



ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI BÖLÜMÜ

UTAK 2014 Bildiri Kitabı Eğitim, Araştırma, Meslek ve Sosyal Sorumluluk

Derleyenler
Pınar Kaygan
Harun Kaygan

UTAK 2014
Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı

**UTAK 2014 BİLDİRİ KİTABI:
EĞİTİM, ARAŞTIRMA, MESLEK VE
SOSYAL SORUMLULUK**

10-12 Eylül 2014, Ankara

Derleyenler
Pınar Kaygan
Harun Kaygan



©2014

Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Mimarlık Fakültesi,
Dumlupınar Bulvarı, 06800, Ankara/Türkiye
tel: +90 312 210 2202, faks: +90 312 210 2297

Yayın Türü: Bildiri Kitabı
Yayın Kurulu Kararı: 24.02.2014
Yayın Kurulu: Elvan Altan Ergut, Çağla Doğan, Serap Kayasü, Haluk Zelef
Sayfa Düzeni: Güeliz Korkmaz Tırkeş
Baskı: Seyit Kapusuz, Hacı İnaltun

ODTÜ Mimarlık Fakültesi Basım İşliğı, Ekim 2014

ISBN: 978-975-429-337-1

Kitabın içeriğinde kullanılan fotoğraflar ve diğer görsel malzemelerin telifi, aksi belirtilmedikçe yazara aittir.

Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır. Telif sahibinin önceden yazılı izni olmadan kısmen ya da tamamen yeniden bastırılamaz, herhangi bir kayıt sisteminde saklanamaz, hiçbir şekilde elektronik, mekanik, fotokopi ya da başka bir araçla çoğaltılıp işleilemez.

İÇİNDEKİLER

Önsöz: Tasarım Araştırmaları Konferansının Önemi

Gülay Hasdoğın

ix

Giriş: Tasarım Araştırmalarıyla Endüstriyel Tasarımdaki Dönüşümleri Anlamak

Pınar Kaygan, Harun Kaygan

xiii

1. Türkiye’de Mevcut Durum ve Öneriler

1

Türkiye Endüstriyel Tasarım Yazını Üzerine Bir İnceleme:

1971 – 2009 Arası Akademik Çalışmaların Analizi

Fatma Cizrelioğlu Karaer, Alpay Er

3

İstanbul Tasarım Haritası

Özlem Er, Şebnem Timur Öğü, Alpay Er, Feyza Baltacı

23

Endüstriyel Tasarım Tescili Başvurusunda Görsel Anlatımın

Hazırlanmasına Yönelik Ulusal Bir Kılavuz Önerisi

Irmak Yalçın, Fatma Korkut

35

2. Tasarımcının Deneyimi

53

Türkiye’de Endüstri Ürünleri Tasarımcılarının Motivasyon Faktörleri

Üzerine Bir Çalışma

Şahika Etemoğlu, Alpay Er

55

Emeğin Tahayyülü: Türkiye’de Tasarım Emeğine Dair Bir Eleştirel

Çözümleme

Osman Şişman

69

Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitiminin Girişimcilik Açısından

Değerlendirilmesi

Handan Temeltaş, Özlem Er

79

3. Tasarımda Katılım

91

Kamusal Alan İçin Tasarım: İstanbul’da Yerel Yönetimlerle İşbirliği

İçerisinde Yürütülen Disiplinler Arası Projelerde Tasarımcının Konumu

Selen Çatalyürekli, Çiğdem Kaya

93

Endüstriyel Tasarım Eğitiminde ‘Açık-Kaynak-Tasarım’ Yönteminin

Stüdyo Derslerine Uyarlanma Örneği

Mine Ovacık, Sevi Merter, Selin Gençtürk

107

Tasarım Aktivizmi Olarak Katılımcı Tasarım ve Tasarımcının Katılım

Deneyimi: ODTÜ Asistan Dayanışması Örneği

Sedef Süner, Harun Kaygan

119

4. Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik	131
Elektrikli Ev Aletleri Sektöründe Sürdürülebilirlik İçin Tasarım: Kaynakların Verimli Kullanımı ve Ürün Bakımı ve Onarımı Konularında Tasarımcı ve Üretici Yaklaşımlarının ve Farkındalığının Anlaşılması <i>Yekta Bakırlıoğlu, Senem Turhan, Çağla Doğan</i>	133
Çokkültürlülük Ekseninde Kalkınma ve Tasarım: Gökçeada İçin Bir Model Önerisi <i>Alayça Erözçelik, Alpay Er</i>	147
Kişiselleştirme Yoluyla Kullanıcıları Tasarım Sürecinde Etkin Kılan Yöntem ve Yaklaşımların Sürdürülebilirlik İçin Ürün Tasarımı Açısından Değerlendirilmesi <i>Ezgi Ozan, Çağla Doğan</i>	157
5. Zanaat ve Tasarım	173
Zanaat, İnanç Turizminin Hizmetinde: Hacıbektaş Taş İşçiliği ve Hediyelik Ürünler <i>Dilek Akbulut</i>	175
Zanaat Atölyelerinin Ürün Tasarımı Müfredatına Eklemlenmesi: ID202 ve Şişhane <i>Aslı Kıyak İngin, Can Altay</i>	185
Zanaatın İnovasyonla Sınavı: Kapalıçarşı Kuyumculuğunun İnovasyon Potansiyelinin Tespitine Yönelik Bir Tasarım Araştırması <i>Ayşe Coşkun Orlandi, Yonca Kösebay Erkan</i>	203
6. Stüdyo Eğitiminde Yaklaşımlar	217
Endüstri Destekli Eğitim Projelerinin Arkasındaki Motivasyonlar: ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Mezuniyet Projeleri <i>Gülay Hasdoğan, Bahar Şener</i>	219
Çevrimiçi Yansımali Etkileşimler: Endüstriyel Tasarım Stüdyo Dersinde İletişimi Desteklemek İçin Sosyal Ağ Sitelerinin Kullanımı <i>Simge Hough, Şebnem Timur Ögüt</i>	235
Disiplinler Arası Tasarım İşbirliği: Çok Katmanlı Tasarım Problemlerine Çözüm Arayışları İçin Bir Pilot Proje Uygulaması ve Sonuçları <i>Elçin Tezel</i>	247
7. Tasarım Sürecinde Yöntemler	259
Ürün Tasarımı Eğitiminde Kuram ve Uygulamanın Kesişmesi: Anlambilimsel Bir Deneme <i>Hümanur Bağlı</i>	261

Beyin Fırtınası Yöntemiyle Ambalaj Tasarımına Yönelik Çözüm Alanları Önerilmesinde İzlenen Düşünce Taktikleri ve Stratejiler <i>Naz A.G.Z. Börekçi</i>	273
Endüstriyel Tasarımda Ürün ve Marka Algısı ve İlişkisi: Bir Çikolata Markası Özelinde Anlam Bilimsel Bir Metod Uygulaması <i>Can Güvenir, Şebnem Timur Öğü</i>	287
Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitiminde Zaman Temelli Görsel Anlatımın Algısal Etkileri <i>Dalsu Özgen Koçyıldırım, Aykut Coşkun, Yekta Bakırlıoğlu</i>	301
8. Kullanıcı Araştırmaları	313
Toplu Taşıma Bilgi Sistemleri Tasarımının Yaşlı Kullanıcılar İçin Uygunluğunun Araştırılması <i>Selin Gülden</i>	315
Türkiye’de Kullanıcı Deneyimi Tasarımının Doğuşu ve Gelişimi Sürecinde Endüstriyel Tasarımcıların Rolü <i>Ahmet Hamurcu</i>	333
Çocuklarla Yaratıcı Tasarım Araştırması: Uygulamaya Yönelik Zorluklar ve Öneriler <i>Sedef Süner, Çiğdem Erbuğ</i>	349
9. Duygular ve Duyular	361
Kullanıcıların Duyusal Ürün Deneyimlerini Değerlendirme Biçimleri Üzerine Bir Araştırma Kurgusu <i>Merve Coşkun, Bahar Şener</i>	363
Mutluluğun Bir Tasarım Hedefi Olarak İncelenmesi: Literatür Derlemesi <i>Hande Işık</i>	377
Ürün Tasarımına Duygusal Yaklaşımlar: Aydınlatma Kobi’leriyle Bir Proje Çalışması Deneyimi <i>Seçil Şatır</i>	387
Yazarlar Hakkında	401

KONFERANS KURULU

Pınar Kaygan (Konferans Yürütücüsü), Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Naz A.G.Z. Börekçi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Aykut Coşkun, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Çağla Doğan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Gülray Hasdoğan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Harun Kaygan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Fatma Korkut, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Sedef Süner, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

HAKEMLER

Dilek Akbulut, Gazi Üniversitesi
Ece Arıburun Kırca, İstanbul Teknik Üniversitesi
Mehmet Asatekin, Bahçeşehir Üniversitesi
Hümanur Bağlı, İstanbul Teknik Üniversitesi
Tevfik Balcıoğlu, Yaşar Üniversitesi
Nigan Bayazıt, İstanbul Teknik Üniversitesi (Emekli)
Gülsüm Baydar, Yaşar Üniversitesi
Oğuz Bayrakçı, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Murat Bengisu, İzmir Ekonomi Üniversitesi
Nazlı Cila, Delft Teknoloji Üniversitesi
Erdem Demir, I-AM, Bilgi Üniversitesi
Cankız Elibol, Hacettepe Üniversitesi
Ayhan Enşici, Kadir Has Üniversitesi
Guita Farıvarsadri, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Figen Işık, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Ali Oğulcan İlhan, Özyeğin Üniversitesi
Çiğdem Kaya, İstanbul Teknik Üniversitesi
Aren Kurtgözü, Kadir Has Üniversitesi
Armağan Kuru, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Mine Ovacık, Yaşar Üniversitesi
Işıl Oygür, Bahçeşehir Üniversitesi
Arslan Özbiçer, Marmara Üniversitesi
Dalsu Özgen Koçyıldırım, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Bülben Süel Yazıcı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Seçil Şatır, Hitit Üniversitesi
Elçin Tezel, Bahçeşehir Üniversitesi
Şebnem Timur Ögüt, İstanbul Teknik Üniversitesi
Gülşen Töre Yargın, Cambridge Üniversitesi
Ahmet Zeki Turan, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Gülname Turan, İstanbul Teknik Üniversitesi
Senem Turhan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

SPONSORLAR



Eczacıbaşı Vitra



Ofis Mobilyaları Sanayi ve İş Adamları Derneği (OMSiAD)



Türk Patent Enstitüsü

DESTEKLEYENLER



ODTÜ Rektörlüğü

ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dekanlığı



ODTÜ Prof. Dr. Mustafa N. Parlar Eğitim ve Araştırma Vakfı

ÖNSÖZ: TASARIM ARAŞTIRMALARI KONFERANSININ ÖNEMİ

Bir çok disiplin gibi endüstri ürünleri tasarımının da üç temel yönlendiricinin etkileriyle evrildiğini ve geliştiğini söyleyebiliriz. Bu yönlendiriciler eğitim, araştırma ve pratiktir. Eğitim, pratiğin ilkelerini, esaslarını ve yöntemlerini öğretir. Araştırma, hem eğitim hem de pratik için bilgi üretir. Pratikse işin mutfağıdır; eğitimin yarattığı beceriyi, araştırmanın yarattığı bilgi ve yöntemleri kullanarak, problemleri somut çözümlere dönüştürür. Pratiğin yarattığı sonuçlar, araştırma için veri, eğitim içinse bilgi kaynağıdır. Pratik, eğitim için aynı zamanda bir simülasyon ortamı ve öğretici bir deneyimdir. Bu üç yönlendirici birbirini sağlıklı bir şekilde besleyebildiği sürece hem kendilerini hem de disiplini geliştirirler.

Endüstriyel tasarımın Türkiye’de 1970’lerdeki başlangıç yıllarında, eğitim, tek temel yönlendiriciydi. Disiplin, ülkemizdeki varlığını ilk eğitim programlarının kurulması ile gösterdi. O dönemlerde ne yerel pratiğin ne de disipline özgü araştırmanın, disipline ve eğitimin kendisine güçlü etkilerinden bahsedebildik. Disiplin, kendi kurgusunu lisans eğitimi üzerinden yaptı. Eğitimin en temel problemlerinden biri, pratikle ilişkisinin zayıflığıydı. Eğitim, pratikle ilişkilerini yıllar içinde kurdu; ilk mezunlar endüstride çalışmaya başladılar, eğitim projeleri endüstri destekli yürütölmeye başladı. Dolayısıyla pratik, disiplini yönlendirmeye eğitimin açtığı kapıdan girerek başladı.

Ürün geliştirme sürecinin farklı paydaşları ile birlikte icra edildiği için, endüstriyel tasarım, klasik tanımlarında disiplinler arası bir meslek olarak geçer. Her yeni meslek gibi endüstriyel tasarım da, farklı disiplinlerin bilgi ve yöntemlerini hem eğitimde hem de pratikte kullanmıştır. Zaman içinde disiplin, kendine özgü kuram, yöntem ve bilgisini yaratmaya başlamıştır. Türkiye’deki bazı eğitim kuruluşları, hem kendi bilgisini geliştirmek hem de kendi eğitimcilerini yetiştirmek için ilk lisans üstü programlarını 1980’lerde kurdular. Öte yandan, hızla devam eden

lisans programı kurma faaliyetleri, lisans üstü eğitime ve tasarım araştırmasına gereken önemin ve ağırlığın verilmesine engel oluşturdu. Son on yılda kurulan ve öğrenci alan lisans programlarının sayısı yaklaşık dört kat artarak 7’den 27’ye ulaştı. Öğretim üyesi kaynağı dikkate alınmadan bütünsel bir vizyondan yoksun olarak gerçekleştirilen bu artış, eğitim kurumlarını enerjilerini lisans eğitime yoğunlaştırmaya zorunlu bıraktı. Dolayısıyla lisans üstü program geliştirme çabası lisanstaki ivmeyi yakalayamadı. Bugün endüstriyel tasarım disiplini ile ilgili 11 üniversitede yüksek lisans, 7 üniversitede doktora veya sanatta yeterlik programı faaliyetini sürdürmekte.

Günümüz Türkiye’inde endüstriyel tasarım eskisinden de daha kaygan bir zemin üzerinde varlığını koruyor. Kısıtlı akademisyen kaynağına rağmen gerçekleşen ölçüsüz artış nedeniyle, lisans eğitimi eskiye kıyasla daha da güçlü olmak zorunda. Mesleki eğitim, kimliğini daha da net ve etkili bir şekilde ortaya koymalı. Çünkü kimlik konusunda kavram kargaşası yaratan yeni oluşumlar doğdu. Endüstriyel tasarım mühendisliği bölümleri ve iki yıllık endüstriyel tasarım bölümleri kuruldu. Tam da bu nedenlerle araştırma, eskiye göre daha güçlü verilerle eğitimi ve pratiği yönlendirme misyonunu taşımalı.

Bu yıl kuruluşunun 35. yılını kutlayan bölümümüz Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı ile, Türkiye’de bugün sayısı 28’i bulan endüstri ürünleri tasarımı bölümleri için tasarım eğitimi ve mesleği, tasarımda sosyal sorumluluk, tasarım araştırması ve yöntemleri gibi konularda yürüttükleri çalışmaları paylaşılabilecekleri bir platform yaratmayı amaçlıyor. Düzenli olarak gerçekleştirilmesi hedeflenen bu konferans, akademik bildirilerin yanı sıra özellikle tasarım eğitimcilerini, endüstriyel tasarımcıları ve tasarım yöneticilerini yeni süreç ve yöntemlerini, yeni fikirlerin üretilmesi için deneyimleyebilecekleri çalıştaylar düzenlemeye davet etti. Bu yıl ODTÜ Mimarlık Amfisi’nde sunulacak 31 adet bildiriye, Türk Patent Enstitüsü’nün düzenlediği bir seminer ve İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Anadolu Isuzu ve Studio HDD tarafından Mimarlık Fakültesi stüdyolarında gerçekleştirilecek üç çalıştay eşlik edecek.

Öğrencilerinin ve mezunlarının kazandığı başarılarla ulusal ve uluslararası ortamlarda tanınan, üniversite-sanayi işbirliğine, tasarım eğitime ve araştırmalarına kendi geliştirdiği özgün modelleri ile katkı veren bir bölüm olarak ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nün en büyük temennisi UTAK konferanslarının gelecekte endüstriyel tasarım konusunda yeni bilgi, kuram ve fikirlerin paylaşılmasına ve geliştirilmesine yönelik tartışmaların yürütüldüğü bir ortam olarak varlığını sürdürmesidir.

Bu konferansa ev sahipliği yapan Orta Doğu Teknik Üniversitesi Rektörlüğü’ne, çalıştaylarımıza ev sahipliği yapan ve konferans kitabımızın basılmasını sağlayan Mimarlık Fakültesi Dekanlığı’na, konferansın düzenlenmesine katkı veren başta koordinatör Pınar Kaygan olmak üzere, konferans düzenleme kurulumuzdan Naz Börekçi, Aykut Coşkun, Çağla Doğan, Harun Kaygan, Fatma Korkut ve Sedef

Süner'e, grafik tasarım işlerini yürüten Merve Özdemir, Burak Aktaş ve Mert Kulaksız'a, ve ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün konferansa emeği geçen tüm diğer üyelerine, ayrıca konferansımızın mali işlerini koordine eden ODTÜ Prof. Dr. Mustafa N. Parlar Eğitim ve Araştırma Vakfı'na ve Ali Cevrem'e teşekkür ederim. Türkiye'de endüstriyel tasarım disiplinine bu güne kadar sayısız katkılarda bulunan, geçmişte bir çok projede birlikte yer alma olanağı bulduğumuz ve bu yıl konferansımıza destek vermeyi kabul eden üç önemli kuruluşa; Türk Patent Enstitüsü, Ofis Mobilyaları Sanayi ve İş Adamları Derneği (OMSİ-AD) ve Eczacıbaşı Vitra'ya bölümümüz adına sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Son olarak ülkemizin 14 değerli üniversitesi ve 4 değerli kuruluşundan bildiri sunarak konferansımıza katkı veren tüm bildiri sahiplerine tasarım araştırmalarına yaptıkları katkı için teşekkür ederim.

Prof. Dr. Gülay Hasdoğan
ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Başkanı

GİRİŞ: TASARIM ARAŞTIRMALARIYLA ENDÜSTRİYEL TASARIMDAKİ DÖNÜŞÜMLERİ ANLAMAK

2000’lerle birlikte endüstriyel tasarımın tanınırlığında ve mesleğe olan ilgide önemli bir artış olduğu, son on yılın Türkiye odaklı tasarım yazınında sıklıkla paylaşılan bir tespit. Bu artış hem eğitim alanında hem de mesleğin yaygınlığında ve içeriğinde elbette çeşitli değişimleri beraberinde getirdi. UTAK 2014’te sunulan ve bu kitapta bir kısmını derlediğimiz bildirilerin arkasında, ortaya attıkları tartışmalarda ve altını çizdikleri saptamalarda bu değişimleri anlama, aktarma ve açıklamaya yönelik bir kaygı görüyoruz. Dolayısıyla tasarım araştırmasının bugün bu değişimlere mesleki ve toplumsal sorumluluklar ışığında yön verme görevini üstlenmesini beklemeliyiz.

Bu yazıda, bu noktadan yola çıkarak günümüzde Türkiye’de tasarım araştırmasının alandaki dönüşümlerle ilişkisini birkaç konu altında inceleyerek bazı yönlendirici ipuçları bulmaya çalışacağız. Tartışmamızda bildirilerde öne çıkan eğitim, meslek, katılım ve kullanıcı konularını çapraz kesen temaları vurgulamayı amaçladığımız için kitapta yer alan tüm bildirilere değinmeyi hedeflemedik. Kitabı kurgularken önerdiğimiz dokuz başlığınsa bildirileri sınıflandırmada ve birlikte düşünmede daha doğrudan bir kılavuz olacağına inanıyoruz.

Eğitimde Yeni Model Arayışları

Endüstriyel tasarım alanında son 15 yılda gerçekleşen gelişmelerin en görünür olanı eğitim alanında etkisini gösterdi; kısa bir süre içerisinde çok sayıda üniversitede lisans programları kuruldu. 2000 yılında Türkiye’de mimarlık ve güzel sanatlar fakültelerinde endüstriyel tasarım bölümü olan yedi üniversite varken, bu rakam 2014’te vakıf üniversitelerinin de sayısının artmasıyla birlikte yaklaşık dört katına yükseldi. Bu durumun iki önemli sonucundan bahsedebiliriz. Birinci-

si, gerek yeni kurulan bölümlerin mezun vermeye başlamaları gerekse halihazırda mezun vermekte olan bölümlerin öğrenci kontenjanlarının Yüksek Öğrenim Kurumu tarafından son birkaç senedir arttırılmasıyla birlikte Türkiye’deki endüstriyel tasarım mezunu sayısı önümüzdeki senelerde ivmelenerek yükselecek. İkinci-si, yeni kurulan lisans programlarının beraberinde çok sayıda endüstriyel tasarım eğitimcisi ve dolayısıyla daha fazla sayıda endüstriyel tasarım lisans üstü programı mezunu gereksinimi ortaya çıkmış durumda. Ancak bu iki sonucun eğitim ve meslekle ilişkili olarak sadece ilk bakışta görünür olan sayısal boyutlarının değil, özellikle bireylerin deneyimlerine yansıyan ve daha incelikli niteliksel boyutlarının da altını çizmek gerekiyor. Türkiye’de tasarım eğitiminin ve mesleğinin geçirmekte olduğu dönüşüm ve karşılığında bu dönüşüme nasıl yön verilebileceği, biz tasarım araştırmacıları için önemli ve güncel bir soru teşkil ediyor.

Bu sorunun önemi, güncelliği ve tasarımın küresel bağlamını da göz önüne alarak incelenmesinin gerekliliğinin, bu kitaptaki bildirilerde vurgulandığını görüyoruz. Birçok bildiride tasarım eğitime ve tasarımın mesleki uygulamalarına dair mevcut modellere eleştirel bir bakış yöneltiliyor, yenilikçi yaklaşımlar öneriliyor. Bu kapsamda, eğitimle ilgili makalelerde öne çıkan konulardan biri, stüdyo eğitiminde geleneksel olandan farklı model arayışları ve bu modellerin özellikle stüdyo içi ilişkiler üzerindeki dönüştürücü etkisi. Ovacık, Merter ve Gençtürk’ün Yaşar Üniversitesi’nde yürüttükleri üniversite-sanayi işbirliği modelini ve Hough ve Timur Öğüt’ün İstanbul Teknik Üniversitesi’nde ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’nde stüdyo derslerinde gerçekleştirdikleri araştırmaları aktardıkları bildiriler, buna örnek teşkil ediyor. Bildiriler, çevrim içi araçların stüdyo eğitimine dahil edilmesi sonucunda, geleneksel modellere göre işleyen stüdyo ortamında deneyimlenen hiyerarşik ilişkilerin nasıl daha demokratik bir nitelik kazanabileceğine ve hem öğrenciler arasında hem de eğitimciler, sanayiden katılımcılar ve öğrenciler arasında fikirlerin ortak paylaşımını destekleyeceğine dikkat çekiyor. Tezel ise günümüzde farklı ölçeklerde tasarım çözümleri gerektiren projelerle karşılaşıldığını belirterek disiplinler arası modellere işaret ediyor. Bildiri, endüstriyel tasarım, iç mimarlık ve mimarlık öğrencilerinin bir araya gelip birlikte çalıştıklarında aralarında kurulan etkileşime ve işbölümüne odaklanıyor.

Bu şekliyle farklı eğitim modeli arayışlarında bir tarafta yeni teknolojilere dayanan araçların kullanımı var. Özgen Koçyıldırım, Coşkun ve Bakırloğlu’nun zaman temelli görsel anlatımların geleneksel sunum yöntemleriyle bir arada kullanılmasına dair tartışması, bu açıdan yukarıdaki örneklerle eklenebilir. Diğer taraftaysa Kıyak İngin ve Altay’ın makalesinde anlatıldığı gibi zanaatçının eğitime doğrudan dahil edildiği bir modelle karşılaşıyoruz. Bu modelde öğrenciler sadece farklı araçları ya da farklı ilişkileri deneyimlemekle kalmıyor, aynı zamanda bir zanaatçının atölyesine giderek oradaki jargonu ve işleyişi öğreniyor. Yazarlara göre bu deney, geleneksel anlamda tasarımın dışında bırakılan bir aktörü, zanaatçıyı, eğitim sürecinde eğitimci, araştırmacı ve öğrenciyle buluşturması açısından değerli. Genel olarak üniversite dışından paydaşların tasarım eğitime dahil edil-

mesi önem taşıyor. Bu bağlamda Kıyak İngin ve Altay'ın bildirisini, Hasdoğan ve Şener'in, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün 12 senedir geliştirmekte olduğu endüstri destekli proje yaklaşımını, 2014 yılındaki mezuniyet projeleri deneyimi üzerinden değerlendiren makalesiyle beraber ele alabiliriz. Makale, eğitimin endüstriyle ilişkisinin nasıl olması gerektiğine dair Türkiye tasarım alanındaki güncel tartışma konusuna bir öneriyle cevap verirken bu ilişkinin, alışageldik tasarımcı ve müşteri ilişkisinden ne kadar farklı olduğunun altını çiziyor. Aynı soru, çok paydaşlı tüm eğitim ve araştırma projeleri için geçerli.

Mesleğe Dair Çelişkiler

Profesyonelleşme sürecinin lisans eğitimi yıllarında başladığını düşünürsek (Dryburgh 1999), bu makalelerdeki tartışmalardan yapacağımız çıkarımlar yalnızca mevcut eğitime yeni bir yön kazandırmaya değil, bunun ötesinde tasarımcının eğitim sonrasında iş yaşamında dahil olduğu çok disiplinli çalışma ortamlarına ve ilişkilerine yönelik de olmalıdır.

Lisans eğitimi ve tasarımcının mesleki yaşamdaki deneyimleri arasında böyle bir bağlantıyla Temeltaş ve Er'in bildirisinde karşılaşıyoruz. Yazarlar, tasarım eğitiminin yaratıcılığı ve yaratıcılıkla ilişkisinden dolayı girişimciliği desteklediğine işaret ediyorlar. Nitekim günümüzün endüstriyel tasarım mezunlarının birçoğunun, mezuniyet sonrasında çoğu kez bir tasarım danışmanlığı ofisi biçiminde kendi işlerini kurmaya yönelik hayalleri olduğunu kendi gözlemlerimizden biliyoruz; tasarımda girişimciliği hem eğitim hem de meslek meselesi olarak tartışmak bu açıdan önemli. Etemoğlu ve Er'in endüstride istihdam edilmiş 93 tasarımcıyla yaptığı anket çalışması ile Şişman'ın üç endüstriyel tasarımcı ile yaptığı derinlemesine gözlem ve görüşmeler, tasarımcının çalışma koşullarına odaklanmakla birlikte tasarım mezunlarının mesleki motivasyonlarına ve beklentilerine dair önemli sonuçlar içeriyor. Bu sonuçlardan biri, endüstriyel tasarımcıların bir yandan yaratıcı bir mesleğin üyeleri olarak temas halinde çalıştıkları diğer mesleklerin üyelerinden “ayrı tutulma” istekleri olduğu, öte yandan çalışma şartlarını, gelir düzeylerini ve kurum içi güç ilişkilerindeki yerlerini yetersiz buldukları. Ancak yaratıcılık fikri ve tasarımın yaratıcılıkla eşleştirilen mesleki imajı ile iş dünyasındaki koşul ve beklentilerin çatışma halinde olduğunu biliyoruz (Kaygan 2013). Nitekim Şişman'a göre tasarımcıların mesleki beklentilerine çoğunlukla daha uygun görülen, diğer mesleki gruplara göre nispeten esnek, karar alma aşamalarında daha etkin ve daha yaratıcı pozisyonlarda çalışan tasarımcılar olsa da, esneklik arttıkça düzenli çalışma saatlerinden, hatta iş güvencesinden vazgeçmek zorunda kalıyorlar.

Endüstriyel tasarım mesleğinin “yaratıcı” yönünün öne çıkmasıyla 2000'li yıllarda mesleğe olan popüler ilginin yükselmesi arasında bir ilişki olduğunu iddia edebiliriz. Zira bu dönemde gözlenen bir durum da tasarım etkinliklerindeki artış oldu. İlk 2003'te *Art+Decor* dergisi tarafından düzenlenen ve sonrasında yerini İstanbul Tasarım Haftaları'na bırakan etkinlikler serisi ile aynı dönemde

Türkiye’den çeşitli tasarımcı ve tasarımların yurt dışında sergilenmesinin (Frankfurt Tendence, “İlk” in Milano ve benzerleri ile daha yakın tarihte “Turkey meets Finland”), tasarımın özellikle “yüksek tasarım” yüzünün görünürlüğü arttı. Bunun yanı sıra tasarım yarışmaları, endüstri tarafından yoğun ilgi gösterilen etkinlik biçimi olarak öne çıktı. Kimi firma ve kurumlar bu yarışmaları tasarıma yönelik ilgi ve yatırım planlarını vurgulamak, kimileriye var olan tasarım ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir kereye mahsus olarak gerçekleştirmeyi tercih ediyor. Öte yandan sayıları az da olsa tasarım yarışmasını stratejik düzeyde ele alıp her yıl tekrarlayan bir etkinlik olarak düzenleyen kurumlar da var.

Bu açıdan dikkat çekilmesi gereken bir başka önemli gelişme de Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’nun (ETMK) öncülüğüyle hayata geçirilen Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri. 2006 yılında ETMK, endüstriyel tasarımın Türkiye’deki yükselişini göz önünde bulundurarak endüstrinin tasarım stratejilerine yön verecek ve nitelikli tasarımları teşvik edecek bir tasarım ödüllendirme programı ihtiyacı tanımladı (Hasdoğan 2012). Bunun sonucunda T.C. Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) işbirliğiyle TURQUALITY programı kapsamında Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri geliştirildi. Design Turkey ile, ilk kez bir devlet kurumu bir endüstriyel tasarım etkinliğinde paydaş olarak yer aldı. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile Ekonomi Bakanlığı’nın son dönemde endüstriyel tasarıma verdiği diğer destek ve teşvikleri de göz önüne alırsak 2000’li yılları endüstriyel tasarımın devlet desteği almaya başladığı bir dönem olarak da hatırlayabiliriz. Ekonomi Bakanlığı’nın tasarım yarışmalarında dereceye girenlere yurt dışı eğitim bursu vermesi ve bundan yararlanan çok sayıda öğrencinin yurt dışında tasarım eğitimi alıyor olması, tasarımın endüstrideki varlığını olduğu kadar tasarım üzerine eğitim ve araştırmayı da destekler nitelikte.

Devlet desteği ve teşviklerinin endüstriyel tasarım mesleğine değer, tanınırlık ve güç kazandırması, Türkiye’de tasarım camiasına hakim bir beklenti. Oysa küresel ölçekteki yaratıcı endüstriler yazını, yukarıda bahsettiğimiz, yaratıcı bir mesleğin üyesi olarak tasarımcının çalışma koşullarına odaklanan bildirilerin bulgularının da desteklediği üzere, bu beklentiye tereddütlerle yaklaşmamız konusunda bizi uyarıyor. Özellikle İngiltere’de 1990’larda İşçi Partisi tarafından kurulan hükümetin desteğiyle yükselen yaratıcı endüstriler üzerine yapılan çalışmaların gösterdiği gibi (bkz. Hesmondhalgh ve Baker 2010), yaratıcı mesleklerin devlet desteğiyle popülerleşmesi ve hatta alternatif iş modeli olarak diğer endüstrilere örnek gösterilmesi, uzun vadede mesleğin genç üyelerinin kendilerini iş güvencesi sunmayan ya da mesleki olarak tatmin etmeyen çalışma koşulları içinde bulmalarına engel olmuyor.

Katılımcı Süreçlerde Tasarımcının Rolü

Endüstriyel tasarım mesleğindeki bu çelişkiye rağmen destek ve teşvikler bir yandan da endüstriyel tasarım pratiğinin çeşitlenmesinin önünü açıyor. Eğitim alanın-

da yenilikçi arayışların varlığına dair yukarıda paylaştığımız sonuçlarla paralellik taşıyan bu durumu, UTAK 2014’te sunulan bildirilerde yürütülen tartışmalarda da gözlemleyebiliyoruz: Türkiye’de tasarımcının bir firmaya tam zamanlı bir çalışanı olarak ya da dışarıdan danışmanlık yaparak birebir hizmet verdiği geleneksel iş modelinin dışında arayışlar önem kazanmaya başladı. Tasarım araştırmacıları ve mesleği icra eden tasarımcılar, çok paydaşlı, katılımcı, devlet destekli ve benzeri alternatif çalışma biçimleri arıyor, kurguluyor.

Önemli örneklerden birkaçını, Çatalyürekli ve Kaya’nın kamusal alan için tasarım uygulamalarında tasarımcının rolüne dair bildirisinde okuyoruz: Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK), İstanbul Beton Elemanları ve Hazır Beton Fabrikaları (İSTON) ve Zeytinburnu Şehircilik Atölyeleri (ZEŞAT). Benzer şekilde, Erözçelik ve Er’in Gökçeada’da tasarımın bölgesel kalkınmaya katkı sağlamasına dair makaleleri, tasarımın çok paydaşlı bir süreçte bağlantı kurucu bir rol oynayabileceği iddiasını öne sürüyor. Kıyak İngin ve Altay’ın aktardığı, yukarıda bahsettiğimiz Şişhane projesi, Coşkun Orlandi ve Kösebay Erkan’ın Kapalıçarşı’da inovasyon ve tasarımın mevcudiyetine dair araştırması ve Akbulut’un Hacıbektas üzerine çalışmaları da tasarımcının, tasarım eğitimcisinin ve araştırmacısının zanaata olan ilgisini belgelendirdiği ölçüde bir katılımcılık potansiyeline kanıt olabilir.

Bu ve benzer örneklerin varlığını belgelemekten öte amacımız, bir soruyu öne çıkarmak: Tasarımcının bu tür projelerdeki pozisyonu nedir, hangi rolleri üstlenir? Kendini katılımı sağlayıcı ya da kolaylaştırıcı bir pozisyonda bulabiliyor mu? Ve nihayetinde, tasarımcının mesleğiyle siyaset yapma ve toplumu dönüştürme gücü var mı? Çatalyürekli ve Kaya’nın kamusal alan için tasarımcı olarak çalışan tasarımcılarla yaptıkları görüşmeler bunun zorluklarını tartışıyor. Yazarlara göre tasarımcı, bu tür çalışma biçimlerinde ya bürokratik hiyerarşinin alt kademelerinde kaldığından ya da mevcut bürokratik yapının yenilikçi tasarım uygulamalarına uygun olarak şekillenmemiş olmasından kaynaklanan sorunlarla karşılaşır. Süner ve Kaygan’ın ODTÜ Asistan Dayanışması’nda aktif rol alan bir tasarımcının deneyiminden yola çıkan makalesinden çıkarılabilecek sonuç da bu: Merkezi bir konumdan bakarak ilişkileri yöneten kapsayıcı strateji ve planlar geliştirerek değil, katılımcı tasarım ancak tasarım aktivizmi olarak düşünülürse etkin olabilir; o durumda dahi yaygın tasarımcı tahayyülüyle ve tasarımcıya atfedilen bilgi, beceri ve yetkinliklerin baskınlığıyla baş etmek durumunda kalabilir.

Kullanıcı Araştırmalarında Sosyal Sorumluluk Vurgusu

Endüstriyel tasarım eğitim, araştırma ve mesleki uygulamaları söz konusu olduğunda tüm paydaşlar arasında belki de en önemlisi kullanıcılar. Katılımcı tasarım araştırma ve uygulamaları da genelde kullanıcının katılımını konu ediniyor. Hamurcu’nun hikayelendirdiği gibi Türkiye’ye bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında girip 2003’te ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü bünyesine ÜTEST’in kurulmasıyla endüstriyel tasarım alanında temsil edilmeye başlayan kullanıcı deneyimi (UX) alanı, tasarım eğitiminde kullanıcıların deneyimlerine

halihazırda verilen değeri, tasarım araştırmasında ayrı bir çalışma alanı haline getirdi. Cizrelioğlu ve Er'in bu bildiri kitabında yayımladığımız araştırmasında da görüldüğü üzere, endüstriyel tasarım alanının kuruluşundan beri kullanıcı araştırmaları en çok rağbet gören alanlardan biri olagelmiş.

Buna paralel olarak UTAK 2014'te sunulan bildiriler arasında da kullanıcı araştırmalarının ilgi gören bir konu başlığı olduğunu görüyoruz. Bildiriler arasında tipik bir örneğe Coşkun ve Şener'in, kullanıcının ürünlerle etkileşiminde farklı duyularının rolünü araştıran bildirisinde rastlıyoruz. Şatır'ın ve Işık'ın bildirilerinde alındığı şekliyle duygu konusunu da aynı kapsamda değerlendirmek mümkün. Duygusal deneyimlerin Türkiye'de kullanıcı araştırmalarında öne çıkan bir konu haline gelmesinde, 2004'teki Design and Emotion Konferansı'nın ev sahipliğini ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün üstlenmesi ve bunu takip eden, özellikle Hollanda'daki Delft Teknoloji Üniversitesi ile, ortak programlar, öğrenci ve öğretim elemanı değişimleri gibi süregelen işbirliklerinin etkisi olduğunu belirtelim.

Öte yandan, derlediğimiz bildirilere bakıldığında kullanıcı araştırmasının, ürün tasarımı yapan veya tasarım hizmeti alan kurumlara tüketici tarafından tercih edilir tasarımlar sağlama amacının ötesinde, bir toplumsal ve mesleki sorumluluk boyutuna da hizmet etme gayesi güttüğünü görüyoruz. İzmir'deki toplu taşıma bilgilendirme sistemlerini inceleyen Gülden'in bildirisinde olduğu gibi yaşlılar, Süner ve Erbuğ'un makalesinde olduğu gibi çocuklar, dezavantajlı gruplar olarak kullanıcı çalışmalarına dahil ediliyor. Benzer şekilde, sürdürülebilirlik için tasarımı konu alan iki bildiri farklı konulara odaklanmalarına rağmen kullanımın ve kullanıcının önemini vurguluyor. Ozan ve Doğan'ın bildirisi, kullanıcıyı üretimde ve tüketimde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından aktif hale getirmek için kişiselleştirmenin önemine vurgu yapıyor. Bakırlıoğlu, Turhan ve Doğan ise araştırmalarını her ne kadar üretici ve tasarımcılarla yaptıkları görüşmelere dayandırsalar da tasarım sürecine olduğu kadar kullanıcıya ve kullanım çevresine dair bir tartışma yürütüyorlar. Kullanıcıyı araştırmanın siyasi ve toplumsal anlamı, kullanıcı araştırmalarında etkin bir başlık olmayı sürdürecektir gibi görünüyor.

Sonuç Yerine

UTAK 2014'ün en güçlü çıkış noktası Türkiye'de endüstriyel tasarım alanında artan araştırma ve araştırmacı ihtiyacına rağmen, Cizrelioğlu Karaer ve Er'in bu kitapta yer alan bildirilerinde de işaret ettikleri üzere alanda ihtiyaç duyduğumuz sayıda ve kapsamda ulusal yayına ulaşamıyor olmamızdı. Bunda beslendiğimiz ve öncelikli olarak katkıda bulunduğumuz alanyazının İngilizce olması etken. Oysa yukarıda tartıştığımız gibi endüstriyel tasarımın değişen koşullarını ulusal bağlamda tartışmaya açacak platformlara ihtiyacımız var. Tasarım alanında Türkçe alanyazının gelişmesi hem yerel araştırma konularının desteklenmesi hem de güncel eğitim malzemesinin üretimine kaynak oluşturması açısından önemli. UTAK 2014'te sunulan bildirilerin çeşitli temalar çevresinde oldukça geniş bir

alanı kapsaması ve yazarların eğitim ve uygulamaya dair farklı deneyimlerini yenilikçi öneriler halinde sunuyor olması, bu amaçları gerçekleştirme yönünde bir adım attığımızı gösteriyor.

Pınar Kaygan ve Harun Kaygan
ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Kaynakça

- Dryburgh, Heather. 1999. "Work Hard, Play Hard: Women and Professionalization in Engineering – Adapting to the Culture." *Gender and Society* 13(5):664-82.
- Hasdoğan, Gülay. 2012. "Characterising Turkish Design through Good Design Criteria: The Case of Design Turkey Industrial Design Awards." *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi* 29(1):171-191.
- Hesmondhalgh, David ve Sarah Baker. 2010. "A Very Complicated Version of Freedom': Conditions and Experiences of Creative Labour in Three Cultural Industries." *Poetics* 38:4-20.
- Kaygan, Pınar. 2013. "Understanding the Role of Organizations in the Occupational Status of industrial Designers through the Exploration of Dress and Appearance Norms." *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi* 30(2):35-53.

TÜRKİYE'DE MEVCUT DURUM VE ÖNERİLER

TÜRKİYE ENDÜSTRİYEL TASARIM YAZINI ÜZERİNE BİR İNCELEME: 1971-2009 ARASI AKADEMİK ÇALIŞMALARIN ANALİZİ

Fatma Cizrelioğlu Karaer, Marmara Üniversitesi
Alpay Er, Özyeğin Üniversitesi

Türkiye’de 1950’li yılların ikinci yarısında ilk kez gündeme gelen endüstriyel tasarım eğitiminin hayata geçmesi ancak 1970’li yılların başında mümkün olmuştur. Eğitim kurumlarının açılması ile birlikte eğitim kadrolarının da yetiştirilmesi gerekmiş ve sonraki on yıllık süreçte lisansüstü programlar da açılmıştır. Endüstrinin gerçek tasarım gereksiniminden önce ortaya çıkan endüstriyel tasarım eğitimi ve dolayısıyla disiplini ilk olarak kendini tanıtmak ve tanımlamakla ilgili sorunlarla uğraşmıştır. 1990’lı yılların sonu, 2000’lerin başıyla ivmelenen ve günümüze kadar gelen süreçte ise, disiplinin kendine yer edinme sıkıntısının yerini, var oluş biçimi kaynaklı tartışmalar, Türkiye’de endüstriyel tasarım, Türk tasarımı gibi konular almıştır. Günümüzde, Türkiye’de disiplinin ürettiği somut ürünler azımsanmayacak ölçüdedir. Geline nokta itibarıyla artık bu somut ürünler dışında, akademik alanda disiplin tarafından üretilen bilgi de sorgulanabilir. Bu bildiride, Türkiye’de 1971-2009 yılları arasında endüstriyel tasarım alanında yapılan akademik çalışmalar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye endüstriyel tasarım yazını, akademik çalışmalar, lisansüstü eğitim

Giriş

Krippendorff’a (2006) göre, “hiçbir meslek, hiçbir akademik disiplin üyelerine ve başkalarına kendini izah etme yeteneği sağlamadan, devamlı olarak yeterliliklerini geliştirmeden ve diğer disiplinlerle işbirliği içinde çalışmalarının getirebileceği faydaları kanıtlamadan varlığını sürdüremez.” Tasarım yazını, tasarım söyleminin dolayısıyla tasarım disiplininin gelişmesini sağlayacak önemli unsurlardan biridir (Krippendorff, 2006).

