

# HİKAYELER İŞ BAŞINDA: TÜRKİYE’DE FİRMA İÇİ ÇALIŞAN ENDÜSTRİYEL TASARIMCILARIN ÇALIŞMA KOŞULLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Gizem Öz, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü  
Özlem Er, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Son zamanlarda yaratıcı endüstriler, yaratıcı iş gibi kavramlar örgütsel çalışmalar, işletmecilik çalışmaları, emek çalışmaları gibi birçok farklı araştırma alanında ele alınmaktadır. Bu çalışmalarda yaratıcı işin üretim sürecinin öznel ve otonom ilerlediği belirtilirken, bu üretim biçimini beslemek için çalışanlara esnek çalışma koşulları sağlanması gerektiği öne çıkan yorumlardan biridir. Bunun yanı sıra birçok kaynak, üretim süreçlerinin üst yönetim tarafından dikte edilmediği, çalışanın kendi iş yapma sürecini kendisinin planladığı bir iş ortamının öz-sömürü, öz-kontrol, çoklu-görev yüklemesi gibi yaratıcı endüstrilerle özdeşleştirilen olumlu niteliklerle çelişen sonuçlar doğurabileceğini belirtmektedir. Bu bildiri kapsamında sonuçları paylaşılacak olan çalışma 2015 yılında yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de bir firma bünyesinde ücretli olarak çalışan endüstriyel tasarımcıların çalışma koşulları esneklik kavramı üzerinden incelenmiş; tasarımcıların kendi çalışma koşullarını nasıl değerlendirdikleri, bu koşulların tasarım süreçlerine, iş ve sosyal hayatlarına etkileri hakkındaki öznel değerlendirmeleri kayıt altına alınmıştır. Bu doğrultuda 14 endüstriyel tasarımcı ile söyleşiler gerçekleştirilerek onlardan iş hayatlarına ve çalışma koşullarına dair hikayeler toplanmıştır. Çalışmada amaçlanan, bir olguyu (çalışma koşulları) onu oluşturan çeşitli değişkenlerle incelemenin yanı sıra, kişilerin deneyimleri arasındaki farklılıkları ortaya koyarak endüstriyel tasarımcıların kendi çalışma koşullarını nasıl yorumladıklarını anlamaktır. Araştırma, yaratıcı iş kavramı ile ilişkilendirilen öznellik, otonomi ve esneklik gibi kavramların tasarımcılara iş hayatında belirsiz ve düzenlenmemiş çalışma koşulları olarak geri döndüğünü göstermektedir. İş süresi ve sürecinde esneklik tasarımcılar için iş tanımlarının belirsizliği ve genişlemesi, çalışma saatlerinin ve iş yükünün artması, iş-sosyal yaşam dengelerinin bozulması gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaratıcı endüstriler; tasarım; çalışma koşulları; esneklik.

## GİRİŞ

Bu bildiri de sonuçları paylaşılacak olan araştırma yüksek lisans tezi kapsamında yapılmış olup (Öz, 2015), araştırmanın amacı Türkiye’de ücretli olarak çalışan endüstriyel tasarımcıların çalışma koşullarını esneklik kavramı üzerinden incelemektir. Araştırma, tasarımcıların kendi çalışma koşullarını, bu koşulların tasarım

süreçlerini, iş ve sosyal hayatlarını nasıl etkilediği konusundaki öznel değerlendirmelerini öğrenmeyi ve tasarımcıların Türkiye’deki güncel çalışma koşullarının anlaşılmasına katkı yapmayı hedeflemiştir.

Bu bağlamda, ilk olarak yaratıcı iş ve bu işlerde çalışanlar hakkında yapılan çalışmalara referans verilerek, değişen iş dinamikleri anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu alanlarda öne çıkan öznellik, otonomi ve esneklik kavramları incelenerek araştırmanın kapsamı ortaya konulacaktır. Bu konferans kapsamında tasarımcıların güncel koşullarını ortaya koyan araştırma sonuçlarının daha ilgi çekici olacağını düşünmekteyiz. Bu nedenle literatür kısmı olabildiğince kısa tutularak araştırma yöntemi ve kapsamından bahsedildikten sonra, esas ağırlık çalışmanın bulgularına verilecektir.

## YARATICI İŞ VE ÖRGÜTSEL DİNAMİKLER

1950’lerden itibaren hem sosyal hem ekonomik alanda önemli değişimlerin yaşandığı konusunda uzlaşılmaktadır (Florida, 2002; Julier, 2008; Lazzarato, 1996; Smith ve Thompson, 1998). Bu değişimler ile ortaya çıkan yeni iş biçimlerini incelemeye ve kuramsallaştırmaya dönük çabalarla örgütsel çalışmalar, işletme çalışmaları, emek çalışmaları gibi birçok farklı araştırma alanında karşılaşabiliriz. Bazıları ‘bilgi toplumunun’ ortaya çıkışı ile reklamcılık, dijital medya ve tasarım gibi ‘yaratıcı endüstriler’ başlığını oluşturan alanların ekonomi içerisinde yeni bir pozisyona geldiğini ve bu alanlara yönelik yeni iş teorilerinin üretilmesi gerektiğini savunmaktadır (Hesmondhalgh, 2002; Ross, 2004). Yaratıcı endüstrileri, çalışanın (Standing, 2011) ve emeğin (Lazzarato, 1996) değişen koşulları ve biçimleri üzerinden inceleyen yaklaşım biçimleriyle karşılaşılabılır. Ya da ‘yeni ekonomilerin’ ortaya çıkışını ‘yaratıcı sınıfın yükselişi’ (Florida, 2002) olarak tanımlayanlar da bulunmaktadır. Bu bölümde, yaratıcı endüstriler üzerine gelişen bu farklı görüşleri kısaca açıklayarak Türkiye’de tasarımcıların çalışma koşullarını tartışabilmek için bir arka plan yaratmaya çalışacağız.

Smith ve Thompson (1998) yaratıcı endüstriler ile değişen dinamikleri üç ana başlık altında özetlemiştir. Öncelikle, yaratıcı endüstrilerde üretilmesi beklenen ürün ve ürünün içeriği farklıdır. Çoğu ürün yaratıcı emekle ortaya çıkan elle tutulamaz özellikler (kültürel kodlar, normlar, anlamlar) taşır. İkinci olarak, üretilmesi beklenen ürün farklı olduğu için, üretim süreçleri de artık farklı yorumlanmaktadır. İşin taşınması beklenen yaratıcı özden dolayı, yöneticiler tarafından önceden planlanmış ve çalışanların uyması gereken yukarıdan aşağıya katı üretim süreçleri yerine, çalışanın kendi üretim sürecini de tasarladığı esnek, öznel emek süreçleri yaşandığı belirtilmektedir. Üçüncü fark da çalışan ile yönetici arasında kurulan ilişkidir. Organizasyon yapılarının yeni üretim süreçlerinin ihtiyaçları doğrultusunda değişerek yatay ilişkilerin kurulduğu, bürokrasiden arınmış yapılara dönüştüğü belirtilmektedir (Smith ve Thompson, 1998).

Bu değişimlerle bağlantılı olarak, Standing (2011) iş ve iş yeri tanımlarının da yeniden yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Yaratıcı endüstrilerde yapılan bütün işler, doğrudan değişim değeri için yapılmamaktadır. Entelektüel birikim veya ağ kurma gibi sosyal alanda da yapılması gereken/tavsiye edilen birçok iş bulunmaktadır. Buradan yaratıcı işin parçalı, zamana bölünmüş olduğunu ve iş kavramının bütün bu parçaları kapsayan süreçler toplamı olduğunu söyleyebiliriz (Standing, 2011). İş artık sadece ‘fabrikalarda’ sınırlı kalmadığı için iş yeri kavramı da özel hayatımıza sızmaktadır. Ev, kafe gibi alanlar çalışma yerlerine dönüştüğü gibi, iş yerleri de evleşmektedir (Standing, 2011).

