştirdikleri görülmektedir. Paravanı sarmaşık duvarı olarak kullanma gibi pek çok uygulama balkonlarda bahçe görüntüsünü anımsatabilmektedir.

Ürün kategorileri kapsamında IKEA-hack'ler incelendiğinde aydınlatma alanındaki uygulamaların öne çıktığı görülmektedir (Resim 6).

Aydınlatma konusunda bu kadar çok sayıda uygulama yapılması (%16,58) aydınlatma elemanlarının kullanımının her alanda gerekli olmasıyla ve IKEA'da aydınlatma ürünlerinin parçalarının ayrı satılıyor olması ile açıklanabilir. Görüşme yapılan katılımcılardan biri çalışmasını ve hack yapma nedenini şu şekilde açıklamıştır:

“PENDANT Blok lambayı bir dükkândan çok düşük bir fiyata aldım çünkü birçok eksik parçası vardı. O lambayı satın alıp IKEA'da uygun bir parça bulabileceğimi ve bu par-

çaları bir araya getirebileceğimi düşündüm. IKEA'nın ardından hırdavatçı dükkânında da uğrayıp gereken parçaları temin ettim.”

Ev düzenleme, ev dekorasyon, kitaplıklar, raflar ve TV-dolap sistemleri de IKEA-hack uygulamalarının çok sayıda yer aldığı alanlardır. Örneğin, bir IKEA-hacker bıçaklık, kalemlik gibi elindeki malzemeler ve IKEA'dan satın aldığı manyetik tahta ile notlarını ve kırtasiye malzemelerini düzenli olarak yerleştirebileceği bir pano oluşturmuştur (How to Make a Woodgrain Magnetic Memo Board and Tool Storage-2011). Bir diğer IKEA-hacker resim çerçevelerinin içerisine birtakım eklemeler yaparak takı düzenleyicisi tasarlamıştır (An Artsy Jewellery Organizer-2013).

Ev dekorasyonunda gerçekleştirilen hack'lar daha çok dış görünümü iyileştirmek veya farklılaştırmak adınadır (A Time Bomb Clock-2007, I'll be Away for Christmas, What About You?-2019). Uygulamalar içerisinde IKEA'da satılan sade bir duvar saatinin bir takım görselleştirme işlemleriyle antika görünümlü klasik bir saate dönüştürülmesi bu gruba örnek verilebilir. Bununla beraber Resim 7'deki gibi farklı fikirler ile ortaya çıkarılan dekorasyon objelerine yönelik örneklerle de sıkça karşılaşılmaktadır.

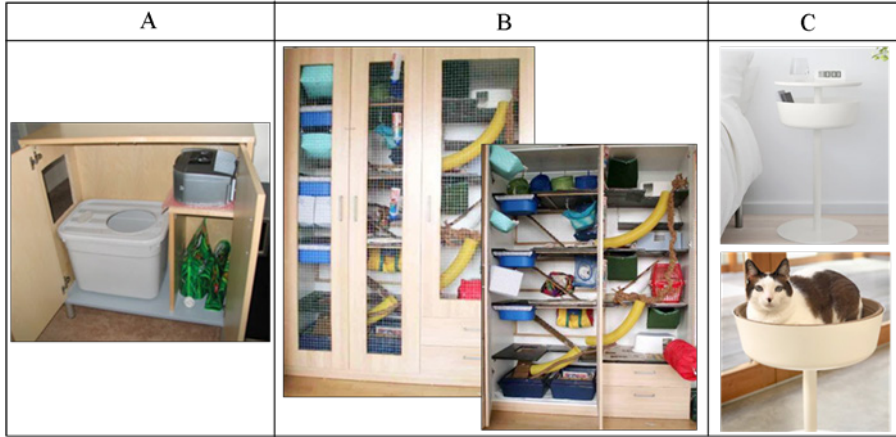
TV-dolap sistemleri kategorisinde farklı mobilyaların TV ünitelerine dönüştürüldüğü örnekler oldukça fazladır (Projection Tv Entertainment Center-2007, Robin Inspired Home Theatre Furniture-2007, Besta Floating Media Cabinet with Flat Panel TV-2011).