Türkiye’de 1970’lerde başlayan eğitimle birlikte üretilmesi ve geliştirilmesi beklenen akademik bilginin temel göstergelerinden biri yapılan yayınlar ve lisansüstü tezlerdir. Genelde, Türkiye’de endüstriyel tasarımın meslek olarak konumu, kendini konumlandırışı tartışılırken disiplinin oluşmasında ve kendini tanımlamasında önemli bir yeri olan akademik çalışmalar üzerine yoğunlaşmış ampirik

bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bildirinin amacı, Türkiye’de endüstriyel tasarım alanında yapılan akademik çalışmaları konularına, yıllara göre dağılımlarına ve hangi yıllarda hangi konular üzerinde çalışıldığına göre sınıflandırmak ve durum değerlendirmesi yapmaktır. Hedefi, yapılacak olan ampirik çalışmayla, Türkiye endüstriyel tasarım yazınına dair bir yön haritası oluşturabilmektir.

Bu bildiride, ilk yazar tarafından yüksek lisans tez çalışması kapsamında oluşturulan kaynakça (Karaer 2011) ışığında Türkiye’de yapılmış olan akademik çalışmalar hakkındaki bulgular sunulmaktadır. Endüstriyel tasarım yazını Türkiye’de yapılan (Türkiye kaynaklı, en az bir yazarı Türk) akademik çalışmalar ölçeğinde incelenmiştir. Akademik çalışmalar; lisansüstü tezler, ulusal ve uluslararası sempozyum ve kongre bildirileri, ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler ve kitapları kapsamaktadır. Çalışmanın başlangıç noktası olarak, Türkiye’de endüstriyel tasarım eğitiminin başladığı sene olan 1971 referans alınmıştır; bitiş noktası ise 2009 yılı sonudur. Bu yıllar arasında yapılan çalışmalara dair bir kaynakça oluşturulmuştur. Oluşturulan Kaynakça’da[1] yer alan çalışmalar; yöntem, eğitim, yönetim, kültür-kuram-eleştiri, kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, tarih, üretim-malzeme-teknoloji ve diğer olmak üzere sekiz ana konu başlığı altında sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma, çalışmaların başlıkları, özetleri ve içindekiler göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Çalışmalar birden fazla konu başlığının altında yer alabilecek şekilde sınıflandırılmışlardır. Bu bildiride, yayınların sayısal değişimlerinin yanı sıra, çalışılan konuların değişimi de takip edilmeye çalışılacaktır.

Lisansüstü Tez Çalışmaları

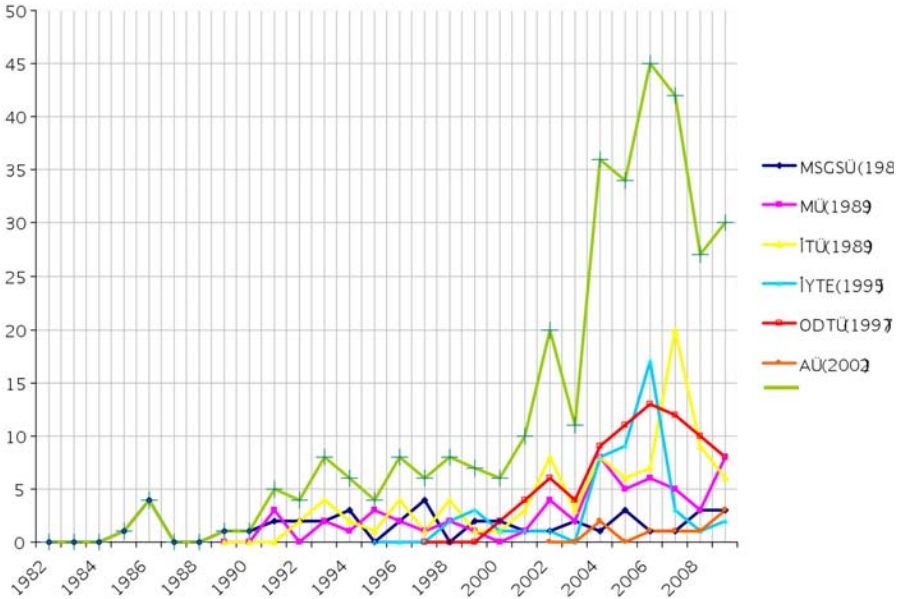
Türkiye’de endüstriyel tasarım alanında lisansüstü eğitime, 1980 sonrasında üniversitelerin yeniden yapılandırılması sonucunda başlanmıştır. 1981’de çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile yükseköğretim kurumlarında akademik, kurumsal ve idari yönden yeniden yapılanma sürecine girilmiştir. Bu yeniden yapılanma sürecinde, doktora eğitimi üniversitelerde öğretim üyesi olmanın ön koşulu haline getirilmiştir.

Türkiye’deki endüstriyel tasarım alanında lisansüstü eğitimin başlaması yükseköğretim kurumlarındaki zorunlu yapılanma sonucunda gerçekleşmiştir. Alana dair doktora eğitimine bu zorunlu yapılanma nedeniyle merkez ülkelere göre erken başlamıştır. “YÖK’ün düzenlemeleriyle tüm disiplinler için, disiplinlerin kendilerine özgü ihtiyaçları gözetilmeksizin, standart bir akademik organizasyonel yapı ve standart akademik yükseltme kriterleri yürürlüğe konulmuştur.” (Er ve Bayazıt 1999) Güçlü akademik bir geleneğe sahip olmayan yeni bir disiplin olarak endüstriyel tasarım, yapılan düzenlemelerden, köklü akademik geleneğe sahip olan disiplinlere göre daha çok etkilenmiştir (Er ve Bayazıt 1999).

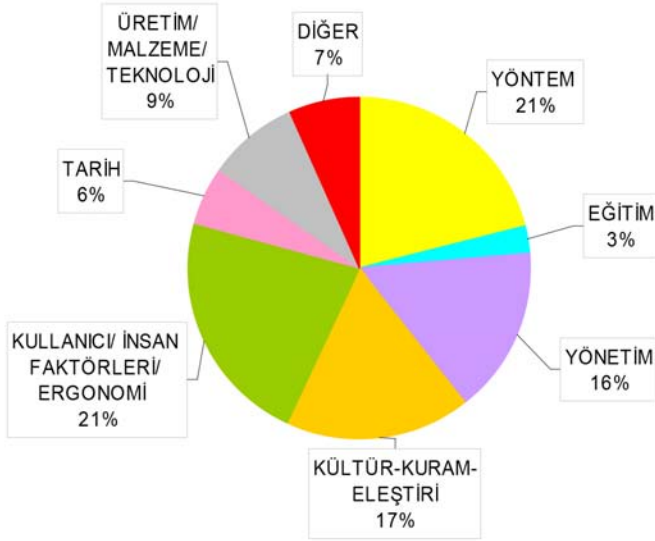
Yüksek Lisans Tezleri

Türkiye’de 1982-2009 yılları arasında endüstriyel tasarım alanında lisansüstü eğitim veren kurumlarda 324 adet YL tezi yapılmıştır. Bu tezlerin 90’ı (%29’u), 1989’da eğitime başlayan İTÜ’de yapılmıştır. YL eğitime diğer kurumlara göre daha geç (1997’de) başlayan ODTÜ’de 79 (%24), 1989’da YL eğitime başlayan MÜ’de 57 (%17), İYTE’de (1995) 48 (%15) tez yapılmıştır. İlk kurulan YL programı olmasına karşın MSGSÜ’de yapılan YL tezlerinin sayısı 42’dir (%13). 2002 yılında YL eğitime başlayan AÜ’de ise 8 (%2) adet YL tezi tamamlanmıştır.

Tezlerin yıllara göre dağılımlarını gösteren grafik incelendiğinde (Resim 1), ilk yıllarda üretilen tez sayısının, 1989’da iki kurumda daha lisansüstü eğitime başlanmasıyla, 1990 sonrasında arttığı gözlemlenmektedir. Grafikteki en büyük ivmelenme 2000’lerde görülmektedir. Bu durumda 1997 yılında YL eğitime başlayan ODTÜ’nün ve 2002’de AÜ YL bölümlerinin etkileri olmakla beraber, diğer kurumlara ait tez sayılarında da dikkate değer bir artış olduğu görülmektedir. 1982’den 2001 yılına kadarki toplam YL tez sayısı 69 iken, 2001 ve sonrasında üretilen YL tezi 255 adettir.



Resim 1. Türkiye’de, 1982-2009 yılları arasında, endüstri ürünleri tasarımı alanında yapılan YL tezlerinin yapıldıkları yıllara göre dağılımları



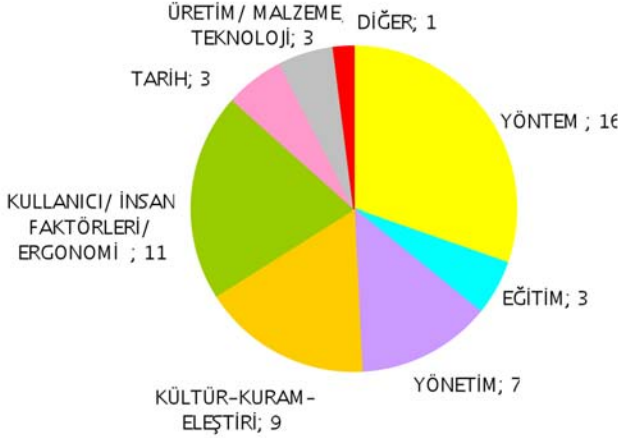
Resim 2. Türkiye’deki EÜT YL programlarında, 1982-2009 yılları arasında yapılan YL tezlerinin konularına göre dağılımları

Türkiye’deki EÜT YL programlarında, 1982-2009 yılları arasında yapılan 324 adet YL tezinin konularına göre dağılımları aşağıdaki grafikte gösterilmektedir (Resim 2). Yönetim konulu ilk teze 1997’de rastlanmasına rağmen yoğun çalışılan bir alan olmuştur. Üretim-malzeme-teknoloji konusu %9 ile daha az çalışılmış olsa da, yıllara göre dağılım incelendiğinde 90’lardan itibaren gündemde olduğu ve çalışmaya artarak devam ettiği görülmektedir. Toplam çalışmaların yalnızca %6’sı tarihe ilişkindir. Eğitim konulu tezlerin oranı %3’tür ve dikkat çekici ölçüde azdır.

İlk yıllardan itibaren çalışmaya başlanan kültür-kuram-eleştiri konulu tezlerinin 2000’li yıllarda arttığı gözlemlenmektedir. Benzer bir artış kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi tezlerinde de mevcuttur. 1997 yılında ilk kez çalışılan yönetim konusunun 2001 sonrasında hızla arttığı görülmektedir. Diğer başlığı altındaki çalışmaların, 2001 ve sonrasında arttığı görülmektedir. Bu başlık altında sürdürülebilirlik, tasarım ve sinema, tasarım hukuku, biyomimikri, tasarımda cinsiyet gibi konulardaki tezler gruplanmıştır. Bunlar arasında en çok önce çıkan alan ise sürdürülebilirlik yaklaşımıdır.

Doktora ve Sanatta Yeterlik Tezleri

Türkiye’de 1982-2010 yılları arasında, endüstriyel tasarım alanında lisansüstü eğitim veren kurumlarda yapılan doktora ve sanatta yeterlik tezlerinin sayısı



Resim 3. Türkiye’deki EÜT DR-SY programlarında, 1982-2010 yılları arasında yapılan doktora ve sanatta yeterlik tezlerinin konularına göre dağılımları

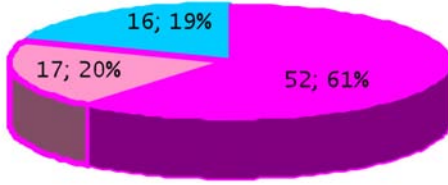
40’tır. Bu tezlerin 24 tanesi, 1982’de alandaki ilk doktora eğitiminin başladığı MSGSÜ’de yapılmıştır. 9 tanesi, 1991’de kurulan MÜ EÜT sanatta yeterlik programında, 6 tanesi 1996’da eğitime başlayan İTÜ’de yapılmıştır. 2004 yılında doktora eğitimine başlayan ODTÜ’de yapılmış 1 doktora tezi bulunmaktadır.

Tez konularının dağılımları incelendiğinde (Resim 3), en yoğun çalışma alanının yöntem olduğu görülmektedir. Ardından, kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, kültür-kuram-eleştiri, yönetim ve aynı oranda çalışılmış eğitim, tarih, üretim-teknoloji-malzeme konulu tezler gelmektedir.

Türkiye’deki EÜT doktora ve sanatta yeterlik programlarında, 1982-2010 yılları arasında yapılan tez konularının yıllara göre dağılımları incelendiğinde ise, yöntem konulu çalışmaların ilk yıllardan beri yapıldığı görülmektedir. Kültür-kuram-eleştiri ve kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi ilk yıllardan beri çalışılan diğer konulardır. Yönetim konusundaki ilk çalışmaya 90’ların sonlarında rastlanmaktadır. Eğitim konusunda yapılmış ilk doktora tezinin 1996 yılında yapılmıştır. Diğer başlığının altında tasarım hukuku konulu bir çalışma bulunmaktadır.

Makaleler

Makaleler, akademik platformda paylaşılan bilginin temel göstergelerindendir. Endüstriyel tasarım alanındaki Türkiye kaynaklı akademik yazının niteliksel olarak önemli bir bölümünü, diğer kategorilere göre sayıca daha az olsa da hakemli dergilerde yayımlanan makaleler oluşturmaktadır. 1971-2009 yılları arasında ulu-



Resim 4. 1971-2009 yıllarında, endüstriyel tasarım alanında yayımlanan makalelerin ulusal ve uluslararası hakemli dergilerdeki dağılımları

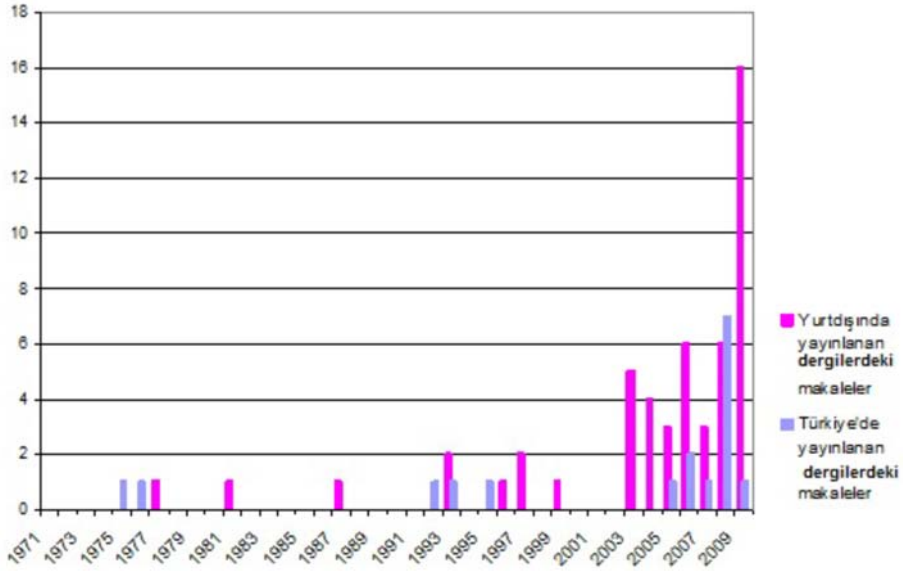
sal ve uluslararası hakemli dergilerde yayımlanmış, Türkiye kaynaklı 85 adet çalışma bulunmaktadır. Yayınların 52'si yurtdışında yayımlanan uluslararası, 17'si Türkiye'de yayımlanan uluslararası hakemli dergilerde, 16'sı ise ulusal hakemli dergilerde yer almaktadırlar (Resim 4). %81'lik oran ile uluslararası nitelikte yayınların çokluğu dikkat çekicidir. Akademik atama ve yükseltme ölçütlerinin uluslararası yayınları destekler nitelikte olması, alana ilişkin Türkçe yayın yapılabilecek dergi sayısının azlığı, yabancı dilde yapılan yayınların daha büyük bir okuyucu kitlesine sahip olması, bu durumun temel nedenleri arasında gösterilebilir.

Yayın sayısının yıllara göre artışı incelendiğinde (Resim 5), uluslararası yayınların 1975'te başlayıp aralıklarla devam ettiği, ivmelenmenin başladığı 2003 yılından itibaren ise, düzenli olarak yayın üretildiği görülmektedir. Ulusal hakemli yayınlarda ise 2000'li yıllara dek, 1976 ve 1993'teki birer yayın dışında yayına rastlanmamaktadır. Bu durumun en temel nedenlerinden biri, alana dair yayın yapılabilecek ulusal hakemli dergilerin eksikliğidir. 2003 ve sonrasında, yayın yapılabilecek dergilerin kurulmasıyla makale sayılarında artış görülmektedir.

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Endüstriyel tasarım alanında, yurtdışında yayımlanan uluslararası hakemli bir dergide yer alan, Türkiye kaynaklı ilk makale, Aksoy ve diğerleri tarafından yazılan, 1977'de *Applied Ergonomics* dergisindeki, "A Study of Ergonomics Factors in Washbasin Design" (Lavabo tasarımında ergonomik faktörler üzerine bir çalışma) başlıklı makaledir. Disipline dair Türkiye'de yayımlanan ilk uluslararası makale 1975 yılında *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*'nde yer alır.[2]

1971-1982 döneminde 4, 1982-2001 döneminde 10 olan uluslararası yayın sayısı, 2001-2009 yılları arasında 55'e yükselmiştir. Yayınların yıllara göre dağılımı



Resim 5. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan, Türkiye kaynaklı makalelerin yıllara göre dağılımları

incelendiğinde (Resim 5), 2003'ün bir kırılma noktası olduğu söylenebilir. Giderek artan grafik 2008 yılında 13, 2009 yılında 17 makale ile en tepe noktasına ulaşmıştır. 2003 yılından itibaren yapılan yayınların, büyük oranda yurtdışındaki uluslararası dergilerde olduğu görülmektedir.

Uluslararası önemli hakemli dergilerdeki (*The Design Journal*, *Design Issues*, *Design Studies*), Türkiye kaynaklı yayın sayısının artışı, disiplinin uluslararası düzeyde temsilinin arttığının da göstergesidir (Er ve Er 2006).

Uluslararası yayınların büyük çoğunluğu ODTÜ ve İTÜ kökenli akademisyenler tarafından yapılmıştır. ODTÜ'deki ÜTEST Birimi kaynaklı birçok makale bulunmaktadır ve bu durum kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi alanındaki çalışmaların yoğunluğunun temel nedenlerinden biridir.

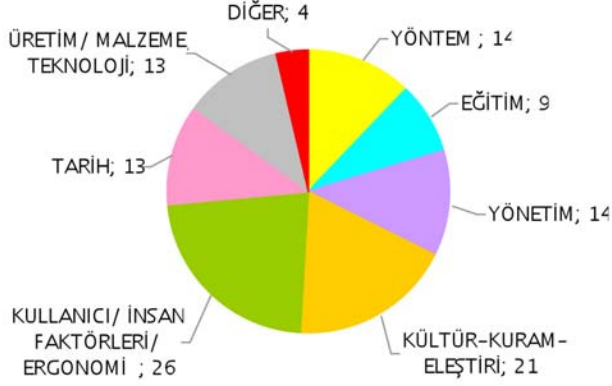
İlk yıllarda (1971-1982) yayımlanan az sayıda makale, yöntem ve kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi ağırlıklı iken; 1982-2001 döneminde, hem sayısal bakımdan hem de konu çeşitliliği bakımından artış yaşanmıştır. Yönetim, eğitim ve tarih konulu makalelerin başlangıcı da 1990'lı yıllara denk düşmektedir. 2001-2009 döneminde (2003'ten itibaren), yayın sayısında ciddi bir artış yaşanmaktadır ve konu çeşitliliği de artmıştır. En fazla çalışılan konulardan biri olan kültür-kuram-eleştiri konulu ilk yayınlar 2003 yılından yapılmaya başlamıştır (Resim 6).

	Dergi Adı	Makale Sayısı	
Yurtdışında yayımlananlar	The Design Journal	13	
	Design Issues	8	
	Design Studies	6	
	Applied Ergonomics	3	
	Journal of Design History	2	
	International Journal of Design	2	
	Materials & Design	2	
	Acta Psychologica	2	
	International Journal of Product Development	1	
	Design Principles & Practices: An International Journal	1	
	Asia Design Journal	1	
	Human Computer Interaction	1	
	Digital Creativity	1	
	The Journal of Sustainable Product Design	1	
	Revista Design em Foco	1	
	Design Discourse Japan-Design History and Design Philosophy	1	
	CoDesign	1	
	Ergonomics	1	
	Education + Training	1	
	European Journal for Semiotic Studies	1	
	IAS Research Papers	2	52
Türkiye’de yayımlananlar	METU Journal of The Faculty of Architecture	10	
	A Z ITU Journal of the Faculty of Architecture	4	
	The Journal Of International Social Research	1	
	Milli Folklor (International and Quarterly Journal of Cultural Studies)	1	
	İİF-İktisat İşletme ve Finans Dergisi	1	17

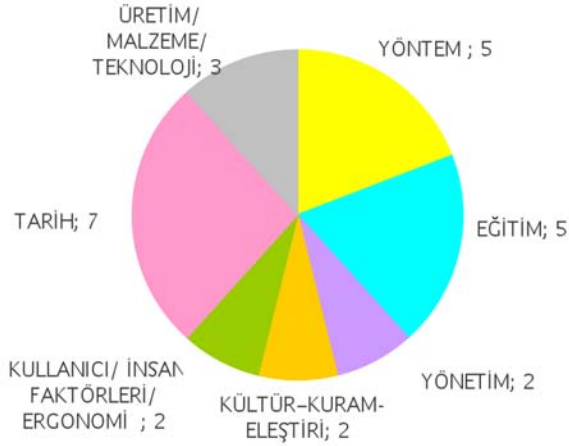
Tablo 1. 1971-2009 yılları arasında yayın yapılan uluslararası hakemli dergiler ve makale sayıları

Ulusal Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Türkiye’deki akademik bir dergide, endüstriyel tasarım alanında yayımlanan ulusal nitelikteki ilk makale, Mehmet Asatekin’in 1976’da *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*’ndeki “Endüstri Tasarımında Tasarım Ölçütlerine Bütünsel Bir Yaklaşım” başlıklı makalesidir.[3]



Resim 6. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan, Türkiye kaynaklı uluslararası makalelerin konularına göre dağılımları



Resim 7. Endüstriyel tasarım alanında ulusal hakemli dergilerde, 1971-2009 yılları arasında yayımlanan makalelerin konularına göre dağılımları

1971-2009 yılları arasında, endüstriyel tasarım alanında, ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış 16 adet makale bulunmaktadır. Uluslararası dergilerle kıyaslandığında oldukça az olan yayın sayısının nedenlerinden biri, Türkiye’deki akademik atama ve yükseltme ölçütlerinin, uluslararası yayınları destekleyici niteliği iken

bir diğer önemli neden ise alana ilişkin Türkçe yayın yapılabilecek platformların azlığıdır.

Endüstriyel tasarım alanında, ulusal yayınlarda yer alan makalelerin konularına göre dağılımları incelendiğinde (Resim 7), en fazla tarih alanında çalışıldığı görülmektedir. Ardından yakın bir oranla, yöntem ve eğitim ikinci sırada yer almaktadırlar. Üçüncü sırada üretim-malzeme-teknoloji gelirken, aynı oranda çalışılan kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, kültür-kuram-eleştiri ve yönetim dördüncü sıradadır.

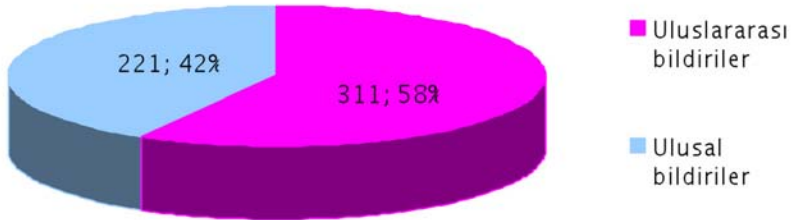
Bildiri Metinleri

Kaynakça'da, 1971-2009 yılları arasında yayımlanmış 221'i (%42) ulusal, 311'i (%58) uluslararası olmak üzere toplam 532 bildiri yer almaktadır (Resim 8).

1971-1982 döneminde 6, 1982-2001 döneminde 157 olan bildiri sayısı, 2001-2009 yılları arasında 369'a yükselir. Bildirilerin %1'i ilk, %30'u ikinci, %69'u ise üçüncü zaman aralığında yayımlanmıştır. Bildirilerin yıllara göre dağılımları incelendiğinde, 1994'ün bir kırılma noktası olduğu görülmektedir (Resim 9). 1994'te, endüstriyel tasarım alanında Türkiye'de yapılan ilk uluslararası sempozyum olan *Tasarım, Endüstri ve Türkiye: Uluslararası Endüstri Ürünleri Tasarımı Sempozyumu* ODTÜ'de yapılmıştır (10-12 Ekim). Bu tarihten itibaren, farklı kurumlarca endüstriyel tasarım alanına yönelik veya disiplinlerarası ulusal veya uluslararası akademik toplantılar düzenlenmiştir.

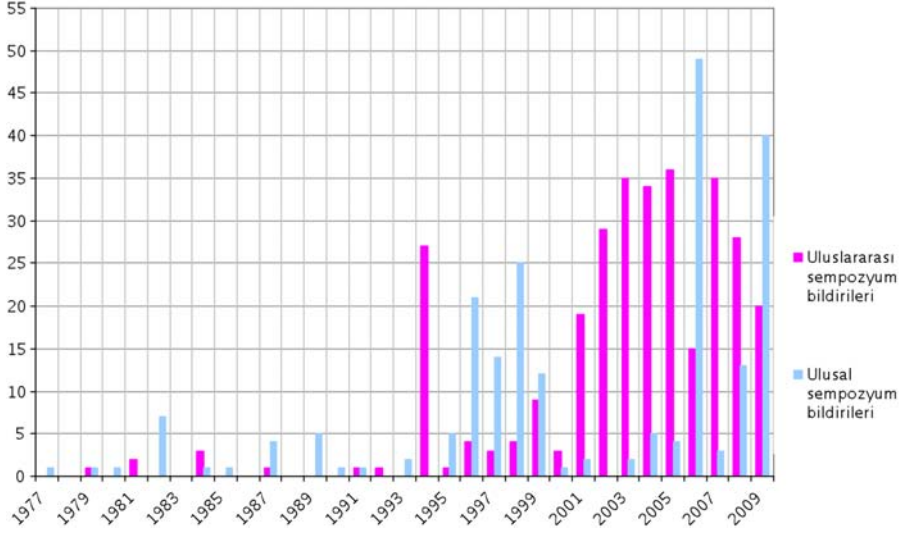
Uluslararası Bildiriler

Disiplinin ilk yıllarında oldukça düşük olan uluslararası bildiri sayısı, Türkiye'de düzenlenen uluslararası sempozyumlar ve 2000'li yıllarla beraber yurtdışındaki akademik toplantılara katılımın çoğalması ile artmıştır.

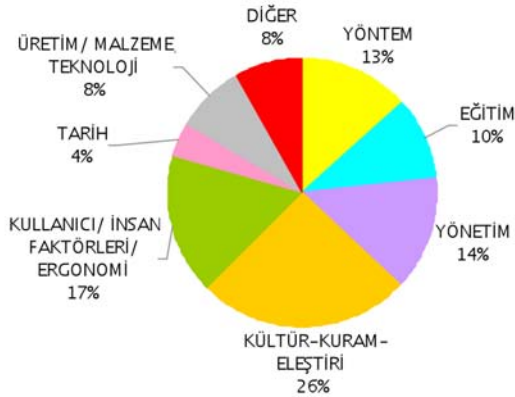


Resim 8. 1971-2009 yıllarında, endüstriyel tasarım alanında yayımlanan bildirilerin ulusal ve uluslararası dağılımları

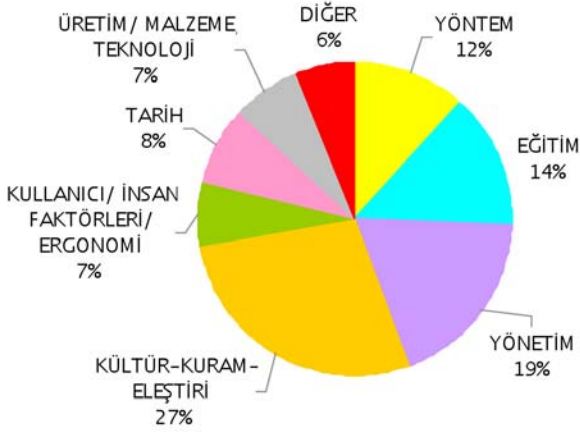
Uluslararası bildirilerin konularına göre dağılımları incelendiğinde (Resim 10), en çok çalışılan konunun %26 ile kültür-kuram-eleştiri olduğu görülmektedir. Ardından sırasıyla; kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi %17, yönetim %14, yöntem %13, eğitim %10, üretim-malzeme-teknoloji %8 konuları gelmektedir. Diğer başlığı altında yer alan %8 ise; tasarım hukuku, tasarım ve sinema, sürdürülebilirlik, ürün tasarımında cinsiyet gibi konuları kapsamaktadır.



Resim 9. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan, Türkiye kaynaklı bildirilerin yıllara göre dağılımları



Resim 10. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan, Türkiye kaynaklı uluslararası bildirilerin konularına göre dağılımları



Resim 11. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan ulusal bildirilerin konularına göre dağılımları

Ulusal Bildiriler

Yapılan *Kaynakça* çalışmasında 211 adet ulusal bildiri yer almaktadır. Bu bildirilerin %1'i 1971-1982 yılları arasında, %45'i 1982-2001 yılları arasında, %54'ü ise 2001-2009 yıllarında yayımlanmıştır (Resim 11).

Disiplinin ilk yıllarında oldukça az olan ulusal bildiri sayısında, 1982-2001 ve 2001-2009 yılları arasında ciddi bir artış görülmektedir. İlk dönemdeki bildiriler, diğer disiplinlere ait akademik toplantılarda sunulmuşlardır.

Disipline özgü ilk akademik toplantı, 1982'de İTÜ tarafından düzenlenen *Tasarlama: 1. Ulusal Tasarım Kongresi*'dir. 1996'da ikincisi, 2006'da üçüncüsü ve 2009'da dördüncüsü düzenlenen *Ulusal Tasarım Kongreleri*, Türkiye endüstriyel tasarım disiplini için önemli bir akademik paylaşım platformu olmuştur. Bir diğer önemli akademik toplantı dizisi ise, *4T Türkiye Tasarım Tarihi Topluluğu Konferansları*'dır.

Ulusal bildirilerin konularına göre dağılımları incelendiğinde, en çok çalışılan konunun %27 ile kültür-kuram-eleştiri olduğu görülmektedir (Resim 11). Ardından sırasıyla; yönetim %19, eğitim %14, yöntem %12, tarih %8 ile, kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, üretim-malzeme-teknoloji %7 ile gelmektedir. Diğer başlığı altında yer alan %6 ise; sürdürülebilirlik, ürün tasarımında cinsiyet gibi konuları kapsamaktadır.

Lisansüstü tezlerin büyük bir bölümü yöntem ve kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi konularındayken, ulusal bildiriler kültür-kuram-eleştiri, yönetim ve eğitim ağırlıklıdır.

Kitaplar ve Kitapta Bölümler

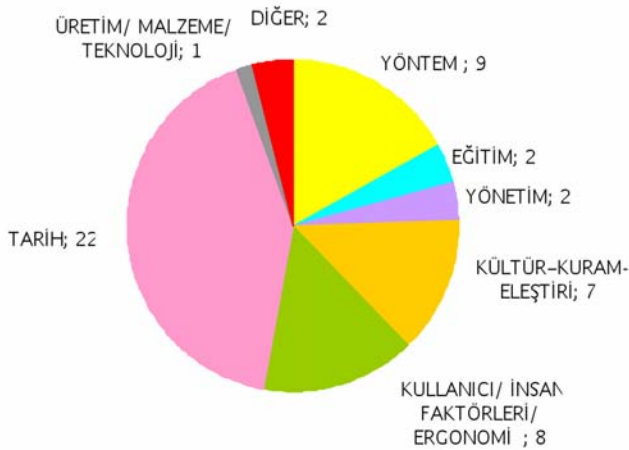
Endüstriyel tasarım alanındaki ilk kitap Nigan Bayazıt tarafından Türkçeleştirilen (1973), Herbert Read'ın *Art and Industry: The Principles of Industrial Design* (1934) adlı kitabıdır.

Önder Küçükerman'ın "Kişi-Çevre İlişkilerinde Çağdaş Gelişimler ve Oturma Eylemi" başlıklı doçentlik tezi ve Cemil Toka'nın "İnsan-Araç Bağıntısında Ergonomik Tasarım İlkeleri" başlıklı yeterlik tezi 1978'de İDGSA Yayınları tarafından basılmışlardır.

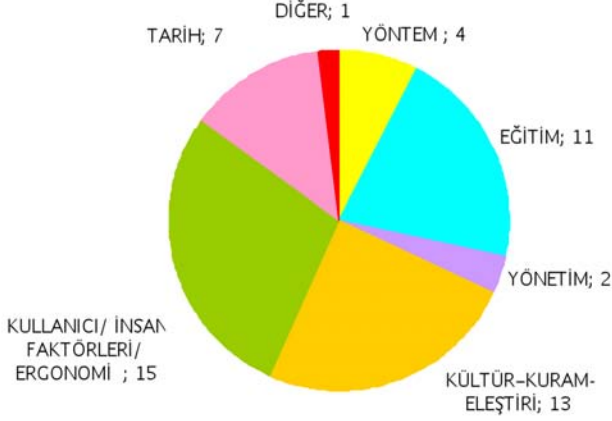
Bir diğer önemli çeviri kitap ise, Bruce Archer'ın 1997 yılında ODTÜ ve MÜ'de verdiği seminerlerin, Şermin Alyanak tarafından Türkçeleştirilen, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları tarafından çift dilli (Türkçe ve İngilizce) olarak yayımlanan *Araştırma Yöntemleri Üzerine* kitabıdır.

Türkiye'de, Endüstriyel tasarım alanında yazılmış, İngilizce ilk kitap 1981 yılında yayımlanan Serim Denel'e ait *Industrial Design: An Historical Perspective* isimli kitaptır.

1980'lerin ortalarından başlayarak, Önder Küçükerman tarafından yazılmış birçok kitap bulunmaktadır. Bunlar çoğunlukla Türkiye endüstri tarihi ile ilgili ya-



Resim 12. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan kitapların konularına göre dağılımları



Resim 13. Endüstriyel tasarım alanında 1971-2009 yılları arasında yayımlanan kitap bölümlerinin konularına göre dağılımları

yınlardır. Ülkemizdeki üretim, seri üretim ve zanaat kültürüne ilişkin izler taşıyan kitaplar, çoğunlukla tasarım tarihi konuludurlar.

İlk in Milano Sergisi'nin tanıtım kitabı olarak çift dilli (Türkçe ve İngilizce) yayımlanan, Gökhan Karakuş tarafından kaleme alınmış, *Tasarımda Türk Dokunuşu – Turkish Touch in Design*, tasarım kritiği yapılması bakımından Türk tasarımcıların ürün tasarımlarının yorumlandığı önemli bir çalışmadır.

Kaynakça'da, kitaplar, çeviri kitaplar ve kitap bölümleri derlenmiştir. *Kaynakça*'da yer alan 49 kitabın 35'i Türkçe, 5'i İngilizce, 9 tanesi ise hem Türkçe hem de İngilizce olarak basılmıştır. *Kaynakça*'da yer alan 49 kitap bölümünün ise 27'si Türkçe, 22'si İngilizce'dir.

Kitapların konularına göre dağılımları incelendiğinde (Resim 12), en çok çalışılan konunun tarih olduğu görülmektedir. Ardından; yöntem, kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, kültür-kuram-eleştiri gelmektedir. Tarih konulu kitapların büyük bölümü Önder Küçükerman tarafından yazılmıştır. Kitap bölümlerinde ise sırasıyla, kullanıcı-insan faktörleri-ergonomi, kültür-kuram-eleştiri, eğitim, tarih konularında yayınlar bulunmaktadır (Resim 13).

Sonuç ve Değerlendirme

Endüstriyel tasarım alanında yapılmış akademik çalışmaları üç dönemde inceleyebiliriz: 1971-1982 yılları arasındaki başlangıç yılları, 1982 YÖK'ün kurulmasından 2001 krizine kadar olan gelişme dönemi ve 2001 krizinden 2009'a kadar

olan dönem. İlk 11 senelik dönemde yıl başına yaklaşık 1 yayın düşmekteyken, 1982-2001 arası 19 yıllık dönemde yıl başına yaklaşık 11 yayın ve 6 lisansüstü tez, 2001-2009 arası 9 yıllık dönemde ise yıl başına 54 yayın ve 33 lisansüstü tez düşmektedir. Kabaca yapılan bu analiz, son dönemde yaşanan artışın büyüklüğünü tanımlamak için yeterlidir. Bu durumun birkaç farklı sebebi olabilir.

1980’li yıllarda lisansüstü eğitim yapanların neredeyse tamamı çeşitli kurumlarda görev yapan araştırma görevlileri ve öğretim üyelerinden oluşmaktayken, 90’ların ortalarında akademisyen olmayan lisansüstü öğrencilerin sayısı artmıştır. Piyasa deneyimi az mezunların iş bulma şanslarının kısıtlı olması, yeni kurulan devlet ve özel üniversitelerdeki istihdam edilebilme ihtimali, yeni mezun öğrencilerin lisansüstü eğitime yönelmelerini açıklayabilir (Er ve Er 2006). Mühendislik, mimarlık, sosyal bilimler, işletme gibi farklı disiplinlerde lisans eğitimi almış, EÜT lisansüstü öğrencilerinin sayısında da artış vardır (Er ve Er 2006). Endüstriyel tasarım alanında lisansüstü tezlerin artması, tez çalışmaları sonucunda makale ve bildirilerin yayımlanmasıyla yayın sayısının da artmasını sağlamıştır.

Doktoralı akademisyen sayısının artması ve akademik yükseltme kriterleri için yayın yapma zorunluluğu da artışın temel nedenleri arasındadır. Bir diğer neden ise, ulusal akademik toplantıların ve ulusal hakemli dergilerin çoğalmasıyla yayın yapılabilecek platformların oluşmasıdır.

Teknolojik gelişmelerle bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ve disiplinin yurtdışındaki akademik bağlantılarının artması da yayınların artmasını sağlamıştır. 2000’li yıllarda Türkiye’de, önemli uluslararası konferansların (*4th Design and Emotion Conference*, *7th European Academy of Design Conference*) yapılması, indekslerce taranan önemli bir tasarım dergisinin (*The Design Journal*) bir sayısını Türk

	Türkçe	Yabancı Dil (İng.)	Toplam
YL Tezi	174	150	324
YL Tezi *	8	18	26
DR-SY Tezi	39	1	40
DR-SY Tezi*	5	8	13
Makale	16	69	85
Bildiri	221	311	532
Kitap	44	14*	58
Kitapta Bölüm	27	22	49
Toplam	534	593	1127
*Farklı bilim/sanat dallarında yapılan endüstriyel tasarım konulu tezler			
**9 adet kitap iki dilde de yayımlanmıştır.			

Tablo 2. 1971-2009 yılları arasında yapılan yayınların konuları ve yazım dillerine göre sayıları

tasarımına ayırması hem yayın sayısını artırmış hem de yurtdışındaki akademik dünya ile bağlantıların gelişmesini sağlamıştır.

Yapılan akademik çalışmalar yayın dillerine göre incelendiğinde %53'ünün yabancı dilde (İngilizce), %47'sinin Türkçe olduğu görülmektedir. Makalelerin %81'i, bildirilerin %58'i İngilizce'dir. Sayılar, Tablo 2'de ayrıntılı olarak incelenebilir.

Yabancı dilde yayın sayısının fazlalığı şöyle açıklanabilir:

Lisansüstü eğitim yapılan kurumların bir kısmı tamamen İngilizce eğitim vermekteyken (ODTÜ, İYTE), bir kurumda ise (İTÜ) tez yazım dili, İngilizce veya Türkçe olarak, öğrenci tarafından seçilebilmektedir.

Endüstriyel tasarım alanında akademik makale yayınlanabilecek dergilerin çoğu yurtdışı kökenlidir. Türkiye'de yayımlananların ise bir kısmı uluslararası niteliktedir ve İngilizce yayın yapmaktadırlar.

Bir diğer önemli neden ise, akademik yükseltme kriterlerinin uluslararası yayınları destekler niteliğidir. Bunun yanı sıra, yayın yapılabilecek uluslararası dergilerin (ulusal olanlara göre) daha fazla sayıda ve çeşitlilikte olması, indekslerce taranmaları ve yayının atıf alma olasılığının daha yüksek olmasıdır.

