

“EŞYA KÜTÜPHANESİ” VE “BEBE DÖNÜŞÜM”: TÜRKİYE’DE
KÜLTÜRE DAYALI PAYLAŞIM SERVİS SİSTEMLERİ ÖRNEKLERİ
“LIBRARY OF STUFF” AND “BEBE DÖNÜŞÜM”: CULTURE-BASED SHARING SYSTEM
EXAMPLES IN TURKEY

Can UÇKAN YÜKSEL

Uzman Endüstriyel Tasarımcı
cuckan@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8973-9642>

Doç. Dr. Çiğdem KAYA PAZARBAŞI

İstanbul Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstri
Ürünleri Tasarımı Bölümü
kayac@itu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-6458-4020>

Atıf (APA 6)/To cite this article : Uçkan Yüksel, C, Kaya Pazarbaşı, Ç. (2020). “Eşya Kütüphanesi” Ve “Bebe Dönüşüm”: Türkiye’de Kültüre Dayalı Paylaşım Servis Sistemleri Örnekleri. Sanat Dergisi, (35), 32-40
Araştırma makalesi/Research article

Öz

Günümüzde dünya üzerinde geniş ölçüde kullanımı olan değer birimi üzerinden alışverişe dönük ekonomik modele alternatif olarak farklı yaşam pratikleri ortaya çıkmaktadır. Bu sürdürülebilir alternatif modellerinin odak noktaları çevreci üretim yöntemlerinden radikal farklılıklar öneren tüketim biçimlerine kaymıştır. Bu noktada, sürdürülebilirlik potansiyeli nedeniyle ürün-hizmet sistemleri popülerleşmiş ve konuyla ilgili pek çok akademik analiz yapılmıştır.

Paylaşmak, çocuklukta öğrenilen bir alışkanlık olup geleneksel olarak Türkiye kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Türkiye’de paylaşma ritüelleri pek çok farklı biçimlerde pratiğe dökülmektedir.

Bu çalışmada, dijital teknolojinin yardımı ile sistematik bir hizmet tasarımı sunabilen Türkiye’deki iki ürün paylaşım sistemi olan Eşya Kütüphanesi ve Bebe Dönüşüm girişimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu iki girişim, paylaşım ağı yaratması sayesinde büyük şehirlerde de temel paylaşım ruhu ve alışkanlığının yaşamasını sağlamaktadırlar.

Anahtar kelimeler: Paylaşım servisleri, servis tasarımı, Türkiye ürün paylaşım platformları

Abstract

Today, the focus of research for alternative life practices criticizing the existing economic model based on consumption; shifted from production methodologies to changing consumption patterns. In this background, due to its potential of sustainability, product service systems have become popular and have been analysed by many engineering and design academics.

Sharing, a habitual act that is learnt in childhood is blended in Turkish culture. Many sharing rituals have still been practiced in Turkish society in many different forms.

In this study, we aimed to exemplify the formalization of daily sharing routines by bringing two product sharing service cases of Turkey into light. By designing a more systematic sharing service with the help of digital technologies, Library of Stuff and Baby Stuff Freecycle initiatives indicate that sharing can be alive even in the big cities.

Key words: Sharing services, service design, cultural influence, local traditions

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik sadece gelişmiş ülkelerin problemi değil, gelişmekte olan ülkelerin çözüm bekleyen problemler listesinde gittikçe büyüyen bir konudur. Ancak, Dünya Ekonomik Forumu'nda bahsedildiği üzere "büyüme" ile ilişkili ekonomik ve politik konuların arkasında kalmaktadır (Hunt, 2016). Bu durum daha büyük sosyal ve çevresel sorunlara zemin hazırlamaktadır.

Günümüzün seri üretim ticari mallarının alım ve satımı üzerine temellenmiş ekonomik sistemler pek çok sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik problemini de beraberinde getirmiştir, bu problemlere karşı birçok alternatif ekonomik model de geliştirilmektedir. Bu sebepten pek çok farklı yerel bağlamda alternatif yaşam pratikleri ve deneysel girişimlerin birbirinden bağımsız şekilde sayısının arttığını görüyoruz. Bunlardan bazıları Bayramiç, Yonca Lodge, Kapor, Belentepe, Marmariç, Birecik ekolojik çiftlik ve kolektif örnekleridir.

Bu alternatif yaklaşımların arasında, ürün servis sistemleri var olan endüstriyel, ekonomik ve sosyal organizasyonlar için sürdürülebilirlik alternatifi potansiyeline sahip olup, değişim için yeni bir platform sunmaktadırlar (Ehrenfeld, 2001; Manzini, 2006). Ceschin (2012), toplumun her seviyesini etkileyecek şekilde gittikçe artan sürdürülebilirlik problemlerine rağmen ürün-servis sistemleri örneklerinin seviyesinin öngörülenden az olmasını radikal inovasyon içermelerine ve bu nedenle yasal, endüstriyel ve kültürel engellemelerle karşılaşmalarına başlamaktadır.

Ortak tüketimin ve dolayısıyla paylaşım ekonomisinin son yıllarda yükselen bir değer olmasının arkasında bir kaç ana unsur bulunmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu'nda (Magyar, 2016) bir çok konuşmada geçtiği gibi, endüstri 4.0 ve gittikçe artan ofis alt yapılarının dijitalizasyonu ile pek çok çalışma alanı otomatik hale getirilmiş, ancak yeni meslek alanları aynı hızda geliştirilmemiştir. Berger ve Frey (2016) ve Chang ve Huynh'un (2016) çalışmalarında bahsettikleri gibi hızla artan otomasyonun yanı sıra var olan insan kaynağı ve gelecekteki yeni ihtiyaçlar arasındaki uçurum milyarların işsizliği ile sonuçlanacak. Bu nedenle, ortak tüketim pratiklerinin ekonomik getirileri yakın zamanda çok daha önem kazanacaktır.