Bunlar ışığında güncel iş biçimleri çalışanın yaratıcılığını beslemek ve örgütsel başarıya dönüştürebilmek adına öznel ve otonom bir ortam oluşturmayı hedeflemişe benziyor. Bu ilk etapta kulağa olumlu gelmesine rağmen, günümüzün iş pratikleri ve bunların çalışanlar üzerindeki etkileri konusunda karşıt fikirler mevcut. Örneğin, Florida’ya göre (2002) yaratıcı iş insana içkindir ve kişinin özgür iradesinden ayrı üretilemez. Yaratıcılığın bu doğasından ötürü, iş yerindeki değişimler insanın yaratıcılığını besleyecek yönde olmakta, işe alımda, iş planlarında çeşitlilik ve çalışma saatlerinde, giyim kurallarında esneklik, gibi ayarlamalar yapılmakta ve çalışanlar kendileri için özgün ve yaratıcı üretimlerde bulunabilmektedir (Florida, 2002).

Öte yandan, esnek ve öznel çalışma alanlarının nasıl kurulduğu ve işlediği konusunu daha problemlili bulan ve temkinli yaklaşan görüşler de bulunmaktadır (Lazzarato, 1996; Smith ve Thompson, 1998). Organizasyonlar, oluşturdukları kültürel ortam ile yaratıcı çalışana ilham verirken, bir yandan da çalışmanı yönlendiren sınırları belirler ve gizlenmiş hiyerarşiler barındırırlar (Mir ve Mir, 2005). Yaratıcı çalışanlar, yönetici tarafından üretilmeyen ancak kendilerinin üzerlerinde oluşturduğu birçok farklı kontrol biçimine maruz kalırlar. İş tanımının içine giren pratiklerin genişlemesi ve üretimin sosyal alana taşması ile birlikte çalışanın kendine uyguladığı kontrol mekanizmaları, normalde yöneticinin erişemediği sosyal alanda da işlemeye devam eder. Dolayısıyla iş-sosyal alan arasındaki sınırların yavaşça ortadan kaybolduğu ve öz-sömürü, kendini-yönetme gibi durumların oluştuğu belirtilmektedir (Thompson ve Warhurst, 2003) [1].

Özetlemek gerekirse, yaratıcı çalışanların iş biçimleriyle ilgili iki noktada ortak söylemlere rastladığımızı söyleyebiliriz. İlk olarak çalışan, ürünün yanı sıra onun içinde tüketileceği standartlar, normlar ve ilişkiler gibi bilgisel ve kültürel içeriği de üretir. İkinci olarak üretilmesi beklenen bu yaratıcı içerikten ötürü, çalışanın yönetici tarafından önceden belirlenmiş bir üretim sürecini takip etmesi yerine kendi üretim sürecini kendisinin şekillendirdiği düşünülmektedir. Dolayısıyla, *öznel* yaratıcı bir sonuca ulaşmak için çalışanın kendi üretim sürecini planlayabilmesidir ve bunun için iş akışı içerisinde kendi kararlarını verebileceği ve uygulayabileceği *otonom* bir alana ihtiyacı vardır. Bu otonom alanı sağlamak için de çalışanın kendi üretim ihtiyaçlarına göre yorumlayabileceği *esnek* çalışma koşul-

ları gereklidir. Ancak, esnek çalışma koşullarının sonuçları değişkenlik gösterir. Birçok yazar, bu uygulamaların iş-sosyal yaşam dengesizliği, öz-sömürü, çoklu-iş gibi sonuçlara yol açtığını belirtmektedir.

## **ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ**

Bu bildiri de sonuçları paylaşılmakta ve tartışılmakta olan araştırmanın amacı, literatürde ön plana çıkan esneklik kavramından yola çıkarak Türkiye’de ücretli olarak çalışan endüstriyel tasarımcıların çalışma koşullarını incelemek, tasarımcıların kendi çalışma koşullarını ve bu koşulların tasarım süreçlerini, iş ve sosyal hayatlarını nasıl etkilediği konusundaki öznel değerlendirmelerini öğrenmektir. Bu çerçevede araştırma yöntemi olarak görüşme temelli örgütsel hikaye anlatıcılığı seçilmiş ve 14 endüstriyel tasarımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Örgütsel hikaye anlatıcılığı araştırması, çalışanların içinde buldukları organizasyondaki hayatlarını, koşullarını nasıl anlamlandırdıkları hakkında bireysel ve derinlikli bilgiye ulaşmayı amaçlar (Boje, 2001). Hikayeleri ve deneyimleri açığa çıkarmanın peşindedir ve süreçle ilgilenir (Delarge, 2004; Rhodes ve Brown, 2005). Bu çalışmada ‘hikayeler’ katılımcının o anda kendi ifadeleriyle anlattıkları iş yerindeki deneyimleridir. Hikayeler önceden planlanmış değildir, çok sesli ve kurgusuzdur. Anlatı oluşturmadan önceki durumdur. Anlatı ise hikayelerin bir uyum içerisinde planlı bir şekilde organize edilmesiyle oluşur (Boje, 2001). Bu doğrultuda, araştırma içerisinde hikaye çalışanların deneyimleri için, anlatı ise araştırmanın tamamı için kullanılmaktadır.

## **Araştırmanın Örneklemi**

Araştırmanın örneklemi, değerlendirme yaptıkları firma bünyesinde iki yılı aşkın süredir ücretli olarak çalışmakta olan endüstriyel tasarımcılardan oluşmaktadır. Aynı firmada belli bir sürenin üzerinde çalışmış olmak, içinde bulunulan organizasyonun işleyişinin daha detaylı anlaşılması açısından önemlidir (Louis, 1980). Tasarım ofisi (kendi üretimini yapmayan, tasarım hizmeti veren ofisler) çalışanları ve dışarıdan danışman veya serbest olarak çalışan tasarımcılar araştırma grubunun dışında bırakılmıştır. Bu iki grupta yer alan tasarımcılar için kurum içi çalışanlardan daha farklı, proje odaklı koşullar oluşmaktadır (Ursell, 2000). Her biri için iş ilişkileri çok farklıdır. Bu yüzden firma içi çalışan tasarımcılar, katılımcı olarak belirlenmiştir. Katılımcılar olabildiğince çeşitli deneyimlere ulaşabilmek amacıyla bilinçli olarak farklı sektörlerden seçilmişlerdir. Tablo 1 katılımcı profillerini göstermektedir.

## **Analiz Yöntemi**

Çoğu zaman görüşmelerle elde edilen hikayelerde sınırlar belirsizdir ve dolayısıyla, hikaye verisi analizinin hazır kalıpları bulunmaz, her çalışmaya özgün analiz biçimleri araştırmanın yapısına göre oluşur (Boje, 2001; Cresswell, 2007; Riessman, 2001). Bu çalışmada yapılan görüşmeler, tasarımcıların çalışma ko-