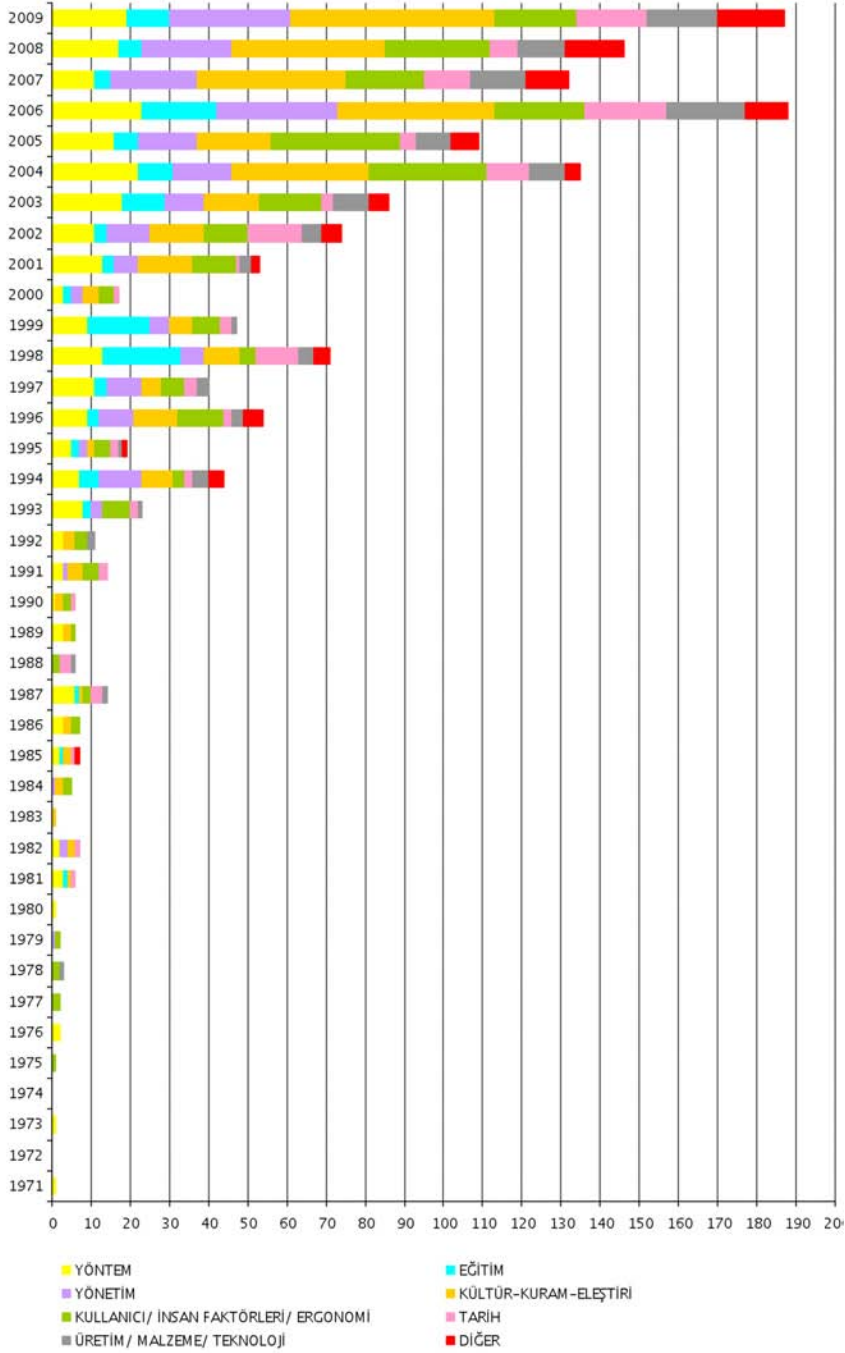
2000'lerle beraber ulusal nitelikte yayın yapılabilecek akademik dergilerdeki artışla Türkçe yayın sayısı da artmıştır. Bu dergilerde genelde yayımlandıkları kurumların akademisyenleri tarafından yayınlar yapıldığı görülmektedir.

Türkiye'de endüstriyel tasarım alanında düzenlenen akademik toplantılar artsa da, yurtdışında belirli aralıklarla düzenli olarak yapılan akademik toplantılar daha çoktur. Platformların sayıca fazla oluşu, çalışma konularına göre özelleşmiş olmaları, tasarım araştırması toplulukları tarafından düzenlenmeleri, uluslararası ilişkileri kuvvetlendirerek paylaşımına daha açık platformlar olmaları gibi nedenler, uluslararası toplantılara katılımın daha fazla olmasını açıklayabilir.

Tablo 2'de belirtilen İngilizce yayın sayıları, Türkiye'deki tasarım araştırmalarını konu alan yazılarında Er ve Er'in (2006) belirttiği, 1990'ların ortalarından itibaren Türkiyeli tasarım araştırmacılarının uluslararası bağlantıları gelişmeye başladığı, yurtdışında yayımlanan dergilerde ve düzenlenen akademik toplantılarda katılımın arttığı yönündeki görüşü doğrular niteliktedir.

Sonuç olarak, yabancı dilde yayın sayısının fazla oluşu, Türkiye'deki akademik alanın uluslararası düzeyde temsilinin azımsanamayacak ölçüde olduğunun göstergesidir. Bir diğer açıdan da, yeni var olan bir disiplinin yazınının büyük ölçüde yabancı dilde olması ilginçtir. Yazının, önce yerel olarak gelişmesi ve daha sonra yurtdışına açılması beklenirken, tersi bir durum söz konusudur.

1971-2009 arası genel konu dağılımları incelendiğinde (Resim 14), en çok kültür-kuram-eleştiri (%23) alanında çalışıldığı görülmektedir. Bunu, %17 ile kullanıcı insan faktörleri-ergonomi, %16 ile yöntem, %14 ile yönetim ve %8 ile üretim-



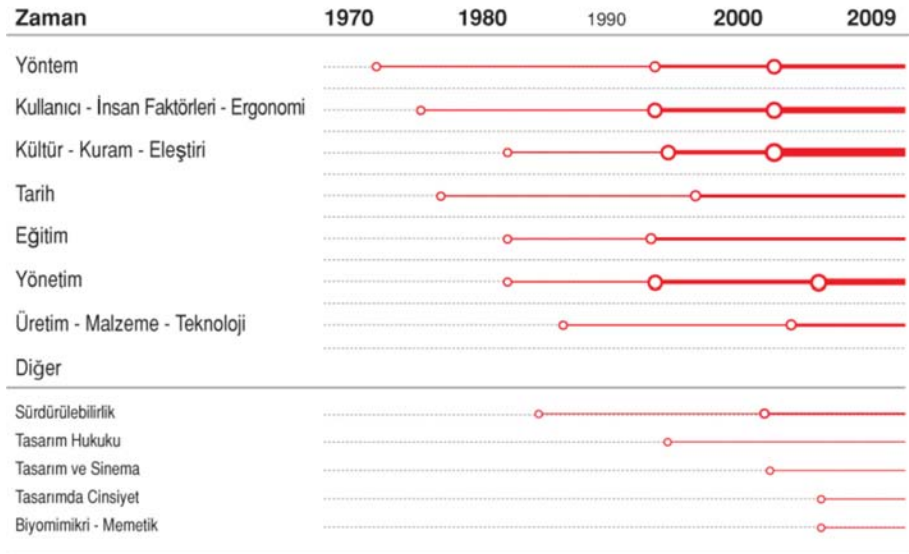
Resim 14. 1971-2009 yıllarındaki akademik çalışmaların konularının yıllara göre dağılımları

malzeme-teknoloji, eğitim ve tarih konuları takip eder. Diğer başlığı altında yer alanlar (tasarım hukuku, sürdürülebilir tasarım, tasarım ve sinema, ürün tasarımı cinsiyet, biyomimikri ve memetik), %6'lık dilimi oluştururlar. Bu başlık altındaki konularda çalışmaya 1994 yılından itibaren başlanmıştır (Resim 15). Yönetim konusundaki çalışmaların artması 1993 senesi sonrasında olmuştur. 1981 yılında çalışmaya başlanan kültür-kuram-eleştiri, 1994 yılından itibaren daha çok gündemde olmuştur, 2001 ve sonrasında ise her yıl artan bir grafiğe sahiptir.

1971-2009 yılları arasındaki akademik çalışmaların yıllara göre dağılımları incelendiğinde, 1990'larla beraber konu bakımından çeşitlendikleri görülmektedir (Resim 15). 2001'den itibaren ise hem konu çeşitliliği hem de sayısal olarak ciddi bir artış görülmektedir.

Türkiye endüstriyel tasarım akademik yazınının incelendiği bu araştırma sonucunda, 1971-2009 yılları arasında Türkiye'de yapılan akademik çalışmaların konularının değişimini ve artışını gösteren bir zaman çizelgesi oluşturulmuştur (Resim 15).

Bu çizelgede, çalışma konularının Türkiye'de ilk çalışmaya başladığı tarihler, sonraki dönemlerde ivmelenme yaşadıkları zamanlar ve görece artış miktarları gösterilmeye çalışılmıştır. Diğer başlığı altında çalışılan konular da belirtilmiştir.



Resim 15. 1971-2009 yılları arasında Türkiye'de yapılan akademik çalışmaların konularının değişimini gösteren zaman çizelgesi – Bonsiepe'nin (2007) tasarım araştırması konulu bir makalesinde, tasarım söylemine dair oluşturduğu varsayımsal zaman çizelgesinden esinlenilmiştir.

Bu bildiride, Türkiye’de endüstriyel tasarımın akademik bir disiplin olarak gelişiminin temel göstergelerinden biri olan, akademik çalışmalar ve yayınlar incelenmiştir. Türkiye endüstriyel tasarım yazınının genel bir değerlendirmesi yapılmaya çalışılmıştır. İleride yapılabilecek çalışmalarda, konular bazında derinlemesine araştırmalar ve söylem analizleri yapılabilir.

Notlar

[1] Türkiye’de endüstriyel tasarım yazınına dair yapılan ilk çalışma 1998 yılında yayımlanan *Notlar+Kaynakça: Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Yazını*’dır. Bu bildiride değerlendirmesi sunulan *kaynakça*’nın 1998’e kadar olan verileri için, büyük ölçüde *Notlar+Kaynakça* çalışmasından faydalanılmıştır.

[2] Mehmet Asatekin’in *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*’nde (1975, 1:55-83) yayımlanan “Postural and Physiological Criteria for Seating – A Review” isimli makalesidir.

[3] Dergide, ikili bir dil yapısı söz konusudur. Makaleler, İngilizce veya Türkçe yayımlanabilmektedir. Bu nedenle çalışma yapılırken, Türkçe yazılan makaleler ulusal, İngilizce yazılanlar ise uluslararası kabul edilmişlerdir.

Kaynakça

Bonsiepe, Gui. 2007. “The Uneasy Relationship Between Design and Design Research.” İçinde *Design Research Now*, derleyen Ralf Michel, 25-39. Birkhauser.

Er, H. Alpay ve Nigan Bayazıt. 1999. “Redefining the ‘Ph.D. in Design’ in the Periphery: Doctoral Education in Industrial Design in Turkey.” *Design Issues*, 15(3):34-44.

Er, Özlem ve H. Alpay Er. 2006. “Design Research in the Periphery: A Review of the Foundations and Development Characteristics of Industrial Design Research in Turkey.” *A|Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 3(1-2):85-97.

Karaer, Fatma Cizrelioğlu. 2011. “Türkiye Endüstriyel Tasarım Yazını Üzerine Bir İnceleme: 1971-2009 Arası Akademik Çalışmaların Analizi.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.

Korkut, Fatma, Özlem Er ve H. Alpay Er. 1998. *Notlar + Kaynakça: Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Yazını*. Ankara: Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kurulu.

Krippendorff, Klaus. 2006. *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. Boca Raton: Taylor & Francis Group.

İSTANBUL TASARIM HARİTASI

Özlem Er, İstanbul Teknik Üniversitesi

Şebnem Timur Ögüt, İstanbul Teknik Üniversitesi

Alpay Er, Özyeğin Üniversitesi

Feyza Baltacı

Günümüz dünyasında sahip olunan tasarım bilgi, beceri ve yenilikçi tasarım kapasitesi sadece firmaları değil, kentleri, bölgeleri ve hatta ülkeleri dahi birbirinden ayırt edecek rekabetçi bir öneme sahiptir. Öte yandan yenilikçi tasarım kapasitesinin nitelik ve niceliği hemen her ölçekte pek çok farklı unsurun mevcudiyetine ve bunların birbirleriyle karşılıklı etkileşimine bağlıdır. Bu anlamda tasarım bilgi ve becerileri ile bunlara dayalı yenilikçi tasarım kapasitelerinin geliştirilip kullanılması basit süreçler olmayıp, lokasyona bağlı tarihsel, iktisadi ve kültürel dinamikler tarafından koşullanmaktadır (Er 2014). Bu bağlamda, “İstanbul Tasarım Haritası” araştırması kapsamında İstanbul’u yaratıcı bir kent/merkez olarak konumlandıran ve yerel dinamiklerin tasarım üzerindeki etkisini anlamaya ve görselleştirmeye çalışan bir dizi yüksek lisans dersi ve atölye çalışması yürütüldü. Bu süreç boyunca İstanbul’un Tasarım Sistemi’ni oluşturan bileşenler tanımlanarak 50’nin üzerinde tasarım, mimarlık, iç mimarlık, mühendislik, sosyal bilimler kökenli öğrenci ve profesyonel tasarımcı, aktivist ve tasarım akademisyenlerinden oluşan disiplinlerarası bir grupla, iki yılı aşkın bir süre bu bileşenlerin durum tespitleri ve coğrafi analizleri yapıldı, aralarındaki ilişkiler tespit edildi. Araştırmanın amacı İstanbul Tasarım Haritası’nı çıkarmak, İstanbul’un uluslararası tasarım ağının küresel odaklarından birisi olabilmesi için var olan özgün kapasitesini ve bu kapasitesinin arkasındaki aktörleri ve mekanizmayı keşfetmek, bu haritayla karar vericilere tasarımın önemini, yerini, büyüklüğünü anlatmak ve bir etki sağlayabilmektir. Çalışma kapsamında tasarım eğitimi, tasarımla ilintili kurumlar, fikri haklar koruma sistemi, imalat sanayi, zanaat, tasarım ofisleri, tasarım perakendesi, tasarım yayıncılığı, sergileme pratikleri ve tasarım yarışmaları konuları üzerine detaylı durum tespitleri ve bunların kentteki konumlarına ilişkin coğrafi analizler yapıldı. Bu şekilde günlük hayatta, üretim ve tüketim dinamikleri içinde bir anlamda “görünmez” olan tasarımla ilişkili aktörler, aralarındaki ilişkiler, sayılar, yerler, olaylar “görünür” hale getirilmeye çalışıldı. Araştırmada öncelikle ele alınan her konu alanının nasıl ele alınacağına dair kriterler belirlendi. Ardından her konu ile ilgili ayrı literatür taraması ve ilişkili kurum, vakıf, dernek, şirket, kuruluş ve/veya organizasyonlara yönelik bilgilerin hangi kaynaklardan ve nasıl toplanacağına karar verildi. İkincil kaynaklar ve internet siteleri tarandı, gerektiği durumlarda yüz yüze görüşmeler yapıldı. Araştırma alanının doğasının gerektirdiği durumlarda, coğrafi olarak tespit edilebilen noktalar işaretlenerek çeşitli haritalar oluşturuldu. Daha sonra her konu alanında elde edilen veriler bağımsız raporlara dönüştürüldü. En son olarak da tüm veriler altyapı, üretim, tüketim ve yayılım/paylaşım başlıkları altında kategorize edilerek üst bir bakışla yorumlandı. Bu bildiri söz konusu çalışmanın sonuçlarının bir bölümünü içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı kentler, İstanbul, tasarım, kültür, haritalama

İki kıta ve birçok kültürü birleştiren konumu, tarihsel mirası, İstanbul’u siyaset dışındaki hemen her alanda Türkiye’nin merkezi kılmaktadır. Diğer bir deyişle İstanbul Türkiye’nin endüstriyel, finansal, kültürel ve sanatsal başkentidir. Tasarım da bu durumdan azade değildir. (Er 2014)

Günümüz dünyasında tasarım hem giderek daha kritik bir endüstriyel/iktisadi rekabet unsuru haline gelmekte, hem de günlük hayatımızın önemli bir kültürel yapı taşı olmaktadır. Bugün sahip olunan tasarım bilgi, beceri ve yenilikçi tasarım kapasitesi sadece firmaları değil, kentleri, bölgeleri ve hatta ülkeleri dahi birbirinden ayırt edecek rekabetçi bir öneme sahiptir. Öte yandan yenilikçi tasarım kapasitesinin nitelik ve niceliği hemen her ölçekte pek çok farklı unsurun mevcudiyetine ve bunların birbirleriyle karşılıklı etkileşimine bağlıdır. Bu anlamda tasarım bilgi ve becerileri ile bunlara dayalı yenilikçi tasarım kapasitelerinin geliştirilip kullanılması basit süreçler olmayıp, lokasyona bağlı tarihsel, iktisadi ve kültürel dinamikler tarafından koşullanmaktadır. Yenilik ve farklılığın günümüz ekonomisinin temel rekabet parametreleri haline geldiği bu süreçte ürün ve hizmetlerin özgünlüğü, biricikliği bu ürün ve hizmetlerin kimlikleri ve dolayısıyla lokasyonlarıyla giderek daha fazla ilişkilendirilmeye başlandı. Böylece kentler, bir yandan yenilikçi tasarım bilgi ve beceri ağlarını fiilen barındırırken diğer yandan da tarihsel ve kültürel kimlikleriyle tasarlanıp üretilen ürün ve hizmetlere bizzatıhi yenilik ve farklılık kaynağı olarak değer katmaya başladılar. (Er 2014)

Yukarıda alıntılanan görüşler çerçevesinde, İstanbul’da tasarımın haritalandırılması fikri 2000 yılında başlayan ve “Sistema Design Milano” projesinden ilham alan ön çalışmalara dayanmaktadır. Yenilikçi ürünlerin tasarımıyla bunların gerçekleştirildiği yerler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığına bilinen en güçlü kanıt şüphesiz İtalya’nın Milano kentidir. Bu konuda, İtalyan Eğitim ve Araştırma Bakanlığı tarafından desteklenen araştırma projesinin sonuçlarını özetleyen Sistema Design Milano (1999) Projesi, “İstanbul Tasarım Haritası” araştırmasına ilham kaynağı olmuştur. Sonrasında bu araştırmanın içeriğinin ne olacağına ve hangi yöntemle ilerleneceğine 2011-2013 yılları arasında İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Yüksek Lisans Programı dahilinde açılan Mapping Design in Istanbul dersi kapsamında karar verilmiştir. Bu ders kapsamında yapılan çalışma, 2013 güz döneminde İstanbul Kalkınma Ajansı destekli bir projenin parçası olarak devam ettirilmiş, mevcut veriler güncellenmiş ve zenginleştirilmiştir. Bu dönemde herkese açık seminerler yapılmış ve çalışma bir yayınlı tamamlanmıştır.

Bu çalışma baştan itibaren tasarım alanında üç disiplini biraraya getirmesiyle en geniş katılımlı uluslararası bir tasarım zirvesi niteliğinde olan, İTÜ evsahipliğinde gerçekleşmesi planlanan ancak sonrasında iptal edilmek zorunda kalan 2013 IDA Congress Istanbul kapsamında sergilenmek ve sonuçları paylaşılmak üzere kurgulanmıştı. Dolayısıyla araştırma mümkün olduğu kadar Uluslararası Tasarım Birliği’ni (*International Design Alliance*, IDA) oluşturan endüstri ürünleri tasarımı, iç mimarlık ve grafik/iletişim tasarımı disiplinlerini içerecek şekilde organize edilmiştir. Mimarlık bu anlamda bilerek ve kasıtlı olarak araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Bunun sebebi de mimarlığın, gelişmekte olan bu üç tasarım disipliniyle karşılaştırmalı olarak ele alındığında çok daha kurumsallaşmış

bir yapıya sahip olması ve nicelik olarak verileri saptıracak kadar geniş sayılara sahip olmasıdır. Ancak, daha sonra moda tasarımı alanı tekstil sanayi ile ilişkisi sebebiyle İstanbul özelinde önemli kabul edilebileceği için araştırmaya dahil edilmiştir. Şunu söylemek gerekir ki, bu çalışma İstanbul Tasarım Haritası için bir başlangıç olarak kabul edilmelidir. Gittikçe yaratıcı bir kent olarak konumlanan İstanbul'da icra edilen, gelişmekte olan birçok başka tasarım alanı şu an için kapsam dışıdır. Bu çalışma zaman içinde değişen verilerle gelişecek ve değişecektir. Bu değişim birbiriyle karşılaştırmalı olarak ele alındığında yıllar içinde oluşan farklar izlenebilir hale gelecektir. Bu sebeple İstanbul Tasarım Haritası'nı sabit ve verili bir kaynak olmanın ötesinde bütünsel, anlamlı ve etkili politikalar oluşturabilmek ve değişimin izlenebileceği bir düşünce aracı olarak kabul etmek doğru bir yaklaşım olur.

Üç yıla yayılan bu çalışmada, Milano Tasarım Sistemi bir şablon olarak kullanılarak İstanbul'daki tasarım aktörleri ve aralarındaki ilişkiler tespit edilmiş ve haritalanmıştır. İstanbul Tasarım Haritası çalışmasının ana amacı İstanbul'daki yerel aktör ve ilişkiler ağının özgünlüğünü kavrayabilmek ve bunların etkin bir sistem olarak işleyebilmesi için olası müdahale alanlarını tespit etmek olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, İstanbul Tasarım Haritası çalışması kapsamında tasarım sektörünü oluşturan üretim ve tüketim döngüleri içindeki yapıların kent bağlamında konumlanma ve yapılanmaları ile mevcut durumları incelenmiştir. İstanbul'un bir tasarım kenti olarak potansiyelini ve kentin uluslararası tasarım ağının küresel odaklarından birisi olabilmesi için var olan özgün kapasitesini göstermek ve bu kapasitenin arkasındaki aktörleri ve mekanizmayı keşfetmek, açığa vurmak ve buna ilişkin bir durum tespiti yapmak bu çalışmanın temel amaçları olmuştur. Çalışmanın bir diğer amacı ise kaynak niteliğinde bir araştırma ortaya koymak ve kentsel gelişim politikalarında tasarım sektörünün de dikkate alınmasını sağlamaktır.

Çalışma kapsamında aşağıdaki başlıklarda raporlar hazırlanmıştır:

1. İstanbul'daki Tasarım Eğitiminin Analizi
2. İstanbul'un Fikri Haklar ve Tasarım Açısından Türkiye'deki Yeri
3. İstanbul'da Tasarım Etkileşimli Zanaatın Kümelenme Eğilimi
4. İstanbul'da Tasarım Etkileşimli İmalat Sanayisinin Kümelenme Eğilimi
5. İstanbul'da Tasarım Ofislerinin Analizi
6. İstanbul'da Tasarımla İlintili Vakıf, Dernek ve Devlet Kurumları ve Tasarımla İlintili Faaliyetleri
7. İstanbul'da Tasarım Sergileme Pratikleri
8. Türkiye'de Tasarım Yarışmaları Üzerine Bir Araştırma
9. İstanbul Tasarım Perakende Satış Noktalarının Dağılımı Üzerine Bir Analiz
10. İstanbul Tasarım Yayıncılığı Analizi
11. İstanbul'da Moda Tasarımı

İstanbul Tasarım Sistemi'nin bileşenlerinin ne olabileceğine dair tartışmalar sonrasında yukarıda listelenen ve sonuçta ayrı raporlara dönüşen konu başlıkları çalışma alanları olarak saptanmıştır. Her konu alanının araştırma yönteminin belirlenmesinin ardından her konu ile ilgili ayrı literatür taraması ve ilişkili kurum, vakıf, dernek, şirket, kuruluş ve/veya organizasyonlara yönelik bilgilerin hangi kaynaklardan ve nasıl toplanacağına karar verilmiştir. İkincil kaynaklar ve internet siteleri taranmış, gerektiği durumlarda yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma alanının doğasının gerektirdiği durumlarda, coğrafi olarak tespit edilebilen noktalar işaretlenerek çeşitli haritalar oluşturularak her konu alanında elde edilen veriler bağımsız raporlara dönüştürülmüştür. En son olarak da tüm veriler altyapı, üretim, tüketim ve yayılım/paylaşım başlıkları altında kategorize edilerek üst bir bakışla yorumlanmış ve bu bileşenler bir ağ yapısı içerisinde konumlandırılmışlardır (Resim 1).

Tüm bu bileşenler ayrı ayrı ele alındığında,

Altyapı başlığı altında:

- Eğitim: Mevcut olan tasarım eğitim kurumları,
- Kurumlar: Tasarım farkındalığının yaratılması ve artırılmasında rol alan, eğitimin ve tasarım sektörünün gelişimi için destek veren ve birçok tasarım faaliyetinde rol alan devlet kurumları ile kar amacı güden ya da gütmeyen kurumlar,
- Fikri Haklar: Fikri hakların korunmasını sağlayan fikri mülkiyet koruma sistemi bulunmaktadır.

Üretim başlığı altında:

- Ofisler: Tasarım hizmeti sağlayan tasarımcılar ve tasarım ofisleri,
- İmalat: Tasarım etkileşimli imalat sanayi içinde faaliyet gösteren firmalar,
- Zanaat: Tasarım etkileşimli zanaat kümelenmesi,
- Moda tasarımı: Moda tasarım sektörü bulunmaktadır.

Tüketim başlığı altında:

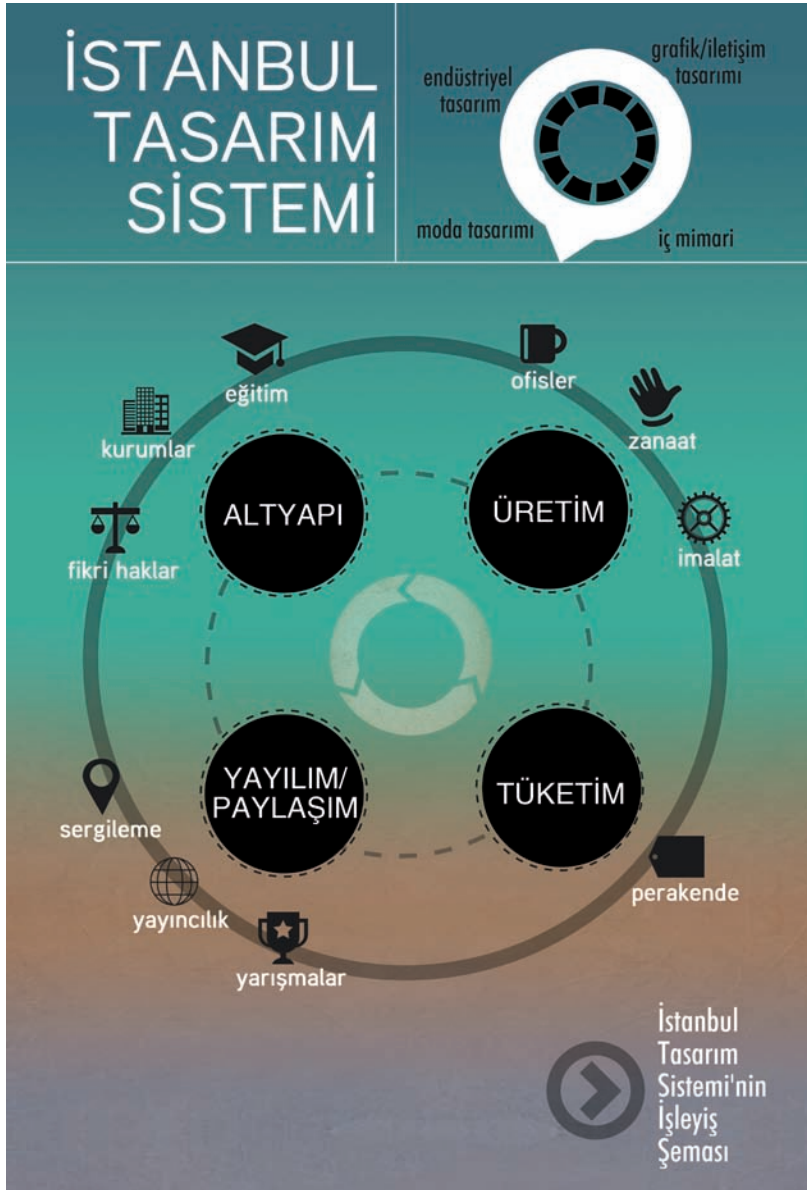
- Perakende: Tasarım tüketimine olanak sağlayan perakende satış firmaları ve satış ortamları yer almaktadır.

Yayılım/Paylaşım başlığı altında ise:

- Yayıncılık: Tasarımın yayılımını sağlayan yayıncılık sektörü,
- Sergileme: Tasarım sergileme ortamları ve etkinlikler,

- Yarışmalar: Eğitim, tasarım ve üretim sektörü arasındaki ilişkiyi kuran ve tasarım algısını geliştiren yarışmalar ve ödül sistemleri bulunmaktadır.

İstanbul Tasarım Sistemi'nin işleyişi ile bileşenleri arasındaki bağlantıları göstermek amacıyla aşağıdaki diyagram (Resim 1) oluşturulmuştur.



Resim 1. İstanbul Tasarım Sistemi'nin işleyiş şeması

Araştırma sonuçlarına göre İstanbul Tasarım Sistemi'ni oluşturan bileşenlerin ve endüstriyel tasarım, grafik/iletişim tasarımı ve iç mimarlık disiplinlerinin İstanbul'daki durumu hakkında aşağıdaki yorumları yapmak mümkündür.

Altyapı

Eğitim

İstanbul'daki üniversitelerin tasarım bölümlerinin sayısında 2008-2013 yılları arasında %40 gibi bir oranla ciddi bir artış yaşandığı görülmüştür, fakat bu durum tasarım hizmetlerine olan talepteki artıştan kaynaklanan ve dolayısıyla piyasa dinamiklerinin yarattığı bir etkiden ziyade tasarım disiplinlerinin artan popüleritesinden kaynaklanmaktadır. 2008-2013 yılları arasında öğrenci sayısında %114'lük oranla en büyük artış iç mimarlık ve çevre tasarımı bölümlerinde meydana gelmiştir (Gümüştaş ve Soyupak 2014). Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi olan talebin ise düştüğü gözlemlenmiştir. İç mimarlık ve çevre tasarımı bölümlerine artan ilgi özellikle İstanbul'da konut ve inşaat sektörlerinin ekonominin en aktif sektörü olması ile ve tasarıma ilgi duyan öğrencilerin endüstriyel tasarım ya da grafik gibi alanlara kıyasla iç mimarlığı geleceği daha garantili olarak algılanan mimarlık eğitime geçiş yapmanın mümkün olabileceği bir meslek olarak görmeleriyle de ilişkilendirilebilir. Endüstriyel tasarım disipliniindeki puan düşüşünü ise, mezunların yüksek gelir ve prestijli iş beklentilerinin karşılanmaması ile ilişkilendirmek mümkündür. Endüstriyel tasarım mesleğinin mühendislik ya da mimarlık gibi meslek odasınca korunan bir meslek statüsünde olmaması da bu gelişmede etkili olan faktörlerden birisi olabilir.

Devlet üniversitelerinin hiyerarşik ve hantal yapıları nedeniyle tasarım bölümlerinde yeni program açmakta ve mevcut programları yeni gelişmeler ışığında dönüştürmekte yavaş kalmaktadırlar. Burs olanaklarının artmasıyla yüksek puanlı öğrencilerin vakıf üniversitelerini daha çok tercih eder hale geldikleri söylenebilir.

Tasarım eğitiminin coğrafi analizi yapıldığında, İstanbul'da tasarım eğitimi veren okulların Avrupa ve Asya yakasında şehrin merkezi sayılabilecek bölgelerinde, yeni üniversitelerde açılan bölümlerin ise daha çok E-5 gibi ana trafik aksları üzerinde konumlandıkları görülmektedir. İstanbul'daki ulaşım sorunu dikkate alındığında yeni üniversitelerin yer seçiminde ulaşım kolaylığının en önemli kriter olduğu anlaşılmaktadır. Tasarım eğitiminin yaratıcılıkla ilgisi dikkate alındığında kültürel merkezlere yakın eğitim ortamlarının avantajlı oldukları düşünülebilir. Ancak tasarım eğitiminin artan disiplinlerarası yapısı, teknoloji merkezleri, Ar-Ge birimleri gibi ortamlara da yakınlık gerektirmektedir. İstanbul'daki tasarım bölümlerinde bu tür disiplinlerarası çalışmaların yapıldığına dair fazla bir belirti bulunmamaktadır. Öte yandan kültürel merkezlere yakın olmanın somut sonuçları birkaç örnek dışında izlenememektedir.

Kurumlar

2013 yılında Türkiye’de tasarım alanında faaliyet gösteren 9 vakıf, 8 dernek, 9 devlet kurumu olduğu görülmektedir. Tasarımla ilintili faaliyet gösteren kurumlar arasında en aktif olanı endüstriyel tasarımcıların kurmuş olduğu (ETMK) Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu’dur. Son yıllarda tasarım alanında yapılan çalışmaların birçoğu ise Ekonomi Bakanlığı’na bağlı Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) ve onun altında faaliyet gösteren ihracatçı birlikleridir. Ayrıca Türkiye’de tasarım alanında grafik tasarım ve moda tasarımı alanlarında dernek statüsünde (Grafikerler Meslek Kuruluşu - GMK ve Moda Tasarımcıları Derneği - MTD), iç mimarlık alanında ise TMMOB’a bağlı oda statüsünde (İç Mimarlar Odası - İÇMO) meslek örgütleri yaptıkları faaliyetlerle meslek ve tasarımcıların hakları konusunda çalışmalarını sürdürmektedirler. Ayrıca yaratıcı endüstrileri temsilen birden fazla derneğin bir araya gelmesiyle bu alanda ortak hareket etme amacıyla ve interdisipliner yapının artan önemiyle bir çatı örgüt olarak Yaratıcı Endüstriler Konseyi YEKON’un kuruluşu önemli bir gelişmedir.

Fikri Haklar

Fikri haklar koruma sistemi alanında İstanbul 2013 yılında Türkiye’deki tüm marka, patent, tasarım ve faydalı model başvurularının ortalama olarak %51’ini almakta, bu da İstanbul’un Türkiye’deki ekonomik ve endüstriyel faaliyetlerin odaklandığı kent olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, tüm Türkiye’de olduğu gibi İstanbul’da da başvuruların tescile dönüşebilme yetenekleri patent alanında çok düşüktür (%18) (Dericioğlu 2014). Ayrıca fikri haklar koruma sisteminde elde edilen tescil belgelerinin yaptırım gücüne dair bazı belirsizlik ve eksiklikler bulunmaktadır. Bu belirsizlikler, hak sahibi olmayan kişilerin, gerek başkalarının hakkını bilerek ya da bilmeyerek gasp ederek, gerekse de belge için gereken kriterleri taşımama sebebiyle elde edilemeyecek bir hakkı elde ederek rakiplerine karşı haksız bir üstünlük elde etmeleri anlamına gelmektedir. Bu durum ortadan kalkabildiği ölçüde, yaratıcı faaliyetlerin gelişmesi adına ihtiyaç duyulan güven ortamı oluşabilecektir. Böylelikle İstanbul ve Türkiye’nin buluş, tasarım ve eser ortaya koyabilme, ardından markalaşma ve sürdürülebilir rekabet gücüne erişme ihtimalleri de artış gösterebilecektir.

Üretim

İmalat

İstanbul’u Avrupa’nın post-endüstriyel süreci yaşayan kentlerinden ayıran en önemli özelliklerinden biri imalat sanayi ve şehrin zanaatları halen barındırmasıdır. İstanbul Tasarım Sistemi’nin üretim ayağının önemli bir bileşenini oluşturan tasarım etkileşimli imalat sanayi incelendiğinde, İstanbul’da Design Turkey’in oluşturduğu kategoriler baz alınarak incelenen 11 sektörde toplam 2543 firma bulunduğu ve bu firmaların toplamda 7,758,497,216 TL’lik bir ekonomik hacim yarattığı görülmekte, bu da şehirdeki imalat sanayinin önemini göstermektedir

(Çor vd. 2014). Tasarım etkileşimli imalat sanayinin kümelenme eğilimi incelendiğinde ise aydınlatma sektöründe Beyoğlu ve elektronik ürün üretiminde Ümraniye gibi ilçelerde kümelenmelerin var olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışma sonucunda Design Turkey sınıflandırmasına göre oluşturulan kategorilerden ofis ve kırtasiye, spor ve hobi ve ev gereçleri sektörlerinin, barındırdıkları şirket sayısına göre en fazla tasarımcı istihdam eden sektörler oldukları ortaya çıkmıştır.

Zanaat

Tasarım sisteminin üretim ayağının bir diğer bileşeni zanaattir. İstanbul'da imalat sanayinin katma değeri yüksek ürünler üretecek şekilde dönüşmesi gerekirken, var olan zanaat altyapısının bir avantaj olarak kullanılması büyük önem taşımaktadır. Fakat İstanbul'da zanaatkar kümelenmelerinin bozulması ve birçok zanaatkarın yok olma tehdidi ile karşı karşıya kalması gibi ciddi sorunlar mevcuttur, bu sorunların giderilmesi adına acil politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Zanaatkarların görünür hale getirilmesi, zanaatlarla tasarımcıların iki tarafın da kazanacağı şekilde bir araya gelmesine yönelik arayüzler, yapacakları çalışmaların doğru markalama çalışmaları ile uluslararası düzeyde bilinir kılınması gibi adımlar önerilebilir.

Ofisler

İstanbul'da 32'si iletişim tasarımı, 61'i endüstriyel tasarım, 69'u iç mimari tasarım kategorisi altında yer alacak şekilde toplam 162 tasarım ofisi bulunmaktadır. Bu ofislerin coğrafi dağılımları incelendiğinde öncelikle Şişli, Beşiktaş, Kadıköy, Beyoğlu gibi merkezlerin, bu ofislerin konumlandıkları en yoğun bölgeler oldukları görülmektedir. İletişim ve endüstriyel tasarım hizmeti veren ofislerin ağırlıklı olarak Avrupa Yakası'nda, iç mimarlık hizmeti veren ofislerin ise Avrupa ve Asya yakalarında eşit ağırlıklarda konumlandıkları görülmüştür (Başkurt vd. 2014).

Moda Tasarımı

2013 yılında Moda Tasarımcıları Derneği'ne kayıtlı toplam 153 tasarımcı bulunmaktadır. 2007-2010 yılları arasında derneğe kayıtlı üye sayısı %66 oranında bir artış göstermiştir (Kozaman 2010). İstanbul'daki moda tasarımcılarının profili incelendiğinde, kendi markası olan tasarımcı sayısının başka firmalar için çalışan tasarımcı sayısından fazla oluşu, bu sektörde markalaşma alanındaki gelişmenin önemli bir göstergesidir. Yeni moda tasarımcısı ve genç moda tasarımcı sayısının yüksek oluşu da sektörün geleceğine dair umut vericidir. Moda tasarımcılarının şehir içindeki coğrafi dağılımları incelendiğinde Teşvikiye-Nişantaşı bölgesinin modacıların en yoğun olarak konumlandıkları yer olduğu, daha sonra sırasıyla Beyoğlu, Beşiktaş ve Kadıköy bölgelerinin bu bölgeyi takip ettiği görülmektedir.

Tüketim

İstanbul Tasarım Sistemi'ni oluşturan tasarım tüketimi hakkında ipuçları veren tasarım perakende satış mağazaları üzerine yapılan çalışma sonuçlarına göre,

İstanbul’da tasarım perakendecilerinin yoğunlaştığı bölgelerin yüksek yaşam standardına sahip semtler ve bölgeler oluşu, şehirde tasarımın daha çok belirli bir gelir düzeyine sahip kişiler tarafından tüketildiğini göstermekte ve bu durum İstanbul’da tasarım ve lüks algısı ilişkisini de pekiştirmektedir. Bu sebeple belirli bir gelir seviyesi için şehirde özellikle mobilya ve aksesuar alanında tasarım tüketiminin belirli bir olgunluğa erişmiş olduğu ortaya çıkmıştır. Toplumun daha geniş kitlelerinde tasarım bilinci yaratmak ve iyi tasarımı lüks ürünle özdeşleştiren anlayıştan çıkarıp insanların hayatlarını kolaylaştıran ve yaşam kalitesini artıran yönünü ortaya koyacak ürünlerin üretilmesi teşvik edilerek, tüketicinin bilinçlenmesi sağlanmalıdır.

Yayılım/Paylaşım

Sergileme

İstanbul’da tasarım sergi ve fuarları üzerine bir analiz yapıldığında, farklı lokasyon ve büyüklüklerde, farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek niteliklerde yeterli sayıda mekanın mevcut oluşu, şehirde tasarım sektöründeki gelişmeleri kaldıracabilecek bir altyapının varlığına işaret etmektedir. Ancak henüz İstanbul’un bir şehir müzesi olmadığı gibi tasarımıyla ilişkili sabit bir koleksiyonu olan bir müzenin bulunmaması büyük bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yayıncılık

İstanbul, yerleşik tasarım kültürünü yansıtan tasarım yayıncılığı sektörü alanında önemli miktarda kaynak bulundurmaktadır ve bu da şehir olarak İstanbul’da ve Türkiye’de tasarıma dair belirli bir algının var olduğunu göstermektedir. Tasarıma dair ulusal ve uluslararası yayınların dağıtımını ve basımını yapan çok sayıda yayın grubunun bulunması, İstanbul’un tasarım alanında dünya ile entegre olmuş bir tüketici, okuyucu ve araştırmacı kitlesinin bulunduğu bir göstergesidir. Bu durum, doğru tasarım algısını daha geniş kitlelere yaymak için yürütülecek çalışmalara temel oluşturacak belirli bir altyapı ve kaynağın var olduğunu göstermektedir.

Yarışmalar

Türkiye’de periyodik olarak tekrarlanan ve istikrarlı bir şekilde devam eden tasarım yarışmalarının ve bu yarışmaları destekleyen kurumların var oluşu, tasarımın yarattığı fayda ve katma değer topluma gösterilmesi açısından önemlidir, fakat bu yarışmaların süreç ve sonuçlarının mercek altına alınması ve Türkiye için entegre bir tasarım politikası içinde değerlendirilmeleri gerekmektedir. Örneğin Türkiye’de tasarım ile ilintili olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin çoğunluğunu tasarım yarışmalarının oluşturması olumlu bir gelişme olarak görülmeyle birlikte Türkiye’ye özgü tuhaf bir durumu da yansıtmaktadır. Birçok bölgedeki ihracatçı birlikleri için tasarım yarışmaları etkinlik yaparak görünür hale gelmek için kullanılmış ve özensiz yarışma şartnameleri ve jüri oluşumları ile bu tür yarışmalardan beklenen faydayı sağlayamaz duruma gelmişlerdir. Yarışma sonuçları ile ihracatçı

birliğini oluşturan firmalar arasında bağ kurulamamış, Ar-Ge ve tasarım yatırımı yapmayan firmalar yarışmalar yoluyla inovasyona destek oluyoruz imajına yaslanmışlardır. Öte yandan bu yarışmalara öğrenci kategorisinde katılarak derece alan kişilerin yurtdışı tasarım eğitimi masraflarının karşılanması Türkiye’den dünyadaki tasarım okullarına önemli bir kaynak aktarılmasına neden olmaktadır. Söz konusu yarışmaların süreç ve sonuçlarının mercek altına alınması ve Türkiye için bütüncül bir tasarım politikası kapsamında değerlendirilmeleri uygun olur.