Dünyanın sınırlı taşıma kapasitesinden bahseden araştırma raporlarında da belirtildiği gibi "sürdürülebilir büyüme" inancı ile yapılan tüm faaliyetler sonucunda taşıma kapasitesi aşılmış ve dünyanın hiçbir toplumu varlığını gittikçe artan çevresel, sosyal ve ekonomik problemlerden azade sürdüremeyecektir (Costanza et.al., 2012). Çeşitli araştırmalarda var olan üretim ve tüketimimizin doğa üzerindeki baskısı göz ardı edilemez ölçüklere ulaşmış durumda olduğuna ve pek çok kereler kullan-at toplumunun neden olduğu problemlere değinilmiştir (Cooper, 2005; Mont ve Plepys, 2007; Tonkwise, 2007). Tüm

bu ekonomik ve çevresel krizler ulusların sosyal yapılarını da etkilemektedir. Bu bağlamda, yerel ortak alternatif deneyimler ümit vericidir çünkü karşılıklık ve güven gibi pek çok uluslararası etik değerle kuruldukları gibi lokal geleneksel dinamiklerle de zenginleşmektedirler.

İlkel toplumlardan günümüze kadar toplumsal yapıların ekonomik ve sosyal değişimlerine ayak uydurarak farklılıklar gösteren paylaşım kavramı, bazı uygulamalarıyla yeni bir alternatif ekonomik model olarak gösterilmektedir (Codagnone ve Martens, 2016).

Avrupa ve Amerika'da eşyaların ikinci el ürün kullanımını 1700 - 1900 yılları arasında garaj satışları, ikinci el dükkanları ve açık arttırmalar üzerinden gerçekleşmektedir (Stobar ve Van Damme, 2010). Aile ve yakın çevre dışından birisinin günlük kullanım eşyasını -satın alarak da olsa- kullanma kavramı Amerika ve Avrupa ülkelerinde sıkça rastlanan bir durum iken Türkiye'de ikinci el pazarları son yıllara kadar belli bir demografik yapının altına hitap etmekteydi (Pektaş ve Dengin, 2012). Türkiye'de ise Avrupa ve Amerika'dan farklı olarak sıkı aile ilişkileri ve aileden sonra en kuvvetli sosyal bağ olan mahalle içinde ürün paylaşım ilişkisinin örneklerinin sıkça yer bulduğunu görüyoruz.

Günümüzde ise gittikçe popülerleşen bir alternatif olarak paylaşım ekonomisinin bir pratiği olan ürün takası aktiviteleri Avrupa ve Amerika'da ikinci el satışına alternatif olmaya başlamıştır. Botsman ve Rogers (2010) paylaşım ekonomisini anlatırken ortak tüketimin topluluk olma duygusunu pekiştirdiğine dikkat çekmiştir. Albinsson & Perera (2012)'nin çalışmaları da bu bulguya paralel olarak; fazla tüketimi azaltma amacıyla ortak tüketim deneyimleri ile bir araya gelen insanların arasında güçlü bir topluluk bağı kurulduğunu göstermiştir.

"Paylaşmak": Bu Kelimeyi Hatırlıyor muyuz?

Paylaşım, insanın çevresel tehlikelere karşı birlikte yaşamak için toplu yaşamayı seçip ortak yaşam formları geliştirdiği zamanlara dayanan en eski davranış biçimlerinden biridir. İnsanoğlu yüzyıllarca araziyi, üretimin pek çok biçimini ve hasadını paylaşmıştır. Bowles (2014)'un ortaya koyduğu gibi avcı- toplayıcıların hemen hemen hiç özel mülkiyet kavramı yoktu ve "paylaşmamak" sosyal normun bozulması şeklinde algılanıyordu. Graber (2013)'in bir Kuzey Amerika yerlisi topluluğu olan Iroquois'lerin üzerindeki araştırması da gösteriyor ki "paylaşım" yerleşik toplumlarda da ortak yiyecek ve eşya depolama, toplu yaşam alanları şeklinde devam ettirilmiştir. Paylaşım, ilk önce avcı toplayıcılarda bir alışkanlıktan günümüz modern toplumlarında farklı uygulamalarla devam etmektedir..

Pek çok araştırma tarafından (Furby, 1978; Gould, 1982; Testart, 1987) kanıtlandığı gibi erken çocuklukta bir karşılık beklemeden gerçekten ihtiyacı olan birisi ile

kaynakları paylaşmak öğretilen ve zamanla içgüdüsel bir davranış halini alan bir hareket biçimidir. Günümüzde modern bireylerin erken çocukluk döneminde öğretilmemiş ise mallarını bir yabancı ile (duraksamadan) paylaşmadığını söyleyebiliriz. Pek çok insan bir ürünün kullanımına tek ulaşım yolunun "satın almak" olduğunu düşünerek kullanmakta, hatta pek çok pazarlama stratejisi ürünün kişinin bir uzantısı ve bireyi yansıtan bir parçası olması üzerine odaklanmaktadır (Belk, 1998). Belk (2007), paylaşım aktivitesini tüketim terminolojisinde hediye ile mal değişimi arasında bir yere oturturken alternatif bir dağıtım biçimi olarak açıklıyor. Günümüzde reklamların toplumu gereğinden fazla tüketime iten artan baskısı ile herhangi bir nesnenin bireysel sahiplenilmesindeki sembolik anlamı fazla değer görmektedir (Elmasoğlu, 2017). Pek çoğumuz sadece özel zamanlarda hediye alıyoruz. Bu gönüllü davranışın kökeni kaynaklara ulaşımın zor, insanların beslenme, güvenlik ve sosyal ihtiyaçlar gibi günlük rutinlerini paylaştıkları daha küçük ve yakın yerleşim alanlarında küçük komüniteler halinde yaşadığı dönemlere kadar dayanır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve internetin günlük yaşamımıza bütünleşmesi ile bulunan coğrafi konumdan bağımsız olarak insanların ihtiyaçların farkına varılmasının kolaylaştığı söylenebilir. Web siteleri aracılığı ile coğrafi konumundan bağımsız olarak insanlarla iletişime geçilebilmekte ve ihtiyaçları giderilebilmektedir. (bkz: www.ihtiyacharitasi.com). Buna rağmen şehirler büyüdükçe ve nüfus şehrin kapasitesi üzerine çıktıkça insanlar aynı apartman içindeki komşusunu tanıyamaz hale gelmiş ve bu şekilde mekânsal yakın ilişkilerle gelişen paylaşım mahalle ölçeğinde dahi unutulmuştur.