**Tablo 1.** Katılımcı profilleri

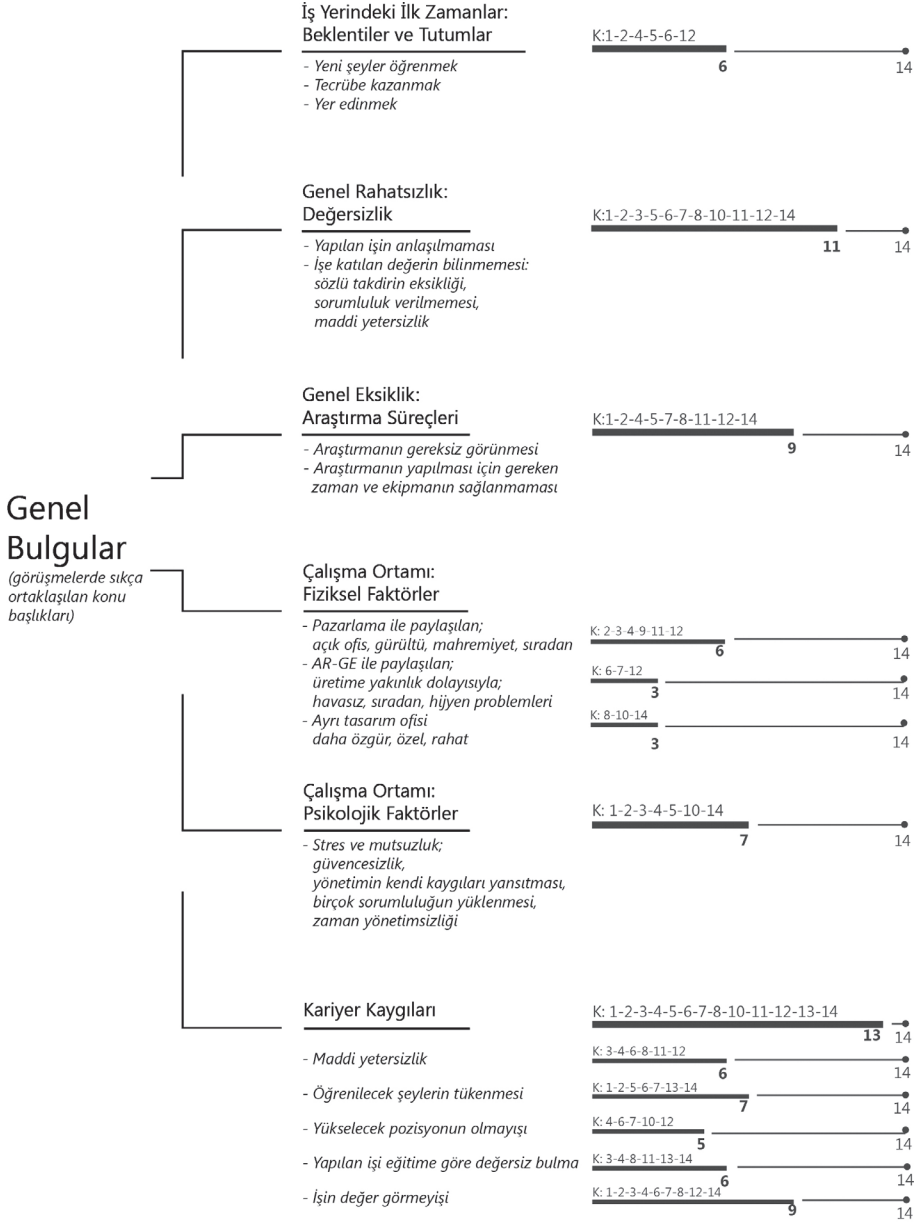
Katılımcı No	Sektör Çalıştığı süre Pozisyonu Kaçınıcı işi Röportaj tarihi Röportaj Süresi	K.1	Bilişim 2 yıl Arayüz Tasarımcısı İlk işi 19.02.2015 40:44:00	K.2	Bilişim 3 yıl Arayüz Tasarımcısı İlk işi 22.03.2015 58:24:00	K.3	Ofis Mobilyası 2,5 yıl Mobilya Tasarımcısı İkinci işi 22.03.2015 34:57:00	K.4	Ofis Mobilyası 2 yıl Mobilya Tasarımcısı İkinci işi 22.03.2015 1:06:32:00
K.5	Mobilya/ Fuar 3,5 yıl Ürün Tasarımcısı Üçüncü işi 26.03.2015 1:22:16:00	K.6	Cam İmalat 2 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 27.03.2015 1:09:43:00	K.7	Porselen İmalat 2,5 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 28.03.2015 48:26:00	K.8	Kent Mobilyası 2 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 05.04.2015 51:24:00	K.9	Cam İmalat 3 yıl Ürün Tasarımcısı Üçüncü işi 06.04.2015 1:13:07:00
K.10	Ev Mobilyası 3 yıl Ürün Tasarımcısı İkinci işi 08.04.2015 42:12:00	K.11	Seramik İmalat 3,5 yıl Ürün Tasarımcısı Üçüncü işi 09.04.2015 50:42:00	K.12	Armatür 5 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 09.04.2015 1:42:42:00	K.13	Metal Aksesuar 2 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 09.04.2015 1:06:24:00	K.14	Aydınlatma 2,5 yıl Ürün Tasarımcısı İlk işi 09.04.2015 56:22:00

şullarına ilişkin başlıkları kapsamaktadır. Bu başlıklar iş kalitesi, kariyer ve güvence, vasıflar ve eğitim, iş-sosyal yaşam dengesi, sağlık, fiziksel faktörler ve bilişsel faktörler başta olmak üzere, çalışanın çalışma şart ve koşullarıdır (Eurofound, t.y.). Analiz süreci birçok aşamadan oluşmuştur. Görüşmeler ile toplanan hikayeler yazıya döküldükten sonra, tekrar tekrar okunarak ortak başlıklarda toplanabilecek hikayeler tespit edilmiştir. Bu hikayeler arasında ortaklaşan temalar aranarak bu temalar kapsayıcı başlıklar altında kümelenmiştir. Ana kategorilerin ortaya çıkmasıyla, bu başlıkların altına düşen hikayeler daha detaylı incelenmiş ve alt kategoriler oluşturulmuştur. Hikayelerin vakalar olarak ele alınıp temalarına göre incelendiği bu analiz biçimi tematik analiz olarak adlandırılmaktadır (Kaygan, 2012; Riessman, 2001). Son olarak, her kategori için hem ortaklaşan deneyimler hem de tekil deneyimler ortaya konularak tasarımcıların çalışma koşullarını nasıl değerlendirdikleri hakkında fikir edinilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla analiz sonuçlarının yansıtılmasında mümkün olduğunda katılımcıların sözlerine alıntı olarak yer verilmiştir.

## BULGULAR

### Katılımcıların Çalışma Hayatına Dair Ortak Deneyimleri

Araştırmanın odak noktası çalışma koşullarının esneklik kavramı üzerinden değerlendirilmesi olsa da görüşmelerde bu koşulları saran çalışma hayatına dair meselelerden de sıklıkla bahsedildi. Bu kısımda görüşmelerde ortaya çıkan katılımcıların yaşadığı benzer deneyimler ortak başlıklar altında toplanarak sunulacaktır (Resim 1). Bu deneyimler bir yandan tasarımcıların çalışma ve çalışma hayatına dair genel bakışlarını ortaya koyarken bir yandan da çalışma koşullarının üzerinden tartışılabileceği bir zemin yaratmaktadır.



Resim 1. Çalışma hayatına dair deneyimler

### İş yerindeki ilk zamanlar: Beklentiler ve tutumlar

Genelde katılımcılar motivasyonu yeni şeyler öğrenmek, tecrübe kazanmak, kabul görmek gibi zorlayıcı görevleri önlerine koyarak sağlıyorlar. Bu nedenle iş

ilk başladığında herkes karşılaştığı koşullar karşısında bir şekilde daha toleranslı davranabiliyor; çalışma saatleri karşısında daha esnek davranmak, aldıkları maaş konusunda daha düşük beklentilerin olması, gibi. Örneğin, K.5’in işe başladığı firma uzun zamandır işlerini takip edip, beğendiği bir şirket ve buradaki ilk zamanlarında çalışanların beğenisini kazanmak ve yer edinebilmek onu motive eden nokta olmuş:

“İşe girmeden önce orada çalışan herkesi İnternet’ten araştırmıştım. İlk işe başladığımda oradaki en tecrübesiz insanlardan biriydim. O nedenle heyecanlı ve stresliydim. Hatta ikinci gün işe gitmemeyi düşündüm çünkü ilk verilen iş biraz ağır geldi. Kabul edildiğim işi yapamayacağımı düşündüm. Ama işi öğrendikçe bunu aştım. Başta beni motive eden şey fark edilmektir.” (K.5)

Zamanla çalışanların işin nasıl yürümesi gerektiği ile ilgili kendi fikirleri oluşmaya başlıyor. Organizasyon içerisinde belli bir güven sağlama ve yer edinmeyle beraber şikayetlerini ve önerilerini daha rahat dile getirmeye başlıyorlar:

“(…) Zaten ilk sene sorunlarımı çok dile getiremiyordum, belki pek kafaya da takmıyordum. Ama ikinci seneden sonra hayır bu böyle olmamalı diyebilmeye başladım. İlk başladığımda, her şey tozpembeydi. Hemen iş versinler yapayım, yeni şeyler öğrenmekti amacım.” (K.6)

Çalışılan iş özellikle katılımcının ilk işi ise, kendini yetersiz gördüğü ve tecrübe kazanmak istediği için daha toleranslı davranabilirken işverenin de çalışanın içinde bulunduğu bu durumu bilerek ona daha fazla yüklenemediği düşünülüyor:

“Yeni mezun biri bu işe giriyor ve hedefi öğrenmek. Burası da işi öğrenmek için en iyi yerlerden birisi. İşveren de bunu bildiği için istediği iş yükünü istediği zaman diliminde bu insanlara yükleyebiliyor. Çünkü hem yeni çalışmaya başlayanlar yaptığı işin karşılığı konusunda çok da bilgili olmuyor hem de hemen iş değiştirmek istemiyorlar. İş yeri bu bilinçsizliği sonuna kadar sömürüyor.” (K.2)

### *Genel rahatsızlık: Değersizlik*

Katılımcıların olumlu veya olumsuz buldukları, değiştirmek istedikleri konular, çalışma hayatının birçok başlığına dair olabiliyor. Ancak araştırmaya katılan hemen hemen bütün tasarımcılar bu olumsuzlukların oluşmasının nedenini tasarımcının yaptığı işin ve işe kattığın değerinin aslında anlaşılması gerektiğini belirtiyor. Bu nedenle katılımcılar, tasarımcının nasıl yönetilmesi gerektiğine dair bir fikir olmadığını belirtiyorlar:

“Genel memnuniyetsizlik bir tasarımcının nasıl çalıştırılacağına bilinmiyor olması. Süreci nasıl yürütsem verimli olur diye bir bilgi yok. Bir şekilde anlaşıyorsun ama çoğu iş sana kalıyor. Çünkü işi yapmanın yanında işin sürecini yürütme, organize etme de bir parçası. Sana gelen işler tanımlı değil. (...) Tasarımcıyı nasıl çalıştıracağına dair bilgi olmayınca sen anlaşılmadığını düşünüyorsun ve motivasyonun düşüyor.” (K.8)

Katılımcılar yaptıkları işin anlaşılması nedeniyle organizasyon içinde değer görmediklerini düşünüyorlar. Bu takdir görmeme durumu çok farklı şekillerde dile getirildi. Kendi işini sunma olanağı verilmemesi başta olmak üzere, toplan-

tılara katılma, müşterilerle görüşme gibi sorumlulukların tanınmaması ve maddi olarak da yeterli karşılığı alamama sıkça tekrar edilen deneyimler:

“(…) O işlerden birinin mesela çok reklamı yapıldı. Afişleri falan asıldı. Bana ne faydası oldu diye sorarsan, bir faydası olmadı. Öğrenciyken sanıyordum ki, ben bir yerde çalışmaya başlayıp tasarımlarım seçilip üretilmeye başlayınca, o şirketteki en popüler, kıymet gören insanlardan biri olacağım. Ama bakıyorum benim ürünüm üretiliyor, reklamları yapılıyor ama kimse beni bilmiyor şirkette. Mesela biz hiçbir toplantıya girmiyorduk. (...) Maille yolluyorsun, maille cevap geliyor, bu da demotive ediyor.” (K.6)

Değersizliğin sunumlar, toplantılar gibi süreçlerden mahrum bırakılma gibi sonuçlarının yanı sıra, en önemli yansıması ekonomik alanda. Katılımcılar maaşlarının diğer bölümlere göre düşük olmasını yine tasarımın firma içerisinde basit ve önemsiz görülmesi ile açıkladılar:

“Departmanlar olarak bakarsak da en büyük adaletsizlik maaş konusuydu. Mühendisler her zaman tasarımcıdan daha fazla alıyordu tecrübe ve seneye bakarak söylüyorum. Belki uydukları, örnek aldıkları belli uluslararası şirketler vardır. Ama tabii mühendisliğin tasarımdan daha önemli olduğu şeklinde bir algı var. Çünkü şöyle bakıyorlar; bir mühendis tek başına bir ürün ortaya çıkarabilir ama tasarımcı çıkaramaz, illa mühendise ihtiyaç duyar.” (K.1)

Tasarım bölümü, şirket organizasyonu içinde genelde ya pazarlama ya da AR-GE bölümüne bağlı. Bu da yapılan işin bir altta görülerek değersizleşmesine neden olabiliyor. İmza yetkisinin olmaması, bölümler arası adaletsizlikler, süreçte yaşanan kopukluklar, bağımsız bir bölüm olmamanın getirdiği bazı sorunlar:

“Bazen son ürün çıktığında hiç görmediğiniz değişiklikler olmuş oluyor. Çünkü yapılan değişiklikler en son imzaya sunuluyor ama müdürlere. AR-GE müdürü imzalıyor ama size gelmiyor. Ürününüzdeki değişikliklerden haberiniz yok. O yüzden tasarım departmanının da imza yetkisi olmalı.” (K.12)

### *Genel eksiklik: Araştırma süreçleri*

Katılımcıların en çok eksikliğini hissettikleri durum ise, tasarım sürecinde araştırmanın eksikliği. Çoğu katılımcı, çalıştıkları yerde tasarımın bir araştırma ve düşünme süreci olarak algılanmadığını belirtti. Bazı durumlarda hazır araştırmalar tasarımcılara çıktı olarak verilirken, bazen de bu veri hem sağlanmıyor hem de beklenmiyor. Bu noktada tasarımcı işini içine sinebilecek şekilde gerçekleştirmek için kendisi çaba sarf edebiliyor:

“(…) Mesela, yeni malzeme var ya da bir trend var. Ürün lazım. Biz süreci kendi içimizde yaşıyoruz bu noktadan sonra, market araştırması, kullanıcı araştırması falan. Bunlar senden beklenmiyor bariz şekilde.” (K.8)

Başka bir katılımcı da araştırma ve tartışma sürecini, yaratıcı ortam olarak tanımlayarak aslında bu süreçlerin tasarımcının üretimi için önemini vurgulamış oluyor:

“Ama burada eksik olan şey kreatif ortam. Bir araştırma sürecimiz, bir tartışma ortamımız olmuyor.” (K.14)



### *Çalışma ortamı: Fiziksel faktörler*

Tasarımcıların çalıştığı ofislerin fiziksel koşullarının nasıl olduğu da bağlı oldukları departmana göre değişiklik gösteriyor. Pazarlama departmanına bağlı olanlar genelde açık ofislerde satış-pazarlama elemanlarıyla birlikte çalışıyorlar. Bu ofis yapısında sıkıntılı olarak görülen konular, mahremiyet ve gürültü. AR-GE veya ÜR-GE departmanına bağlı olan tasarımcılar üretime yakın olmayı olumlu bulsalar da ofisin fiziksel çözümlerinden memnun değiller:

“Benim motivasyonumu etkileyen fiziksel şartlarım. Üretimle içe içe olmak gerekiyor tamam ama bunun için başka bir çözüm bulunabilirdi. (...) Şu anda hem prototip makinesinin tozu hem alçı tozu derken sürekli toz içerisinde çalışıyoruz ve çalıştığımız alanda bir tane pencere var, önü dolaplarla kapalı.” (K.7)

Bağımsız tasarım departmanlarında çalışanlar üretim süreçlerinin gerekliliklerine göre değerlendirebildikleri alanlar oluşabildiğini anlattılar. K.8’in çalıştığı firmada tasarımcılar başta pazarlama ile aynı ortamda çalışırken daha sonra kendi alanlarını ediniyorlar:

“Bizim odamız idari kısımda. Büyük bir bina, üretim kısmı da alt katlarda. Kendi odamız var, müzik açıyoruz, izoleyiz. İyi o konu da. Mesela bundan önce başka bir binadaydık, kiralıktı. Orası açık ofisti ve herkes bir aradaydı. Çok gürültülüydü. Satışımın telefonla konuşmasını dinliyorduk. Burada öyle değil, odamızda rahatız. Bizim odada pencere yok ama klima falan var. Masamız büyük, ortak kullanıyoruz. Rahatız.” (K.8)

### *Çalışma ortamı: Psikolojik faktörler*

Fiziksel faktörlerin yanı sıra psikolojik koşullar da tasarımcıların işe bakışlarını ciddi şekilde etkiliyor. Güvencesizlik, yönetimin kendi kaygılarını çalışanlara yansıtması, birçok farklı sorumluluğun aynı anda yüklenmesi, zaman yönetimsizliği gibi durumlar ana stres kaynakları:

“Çalıştığım yer kısa zamanda çok büyüdü. Tanınırlığı, iş yapma oranı, çalışan kişi sayısı arttı. Bir iş başvurusu olduğunda eskiden 50 kişi başvuruyordu, artık 400 kişi başvuruyor. (...) İşverenler de diyor ki, ben artık daha yetkin bir tasarımcıyı, istediğim zaman mesaiye kal diyebileceğim birini daha az maaşla bulabilirim. O zaman da elindeki çalışanı tutmaktansa onu yollayıp, yenisini alma yoluna gidebiliyor. Böyle örnekler oldu. Bu durumun farkında olmanın benim tasarım kaliteme katkısı var mı? Yok. Tersine el altından yapılan bir mobbing aslında. Sürekli iş kaybetme korkusu, stres.” (K.5)

Genelde tasarımcının üretim süreci için ayrılan zaman kısıtlı ve araya giren başka işler tarafından da sık sık bölünebiliyor. Bu da iş yoğunluğu ve strese neden olmakta:

“(...) Sadece yaptığımız iş değil, işi bitirdiğimiz süre, bu süreden doğru kazanılan para, hepsi bize yansıtılıyor. Ve biz tasarımcı olarak bunların hepsini düşünmek ve bizden bir üsteki veya bir alttaki kişinin sorumluluklarını delmemek, onları zor durumda bırakmamak gibi bir bilinçle çalışıyoruz. (...) Bu iş bu sürede bitmeli, tabii o süre de bize sorulmadan veriliyor. Bitirdin mi? bitirdin mi? bitirecek misin? gibi sürekli sözlü taciz.” (K.2)

### *Kariyer kaygıları*

Memnuniyetsizlik, çalışanda iş yerinin artılarını ve eksilerini karşılaştırmaya başladığı bilişsel ve duygusal bir sürecin başlamasına neden oluyor ve bu süreç iş yerinden ayrılmayı düşünmekle güçlü bağlar oluşturuyor (Cranny vd., 1994). Yapılan görüşmelerden biri hariç diğerleri, şu an bulunduğu yere dair bir beklentisinin olmadığını belirtti. Bunun sıkça tekrarlanan sebepleri arasında ekonomik yetersizlik, öğrenilecek şeylerin tükenmesi, yükselecek pozisyonun olmayışı, yapılan işi eğitimine göre değersiz bulma ve işin değer görmeyişi var:

“Bir tasarımcı ürün çizerek kariyerinden tatmin olabilmeli. Ama böyle bir şey yok, o zaman yönetici olsam diyorsun. İşe ilk başladığımda kariyer beklentim vardı tabii. Benim aklımda bir yerde bir süre çalıştıktan sonra bir tık yükselirsin. Ama yanımda orada sekiz yıldır çalışan ve sekiz yıldır aynı işi yapan bir tasarımcı vardı. Bu çok moral bozucu.” (K.6)

Bahsedildiği gibi katılımcılarından sadece biri çalıştığı yerden emekli olmayı hayal etmekteydi. K.9 daha önce çalıştığı iki yerle karşılaştırdığında üçüncü işinden memnun olduğunu belirtiyor:

“Eğer daha önce bahsettiğim deneyimlerim olmasaydı, rahatsız edecek batacak özellikleri olurdu. Ama diğerlerini gördükten sonra şükrediyorum valla.” (K.9)

Yukarıda açıklanan sebepler nedeniyle, K.9 dışında kimse şu an çalıştığı yerden herhangi bir kariyer beklentisi olmadığını belirtti. Buna rağmen aktif iş arayanlar ise çok azdı. Bu noktada ortak fikir Türkiye’de her yerin benzer koşullara sahip olması:

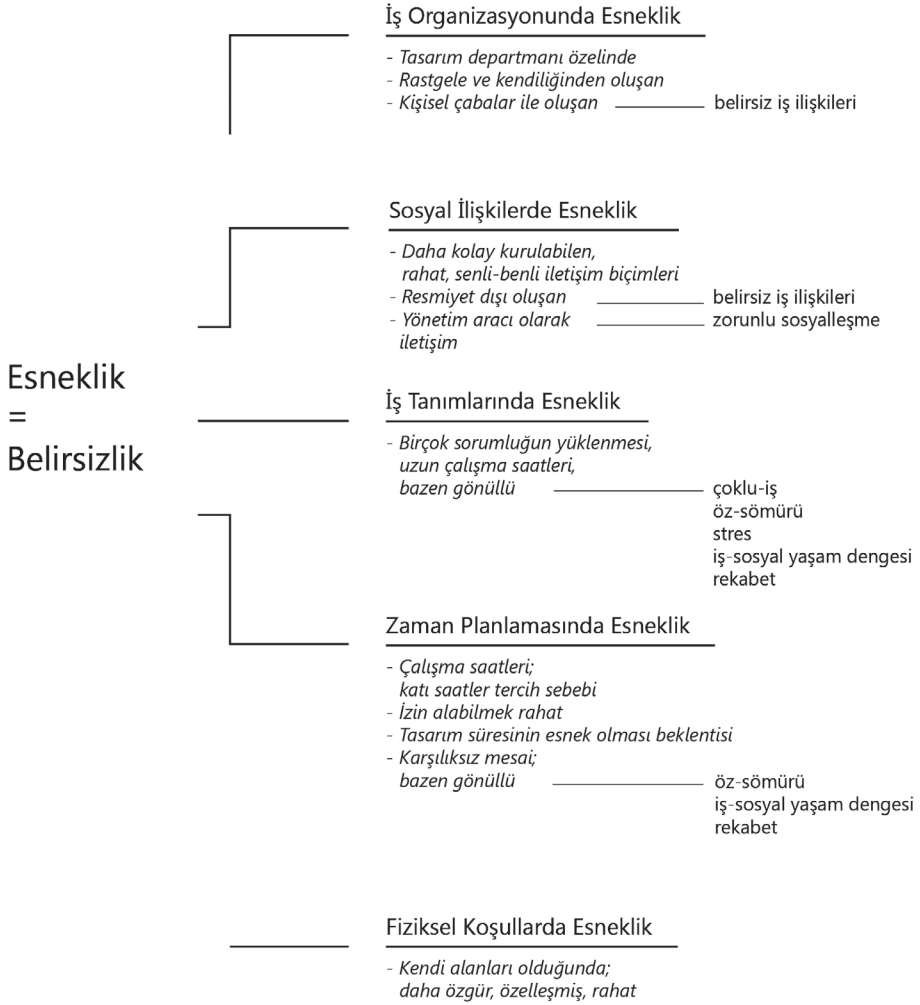
“Biliyorum ki bu sektörde nereye gidersem gideyim, üç aşağı beş yukarı benzer şekilde muamele göreceğim. İş yerimde kalma sebepim kariyer beklentisi değil artık burada kendi çözümlerimi üretebiliyorum. İşimi yapıp çıkıyorum.” (K.2)

### **Esneklik ve Çalışma Koşulları**

Çalışanın kendi üretim sürecini planlayabilmesi ve iş akışı içerisinde kendi kararlarını verebileceği, uygulayabileceği bir alan oluşturabilmesi için üretim ihtiyaçlarına göre yorumlayabileceği esnek çalışma koşullarının gerekli olduğunu belirtmiştik. Bu kısımda yapılan görüşmelerden yola çıkarak Türkiye’de endüstriyel tasarımcıların çalışma koşullarında esneklik kavramı aranacaktır. Katılımcıların esnek koşulları nasıl yorumladıkları ve yapılan işe ne gibi etkileri olduğu anlaşılmasına çalışılacaktır (Resim 2).