Türkiye’de tasarım ödüllendirilme sistemi Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri’nin her ne kadar rekabet halinde olduğu ülkelerden geç bir aşamada da olsa, devlet destekli bir ödül sisteminin olarak kurgulanmış olması, toplumda tasarım farkındalığının artması, tasarımcı, üretici ve marka sahibi firmalara teşvik ve tanıtım imkanı sağlanması gibi sonuçlarıyla önemli bir gelişmedir.

Sonuç

Bu bildiride kısmi sonuçları ele alınan İstanbul Tasarım Haritası çalışması ile İstanbul Tasarım Sistemi’nin bileşenleri saptanmış ve bu bileşenlerin içerisinde bulunduğu altyapı, üretim, tüketim ve yayılım başlıkları altında kategorize edilen bir ağ yapısı çerçevesinde durum tespitleri yapılmıştır. İstanbul’un yaratıcı bir kent olarak dünya sisteminde yer alabilmesi için geliştirilecek tüm stratejilerde bu ağ yapısına ait veriler dikkate alınmalı, ağ yapısını oluşturan unsurların zayıf ve güçlü yönleri, birbirleri ile ilişkileri de göz önüne alınarak bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmelidir. İstanbul Tasarım Sistemi’nin sağlıklı bir şekilde sürdürülebilirliğinin sağlanması, geliştirilecek bir üst politika ve strateji çalışması ile anlam kazanacaktır. Bunun içinse yerel yönetim desteği, hükümet politikası ve dünya ile kıyaslamaya yarabilen stratejik bakış açısı ve vizyon elzemdir.

Kaynakça

- Başkurt, Bera, Efe K. Hizar ve Selen Çatalyürekli. 2014. “İstanbul’daki Tasarım Ofislerinin Analizi”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YE-KON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.
- Çor, N., Z. Konca, G.Tavukçuoğlu ve D. Kılınç. 2014. “İstanbul’da Tasarım Et-kileşimli İmalat Sanayisi Üzerine Bir Analiz”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YE-KON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.
- Dericioğlu, Egemen A. 2014. “İstanbul’un Fikri Haklar ve Tasarım Açısından Türkiye’deki Yeri”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YE-KON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.
- Er, Alpay. 2014. “Önsöz”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YE-KON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.
- Er, Özlem, Şebnem T. Ögüt ve Feyza Baltacı. 2014. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YE-KON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.

- Gümüştas, Barış ve Ozan Soyupak. 2014. “İstanbul’da Tasarım Eğitiminin Analizi”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YEKON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.
- Kozaman, S. Senem. 2010. *İstanbul’da Moda Tasarım Sektörü*. İstanbul: İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri.
- Minetto, Renato (der). 1999. *Milan Design System*. Milano: Abitare Segesta Cataloghi.
- Suluk, Cahit ve Özlem Er. 2012. “Türkiye’de Tasarım Tescil Sistemine Yönelik bir Değerlendirme” *Erzurumluoğlu Armağanı*, der. Emel Badur, Ankara Barosu.
- Yılmaz, Bilal, Burak Akbıyık ve Semiha Kan. 2014. “İstanbul’da Tasarım Etkileşimli Zanaatın Kümelenmesi Üzerine Bir Analiz”. *İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Final Raporu*. YEKON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri.

ENDÜSTRİYEL TASARIM TESCİLİ BAŞVURUSUNDA GÖRSEL ANLATIMIN HAZIRLANMASINA YÖNELİK ULUSAL BİR KILAVUZ ÖNERİSİ

Irmak Yalçiner, Yalçiner Patent ve Danışmalık
Fatma Korkut, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Görsel anlatım, tasarım tescilinde koruma kapsamını belirleyen en önemli unsurdur. Bu bildiri-
de sunulan araştırma kapsamında, ulusal, bölgesel ve uluslararası tasarım tescil sistemlerindeki
hukuki düzenlemeler ve kılavuzlar incelenerek görsel anlatımın özellikleri ve gereklilikleri se-
rimlenmiştir. Bu belgelerin incelenmesinden elde edilen bulguların yürürlükteki ulusal mevzu-
at açısından geçerliliğine ve tasarım tescili başvurularında görsel anlatıma ilişkin Türkiye’de
karşılaşılan sorunların neler olduğuna yönelik olarak gerçekleştirilen alan çalışmasında, Türk
Patent Enstitüsü uzmanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, başvuru
sahiplerine ve vekillere yönelik görsel anlatımların özellik ve gerekliliklerini açıklayan ulusal
bir görsel anlatım kılavuzu geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım koruması, tasarım tescili, Türkiye’de endüstriyel tasarım tescili,
tasarımların görsel anlatımı, görsel anlatım kılavuzu

Giriş

Tasarımlar, fikri mülkiyet sistemi içinde sınai mülkiyet kapsamında, adaletli ve
rekabetçi bir ortamda, yeni tasarımların geliştirilmesini özendirmek amacıyla hak
sahiplerine münhasır haklar sağlayan tasarım tescil sistemi ile korunmaktadır.
Türkiye’de tescilli tasarımların korunması, 1995 yılında yürürlüğe giren 554 sa-
yıylı Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname
(Tasarım KHK 1995) ve Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun
Hükmünde Kararnamenin Uygulama Şeklii Gösterir Yönetmelik (Tasarım Yö-
netmelik 2005) ile düzenlenmiştir. Ayrıca Türkiye, 2005 yılında Endüstriyel Ta-
sarımların Uluslararası Tesciline İlişkin Lahey Anlaşması’nın Cenevre Metni’ne
taraf olmuştur.

Türkiye’de tasarım tescili yayın-itiraz sistemine dayanır (Elibol vd. 2011, 309).
Türk Patent Enstitüsü (TPE), tescil başvurusuna konu olan tasarımları, koruma
şartları açısından yenilik ve ayırt edici nitelik incelemesine tabi tutmaksızın sa-
dece şekli şartlar açısından inceler. Şekli şartlar açısından uygun olan tescil baş-
vuruları, TPE’nin Resmi Endüstriyel Tasarımlar Bülteni’nde yayımlanır. Üçüncü

kişiler, başvurunun yayın tarihinden itibaren altı ay içerisinde gerekçeleri ve belgeleri sunmak koşuluyla bir tasarımın tesciline itiraz edebilirler. Yapılan itirazlar, TPE'nin Yeniden İnceleme ve Değerlendirme Kurulu (YİDK) tarafından incelemeye alınarak tasarım tescilinin devamı ya da kısmen veya tamamen iptali yönünde karara bağlanır. YİDK tarafından verilen idari kararın iptali, tescilli bir tasarımın hükümsüzlüğü veya tescilden doğan hakların ihlali konularında yetkili mahkemelerde dava açılabilir (Elibol vd. 2011, 309).

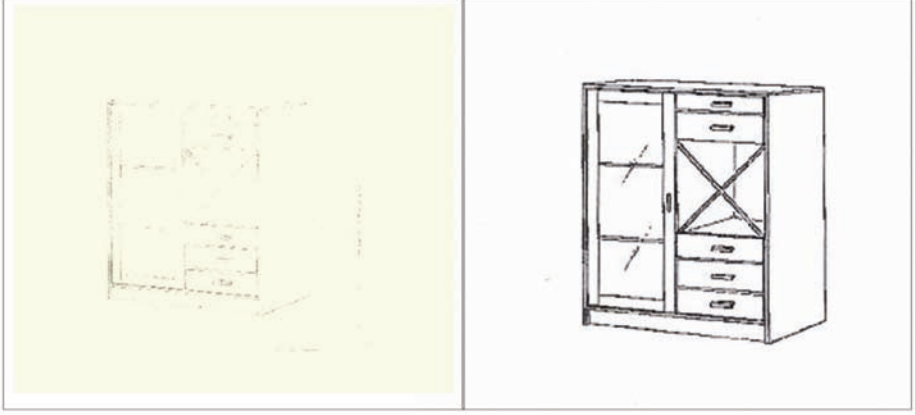
Başvuru aşamasında sunulması zorunlu bir unsur olan görsel anlatım, “tasarımın tüm belirgin özelliklerini yansıtan ve yayım yoluyla çoğaltmaya elverişli, resim, çizim, grafik, fotoğraf veya benzeri bir biçimde hazırlanmış tasarımın veya tasarımın uygulandığı ürünün görünümüdür” (Tasarım Yönetmelik 1995, madde 9 (a)). TPE, görsel anlatımı, “koruma talep edilen tasarımı ifade eden bir araç olduğu için tesis edilen tasarım hakkının ana unsuru” olarak nitelendirmiştir (TPE 2011b, 11)

Tasarım tescili, başvuru, tescil ve tescil sonrası olmak üzere üç ana aşamadan oluşur (Resim 1). Korumanın kapsamını belirleyen en önemli unsur olan görsel anlatım, tüm aşamalarda en etkin rolü oynar. Başvuru aşamasında korunması talep edilen tasarımın başvuru tarihinin kesinleşebilmesi için tasarıma ait görsel anlatımın ve başvuru sahibinin kimlik bilgilerini içeren imzalı başvuru formunun TPE'ye ibraz edilmesi gerekir (Tasarım Yönetmelik 1995, madde 13). Tescil başvurusundan sonra, görsel anlatımda tasarımın koruma kapsamını etkileyecek esaslı değişiklikler yapılması mümkün değildir. Dolayısı ile başvuru aşamasında görsel anlatımların yeterli düzeyde olması çok önemlidir.

Tescil aşamasında, Resmi Endüstriyel Tasarımlar Bülteni'nde yayımlanan tasarımın koruma şartlarını taşımadığı gerekçesiyle yapılan itirazın YİDK tarafından incelenmesi sırasında yenilik ve ayırt edici nitelik değerlendirmesi yapılırken tasarımın görsel anlatımı ile itiraz kapsamında sunulan deliller karşılaştırılır. Tescil sonrası aşamada, tescilli bir tasarımdan doğan hakların ihlaline veya tescilli bir tasarımın hükümsüzlüğüne ilişkin değerlendirmede de benzer şekilde tescilli ta-



Resim 1. Tasarım tescilinin aşamaları ve bu aşamalarda görsel anlatımın etkin rol oynadığı konular



Resim 2. Kalitesi yetersiz olduğundan kabul edilmeyen görsel anlatım (sol) ve aynı tasarımın düzeltilmiş görsel anlatımı (sağ) (WIPO 2013)

sarımın görsel anlatımı esas alınır. Bu değerlendirmelerde tescil başvurusundaki görsel anlatımda yer almayan unsurlar dikkate alınamaz.

Görsel Anlatımlardaki Sorunlar

Tasarım tescili başvurusunda sunulan görsel anlatımlardaki yetersizlikler, eksiklikler veya yanlışlıklar, koruma kapsamının daralmasına, tescilden doğan hakların etkin bir şekilde kullanılamamasına, hatta tescilin hükümsüzlüğüne neden olabilir. Hasdoğan, yetersiz görsel anlatımların Türkiye’de tasarım tescillerinde ve ilgili davalarda gözlemlenen en büyük sorunlardan biri olduğunu belirtmektedir (Hasdoğan 2005, 344, 348). Hasdoğan, dört soruna dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki, fotoğraf şeklinde sunulan kimi görsel anlatımlarda tasarımın gerçek boyutlarının anlaşılamamasıdır. İkincisi, tescil başvurusunda tek bir açıdan çekilmiş bir fotoğraf veya yetersiz sayıda teknik görünüş kullanılması durumunda üç boyutlu bir tasarımın özelliklerinin tam olarak anlaşılamamasıdır. Üçüncüsü, birçok parçadan oluşan set veya takım tasarımlarının tek bir fotoğrafla sunulmaya çalışılmasıdır. Hasdoğan, son olarak kısmi tescil taleplerinin görsel anlatımda açık bir şekilde gösterilmemesine değinmektedir (Hasdoğan 2005, 348). Elibol da benzer sorunlara dikkat çekerek, yetersiz görsel anlatımların, yenilik ve ayırt edici nitelik değerlendirmesinde sorunlara yol açtığını ve nitelikli bir görsel anlatımın değerlendirmenin tatmin edici bir düzeyde yapılmasına yardımcı olduğunu belirtmekte ve görsel anlatımın gerekliliklerinin standartlaştırılmasını önermektedir (Elibol 2011, 167, 139).

İngiltere Fikri Mülkiyet Ofisi, bir görsel anlatım alanında birden fazla görünüşün bir arada sunulması, görsel anlatımda ölçü veya diğer teknik çizim açıklamalarının bulunması gibi problemlere değinmiştir (IPO 2004). Benzer şekilde, uluslararası tescil otoritesi Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (*World Intellectual Property*



Resim 3. Görsel anlatımda ayrıntıları anlaşılamayan ve kabul edilmeyen görünüşler (sol) ve aynı tasarımın düzeltilmiş görünüşleri (sağ) (WIPO 2013)



Resim 4. Arka planda tasarım dışında unsurların yer alması ve üzerinde açıklayıcı ibareler kullanılması nedeniyle kabul edilmeyen görsel anlatım (sol) ve aynı tasarımın düzeltilmiş görsel anlatımı (sağ) (WIPO 2013)

Organization, WIPO), başvuru aşamasında tasarımın görsel anlatımının yetersiz kalitede olmasını (Resim 2), tasarımın formunun görsel anlatımdan tam olarak anlaşılamamasını (Resim 3), arka planda tasarım dışında unsurların yer almasını ve görsel anlatımda açıklayıcı ibareler kullanılmasını (Resim 4) şekli eksiklik olarak değerlendirilmiştir.

Görsel anlatımın, korunması talep edilen tüm görsel özellikleri gösterecek yeterlilikte olması başvuru sahibinin sorumluluğundadır (TPE 2011a, 11). TPE'nin 2011 yılında yayımladığı "Tasarım İnceleme Kılavuzu" (TPE 2011a; 2011b) görsel anlatıma ilişkin açıklamalar içermekle birlikte başvuru hazırlama sürecinde başvuru sahiplerine veya vekillerine yönelik, özellikle görsel anlatımların hazırlanmasına

ilişkin tavsiyeler sunan ve görsel örnekler içeren yayımlanmış resmi veya özel bir kontrol listesi ya da kapsamlı bir kılavuz bulunmamaktadır.

Bu bildiride sunulan araştırma, endüstriyel tasarım tescilinde görsel anlatım konulu bir yüksek lisans tezi kapsamında 2012 yılında gerçekleştirilmiştir ve görsel anlatımın tüm gerekli unsurlarını kapsayan, görsel anlatımın hazırlanmasında başvuru sahiplerine ve vekillerine yol gösteren ulusal bir kılavuz geliştirmek amacıyla yapılmıştır (Yalçiner 2012). Araştırma kapsamında, ulusal, bölgesel ve uluslararası tasarım tescil sistemlerindeki hukuki düzenlemeler ve kılavuzlar incelenerek görsel anlatımın özellikleri ve gereklilikleri serimlenmiştir. Bu belgelerin incelenmesinden elde edilen bulguların yürürlükteki ulusal mevzuat açısından geçerliğine ve tasarım tescili başvurularında görsel anlatıma ilişkin Türkiye’de karşılaşılan sorunların neler olduğuna yönelik olarak gerçekleştirilen alan çalışmasında, Türk Patent Enstitüsü uzmanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda başvuru sahiplerine ve vekillere yönelik geliştirilen ayrıntılı kılavuzun içeriği bildiride ana hatlarıyla verilmektedir.

Alanyazın Araştırması: Tasarım Tescil Sistemlerinde Görsel Anlatımın Özellikleri ve Gereklilikleri

Alanyazın araştırması, hukuki düzenlemeler ile resmi kılavuzları esas alarak Türkiye’de ve diğer ulusal, bölgesel ve uluslararası tasarım tescil sistemlerinde görsel anlatımı irdelemektedir. Alanyazın araştırması iki soruya odaklanmaktadır:

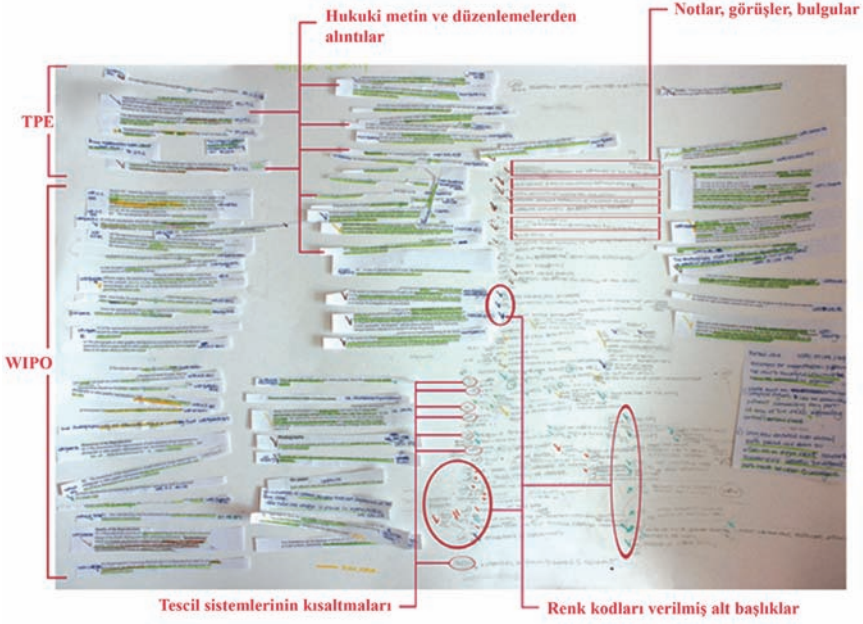
- Ulusal, bölgesel ve uluslararası tasarım tescil sistemlerinde görsel anlatım nasıl tanımlanmıştır?
- Ulusal, bölgesel ve uluslararası tasarım tescil sistemlerindeki hukuki düzenlemelerde ve resmi kılavuzlarda açıklandığı haliyle görsel anlatımın özellikleri ve gereklilikleri nelerdir?

Alanyazın araştırmasında, araştırmanın gerçekleştirildiği 2012 yılında, hukuki düzenlemelerine veya resmi kılavuzlarına Türkçe veya İngilizce dilinde erişilebilen sekiz tescil sistemi incelenmiştir. Bunlar, Türkiye’nin taraf olduğu *uluslararası* bir tescil sistemi olan Lahey sistemi, Türkiye’nin ekonomik ilişkileri açısından önem taşıyan Avrupa Birliği’ne üye ülkelerin tümünde geçerli *bölgesel* koruma sağlayan Topluluk Tasarımı tescil sistemi ve Türkiye dahil altı *ulusal* tescil sistemidir (Tablo 1).

Alanyazın araştırmasında, tasarım tescil sistemlerindeki hukuki düzenlemelerde ve resmi kılavuzlarda tarif edildikleri şekliyle görsel anlatımların özelliklerini ve gerekliliklerini saptamak amacıyla tüm metinlerin çıktısı alınmış, görsel anlatıma ilişkin her bir özellik ve gereklilik metinden kesilip çıkarılarak bir havuz oluşturulmuştur. Daha sonra tüm alıntılar tek tek gözden geçirilerek içerdikleri özellik ve gerekliliğe göre gruplandırılmış, tanımlanan her bir özellik ve gereklilik için ayrı bir pano oluşturulmuştur. Analiz sonucunda tespit edilen tüm özellikler ve gereklilikler, başlıklar ve alt başlıklar altında düzenlenmiştir; Resim 4’te “fiziksel

Ulusal/ Bölgesel/ Uluslararası Sistem	Otorite	Hukuki Düzenlemeler ve Resmi Kılavuzlar
Türkiye	Türk Patent Enstitüsü (TPE)	• 554 sayılı KHK (Tasarım KHK 1995) • Yönetmelik (Tasarım Yönetmelik 2005) • Tasarım İnceleme Kılavuzu (TPE 2011a, 2011b) • Başvuru Kılavuzu (TPE 2012)
A.B.D.	A.B.D. Patent ve Marka Ofisi (<i>United States Patent and Trademark Office, USPTO</i>)	• Design Patent Rules (US Code 2010) • A Guide to Filing a Design Patent Application (USPTO 2010) • Manual of Patent Examining Procedures (USPTO 2010)
Avustralya	Avustralya Fikri Mülkiyet Ofisi (<i>IP Australia</i>)	• Australian Design Act (Australia Act 2003) • A Guide to Applying for Your Design (IP Australia 2011)
Güney Kore	Güney Kore Fikri Mülkiyet Ofisi (<i>Korean Intellectual Property Office, KIPO</i>)	• Industrial Design Protection Act (Korea Act 2009) • Overview of the Design System in Korea (KIPO 2012a) • Application Procedures for Designs (KIPO 2012b)
İngiltere	İngiltere Fikri Mülkiyet Ofisi (<i>Intellectual Property Office, IPO</i>)	• Registered Designs Act (UK Act 2006) • Registered Designs Rules (UK Rules 2006) • Illustrations of Designs (IPO 2012a, 2012b) • Designs Practice Notice (IPO 2004; IPO 2006)
Kanada	Kanada Fikri Mülkiyet Ofisi (<i>Canadian Intellectual Property Office, CIPO</i>)	• Industrial Design Act (Canada Act 2011) • Industrial Design Regulations (Canada Regulations 2011) • A Guide to Industrial Designs (CIPO 2010a) • Industrial Design Office Practices (CIPO 2010b, 2010c)
Avrupa Birliği	İç Pazar Uyum Ofisi (<i>Office of Harmonization of the Internal Market, OHIM</i>)	• Community Design regulation (CDR 2006) • Community Design implementing regulation (CDIR 2007) • Examination Guidelines for Community Designs (OHIM 2012) • Decisions (OHIM 2003)
Lahey sistemine taraf ülkeler	Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (<i>World Intellectual Property Organization, WIPO</i>)	• The Hague Agreement (WIPO 2012a) • Regulations (WIPO 2012b) • Administrative Instructions (WIPO 2012b) • Guide to the International Registration of Industrial Designs (WIPO 2012d)

Tablo 1. Alanyazın araştırmasında incelenen hukuki düzenlemeler ve resmi kılavuzlar



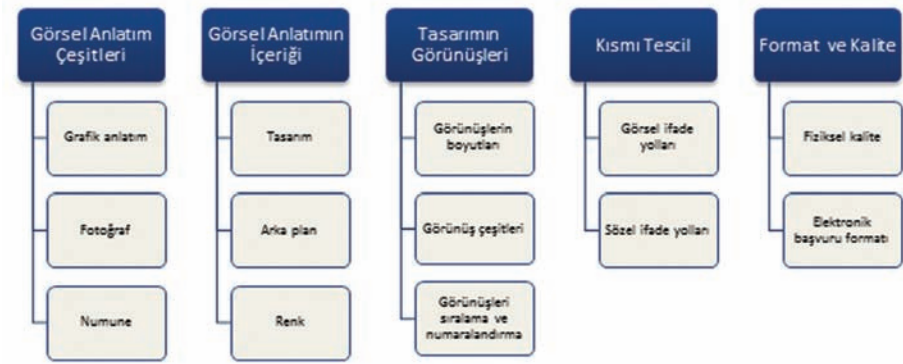
Resim 5. Alanyazın araştırması analizinde oluşturulan “fiziksel kalite” alt başlığına ait pano

“fiziksel kalite” alt başlığına ait pano verilmektedir. Sekiz tescil sistemini kapsayan analiz sonucunda elde edilen bulgular, görsel anlatımların özelliklerini ve gerekliliklerini başlıklar ve alt başlıklar şeklinde sınıflandırma ve örneklerle açıklama yoluyla serimlenmiştir. Araştırmanın bu aşamasında geliştirilen sınıflandırma hem bir sonraki aşamada alan çalışmasına girdi niteliği taşımış hem de görsel anlatım kılavuzunun temel yapısını oluşturmuştur.

Alan Çalışması: TPE Uzmanlarıyla Yapılan Görüşmeler

Tasarım tescil sistemindeki başlıca aktörler başvuru sahipleri, vekiller (patent ve marka vekilleri ile avukatlar), TPE uzmanları, hakimler ve mahkemelerde görev yapan bilirkişilerdir. Araştırma konusu ve amacı dikkate alındığında, başvuru sahiplerine ve vekillere yönelik bir kılavuzun oluşturulabilmesi için görsel anlatımların yeterliğinin incelemesini yapan uygulayıcıların görüşlerinin alınması önceliklidir. Bu nedenle, endüstriyel tasarım tescili alanında görsel anlatımların incelenmesinden sorumlu uygulayıcılar olan TPE’de görev yapan tasarım uzmanları hedef grup olarak seçilmiştir. Alan çalışmasının odaklandığı sorular şunlardır:

- TPE görsel anlatımları nasıl incelemektedir? Görsel anlatımların incelenmesinde kullanılan, kurum içi kullanıma yönelik herhangi bir rehber, kontrol listesi ya da yazılı işlem tarifi var mıdır?
- Türkiye’deki uygulama açısından görsel anlatımların özellikleri ve nitelikleri ile ilgili TPE tarafından gözlemlenen önemli konular nelerdir?

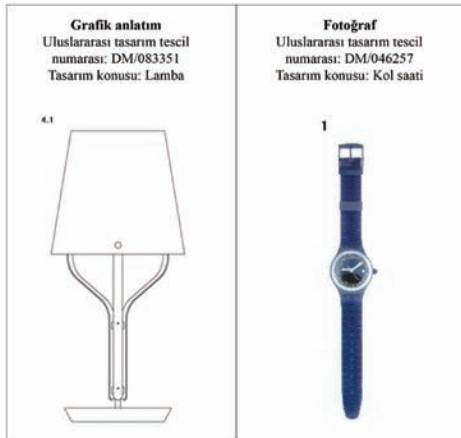


Resim 8. Kılavuzda yer alan temel konular

ilgili yerlere yerleştirilmiştir. Çözümlemeler tamamlandıktan sonra görüşme metinleri yeniden okunmuş, önemli bulunan kısımlar işaretlenmiş ve bu kısımlara alanyazın araştırmasında elde edilen başlık ve alt başlıklara göre renk kodları verilmiştir (Resim 6 ve 7).

Görsel Anlatımların Nitelik ve Özellikleri

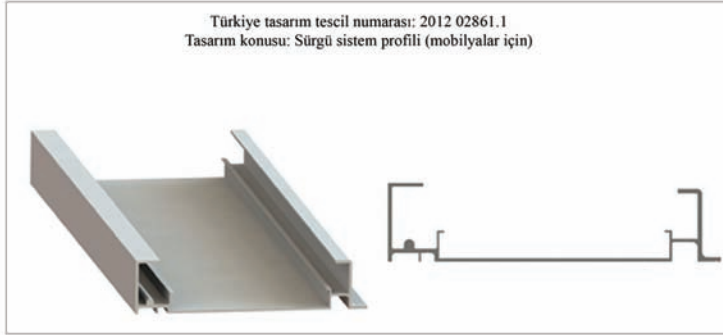
Alanyazın ve alan araştırmalarında elde edilen bulgular birlikte değerlendirilerek kılavuzun taslak yapısı gözden geçirilmiş ve küçük değişikliklerle nihai şeklini almıştır (Yalçiner 2012, 118-140). Kılavuzda yer alan temel konular beş ana başlık altında toplanmıştır (Resim 8): Görsel anlatım çeşitleri, görsel anlatımın içeriği, tasarımın görünüşleri, kısmi tescil, format ve kalite; bunlara ek olarak kılavuzda “kabul edilmeyen görsel anlatımlar,” “örnek görsel anlatımlar,” “ek görüşler ve öneriler” olmak üzere üç başlık daha yer almaktadır. Kılavuz için önerilen tüm ana başlıklar ve alt başlıklar Tablo 2’de verilmiştir.



Resim 9. Görsel anlatım çeşitlerinden grafik anlatım ve fotoğrafa örnek tescilli uluslararası tasarımlar



Resim 10. Görünüş çeşitlerinden temel görüşlere örnek tescilli uluslararası tasarım



Resim 11. Özel görüşlerden kesit görüşüne örnek Türkiye’de tescilli tasarım



Resim 12. Temel görüşlerden yan görüşüne (sol) ve özel görüşlerden detay görüşüne (sağ) örnek tescilli uluslararası tasarım

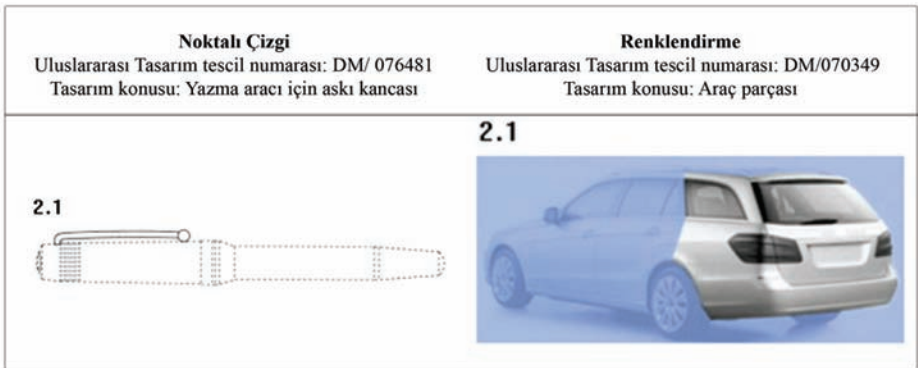
Tasarım tescil başvurularında sunulan “görsel anlatım çeşitleri”, tercihen bilgisayar ortamında hazırlanmış profesyonel standartlarda *grafik anlatım*, yine profesyonel standartlarda ve yüksek kalitede *fotoğraf* ve sadece iki boyutlu tasarımlarda belli ölçülerde sunulabilen *numune* olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır.

“Görsel anlatımın içeriği” bölümünde üç alt başlık yer almaktadır; bunlar sırasıyla *tasarım*, *arka plan* ve *renktir*. *Tasarım* başlığı altında tasarımın görselleştirilmesinde dikkat edilmesi gereken unsurlar anlatılmaktadır. Görsel anlatımda yer alan arka planın özellikleri *arka plan* başlığı altında verilirken, siyah beyaz veya renkli görsel anlatım kullanılması ve bunun koruma kapsamı ile ilişkisi *renk* başlığı altında açıklanmaktadır.

Üç alt başlıktan oluşan “tasarımın görünüşleri”, genel olarak bir tasarımın farklı açılardan sunulan görünüşlerinin özelliklerini açıklamaktadır. Alt başlıklardan ikisini *görünüşlerin boyutları* ve *görünüşlerin sıralanması ve numaralandırılması* oluşturmaktadır. Geniş bir kapsama sahip *görünüş çeşitleri* başlığı altında ortografik görünüşlerden oluşan temel görünüşler ile tasarımın açık ve kapalı halleri, detay veya kesit görünüşü gibi özel görünüşler açıklanmaktadır; tekrar eden yüzey örüntüleri (desenleri), sınırsız uzunluğa ve genişliğe sahip ürünler, yazı karakteri tasarımları ve birçok parçadan oluşan tasarımların ve bileşik ürünlere ait görünüşlerin özellikleri de bu bölümde açıklanmaktadır.

Kısmi tescil talepli tasarımların görsel anlatım özellikleri, “kısmi tescil” başlığı altında *görsel ifade yolları* ve *sözel ifade yolları* olmak üzere iki alt başlıkta ele alınmaktadır.

Görsel anlatımların formatı ve kalitesi, kağıt formunda sunulan başvurular için *fiziksel kalite* ve elektronik başvurular için *elektronik başvuru formatı* olmak üzere iki alt başlıkta açıklanmaktadır. Kılavuzda son olarak, şekli olarak *kabul edil-*



Resim 13. Kısmi tescil talepli başvurularda korunması talep edilmeyen unsurların gösterilmesinde kullanılan noktalı çizgi ve renklendirme yöntemlerini içeren tescilli uluslararası tasarımlar

meyen görsel anlatımlar, şekli olarak uygun olan örnek görsel anlatımlar ve ek görüşler ve öneriler bölümleri yer almaktadır.

Sıra no.	Başlıklar ve alt başlıklar
1	GÖRSEL ANLATIM ÇEŞİTLERİ
1.1	Grafik anlatım
1.1.1	Çizgilerden oluşan çizimlerin çeşitleri
1.1.2	Çizgilerin kalitesi
1.1.3	Kesik veya noktalı çizgiler
1.1.4	Gölgelendirme
1.1.5	Şeffaflık ve yarı şeffaflık
1.1.6	Tarama
1.2	Fotoğraf
1.3	Numune
2	GÖRSEL ANLATIMIN İÇERİĞİ
2.1	Tasarım
2.2	Arka plan
2.3	Renk
3	TASARIMIN GÖRÜNÜŞLERİ
3.1	Görünüşlerin boyutları
3.2	Görünüşlerin çeşitleri
3.2.1	Temel görüşler
3.2.2	Özel görüşler
3.2.2.1	Kesit görüşler
3.2.2.2	Kullanımı gösteren görüşler
3.2.2.3	Detay veya kısmi görüşler
3.2.2.4	Yapbozların tamamlanmamış görüşleri
3.2.2.5	Plan ve cephe görüşleri
3.2.2.6	Patlatılmış veya açılmış görüşler
3.2.3	Tekrar eden yüzey örüntüleri (desenleri)
3.2.4	Sınırsız uzunluğa ve genişliğe sahip ürünler
3.2.5	Yazı karakteri tasarımları
3.2.6	Birçok parçadan oluşan tasarımlar ve bileşik ürünler
3.2.6.1	Ticari takdim tasarımları
3.2.6.2	Setler ve takımlar
3.2.6.3	Bileşik ürünlerin anlatımı
3.3	Görünüşlerin sıralanması ve numaralandırılması
3.3.1	Toplam görüş sayısı

3.3.2	Görünüşlerin sıralanması ve düzenlenmesi
3.3.3	Görünüşlerin numaralandırılması ve adlandırılması
4	KISMİ TESCİL
4.1	Kısmi tescilin görsel ifade yolları
4.1.1	Noktalı veya kesik çizgiler
4.1.2	Renklendirme
4.1.3	Kontur
4.2	Kısmi tescilin sözel ifade yolları
5	GÖRSEL ANLATIMIN FORMATI VE KALİTESİ
5.1	Fiziksel kalite
5.1.1	Başvuru formunun kullanımı
5.1.2	Görsel anlatım sayfalarının numaralandırılması
5.1.3	Kağıdın boyutu ve kalitesi
5.2	Elektronik başvuru formatı
6	KABUL EDİLMİYEN GÖRSEL ANLATIMLAR
7	ÖRNEK GÖRSEL ANLATIMLAR
8	EK GÖRÜŞLER VE ÖNERİLER

Tablo 2. Alanyazın ve alan araştırmaları sonucunda önerilen kılavuzun tüm başlıkları ve alt başlıkları

Çalışmanın en önemli kısıtı, alanyazın araştırmasının Türkçe ve İngilizce dillerindeki kaynaklarla sınırlı olmasıdır. Gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalar aşağıdaki konulara yönelebilir, görsel anlatımın farklı boyutları daha ayrıntılı olarak ele alınabilir:

- Önerilen kılavuzdaki her bir konu, görsel anlatım örnekleri açısından TPE uzmanları ile birlikte çalışarak zenginleştirilebilir.
- Önerilen kılavuz başka ulusal veya bölgesel sistemleri de içerecek şekilde genişletilebilir.
- Tescil edilecek tasarımın nasıl görselleştirilmesi gerektiği konusunu da içeren ve görsel anlatımın hazırlanmasını ayrıntılandıran, başvuru sahiplerine ve vekillerine yönelik daha kapsamlı bir kılavuz geliştirilebilir.
- Tüm resmi inceleme işlemlerini ve gerekliliklerini kapsayan, başvuru sahiplerinin ve vekillerinin başvuru öncesinde kullanımına yönelik bir kontrol listesi oluşturulabilir.
- Numuneler için özel bir kılavuz geliştirilebilir.

Teşekkürler

Bu bildiride sunulan alan çalışmasına katılan Türk Patent Enstitüsü uzmanlarına çok teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Australia Act. 2003. “Designs Act 2003.” Act No. 147 of 2003 as amended (Consolidated as of 4 February 2010). Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=182580>
- Canada Act. 2011. “Industrial Design Act, R.S.C., 1985, c. I-9.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/I-9.pdf>>
- Canada Regulations. 2011 “Industrial Design Regulations SOR/99-460.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/SOR-99-460.pdf>>
- CDR. 2006. “Council Regulation (EC) No 6/2002 of 12 December 2001 on Community designs” as amended by Council Regulation No 1891/2006. Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/cdr_legal_basis/62002_cv_en.pdf>
- CDIR. 2007. “Commission Regulation (EC) No 2245/2002 of 21 October 2002 implementing Council Regulation (EC) No 6/2002 on Community designs” as amended by Commission Regulation (EC) No 876/2007. Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/cdr_legal_basis/22452002_cv_en.pdf>
- CIP0. 2010a. “A Guide to Industrial Designs” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.cipo.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/h_wr02300.html>
- CIP0. 2010b. “Industrial Design Office Practices.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/eng/wr00256.html>>
- CIP0 2010c. “Industrial Design Office Practices Annex B Sample Drawings”. Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <[http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/vwapj/dipa_annexeB_idop_annexBeng.pdf/\\$FILE/dipa_annexeB_idop_annexB-eng.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernetinternetopic.nsf/vwapj/dipa_annexeB_idop_annexBeng.pdf/$FILE/dipa_annexeB_idop_annexB-eng.pdf)>
- Elibol, Gülçin Cankız. 2011. “Assesment of Novelty and Distinctive Character in Industrial Design Protection in Turkey.” Yayımlanmamış doktora tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Ana Bilim Dalı.
- Elibol, Gülçin Cankız, Fatma Korkut ve Gülay Hasdoğan. 2011. “Tasarım Hukukunda Yenilik ve Ayırt Edici Nitelik Değerlendirmesinde Kullanılan Terimler Açısından Kavramsallaştırma Sorunları.” İçinde *Endüstride Tasarımda Eğitimde 40 Yıl Sempozyumu Bildiri Kitabı*, derleyen Oğuz Bayrakçı vd.,

309-316. İstanbul: MSGSÜ Mimarlık Fakültesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.

- Hasdoğan, Gülay. 2005. “Türkiye’de Endüstriyel Tasarımların Korunmasında Uygulamaya Yönelik Sorunlar: Ayırt Edici Nitelik Değerlendirmesi için Kavramsal Bir Model Önerisi.” *Legal Fikri ve Sınai Haklar Dergisi* 2:341-353.
- IP Australia. 2011. “Guide to Designs”. Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.ipaustralia.gov.au/uploadedfiles/2973/Design-Guide>>
- IPO. 2004. “Designs Practice Notice (DPN) 1/04.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.ipo.gov.uk/pro-types/pro-design/d-law/d-dpn/d-dpn-104.htm>>
- IPO. 2006. “Designs Practice Notice (DPN) 6/06.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.ipo.gov.uk/pro-types/pro-design/d-law/d-dpn/d-dpn-606.htm>>
- IPO. 2012a. “Illustrations of Your Design.” 5 Ekim 2012. <<http://www.ipo.gov.uk/types/design/d-applying/d-illustrations.htm>>
- IPO. 2012b. “Example Illustrations.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.ipo.gov.uk/d-illustrationexample.pdf>>
- Korea Act. 2009. “Industrial Design Protection Act.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.kipo.go.kr/upload/en/download/DesignAct>>
- KIPO. 2012a. “Overview of the Design System in Korea.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.kipo.go.kr/kpo/eng/>>
- KIPO. 2012b. “Application Procedure for Designs.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.kipo.go.kr/kpo/eng/>>
- OHIM. 2003. “Decision No. Ex-03-8 of the President of the Office of 25 June 2003 concerning the electronic filing of Community design applications.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://oami.europa.eu/en/office/aspects/pdf/Ex03-8.pdf>>
- OHIM. 2012. “Guidelines for Examination in the Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) On Registered Community Designs” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://oami.europa.eu/ows/rw/pages/RCD/FAQ/RCD2.en.do>>
- Tasarım KHK. 1995. “554 Sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.tpe.gov.tr/dosyalar/mevzuat/TasarimKhk.pdf>>
- Tasarım Yönetmelik. 2005. “Endüstriyel Tasarımların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Uygulama Şeklini Gösterir Yönetmelik.”

- Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.tpe.gov.tr/dosyalar/mevzuat/TasarimYon.pdf>>
- TPE. 2011a. “Design Examination Guideline 2011.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.tpe.gov.tr/dosyalar/haber/Design_Guidelines_ENG.pdf>
- TPE. 2011b. “Tasarım İnceleme Kılavuzu 2011.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.tpe.gov.tr/dosyalar/haber/Tasarim_TR.pdf>
- TPE. 2012. *Endüstriyel Tasarımlar Kullanıcı Rehberi ve Başvuru Kılavuzu 2012*.
- UK Act. 2006. “Consolidated Version: Registered Designs Act 1949 (c.88).” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.ipo.gov.uk/regdesignactchanges.pdf>>
- UK Rules. 2006. “Designs: The Registered Designs Rules 2006.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2006/1975/pdfs/uksi_20061975_en.pdf>
- US Code. 2010. “Title 37-Code of Federal Regulations (CFR) Patent, Trademarks, and Copyrights.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <http://www.uspto.gov/web/offices/pac/mpep/consolidated_rules.pdf>
- USPTO. 2010. “Manual of Patent Examining Procedure (MPEP).” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.uspto.gov/web/offices/pac/mpep/index.html>>
- USPTO. 2011. “A Guide to Filing a Design Patent Application.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.uspto.gov/web/offices/pac/design/laws.html>>
- WIPO. 2004. “Standard St.80: Recommendation Concerning Bibliographic Data Relating to Industrial Designs.” Erişim tarihi 15 Ağustos 2014. <<http://www.wipo.int/export/sites/www/standards/en/pdf/03-80-01.pdf>>
- WIPO. 2012a. “Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs.” <<http://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/documents/pdf/hague.pdf>>
- WIPO. 2012b. “Common Regulations under the 1999 Act and the 1960 Act.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <http://www.wipo.int/hague/en/legal_texts/pdf/hague_common_regulations.pdf>
- WIPO. 2012c. “Administrative Instructions for the Application of the Hague Agreement.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <http://www.wipo.int/hague/en/legal_texts/pdf/admin_instructions.pdf>
- WIPO. 2012d. “Guide to the International Registration of Industrial Designs under the Hague Agreement.” Erişim tarihi 5 Ekim 2012. <<http://www.wipo.int/hague/en/guide/>>

- WIPO. 2013. “Seminar on the Hague System for the International Registration of Industrial Designs: International Application and Examination”. Cenevre, 31 Ekim.
- Yalçın, İrmak. 2012. “Visual Representation in Industrial Design Registration: A Proposed Guideline for Turkey Based on Legal Texts and Guidelines from Eight Different Jurisdictions, and Interviews with Turkish Patent Institute Examiners.” Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Ürünleri Tasarımı Ana Bilim Dalı.