Bunun yanı sıra, paylaşım az kullanılan kaynakların alternatif bir dağıtım yolu olarak da tanımlanabilir. Belk (2007) az kullanılan kaynakların paylaşılması sırasında toplumsal ilişkilerin paylaşım hareketinin yarattığı sinerji ile gelişeceğini öne sürmektedir. Benzer bakış açısındaki insanlarla bir araya gelinerek paylaşım toplumunun bir üyesi olmanın verdiği motivasyonun da bir başka etken olduğunu ekler. Coyne (2005) da benzer bir bakış açısıyla, bunaltıcı günlük hayat rutinleri insanların içinde kapalı kalmış iyiliklerini internetin de yardımıyla dışarıya çıkaracak bir yol bulmuş olduklarını vurgular. Bu çalışmada incelenen paylaşım platformlarında da paylaşım sistemleri topluluklarının gelişiminin bazı ipuçları görülmektedir.

Komşular yada yakın mahalli ağlar içerisindeki paylaşım ritüelleri (Kaynaklar, ürünler, zaman, vb.) yeni değildir ancak son dönemde daha sistemsel hale dönüştürüldüğüne tanık oluyoruz. Bu sistemler yerel alet paylaşım programı (Mont, Dalhammar ve Jacobsson, 2006); yerel

tamirathaneler, ev ve araç paylaşım planları ile başlamıştır (Manzini ve Jegou, 2008), ve "Eşya Kütüphanesi", "Bebe Dönüşüm" gibi örneklerle devam etmektedir.

Türkiye'de Eski Bir Davranış Biçimi Olarak, "Paylaşım"

Türkiye'de konutsal yerleşim bölgesine duygusal bağlanma ve yerleşim bölgesinin çekiciliği unsurlarının temelinde yakın komşular ile fiziksel ve duygusal ilişkiler bulunur (Kellekçi ve Berköz, 2006). Türkçe'de "Ev alma, komşu al." tümcesi günümüzde de sıklıkla kullanılan bir deyimdir. Örneğin, "imece" en bilinen ve uygulanan dayanışma ile yapılan bir üretim eylemidir. Kelime kökenini Türkçede sivil ya da müşterek kelimelerinden almıştır. Birbirine samimiyetle yardım etmek isteyen akraba, arkadaş ya da herhangi bir insan topluluğunun bir işi yapmak için birlikte hareket etmesini ifade eder. Temelde birlikte yapmak için sarf edilen çabanın paylaşılması yatar.

Bunun nedeni paylaşmanın ve güvenin küçük şehirlerdeki mahalli topluluklar için çok önemli olması, insanların buralarda hala birbirlerine sıkı sıkıya bağlı olmasıdır. Aynı günlük ritüelleri daha büyük şehirlerde gözlemlemeye başladığımızda benzer mahalle ilişkilerine çok daha seyrek rastlanmamaktadır. Günümüzde, şehirlerde nüfusun büyük bir kısmı yüksek katlı çok dairesel apartmanlarda yaşayıp genelde günde 10 saat çalışmaktadır. Bu yapılaşma ve günlük hayat rutini içinde mahalle kültürü ile komşuluk ilişkilerinin gittikçe zayıflaması sonucunda karşılıklı güven besleyen bireylerden oluşan toplulukları geliştirebilecek koşullar oluşmamaktadır (Altun, 2010; Şensoy ve Karadağ, 2012). Başka bir deyişle, paylaşım eylemi hala kültürel bir değer olarak bilirse de büyük şehirlerdeki yaşam döngüsünün bu fiili gerçekleştirilmeye engel haline geldiği söylenebilir. İnsanlar paylaşma kavramını değerli bulsa da, paylaşmaya hazır olsalar da, İzmir, Ankara İstanbul gibi büyük kentlerdeki gündelik yaşam biçimi paylaşmaya dair bu potansiyeli engellemektedir (Kaya, 2017). Türkiye'de gittikçe azalan paylaşım pratikleri "Eşya Kütüphanesi" ve "Bebe Dönüşüm" adındaki ürün paylaşım sistemlerinin gelişmesinde ilham kaynağı olmuştur. Eşya Kütüphanesi sürekli kullanmadığımız, atıl durumda olan eşyaların belirli bir süre ödünç verilmesi ve ödünç alınabilmesine olanak sağlayan bir platformdur. Bebe Dönüşüm ise kullanılmayan bebek eşyalarının para karşılığı aranmadan el değiştirmesini sağlayan, bebekler hızla büyüdüğü için kısa süre kullanılabilen eşyaların ebeveynler arasında tekrar tekrar döngüye sokulduğu bir mail grubudur.

Bu iki örnek ürünlerin kullanım sürelerini uzatmalarını amaçlamaları yönünden benzerlik göstermektedir. İki platform da bilgi ve deneyim paylaşımının sürdüğü top-

lanma noktaları haline gelmiştir. Sosyal alışveriş teorisine göre (Murdvée, 2009) internet siteleri ve bloglar gibi sosyal platformlar aracılığıyla ürünlerin yanı sıra bilgi ve deneyim paylaşımının da olduğunu açıklayabiliriz. Örneğin, Bebe Dönüşüm mail grubundan pek çok üye, gruba katıldıklarında öngörmedikleri bilgi kazanımları elde ettiklerini dile getirmişlerdir.

Araştırma Yöntemi:

Türkiye’de internet üzerinden yürütülen iki farklı tip paylaşım platformu olan Eşya Kütüphanesi” ve “Bebe Dönüşüm”ü incelemek için Eşya Kütüphanesi Platformu’nun iki kurucusundan biri olan Ayşe Gökçe Bor ve Bebe Dönüşüm grubunun kurucusu Esra Akçay Duff ile yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bu görüşmelerin kapsamı aşağıdaki sorular çerçevesinde oluşturulmuştur:

- Paylaşımın sistemik bir servise dönüşmesinde etkili rol oynayan faktörleri, özellikleri nelerdir?
- Alışlagelmiş paylaşım davranışlarının “paylaşım servisine” dönüşmesinde etkili nedenler ve motivasyonlar nelerdir?
- Alışkanlık haline gelmiş bir davranış biçiminin kullanım paylaşımı servis sistemine dönüşmesinde kolaylaştırıcı ve zorlaştırıcı etkin faktörler nelerdir?