### *İş organizasyonuna yönelik meseleler*

İş organizasyonunun esnekliği, hiyerarşik alt-üst ilişkilerinin ötesinde açık ve yaygın iletişim ilişkilerinin kurulabilmesi demek. İş organizasyonunda firma bütününe işleyen esnekliklerle karşılaşmak mümkün olmadı. Ancak yazılı kurallara rağmen, tasarımcıların kendi durumlarında bazı esneklikler sağlaması mümkün olabiliyor:



**Resim 2.** Çalışma koşullarında esneklik

“Arada bir üretim müdürü vardı. Bizim çizimlerimizi patrona o sunuyordu. Ama bunu düzgün yapamıyordu. Detayları eksik ya da yanlış anlatıyordu. Bu da süreci çok acılı hale getiriyordu. Biz de tasarımcılar olarak gittik patrona durumu açıkladık. O da hak verdi. Zaten artık yaptığımız işten dolayı belli bir güven de sağlamıştık. Böylece aradaki üretim müdürünü çıkardık. Yaptığımız şeyi kendimiz sunmaya başladık.” (K.4)

Genelde katılımcılar iş organizasyonundaki esnekliklerden pozitif olarak bahsetseler de, bu durumlar rastgele gerçekleştiği için bazen olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Örneğin, gayri resmi işleyen iş süreçleri, başka bölümlerdeki çalışma arkadaşlarının bir yardım ya da iyilik olarak ekstra iş yapmalarını isteyebilmesine olanak verebiliyor:

“Bazen pazarlamadaki arkadaşlar süpervizöre söylemeden bana iş verebiliyorlar. Hani elin mouse tutuyor bir de bizim için tıkla der gibi. Bazen başımda durup bekliyorlar, modelleme izlemeyi çok seviyorlar.” (K.13)

### *İletişim ve sosyal ilişkilere yönelik meseleler*

Esneklik kavramının incelenebileceği bir başlık da iletişim ve sosyal ilişkiler. Kaygan (2013) tasarımcıların organizasyon içerisinde oluşan mesleki imajını rahat ve kendine özgü olarak ifade ediyor. Tasarımcıyı bu şekilde algılamak da hem diğer çalışanlarla hem de işverenle olan iletişimin daha esnek, resmiyetten uzak kurulabilmesine izin verebiliyor:

“Genç olmanın, insanlara verdiği sempati var. Bir de tasarımcı olmamız insanda yine bir sanatçı, yaratıcı algısı yaratıyor ve davranışlarımız daha hoş görüyle ve esneklikle karşılanıyor. Sert konuşsan da, espri yapıp dalga geçen de başkasına verdiği tepkiyi sana vermiyor. Patronla diğer çalışanlardan da farklı kişisel ilişki kurabilmemiz de biraz bununla alakalı sanırım. Bize daha sıcak davranıyor.” (K.4)

Çalışma arkadaşlarıyla rahat iletişim kurabilmek birçok katılımcı için motivasyon kaynağı. Çalışma arkadaşlarıyla aynı yaş grubu, eğitim seviyesi, hayat görüşüne sahip olduklarında iş yerinde karşılaştıkları birtakım sorunları göz ardı edebiliyorlar:

“İlk başladığımda iki yıl burada kalacağımı sanmıyordum. Ama zamanla alıştım, ortamımı seviyorum. Çalışma arkadaşlarım hep yaşıtılarım. Çok stresli bir işimiz olmasına rağmen iletişimimiz rahat. Müzik falan açabiliyoruz. Arada çığ köfte partisi yapıyoruz.” (K.14)

İletişimle ilgili dile getirilen başka bir konu da şikayetlerini iletebilmek. İşe dair düşüncelerini rahatça iletebilmek, özellikle yönetimle olan iletişimi tanımlarken kullanılan sıkça tekrar edilen etkenlerden biri:

“İlk başta yerel hatta start-up sayılan bir şirkettik biz, sonrasında çok büyük bir yabancı firma satın aldı ve ondan sonra biz o küresel şirketin bir parçası olmanın getirdiği dezavantajları adım adım gördük. İletişim çok zayıfladı. Önceden her şikayetimizi her önerimizi patrona rahat rahat iletebiliyordum. Ama sonra zaten onu ayda bir, iki ayda bir görüyorsunuz, bir şey söyleyemiyorsunuz, herkes çok meşgul.” (K.1)

Çalışanlar arasındaki iletişim kendiliğinden oluşabileceği gibi, yönetim tarafında planlı şekillerde de gerçekleştiriliyor. Bu hallerde iletişim yöneticiler tarafından bir performans faktörü haline gelerek sosyalleşme ve katılım zorunlu olabiliyor. Bu uygulamaların nasıl gerçekleştiğine göre farklı fikirleri olan katılımcılar mevcut:

“Başka memnun olduğum bir nokta da hep yeme, içme, piknik gibi etkinlikler olması. Dışarıdan bakınca ‘ay işte bunlar da plazahıları kandırmak için falan’ gibi geliyor da öyle değil. Bizim şirkette herkes benzer yaşlarda çoğu üniversiteden çıkmış gelmiş, güzel arkadaşların oluyor.” (K.1)

“(…) ve aslında kulağa güzel geliyor olabilir ama bu etkinliklere gitmek zorundasın ve bu etkinliklerde eğlenmek zorundasın, içmek zorundasın, dans etmek zorundasın. Yani

etkinliğe gitmeyeceksen mazeret bildirmek zorundasın bir iş gününden izin alır gibi.” (K.13)

### *İş tanımlarına yönelik meseleler*

İş tanımlarının esnemesi çalışanların başı sonu belli bir görev tanımlarının olmayışı, işlerine teğet geçen türlü alanlarda da görevlendirilmesi olarak karşımıza çıkıyor. Görüşmelerde dokuz katılımcı, tasarımın yanı sıra başka iş kolları ile de yükümlü olduklarını özellikle vurguladılar. Aynı anda birden fazla işle uğraşmak sürekli iş yoğunluğu ve strese neden olmakta. K.4 ile benzer şekilde, başka birçok katılımcı da tasarımlarının iyi bir sonuca ulaşması için bazen gönüllü olarak diğer işleri de yüklediklerini belirtti. Bu durum aşırı iş yoğunluğu, stres ve öz-sömürü ile sonuçlanabiliyor:

“(…) O kadar ki, zaten tasarımcı olarak çok belli bir iş tanımın yok, her işi yapar oldum. Benim hiç tecrübem olmamasına rağmen, showroom içi yaptırıldılar. Hiç araştırma fırsatı da vermediler. Hadi bir yapıver diye. Bir de dışarıdan profesyonel bir iç mimarlık ofisine yaptırmak pahalı geliyor. Sen maaşın neyse yapacaksın zaten. Onun dışında arada grafik işi yaptırıyorlar. Araya giren işler nedeniyle akşamları da çalışıyorsun. (...) Her adıma el atma nedenim de, çalıştığım insanlara güvenmemem. Biliyorum bir şekilde yanlış yapacaklar ve ben bir emek verip bir ürün çıkarmışım, onun düzgün şekilde uygulanmasını istiyordum.” (K.4)

Çoklu-iş tanımlarının gün içerisinde yarattığı stres, çalışanın sosyal hayatını da olumsuz yönde etkileyebiliyor:

“(Eve geldiğimde) Boş boş oturup duvara bakmak istiyorum. Nedeni de gün içinde o stresten uzaklaşacağım bir vakit yok, bir nefes alayım. Günde bir sürü farklı işin projesine bakıyorum, sürekli telefonla kesiliyor bir yandan. Sürekli acele. Bu tempoya nasıl alışılır bilmiyorum. Sosyal hayatımı hafta sonuna bırakıyorum. Hafta içi kimseyle görüşmek istemiyorum.” (K.14)

### *Zaman planlamasına yönelik meseleler*

Esneklik kavramının belki de en rahat üzerinden gözlemlenebildiği koşullardan biri zaman. Çalışma saatleri, izinler ve proje süreleri, söyleşilerde ortaya çıkan zamanla ilgili konular. Katılımcılar deneyimleri üzerinden yorumladıklarında çalışma saatlerinin esnekliğini belirsizlik olarak görüyorlar ve bu belirsizliğin her daim işveren lehine sonuçlandığını belirtiyorlar. Bu nedenle katılımcıların çoğu çalışma saatlerinin belirli olmasından memnun:

“Saatin katı olması benim için çok sıkıntı değil. Benim odaklanma problemim yok. Sabah rahat uyanabilen bir insanım. Hatta 6’dan sonraya işin sarkarak benim sosyal hayatıma taşamamasını istiyorum. Çünkü saatler esnediğinde hep işveren lehine esner.” (K.4)

Bu noktada beklenti sık tekrarlanmadıkça, rahat izin alabilmek ve kendini iyi hissetmediğinde ya da bir işi olduğunda bir iki saat işe geç gitmenin dert edilmemesi. Bu anlamda katılımcıların birçoğu tasarım departmanının zaten belli bir esnekliğe sahip olduğunu belirttiler:

“Geç kalmak veya arada izin almak, çok sık tekrarlanmadığı sürece, sıkıntı olmuyor. O anlamda bir esneklik var. Genelde bu iş senin sorumluluğun bunu iyi bir biçimde yaptığın, yetiştirdiğin sürece saatler pek dert edilmiyor.” (K.10)

Ama saatlerin nasıl olduğundan bağımsız, iş yoğunluğu olduğu zaman hepsi mesaiye kalıyor ve herhangi bir ek ücret almıyorlar. Katılımcılar uzun çalışma saatlerinden bahsederken eğer yaptığı işten memnunsanız pek de şikayetçi olmuyorlar. Hesmondhalgh ve Baker (2011) sözde otonom çalışma koşulları ve işten keyif alma gibi tanımların öz-sömürü ile güçlü bir bağı olduğunu söylüyor. Çoklu-iş edinmek ve karşılığında bir ücret almadan mesaiye kalmak gibi tavırları gönüllü olarak gerçekleştirebiliyorlar:

“Çalışma saatleri sabah 8-akşam 5 buçuk. Haftada beş gün. Ama bu saatler diğer departmanlar için geçerli. Tasarımcı gene tasarımcı. Herhangi bir maddi karşılama olmadan proje bitimlerinde sabahlamak gerekiyor. (...) Maddi karşılığımı alsak iyi olurdu tabii ama bu olmasa da o ürünün nihai başarısı sizin en büyük sevinciniz oluyor.” (K.11)

Zamana dair esneklik istedikleri nokta tasarım sürecine ayrılan süre. Proje süreci, yönetim tarafından elle tutulur işler üzerinden hesaplanıyor. Oysa ki katılımcılar, tasarımı bir araştırma süreci olarak görüyor ve bu araştırmayla oluşan birikim işe aktarıldığı zaman değerli sonuçlar elde edildiğini belirtiyorlar. Ancak bu aktarım, süreler verilerken göz önünde bulundurulmuyor. Bu nedenle bazı katılımcılar üretim süreçlerinde verilen zamanın daha esnek olması gerektiği kanaatinde:

“(…) Başka bir zaman bazı görevleri kullanıcıyla konuşmak, sahadan fikir almak benim için değerli oluyor. Böyle şeylerde ise diğer ekiplerle aynı kurallara tabi olduğumuz için, fırsat yaratılmıyor. Yani bunların işimizdeki değeri görülüyor. Çünkü bunlar elle tutulur şeyler değil ya da istatistiklerle işe katkısı kanıtlanmış şeyler değil. (...) Örneğin, tasarıma belki bu kadar katı süreler konmaması lazım, tabii bir süre belirlenmeli, iş yapılıyor sonuçta, ama bunun münakaşa konusu olmaması lazım.” (K.2)

### *Fiziksel koşullara yönelik meseleler*

İş yerinin yerleşimi, iletişimi destekleyen ve yaratıcılığı güçlendiren bir yön sağlayabilir (Jenkins, 2010). Proje ihtiyaçlarına göre düzenleyebildikleri esnek çalışma alanları katılımcılar tarafından olumlu bahsedildi:

“Eskiden pazarlama departmanına bağlıydık, artık kendi departmanımız var. Eskiden çok işimize karışıyorlardı, artık ayrı olunca pek karışmıyorlar, daha dikkate alınıyoruz, daha izole çalışabiliyoruz. Daha geniş, kendimize ait bir alanımız oldu. Orada daha standart bir ofisin bir parçasıydık, burada duvarımızı boyayabildiğimiz bir alanımız var.” (K.10)

## **SONUÇLAR**

Bu bildiri de 2015’de 14 tasarımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılarak gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarının bir kısmını paylaştık. Bu araştırma, Türkiye’de bir firma bünyesinde ücretli olarak çalışan endüstriyel tasarımcıların çalışma koşullarını esneklik kavramı üzerinden incelenmiş, tasarımcıların kendi çalışma koşullarını nasıl değerlendirdiklerini, bu koşulların tasarım süreçlerine, iş ve sosyal

hayatlarına etkileri hakkındaki öznel değerlendirmelerini kayıt altına alınmıştır. Bu öznel değerlendirmeleri analiz ederek, Türkiye’de yaratıcı çalışanların durumuna yönelik bir kavrayış oluşturmak hedeflenmiştir.

Esneklik, çalışanın verimli bir üretim süreci oluşturabilmesi için çalışma koşullarını kendi ihtiyaçlarına göre yorumlayabilmesi iken, araştırma esnasında karşılaşılan esnekliğin uygulanış biçimleri, daha ziyade, çalışan için bir belirsizlik hali yarattığı şekildedir. Gözlemlenen esneklikler genelde departman özelinde, planlı ve bilinçli olmaktan çok kişisel çabalarla oluşmuş koşullar olarak karşımıza çıkmıştır.

Firma içi çalışan tasarımcıların iş süreçleri açısından benimsenmiş esnek koşullar bulunmamaktadır. Ancak tasarım departmanında çalışanlara tanınan bazı esneklikler mevcut. Ancak bunlar da düşünülerek oluşturulmuş koşullar olarak karşımıza çıkmıyor. Daha ziyade süreç içerisinde kendiliğinden oluşan esneklikler.

Çoğu katılımcı uygun bulmadığı koşulları yönetime iletebilecek kadar da kendini rahat ve güvencede hissedebiliyor ve eğer belli bir güven ilişkisi oluşturabilmişlerse kendi koşullarında değişiklik sağlayabiliyor. Ancak bu değişim çok daha nadir rastlanan, ufak boyutlarda oluyor. Çünkü çalıştıkları firmalar, içinde üretimin de bulunduğu büyük, oturmuş yapılar ve hızlı, duruma özel değişikliklerin oluşabileceği bir dinamikliğe sahip değiller.

Firma genelindeki iletişim biçimlerinden farklı olarak tasarımcılar ister yöneticiyle ister diğer departmanlardaki çalışanlarla daha rahat iletişim kurabiliyorlar.

Katılımcılar çalışma ortamlarından detaylı bahsettiler. Katılımcılar arasında, başka departmanlarla birlikte aynı ortamda çalıştıklarında dahi, diğer departmanlardaki çalışanlara izin verilmeyen davranışlarda bulunabilenler vardı (uyumak, kitap okumak gibi); ancak bu sık tekrarlanan bir örnek olarak karşımıza çıkmadı.