TASARIMCININ DENEYİMİ

TÜRKİYE’DE ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMCILARININ MOTİVASYON FAKTÖRLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Şahika Etemoğlu, Cam Ocağı Vakfı
Alpay Er, Özyeğin Üniversitesi

Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin önemi her geçen gün artmaktadır. Birçok üniversitede açılan endüstri ürünleri tasarımı bölümleri hızla çoğalmakta ve buna bağlı olarak mezun sayısında da artış görülmektedir. Bu alanda firmaların tasarımcı istihdam etme sayılarında da artış olması kaçınılmazdır. Meslek olarak bilinirliğinin yüksek olmaması sebebiyle, öncelikle insan kaynakları uzmanlarının, firma sahiplerinin, yöneticilerin, endüstri ürünleri tasarımcıları ile ilgili bilgi edinmeleri gerekmektedir. İnsan kaynakları yönetiminde motivasyon konusu önemlidir ve başarılı olunması yönünde belirgin bir rolü vardır. Endüstri ürünleri tasarımcıları için motivasyon faktörleri hakkında bilgi vermek, işveren ve tasarımcı açısından fayda sağlayacaktır. Bu çalışma kapsamında oluşturulan anket (motivasyon ölçeği), hedef kitle olarak belirlenmiş istihdam edilerek çalışmakta veya daha önce istihdam edilerek çalışmış olan endüstri ürünleri tasarımcılarına uygulanmıştır. Tasarımcılar ile ilgili genel bir araştırma yapıldığında farklılıklar ortaya çıkabileceği için, belirlenmiş ölçütlere göre hareket etmek ve kapsamı sınırlı tutmak, bu araştırmadan sağlıklı sonuç elde etmeyi sağlamak için önemli bir unsurdur. Serbest olarak çalışmış olan tasarımcılara aynı anket uygulandığında, farklı sonuçlar elde edilme ihtimali yüksektir. Araştırmada örneklem grubunun daha önceden çalıştığı firma sayısına göre, cinsiyetlerine göre, yaşlarına göre, kadrolu hizmet sürelerine göre, çalışılan sektörde hizmet sürelerine göre, şu anda kadrolu çalışma durumuna göre ve şu anki çalıştıkları iş sektörlerine göre dağılımları ile ilgili sonuçlar elde edilmiştir. Motivasyon faktörlerinin belirlenmesi üzerine yapılmış geniş araştırmanın bir parçası olan bu çalışmada, özellikle örneklem grup ile ilgili demografik faktörlerin belirlenmesi ve bu grubun açık uçlu sorulara verdiği yanıtların ortaya koyulması amaçlanmıştır. Demografik özellikleri tanımladıktan sonra örneklem grubunun yazılı olarak belirttiği unsurlar, anlamlı motivasyon faktörleri olarak düşünülebilecektir. Anket sorularına verilen yanıtlar ile açık uçlu sorulara verilen yanıtların yüksek oranda örtüşüyor olması önemli bir bulgudur. Bulgular arasında saygınlık hissini sağlanması ve iş ortamının huzurlu olması gibi faktörlere diğerlerine oranla daha fazla önem veriliyor olması ve ayrıca belirtilen unsurların da çoğunlukla tasarım mesleği ile alakalı olması dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri ürünleri tasarımı mesleği, motivasyon ve faktörleri, insan kaynakları

Giriş

Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin önemi her geçen gün artmaktadır. Son yıllarda, firmalar insan kaynaklarının kendileri için önemli olduğunun farkına varmış ve insan kaynağından en iyi nasıl faydalanılabileceği yönünde çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmada, endüstri ürünleri tasarımcılarının profesyonel iş hayatlarındaki motivasyon faktörlerini incelemek üzere yapılan tez çalışmasının anket sorularının ekinde yer alan açık uçlu sorulara verilen yanıtlar incelenmiş ve yorumlanmıştır. Elde edilen bulguların firmalar tarafından da değerlendirilmesi ve başarıyı arttırmak için dikkate alınması beklenmektedir.

Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin sağlıklı gelişim süreci geçirmesi için mesleğin ve meslek sahiplerinin beklentilerinin incelenmesi gerekmektedir. Çalışmanın ana amacı, firma içinde istihdam edilerek çalışma deneyimine sahip ya da halen çalışmakta olan endüstri ürünleri tasarımcılarının motivasyon faktörlerini araştırmaktır. Bu bildiride, bu amaçla tasarlanmış anket sonunda yer alan açık uçlu sorulara verilen yanıtlar tartışılacak ve yorumlanacaktır. Ancak bundan önce anket katılımcılarının demografik özelliklerini incelemek gereklidir.

Bulguların gerekli kurumlar tarafından değerlendirilerek kullanımı sonrası, endüstriyel tasarımcıların iş motivasyonunda artışlar beklenmektedir. Firmaların, istihdam ettikleri endüstri ürünleri tasarımcılarını daha iyi anlayabilmeleri, işveren ve çalışan ilişkilerine olumlu yönde katkı sağlayacaktır. Mesleğin gelişimi için faydalı olacak bir kaynak oluşturmak önemlidir ve insan kaynakları alanında tasarımcılara dair daha fazla çalışma yapılması gereklidir. Hedef kitleye anket uygulayarak açık uçlu sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda beklentilerini incelemek ve görüşlerini alarak sağlıklı ve güncel sonuçlar elde etmek amaçlanmıştır.

Bu araştırmanın ana konusu olan motivasyonun kavram ve tanım olarak açıklanması, araştırmanın yorumlanması ve sonuçların doğru değerlendirilebilmesi açısından önem taşımaktadır.

Motivasyon Kavramı

Geçmişten günümüze kadar, motivasyon kavramını açıklamak için birçok tanım yapılmıştır. Türk Dil Kurumu’na göre kelime karşılığı “isteklendirme”, “güdüleme” olan motivasyon, Latince “movere” yani hareket etmek, İngilizce “motivation”, Fransızca “motivation”, Almanca “motivation” sözcükleri ile ifade edilmektedir. Kişileri harekete geçirebilen, hareketlerini olumlu yönde sürdürmelerini sağlayan motivasyon, işyerlerinde verimliliğin artması için çok önemli bir unsurdur (Adair 2003). Temel olarak motivasyonu “harekete geçiren” olarak tanımlarken, Pinder, kişilerin ve çevrenin birbiriyle etkileşiminden doğan fiziksel bir proses olarak tanımlar.

Güdü, davranışa enerji ve yön veren güçtür, bu güç organizmayı etkileyerek bir amaç için harekete geçmeye sevk eder. Güdü, istekleri, arzuları, ihtiyaçları dürtüleri ve il-

gileri kapsayan genel bir kavramdır. Açlık, susuzluk, cinsellik gibi fizyolojik kökenli güdülere dürtü denilmektedir. Bilme ve başarıma isteği gibi insani dürtülere ise ihtiyaç denir. (Selçuk 2001)

Lussier de (1996) motivasyonu, kişilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik istekleri doğrultusunda, içlerinden gelen ve yaşadıkları bir süreç olarak açıklar. Koçel (2011), kişilerin işyerlerinde farklı davranmalarına sebep nedir ve niye bazı çalışanlar zevkle çalışırken bazıları işlerinden ayrılış saatinin gelmesini bekler, kişilerin farklı davranış göstermelerinin nedenleri nelerdir, sorularını sorgulamaktadır ve bunlara “motive olmayan bir personelin, performans göstermesi beklenmemelidir” cümlesiyle bir açıklık getirir. Temiroğlu (2010) çalışmasında Stephan R. Covey’in motivasyonu karikatürize ederek özetleyişine yer vermiştir:

Çok eskiden çalıştığımız insanların karnını doyumayı yeterli görürdük. Çalışanlar bizim gözümüzde birer mideden ibaretti. Sonra insanların bir de kalpleri olduğunu keşfettik. Onlara daha iyi davranmanın, insanca çalışma koşulları vermenin, kalplerini kazanmanın önemini anladık. Daha sonra, insanların bir de beyinleri olduğunu farkına vardık. Anladık ki onların yaratıcı güçlerini harekete geçirebildiğimiz, katılımlarını sağlayabildiğimiz ölçüde hem onları daha fazla motive edebiliyoruz, hem de katkılarında daha fazla yararlanabiliyoruz. Şimdi ise görüyoruz ki, insanın bedenini bütünleyebilen bir de ruhu var... İnsanların ruhuna hitap edebilmek, onlara bir amaç vermeye bağlı. İnsanlar kendi kişisel çıkarlarının ötesine geçen bir amaca hizmet ettiklerini bildikleri sürece mutlu oluyorlar, motive oluyorlar, heyecanla çalışıyorlar.

Bu yaklaşımda belirgin olan, kişilerin bir aidiyet hissetmelerinin motivasyonları açısından ne kadar önemli olduğudur. Motive eden faktörler konusunda bilinç arttığı sürece, kişilerin ve örgütlerin başarılarındaki payın artacak olması kaçınılmazdır. Bu araştırmanın konusu olan meslek dalında çalışan kişilerin de işlerinin doğrudan yaratıcılık ile alakalı olması, bu konunun önemini pekiştirmektedir.

Motivasyon Süreci, Yaratıcılık ve Önemi

Motivasyon, istekleri, arzuları, ihtiyaçları, dürtüleri ve ilgileri kapsayan genel bir kavramdır. Bireyler, motive oldukları zaman genelde üç özellik gösterirler;

- Bazı hareketlerde bulunmak için enerji yüklenirler.
- Enerjilerini belirli bir hedefe ulaşmak için yönlendirirler.
- Hedefe ulaşmak konusunda farklı şiddetlerde duygulara sahip olurlar. (Plotnik 2007)

Motivasyon ile performans çok yakından ilişkilidir. Çalışan ekiplerin amaçlarını gerçekleştirmek, örgütsel başarıyı sağlamak için tüm birikimlerini, kabiliyetlerini en üst seviyede sergilemeleri önemlidir ve bunu sağlamak için isteklendirme düzeyinin de yüksek olması gerekmektedir. Şirketlerin yönetimi açısından da çalışanlarının performanslarının yüksek seviyede olması çok önemlidir. Performans bir denklem ile ifade edilebilir (Hitten ve Kameran 1995).

Performans = Yetenek x Motivasyon

Yetenek= Beceri x Eğitim x Kaynaklar

Motivasyon= İstek x Kararlılık

Ortaya koyulan bu denklemi değerlendirdiğimizde, performansın motivasyona bağlı olarak artabileceği görülmektedir. Aynı şekilde motivasyonu çok yüksek olan bir çalışan, o alan için gerekli olan yeteneklere sahip değilse yine performansta düşüş kaçınılmazdır.

Çalışırken yüksek motivasyonu olan kişiler, sürekli olarak daha iyi ve yüksek kalite için arayış içindedirler. Kendi özgüven ve kararlılıklarının yanı sıra, çalışma ortamında ekip çalışmasına yatkındırlar ve çevrelerindeki kişileri de olumlu yönde destekleyip yardımcı olmak ve cesaretlendirmek onları mutlu eder. (Gibson vd. 1997)

Çalışma hayatındaki davranışlar gözlemlendiğinde, motivasyonu yüksek olan kişilerin sağladıkları faydalar görülebilmektedir.

Motivasyon konusu,

- Kişilerin bekleyiş ve ihtiyaçları,
- Amaçları,
- Davranışları,
- Kendilerine performansları hakkında bilgi verilmesi konuları ile ilgilidir (Koçel 2011).

İşyerleri de, belirtilen hususlarda kişileri tatmin etmiyorsa, motivasyon konusunda yine olumsuzluklar gözlemlenebilecektir. Çalışanların işlerine ilişkin davranışları öğrenmelerini kolaylaştıran planlı bir çaba olarak tanımlanmış olan “eğitim ve geliştirmeye” yönelik çalışma incelendiğinde, eğitimin amaçları arasında “çalışanların işe olan bağlılığını arttırmak ve motive etmek” (Tüzüner 2011) maddesi yer almaktadır. Bu anlamda da motivasyon, iş hayatında başarı, huzur ve verimliliğe katkıda bulunacak olması sebebi ile önemlidir.

Motivasyon, istekleri, ihtiyaçları, dürtü ve ilgileri kapsamaktadır. Somut olarak incelenmesi mümkün olmadığından dolayı “kişilerin motivasyonları üzerinde etkili olan faktörler kişilerin incelenmesi ve davranışlarının yorumlanması ile anlaşılır” (Luthans 1992). Motive eden faktörler kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Bir doktoru motive eden bir unsur bir avukat için geçerli olamayacağı gibi yine bir doktoru motive eden bir faktör, başka bir doktoru motive etmeyebilecektir. İş kişiden, kişi de işten etkilenmektedir ve kişinin özellikleri ve işin özellikleri de bu etkileşim içinde rol almaktadır. Her bireyin ayrı ihtiyaçlarının ve beklentilerinin olması ile birlikte, bireyden bireye bu ihtiyaçların ve beklentilerin önem dereceleri de değişmektedir. Motivasyon sürecinin genel modeli incelendiğinde, ihtiyaçlar ve beklentiler ve bunlarla bağlantılı olabilecek tahminler doğrultusunda oluşabilen içsel dengesizlik sonrası, kişiler amaçlarına yönelik davranmaya devam ederek, içinde bulundukları içsel dengesizlik durumundan kurtulmaya ça-

lışırlar ve bir çeşit dayanma süreci geçirirler. Bu durumda motivasyonun amaca yönelik fonksiyonu da kendisini göstermiş olur. Kişiler bu sürecin en sonunda da, amaçlarına yaklaşıp yaklaşmadıklarını gözlemler ve kişisel tercihinine göre davranışlarını sürdürürler ya da değiştirmeye karar verirler (Saal ve Knight 1995).

İş ve Yaşamda Motivasyon (Ünlü vd. 2013) isimli yayında ele alınan yaratıcılık ve motivasyon ile ilişkili bölümde belirtilenler bize bu iki kavram arasındaki bağ ile ilgili fikir vermektedir:

Yaratıcılık yolunda ilk adım motivasyonla ilgilidir. Yaratıcılığın önemli bileşenlerinden biri olan motivasyon eksik olduğunda kişi yaratıcılık konusunda düşünceyi harekete geçirmede sıkıntı yaşayabilir. Bu noktada yaratıcılık tutkusunun, yaratıcılığa ilişkin ilgi ve isteğin, motivasyonla ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Kısaca istek ve motivasyon yaratıcılığın ilk hareketini ve yöneleceği hedefi belirler ve bu süreçte istenileni sürekli canlı tutar. Yaratıcılıkla ilgili farklı kuramlar yaratıcılık süreçlerinde farklı motivasyonel süreçler üretmektedir. Bireylerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin ortaya koydukları çözümler yaratıcılığa ilişkin motivasyonel süreçler sonucunda şekillenmektedir. Bu noktada yaratıcılığa yönelik tutku, ilgi ve isteği sağlamada içsel motivasyon önemlidir. Soruna ilişkin meydan okuma ve çözüme ulaşma hazzına yönelik istek, içsel motivasyonun gücünü arttırmaktadır.

Belirtilen hususlar değerlendirildiğinde, motivasyon süreci birçok açıdan değişkeni olan, kolay ölçülemeyen, fakat örgütsel açıdan çok da büyük önemi olduğu için incelemeye değer ve önemle üzerinde durulması gereken bir süreçtir. Tasarım mesleği için yaratıcılığın önemi büyük olması sebebi ile, işyerlerinde motivasyonun sağlanabilmesi, özellikle bu meslek için yüksek derecede önemlidir.

Firmalarda İstihdam Edilerek Çalışan Tasarımcılara Genel Bakış

Araştırma kapsamında işyerlerinde motivasyonları üzerine açık uçlu sorulara cevap alınan grup, KOBİ’lerde veya türlü ölçekte kurumsal firmalarda istihdam edilerek görev yapan veya yapmış olan endüstri ürünleri tasarımcılarıdır. “In-house” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan “kadrolu” kelimesi tam olarak kelime anlamını karşılamasa da ülkemizdeki kullanım şekli ile ulaşılmak istenen kitlelerle doğru iletişim kurulabilmiştir. Bu kavram, çalışma içerisinde de “istihdam edilen tasarımcılar” olarak belirtilmektedir. Yurtiçinde ve yurtdışında, tasarımcıların işyerlerinde kadrolu olarak çalışıyor olmasının avantajları ve dezavantajları vardır. Bu çalışma kapsamında tasarımcılar ile ilgili belirtilen hususlar ele alındığında, diğer meslek dallarında çok da fazla karşılaşılmayan “yaratıcılık” konusunun önemle üzerinde durulduğu fark edilmektedir. Türkiye’de tasarımın bir meslek haline geldiği yıllardan, eğitim düzenindeki detaylara ve tasarımcı arayışlarında verilen ilanlara kadar, üzerinde önemle durulan unsur tasarımcının yaratıcı bir kişiliği olması ile ilişkilidir. Fakat her ne kadar bu unsur önemli gözükse de, işyerlerinde karşılaşılan taleplerin her zaman bu yönü değerlendirecek şekilde olmadığı yapılan araştırmalarda saptanmıştır. (Kındı 2007)

Araştırmanın Yöntemi, Süreci ve Modeli

Bu araştırma kapsamında özellikle belirtilmesi gereken, anket uygulanacak kişilerin belirlenen ölçütlere göre seçilmiş olmasıdır. Günümüzde veya geçmişte istihdam edilerek görev yapmış olan endüstri ürünleri tasarımcılarına ulaşılmış, anket yüz yüze gelinerek veya elektronik posta göndermek sureti ile paylaşılmıştır. Hedef kitlenin sınırlı olması sebebiyle, ölçütlere uygun kişiler ile tek tek iletişime geçilmiştir. Anketlerin doldurulma işleminden sonra toplanması da aynı düzende sağlanmıştır. 93 anket uygulaması yapılmış, 87 adedi geçerli sayılmıştır. Bu 87 adet anket uygulanmış tasarımcıdan 79 adedi açık uçlu soruları yanıtlamıştır. Bu araştırmada, yapılan tez çalışması (Etemoğlu 2013) içinde yer alan örneklem grubun açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar yorumlanmıştır ve demografik özellikleri de göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Araştırma “tarama modeli” olarak tasarlanmıştır.

Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez. (Karasar 2009)

Veriler, anket uygulamak suretiyle elde edilmiştir. Aralarında insan kaynakları uzmanlarının da bulunduğu kişilerden görüş alınarak ve kaynaklardan faydalanılarak oluşturulan anket üç bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde demografik bilgiler toplanmıştır. İkinci bölümde beş basamaklı likert ölçekli anket sorularının yanıtlanması istenmiştir. Özel olarak endüstri ürünleri tasarımcılarına yöneltilmek üzere uzman kişilerin de görüşleri alınarak hazırlanmış likert ölçekli anket, endüstri ürünleri tasarımcılarının motivasyon faktörlerini sırası ile belirlemek üzere tasarlanmıştır. Son bölümde de açık uçlu sorular sorulmuştur ve yanıtlanması beklenmiştir.

Bu çalışmada, demografik özellikleri belirtilen örneklem grubunun açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar incelenmiş ve yorumlanmıştır. Toplam 79 endüstri ürünleri tasarımcısının açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar değerlendirilmiştir.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Motivasyon unsurlarının araştırıldığı örneklem grubun demografik özelliklerine dair bilgileri edinmiş olmak, araştırmanın sonuçlarını yorumlamak açısından önemlidir.

	Frekans	Yüzde (%)
1 firma	13	14,9
2 firma	32	36,8
3 firma	24	27,6
4 firma ve üstü	18	20,7

Tablo 1. Örneklem grubunun daha önceden çalıştığı firma sayısına göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	46	52,9
Erkek	41	47,1

Tablo 2. Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
20-25 yaş	14	16,1
26-30 yaş	25	28,7
31-35 yaş	25	28,7
36 yaş ve üstü	23	26,4

Tablo 3. Örneklem grubunun yaşlara göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
5 yıl ve altı	38	43,7
5 yıl ve üstü	49	56,3

Tablo 4. Örneklem grubunun toplam hizmet sürelerine göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
5 yıl ve altı	50	57,5
5 yıl ve üstü	37	42,5

Tablo 5. Örneklem grubunun kadrolu hizmet sürelerine göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
5 yıl ve altı	54	62,1
5 yıl ve üstü	33	37,9

Tablo 6. Örneklem grubunun şu anda çalışılan sektörde hizmet sürelerine göre dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadrolu	60	69,0
Kadrosuz	21	24,1
Çalışmıyor	6	6,9

Tablo 7. Örneklem grubunun şu anda kadrolu çalışma durumuna göre dağılımı

Sektörel Dağılıma İlişkin Bulgular

	Frekans	Yüzde (%)
Şu anda kadrolu çalışmayan	27	30.9
Tüketici elektronik aksesuar	5	5.8
Tüketici elektroniği	5	5.7
Bilişim yazılım	5	5.8
Züccaciye hediyelik ve kuyumculuk	14	16
Otomotiv	4	4.7
Mobilya	11	12.7
Yapı sektörü	5	5.7
Stand fuarcılık	3	3.5
Yat sektörü	2	2.3
Tekstil	4	4.5
Oyuncak reklam pazarlama	2	2.3

Tablo 8. Örneklem grubunun şu anki çalıştıkları iş sektörlerine göre dağılımı

Örneklem grubun çalıştıkları sektörlerde farklılıklar olması sebebiyle benzer sektörler birleştirilerek 11 toplam sektör olarak değerlendirilmiştir ve şu anda kadrolu çalışmayanlarla birlikte toplam 12 bölüme göre frekans dağılımları yapılmıştır. Güncel olarak çalışmayanlar, akademisyenler, serbest çalışanlar ve tasarım ofisi sahibi/çalışanı olanlar “şu anda kadrolu çalışmayan” grubuna dahil edilmiştir.

Açık Uçlu Sorular ve İlgili Bulgular

Araştırmada yer alan ve doldurulması beklenen bölüm, kadrolu olarak çalışmış veya çalışmakta olan tasarımcıların motivasyonlarını olumlu ve olumsuz yönde etkileyecek unsurları belirtmeleridir. Toplam 87 kişiden 79 kişi bu bölümleri doldurmuştur.

Çalışma Kapsamında İletilen Sorular

“Motivasyon açısından sizi olumlu yönde etkileyen unsurlar (var ise) belirtiniz. / Motivasyon açısından sizi olumsuz yönde etkileyen unsurlar (var ise) belirtiniz.”

Motivasyon Faktörü	Kişi Sayısı
Ofis Ortamının Temiz ve Bakımlı Olması	1
İşten Duyulan Tatmin (Tempo, Hazırlanan projeler, Devamında Başarı vb.)	5
Tatmin Edici Aylık Ücret (Maaş)	6
Saygınlık Hissi Sağlaması (Takdir Görmek)	18
İşin Bütününün Görülebilmesine İmkan Sağlaması	2
Çalışma Saatlerinin Esnek Olması	4

İyi Arkadaşlık İlişkilerinin Kurulabilmesi İmkânı Sağlaması	4
İş Ortamının Huzurlu Olması	11
Kariyer Planı İmkânı Sağlaması	1
Yeni Teknoloji Kullanımı İmkânı Sağlaması	1
Ast-Üst İlişkisinin Uyumu	3
Başarı Sonrası Ödüllendirme(Maddi, Manevi)	8
Projelerde Araştırma - Geliştirme İmkânı Sağlaması	1
Mesleki (Profesyonel) Eğitim Olanakları Sağlaması	1
İkramiye (Tüm Personele Maaş Dışı Ek Ücret Sağlaması)	4
“İşyerinin” Marka/Prestij Düzeyinin Yüksek Olması	2
Ücretlerin Düzenli Ödenmesi	5
Ekip Çalışmasına Ortam Sağlaması	7
Tasarıma Üst Yönetimin Destek Veriyor Olması	4
Firma Çalışanlarının Tasarımcıya Saygılı Tavrı Sergilemesi	5
Firmada Yaratıcılığı Sergileyebilmek	1
Güven Vermesi (İşten Çıkarılma Riski vb.)	1
Gelişmiş İmkanlar Sunması, Evrensel Bakış Açısı (Malzeme, Bilgisayar, Programları vb.)	4
Yapılan İşin Tatmin Etmesi	1

Tablo 9. Motivasyonu olumlu yönde etkileyen unsurlara verilen yanıtların kişi bazında dağılımı

Motivasyonu olumlu etkileyen faktörler bölümünde açık uçlu sorulara verilen cevaplar toplam 104 adettir ve 100 adedi anket soruları ile örtüşmektedir, 4 adedi ayrıca belirtilmiştir. 79 kişinin yanıtladığı bu bölümde bazı kişiler birden fazla unsur belirttiği için, cevap sayısı farklılık göstermiştir.

Örneklem grubun anketi doldurduktan sonra ankette yer alan faktörlerde ifade edilen unsurlar ile içerik olarak birebir aynı olan ya da aynı anlamı taşıyan notları yazılı olarak da belirtme gereği duydukları görülmüştür. Motivasyonu olumlu etkileyen unsurlar başına %10 oranının üzerinde cevabın toplandığı “saygınlık hissi sağlaması (takdir görmek)” ve “iş ortamının huzurlu olması”, açık uçlu sorulara verilen toplam cevapların yaklaşık %28’ini oluşturmaktadır.

Motivasyon Faktörü	Kişi Sayısı
Olmaması/Saygınlık Hissi Sağlaması (Takdir Görmek)	9
Olmaması/İyi Arkadaşlık İlişkilerinin Kurulabilmesi İmkânı Sağlama	1
Olmaması/İş Ortamının Huzurlu Olması	12
Olmaması/Yeni Teknoloji Kullanımı İmkânı Sağlaması	2
Olmaması/Ast-Üst İlişkisinin Uyumu	4

Olmaması/Sorumluluk Alma Duygusu	2
Olmaması/Başarı Sonrası Ödüllendirme (Maddi, Manevi)	2
Olmaması/İkramiye (Tüm Personele Maaş Dışı Ek Ücret Sağlaması)	7
Olmaması/“İşyerinin” Marka/Prestij Düzeyinin Yüksek Olması	1
Olmaması/Ücretlerin Düzenli Ödenmesi	10
Olmaması/Ekip Çalışmasına Ortam Sağlaması	6
Olmaması/Tasarıma Üst Yönetimin Destek Veriyor Olması	4
Olmaması/Firma Çalışanlarının Tasarımcıya Saygılı Tavrı Sergilemesi	6
Olmaması/Gelişmiş İmkanlar Sunması, Evrensel Bakış Açısı (Malzeme, Bilgisayar, Programları vb.)	3
Olmaması/Ürünün Üzerinde İnsiyatif Kullanabilme Hakkı	2

Tablo 10. Motivasyonu olumsuz yönde etkileyen unsurlara verilen yanıtların kişi bazında dağılımı

Motivasyonu olumsuz etkileyen faktörler bölümünde açık uçlu sorulara verilen cevaplar toplam 84 adettir ve 71 adedi anket soruları ile örtüşmektedir, 13 adedi ayrıca belirtilmiştir. 79 kişinin yanıtladığı bu bölümde bazı kişiler birden fazla unsur belirttiği için, cevap sayısı farklılık göstermiştir. Motivasyon unsuru başına %10 oranının üzerinde cevabın toplandığı “iş ortamının huzurlu olması”, “ücretlerin düzenli ödenmesi” ve “saygınlık hissi sağlaması (takdir görmek)” açık uçlu sorulara verilen toplam cevapların yaklaşık %37’sini oluşturmaktadır.

Sonuç

Açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ve demografik bulgular incelendiğinde, örneklem grubun büyük kısmının bu serbest alanı doldurması, mesleki anlamda kendilerini olumsuz ya da olumlu yönde etkileyen ve etkileyecek unsurları aktarmak istemeleri ve bu anketi bir fırsat olarak görmeleri olarak yorumlanabilir.

Ankette yer almayan ve tasarımcıların olumlu yönde etkileneceklerini belirttikleri unsurlar, daha sonra bu alanda yapılacak çalışmalar için katkı sağlayacaktır. Bu faktörler;

- Geri bildirim alınması (1 kişiden gelmiştir),
- Tasarımlarının seri üretimde görülüyor olması (1 kişi),
- Enerjik bir ortam sağlanması (1 kişi),
- Eğitimli çalışma arkadaşlarının bulunması (1 kişi) olarak belirtilmiştir.

Bu cevaplar değerlendirildiğinde, endüstri ürünleri tasarımcılarının yaptıkları tasarımı yaparken huzurlu, seviyeli bir ortamın sağlanmasının önemi ve devamında da tasarımları ile ilgili geri bildirim alıyor olmalarının motivasyonları için çok etkili olduğu görülebilmektedir.

Ankette yer almayan ve tasarımcıların olumsuz yönde etkileneceklerini belirttikleri unsurlar, daha sonra bu alanda yapılacak çalışmalara katkı sağlayacaktır.

- Kısa termin verilmesi (4 kişi),
- Projelerin iptal olması, boşa giden emekler (4 kişi),
- Satış ekiplerinin tasarımlara müdahaleleri (2 kişi),
- Fazla prosedür (2 kişi),
- Tasarımcılara memur gibi davranılmasıdır (1 kişi).

Hiçbir seçeneğin olmadığı açık uçlu anket sorularına, birbirinden bağımsız şekilde aynı cevapların veriliyor olması, bu unsurların tasarımcıların motivasyonlarını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bir bakıma tasarımcıları olumsuz ve olumlu etkileyen bu maddeler, tasarım mesleğinin getirdikleri ile ilişkilidir. Diğer yandan, konusunda uzman kişilerin görüşleri alınarak tasarlanmış anket çalışmasında belirlenen sorular, diğer iş sahaları için de geçerli olabilecek niteliktedir ve bu sorulara verilen cevaplar sonrası, tasarımcılar bazı unsurları tekrar belirtmek istemişlerdir.

Motivasyonlarını olumlu etkileyen ilk dört unsur sırası ile:

- 1- Saygınlık hissi sağlaması (takdir görmek),
- 2- İş ortamının huzurlu olması,
- 3- Başarı sonrası ödüllendirme (maddi, manevi),
- 4- Ekip çalışmasına ortam sağlaması.

Motivasyonlarını olumsuz etkileyen ilk dört unsur sırası ile:

- 1- İş ortamının huzurlu olmaması,
- 2- Ücretlerin düzenli ödenmemesi,
- 3- Saygınlık hissi sağlamaması (takdir görmemek),
- 4- İkramiye olmaması (Tüm personele maaş dışı ek ücret sağlamaması).

Açık uçlu soruların yanıtlanması sonrası bulguları incelediğimizde, çoğunlukla belirtilen bu unsurlar, tüm meslekler için geçerli, motive edici unsurlardır ve endüstri ürünleri tasarımcıları tarafından da öncelikle belirtildiği saptanmıştır. Endüstri ürünleri tasarımcıları tarafından ayrıca belirtilen unsurlar, değerlendirilmek ve daha başka araştırmalarda incelenmek üzere kullanılabilecektir.

Anket soruları ile benzerlik göstermeyen farklı sonuçlarda daha çok tasarım mesleği ile ilgili konuların vurgulandığı görülmektedir ve bu önemli bir sonuçtur. Özellikle bu maddeler, Türkiye’de kadrolu olarak çalışmakta olan veya hayatının bir döneminde kadrolu olarak çalışmış olan endüstri ürünleri tasarımcılarının hangi unsurlara önem verdiğini göstermektedir. Her madde ayrı ayrı incelenebilecek bulgulardır.

Birçok firmanın bünyesinde kadrolu olarak çalışmış veya çalışan tasarımcıların bu araştırma kapsamında verdikleri yanıtlar, kendilerini motive eden unsurları belirleyebilmek yönünde yardımcı olmuştur ve sonuçlar günceldir. Aynı şekilde hangi faktörlerin kendilerini olumsuz etkilediğini belirtmeleri de bulguları netleştirmiştir. Tüm bu farklı bulguların firmalar tarafından değerlendirilmesi beklen-

mektedir. Endüstri ürünleri tasarımcılarının iş hayatlarında başarılı olmaları için beklentileri yönünde düzenlemeler yapılması, performans ve verimlilik artışı için gerekli görünmektedir.

Bu bildiri daha önce yapılan tez çalışmasının bir kısmının değerlendirmesi ile oluşturulmuştur. Elde edilen sonuçlar, daha kapsamlı ve detaylı çalışmalar için başlangıç olabilecektir. Günümüzde halen bilinirliği diğer mesleklere oranla daha az olan endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin ülkemizdeki gelişimi için bu alanda çeşitli çalışmalar yapılması fayda sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adair, John. 2003. *Etkili Motivasyon: İnsanlardan En Yüksek Verimi Nasıl Alabilirsiniz?* İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Etemoğlu, Şahika. 2013. “Türkiye’de Firmalarda İstihdam Edilen Endüstri Ürünleri Tasarımcılarının Motivasyon Faktörleri”. Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Gibson, James, John M. Ivancevich ve James H. Donnelly. 1997. *Organisations Behavior Structure Processes*. Boston, MA: Irwin Mc.Graw Hill Inc.
- Karasar, Niyazi. 2009. *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kındı, Mehmet. 2007. “Türkiye’de Endüstriyel Tasarım İş Piyasası ve İstihdam Düzeyinde Temel Karakteristikleri”. Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Koçel, Tamer. 2011. “6.kısım: Yöneticilik ve Motivasyon”. İçinde İşletme Yöneticiliği, 13. baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Lussier, Robert N. 1996. *Human Relations In Organisations; A Skill Building Approach*, Boston, MA: Irwin Mc.Graw Hill Inc.
- Luthans, Fred. 1992. *Organisational Behavior*. McGraw-Hill International Editions.
- Plotnik, Rod. 2007. *Psikolojiye Giriş*. Çev. Tamer Geniş. İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.
- Saal, Franke E. ve Patrick A.Knight. 1995. *Industrial, Organisational Psychology: Science and Practice*. Brooks/Cole.
- Sanayici Dergisi, 2014. “Motivasyon Faktörleri”. Erişim Tarihi: 20 Haziran. <<http://www.sanayicidergisi.com/motivasyon-faktorleri-makale,35.html>>
- Selçuk, Ziya. 2001. *Gelişim ve Öğrenme*. 8.baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Tüzüner, Lale. 2011. *İnsan Kaynakları Yönetiminde Ölçme ve Değerlendirme*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ünlü, Sezen, Erhan Eroğlu, Rüçhan Gökdağ ve Sinan Ergüven. 2013. *İş ve Yaşamda Motivasyon*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Whetten, A.David ve Kim S. Cameron. 1995. *Devoloping Management Skills*. Üçüncü edisyon. New York: HarperCollins College Publishers.

EMEĞİN TAHAYYÜLÜ: TÜRKİYE’DE TASARIM EMEĞİNE DAİR BİR ELEŞTİREL ÇÖZÜMLEME

Osman Şişman, Anadolu Üniversitesi

Post-Fordizm sadece üretimin değil emeğin de örgütlenmesini ve bununla birlikte emekçilerin tanımını ve öz algılarını da esnetti, dönüştürdü. Emek literatürünün son 30 yılına bakılınca, katı bürokratik tekniklerle fabrika mekanında keskin bir iş bölümüyle maddi üretimi icra eden emekçi kitlelerinin yerini, ortak bir mekanda olmaları gerekmeyen, çalışma sürelerini, ortamlarını, kılık kıyafetlerini kendileri belirleyen, gayri-maddi üretimle uğraşan ve yaratıcı enerjilerini projelerine gönüllülükle adayan esnek, rahat, neşeli “yaratıcı sınıf” almış gibi görünüyor. Bu yeni sınıf profilini iyimserlikle kucaklayanlar kadar sömürüye açıklığıyla, güvencesizliği bir yaşam biçimi olarak kabul edilişle eleştirenler de mevcut. Tasarımcılar da emeklerini gayri maddi sıfatlarla tanımlamaya ve içinde bulundukları çalışma koşullarının maddi niteliklerini görmezden gelmeye meyilliler. Bu çalışmada, biri tasarım danışmanlık ofisinde, biri bir büyük ölçekli üretim kompleksinin tasarım ofisinde, biri de küçük ölçekli bir üreticiyle çalışan üç tasarımcıyla yapılan görüşmeler ve işyerlerinde yapılan gözlemlerden yola çıkılıyor. İş bölümü, hiyerarşi, güvence, otonomluk, yaratıcılık gibi kritik emek kavramları çerçevesinde tasarımcıların çalışma koşulları ile kendi emeklerine dair tahayyülleri karşılaştırılıyor.

Anahtar Kelimeler: Emek, meslek ideolojisi, güvencesizlik

Giriş

Kimi araştırmacılar, sosyal bilimlerdeki güncel eğilimi neşeyle kucaklıyorlar: Modernitenin üretimci tahayyülünün yerine tüketimin ve kültürel pratiklerin önemsenmeye başlamasını ve toplumsal alana dair çalışmaların ekonominin dar bakış açısından sıyrılıp renkli ve çoğulcu hale gelmesini geç kalmış bir gelişme olarak görüyorlar (Miles ve Paddison 1998, 815-817). Tüketim ve kültürel pratiklere dair çalışmaların son kırk yıldır sosyal bilim alanını istila edecek denli artmasında ve daha geniş bir bakış açısına rücu etmelerinde ilenecek bir şey yok. Ne ki, buna koşut olarak, post-fordizm ve neo-liberalizm çağında emeğe yönelik çalışmaların sayıca azalması ve içerik olarak dönüşmesi pek de iyiye işaret olmasa gerek.

1960'ların sonunda ve 1970'lerin başında sosyal bilimciler gündeminde emekçilerin çalışma koşullarının kötüleşmesi, otonomluğun yok oluşu, mavi ve beyaz yakalı emekçilerin deneyimledikleri yabancılaşma gibi konular vardı (sözelimi, Touraine 1965; Braverman 1975). 80'lerde durum değişmeye yüz tuttu: Eski Marxist akademisyenlerden kimileri bile proleterya'ya veda ediyor; üretici emeğin ve devrimci dönüşümün faili olarak kabul edilegelmiş emekçi sınıfın aslında muhayyel bir sınıf olduğunu; yeni emek biçimlerinin hayal edilenden çok farklı ve çeşitli deneyimlerden müteşekkil olduğunu, sosyal bilimcilerin de bu deneyimleri kavramak için yeni yöntemler geliştirmesi gerektiğini ilan ediyordu (Gorz 1982; 2011, 11).

Halbuki Jeremy Rifkin 1995 yılında *The End of Work* başlıklı kitabını yayınladığında, pek çok Avrupalı sosyal bilimci de çalışma temelli toplumun çöküşünü ilan ediyorken, US News and World Report, ABD'de, tarihte hiç olmadığı kadar çok çalışan olduğunu bildiriyordu (Wilson 2004, 1). Muhtemelen son kırk yılda ortadan kalkan şey emeğin ve emekçinin gerçekliği değil; akademinin ve sokaktaki vatandaşın gündeminden silinen "sınıf", "sınıf bilinci", "sınıf mücadelesi" ve "emek" gibi kavramlar. Bu eksikliğin, neoliberalizmin kültürel hegemonyasının akademideki yansıması olduğundan şüphelenmek de mümkün (Nichols ve Suğur 2005, 7).

Sosyal bilimcilerin tahayyülünden de fazlası var: Neoliberalizmin kültürel hegemonyası olarak andığım fikriyat, emekçilerin kendi emek süreçlerini hayal etme, konumlandırma biçimlerini ve emek beklentilerini, olası itirazlarını da hakimiyeti altına almış gibi görünüyor. Tasarımcıların da dahil olduğu yaratıcı endüstriler adlı emek kompartmanında da durum bu: Meslek ideolojisinin popüler ve akademik lügatına kısa bir bakış bile "tasarlamak", "yaratmak", "yenilik", "artı değer sağlamak", "kalkınma", "esneklik", "mobilizasyon" gibi olumlu ve afili kavramların ezici hakimiyetini; "taklit", "tekrar", "yabancılaşma", "tükeniş", "sömürülme" ve nihayet "emek" gibi kavramların tekinsiz sessizliğini farketmeye yeter.

Kuram

İşletme literatürü, kitlesel üretimin maksimize edildiği, kalkınmanın ve verimliliğin hedeflendiği Fordist çağda iş bölümü, emeğin bilimsel yöntemlerle organize edilmesi, formel çalışma metotları, kalifiye olmayan emekçilerin bu metotlarla verimli bir şekilde çalıştırılması gibi bilindik Taylorist emek organizasyonu metotlarının Post-Fordist zamanda dönüştüğüne işaret ediyor: Verimlilik hala ana hedeflerden biri; ama üretim miktarından ziyade ürün niteliği, merkezi bir biçimde belirlenen çalışma prosedürlerinden ziyade esneklik, kalifiye olmayan emekçinin sıkı bir disiplin altında çalıştırılmasındansa çok ve çeşitli görevleri yerine getiren yüksek nitelikli emekçilerin otonom ekiplerde çalıştırılması gibi Post-Taylorist idare gereçleri geliştirilmiş durumda (Peaucelle 2000, 457-8). Bu durum, elbette emekçinin tanımını da dönüştürüyor.

2000’lerin başında Richard Florida, dünyadaki yeni sınıfsal eğilimden bahsederken hayli olumlayıcıydı: Yaratıcı sınıf diye adlandırdığı yeni emek katmanını genişliyor, ekonominin itici gücü olan bu sınıfın üyeleri, henüz kendilerini bir sınıf olarak algılamaktan uzak olsalar da kimi ortak niteliklere sahip bireyler olarak diğer emekçilerden ayrılıyordu. Çalıştıkları ortamlar “yaka rengi” açısından ayrıışmamış, bireyselliğin ve yaratıcılığın hüküm sürdüğü, kılık kıyafet ve iş organizasyonunun merkezi bir biçimde örgütlenmediği, önceden belirlenmiş iş takvimlerinin olmadığı yerlerdi. Yaratıcı sınıfın esnek üyeleri sıklıkla iş değiştiriyorlar ve sahip oldukları tek üretim aracı olan zihinlerini özgürce kullanıyorlardı (Florida 2002).

Emek süreçlerindeki bu dönüşümü Florida kadar olumlamayan kimi araştırmacılar ise yaratıcı emeğin niteliklerini daha karamsar bir biçimde betimliyorlar: Geçici ve güvencesiz istihdam, uzun ve dengesiz emek yoğunluğu içeren çalışma saatleri, iş ile gündelik hayat ayrımının ortadan kalkması, düşük ücretler, sürekli iş değiştirme, yaratıcı emekçinin kendini işine olan tutkusu ve kendini işiyle tanımlaması, yeterli para kazanmak ve iş bulabilmek hususunda yaşanan genel anksiyete (Gill ve Pratt 2008, 14).