Paylaşım Sistemleri Örnekleri

Eşya Kütüphanesi

Platform, 2012’nin son çeyreğinde ilk fikrin geliştirildiği bir girişimcilik aktivitesinin ardından Ayşe Gökçe Bor ve Aysu Erdoğan Miskbay tarafından kurulmuştur. Platformun ana fikri, ortak kullanılacak ürünlerin tüketimini azaltarak karbon ayak izini azaltmaktır. Platform aracılığıyla evlerde yığınlar halinde kullanılmadan duran ürünler paylaşılabilir ve ihtiyaç duyulan başka ürünler ödünç alınabilir hale gelmiştir. Fikrin geliştirildiği girişimcilik atölye çalışması süresince dünyada bu amaca hizmet edebilen başka uluslararası örneklerin varlığından haberdar olmayan ekip, örnekleri inceleyerek önerdikleri sistem ile örneklerin ortak noktalarını ve ayrılan yönlerini gözlemleyip bir sonraki aşamada ne yapılması gerektiğini şekillendirmiştir. Web sitesinin açılışıyla birlikte diğer sosyal medya kanalları da Eşya Kütüphanesi adı ile etkinleştirilmiştir ve platformun açılışı bu kanallardan daha geniş kitlelere duyurulmuştur.

Servis Tasarımı

Kapalı web sitesi şeklinde açılan platformdan faydalanmak için kullanıcı adaylarının site yöneticilerine bir form ile üyelik başvurusu yapmaları gerekmektedir. Baş-

vuru nedeni sorulan bu form ile katılımcının siteye üyelikteki motivasyonu ve beklentisi görülmüştür. Yöneticiler tarafından bir çeşit güvenlik ve güvenilirlik aşaması olarak görülen bu sorulara gelen cevapları da yine site yöneticileri tek tek okuyarak üyelik işlemlerini gerçekleştiriyorlar ya da yeterli görmezlerse ek sorular yönelterek başvurunun gerçekliğini kontrol edebiliyorlardı.

Üyeler, sahip oldukları ve paylaşabilecekleri ürünleri ve varsa ihtiyaçları olan eşyaların listesini web sitesi yöneticisine elektronik posta yolu ile ulaştırıyordu. Site yöneticileri bu eşyaların listesini sürekli güncel tutup istekler ile ihtiyaçlar arasında bir örtüşme olup olmadığını tarıyorlardı. Bir örtüşme bulunduğu eşyanın sahibi ve ona ihtiyaç duyan kişiler haberdar edilip birbirleri ile iletişime geçiriliyordu. Bu tanıştırmadan sonra iki üye aralarında platformun genel kuralları çerçevesinde paylaşımı gerçekleştirmekte özgür oluyorlardı.

Kurucular tarafından platforma başvuran üyelerin üç başvuru nedeni olduğu belirtilmiştir. Bu nedenler şöyle sıralanabilir:

- (1) Çevresel sürdürülebilirlik problemleri, atık ve tüketimi azaltmak ve karbon ayak izini azaltmak
- (2) Aday üyelerin, kavramsal ve politik açılarından inandıkları sisteme dâhil olmak istemeleri
- (3) Harekete geçirilen döngüsel işlemi mantıklı buldukları için desteklemenin gerekli olması

Son gruptaki kişi sayısı diğerlerine göre en düşüktür. Bu üyeler paylaşım aktivitelerinde etkin bir katılım göstermeyerek, “aynı atmosferde” bulunmak için platform üyesi olduklarını belirtmişlerdir. Web sitesinin ilk aylarında, platform kurucuları üyelik ilişkileri üzerine sorularla karşılaşmışlardır. Kendi ailesinden ya da yakın çevresinden olmayan, tamamen yabancı biri ile eşyasını paylaşmak platformun kurulduğu dönem için Türkiye’de çok yeni bir kavramdı ve bir komşu ya da yakın aile üyesi ile paylaşımından farklı psikolojik etmenleri vardır. Platform kurucuları en çok şu sorular ya da önyargılarla karşılaşmıştı:

- “İnsanlar daha çok almak ister ancak hiçbir şeylerini paylaşmak istemezler, nasıl işleyecek?”
- “Eğer bir eşyam kullanım esnasında zarar görürse ne olacak? Garantim var mı?”
- “Eğer ben başkasının eşyasını kullanırken ürün bozulursa ne olacak?” sorusu “biri benim eşyamı kullanırken zarar görürse” sorusundan daha çok sorulmuştur.

Kurucular, Sık Sorulan Sorular kısmını bu sorulara cevaplar içerecek şekilde düzenlemişlerdir. Bu bölümde, üyeler arası iletişiminin site yöneticileri tarafından düzenlenmeyeceğini, paylaşım - ödünç verme - geri alma işlemi sürecinin planlamasının tamamen ödünç veren ile alan arasında gelişeceğini açıklamışlardır.



Resim 1: Eşya Kütüphanesinin nasıl çalıştığını anlatan illüstrasyon - web sitesi ve sosyal medyada paylaşılmıştır

Twitter hesaplarından, günümüz rutini içinde unutilan ya da tamamen normalleştirilen Türkiye'deki gelenekleri hatırlatarak "Türkiye'den paylaşım hikâyeleri" başlığıyla bir gönderi serisi yaratmışlardır. Bu iletiler web sitesini kullanıcı olup paylaşım alışkanlığının nereden temellendiği bilgisine sahip olmayanlar için Türkiye geleneklerini anlatmakta etkili olduğu düşünülmektedir.



Resim 2: Türk kültüründeki geleneksel paylaşım örnekleri - twitter mesajları serisi şeklinde paylaşılmıştır.

TPlatform, "evimizdeki eşyaların CO2 ayak izi hesaplayıcısı" projesiyle yeni bir web sitesi açarak kapsamını genişletmiştir. Bu proje ile Techno-Girişimci ödülü almışlardır ve buradan gelen destek ile Didem Yeni'yi ekiplerine katarak resmi bir şirkete dönüşmüşlerdir.

Platformun gelişmesi süresince, web sitesinden ve paylaşım aktivitelerinden elde edilen en büyük geri dönüş, paylaşım sistemlerini şekillendiren en temel dinamiğin Chaudary (2015) 'in platform ölçeği kitabında bahsettiği gibi üyeler arası güven duygusu olduğudur. İnsanların birbirleri ile henüz hiçbir ortak nokta paylaşmadıkları tamamıyla yabancı oldukları bir durumda ilişki kurup, birbirleri ile tanışıp, güven ortamı oluşunca paylaşım aktivitesi gelişmektedir.