Esnekliğin belirsizlik olarak karşımıza en belirgin çıktığı alanlardan biri iş tanımları oldu. Çoklu-iş kavramı oldukça yaygın ve tasarımcıların çalışma koşulları üzerinde uzun çalışma saatleri, yüksek stres ve işin sosyal hayata taşması şeklinde olumsuz etkileri var.

İş tanımlarının esnekliği ile oluşan çoklu-iş durumunda işverenin bir görevi çalışana vermesi kadar, çalışanın da bu görevi kabul etmesi ve hatta yeri geldiğinde kendiliğinden yeni sorumluluklar üstlendiği de görülebiliyor. Tasarımcıyı buna iten şey, kendi tasarladığı ürünün düzgün şekilde sonlanması, harcadığı emeğin boşa gitmemesi isteği. Bunun için de eksiklik gördüğünde kendiliğinden müdahil olabiliyor ya da ona yüklenen fazladan sorumluluklardan şikayetçi olsa da yapmaya devam ediyor. Çalışanı karar alma mekanizmalarına katarak aidiyet oluşturmak ve çalışanın kişisel çıkarlarının çalıştığı organizasyonun çıkarlarıyla örtüştüğü hissiyatını yaratmak, kendisinin fazladan sorumluluk almasına, dolayısıyla uzun çalışma saatlerine ve öz-sömürüye sebep olabiliyor.

Esneklik kavramının uygulanışında belirsizliğin ortaya çıktığı bir koşul da çalışma saatleri. Tasarımcılar diğer departmanlarla karşılaştırıldığında daha rahat izin aldıklarını belirtiyorlar ve geneli bunun yeterli olduğunu belirtiyor. Esnek saat uygulamaları uzun çalışma saatleri, iş yoğunluğu ve işin sosyal hayata taşması gibi durumlarla sonuçlanabiliyor. Yeri geldiğinde gönüllü olarak da tatmin oldukları bir iş çıkarabilmek için mesai saatleri dışında çalışılabilir.

Bu araştırma yaratıcı iş kavramı ile ilişkilendirilen öznellik, otonomi ve esneklik gibi kavramların tasarımcılara iş hayatında belirsiz ve düzenlenmemiş çalışma koşulları olarak geri döndüğünü göstermiştir. İş süresi ve sürecinde esneklik, tasarımcılar için iş tanımlarının belirsizliği ve genişlemesi, çalışma saatlerinin ve iş yükünün artması ve iş-sosyal yaşam dengelerinin bozulması gibi olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bu çalışmanın Türkiye’de yapılan diğer çalışmalarla beraber (İlhan, 2007; Kaygan, 2012; Kaygan, 2013; Şişman, 2014, vb.) tasarımcıların Türkiye’deki güncel çalışma koşullarının anlaşılmasına katkı yapması umut edilmektedir.

#### NOTLAR

[1] Bu sonuçları destekleyen çeşitli kalitatif araştırmalar için aşağıdaki kaynaklar önerilebilir.

Hesmondhalgh, D. ve Baker, S. (2011). A Very Complicated Version of Freedom: Conditions and Experiences of Creative Labour in Three Cultural Industries, *Poetics: Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 38(1), 4-20.

McRobbie, A. (2002). Clubs to Companies: Notes on the Decline of Political Culture in Speeded up Creative Worlds. *Cultural Studies*, 16(4), 516-531.

Ross, A. (2008). The New Geography of Work: Power to the Precarious? *Theory, Culture & Society*, 25(7-8), 31-45.

Ursell, G. (2000). Television production: Issues of Exploitation, Commodification and Subjectivity in UK Television Labour Markets. *Media, Culture & Society*, 22, 805-825.

#### TEŞEKKÜR

Bu araştırmaya yaptıkları katkılardan dolayı Şebnem Timur Ögüt, Can Altay ve Pınar Kaygan’a teşekkür ederiz.

#### KAYNAKÇA

Alvesson, M. ve Willmott, H. (2002). Identity Regulation as Organizational Control: Producing the Appropriate Individual. *Journal of Management Studies*, 39(5), 619-644.

Boje, D. (2001). *Narrative Methods for Organizational and Communication Research*. Londra: Sage.

Cranny, C., Smith, P. ve Stone, E. (1994). Job Satisfaction: How People Feel about their Jobs and How It Affects their Performance. *Administrative Science Quarterly*, 39(1), 186-189.

Cresswell, J.W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2. baskı). Thousand Oaks, CA: Sage.



- Delarge, C.A. (2004). Storytelling as a Critical Success Factor in Design Processes and Outcomes. *Design Management Review*, 15(3), 76-81.
- Eurofound (t.y.). *Working Conditions*. Nisan 2015 tarihinde <http://eurofound.europa.eu/ef-themes/working-conditions> adresinden erişildi.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Francois, J. (1990). Producer Services, Scale, and the Division of Labor. *Oxford Economic Papers*, 42(4), 715-729.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. Londra: Sage.
- İlhan, A.O. (2007). *An Introduction to the Professional Ideology of Turkish Industrial Designers: Existential Antagonisms*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Jenkins, J. (2010). Creating the Right Environment for Design. *Design Management Review*, 19(3), 16-22.
- Julier, G. (2008). *The Culture of Design* (2. baskı). Londra: Sage.
- Kaygan, P. (2012). *The Gendering of Industrial Design in Turkey as Technology-related Work: Exploring the Narratives of Professionals*. (Yayımlanmamış doktora tezi). University of Sheffield, İngiltere.
- Kaygan, P. (2013). Understating the Role of Organizations in the Occupational Status of Industrial Designers through the Exploration of Dress and Appearance Norms. *METU Journal of the Faculty of Architecture*, 30(2), 35-53.
- Lazzarato, M. (1996). Immaterial Labor. P. Virno ve M. Hardy (Ed.), *Radical Thought in Italy: A Potential Politics* içinde (133-150). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Louis, M. (1980). Surprise and Sense Making: What Newcomers Experience in Entering Unfamiliar Organizational Settings. *Administrative Science Quarterly*, 25(2), 226-251.
- Öz, G. (2015). *Emek Sürecinde Endüstriyel Tasarımcı: Türkiye’de Firma Bünyesinde Çalışan Endüstriyel Tasarımcıların Çalışma Koşulları Üzerine Bir İnceleme*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Riessman, C.K. (2001). Analysis of Personal Narratives. J. F. Gubrium ve J. A. Holstein (Ed.), *Handbook of Interview Research: Contexts & Method* içinde (695-710). Kaliforniya: Sage Publications.
- Rhodes, C. ve Brown, A.D. (2005). Narrative, Organizations and Research. *International Journal of Management Reviews*, 7(3), 167-188.
- Smith, C. ve McKinlay, A. (2009). Creative Industries and Labour Process Analysis. C. Smith ve A. McKinlay (Ed.), *Creative Labour: Working in the Creative Industries* içinde (3-28). Londra: Palgrave Macmillan.
- Smith, C. ve Thompson, P. (1998). Re-evaluating the Labour Process Debate. *Economic and Industrial Democracy*, 19(4), 551-553.
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. Londra ve New York: Bloomsbury Academic.

Şişman, O. (2014). Emeğin Tahayyülü: Türkiye’de Tasarım Emeği Üzerine Bir Eleştirel Çözümleme. Kaygan ve Kaygan (Ed.) *UTAK 2014 Bildiri Kitabı: Eğitim, Araştırma, Meslek ve Sosyal Sorumluluk*, içinde (69-78). Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Basım İşliği.

Thompson, P. ve Warhurst, W. (2003). Hands, Hearts and Minds: Changing Work and Workers at the End of the Century. P. Thompson ve W. Warhurst (Ed.), *Workplaces of the Future* içinde (1-24). Hampshire: Palgrave Macmillan.

Ursell, G. (2000). Television Production: Issues of Exploitation, Commodification and Subjectivity in UK Television Labour Markets. *Media, Culture & Society*, 22, 805-825.