Bu emekçiler için haftada kırk saatlik mesai tam bir yanılsamadır. Mesai ile boş zaman arasında net sınırlar yoktur. Çalışma ile dinlenmeyi birbirinden ayırmak mümkün değildir artık. Mesai dışındaki zamanlarında epey bilgi biriktirirler, ama bunun için ekstra bir ödeme almazlar; kendilerinden doğal olarak beklenen ve ücretli çalışma bağlamında kullanılan bir şeydir bu (Lorey 2013). Raunig’e bakılırsa bu emekçiler özgül bir özgürlük, bağımsızlık ve özyönetim alanına salınmışlardır. Esneklik burada despotik bir norma dönüşür, işin güvencesizliği kural olur, çalışma ile boş zaman, iş ile işsizlik arasındaki ayrım silinir ve kırılganlık çalışma alanından hayatın tüm yönlerine yayılır (Raunig 2011, 199).

Geleneksel emekçi sınıfın emek süreçlerinde fabrika mekanında, merkeziyetçi ve sistematik gözetim, baskı gibi totaliter unsurlarla gerçekleştirilen emek sömürsü, yaratıcı sınıfın maruz kaldığı bir süreç değildir. Burada sömürünün zemini, tam da bireyin kendi özyönetiminin sonucu olan adaptasyon, arzu ve peşinen itaat tarafından üretilir (Lorey 2013).

Aşağıdaki vaka örneklerinde bu çözümlemelerin ne kadar geçerli olduğuna bakmak isterim.

Yöntem

Doktora çalışmamda, yukarıdaki savları sınamak ve Türkiye’deki endüstriyel tasarımcıların icra ettikleri emeğin nitelikleriyle onların bu emeği nasıl hayal ettiğini karşılaştırmak için otuz tasarımcıyla görüştim. Bu bildiride onların arasından temsil gücü yüksek üçüne dair verileri sunuyorum. Araştırmam iki yöntemin uygulanmasıyla oluştu: Tasarımcılarla mülakatlar ve onların çalıştıkları mekanlarda yaptığım gözlemler. Hem mülakatlar hem de çalışma mekanları video ve fotoğraf marifetiyle belgelendi.

Nitel araştırma yöntemlerinin en eski ve etkili yöntemlerinden biri olan mülakatın zenginliği, katılımcıların inşa ettiği gerçekliğe dair hayli verimli veriler üretmesinden kaynaklanır (Maykut ve Morehouse 2005, 17). Bu gerçeklik sabitlenmiş, biricik, herkesin üzerinde hemfikir olduğu ve ölçülebilir bir görüngü değil. Bilakis, gerçeğe dair pek çok kurgu ve yorum mevcut. Yani mülakatlardan elde edilen veri, kaçınılmaz olarak, hem katılımcının hem de araştırmacının yorumlarıyla damgalanmış bir veri (Merriam 2002, 3-4). Katılımcılar uzun zamandır tesis edilmekte olan bir mesleki kültürün, bir yaşam tarzının, profesyonel ideallerin taşıyıcısı olduğunda, verinin yorumlanmışlığı daha net bir biçimde belirir (Kayan 2012, 83'te değinildiği haliyle, Gubrium ve Holstein 2009). Ne ki verinin yorumlanmış tabiatı, araştırmanın bilimsel geçerliğini yok etmez: Ortaklaşımış fikirler, çelişkili görüşler, farklı perspektifler, birbiriyle uyuşmaz görünen vaka anlatıları; tüm çelişkileriyle mevcut durumun zengin bir betimini sunabilir. Hele ki araştırmanın amacı maddi çalışma koşullarıyla emeğin tahayyülü arsındaki çelişkileri ortaya çıkarmaksa, yorumlarla damgalanmış veri daha da verimli olabilir.

İnşa edilmiş gerçeklik katmanını kat etmek için tasarımcıların gündelik çalışma koşullarına dair sorular sordum. Nerede, hangi zaman aralıkları içinde çalışıyorlar? Çalışma mekanlarını ve zamanlarını planlama, dönüştürme özgürlükleri var mı? Fazla mesai yapıyorlar mı? Karşılığını alıyorlar mı? Nasıl bir iş sözleşmesine tabiler? İş güvenceleri ne durumda? Öte yandan, emeklerine dair tahayyüllerini de öğrenmek istediğimden tasarım mesleğini nereye konumlandıklarını, memnuniyetlerini ve memnuniyetsizliklerini; ofis, şirket, sınıf, makro-ekonomik bağlam, ülke kalkınması gibi düzlemlere dair neler düşündüklerini de sordum.

Nitel araştırmalar literatüründe, görsel malzemenin mülakatla erişilemeyecek kimi sosyolojik tahlillere zemin hazırlayabileceği (Banks 2007, 4), katılımcıların kendilerinden talep edilen görsel malzemenin de bir gerçekliği deneyimleyen kişilerin perspektifini yansıtmaya potansiyelinden ötürü, “içeriden” bakışı temsil edebileceği (Mitchell 2011, 52) varsayılıyor. Ben de hem mülakatlar esnasında çalışma ortamına dair gözlemlerimle hem kendi çektiğim video ve fotoğraflarla hem de tasarımcıların kendilerinden talep ettiğim ofis fotoğraflarıyla tasarım emeğinin daha zengin bir betimine ulaşmayı denedim.

Vakalar

Cenk, 28 yaşında. Mezun olduktan sonra askere gidene dek iki yıl boyunca üç ayrı tasarım danışmanlık firmasında çalışmış. Döndükten sonra da bir başkasında işe girmiş. Her birinde firmanın kurucusu olan tasarımcının yaptığı tasarımların modellenmesi, görsellerin üretimi, uygulama çizimleri gibi işlerle uğraşmış. “En ufak detaya bile hakim olmak isteyen detaycı biri” olarak tanımladığı patronlarından biriyle yaşadıkları örnek bir tasarım sürecini “aklında olan bir tasarımı eskizlerle anlattı en ufak detayına kadar, sonra ben modelledim (yastıkların kıvrımına kadar), sonra üzerinden değişiklikler yaptık ve üretim çizimi, ilk prototip, onun üzerinden değişiklikler... Ürün bu şekilde gerçekleşti”, diye anlatıyor. Bu

işyerinde bir sözleşme yapmadan çalışmış. Maaşları düzenli yatıyormuş, sigortası varmış. Ama sigorta asgari ücret üzerinden yatıyormuş. Maaşların bir kısmının bankaya yatırılması, bir kısmının elden ödenmesinin nedeni böylece anlaşılıyor. Bir sonraki işyerinde, Cenk’in okumadan imzaladığı bir sözleşme varmış. Fazla mesaiye dair bir sözleşme maddesi olup olmadığını hatırlamasa da sıklıkla fazla mesai yaptıklarını hatırlıyor. Fazla mesailerinin karşılığı, ofise ısmarlanan biralarla ödenmekteymiş. “Muhabbetle çalışılıyordu, arkadaşın da birasını alıp gelebiliyordu, ama çalışılıyordu. Çok güzeldi yahu”, diye anlatıyor o deneyimini. Bu ofiste çalıştıkları ürün gamı çok çeşitliymiş. Fuar standı, iç mekan tasarımı, aktivite tasarımı, reklam filmi gibi şeylerle uğraşmışlar. Bir konuda uzmanlaşmaktansa bu tür bir çeşitliliği yeğliyor Cenk, zira “uzmanlaşmak köreltir gibi geliyor ve farklı şeyleri yapmak, yeni şeyler öğrenmek, kendini geliştirmek için güzel bir fırsat oluyor.” Kendisi deneyimlememiş ama bu tür ofis ortamlarında hak ihlalleri, mobbing, taciz, işe gerekçesiz son verme gibi vakalardan haberdar. Bu gibi durumlar yaşarsa, iyi ilişkiler kurduğu ve “üstad” olarak nitelendirdiği eski patronlarına danışacağını, son çare olarak da meslek kuruluşuyla görüşeceğini söylüyor.

Ayşen mezun olduğundan bu yana, on senden beri büyük ölçekli yerli bir beyaz eşya üreticisinde çalışıyor. Ciddi bir güvenlik ve gözetim prosedüründen sonra girebildiğimiz tasarım ofisi açık ofis olarak tasarlanmış, ama kimi masaların daha büyük olmasından, birkaç izole edilmiş bölmenin genişliğinden ve döşemesinden anlaşıldığı kadarıyla katı bir hiyerarşi göze çarpıyor. Çalışanların giriş çıkışları elektronik sistemlerle kayıt altında tutuluyor. Aynı ciddiyet neyse ki sözleşmelerine de yansımış: İş güvencesine dair sıkıntıları yok. Çalıştıkları üretim kompleksi şehirden hayli uzakta. Ayşen sabah saat 6.15’te kalkıp 7.00 servisine yetişmek zorunda ki 8.00’da işbaşı yapabilsin. “Lokasyon ve giriş çıkış saatleri konusu sıkıntılı tabii. Hiçbir zaman sinemadaki 7 seansına giremeyen bir insanım, yani. Bu acıklı bir durum. Çalışma yoğunluğu ve saatleri de bir başka problem. Ama, dediğim gibi bu bir yerden sonra alışılmış, normalleştirilmiş bir problem.” Ayşen’in hesabına göre haftada bir gün fazla mesai yapıyorlar; kimi zamanlar bu sayının üçe, dörde yükseldiği de olmuş ve beklenebileceği üzere karşılığını almıyorlar. “Ego problemi zaten her yerde var, o ayrı da, tasarımcıların ayrıca bir ego problemleri var sanırım. Mühendis odalarında bunlar tartışılmıyordur gerçekten, yani”, diyerek değindiği meslek örgütünde dönen tartışmalardan hazzetmiyor. Bunların yerine “işgücü açısından belli yaptırımlarının olması güzel olurdu”, diyor. “Mesela burada bizim işçiler bizden daha yüksek oranda zam alabiliyor. Bunlar açıklandığı zaman, şaşırıyoruz. Maaşımdan memnun değilim. Memnun olan var mıdır, bilmiyorum. On yıldır burada çalışan biri olarak daha fazla alamam gerekirdi. Zamlar çok düşük. Beyaz yakada şartlar, hani, ‘sen iyi maaştan girdin, az zam alsan olur,’ diye gidiyor. Ama sendikal hakkın olduğu zaman öyle olmayacaktır. Çok farklı şekillerde mücadele edebiliyorsun.” Ayşen ve arkadaşları baştan belirlenmiş bir işbölümüyle çalışıyorlar ve ekip içindeki başkalarının yaptığı tasarımların görselleştirilmesi gibi işlerle uğraşmıyorlar. Ne ki çalıştıkları

şirketin üretim odaklı bir şirketten pazarlama odaklı bir şirkete dönüşmesiyle son dört yıldır iş tanımları değişmiş: Yerli tasarım ekibine pazarlama odaklı rekabette pek rağbet etmeyen yeni yöneticileri dışarıdan tasarımcılarla çalışmaya, deneyimsiz de olsa yabancı tasarımcılara yüksek maaşlarla iş vermeye başlamışlar. “Okuldan çıkarken ‘ben yaratıyorum abi’ duygusuna kapılıyorsun. O duygunun cezbedici bir yanı var. Üretimde çalışırken de var. Mesela buzdolabı tasarlamışım, ilk ürün gelmiş, yanında fotoğraf çektiyorum. Böyle bir seri var yani. Artık bıraktım. Artık tasarlayamadığımız için.” Tasarlayamamaktan kastı, öncelikle kendi tasarladıklarının üretim sürecinde mühendisler tarafından çok değiştirilmesi: “Biz tasarım yapıyoruz, üretime bir giriyor, mühendislerin ellerine gidiyor, kız giriyor, dul çıkıyor: Bitti!” Bir de dışarıdan parça başı çalışan meşhur tasarımcıların işlerini üretime uygun hale getirmek gibi angaryalar var: “Dışarıdan gelen tasarımcılarınkileri görselleştiriyoruz. Yani bilmem kim tasarımcıya bilmem kaç bin euro verilerek yapılan tasarımın arkasını toplamak ve onu gerçek bir tasarım haline getirmek bizim işimiz. Orada da öğrenci projesi kıvamındaki şeyleri de hayata geçirmek zorunda kaldığımız olabiliyor.” Tasarım faaliyeti dışında olarak gördüğü pek çok organizasyonel işle ilgilenmekten dert yanıyor, Ayşen: “Poster çok hazırlanır. Yine tasarımla ilgili ama sadece birilerinin daha iyi karar verebilmesi için sen orada destek görsel hazırlıyorsun, tasarım yapmıyorsun da. Tasarım yarışmalarına başvuruyorum mesela. Bunların görselleri, malzeme hazırlamaları, takibi, gitti mi gönderdiğin şey, hazırlanacak mı, gönderim tarihi ne bunların, sandıklayacaklar mı, sandığı kim hazırlayacak falan diye giden, kargo numarası ne filan gibi upuzun organizasyonel işler.” Son olarak “Belki de *in-house* olmakla ilgili sıkıntılar bunlar. Öyle yani: Biz içerideki tasarımcıyız. Ya içindesin, ya dışındasın!” diyor.

Mehmet, iki yıl önce mezun olmuş ve o zamandan bu yana bir taşra şehrindeki küçük ölçekli mobilya üreticisinde tasarımcı olarak çalışmakta. Showroom ve atölyenin bulunduğu geniş alt katın üzerindeki ofiste kendi gibi tasarımcı olan patronunun bölümü diğer çalışanlardan ayrılmış. Pek geniş olmayan ofisi sekreter ve muhasebeciyle paylaşıyor. Sabah 9.00’da kendi olanaklarıyla geldiği ofiste işbaşı yapıyorlar, en geç 19.00-19.30 gibi ayrılıyorlar. Atölyedeki ustalar, işçiler ve ofis personeli için öğle yemeği çıkıyor. Atölyelere ve ofise göz attıktan sonra showroomda, ara ara Mehmet’in ilgilenmesi gereken müşterilerin ziyaretiyle ke-sintiye uğrayan mülakatımızı gerçekleştiriyoruz. Nasıl bir sözleşmeyle çalıştığını sorduğumda gülerek “Gönül bağı,” diyor. “Yani sözleşme yok ortada. Kendi şartlarını sundu, böyle böyle şartlarda. Ben de kabul ettim ve başladım yani.” Yeterli bulmadığı, ama meslekte yeni olduğu için kabullendiği maaşı ve asgari ücret üzerinden hesaplanan sigortası neyse ki düzenli yatıyor. Otonomluk konusunda bir sıkıntısı yok Mehmet’in. İlk işe girdiği zamanlarda projeleri daha fazla biçimlendiren tasarım eğitimi almış patron, artık tasarım işlerini Mehmet’e teslim ediyor. Şirket, seri üretim mbilyaların yanı sıra kişiye özel işler de üretiyor. Mehmet bu süreçte ölçü alma, tasarım, atölyedeki üretimin takibi, görsel sunumların hazırlan-

ması ve müşteriye sunum gibi işlerin hepsiyle uğraşıyor ve bundan hayli memnun: “Çok güzel. Yani ben hakikaten ofisten çok kendimi atölyeye daha yakın hissediyorum. Kişisel tercihim olarak da tasarımı böyle eyleme dönüştürmeyi de seviyorum, uğraşmayı, ekstradan çabaları, vakit buldukça yapmayı seviyorum ve vaktimin büyük kısmını demeyeyim de iş yerindeyken bir kısmını alıyor atölyede geçirdiğim vakit.” Gerçi maaşının azlığı gibi memnuniyetsizlikleri de var ama bunu tasarımın Türkiye’deki genel durumu üzerinden normal buluyor ve tasarım eğitiminde edindiği tasarım tahayyülünün gerçek çalışma koşullarında erişilmesi imkansız bir tahayyül olduğunu teslim ediyor: “Yani, piyasadaki koşulların çok daha iyi olduğunu biliyorum, tahmin ediyorum, yani endüstriyel tasarımcının dili anlamında, o dilin anlaşılması anlamında. O anlamda biraz daha şanslı hissediyorum ama yine de endüstriyel tasarımın zamana ihtiyacı var, bir an önce kendini toparlaması lazım. Okuldaki edindiklerimle deneyimim arasında kesişen noktalar var ama yani hakikaten uçurumlar da var. O ideal yok piyasada. Hakikaten, yani o ideal kısım... Yani kısmen iyi tabi bu hani, öyle bir çaba, ideale ulaşma demeyeyim de, hani tırnak içerisinde iyiye ulaşma, iyi bir çaba ama bu piyasa koşulları, müşteri algısı, Türkiye’deki üretim sistemi hep gözardı ediliyor. Kesinlikle ayağı yere basılmıyor yani eğitim anlamında. Bu, sıkıntı. Hakikaten sıkıntı. Endüstriyel tasarımcıyım diye mezun olan bir kişinin kendini bulması, piyasaya adapte olması, üç-beş yılını alıyordur diye tahmin ediyorum ben daha bunun başındayım.”

Tahlil ve Sonuç

Mülakat yaptığım tasarımcıların anlatılarında pek çok çelişki göze çarpıyor: Kurumsallaşmış şirketlerin tasarım ofislerinde çalışan tasarımcıların iş güvenceleri var, ama bununla birlikte sıkı bir hiyerarşi ve sıkıcı bir emek rutini var. Daralmış iş tanımları yaratıcılığın ve otonom karar verme süreçlerinin de önüne geçiyor gibi görünüyor. Daha küçük ofislerde ve tasarım danışmanlık şirketlerinde çalışanlar daha yaratıcı süreçler deneyimleyebilseler de bu kez iş güvencesinden feragat ediyorlar. Tüm işverenlerin ve tasarımcıların söyleminde yukarıda bahsi geçen esneklik, mobilite gibi arzular okunabilse de görünen o ki Post-Fordizmin ve Post-Taylorizmin övülen tarafları pek de işlemiyor gibi: Hala merkeziyetçi, gözetimci, sistematik bir biçimde planlanmış emek rutinleri ağırlıkta. Tahmin edilebileceği gibi, esneklik sadece işverenin lehine işliyor.

Tüm bunlar gözönüne alındığında emek literatürünün bilindik soruları geçerliliğini korusa da tasarımcıların kendileri emek ve özlük haklarına dair kendilerini koruyacak bir mekanizmaya ya sahip değiller yahut daha yaygın bir biçimde bu bilince sahip değiller. Fazla mesai örneğinde tasarımcılar zaten eğitim aldıkları zamanlardan beridir sabahladıklarını, sabahın ilk ışıkları ofisin pencerelerinden sızarken hala eskiz yahut modellemeye uğraşıyor olmanın bu işin tabiatından olduğunu söyleyebiliyor, bundan romantik bir tasarımcı kimliği inşa edebiliyorlar. Fazla mesai ücreti almamayı, mavi yakalı emekçiler misliyle alsa da, hiçbir beyaz yakalının almadığını belirterek kendilerine açıklayabiliyorlar. Yeni başlayanından

en tecrübelisine, hiçbir tasarımcı aldığı ücretten memnun değil, ama kimisi yaratıcı emek pratiği sayesinde, kimisi de emek hiyerarşisinde getirildikleri konum sayesinde teselli bulabiliyor.

Anlaşılan o ki icra edilen emekle hayal edilen emek arasında fark var ve emeğin tahayyülü, hakiki halinin yarattığı memnuniyetsizlikleri teselli eden, yüksek beklentileri telafi eden, mevcut koşullar karşısında rıza üreten bir mekanizma olarak işliyor. Tasarımcıların, beklentilerini ve taleplerini kendi rızalarıyla düşük tutmalarının nedeni bu meslek ideolojisi olabilir.

Kaynakça

- Banks, Marcus. 2007. *Using Visual Data in Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Braverman, Harry. [1975] 1998. *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*. Monthly Review Press.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of Creative Class*. New York: Basic Books.
- Gill, Rosalind ve Andy Pratt. 2008. "In the Social Factory?: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work". *Theory, Culture and Society* 25(7-8): 1-30.
- Gorz, Andre. 2011. *Maddesiz*. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Kaygan, Pınar. 2012. "The Gendering of Industrial Design in Turkey as Technology-Related Work: Exploring the Narratives of Professionals." Yayınlanmamış doktora tezi. Department of Sociological Studies. The University of Sheffield.
- Lorey, Isabell. 2013. "Yönetimsellik ve Kendini Güvencesizleştirme: Kültür Üreticilerinin Normalleştirilmesi Üzerine". Çeviri: Özge Çelik. *Skop Dergi* 4.
- Maykut, Pamela ve Richard Morehouse. 2005. *Beginning Qualitative Research: A Philosophic and Practical Guide*. Londra: The Falmer Press.
- Merriam, Sharan B., 2002. "Introduction to Qualitative Research". İçinde *Qualitative research in practice : examples for discussion and analysis*, derleyen Sharan B. Merriam. San Francisco: Jossey-Bass.
- Miles, Steven ve Ronan Paddison. 1998. "Urban Consumption: An Historiographical Note". *Urban Studies* 35(5-6).
- Mitchell, Claudia. 2011. *Doing Visual Research*. SAGE.
- Nichols, Theo ve Nadir Suğur. 2005. *Global İşletme, Yerel Emek: Türkiye'de İşçiler ve Modern Fabrika*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Peaucelle, Jean-Louis. 2000. “From Taylorism to post-Taylorism: Simultaneously pursuing several management objectives.” *Journal of Organizational Change Management* 13(5).
- Raunig, Gerald. 2011. “Creative Industries as Mass Deception”. İçinde *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the Creative Industries*, derleyen Raunig, G; Ray, G. & Wuggenig, U. İngiltere: MayFlyBooks.
- Touraine, Alain. 1965. *Workers’ Attitudes to Technical Change: An Integrated Survey of Research*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI EĞİTİMİNİN GİRİŞİMCİLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Handan Temeltaş, İstanbul Arel Üniversitesi
Özlem Er, İstanbul Teknik Üniversitesi

Yeni iş imkanları yaratarak ekonomik kazanca ulaşmak tarihin her sürecinde önemli olmakla beraber son yıllarda yaşanan ekonomik krizler ve işsizliğin artmasıyla girişimcilik daha da önem kazanmıştır. Endüstri ürünleri tasarımcıları da ürünü tasarlayan ve ona katma değer katan kişiler olarak zaman zaman zaman zaman girişimci bir kimliğe bürünebilmektedir. İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Lisans programı mezunları ölçeğinde kendi işini kurmuş veya girişimcilik olarak tanımlanabilecek bir faaliyet gerçekleştirmiş tasarımcıların bu süreçte yaşadıkları deneyimler ve aldıkları eğitimin kendilerine kazandırdığı avantajlar üzerine bir yüksek lisans çalışması yürütülmüştür. Çalışmada tasarımcının eğitim sürecinde hangi derslerin veya çalışmaların onları girişimcilik konusunda yönlendirdiği tespit edilmiştir. Girişimcilik ve endüstri ürünleri tasarımı eğitimi konuları bağlamında bir literatür çalışmasının yanı sıra, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden 1997-2010 tarihleri arasında mezun olmuş kişilerden kendi işini kuran 36'sı arasından 8'i ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Ayrıca yapılan görüşmeler sonrası elde edilen bulgular arasında girişimcilğe katkı sağladığı tespit edilen Değerlendirme ve Yapılabilirlik dersinin yürütücüsü ile de bir görüşme yapılmıştır. Endüstri ürünleri tasarımcısının girişimcilik konusundaki eğitiminden kaynaklanan avantajları iş fikri bulma, yaratıcı düşünme ve sonucunda ürün bazında yenilik oluşturma ve ürünle ilgili süreçlere hakim olma şeklinde sınıflandırılırken, çalışma kapsamında endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin girişimcilik yönünü geliştirmek isteyen öğrencilere nasıl daha faydalı olabileceği de tartışılmıştır. Bu bildiride söz konusu çalışmanın bulguları bağlamında, endüstriyel tasarım eğitiminin girişimciliği nasıl destekleyebileceği tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi, girişimcilik, tasarım girişimciliği

Girişimci ve Endüstriyel Tasarımcı

Lundström ve Stevenson'un (2005) belirttiği gibi yeni iş imkanları yaratmak ve bununla ekonomik kazanca ulaşmak tarihin her sürecinde önemli olmakla beraber son yıllarda yaşanan ekonomik krizler ve işsizliğin artmasıyla girişimcilik daha da önem kazanmıştır. Girişimcilik kavramını literatürde ilk kez kullanan Fransız ekonomist Richard Cantillon girişimciyi "belirsizlik ortamında fırsatların farkına

vararak bunları hayata geçirmek üzere risk almaya hazır olan kişi” olarak tanımlamaktadır.

Bazı araştırmalar girişimciliğin istihdam yaratma ve ülkelerin ekonomik refah seviyesini yükseltmedeki rolüne değinirken, girişimcilik yoluyla pazara yeni ürünler ve hizmetler sunulması da ön plana çıkmaktadır. Schumpeter, girişimcilik ve inovasyon arasındaki ilişkiyi vurgulayarak ekonomik gelişme sürecinde girişimciye önemli bir rol yüklemiştir. Schumpeter’e göre girişimci, yaptığı yenilikler sayesinde ekonomiyi bir denge noktasından alıp daha iyi, daha yüksek bir denge noktasına taşımaktadır (Schumpeter 1934/1983). Schumpeter, *The Theory of Economic Development* adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlamıştır. Schumpeter’e göre girişimcinin en temel özelliği yenilikçi olmasıdır.

Yeni ürün geliştirme sürecinin başlangıç aşamasında bir tasarım sürecinden geçilir. Yeni ürün fikrinden piyasaya sürülmeye hazır hale gelen ürüne geçiş sürecinde – ki bu süreç inovasyon süreci olarak da tanımlanmaktadır – endüstriyel tasarımcılar önemli bir rol oynarlar (Er 2001; Er vd. 2003). Bu sebeple tasarımcının girişimci olmasının irdelenmesi, girişimcilikte yenilikçiliği tasarım perspektifinden ele alması açısından önemlidir.

Endüstriyel tasarımcılar ücretli olarak çalıştıkları firmalar için endüstriyel tasarım faaliyetinde bulunabildikleri gibi, kendi firmalarını kurarak da yeni ürünler geliştirebilirler. Geçmişte girişimcilerin kendi tasarladıkları yenilikçi ürünlerin üretilmesi ve pazarlanması amacıyla köklü işletmeler kurdukları görülmektedir. Bu tür örnekler daha çok mühendislik disiplinlerinden çıkmıştır. Öte yandan endüstriyel tasarım tarihsel olarak daha çok tasarlanmış ürünün stilize edilmesine yönelik bir faaliyet alanı olarak gelişmiş ve iş bölümü kavramı çerçevesinde tasarım eğitimi endüstriyel tasarımcıların ücretli çalışan olacağı öngörüsüne dayanarak şekillenmiştir. Ancak zaman içinde endüstriyel tasarımcıların problem çözme yeteneklerinin gelişmesi ve ürünlere bütüncül yaklaşımı destekleyen eğitim programları sayesinde endüstriyel tasarımcıların da benzer bir şekilde kendi ürünlerini üretmek ve pazarlamak yoluyla girişimci olmak konusundaki istekleri artmıştır. Yaratıcı problem çözme becerilerine sahip tasarımcıların girişimci olmak için uygun adaylar olduğu genel olarak kabul edilmektedir.

Tasarımcıların düşük pozisyonlarda işe başlamaları ve tasarım ofislerinin çok fazla kişiyi istihdam edemeyecek ölçekte kurulmaları tasarımcıya kariyer planları konusunda iki yolu işaret etmektedir: İstihdam edilmek veya kendi firmasını kurmak (Lin ve Cheng 2013). Bu aşamada güncel literatürde “tasarım girişimciliği” yaklaşımıyla karşılaşmaktayız. (Heller 2002; Heller ve Tallarico 2008). Tasarım girişimciliği tasarımcının yeni fırsatları görerek yaratıcı bir iş kurmasıyla açıklanabilir (Güneş 2012). James Dyson’ın “Dual Cyclone” isimli çift siklonlu torbasız elektrik süpürgesini hayata geçirdiği Dyson firması (Dyson 2003) ve Yves Béhar’ın “Local” ismini verdiği yeni şehir bisikleti ve diğer ürünlerini bünye-

sinde oluşturduğu “Fuseproject” firması (LaBarre 2011) girişimci tasarımcıların oluşturduğu başarılı firmalardandır.

Bir tasarımcının girişimci olabilmesi için belirli özellikleri taşımasının yanında girişimcilik hakkında bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi de önemlidir. Öte yandan tasarım ve sanat okullarının çok az bir kısmı tasarım öğrencilerine girişimcilik dersi vermektedir ve bu yönde destekte bulunmaktadır. Tasarım fakültesinde eğitim gören her öğrencinin girişimci olmayacağı öngörülmekle birlikte girişimci olmak isteyenler için bu gibi destekleri seçme hakkı tanınmalıdır (Heller 2002).

Bu varsayımlardan yola çıkarak İstanbul Teknik Üniversitesi’nde gerçekleştirilen bir yüksek lisans tez çalışmasında, 1997-2009 yılları arasında mezun olan endüstriyel tasarımcılar arasından kendi tasarladıkları ürünleri pazarlayabilmek üzere bir iş kurmuş olanların deneyimlerine odaklanılmıştır.

Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitimi ve Kazandırdığı Bilgi ve Beceriler

Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi, üniversitelerin endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde, yaratıcı düşünme, konsept yaratma, iki ve üç boyutlu görselleştirme teknikleri (teknik çizim, eskiz, CAD, modelleme, vb.), imalat yöntemleri, malzeme, ekonomi, pazarlama, tüketici davranışları, ergonomi, kültür, sanat ve tasarım tarihi, model yapım teknikleri gibi konuları kapsayacak şekilde dört yıllık bir eğitimidir. Ayrıca bu eğitim yaz stajları ile de desteklenmektedir (Er vd. 2003).

Green’e (1974) göre tasarım eğitimi, sadece iyi bir beğeni tarzı aşlamak değil, daha çok insan ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçların tam olarak karşılanıp karşılanmadığının değerlendirildiği bir deneyim kazanmakla ilgilidir. Green tasarım eğitimindeki birinci önceliğin konuyla ilgili problem üzerinde çalışmak ve problemi tanımlamak olduğunu belirtmektedir. Heller’a (2002) göre tasarımcı yeni bir şey sunmanın yanında problem çözücü olarak da tanımlanabilmektedir.

Aldıkları eğitimin sonunda endüstri ürünleri tasarımı mezunları

- Kullanıcı/müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini analiz edebilme,
- Rakip ürünlerin gelişimini ve piyasadaki yeni ürün eğilimlerini izleyerek değerlendirebilme,
- Bunlardan yeni ürünler için fikirler üretebilme,
- Bu fikirleri çalıştıkları firmaların teknolojileri ile üretilip satılabilecek somut ürün konseptlerine dönüştürebilme,
- Bu ürün konseptlerinin gerçekleşmesi için firmadaki diğer uzman ve yetkililerle beraber ekip içinde çalışabilme bilgi ve becerilerini kazanmış olurlar (Er vd. 2003).

Girişimci Tasarımcılar Örneklemi ile Yapılan Çalışma

Bu bildiriye temel oluşturan yüksek lisans tez çalışması kapsamında seçilen örneklem İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü mezunlarıdır. Söz konusu bölümün endüstriyel tasarım eğitiminde deneyimli bir bölüm olması, araştırmacının tez çalışmasını bölümün yüksek lisans programında gerçekleştirmesi dolayısıyla erişim kolaylığı ve süre kısıtları böyle bir örneklem belirlemeye sebep olmuştur. Araştırma, Türkiye’deki tüm endüstriyel tasarım bölümleri mezunlarını temsil eden bir örnekleme ulaşımdan çok, kişisel deneyimlere dayalı bir içgörü kazanmayı hedeflemektedir. Mezunlarla yapılan görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Görüşme yapılacak kişilerin bu sürecin her aşamasını deneyimlemiş, sadece tasarım yapmakla kalmayıp sürecin bütünüyle ilgilenmiş ve kendi çabaları ile bir iş kurmuş olmalarına dikkat edilmiştir.

Görüşme yapılacak kişileri belirlemek üzere İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü 1997-2009 yılları arasında mezun olmuş 367 kişi belirlenmiştir. Mezunların listesine İstanbul Teknik Üniversitesi internet sayfasından ulaşılmıştır. Mezunların iletişim bilgilerine ulaşmak amacıyla üniversite ile iletişime geçilmiş fakat üniversite bu konuda bilgi paylaşamayacağını bildirmiştir. Bunun üzerine mezunların isimleri tek tek LinkedIn, Google, Xing ve Facebook internet platformlarından ve benzer sitelerden taranmıştır. Bu yolla 367 mezunun 215’inin 2010 yılı Haziran ayı itibarıyla ne işle meşgul olduğuna dair bir dağılıma ulaşılmıştır.

Faaliyet Alanı	Kişi Sayısı
Bir şirkette tasarımcı	69
Serbest tasarımcı	14
Tasarım dışı bir alanda çalışan	31
Çalışmayan	5
Akademisyen, yüksek lisans veya doktora öğrencisi	39
Kendi işini kuran (girişimci)	36
Girişimci + Akademisyen, y. lisans veya doktora öğrencisi	5
Tasarımcı + Akademisyen, y. lisans veya doktora öğrencisi	4
Serbest tasarımcı + girişimci	1
Başka bir alanda çalışan + girişimci	1
Serbest tasarımcı + akademisyen	2
Diğer	7

Tablo 1. Mezuniyet sonrası faaliyet alanlarına göre mezun dağılımı

215 kişi içerisinde kendi işini kuran tasarımcılar 36 kişiden oluşmaktadır. Fakat hem girişimci hem de başka bir alanda faaliyet gösteren, örneğin aynı zamanda da akademik hayatta var olan kişileri de bu listeye dahil ettiğimizde bu sayı 43 kişiyi bulmaktadır. Girişimcilerin yarısını kendi tasarım ofisini açanlar oluşturmaktadır. Girişimci endüstri ürünleri tasarımcılarının yürüttükleri işler gıda sektöründen aydınlatma sektörüne, film sektöründen tekstile kadar geniş bir yelpazede kendine yer bulabilmektedir. Fakat tasarım mezunlarının en fazla tercih ettikleri faaliyet şekli kendi tasarım ofislerini açarak firmalara dışarıdan tasarım hizmeti vermektir.

Girişimcilerin Faaliyet Alanı	Kişi Sayısı
Ayakkabı Sektörü	1
Takı, aksesuar, dekoratif ürünler	3
Stand tasarımı	3
Tekstil	2
Web Tasarımı	1
Danışmanlık	3
Gıda sektörü	3
Film endüstrisi	1
Arge-tasarım	1
Tasarım ofisi	19
Aydınlatma sektörü	2
Prodüksiyon şirketi	1
Fotoğrafçılık	2
Reklam-organizasyon	1

Tablo 2. Girişimcilerin faaliyet alanlarına göre dağılımı

İnternet yoluyla iletişime geçilen bu 43 tasarımcı girişimciden özellikle kurdukları işler sonucunda ortaya bir ürün çıkaran ve bunun üretimi ve pazarlanması ile de ilgilenmiş tasarımcı girişimciler seçilmiştir. Bu kıstasa uyan ve görüşme fırsatı yakalanan 8 tasarımcı girişimci ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerde tasarımcılara girişimcilik süreçleri, tasarım eğitimi ve tasarımcı girişimci olmak üzerine sorular sorulmuştur.

Görüşme yapılan tasarımcı girişimcilere eğitimleri sırasında özellikle kendilerini girişimcilik ve iş kurma konusunda geliştirebildikleri bir ders olup olmadığı sorulmuştur. Proje dersleri, değerlendirme ve yapılabilirlik dersi, KOBİ'lerle yürütülen projeler, tasarımda meslek pratiği ve pazarlama dersleri tasarımcı girişimcilerin girişimci olmalarında etkili gördükleri dersler olarak sıralanmıştır.

Görüşmeler neticesinde İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yürütülen Değerlendirme ve Yapılabilirlik dersinin, öğrencileri ken-

di işlerini kurmak ve girişimci olmak yolunda motive ettiği bilgisine ulaşılması sonrasında bu dersi yürüten yarı zamanlı öğretim elemanının da görüşme ve yazışma yoluyla konu hakkındaki bilgisi ve değerlendirmeleri alınmıştır.

Tasarım Eğitiminin Girişimci Olma Yolundaki Katkıları

Yapılan görüşmeler ve literatür araştırması sonucunda endüstri ürünleri tasarımcısının eğitimi süresince gözlem yapma, problem bulma ve çözme, yaratıcılık, yenilikçilik, yeni ürün geliştirme, üretim ve prototipleme, araştırma kültürü, sanayi ile yapılan işbirlikleri sonucu farklı sektörlerle tanışma ve deneyim kazanma gibi girişimciliğe katkı sağlayacak bilgi, beceri ve deneyimlerle donandıklarını söyleyebiliriz.

Girişimcilere tasarımcı olarak hangi özelliklerinin kendisine girişimcilik yolunda yarar sağladığı sorulduğunda şu tür özellikler sıralanmıştır:

- Gözlem yeteneği
- Yenilikçi olmak
- İletişim gücü
- Girişken olmak
- Çok yönlü bakış açısı
- Ürünle ilgili olmak
- Araştırmacı olmak
- Detaylara önem vermek
- Tasarlama gücü
- Üretim konusunda bilgili olmak
- Yapılabilirlik konusunu değerlendirebilmek
- Problemi görme ve çözme yeteneği

Bu yukarıda belirtilen özelliklerin bir kısmı temel karakter özelliği olmakla beraber bir kısmı da endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin öğrencilere kattığı özellikler olarak sıralanabilir. Girişimci tasarımcılarla yapılan görüşmelerde elde edilen bulgular neticesinde tasarımcının endüstri ürünleri tasarımı eğitiminden kaynaklanan, girişimci olmasına katkı sağlayacak yönler üç grup altında toplanmıştır. Bunlar iş fikri bulma, yaratıcı düşünme ve sonucunda ürün bazında yenilik oluşturma ve ürün ve ürün tasarlama sürecine hakim olma başlıklarında incelenmiştir.

İş Fikri Bulma

Tasarımcının eğitiminin bir gereği olarak gözlem gücü gelişmiştir. Tasarımcı çevresindeki her türlü ürüne, sisteme karşı duyarlıdır. Tasarımcı çevresini gözlemlerken çevresinde olup biten problemleri de fark etme yeteneğine sahiptir. Bu problemleri fark etmek ürün tasarımı sürecinin başlangıcı niteliğindedir. Çevresindeki problemleri gözlemleyen ve fark eden tasarımcı, bunlara akılcı çözümler bulmak için çaba gösterir ve problem çözme deneyimi kazanır. Tüm bu aşamalarda tasarımcı araştırma yapar ve kullanıcıların eğilimlerini ve trendleri takip etmek durumundadır.

Girişimcinin başarılı bir iş fikri bulmak için pazardaki fırsatları görebilmesi gerekmektedir. Endüstri ürünleri tasarımcısı, bu aşamada bazen ürün bazında bazense daha geniş bir organizasyon temelinde, gözlem gücü, problem farkındalığı, araştırma ve eğilimleri takip etme alışkanlığı sebebiyle, pazardaki eksikleri, boşlukları dolayısıyla fırsatları görmek konusunda avantaja sahiptir. Proje dersinden bahseden bir tasarımcı, girişimciliğe katkısından şu şekilde bahsediyor:

Mesela bir proje vardı, simit ayran projesi. Bu da girişimciliği teşvik eden bir projeydi. Çünkü pazarda böyle bir ihtiyacın var olduğunu proje sürecinde araştırma yaparken görüyorsun... Proje derslerinin konuları dönem dönem aslında pazarda olan bir açığı sana farkında olmadan fark ettiriyor. Bu da bir yönlendirir.

Görüşmeye katılan tasarımcılar proje dersinden sonra girişimcilik konusuyla ilgili olarak kendilerine en faydalı dersi Değerlendirme ve Yapılabilirlik dersi olarak gördüklerini belirttiler. Tasarımcılar zorunlu üçüncü sınıf dersi olan Değerlendirme ve Yapılabilirlik dersinde bir iş planını fizibilite çalışması ile birlikte hazırlamaktadırlar:

Bir iş fikri buluyorsun. Eğer bu işi kurarsam üç yılda, beş yılda, on yılda ne kadar kar edebilirim? Ben güneş pilleri olan bir perde, yani güneş pilleriyle şarj olacak ve güneşi de o şekilde evin elektriğinde kullanılabilir bir perde düşünmüştüm. Onun pillerinin fiyatlarını araştırıyordum. Maliyeti çıkarıyorsun pazar hedefi koyuyorsun. Kimlere satabilirim diye düşünüyorsun. Hem iş fikri oluşturuyorsun hem onun hesaplarıyla yıllık ne kadar kar edebilirim, ne kadar zarar ederim, hesaplıyorsun.

Dersin adı Değerlendirme ve Yapılabilirlik. Dersin sonunda da bir proje geliştiriyorduk. Bir iş planlaması yapıyorduk. Gelir gider tablosunu falan oluşturuyorduk. Ofisin elektrik faturalarından tut, büro malzemeleri falan, her şeyi rapor olarak sunuyorduk. Bir girişimci için çok önemli bir ders. Okul eğitiminde aldığım, en seyerek aldığım ve şu anda da hala notlarını incelediğim yegane ders budur.

Diğer mimarlık fakültesi bölümlerinde de Değerlendirme ve Yapılabilirlik derslerini yürüten öğretim elemanı, endüstri ürünleri tasarımı öğrencilerinin ölçek sebebiyle, yani bir yapıyla değil de ürünle uğraşmaları sonucu bir girişimi hayata geçirmek konusuna daha yatkın olduklarını düşünüyor.

Yaratıcı Düşünme ve Sonucunda Ürün Bazında Yenilik Oluşturma

Endüstri ürünleri tasarımcıları eğitim süreçleri boyunca yaratıcı düşünme konusunda bilgi sahibi olurlar ve bunu uygulayabilecek bileşenlerle donatılırlar. Vernon (1970) yaratıcılığı bir kişinin uzmanlar tarafından kabul edilmiş bilimsel, estetik, sosyal ve teknik değeri olan fikirler, sezgiler buluşlar ve ürünler ortaya çıkarması olarak tanımlamaktadır. Bu tanım da yaratıcılığın ürünle ilişkisini ortaya koymaktadır. Yaratıcı düşünme özelliği sayesinde tasarımcılar, yeniyi araştırma ve yeniyi bulma konusunda sürekli kafa yormaktadırlar. Barker'a (2001) göre yenilikçilik yeni ürünler yaratma sürecine atıfta bulunabilmektedir. Yenilik yaratmak yeni bir ürün, yeni bir hizmet ya da yeni bir organizasyon sürecini tasarlamaktan geçmektedir. Üründe yenilik konusunda uzmanlaşan endüstri ürünleri tasarımı mezunları,

girişimciliğin ayrılmaz parçası olan yenilikçiliği, tasarladıkları ürünlerle ortaya koyabilmektedirler:

Aslında tasarım kendi içinde de bir yaratma bir girişim eylemi olduğu için bana faydalı oldu. Ben şu an başka bir bölümden mezun olsam yeni bir ürünü ya da fikri hayata geçirmek konusunda bu kadar cesaretim olmayabilirdi.