Platform, Türkiye'nin pek çok yerinden çevre ile ilgili ortak değerlere sahip insanların ortak paydası olmuştur. 2015'in sonunda sosyal medya kanalları yardımı ile üye sayısı Türkiye'nin 19 ilinden 3233'e ulaşmış ve 235 üye tarafından 617 eşya listelenmiştir. Web sitesinin ilk aylarında öngörülenin aksine ödünç verilmek üzere listeye gönderilen ürün sayısı ödünç arandıktan daha fazla olmuş ve ilk 2 sene içinde 903 ürün paylaşımı gerçekleşmiştir. En çok paylaşım kitaplar üzerinden gerçekleşmiş, ancak müzik aletinden çadıra, spor aletinden küçük mutfak aletine kadar pek çok ürün ödünç alınmak ya da verilmek üzere listede yerini almıştır.

2016 yılının başında, üyelere farklı bir başışlama seçeneği de sunan kardeş site "Dönme Dolap" açılmıştır. Bu sistemde başışlanan eşya ihtiyaç sahibine alacak kişinin bir üçüncü şahsa- ki burada bu üçüncü şahıslar sosyal aktivist, yazar, müzisyen ya da sanatçı olarak web sitesi üzerinden seçilebiliyor - cüzi bir ücret başışta bulunması ile iletilyordu. Eşya Kütüphanesi üyelerinden gelen geri dönüşler Dönme Dolap sitesinin kurulmasına ilham vermiştir. Kullanılmayan eşyalarını başışlamak isteyen pek çok kişi olmuştur ki bu da istendiği gibi kullanılmayan ürünlerin çöplüklere gitmesi yerine ürünün kullanım ömrünü uzatan bir uygulamadır.

Aslında Son Olmayan "Son"

Farklı ülkelerde olmaları kurucuların bir araya gelerek platformu geliştirmek için beyin fırtınası yapmalarını ve tartışmalarını ciddi anlamda engelleyen bir faktör olarak belirtilmiştir. Farklı zaman dilimlerinde farklı günlük profesyonel yaşamlar içinde çevrimiçi toplantılar düzenlemek de ayrı bir emek gerektiriyordu. Gün geçtikçe kullanıcı sayısının artışı nedeniyle üç platformda da artan bir iş yükü oluşmaktaydı. Teknik destek ve insan kaynakları eksiklikleri nedeniyle kurulurken hedeflenen noktaya halen gelinememişti.

Site yöneticileri sistemin günlük rutinler içine daha iyi entegre olabildiğini ve böylece kullanım sıklığının ve günlük kullanım nesnelerinin paylaşımının da artacağını düşünmüşlerdi. Örneğin, cep telefonu şarjınız bittiğinde paylaşımına uygun en yakın şarj aleti bulunduran kullanıcıya ulaşabilmek yenisini almaktan daha çevreci bir hareket biçimi olacaktır. Sadece yılda bir kaç kez ya da belirli mevsimlerde kullanılan ürünlerin yanı sıra bu tip kullanımı ortak ürünlerin ihtiyacımız olandan fazlasının alınması yerine paylaşılması da zamanla alışkanlık haline gelebilecekti. Ancak bu aşamaya gelmek için yolu yüksek seviyede bir teknik destek ile günlük kullanıma yönelik mobil uygulamalardan geçmekteydi.

Kurucular platformun bir kapanış partisi ile kapanacağını sosyal medya kanallarından ve web sitesinden resmi olarak duyurdu. 8.11.2016 tarihinde eşya kütüphanesi web sitesini kapattı. Kapanıştan sonra bir süre boyunca sitede teşekkür ve veda mesajı ile kurucuların bundan farklı bir ortak bir çatı yaratımı ile yine aynı amaçla çalışmakta oldukları bilgisi yayımlandı.

Eşya Kütüphanesi kurucuları web sitesi kapandıktan sonra üyeler arası diyalogları detaylı incelediklerinde görüldüğü gibi çok daha fazla paylaşım gerçekleştiğini, ürünlerin yanı sıra deneyim ve bilginin de paylaşıldığını, bu paylaşımlar esnasında yeni paylaşım ritüellerinin de geliştiğini görmüşlerdir. Eşya Kütüphanesi girişiminden elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir:

- Türkiye’de ihtiyacın belirtilmesi, açıklıkla dile getirilebilmesi daha zor, kırılganlık ifadesi gibi algılanabiliyordu. Ödünç vermek isteyen kişi sayısının ödünç almak için başvurandan fazla olmasından bir eşyayı alarak paylaşmanın vererek paylaşmaktan daha zor olduğu anlaşıyordu. Geri ödeme yapmadan ya da karşılığında eşyayı alım anında bir şey vermeden ödünç alabilmeyi sormak eksiklik veya yokluk belirtisi olarak görüldüğü algısı çok güçlüydü (Ayşe Gökçe Bor, kişisel görüşme, 20 Ekim 2017).

- “Karşılığında hiçbir şey beklemeden vermek”, Türkiye’deki cömertlik ve konukseverliğin temelindeki yüce gönüllülük davranış biçiminin sonucu olarak görülüyordu. Bu nedenle kullanıcıların kendi malının nasıl kullanılacağını düşünmekten çok, bozulacak bir nesnenin yaratacağı utanma duygusunu düşünmeleri bu sorunun sorulma sıklığının nedeni olarak görülmekteydi.

- İkincil bir web platformu olarak kurulan “Dönme Dolap”, Eşya Kütüphanesi üyelerinin ve takipçilerinin yorum ve isteklerine yönelik doğmuştu. Bu yeni platformda; evdeki kullanılmayan eşyalardan kurtulma ihtiyacının cömertlikle birleştirilmiştir. Kullanmadığı eşyasını tamamen elden çıkarmak isteyenler bu ürüne sahip olmak isteyenlere ürünlerini veriyorlar ve bunun karşılığını ver-

mek isteyen alıcılar da ürünün karşılığında yine platform üzerinden seçilebildikleri genç bir yazar, ressam ya da sanatçıya başlangıç olarak aktarabiliyorlardı. Veren kişi kullanılmayan eşyasından kurtulurken ürünün kullanım süresi uzuyor ve ürünü alan kişi bu alımın karşılığını elinden geldiği ölçüde destek bekleyen bir kişiye yardım ederek ödemiş oluyordu. Bu platform Eşya Kütüphanesi kurucularına ilk başta büyük bir motivasyon olmuş olsa da ikinci bir altyapı ve artan iş yükü nedeniyle sürdürülemezdir.