Kitaplıklar ve raflar ile ilgili yapılan hacklarda kişiler daha çok mevcut ürünlerini birtakım uyarlamalarla ürünleri kendilerine göre daha kullanışlı hale getirmektedir.

Ev tekstili ürünleri incelendiğinde çalışmaların büyük bir çoğunluğunda perde ve halıların renklendirilmesi üzerine çalışmaların yer aldığı görülmektedir (Bold Painted Rug-2011, Mod Pink Geometric Painted Erslev Rug-2011).



Resim 7. Mekân ve ürün kategorilerinde ev dekorasyon alanında bitki alanı uygulamasına örnek: LACK sehpadan bitki alanı oluşumu (Kaynak: ikea.com; icheahackers.net)



Resim 8. Evcil hayvan yaşam alanı bölümünde hack pratiği örnekleri; A) Dolabın içerisinde tuvalet alanı oluşturma; B) Hamster için yaşam alanı oluşturmak adına dolap içinin uygun hale getirilmesi (Kaynak: ikeahackers.net); C) Görüşme yapılan bir katılımcının anlattığı IKEA-hack uygulaması

Evcil hayvanlar için ortaya konan hack pratiklerinin büyük çoğunluğunun evin içerisinde onlara yararlanabilecekleri ve ihtiyaçlarını sağlayabilecekleri bir mekan yaratmak üzerine gerçekleştirildiği görülmüştür (Resim 8).

Diğer kategorisinde yer alan hack'lar ise cam raflardan pencere yapımı (International Shed of the Year is an IKEA Hack, 2009), birkaç LACK sehpanın birleştirilmesiyle üç boyutlu yazıcı oluşturulması (A 3D Printer Framework Never Looked so Good-2016) ve yine 15 adet LACK sehpanın kullanımı ile bir sergi alanı oluşturulması (15 Lack Tables as Metabolight Interactive Display Unit-2017), iki adet masa, koltuk, raf ünitesi, mesnet ve bağlantı elemanlarını bir araya getirilerek ev sinema-oyun sistemi meydana getirilmesi ('Dahl Vader' Home Theatre Gaming Workstation Boss Chair-2016) gibi farklı alanlara ait münferit çalışmalardır.

SONUÇ

Tüketen-üreten ve Kendin-Yap kategorilerinin altında yer alan bir pratik olarak IKEA-hack incelendiğinde, her iki üst pratiğe paralel motivasyonlar gözlemlenmiştir. Bununla beraber, genel olarak işlevsel fayda birincil amaç olarak tespit edilse de belirli alanlarda çalışmaların yalnızca hobi olarak yapıldığı ve sadece bir takım görsel değişimlerin yer aldığı kaydedilmiştir. Özellikle çalışma kapsamında yer alan hack'ları gerçekleştiren kişiler için mekânsal fayda ve dar alanlardan daha çok verim elde etme oldukça önemlidir. IKEA-hack'lar mekâna göre incelendiğinde yatak odasının en fazla hack yapılan alan olduğu görülmektedir. Bu alandaki uygulamalarda uyuma eylemine yoğunlukla dinlenme, çalışma, depolama gibi ihtiyaçlara ait gereksinimler eklenerek bir odanın mekânsal işlevine katkıda bulunulmuştur. IKEA-hack'lar ürün kategorilerine göre değerlendirildi-