Bir başka meslekle karşılaştırdığınız zaman bir ürünün satışını sağlayan şey, onu diğerlerinden ayıran tek şey tasarım. Aslında o yüzden tasarım eğitimi almış olmak ve tasarım yapıyor olmak zaten yeni bir ürünle yeni bir fikri oluşturabilmeyi sağladığı için girişimciliğe yakın.

Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi boyunca yaratıcılık sürekli geliştirilir ve desteklenir. Bu sayede yaratıcı ürün ve fikirlerle uzun dönemli girişimcilik ekosistemi var edilebilir.

Ürün ve Ürün Tasarlama Sürecine Hakim Olma

Endüstri Ürünleri Tasarımı, adından da anlaşılacağı üzere endüstri, ürün ve tasarım kavramlarını içeren bir disiplindir. Endüstri ürünleri tasarımcısı, ürün tasarlamadan önce kullanıcı davranışları üzerine araştırma yapmaktadır. Ürün tasarlama aşamasında da tasarımcı ortaya çıkardığı ürünle ilgili olarak hangi malzemeyi kullanması gerektiği, hangi üretim metodunun daha iyi olacağı, ambalajla ve pazarlama ile ilgili kararlar hakkında sürekli olarak düşünmekte ve en uygun seçimi yapmaktadır. Bu nedenle tasarımcı, üründe yenilik ortaya koymanın yanında, tasarım öncesi araştırma, konsept yaratma, ürün tasarımı, prototip oluşturma, üretim teknikleri ve pazarlama konularının içerisinde olduğu için, iş kurma aşamasının her sürecinde edindiği bilgilerden yararlanmaktadır:

Biz bir projeyi yaparken onun her şeyini çözmek zorundaydık. Ben bir aydınlatma projesi yapıyordum. Karaköy’de gitmediğim yer kalmadı. Her şeyi araştırıp her şeyi çözümlenmek zorundasın: Ergonomisini, teknik kısmını, elektriğini, kablolarını, tasarımı, nerede uygulanacağını, hedef kitleni, her şeyi belirlemek zorundasın.

Ayrıca katılımcılara endüstri ürünleri tasarımı bölümünde bir girişimcilik dersi bulunsa bunu nasıl değerlendirecekleri de bu çalışma kapsamında sorulmuştur. Katılımcıların hemen hemen hepsi böyle bir dersin çok faydalı olacağını düşünmektedirler:

Yaptığımız projelerde bir ürün geliştiriyoruz. Bir ürünü üretmek veya faaliyete geçirmek için biraz güven ve cesaret gerekiyor. Böyle bir derste verilebilecek birçok örnek ve süreç hakkında bilgilendirme vererek insanlara cesaret verilebilir. İnsanları fikirlerine inandırabilmek için böyle bir ders bence gerekli.

Tartışma ve Sonuç

Bu bildiride yakın geçmişte sonuçlandırılan bir yüksek lisans tez çalışmasının amaçları doğrultusunda mezunların gözünden endüstriyel tasarım eğitiminin girişimciliğe nasıl katkıları olduğu ortaya koyulmuştur. Söz konusu çalışmanın bulguları bize endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin girişimciliği hem iş fikri bulmak

hem de yaratıcı düşünme ve bunun sonucunda ürün bazında yenilik oluşturma noktasında desteklediğini göstermektedir. Morris ve diğerlerine (1994) göre küresel rekabet ortamındaki değişimlerle baş edebilmek hatta bu değişimleri yaratabilmek için girişimcilerin yaratıcılık yetenek ve kapasitelerini arttırmaları gerekmektedir. Endüstri ürünleri tasarımcıları eğitim süreçleri boyunca yaratıcı düşünme konusunda bilgi sahibi olurlar ve bunu uygulayabilecek bileşenlerle donatılırlar. Vernon (1970) yaratıcılığı, bir kişinin uzmanlar tarafından kabul edilmiş bilimsel, estetik, sosyal ve teknik değeri olan fikirler, sezgiler, buluşlar ve ürünler ortaya çıkarması olarak tanımlamaktadır.

Tasarımcı, eğitimi sırasında kazandığı gözlem yeteneği, problemi görme ve çözme yeteneği, yaratıcılık, araştırmacı olmak, tasarlama gücü, üretim ve prototipleme bilgisi, pazarlama bilgisi gibi konularla ürünle ve girişimcilik süreciyle ilgili neredeyse tüm konulara hakim olabilecek bir süreçten geçmektedir. Walsh ve diğerlerine (1992) göre firmaların rekabetçiliklerini geliştirebilecekleri üç türlü yöntem vardır. Bunlar üründe kısmi bir yenilik, yeni ürün tasarımı ve süreç yeniliğidir. Bunlardan üründe kısmi bir yenilik ve yeni ürün tasarımı endüstriyel tasarımın ana konularıdır.

Uluslararası alanda yer alan bazı üniversite ve enstitüler endüstriyel tasarım ve girişimcilik eğitiminin bir arada yürütüldüğü yüksek lisans veya sertifika programları kurmuşlardır. Amerika’da bulunan Pratt Enstitüsü’nün Tasarım Girişimciliği Sertifika Programı ve İngiltere’de bulunan De Montfort Üniversitesi’nin Tasarım Yönetimi ve Girişimcilik yüksek lisans programı bu tür eğitimlere örnek teşkil etmektedir. Cincinnati Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü öğretim üyelerinden Steven J. Doehler 2008 yılında öğrencilerinin bir kısmının projelerinin pazarlanabilme potansiyellerinin oldukça yüksek olduğunu görmüş ve endüstri ürünleri tasarımı bölümünde girişimcilikle ilgili olarak bir ders dizisi oluşturulmuştur. Bu eğitim modeli neticesinde sekiz öğrenci başarılı firmalar kurmuşlardır (Doehler 2012). Türkiye’de de tasarımcı girişimci yetiştirmeye yönelik dersler, ders grupları veya disiplinler arası eğitim programları açılması tasarımcı girişimcilere eğitim anlamında tamamlayıcı bir fırsat sunacaktır. Dolayısıyla bu çalışma tasarımcının girişimci olabilmesi için tasarım eğitimi veren kurumlara ve öğretim üyelerine tasarımcıyı bu konuda neden desteklemeleri gerektiği konusunda bir fikir vermektedir.

Kaynakça

- Barker, Alan. 2001. *Yenilikçiliğin Simyası*. Çev: Ahmet Kardam ve Zülfü Dicleli. İstanbul: Mess.
- Doehler, J. Steven. 2012. “Planting Gardens on Main Street: Changing a Community Through Design.” *Design Management Review* 23(3):12-21.
- Dyson, James. 2003. *Against the Odds: An Autobiography*. New York: Texere.

- Er, H.Alpay, Özlem Er ve Serhan Başer. 2003. *Endüstriyel Tasarım Kılavuzu*. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.
- Er, Özlem. 2001. “Endüstriyel Tasarım, Teknolojik Yenilik, AR-GE: Türkiye’deki Mevcut Teşvik Uygulamalarında Endüstriyel Tasarımın Yeri ve Politika Önerileri” (Industrial Design, Technological Innovation and R&D: The Position of Industrial Design in the Existing Incentive Mechanisms in Turkey and Policy Proposals), *ERC/METU International Conference in Economics V Proceedings and Conference CD-ROM*, 10-13 Eylül, Ankara.
- Er, Özlem, H. Alpay Er ve T. Bilgen Manzakoğlu. 2010. *Tasarım Yönetimi: Tanım, Kapsam ve Uygulama*. İstanbul: TÜSİAD.
- Green, Peter Arthur. 1974. *Design Education; Problem Solving and Visual Experience*. Londra: Batsford.
- Güneş, Serkan. 2012. “Design Entrepreneurship in Product Design Education.” *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 51: 64-68.
- Heller, Steven. 2002. *The Education of a Design Entrepreneur*. New York: Allworth Press.
- Heller, Steven and Talarico Lita. 2008. *The Design Entrepreneur: Turning Graphic Design into Goods That Sell*. Massachusetts: Qayside Publishing Group.
- LaBarre, Suzanne. 2011. “Designers are The New Drivers of American Entrepreneurialism.” Erişim tarihi 9 Ağustos. <<http://www.fastco-design.com/1665120/designers-are-the-new-drivers-of-american-entrepreneurialism>>
- Lin, Chung-Hung ve Ying-Pin Cheng. 2013. “A Study on The Design Entrepreneurship and The Interaction Between Employed By Design and Start-Up By Design”. *The International Journal of Organizational Innovation* 5(4).
- Lundström, Anders ve Stevenson A. Lois. 2005. “Entrepreneurship Policy: Theory and Practice.” *International Studies in Entrepreneurship* 9.
- Morris, H. Michael ve Duane L. Davis ve Jeffrey W. Allen. 1994. “Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of the Importance of Individualism Versus Collectivism”. *Journal of International Business Studies* 25: 23-46.
- Schumpeter, Joseph A. 1934/1983. *The Theory of Economic Development : An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and The Business Cycle*. New Brunswick, N.J: Transaction Books.

- Postgrad Solutions. 2014. “Girişimcilik Okulları.” Erişim tarihi 25 Haziran. <<http://www.studybusinessmasters.com/courses/entrepreneurship/6/?ajax=false>>
- Temeltaş, Handan. 2011. “Girişimci Olarak Tasarımcı: İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Mezunları Üzerine Bir Çalışma.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Vernon, Philip E. 1970. *Creativity: Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin.
- Walsh, Vivien, Robin Roy, Margaret Bruce ve Stephen Potter. 1992. *Winning by Design: Technology, Product Design and International Competitiveness*. Oxford: Blackwell.

TASARIMDA KATILIM

KAMUSAL ALAN İÇİN TASARIM: İSTANBUL'DA YEREL YÖNETİMLERLE İŞBİRLİĞİ İÇERİSİNDE YÜRÜTÜLEN DİSİPLİNLER ARASI PROJELERDE TASARIMCININ KONUMU

Selen Çatalyürekli, İstanbul Teknik Üniversitesi
Çiğdem Kaya, İstanbul Teknik Üniversitesi

Bu çalışmada, kamusal alanlar için tasarlanan ürünlerin ana kullanıcısı olan kamunun, tasarım sürecine sosyal ve ekonomik etmenlerle birlikte katılım hakkı olduğu fikrinden yola çıkılmıştır. Türkiye’de kamusal alan için disiplinlerarası tasarım hizmetleri ve girişimci birimlerin oluşumu yaygınlaşmaktadır. Fakat bu kamusal alan için tasarım anlayışının, yasal olarak bağlayıcı tasarım standartları, denetleyici kurumlar ve bürokratik kültürü içinde bir söylemi bulunmamaktadır. Bu kapsamda araştırmanın temel amacı, etkin karar verme mekanizmalarının tasarımcıların perspektifinden neler olduğunun; nasıl ve kimler tarafından yürütüldüğünün tespit edilmesi ve incelenmesidir. Şehirlerdeki katılımcı demokrasi kültürü bağlamında; devlet ve diğer aktörlerin kamusal alandaki servis sağlayıcı olarak konumları, işleyişleri ve tasarımcıların karar verme süreçlerindeki etkinlikleri ele alınıp yerel yönetimlerle işbirliği içinde yürütülen kamusal alan için tasarım projelerinin, çeşitli süreçlerinde görev yapan tasarımcılarla görüşülmüştür. Görüşülen tasarımcılar, kamusal alan için tasarım sisteminin farklı kademelerindeki görevleri itibarıyla, tasarımcının sistem içerisinde dahil olabileceği çeşitli pozisyonların bir örneklemini oluşturmaktadırlar. Kişilerin diğer seçim nedenleri ise, çalıştıkları proje veya kurumların çalışmalarının uygulamaya geçmedeki başarılarıdır. Çalışma kapsamında tutulan projeler; (İstanbul) Kadıköy Belediyesi ve Çekül Vakfı’nın işbirliğiyle oluşturulan Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK), İstanbul Beton Elemanları ve Hazır Beton Fabrikaları San. Ve Tic. A.Ş. (İSTON), İstanbul Zeytinburnu Belediyesi ve benzeri özel sektörden konuyla ilgili diğer paydaşlar taraflarından yürütülmüştür. Bu bağlamda, TAK’ta koordinatörlük görevinde bulunmuş mimar Ömer Kanıpak, “Kadıköy Simit Arabaları” projesinden ürün tasarımcısı Can Güvenir; Zeytinburnu Belediyesi’nden şehir planlamacısı Kübra Şen Soytürk ve İSTON’dan ürün tasarımcısı Mustafa Emre Gözlevli ile birebir görüşmeler yapılmıştır. Süreçler ile ilgili görüşülen kişilerin ilettiği çeşitli çalışma modelleri ve yan aktörlerin değerlendirilmesi sonucunda bu çalışmada; (1) bürokratik aşamalarda yönetici kişiye ve mesleğine bağlı hakim tasarım vizyonu, (2) tasarımcının mevcut sistem içinde tasarım yönlendiricisi olarak konumlandırılması, (3) kamu katılımına dair yürütülen çalışmalar ve işlerlikleri (4) işbirlikçi kurumların mevcut sistem içerisindeki çalışma şekilleri, (5) projelerin gelişim ve üretim yöntemlerinin ve ihaleye çıkış mevzuatlarının projelerin gerçekleşmesi üzerindeki etkisi tartışılmış ve tasarımcılara kişisel değerlendirmelerine başvurulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kamusal alan için tasarım, yerel yönetim, disiplinler arası tasarım

Giriş

“Kamusal alan” kavramı (*sphere*), Habermas’a göre, genel çıkarlar hakkında kamusal tartışmaların kurumsal olarak garanti altına alındığı, sivil toplum ve devletin arasında bulunan alandır. Bununla birlikte, liberal kamusal alan ise pazar ekonomisinin belirli tarihi süreçleriyle şekil almıştır (1962, alıntılanan McCarthy 1991).

Burjuva sınıfının ortaya çıkışı, devletin otoritesine karşı eleştirel ve bilgili söylemini görünür kılan halk tarafından; sadece hükümdarın gücünün temsil edildiği kamusal alanı dönüştürmüştür. Ardından “kamuluk” kavramı, burjuva sınıfının ötesine, yani devletin serbest piyasa ekonomisine dair düzenlemelerinden, sistematik olarak olumsuz etkilenen ve bedel ödeyen gruplarına yayılmıştır (McCarthy 1991). 19. yüzyıl sonları, 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde ise liberal kamusal alan sona ermiştir. Sosyal devlet demokrasilerinin kamusal alanı, daha çok farklı seçmen gruplarının kendi çıkar çatışmaları üzerine hükümet yetkilileriyle müzakere ettiği, uzlaştığı bir alana dönüşmüştür. Fakat bunu yaparken kamu dışarıda bırakılmıştır. McCarthy, içinde bulunduğumuz post liberal dönemi, Habermas’ın klasik kamusal alan modelinin sosyo- politik olarak geçerliliğini yitirildiği dönem olarak tanımlar. Ardından da şu soruyu sorar: Kamusal alan, radikal olarak çok farklı sosyo-ekonomik, siyasi ve kültürel şartlarda yeniden kurulabilir mi? Kısacası, demokrasi mümkün müdür?

Fabiani, bu soruya sunulacak iki güncel yaklaşımı gözler önüne sermektedir. 1983-2013 arası kamusal alandaki değişimleri, toplumsal hareketler çerçevesinde ele aldığı makalesine göre güncel yaklaşım yersiz kötümserlik ile naif iyimserlik üzerinden kurgulanmaktadır. Son 30 yılın karakteristik özelliği, İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki düzenin temelini sarsan güçlü hareketlerin keşişmesidir. Naif iyimserlik Arap Baharı’nın büyüüp gelişerek, katılımcı demokrasinin dünyanın dört bir yanında kabul edilmek üzere olmasıdır. Yersiz kötümserlik ise kamusal alanın finans kapitalizminin buzlu sularında yok olmasıdır. Buna karşın Tanyeli (2005), Osmanlı devlet geleneğinde 19. yüzyıldan günümüze kamusal alanın gelişimini incelediği makalesinde; Türkiye’nin kentsel yaşamının, kamusal alanın herkese mi, hiç kimseye mi ait olduğu sorularının cevabını “hiç kimseye ait” olarak verir. Bu nedenle de kamusal alanın sayısız araç ve yöntemlerle küçüldüğünü, kamusal kullanımı adım adım bir biçimde kısıtlayacak inşai elemanlarla doldurulduğunu aktarır. Bununla birlikte kentleri biçimlendiren ana mekanizmaların, kamusal mekanın bu müphem statüsü sayesinde işlerlik kazandığını belirtir.

Tanyeli’nin bahsettiği inşai elemanların tasarımı da bu çalışmada ele alınan konular arasındadır. Kamusal alan için tasarım süreçlerinin belirlenmesi anlamında yürütülen her projede, aktörlerin, kişiye dayalı bürokratik ağların ve yerel yönetimlerin sorumluluk alanlarının çeşitliliği nedeniyle farklı ve genel çerçevede modellenmesi güç ağlar oluşmaktadır. Bu nedenle proje ve kurum bazlı pratik tecrübeler, tasarımcılar perspektifinden incelenmiş, kurum ilişkilerinin somut ör-

nekler üzerinden dökümünün yapılması hedeflenmiş ve çerçeve işbu örneklerle sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla bu makalede sadece, Tasarım Atölyesi Kadıköy’ün işleyişinin doğru aktarılabilmesi için aynı proje ile ilgili iki tasarımcı ve mimar ile görüşülmüştür. Araştırmanın ileriki aşamalarında, aynı kuruma bağlı olarak farklı projeleri yürüten tasarımcılarla görüşmelere devam edilerek kapsam derinleştirilecektir.

Görüşmeler sırasında ses kaydı yapılmıştır. Bu kayıtlar kurumların ve kişilerin ait oldukları ağları döküme elverişli hale getirmiş ve genel bir çerçeve sunmak açısından karmaşık sistem ağlarının sistematik çözülmesine katkıda bulunmuştur.

İstanbul Zeytinburnu Belediyesi, Kültür Vadisi Projesi ve Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi

Kübra Şen Soytürk, İstanbul Zeytinburnu Belediyesi’nde şehir plancısı ve kentsel tasarımcı olarak belediyenin İmar ve Şehircilik Müdürlüğü’ne bağlı kentsel planlama, tasarım, dönüşüm ve yenileme projelerini yapmak üzere kurulan Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi’nin (ZEŞAT) kurulmasında görev almıştır. 2005 yılından itibaren de ZEŞAT’ın yürüttüğü Kültür Vadisi Projesi’nde koordinatör olarak çalışmaktadır.[1] Soytürk, Kültür Vadisi Projesi’nin üç kuruldaki oluştuğunu belirtmiştir. Karar kurulu, belediye başkanı ve ilgili başkan danışmanları ile danışmanlık alınan proje yürütücüsünden (şehir plancısı); proje yönlendirme kurulu, danışmanlık hizmeti alınan akademisyenlerden; uygulama birimi ise Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi’nden (ZEŞAT) oluşmaktadır.

Zeytinburnu Şehircilik Atölyeleri (ZEŞAT)

Görevi	kentsel planlama, tasarım, dönüşüm ve yenileme projelerini yapmak.
Yönetimi	“Proje Karar Kurulu”, “Proje Yönlendirme Kurulu”, “Uygulama irimi”
Proje İsmi	Kültür Vadisi Projesi
İşbirlikleri	Koruma Kurulu, İBB, Vakıflar Bölge Müdürlüğü, İl Özel İdaresi
Görüşülen Tasarımcı	Kübra Şen Soytürk

Tablo 1. Kübra Şen Soytürk, ZEŞAT

Atölye kurulduğu dönemde (2003) Zeytinburnu, Deprem Master Planı’nın pilot alanı olarak seçilmiş olup, bu kapsamda İstanbul Büyükşehir Belediyesi analiz çalışmalarında birlikte çalışılmıştır. Pilot alan olduğu için süreç takipleri Şehircilik Atölyesi tarafından yapılmıştır.

Soytürk, Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi'nin, Kültür Vadisi Projesi kapsamında proje onay süreçlerinde Koruma Kurulu, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Vakıflar Bölge Müdürlüğü ile eski eserlerin restorasyonunun finansmanı için de İl Özel İdaresi ile çalışıldığını iletmiştir. Bu bilgiler ışığında Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi'nin işbirliği yaptığı diğer kamu kurumları Koruma Kurulu, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Vakıflar Bölge Müdürlüğü, İl Özel İdaresi'den oluşmaktadır. Bu kurumlarla işbirliği içerisinde yürütülen çalışmalarda proje önerileri Zeytinburnu Şehircilik Atölyesi tarafından yapılmıştır. Soytürk, karar kurullarının çalışmaları hakkında şu ifadelerde bulunmuştur:

Tabii ki karar kurulunun büyük çoğunluğu siyasilere dayanmaktadır ve vaat ettikleri, kafalarında olan bir proje bulunmaktadır. Aslında bu, vizyonu oluşturmaktadır. Bu vizyona yönelik yapılacak çalışmaların mesleki ilke ve esaslara uygun hale getirilmesi ve farklı katılım süreçlerini aktive etmek yönlendirme kurulu ile uygulama birimine düşen görev olmaktadır.

Bu ifadelerin yanında, organizasyon yapısı bakımından şanslı bir ekip olduklarını ve Zeytinburnu belediye başkanlığının, proje karar kurulu olarak; diğer proje uygulama ve yürütme kurullarına, çalışmaların kentsel tasarım mesleki ilke ve esaslara uygun hale getirilmesi ve farklı katılım süreçlerini aktive etmek konusunda çok önlerini açıcı yaklaşımlarda bulunduğunu belirtmiştir.

Soytürk, bir belediye çalışanı olarak tasarımcının, karar verme mekanizmalarındaki etkinliği ile ilgili olarak plancı ve tasarımcının bir tekniker olarak görülmesinin artık genel kabul olarak görüldüğünü iletmiştir:

Maalesef bu önyargılı durum karşısında plancı ve tasarımcı çalışmak zorundadır. Birçok meslektaşımız sadece bir tekniker olarak kendini kabul edip çalışmakta, birçoğu da mesleki bir mücadele vermektedir. Kentle ilgili doğru karar verme aşamasında ne kadar yönlendirilirse kardır diyerek süreçlere girilmeye çalışılmaktadır.

Bana göre tasarımcı mekanizma içinde %100 etkin olamaz ama mesleki ve kente yönelik olarak muhakkak yönlendirici olmalıdır. Maalesef tasarımcının etkin olmak bir yana, süreci takibi için bile yöneticinin kişisel inisiyatifi söz konusudur.

Çıkarımlar

- Tasarım vizyonu, belediye başkanı ve bürokratik kademelerin üst seviyesindeki kişilerin kişisel vizyonları, inisiyatifleri ve politik vaatleriyle direkt olarak ilişkilidir.
- Tasarımcılar ve akademik danışmanlar, belediye başkanı ve diğer yönetici pozisyonundaki bürokratların belirlediği vizyon ve yapılacak çalışmaların mesleki ilke ve esaslara uygun hale getirmekte ve farklı katılım süreçlerini aktive etmektedir.
- Birçok tasarımcı sadece bir tekniker olarak kendini kabul edip çalışmakta, birçoğu da mesleki bir mücadele vermektedir.

- Tasarımcıların karar verme mekanizmaları içindeki etkinliği, fikri yönlendiricilik pozisyonundadır.
- Tasarımcılar, kendi kurumları dahilindeki karar mekanizmaları içinde bile etkin olamamakta; Soy Türk'ün ifadeleriyle diğer işbirlikleri kapsamında yürütülen projelerde, tasarımcıların sürece, çoğunlukla üst düzey kararlar alındıktan sonra dahil edilmektedir.

İstanbul Beton Elemanları ve Hazır Beton Fabrikaları (İSTON)

Mustafa Emre Gözlevli, İstanbul Beton Elemanları ve Hazır Beton Fabrikaları San. ve Tic. A.Ş.'de (İSTON) 2003 yılından beri ürün tasarımcısı olarak çalışmaktadır. Gözlevli'nin mülakatımız çerçevesindeki aktardıklarına göre, firma idari yapısı bakımından İSTON'un yasal statüsü İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı (İBB) Belediye İktisadi Teşebbüsü'dür. İSKİ, İSTON'un en büyük ortağıdır. Bununla beraber işlem hacmi olarak en büyük müşteri yine İSKİ'dir. İSKİ için yapılan ürünlerin hemen hepsi ise altyapı elemanlarıdır. Ürünlerden bazıları; dere ıslah elemanları, korkuluklar, borular, sınır elemanları, eko duvarlarıdır. İSKİ dışında kalan müşterilerin de büyük çoğunluğu, diğer belediye firmalarından oluşturmaktadır. İSTON tasarım departmanı üç tasarımcı ve iki teknik çizimci olmak üzere beş kişiden oluşmaktadır.

Prosedürel olarak belediyelerin veya belediyelerin diğer şirketlerinin, ürünlerini İSTON'dan almaları gibi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Fakat diğer kurumlar arası kişisel bürokratik ilişkilerin de etkisiyle, proje tasarım bedeli ödemeksizin, tasarım yaptırıldıktan sonra, ürünün satın alınmaması durumu da söz konusudur. Gözlevli, bu imkanın, İSTON'un diğer belediye firmaları tarafından faydalanan bir tasarım bürosu olarak kullanılmasına neden olduğunu belirtmektedir. Ek olarak, üretim için birebir ikna yöntemine ve diğer üst bürokratik kademelerdeki çalışanların ikili ilişkilere dayanan bir yapı olduğunu aktarmaktadır. Bunların yanında, prosedürel olarak büyükşehir belediyesi, ilçe belediyelerine yaptığı bağışları; hibe ettiği maddi kaynağın İSTON'da kullanılması şartı ile de gerçekleştirebilmektedir.

Görevi	Beton Elemanları ve Hazır Beton İmalatı
Projeleri	Taksi Duraklar, Güvenlik Kabinleri, Kent Mobilyaları vb.
İşbirlikleri	İSTMARİN, İSPARK, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, İlçe Belediyeleri, Belediye İktisadi Teşebbüsleri ve Özel Sektör Şirketleri
Görüşülen Tasarımcı	Mustafa Emre Gözlevli

Tablo 2. Mustafa Emre Gözlevli, İSTON

Gözleveli, kabin üretimi örneğinde İSTMARİN[2] olan müşterilerinden yatların güvenliğini sağlamak için yat girişlerine, dört tarafı cam kaplı bir kabin talebinin geldiğinden bahsetmiştir. Ancak, İSTON'un bunun hem ışık kırılcılığının sağlanması açısından deniz kenarı için hem de güvenliğin görünürlüğü bakımından uygun olmadığı uyarısında bulunmasına rağmen İSTMARİN'deki ilgili müdürlüğün talebini değiştirmeyerek üretime devam ettiğini belirtmiştir. Bu talebe göre hazırlanan kabinlerin tamamı, satın almaların yapıp, uygulaması tamamlandıktan sonra; önceden belirtildiği gibi fonksiyonu yeterli gelmediğinden kullanılmadan alandan kaldırılmıştır. Gözleveli, bu örneği vererek, tasarım yönlendirme süreci hakkında, siyasi yapıya bağlı olarak alınan kararların "sıkıntılı" olduğu yorumunda bulunmuştur.

Tasarım tercihinin, ürün gelişimine etkisini Gözleveli şu şekilde aktarmaktadır:

Aslında müşteri bu konuda çok bilinçli değil. Müşteri belediye de olsa belediye başkanı da olsa gördüğü ürünü istiyor. Bu nedenle katalogları da çok gördüklerinden uzaklaştırmak yenileyemiyoruz.

Bu somut örnek David Harvey'in *Kamusal Alanın Ekonomi Politikliği*'nde (2005) şu şekilde karşılık bulmaktadır:

Kentsel tasarımın, özellikle de kentsel kamusal alanın şekillendirilmesi kamusal alandaki siyasete etkisine daha ikna olarak düşündüğümüzde; sosyo- coğrafi algıların, beklentilerin ve maddi koşulların etkileyici birleşimini ortaya dökmek gerekir.

Gözleveli, müşterinin tasarım seçimi bilincinin önemini, İSPARK ile gerçekleştirdikleri yat limanı kabini çalışması üzerinden vurgulamaya devam ediyor. Ulaşım A.Ş. ile yaptıkları çalışmada istenen ürüne dair gelen talimatnamenin, hangi ihtiyaçları karşılaması gerektiğine, kabinin içinde nelerin barındırılması gerektiğine dair net bilgileri içermesi sayesinde çok sağlıklı bir sonuç elde edildiğini belirtiyor. Gözleveli, kurumlar arası iş yapım ve talimatname iletiminin farklılığının nedenini, şu şekilde yorumlamaktadır:

Bunun da sebebi, mesela İSPARK' çalışan niteliği bakımından çok daha karma bir kuruluş. Ulaşım A.Ş. ise öyle değil. Gerçekten iyi profesyoneller var, kendi meslekleri konusunda iyiler. Ondan dolayı ne istediklerini doğru ya da yanlış daha iyi biliyorlar.

Gözleveli'ye göre bir diğer problem ise "Aslında, asli görevi o olup da, niteliksel yapısını kaybettiği için o görevden yavaş yavaş azledilen, pasivize olan kurumlar"ın çok fazla olmasıdır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı belediyenin yenileme projelerini yapan BİMTAŞ'ı ve METROPOLİTAN Yenileme'yi de bu şekilde atıl hale geldiği için dağıtılan kurumlara örnek olarak göstermiştir, Ek olarak Taksim Meydanı projesinin ihale sürecini hazırlayan kamu kuruluşunun Altyapı Hizmetleri Müdürlüğü değil, belediye ve Kentsel Tasarım Müdürlüğü'nün olması gerektiğini; fakat proje yürütebilecek nitelikteki kişilerin Altyapı Hizmetleri Müdürlüğü'nde bulunduğu için projeyi yapan kurumun da bu birim seçildiğini dile getirmiştir.

Soytürk (2004) ise, İstanbul’u yetki karmaşasının en üst düzeyde yaşandığı kentlerden biri olarak tanımlamaktadır. Gözlemleri’nin verdiği İSTMARİN örneği ve zamanla atillaşan ve fonksiyonları değişen kurumların bilgisi de, bu yetki karmaşasıyla doğrudan ilgilidir. Sonucu da, Soytürk’e göre her kurumun ortak mekanda farklı düzenlemeleriyle kente farklı anlamlar katan, farklı estetik değerlere sahip mekanlar ortaya çıkmasıdır.

Çıkarımlar

- Kurumlar ve bürokratlar arası ikili ilişkiler, proje tasarım bedeli ödemek sizin tasarım yaptırdıktan sonra, ürün alımı yapılmaması boşluğunu doğurmaktadır. Bu durum da, İSTON’un diğer belediye firmaları tarafından, bedelsiz bir tasarım bürosu olarak kullanılmasına neden olmaktadır.
- Kurumun yöneticisinin kişisel vizyonu ve mesleğinin tasarımıyla alakalı olması kurumun vizyonunu direkt etkilemektedir.
- Ürün tasarımında, tasarımcının yönlendirmelerinin bağlayıcılığının olmaması, pratikte yerel yönetimlerin atıl yatırımlar yapılarak kamu zararına sonuçlar doğurmakta fakat bu duruma neden olan kişilere yasal bir yaptırım uygulanmamaktadır.
- Bir belediye iktisadi teşebbüsü olan İSTON ile çalışmanın yasal bağlayıcılığının olmaması, aynı zamanda ilçe belediyelerine dilediği kent mobilyası vb. ürünü farklı bir kaynaktan satın alması farklı bir estetik dil yaratmasına ve şehirlerin tasarım dilinin birbiriyle uyumsuz gelişmesine neden olmaktadır.

Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK), Kadıköy Simit Arabaları Projesi

Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK); İstanbul Kadıköy Belediyesi, Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL) ve Kentsel Strateji firmasının işbirliğinde oluşturulmuştur. Atölyede, mimar Ömer Kanıpak, Mart 2013’ten itibaren yaklaşık bir buçuk yıl koordinatörlük yapmıştır. Ürün tasarımcısı Can Güvenir ise Temmuz 2013 itibarıyla “Simit Arabaları Projesi” ve diğer çeşitli projelerde işbirliklerinde bulunmaktadır. Makalenin bu bölümünde, TAK’ın işleyişi ve simit arabaları projesi hakkında aktarılan iki görüş, bağımsız tasarımcı ve birim koordinatörünün perspektiflerinden karşılaştırmalı ve ilişkilendirmeli şekilde aktarılacaktır.

Güvenir ve Kanıpak’ın ifadelerine göre TAK, Kadıköy bölgesinin tasarım ihtiyaçlarının değerlendirildiği, genç tasarımcılarla belediyenin buluşması sağlanarak yerel tasarım ağı oluşturmayı hedefleyen bir girişimdir. Kanıpak, TAK’ı, Kadıköy’ün ihtiyaçlarını temel alan bir kuluçka ünitesine benzetmektedir. Zira hem isteyen tasarımcıların bireysel olarak önerdikleri; hem belediyeden talep edilen, hem de TAK ekibinin sorunsallaştırdığı konularda mimariden illüstrasyona kadar bir çok farklı disiplinde tasarım yapılmaktadır.

TAK'ta üretilen kimi projeler teoriktir, kimileri ise uygulama projeleridir. Kanıpak teorik projelere örnek olarak, Kadıköy'ün kentsel dönüşümünde mahallelerin nasıl dönüşeceği hakkında üretilen simülasyon projesini vermiştir. Bu projenin belediyeye yön gösterebilmesini ve stratejik çözümler çıkmasına katkıda bulunabilmesini umut ettiklerini iletmıştır. Kanıpak, uygulamaya yönelik olarak, "Kıyı-Köşe" projesinin, belediyenin rahatlıkla kendi bütçesi içinde onaylayıp uygulayabilecek şekilde çözüldüğünü ve başlangıçtan itibaren buna yönelik talimatname oluşturduklarını belirtmiştir. Fakat belediye seçimleri ve değişimleri nedeniyle iki kere program açılmasına rağmen halen hiç bir "Kıyı-Köşe" projesinin uygulanmadığını aktarmıştır. TAK'ın amacınınsa olabildiğince çok projenin uygulamaya dönüşmesi olduğunu da belirtmiştir.

Kanıpak, TAK'ın asıl maksadının, standartları tanımlı olması itibarıyla kanunen en kolay yol olmasına rağmen, yarışma açmadan tasarım projeleri üretmek olduğunu belirtmiştir. Yarışmaların prensip olarak iyi bir yöntem olmadığını şu şekilde aktarmıştır:

Çünkü o zaman idare veya kim açıyorsa yarışmayı, açıyor ve geri çekiliyor. Dolayısıyla taleplerini tasarımcılara tam aktaramıyor. Tasarımcılarla idare arasında bir de jüri var... bu sefer de araya jürinin başka talepleri, kriterleri girmeye başlıyor. O yüzden olabildiğince yarışma fikrinden uzaklaştırmaya çalıştık.

Kanıpak, yarışma mantığından uzaklaşılması için de, her tasarımcının süreç içinde muhakkak TAK'la ve birbirleriyle iletişim halinde olması amacıyla, projeleri çalıştaylar şeklinde yürüttüklerini ve bir ekibin tek başına çalışıp, direkt olarak sonucunu getirmemesini beklediklerini aktarmıştır. Yine bu bağlamda, bir çağrı yapıldığında, istenenleri paylaşmak ve fikirlerini almak için hemen ilk toplantıyı katılımcılarla birlikte TAK'ta yaptıklarını söylemiştir.

Kanıpak, Kadıköy Belediye'sinin simit arabaları özelinde eskime ve hijyenikliğini kaybetme gerekçesiyle tasarım talep ettiğini; Güvenir de simit arabaları, çiçekçiler ve taksi duraklarının, Kadıköy kültürünü yansıtan bir ortak tasarım dilini talep ettiğini aktarmıştır. Konularla ilgili açık çağrılı çalıştay düzenlenmiş ve katılımcılar görev almak istedikleri alana göre çiçekçiler, taksi durakları ve simit arabaları konularından birine dahil olmuşlardır. Çalıştay, yaklaşık bir buçuk ay sürmüş ve beş oturumda sonlandırılmıştır. Ardından da uygulanacak projenin seçimi ve üretim aşamalarına geçilmiştir.

Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK)

Görevi	Tasarım alanında, yerel katılımı artıran kentsel stratejiler sunmak ve Kadıköy’le alakalı bağımsız, bireysel veya grup projelerinin üretilmesine destek olmak
Projeleri	Kadıköy Simit Arabaları Tasarımı
İşbirlikleri	Kadıköy Belediyesi, ÇEKÜL, Kentsel Strateji, Bağımsız Tasarımcılar ve Gruplar, Özel şirketler
Görüşülen Tasarımcı ve Mimar	Can Güvenir, Ömer Kanıpak

Tablo 3. Can Güvenir, Ömer Kanıpak, TAK

Güvenir ve Kanıpak’ın paralel ifadelerinde, talimatname verilmesi aşamasında özellikle tasarımların kent kimliğine alakalandırma yönteminde serbest bırakıldıklarını ve talimatnamelerin katılımcılar tarafından oluşturulduğunu aktarmıştır. Bununla birlikte aynı talimatnamede bütçe, malzeme sınırları ise belirtilmemiştir. Simit arabaları projesinde, ikinci oturumun sonunda, simit satıcıları ve halkla yapılan görüşmelerin ışığında oluşturulan talimatname, son haline getirilmiştir. Kanıpak, talimatnamedeki kriterlerin TAK tarafından, belediyenin, (çalışanlarının çoğunluğu mimar ve şehir plancısı olan) Plan ve Proje Müdürlüğü’ne onaylatıldığını aktarmıştır.

İlerleyen toplantılarda ise katılımcılar, tasarımlarını herkesle paylaşıp çalışmalarına devam etmişlerdir. Son aşamada, tasarımlar, ortak bir toplantıyla diğer katılımcılara sunulmuş, ardından da projelerin paftaları TAK koordinatörleri tarafından belediyeye gösterilmiştir. Belediyeden paftaları inceleyen kişiler, Plan ve Proje Müdürlüğü, Fen İşleri Müdürlüğü’, belediye başkanı ve yardımcısından oluşan beş kişilik ekipten oluşmuştur.

Ancak Güvenir, bu sürecin karar verme aşamasında, sunulan diğer projelerin kimlere ait olduğu, diğer hangi projelerin sunulmaya değer bulunduğunu bilmediğini ifade etmektedir. Ayrıca, sürecin bu evresinde, tasarım tercihinin karar verici kurum ve kişilerin bilgisi, kriterleri tasarımcıyla paylaşılmamıştır. Bu bağlamda da sunuma katılan diğer müdürlüklerin danışma kurulu olarak mı, karar verici olarak mı yer aldığına bilgisinin tasarımcı tarafından bilinmemesi, çarpıcı bulunan bir ayrıntıdır.

Bu aşamada, tesadüfen, mısır arabaları üreten Emart Makine firması, simit arabalarının kullanıcı deneyimiyle ilgili videosunu görerek, işbirliği için TAK’a gelmiştir. Ardından TAK tarafından belediyeye tanıştıran firma ile bu proje yürütülmeye başlanmıştır. Bu noktada TAK süreçten ayrılmıştır. Kanıpak, TAK’ın süreçten ayrılmamasının, “sürecin devamını görmek ve kontrol etmek açısından belki daha iyi olabilirdi,” yorumunda bulunmuştur.

Güvenir, böyle bir üretici firmanın kendiliğinden ortaya çıkması bakımından şanslı olduğunu belirtmiştir. Üreticinin tesadüfi çıkmaması durumunda, projenin uygulamaya geçip geçmeyeceğine dair kesin bir bilgi TAK ve tasarımcı tarafından bilinmemektedir.

Prototip, Kadıköy Belediye Başkanı'nın tasarım onayından sonra, yaklaşık bir buçuk ay sonunda tamamlanmış ve maliyet bilgisi çıkarılmıştır. Güvenir, üretim çiziminin hazırlanması, malzeme tedarikçisinin bulunması ve ufak detaylara karar verilmesinde üretici firma ile yoğun işbirliği içinde çalıştıklarını belirtmiştir. Prototip, üretici firma ve Güvenir tarafından; belediye başkanı ve beraberindeki fen işleri müdürü, zabıta müdürü, plan proje müdürü, emlak müdürü ve TAK ekibine Kadıköy meydanında sunulmuştur. Güvenir, bu sunumda Belediye Başkanı'nın sözlü olarak tekrar tasarım onayını verdiğini belirtmiştir. Ardından da, ilk prototipler oluşturulmuş ve simitçilere dağıtılmıştır.

Bunlara ek olarak Kanıpak, üretici firma ve belediyenin ikili anlaşma şekillerine yönelik TAK'ın ve kendisinin tam bilgisinin olmadığını söylemiştir. Buna ek olarak da belediye ve üretici firmanın ödeme şeklini kendi iç yapılarında çözdüklerini belirtmiştir. Kanıpak'ın tahminlerine göre belediye, fırıncıları arabaları almakla yükümlü tutmuş; sonuçta da, üretici firma, arabaların bedellerini fırınlardan alarak simit arabaları fırınların üzerine zimmetlemiştir.

Bu konuyla ilgili Kanıpak, Belediye'nin sorununu, ihaleye çıkılmadan hiç bir şey yapamamalarına bağlamaktadır. Belediye, bazı üretimsel ihalelerin yapılabilmesinde, fakat tasarım hizmetini ihalelendirememekte yada tasarım hizmetlerini doğrudan temin etmeleri gerekmektedir. Mevzuata göre bu tür bir hizmet sadece, ya ihale yoluyla ya da yarışmayla bedellendirilebilmektedir. Sonuç olarak da Kanıpak, şuan ki yönetimin mevzuatla ilgili bu problemi aşamadığını aktarmıştır.