Bebe Dönüşüm - Bebek Eşyaları Paylaşım Portalı

Bebe Dönüşüm, İstanbul’lu iki çocuk annesi olan Esra Akçay Duff tarafından kurulan ve organize edilen bir gruptur. Esra Akçay Duff, ilk bebeğinin doğumuyla birlikte acil ihtiyaç anlarında birbirine yardım eden bir anneler grubuna duyduğu ihtiyacı karşılamak amacıyla e-posta grubunu 2012 Aralık ayında aktif hale getirmiştir. Grubun kurucusu Esra A. Duff, İstanbul’a döndüklerinde yaşadıklarını “yakın akrabalarınızın olmadığı, hiç kimseyi tanımadığınız bir büyükşehirde bebek bakmak, çocuk yetiştirmek çok zor” şekline ifade etmektedir (Esra Akçay Duff, kişisel görüşme, 8 Kasım 2017). Bir bebeğin ihtiyaçlarının çok hızlı değiştiğini, ilk yaşlarda sadece giyiminin bile sürekli bir akış halinde olduğunu belirten Duff, platform fikrinin evin ihtiyaç duyulmayan eşyalar ve küçülen giysilerle dolduğunu ama bir yandan da yeni eşyalara ihtiyaç duyulduğunu gördüğünde oluştuğunu belirtmektedir. Duff, İngiltere’de yaşamış ve oradaki hemen hemen tüm büyük mobilyalarını freecycle (ücretsiz ürün dönüşümü e-posta platformu) grupları ile karşılamış; paylaşımın ekonomik faydasının yanı sıra sosyal bağları da kuvvetlendirdiğini deneyimlemiş ve burada da bir paylaşım grubunun varlığına ihtiyaç duymuştur.

Bebe Dönüşüm sistemi ile az kullanılan eşyaların bir topluluk içerisindeki paylaşımı aileler arasında sosyal bağlar yaratmakta ve ihtiyacı olanlar kullanılmayan eşyalardan faydalanırken evler depolanmış çocuk eşyalarından temizlenmektedir.

Servis Tasarımı

Üyelerin az kullanılmış ya da ihtiyaç fazlası bebek eşyalarının belli bir sistem ile birbirlerine aktarabildiği “Bebe Dönüşüm” platformu üyelik gerektiren kapalı bir e-posta grubudur. Grubun Aralık 2012’de aktivasyonu emzirme ile ilgili konuların etraflıca konuşulup bilgi paylaşıldığı “emziren anneler” e-posta grubunda bildirilmiştir. Bu nedenle üyelerin tamamı annelerden oluşmaktadır. Platformun aynı zamanda paylaşım hikâyelerinin duyurulduğu blog adresinden üyelik başvurusu alınmaktadır.

Bir üye ihtiyacı olan özel bir ürünü “ihtiyaç” konu-

su ile gruba attığı bir e-posta ile bildirir. İhtiyaç fazlası ya da kullanım süresi dolan ürünlerini elden çıkarmak ya da gruba paylaşmak isteyen bir başka üye de “teklif” konu başlığı ile bu ürünleri listelediği bir elektronik posta gönderebilir. Bir üye bu teklif ya da ihtiyaca geri dönerse aynı başlık altında üyeler yazışarak ürünün özelliklerini ya da nasıl birbirlerinden alacakları gibi detayları konuşmaya başlarlar. Genel kural tekliflere ilk cevap veren üyeye dönülmesidir, ancak eğer teklif verene daha yakın mesafede başka ihtiyaç sahipleri de olursa karbon ayak izini azaltmak için en yakın ihtiyaç sahibine dönmek tercih edilir. İhtiyaç sahibi sadece kısa süreli bir kullanım için ödünç almak istiyorsa bunu da konu başlığına belirtir, böylece şehre bir süreliğine gelmiş bir bebekle geçici olarak kullanacağı bir ürünü paylaşabilmektedir.

Grubun ana odak ürünleri giyim, ayakkabı, bebek ev tekstili, bebek arabaları, oto koltuğu, süt pompaları, oyuncak, beşik, yemek koltuğu, bebek monitörü, vb. pek çok farklı üründür. Grubun mevsim geçişlerinde giyim ve ayakkabı ürünleriyle daha aktif olduğu gözlemlenmiş ancak diğer tüm aksesuarların ihtiyaç ya da teklif olarak görülmesi yıl içinde herhangi bir düzeni takip etmemektedir.

Grup sadece ürün değil kefir, ekşi maya, doğal maya gibi doğal ev üretimi ürünlerin ve bebeklere yönelik tariflerin de paylaşıldığı bir platforma dönüşmüştür. Hatta bir üyenin ihtiyacına grup içinden karşılık bulunamıyorsa o an için bu yiyecek maddesi ile ikame edebilecek diğer besin maddelerinin önerilmesine sıkça karşılaşılmaktadır. Bu tip iletilerde konunun hızla genişleyerek deneyim aktarımı, öneriler ve olası farklı yönlendirmelerle zenginleştiği gözlemlenmiştir.

Grubun sınırları sadece mahalleyle ya da İstanbul ile kısıtlı kalmamış ve tüm Türkiye’den 408 üyeye ulaşmıştır. 2017 senesi başına kadar kayıtlı 768 paylaşım gerçekleşmiştir. Her ayın ilk Pazartesi günü, ebeveynler paylaşmak istedikleri eşyaları Kadıköy Çocuk Kütüphanesi’ne getirerek orada düzenlenen paylaşım aktivitesine katılabilmektedir. Bu şekilde de atıl pek çok ürün yeni sahiplerince aktif kullanılmaya devam etmektedir. Bebe Dönüşüm girişiminden elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir:

- Grup sadece ürünlerin tekrar kullanılması, kullanım ömürlerini arttırmak amacıyla kurulmuş ancak tahmin edilenden daha fazla yarar sağladığı deneyimlenmiştir. Faydalı sonuçlar ilk başta planlandığı gibi ürünlerle sınırlı kalmamış yeni anneler daha eski ve deneyimli annelerin bulunduğu bir ortama dâhil olmuşlardır. Paylaşılan ürünün kullanımı ile ilgili bilgi alışverişi grubun bir başka karakteristiği haline gelmiştir. Anneler arası bilgi alışverişi samimiyet ve karşılıklılık içerdiği için çok kısa sürede güven ortamı oluşmasını sağlamıştır.