ğinde ise çalışmaların aydınlatma ve TV-dolap sistemleri bölümünde yoğunlaştığı görülmüştür. Bu gruptaki hack'lerin öne çıkmasında IKEA'da aydınlatma ürünlerinin ayrı parçalar halinde satılmasının ve TV ünitesi oluşturmak isteyen müşteriye çok farklı seçenek sunarak bunları bir araya getirmesinin teşvik edilmesinin IKEA-hacker'lerin uygulamalarında etkili olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra ev dekorasyon, kitaplıklar ve raflar, ev düzenleme ve evcil hayvan kategorisinde görece daha az çalışma gerçekleşmiştir. Genel anlamda çalışmalarda dar bir alana sahip olunması sebebi ile bir üründen birkaç şekilde yararlanmak istemek, satın aldıkları bir üründe kişiselleştirme yaparak kendilerine uygun hale getirmek, piyasada bulamadıkları veya pahalı buldukları bir ürünü oluşturmak temel motivasyon olarak görülmüştür. Bunlardan farklı olarak ev dekorasyon ve ev tekstili bölümündeki hack pratiklerinin daha çok hobi olarak gerçekleştirildiği, bu çalışmalarda günlük ihtiyaçlara yönelik girişimlerin geri planda kaldığını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Atkinson, P. (2006). Do It Yourself: Democracy and Design. *Journal of Design History*, 19(1), 1-10.
- Campbell, C. (2005). The Craft Consumer: Culture, Craft and Consumption in a Postmodern Society. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 23-42.
- Colombo, B., Laddaga, S. ve Antoniotti, A. (2015). Psychology and Design. The Influence of the Environment's Representation over Emotion and Cognition. An ET study on Ikea design. *Procedia Manufacturing*, 3, 2259-2266.
- Eriş, U. (2009). Türkiye'de Kırıcı (Hacker) Kültürü. (Yayımlanmamış doktora tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Hack. (t.y.). *Cambridge Dictionary* içinde. 15 Ağustos 2020 tarihinde dictionary.cambridge.org adresinden erişildi.
- Hultén, B. (2012). Sensory Cues and Shoppers' Touching Behaviour: The case of IKEA. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(4), 273-289.
- IKEA. 15 Ağustos 2020 tarihinde www.ikea.com adresinden erişildi.
- IKEAhackers. 15 Ağustos 2020 tarihinde www.ikeahackers.net adresinden erişildi.
- Jensen, M. C. (1993). The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems. *The Journal of Finance*, 48(3), 831-880.
- Knott, S. (2013). Design in the Age of Prosumption: The Craft of Design after the Object. *Design and Culture*, 5(1), 45-67.
- Kohn, M. L. (1976). Occupational Structure and Alienation. *American Journal of Sociology*, 82(1), 111-130.
- Norton, M. I., Mochon, D. ve Ariely, D. (2012). The IKEA Effect: When Labor Leads to Love. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 453-460.
- Prahalad, C. K. ve Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.

- Ritzer, G. (2010). Focusing on the Prosumer. *Prosumer Revisited* içinde (61-79). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rosner, D. ve Bean, J. (2009). Learning from IKEA Hacking: I'm not One to Decoupage a Tabletop and Call it a Day. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 419-422.
- Saakes, D. (2009). Big Lampan Lamps: Designing for DIY. *Proceedings of the Seventh ACM Conference on Creativity and Cognition*, 403-404.
- Tanenbaum, J. G., Williams, A. M., Desjardins, A. ve Tanenbaum, K. (2013). Democratizing Technology: Pleasure, Utility and Expressiveness in DIY and Maker Practice. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2603-2612.
- Toffler, A. (1974). *Şok*. (S. Sargut, Çev.) İstanbul: Koridor Yayıncılık.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave* (484). New York: Bantam Books.
- Wang, T. ve Kaye, J. J. (2011). Inventive Leisure Practices: Understanding Hacking Communities as Sites of Sharing and Innovation. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 263-272.
- Wolf, M. ve McQuitty, S. (2010). Understanding the Do-It-Yourself Consumer: DIY Motivations and Outcomes. *AMS Review*, 1(3-4), 154-170.
- Wood, A. (2017). *Karl Marx* İstanbul: İletişim Yayınları.