- Bebe Dönüşüm blog sayfasında paylaşımlarla ilgili hazırlanan iletiler grubun daha geniş kitlelerce görünürlüğü ve bilinirliğini arttırmış ve böylece tüm Türkiye’den üyelikler artmıştır.

- X kuşağının geniş bir kısmı büyük kardeşlerin ya da yakın akrabaların eşyalarıyla büyütülmüştür ve onlar da bu ürünlerden kullanılabilecek durumdakileri arkadan gelenlere aktarmıştır. Bebedönüşüm girişimi de yaygın olarak küçülen bebek kıyafetlerinin arkadan gelen kardeş ve yakın akraba çocuklarına aktarılması şeklinde uygulanan geleneğin modern bir formu olarak başlatılmıştır. Platform, malzeme akışının kapsamını genişleterek anneler arasında yeni bağlar kurulmasını sağlamış, aralarında farklı paylaşımında bulunan yerel topluluklar oluşmuştur.

SONUÇ

Temel insan davranışlarından biri olan paylaşmak Türkiye kültürünün de temel taşlarından. Eşya Kütüphanesi ve Bebe Dönüşüm girişimleri de paylaşım kavramının Türkiye kültüründeki yerleşmiş geçmişini temel almaktadır. Her ikisi de internetin kolaylaştırıcılığı ile bu kültürel varlığı yeniden tasarlayarak kullanmaktadır.

Albinsson & Perera (2012)’nin çalışmaları göstermiştir ki fazla tüketimi azaltma amacıyla ortak tüketim deneyimleri ile bir araya gelen insanlar arasında güçlü bir topluluk kurulmaktadır. Bu araştırma çerçevesinde incelenen her iki vaka çalışmasında platformlar aynı temel amaçlarla kurulmuştur: evlerde biriken, kullanılmayan ya da çok nadir kullanılan eşyaların başkalarının kullanımına açılması. Bu hareket fazla tüketimi azaltmaya yardım etmektedir. Çevresel bakış açısıyla, doğal kaynakları ve üretim için harcanan enerjiyi azaltmaktadır. Ekonomik açıdan, üyeler özellikle çok nadir ya da çok kısa bir süre için kullanacakları ürünler için sürekli ödeme yapmak zorunda kalmamaktadır. En önemlisi ise sosyal açıdan fark etmeden üyelerin aslında bir topluluğa dâhil olmalarıdır. Briceno & Stagl (2006) tüketimi sosyal bağlamında inceleyerek ortak tüketim örüntülerinin topluluktaki sosyal bağlar üzerine olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Her iki vakada da gerçekleşen toplantılar ve paylaşım şenliklerinde katılımcılar arasındaki karşılıklı güven duygusu derinleşmiştir. Bu toplu tüketim aktivitelerinin kullanıcı tarafından tercih edilmesinin bir başka nedeni de Hamari vd.’nin (2015) araştırmasını doğrular nitelikte kullanıcının tüketim aktivitesi sırasında eğlenme ve mutlu hissetme motivasyonudur.

İlk bakışta ikinci el olarak kullanılmayan eşyaların satışı daha karlı olarak gözükmekle birlikte her iki platformun yöneticilerinin belirttikleri ortak nokta; ikinci el satışta takas ya da ortak paylaşım platformlarındaki

değişimler esnasında oluşan bağların kurulmadığı, sosyal bir iletişim oluşmadığıdır. Platformların daha geniş kitlelerce duyulması ve web sitesi üzerinden gerçekleşen iletişimin yüz yüze iletişime taşınması amaçlı organizasyonları yerel toplulukların ve sosyal bağların güçlenmesini sağlamıştır. Bebe Dönüşüm üyeleri içerisinde yakın mesafelerde ikamet eden annelerden birbirleriyle daha sık görüşmeye başlayan ve çocukları sıkı arkadaşlıklar kuran ailelerin sayısı azımsanmayacak kadar çoktur. Aynı şekilde özel mesajlaşmalarla devam eden ürün paylaşımlarının ödünç alan ve veren arasında alışverişin bir kafede olması, ürünün geri verilmesi esnasında ödünç alanın ödünç verene bir ikramda bulunulması gibi bazı paylaşım ritüellerinin gelişmesini sağladığı görülmüştür.

Türkiye'deki kültürel alışkanlıkların paylaşma kavramının üzerine doğrudan etkileri olduğu görülmüştür. Paylaşım kavramları Türkiye kültürel mirası için yeni olmasa da günümüzde nadiren uygulama alanı bulunmaktadır. Her iki platform da, bir yandan günümüzde birer kültürel ajan görevi görmüş, modern iletişim yöntemleriyle hem tüketimi azaltmayı hem de paylaşma alışkanlığını yeni nesillere aktarmaya çalışmışlardır.

Yeni Araştırmalar için Öneriler

Eşya Kütüphanesi vaka çalışması süresince, ödünç alma ihtiyacında olan katılımcılardan daha çok ödünç vermek isteyenlerin ileti göndermesi "ihtiyacı dile getirmenin daha zor olduğu" yönünde bir kanı oluşturmuştur. Bu da paylaşım topluluklarındaki sosyal dinamikler hakkında yeni bir soru şeklinde düzenlenebilir:

"İnsanları paylaşmaktan alıkoyan sadece güven duygusu konusudur? Başka neler ihtiyacı için bir nesneyi ödünç almak isteğini dile getirmekten alıkoyabilir?"

Bu soruyu derinlemesine araştırarak ulaşılabilecek bilgiler insanların paylaşım ve ortak tüketim uygulamaları hakkında duyguları ve davranış örüntülerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayabilir.

Paylaşımın önündeki engelleri bilinirse bunları kaldırmak için tasarım ile öneriler geliştirilebilir.. Örneğin eğer "bireyler arası güven" bir problem oluşturuyorsa servis sistemlerinin kullanıcıları arasındaki yüz yüze ilişkiler öncesinde yüksek düzeyde bir güvenlik araştırması ile kullanıcıların güvenlik duygusu ihtiyacı karşılanmaya çalışılabilir. Bu tip ikili ilişkiler bir arada bulunma, ortak bir amaç için birlikte üretme süreçlerinde doğal olarak oluştuğu için sık sık üyelere yönelik toplantılar düzenlenerek topluluk olma - topluluğa aidiyet duyguları güçlendirilebilir.

Başka bir bakış açısıyla, bireysel kullanım süresinin az, ürün maliyetinin kullanım süresine oranla yüksek olduğu ürünlerde ürünlerin tekil tasarımından çok ortak kullanımın nasıl arttırılabileceği yönünde projeler geliştirilebilir. Tasarımcıları bütüncül ürün-servis sistemi tasarımları ge-

liştirmeye tasarımcıları hazırlamak da tasarım eğitiminde hızla gelişmektedir Türkiye'de de tasarım eğitiminde ürünün satın alınarak değil, farklı kullanıcılar tarafından kiralanarak ya da paylaşarak ortak kullanımı düşünülerek tüm hizmet süreci ile birlikte tasarlanması yaygınlaşabilir. Tasarımcılar tekil ürün yerine tüm sistemin tasarımını düşünmeye eğitim sürecindeyken fırsat bulabilirler.

KAYNAKÇA

Albinsson, P. A. & Perera, Y., (2012). Alternative Marketplaces in 21st century. *Journal of Consumer Behaviour*, 11, 303-315.

Altun, D. A. (2010). Kapalı Konut Siteleri ve 'Mahalle' Kavramı. *İdealkent*, 2, 216-244.

Belk, R. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15, September.

Belk, R. (2007). Why Not Share Rather Than Own? *The Annals of the American Academy*, 611, 126-140.

Berger, T., Frey, C. B. (2016). Structural Transformation in OECD: Digitalisation, Deindustrialisation and the Future of Work. (OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 193). OECD Publishing, Paris.

Briceno, T., Stagl, S. (2006). The role of social processes for sustainable consumption, *Journal of Cleaner Production*, 14,1541-1551.

Bowles, S. & Choib J.K. (2013). Coevolution of farming and private property during the early Holocene, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110, 22, 8830-8835.

Botsman, R. & Rogers Roo, (2015). *What Is Mine Is Yours, The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business.

Ceschin, F. (2012). *Sustainable product-service systems: Between strategic design and transition studies*. (PhD Dissertation). Politecnico di Milano, Department of Industrial Design, Arts, Communication and fashion (INDACO).

Chang, J.H. & Huynh, P. (2016). ASEAN in transformation: the future of jobs at risk of automation. ILO-Report. Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_579554.pdf

Chaudary, S. P. (2015). Platform Scale. Platform Thinking Labs Pte. Ltd.

Codagnone C.& Martens B. (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. (Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01).

Cooper, T. (2005). Slower Consumption Reflections on Product Life Spans and the "Throwaway Society". *Journal of Industrial Ecology*, 9, 51-67.

Costanza, R., G. Alperovitz, H. E. Daly, J. Farley, C. Franco, T. Jackson, I. Kubiszewski, J. Schor, & P. Victor. (2012). Building a Sustainable and Desirable Economy-in-Society-in-Nature. United Nations Division for Sustainable Development: New York.

Coyne, R. (2005). *Cornucopia Limited: Design and dissent on the internet*. Cambridge, MA: MIT Press.

Ehrenfeld, J. (2001). Designing 'Sustainable' Product/Service Systems. *Ecodesign 2001: 2nd International Symposium on Environmentally Conscious Design and Inverse Manufacturing*, Tokyo.

Elmasoğlu, K. (2017). Tüketim kültüründe etkili bir araç olarak reklamın işlevlerine dair genel bir değerlendirme. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2, 4, 27-42.

Furby, L. (1978). Sharing: Decisions and moral judgments about letting others use one's personal possessions. *Psychological Reports*, 93, 595-609.

Gould, R. A. (1982). To have and have not: The ecology of sharing among hunter-gatherers. In N. M. Williams & E. S. Hunn (Eds.), *Resource managers: North American and Australian hunter-gatherers*, CO: Westview.

Graeber, D. R. (2013). *Debt: The First 5000 Years*. Brooklyn, N.Y.: Melville House.

Güngör, N. (2011). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Hamari, J. et al. (2016). The Sharing economy: Why people participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association of Information Science and Technology*, 67, 9, 2047-2059.

Hunt, R. (2016, Jan 21). What are the 10 biggest global challenges? Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/what-are-the-10-biggest-global-challenges/>

Magyar, J. (2016, Jan 22). Will the fourth Industrial Revolution Improve the State of the World? Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/will-the-fourth-industrial-revolution-improve-the-state-of-the-world/>

Kaya, E. (2017). *Kentleşme ve Kentlileşme*, İşaret. yayıncılık, İstanbul.

Kellekçi L. Ö. & Berköz, L. (2006). Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler. *İtüdergisi/a, mimarlık, planlama, tasarım*, 5, 2, 1, 167-178.

Manzini, E. (2006). Design for sustainability. How to design sustainable solutions. Retrieved from <http://www.sustainable-everyday-project.net/>

Manzini E. & Jegou, F. (2008). Collaborative Services| Social Innovation and Design for Sustainability. POLI.design:Milan.

Mont O., Dalhammar C. & Jacobsson N. (2006). A new

business model for baby prams based on leasing and product remanufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 14, 1509-1518.

Mont, O. & Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress: should we be proud or alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16, 531-537.

Murdvee, M. (2009). Social Exchange. Retrieved from https://www.ttu.ee/public/m/mart-murdvee/EconPsy/5/6_EconPsy_-_Social_exchange.pdf

Pektaş, H. & Dengin, S. (2012). İkinci El Giysi Pazarları ve Türkiye'deki Durumu. *1. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu*. Akdeniz Üniversitesi/ G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, Antalya.

Stobart, J. & van Damme, I. (2010). *Modernity and the Second-Hand Trade European Consumption Cultures and Practices, 1700-1900*. Palgrave MacMillan, London.

Şensoy, N. & Karadağ, A. A. (2012). Sosyal Etkileşimin Komşuluk Düzeyinde Geliştirilmesine Yönelik bir Araştırma: Ankara TOKİ Atakent Sitesi Örneği. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2, 6, 279-289.

Testart, A. (1987). Game sharing systems and kinship systems among hunter-gatherers. *Man*, 22, 2, 287-304.

Tonkwise, C. (2007). Practicing sustainability by design: global warming politics in a post-awareness world, *Scapes*, 6, Fall 2007, 4-14.