Bu bilgiler ışığında yapılan çıkarıma göre, tasarımcı ve belediye arasında sözleşme olmaması sebebiyle, tasarım tescili ve tasarım bedeli süreçleri belirsiz ilerlemiştir. Bu bilgilere göre, arabaların asıl maliyeti prototip oluşturulduktan sonra ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla uygulanma kararını bağlayıcı, sözlü ilerleyen ikinci bir onay süreci daha doğmuştur. Maliyete göre uygulamaya uygun olunmaması durumunda, sürecin nasıl ilerleyeceği tekrar bir belirsizlik oluşması ihtimal dahilindedir.

Güvenir, TAK'ın işleyişinin gönüllük esasına dayalı bir girişim olduğu; fakat işleyiş belediyenin bürokratik kademelerinde uzun sürdüğünü düşünmektedir. Fakat bununla birlikte çalıştayda, bir talimatnamenin olmamasını ve tasarımcının da talimatname sürecine katılmasını sağlıklı bulmaktadır. TAK'taki tasarım sürecinin, çalıştay yürütücüleri sayesinde bilinçli ilerlediğini düşünmekte ve tasarlanacak ürünlere dair üretilmeme ihtimalinin, başlangıçta katılımcılara iletildiğini aktarmaktadır.

Kanıpak'ın kişisel fikrine göre tasarım tercihi sürecine belediyenin katılımı gerekli bir durumdur. Belediye için bir şey üretilirken, belediyenin tercih aşamasında dışarıda bırakılması uygun olmayacaktır. Fakat bunun yanında, belki ilk çalıştaydan itibaren ve talimatnamenin oluşturulması sürecine de dahil olmalarının da daha sağlıklı bir süreç sağlayacağı kanısındandır. Tasarım seçimi sürecinde belediyenin, hatta tasarımcıların da bulunabileceği görüşündedir.

Mesela “Kıyı- Köşe” projesinde tasarımcılar kendi projeleri dışında diğer arkadaşlarının projelerine bakarak oy verdiler... İlla ki jüri kurmak da gerekmiyor. Ama bence uygulayacak kişi belediye ya da başka bir firma ise onunda tasarım seçim sürecinin içinde olması lazım. İlla o kişinin tasarım profesyonel olması gerekmiyor.

Güvenir ise bu aşamaları, TAK'ın yeni bir girişim olmasına bağlayıp ve karşılıklı ilişkilerin zamanla daha oturan bir hale geleceğini belirtmiştir. Kanıpak ise bundan sonraki süreçte belediyenin mevzuat işini tasarımcının hakkının ödeneceği şekilde çözmesi gerektiğini dile getirmektedir. Tasarımlar belediye içinde yapıldığında da bu kadar yaratıcı projeler çıkamamakta, dolayısıyla dışarıdan proje temini için bir yöntem bulunması gerekmektedir. Bu da ya sponsorlarla, ya alternatif başka bir yöntemle, ya da yeni bir mevzuat yaratılarak oluşturulabilir. Fakat bu durumun çözümü, hukukçuların iş kapsamına girmektedir.

Tüm bunlara rağmen Kanıpak TAK'ın bu şekilde bir tasarım ortamı yaratabileceğini gösterdiği görüşündedir. Proje üretmekte bir sıkıntı olmamakla birlikte TAK'a yüzlerce proje ulaşmaktadır. Fakat yine kişisel görüşü, bu projeler bahsedilen nedenlerle uygulamaya geçmemesi durumu ve baştan yöntemin belirli olmaması emek kaybına yol açtığı yönündedir. Kanıpak bu durumlarda, tasarımcılara karşı TAK'ın güvenilirliği zedelenecek, tasarımcılarda tatminsizlikler ortaya çıktığını aktarmıştır. Bu durumun devam etmesi halinde Kanıpak'ın kanısına göre, TAK ya akademik üretim birimi olarak çalışmalıdır ve projelerin uygulanmayacağını herkes tarafından bilinmelidir; ya da okul fonksiyonunda bir çalışma sistemine geçebileceği görüşündedir.

Bu noktada TAK'ın önerdiği çalıştay mantığında ilerleyen bir proje süreci hem belediye için hem de katılımcıların belediye ile çalışma pratiğini geliştirmeleri açısından, kamusal alan için tasarım hizmetine yeni bir çalışma yöntemi sağlamıştır. Ancak tasarım süreci çalıştay yöntemiyle verimli ilerleyen tüm projelerden sadece biri seçilerek üretilebilecektir. Bu aşamada da tekrar kazananı olan bir yarışma mantığına dönmek durumundadır. Bu sistemde, aslında tüm projeler uzun toplantılar ve mesailer harcanarak oluşturulmuş, fakat uygulanmayan bir tasarım sürecine dönüşmüştür. Bu mekanizmada, hizmetlerin bedellendirilmemesi, tasarım profesyonellerinden çok çalıştay sürecinden kişisel portfolyolarına ve bilgi birikimlerine katkı sağlayacağını düşünen genç tasarımcılarla veya gönüllülerle çalışma sınırı getirmiştir. Bu bakımdan Kanıpak'ın, TAK'ın, mevcut şartlar altında akademi mantığında ilerlemesi fikri açıklanabilmektedir.

Çıkarımlar

- TAK kurumunun oluşturulması, hedef olarak yerellik ve katılımcı karar alma süreçlerini hedeflemesi bakımından olumlu bir gelişmedir. Ancak TAK'ın kurum olarak, özellikle projelerin uygulama aşamasındaki maddi bağımlılığı nedeniyle, daha kişiye bağlı ilerleyen belediyenin bürokratik kademeleriyle ilişkileri sistematik hale getirilememiştir.
- Uzun toplantılar ve mesailer harcanarak oluşturulan projeler için hizmetlerin bedellendirilmemesi, tasarım profesyonellerinden çok çalıştay sürecinden kişisel portfolyolarına ve bilgi birikimlerine katkı sağlayacağını düşünen genç tasarımcılarla veya gönüllülerle çalışma sınırı getirmiştir.
- Simit arabaları projesinde, şeffaflık ilkesi çalıştay süresince verimli işlemiş fakat karar vericiler ve seçim kriterleri bilgisinin tasarımcıyla paylaşılması noktasında yetersiz kalmıştır.
- Bürokratik aşamalarda karar vericilerin kişisel vizyonlarının etkisinin yanında, özerk birimlerde görevli tasarım profesyonellerinin kişisel vizyonları ve tercihleri de proje yürütmede birincil etkidedir. Bu çıkarım hakkında Kanıpak'ın değerlendirmesine göre bu konuda TAK'ın genel vizyonun ve ilkelerinin yasal olarak standartlaştırılmasına dair bir yönetmelik olmayıp mevzuat konusu hala çok belirsizdir. Bu belirsizlikler çözülmediği sürece de girişimlerin ilk yarattıkları enerjilerinden kaybedeceği kanısındadır.
- Üretim şekli ve maliyeti talimatname aşamasında içerilmelidir. Çünkü üretimin hangi imkanlarla yapılacağı tasarımı etkileyebilecek bir unsurlardandır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, yol sınırlayıcı bariyerler, kaldırım taşlarının dokusu ve kamusal alanı kullanan kişilerin tasarımına estetik dil bakımından maruz kaldığı tüm öğelerin; uygulama aşamasına gelinene kadar basitçe hangi süreçleri takip ettiği ilgisinden doğmuştur. Maruz kaldığı uygulamaların kararını, hangi kurumlarda bulunan, hangi mesleki ünvana sahip kişilerin karar verdiği ve hangi aşamada bu maruz kalınan tasarım uygulamalarının karar verme sürecine kamu olarak katılabileceği ya da katılamayacağı soruları, araştırmanın kapsamını çizmede etkili olmuştur.

Kamusal mekan, kent mobilyaları, şehir planlamaları, bağımsız tasarım projeleri bakımından inşa edilirken ya da inşa edildikten sonra, fiziksel öğelerle kamu ve tasarımcının katılımını kısıtlayacak biçimde örgütlenmektedir. Bürokratik sistemdeki kimi zaman yavaş ve hiyerarşik işleyiş, tasarım aşamasında bu kısıtlılığı doğurmaktadır. Ortaya çıkan sonuç ise Tanyeli (2005) tarafından ele alınmaktadır:

Son yıllarda İstanbul'da ve Türkiye'de yapılan hemen her parkın içi bitki ve ağaçlardan çok, kamusal amaçlı kullanım yapılarıyla doldurulmuştur. Serbestçe dolaşılacak bir zemin bile bulunmaz, kesin sınırlı yollar, yürüyüş parkurları, cepler, yapılar vs. alanı

katı bir biçimde düzene sokar. Her işlev kendisi için tanımlı alanda görülecek, kamusal mekan mimari araçlarla disipline edilecektir.

Tasarım süreçlerinin, bürokratik sistemlere bağlı işleyiş aşamalarında, tasarım yönlendirmeleri, tasarıma karar vericiler, kamunun süreçlere katılımı bakımından kişisel ilişkilere ve aktörlerin vizyonuna dayalı bir sistemle karşılaşmaktadır. Tasarımcılar tarafından karşılaşılan kimi sorunların ve avantajlı durumların proje bazlı ele alınması gerekmektedir. Fakat, kimi durumlarda bürokratik kültür ve tasarım hizmetinin süreçlerinin projeden bağımsız bir şekilde hakim olduğu görülmektedir.

TAK ve ZETAŞ gibi girişimlerin projelerinde tasarımcılar, standartlaşmamış tasarım hizmeti sisteminde pozisyonlarının muallak olduğunu fakat bahsettikleri belirli olay üzerinden, tasarımcının sürece katılabilmesi bakımından kendilerini şanslı nitelendirdiklerini belirtmişlerdir. Projenin diğer aşamalarında ise bürokratik sistemde tasarım süreçlerinin yeni karşılık bulması ve hesaplanmaması nedeniyle ortaya çıkan durumlardan bahsedilmiştir. Ancak, tasarımcı hiçbir karar verme sürecinde yetkin pozisyonda bulunmamaktadır. Diğer bir deyişle tasarım uzmanlık bilgisi olmayan aktörler tarafından nihai tasarım kararlarının alındığı söylenebilir.

Küçükerman (2001), bir şehre hava yoluyla gelip yürüdüğünüz zaman onun hangi kent olduğunu anlamak gerektiğini iletir. Çünkü ona göre kent estetiği, birincil olarak o kentte otorite olup olmadığı, ikincil olarak da kentin kendine uygun makyaj yapıp yapamadığının göstergesidir. Şentürk'ün aktarımından, ZETAŞ biriminin, mevcut bürokratik sisteminde, makyajla otoritenin ne kadar iç içe geçebileceğine de yine otoritenin karar verdiği sonucu çıkarılabilir. Buna karşın, TAK'ta ise, projenin oluşturma aşamalarında kamu katılımı ve estetik anlayışı bakımından otorite varlığını merkez almazken, makyaj seçimine karar verme aşamasına gelindiğinde, mevzuatta resmi karşılık bulamama problemine takılmaktadır. İSTON hakkında Gözlevli'nin aktarımları ise devlet otoritesine organik bağlı bir şirketin, bürokratik ilişkilerden estetik karar alma noktasında, makyajın nasıl etkilendiğini ortaya koymaktadır.

İncelenen üç örneklemin de işleyişindeki sorunlar, temel olarak kamusal alan için tasarımın, kamu hizmeti olarak bürokraside karşılık bulamaması ve standartlar üzerinden denetlenememesiyle doğrudan alakalıdır. Bu standartsızlık, TAK örneğinde talimatnamelerin tasarım disiplininin gelen kişiler tarafından oluşturulmasıyla dengelenmiş fakat halen proje yürütücülerinin kişisel vizyonuna bağlı gelişme sunmaktadır. Kanıpak'ın değerlendirmesine göre TAK'ın genel vizyonun, ilkelerinin yasal olarak standartlaştırılmasına dair bir yönetmelik yoktur. Mevzuatlardaki belirsizlikler çözemediği sürece de, yeni girişimlerin bürokratik sisteme getirdikleri yeni soluk ve enerji umut verici olsa dahi; uygulamaya geçemeyen tasarım projeleri, tasarımcının sistem içindeki teknik eleman statüsündeki

konumu ve tasarım bilincinin karar verme aşamasında kişisel bürokratik ilişkilere takılması nedeniyle sürekli kılınamayacaktır.

Notlar

[1] “Kültür Vadisi Projesi, tarihi ve kültürel varlık olarak korunması gerekli yapıların restorasyonları ilgili iyileştirme ve geliştirme projelerini kapsamaktadır.” (İstanbul Zeytinburnu Belediyesi 2014)

[2] “İSTMARİN İstanbul Büyükşehir Belediyesi kuruluşu, İSPARK bünyesinde Tekne Parkların yapımı ve işletilmesi amacıyla oluşturulan bir markadır.” (İSTMARİN 2014)

Kaynakça

- Fabiani, J. L. 2014. “Kamusal Alanda Değişimler (1983–2013).” *Erozine Magazine*. Erişim tarihi 20 Mayıs 2014. <<http://www.eurozine.com/articles/2014-06-11-fabiani-tr.html>>
- Harvey, D. 2005. “The Political Economy of Public Space.” İçinde *The Politics of Public Space*, derleyen S. Low ve N. Smith. New York: Routledge. Erişim tarihi 15 Şubat 2014. <<http://davidharvey.org/media/public.pdf>>
- İstanbul Zeytinburnu Belediyesi. 2014. “Kültür Vadisi Projesi.” Erişim tarihi 30 Mayıs 2014. <<http://www.zeytinburnu.bel.tr/Sayfa/97/projeler/kultur-vadisi-projesi.aspx>>
- İSTMARİN. 2014. “Kurumsal.” Erişim tarihi 12 Mayıs 2014. <<http://www.istmarin.com.tr/kurumsal/>>
- İSTON, 2014. *Tarihçe*. Erişim tarihi 10 Nisan 2014. <http://www.iston.com.tr/index.php?grup=42&agrup=45>
- Küçükerman, Ö. 2001. “Endüstriyel Tasarım ve Kent Estetiği.” *İstanbul Dergisi* 3.
- McCarthy, T. 1989. “Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü’nün 1989 İngilizce Baskısına Giriş”. Derleyen M. Özbek. İstanbul: Hil Yayınları.
- McCarthy, T. 1991. *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Şentürk, K. 2004. “Kamusal Alanlarda Kentsel Estetik Bağlamında Karar Vericiler: Estetik Kurullar.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Tanyeli, U. 2005. *Genişleyen Dünyada Sanat, Kent ve Siyaset: 9. Uluslararası İstanbul Bienali’nden Metinler*. İstanbul: İstanbul Kültür Sanat Vakfı.

ENDÜSTRİYEL TASARIM EĞİTİMİNDE AÇIK-KAYNAK TASARIM YÖNTEMİNİN STÜDYO DERSLERİNE UYARLANMA ÖRNEĞİ

Mine Ovacık, Yaşar Üniversitesi

Sevi Merter, Yaşar Üniversitesi

Selin Gençtürk, Yaşar Üniversitesi

Geleneksel tasarım eğitime eleştirel bir gözle baktığımızda; temelinde, stüdyo kritikleri, jüri değerlendirmesi ve sonuçta eğitmenin not verdiği, hiyerarşik, demokratik olmayan bir *eğitim* ilişkisi görüyoruz. Bu hiyerarşinin, öğrencileri edilgenleştiren bir etkileşim biçimi olduğunu düşünüyoruz. Bu etkileşimde, *öğrencinin*, eğitmenin etkenliğine ve dersin gereklerine, not sistemine bağımlı kaldığını ve edilgenleştiğini izleyebiliyoruz. Bu hiyerarşik ilişkinin olumsuz bir *öğrenci psikolojisi yarattığını*; kavrayışın, katılımın, yaratıcılığın, sorgulamanın ve üretkenliğin bastırıldığını *gözlemliyoruz* ve deneyimliyoruz. Son yıllarda, ortak yaratıcılık (*collective creativity*) ve açık-kaynak tasarım (*open-source design*) yöntemleri, tasarım eğitimi almamış kişilerin katılımıyla tasarım sürecini demokratikleştiren yeni bir yapı olarak tasarım pratiğinde hızla yerini alıyor. Tasarımcının, ürünü kullanıcı için tasarladığı ve ürettiği, tek yönlü klasik tasarım sürecinin hiyerarşik yapısını eleştirerek ortaya çıkan bir oluşum deniyor. Bu yöntemde, tasarımcı olmayanların tanınmamış, konuşulmamış veya duyulmamış duygu, düşünce, ihtiyaç ve taleplerinin çeşitli araç ve metotlarla paylaşılarak sürece dahil edildiği tasarım uygulamaları gerçekleşiyor. Bu çalışmanın amacı, demokratik yapıya sahip açık-kaynak tasarım yönteminin, tasarım eğitime uyarlandığında eğitime nasıl bir katkı sağlayabileceğini araştırmaktır. Bu amaçla çalışma, gerçekleştirilmiş bir üniversite-sanayi işbirliği, ikinci sınıf ürün tasarımı stüdyosu projesinin sürecini ve sonuçlarını değerlendirerek konuyu tartışmaya açar. Fikir geliştirme süreci, eğitmenler, öğrenciler ve firma ekibinin ortak katılımıyla, stüdyo içinde yüz yüze ve stüdyo dışındaysa bir sosyal medya kanalında, kapalı bir grupta yürütülmüştür. Tasarım fikirleri ortak bir havuzda toplanmış ve seçilen fikirler tasarım sürecinde stüdyoda birlikte geliştirilmiştir. Sonuç olarak, stüdyo eğitimi demokratikleştirme çabasıyla denenilen “bir açık-kaynak tasarım stüdyosu” modelini oluşturan projenin, amacı, hedefleri, araştırma ve tasarım süreçleri, iletişim, değerlendirme ve not ölçütlerini kapsar ve açık-kaynak tasarım stüdyosu için yapılacak ileri çalışmalar üzerine önerileri tartışmaya açar.

Anahtar Kelimeler: Ürün tasarımı eğitimi, ortak-yaratıcılık/tasarım, açık-kaynak tasarım, eğitimin demokratikleşmesi, katılımcı tasarım

Tasarım Eğitiminde Demokrasi Eksikliği

Geleneksel tasarım sürecinde, bir tasarım problemine yönelik fikir geliştiren, çözüm önerileri sunan bir – veya birkaç – tasarımcı vardır. Kullanıcılar ve diğer disiplinlerdeki uzmanlar, tasarım sürecinde tasarımcı kadar etkin değildir. Kullanıcı, sadece tasarım araştırması sırasında bir gözlem kaynağı olarak değerlendirilir. Kullanıcıyla ilgili bilgilerse inceleme kaynağıdır. Tasarımcı, kullanıcı adına bilgiyi değerlendirip, kullanıcı için karar verir. Bu, hiyerarşik, demokratik olmayan bir ilişkidir. Tasarımcıların yetiştirildiği eğitimde de hiyerarşik bir ilişki söz konusudur. Geleneksel tasarım eğitiminde, eğitimci-öğrenci arasındaki ilişki ne kadar demokratiktir? Bu ilişkide jüri, öğrenci-tasarımcının çözüm önerilerine kritik verir, değerlendirir ve not verir. Not verme işi, notu eğitmenin belirlediği tek yönlü bir sistemdir: Öğrenci yapar, eğitmen değerlendirir. Jürinin sorgulayıcı – bazen yargılayıcı – doğası ve iletişim biçimi, yaratıcı süreci olumsuz etkiler. Öğrencilerin jüri önünde baskı altında hissettiği gözlemlenir ve öğrenciler tarafından sıkça dile getirilir. Öğrencilerin tasarım sürecinde özgürleşemediği, eğitimcilerin beklentilerini yerine getirme ve estetik zevklerini tatmin etme yanılışına düştükleri görülür. Bu durum, tasarımın yaratıcı doğasıyla eğitimi arasında bir çelişki yaratır. Öğrencinin üzerinde, yüksek not alma ve “başarılı” olma baskısı oluşur ve böylece öğrenci edilgen bir rol edinir. Bu da, tasarım stüdyolarında demokratik olmayan bir ilişkinin varlığına işaret eder. Bu demokrasi eksikliği, öğrenci çalışmalarına ve rollerine yansıdığı gibi, profesyonel hayatlarda tasarım sürecine de yansır.

Öte yandan, ürün tasarımı eğitiminde, öğrencinin edindiği bilgi, beceri ve yaptığı tasarımlar bireysel olarak değerlendirilir. İşbirliğiyle gerçekleşen grup projelerine veya ortak tasarım örneklerine nadiren rastlanır. Ders kapsamında gerçekleştirilen grup projelerinde, grup içi işbirliği ve iletişimin tasarım sürecinde problemli konular olduğu bilinir. Eğitimde süregelen bireyselliğin, tasarım pratiğinde kullanıcı adına karar veren ve uygulayan tasarımcı rolünün benzerliğinin eğitim odaklı olduğu söylenebilir.

Ürün tasarımı eğitiminde stüdyo derslerinde, öğrenci ve eğitmen arasındaki hiyerarşik ilişki nasıl demokratikleştirilebilir? “Açık-kaynak tasarım” yöntemi eğitime uyarlanırsa, öğrenci ve eğitmen arasındaki ilişkinin demokratikleşmesine ve ortak tasarım üretimine ne kadar katkı sağlanabilir?

Yaratıcılık üç bilişsel kabiliyete ayrılır: (1) farkına varma becerisi, (2) problemi yeniden yapılandırma ve (3) yöntemsel bilgi (Akın 1990). Eğitimde bir tasarım öğrencisinin karar verme becerilerini geliştirmesi, tarzını ve mesleki anlayışını yapılandırması öncelikli bir konudur. Hem tasarım kuramı hem de tasarım pratiğine dair yeni yöntemler üretilmesi, tasarım mesleği için önemlidir. Eğitim süresince öğrenciler meslekle ilişkili düşünme ve çalışma yöntemleriyle donatılır. Bu yöntemleri deneyimlemeleri, gelecekteki kendi tasarım yaklaşım, yöntem ve araçlarını bilinçli olarak seçip uygulamalarını sağlar (Lyte 2009).

Tasarım eğitiminde stüdyo dersleri, öğrencilerin yaratıcı becerilerini arttırabildikleri, yaratıcı düşünme araç ve yöntemlerini kullanabildikleri ortamlardır. Öğrenciler burada, yaratıcı tasarım süreci yönetimini, tasarım araç ve yöntemlerini öğrenir. Ancak “çoğu eğitimin yaratıcılığı baskılama eğilimi olduğu” belirtilir (Lytle 2009). Bu eğilim, hiç şüphesiz, öğrencilerin üretkenliğini ve profesyonel becerilerini olumsuz etkiler. Yaratıcılığın baskılanması ve özgür ifade becerilerinin gelişmemesi, mesleğin geleceğini de olumsuz etkiler. Geleneksel tasarım eğitiminde, öğrenci ve eğitimci arasındaki iletişim, katı ve değişmeyen yönergeler, son teslim tarihleri, değerlendirme sistemi ve notlar, öğrencileri yaratıcı ve işbirlikçi olmaktan alıkoyar (Steers 2009). Bir öğrenci yaratıcı ve başarılı işler üretse bile, bu eğitim sisteminde dersin gerekliliklerini zamanında yerine getirebilme, ders hocasının projeye dair beklentilerini karşılayabilme ve başarıda devamlılık sağlayabilme gibi kriterler sebebiyle, öğrencinin yaratıcılığı ve öğrencinin çok sayıda deneme-yanılma ile gelişimi vb. başarının ancak kısmi bir ölçümüdür (Lytle 2009).

Buradan yola çıkarak, yeni eğitim sisteminin içeriği ve nasıl uygulanacağı, mesleğin doğasıyla ve değişen yönleriyle paralel olması, bugünün ve geleceğin profesyonel ihtiyaçlarına cevap vermesi düşünülmelidir. Dabros (2009) daha yetkin tasarımcılar yetiştirmek için iki strateji önermektedir:

1. Doğrusal bir yaklaşımdan uzaklaşıp, daha açık ve keşifçi bir öğrenim sürecinin öğretildiği bir tasarım metodolojisine yönelmek ve
2. Öğrencileri tasarım süreci boyunca pek çok disiplinden edinilen bilgi arasında bağlantı kurmaya hazırlamak.

Bauhaus’a dayanan geleneksel tasarım eğitiminde, usta-çırak ilişkisi benimsenmiştir. Kuramsal derslerde öğrenci edilgen bir rolde dinleyicidir (Li 2009). Ancak, tasarım bilgisi doğrudan aktarılan bir bilgi değildir. Donald Schön (1983; Li 2009) bu bağlamda tasarımcıyı, doğaçlama yapan, girdileri uyumlu bir performansla “eylemde yansıtan” ve bir araya getiren “yansıtıcı uygulamacı” olarak görmektedir. Stüdyo ortamları, bu anlamda, yansıtıcı uygulayıcılar olan öğrencilerin kendi tasarım stratejilerini geliştirmek üzere teşvik edildikleri ortamlardır. Burada daha sorgulayıcı olma fırsatını bulurlar ve “her şeyi sorgulayarak, tasarımcının soruya farklı açılardan bakma, yeni görüşler geliştirme girişiminde bulunurlar” (Li 2009). Aynı zamanda, öğrencinin kendini eleştirmesi de önemlidir. Bu da bugünün değişen tasarım eğitim sisteminde eleştiri ve tasarım ölçütlerinin yalnızca eğitimcilerin sorumluluğunda olmayıp herkesin sorumluluğu olmasını, ortak katılımı ve işbirliğini gündeme getirir.

Eğitimde açık-kaynak tasarımla, sınıfta yürütülen tasarımların sanal ortamda paylaşılarak yürütüldüğü bir sistemden söz edilir. Bu sistemin iletişimi olumlu yönde etkileyeceğine inanıldığı gibi, özgüven ve farkındalığın katılımı ile artacağı, öğrencinin etken ve söz sahibi olacağı öngörülür. Bu yöntemin, ortaklık ve işbirliği

anlayışıyla, tasarımın yeni yönelimiyle de uyum içinde olacağı tahmin edilir. Ancak Lahti'nin (2008) belirttiği gibi “diğerlerinin eylemlerini ve tasarım çıktılarını gözlemlemek ya da aynı konular üzerinde tartışmak, bir eylemi ortak yapmaz”. Bu nedenle, eylemin amaçları ve katılımcıların birbiriyle bağlantılarının tanınmasının yapılması gerekir.

Açık-kaynak, analiz, uygulama ve dokümantasyonun katılımcılar tarafından gerçekleştirildiği bir yapıdır. Tasarım eğitiminde açık-kaynak, araştırma sonuçlarının, gözlemlerin, eskizlerin ve prototiplerin paylaşımını, karşılıklı eleştiri yapılmasını ve eğitimcinin proje lideri değil, yalnızca süreci yönlendiren bir gözlemci olarak yeni rolünü beraberinde getirir. Buralarda, ortaklık doğrudan görülmez, ancak işbirliğini sağlamak için sunulan yaratıcı yöntem ve araçlarla oluşturulabilir (Lahti 2008).

Açık-Kaynak Tasarım

Son yıllarda, ürün tasarımında ortak tasarım veya açık-kaynak tasarım uygulamaları yaygınlaşmaya başladı. Ortak tasarım etkinliği, tasarıma ilgisi olan, farklı bilgi birikimine ve yaşam deneyimine sahip, tasarım eğitimi almış ya da almadı kişilerle katılımıyla sürüyor. Bu yöntemle bireyler, fikir paylaşımını ve ortak-yaratıcılığın ürünlerini ve çözümlerini çevrimiçi platformlarda üretiyorlar ve paylaşıyorlar. OpenIdeo, Quirky, Kickstarter vb. platformlar, sözü edilen bu ortamlardan birkaçıdır. Bu ve benzeri sanal ortamlarda, sunulan tasarım problemlerine yönelik çözüm önerileri ortaya atılıp tartışılıyor ve geliştiriliyor. Bir havuzda toplanan fikirler seçilip eleniyor. En çok puan alan fikirler geliştirilerek ürünlere dönüşüyor (OpenIdeo 2014; Quirky 2014; Kickstarter 2014). Kısaca tasarım sürecini açıkladığımız açık-kaynak tasarımın, farklı bilgi birikimi ve deneyimlerin işbirliğini kabul eden yapısıyla demokratik ve geleneksel tasarım anlayışını yıkan, herkesin tasarımcı rolünde olduğu, “çok ortaklı çözüm üretme” biçimiyle *adhokratik* bir yapıya sahip olduğunu söyleyebiliriz.

İletişim teknolojilerinin gelişimiyle ortaya çıkan açık-kaynak tasarım pratiği, kolektif, katılımcılara sınırsız kaynak ve fikir paylaşımı olanağı sağlayan bir pratiktir. Bu platformlarda ortak olarak “tasarım sürecinin şeffaf, iyi dokümente edilmiş ve çevrimiçi olarak herkese açık olduğu” görülür (Paulini vd. 2010). Amaç, daha yaratıcı ve etkileşime açık bir tasarım deneyimi sağlamak için motivasyonu arttırmaktır. Dolayısıyla tasarım disiplinlerarası bir süreç içerir (Granath 1991).

Geleneksel tasarımda araştırma verileri, kullanıcıdan gelen bilgi olmaksızın, tasarımcılar tarafından oluşturulur. Ortak, katılımcı yaklaşımdaysa amaç, tasarımcı olmayan katılımcıların düşünce ve fikirlerini ifade etmelerini ve tasarımcıların düşüncelerinden etkilenmeden aktif bir biçimde sürece katkıda bulunmalarını sağlamaktır. Buna ek olarak, ortak tasarımda katılımcılar, rollerini ve katkı seviyelerini kendileri belirler ve katılım süreleri kendiliğinden organize edilir. OpenIdeo[1], bu konuda en iyi bilinen örneklerden biridir (OpenIdeo 2014).

Anlaşıldığı üzere, ortak tasarım platformları, tasarım sürecinde herhangi bir katılımcının, bir diğerrinin boşluğunu doldurduğu girişken bir alan sağlar. Örneğin, OpenIdeo’da katılımcılar OpenIdeo uzmanlarının fikirleriyle de birleşerek eksik bilgiye sahip oldukları alanlarda desteklenirler. Bu durum, bir projeyi ya da fikri, bir grubun ürünü haline getirir. Burada tasarım, birbiriyle örtüşen ya da birbirinden farklı uzmanlık alanlarına hitap eden ve birbirine bağlı farklı konuları içerir. Ana fikir, bir tasarım problemine yönelik en iyi çözümü sunmak için, farklı disiplinlere ve kültürel altyapılara ait bakış açılarını bir araya getirmektir (Sonnewald 1996).

Bu çalışmaya konu olan projede OpenIdeo’dan ilham alınarak oluşturulan bir tasarım süreci denenmiştir.

Stüdyo G3

Stüdyo G3, Yaşar Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü ile Viking Kağıt ve Selüloz A.Ş. adlı firma arasında gerçekleşen bir üniversite-sanayi işbirliği projesidir. İkinci sınıf öğrenci-tasarımcıların firma ekibiyle işbirliği yaptığı, firma için tasarlanacak ürünün potansiyel kullanıcılarının da tasarım sürecine katıldığı ve öğrencilerin bu süreçte etkin rol almalarını teşvik edecek bir ‘açık-kaynak tasarım’ stüdyosu dersi modeli deneyidir.

Bu çalışmada, öğrenci-tasarımcıların, bir tasarım problemi için yaratıcı ve yenilikçi tasarım çözümleri üretirken;

1. Öz güvenlerinin artması,
2. Eğitimde etkin rol alabilmeleri ve
3. Profesyonel firma ekibiyle işbirliği yaparken, tasarımcı rolünü, ortak yaratıcılık ve açık-kaynak tasarım yönetimiyle deneyimlemeleri hedeflenmiştir.

Tasarım sürecinde, yaratıcılığı sekteye uğratan yargılayıcı ve yıkıcı eleştiriler yerine, yapıcı eleştiri ile üretkenliği ve yaratıcılığı teşvik eden iletişim yöntemlerine odaklanılmıştır.

Bu projenin akademik kurgusunda, tasarım öğrencileri, kullanıcı grubu ve firmanın pazarlama, Ar-Ge ve üretim departmanları arasında bir tasarım diyalektiği oluşturabilecek, bir üniversite-sanayi işbirliği projesi seçilmiştir. Çalışma sonucunda, projenin süreci ve sonuçları sunulacak, ortak yaratıcılık ve işbirliği projelerinin tasarım eğitimindeki etkileri tartışılacaktır.

14 kişiden oluşan öğrenci-tasarımcı ekibi, Viking Kağıt pazarlama, Ar-Ge ve üretim ekibiyle işbirliği yaptığı tasarım oluşumunu Stüdyo G3 olarak adlandırmıştır. Stüdyo G3’ü oluşturan Endüstriyel Tasarım Bölümü ikinci sınıf öğrencileri[2] bu on haftalık proje üzerinde, 2013 bahar döneminde, bir öğretim üyesi[3] ve iki araştırma görevlisinin yürütücülüğünde çalışmıştır. İzmir’de kağıt temizlik ürünleri üreten firmanın pazarlama departmanının tasarım talebi ve ihtiyaç tanımıyla

proje başlamış ve tasarım ihtiyacının Stüdyo G3 ve firma ekibiyle birlikte analiz edilip tartışılmasından sonra yapılan Aliağa'daki fabrika gezisinde üretimin incelenmesinin ardından, yaratıcı süreç haftalık görüşmeler ve sanal ortamda kurulan iletişimiyle sürdürülmüştür.

Bu projenin amacı;

1. Tasarım eğitimi sürecinde, profesyonel ilişkiler çerçevesinde gerçekleştirilen bir tasarım projesinde öğrenci-tasarımcıların araştırma ve tasarlama deneyimi kazanması,
2. Katılımcı odaklı bir stüdyo ortamı yaratarak demokratik bir çalışma ortamı sağlanması,
3. Ortak tasarım/yaratıcılık yöntemleri çerçevesinde “karşılıklı etkileşimin” yüksek olduğu bir tasarım çözümü üretme süreciyle firmanın tasarım ihtiyacının sağlanmasıdır.

Projenin konusu ise Z katlama kağıt havlu kullanımı için düşük maliyetli, satış sırasında ürünün ambalajıyla kullanıcıya hediye edilecek bir havlu aparatıdır.

Bu amaçlar doğrultusunda “ortak” kelimesi, birden çok insan ve nesnenin katılımıyla oluşan ve onlara özgü anlamına gelmektedir (TDK 2013). Ortaklık, bir bütünün bağımsız, ancak birbiriyle ilişkili bileşenlerinin topluluğu ve bir amaç ya da işlev için bir araya gelmeleri olarak tanımlanır (Parjanen 2012).

Bu çalışmadaki tasarım sürecinde ortaklık kavramı, sektörde, pazarlama, Ar-Ge, üretim ve tasarım gibi farklı altyapılara ilişkin farklı bilgilere sahip olan uzmanların, tasarımcı grubuyla (Stüdyo G3) bir araya gelip çeşitli fikirler öne sürerek ve en iyi çözüm için mümkün olan en olumlu biçimde değerlendirmeler yaparak yaratıcı düşünce ve yöntemlerle bir tasarım problemine çözüm(ler) üretmesidir.

Hargadon ve Beckhy'e (2006) göre ortak yaratıcılık, bir bireyin yaratıcı çözüm geliştirmek için yeterli bilgiye sahip olmadığı ve yaratıcı çözüm potansiyelinin birçok katılımcının konu ile ilgili becerilerine gereksinim duyduğu durumlarda ortaya çıkar. Bir kişi, bir problemi çözmeye yönelik yeterli bilgiye sahip olup olmadığının farkında olmayabilirken, bir diğer kişi potansiyel olarak değerli bir fikre sahip olup bunun değerinin farkında olmayabilmektedir.

Bu projede, tasarım bilgi ve becerisinin, yaratıcı problem çözme ve araştırma yöntemlerinin, pazarlama ve üretim bilgi, becerileriyle birleşmesi sonucu bir “ortaklıktan” söz edilebilir. Stüdyo G3, projeye tasarım araştırmalarıyla başlamış ve çalıştığı ürün üzerinden yaptığı pazar araştırması, patent araştırması, rakip firma ürünleri üzerine yapılan araştırmalar sırasında, topladığı görsel ve sözel bilgiyi, tasarım açısından analiz edip değerlendirerek firma yetkilileriyle paylaşmıştır. Bu masa başı araştırmalarına ek olarak yapılan alan çalışmalarında, hedef kitlenin araştırma sürecine katılımı sağlanmış ve yapılan röportaj, anket ve gözlemler, video ve fotoğraflar aracılığıyla ekibe sunulmuştur. Tartışmalar sırasında üretim ve

pazarlama alanından gelen bilgi ve deneyimlerin Stüdyo G3 ile paylaşımı, ürün tasarım sürecine yönelirken, ekip içindeki etkileşimin ilk aşamalarını oluşturdu.

Stüdyo G3 ve Açık-Kaynak Tasarım

Tıpkı açık-kaynak tasarımda olduğu gibi, Stüdyo G3 çalışması, öğrencilerin, ders yürütücüleri ve firma yetkililerinin çevrimiçi bir platformda buluştukları, etkin bir tasarım sürecine dönüştürüldü. Stüdyo G3 üyelerinin, Y jenerasyonuna ait gençler olması ve sosyal medyada oluşturdukları çevreyle yoğun iletişimde bulunmaları sebebiyle, Facebook projenin iletişim platformu olarak tercih edildi. Amaç, yüz yüze çalışmaların dışında, katılımcıların birbirlerine yaratıcı, eleştirel katkılarda bulunmalarını çevrimiçi olarak sağlamaktır. Zaman ve mekan kısıtı olmaksızın, görsel ve sözel paylaşım sağlandı. Facebook'ta oluşturulan kapalı grup sayesinde, eğitmenler, öğrenciler kolay ve esnek biçimde gönderimleri paylaşarak sınırsız kaynaklara erişme fırsatı bulurken, firma ekibiyle iletişim ve öğrenci çalışmalarının takibi sınıf dışında da sürdürüldü. Böylece, sanal ortamda sınıf içi bir veri tabanı oluşturuldu. Geleneksel eğitim sisteminin aksine, bilgileri dağıtma, paylaşma ve depolama daha hızlı ve kolay hale geldi.

Tasarım araştırmalarının ardından, ürün geliştirme süreci, yaratıcı problem çözme tekniklerine başlandı. Beyin fırtınası, akıl haritası vb. yöntemlerle geliştirilen, ortalama kişi başı beş fikir önerisi, eskizlerle görselleştirilerek stüdyoda sunuldu. Böylece, yaklaşık 70 fikrin yer aldığı bir havuz oluşturuldu. Ortak havuzdaki tüm fikirlerin Stüdyo G3'e ait olduğunu kabul ederek, firma ekibiyle tartışarak "yapılabilirlik, yaratıcılık ve yenilikçilik" ölçütleriyle fikirler seçildi. Ön plana çıkmayan fikirler, yeri geldiğinde Stüdyo G3'ün tüm üyelerince kullanılabilecek, dönüştürülebilecek, geliştirilebilecek fikirler olarak korundu. Dolayısıyla, "ortak havuz" yöntemi, fikir aidiyetinin gruba ait olduğu, katılımcıların motivasyonunu arttırarak ortak ve etkileşime açık bir çalışmayı sağladı. Bu süreç, Stüdyo G3'ü tasarım geliştirme ve modelleme aşamasına yöneltti. Etkileşim ve iletişimle süren ürün geliştirme süreci, sonuçta, Stüdyo G3 ve o ürünü sonuca ulaştıran öğrencinin adını taşıyan on dört ürünün sunumuyla tamamlandı. Bunlar arasından üç ürün, "kullanıcı testi" sürecine girecek ürün olarak belirlendi. Firmanın tanımlandığı tasarım ihtiyacına karşılık öncelikli üç ve takip eden on bir ürün tasarımı bu projenin çıktıları oldu.

Stüdyo G3 Çalışmasına Geri Bildirim

Stüdyo derslerinde her ne kadar yeni bir yöntem denense de mevcut sistem belli tarihleri, not girişlerinin yapılmasını gerektirmektedir. Bu çerçevede, değerlendirme (ara jüriler ve final jüri) ve not verme işi, öğrencilerle kararlaştırılarak ön koşullar belirlendi: "Bu projenin temel aşamalarını gerçekleştiren, katılımı sağlayan ve sonuçta en az bir çıktı (tasarım) sağlayan her öğrenci-tasarımcının notu; geçer not: 60 olarak belirlendi. Bunun üzerine her geliştirilen fikirle, verilen katkı, gösterilen çabanın bu değer üzerine ekleneceği kabul edildi. Böylece; not baskısı

ya da “başarı” korkusunun süreci olumsuz etkilememesi için karşılıklı bir anlaşmayla bir önlem alındı.

Ayrıca, stüdyo ortamında öğrencilerin ürettikleri, hem akademisyenler hem de profesyoneller tarafından yapıcı eleştirilerle desteklendi. Bu çalışmada öğrenci-tasarımcılar, eğitmenler ve firma ekibi, projenin ortakları olarak tüm süreci beraber değerlendirdi. Bu yaklaşım sayesinde, ara jüri ve final jürilerinde stüdyoda olumlu bir sinerji meydana geldi: Sunulan fikirleri geliştirmek, iyileştirmek ve sonuçta her ortak birbirini en iyi sonuca ulaşma konusunda cesaretlendirdi. Öğrencilerin ilk kez deneyimlediği bu jüri ortamı, yapıcı bir atmosfere dönüştü.

Stüdyo G3 Üzerine Gözlem ve Değerlendirmeler

Burada sunulacak gözlem ve değerlendirmeler, ortak ekibin parçası olan proje yürütücüleri tarafından, proje süresince öğrencilerle yapılan birebir ve grup halindeki görüşmelere ve yürütücülerin daha önceki stüdyo deneyimleriyle karşılaştırılarak yapılan gözlemlere dayanır. Bu çalışmada, tatmin edici ve verimli sonuçlar elde edildiği kadar birkaç kısıtlamayla da karşılaşıldı:

Stüdyo G3, 14 kişilik küçük bir çalışma grubundan oluştuğu için grup üyelerinin birbirlerinin yaklaşımlarını ve çalışma tarzlarını tanımaları dolayısıyla proje süresince yaptıkları çalışmalar birbirlerinden hem farklı ve hem de özgün nitelikler gösterdi.

Stüdyo G3, birbirlerini eleştirme sürecinde sınıftaki arkadaşlık ilişkilerinin zarar görmesinden çekindiklerini, bu yüzden eleştirirken güçlük çektiklerini aktardılar. Birbirini kırma, kaybetme korkusunu aşabilmek için proje yürütücülerinin rehberliğine ihtiyaç duyular. Eleştirmenin yıkıcı olacağı düşüncesiyle, arkadaşlık bağlarını ve duygusal yakınlıklarını ön planda tutarak, yorum yaparken, birbirlerini eleştirirken oldukça dikkatli yaklaşımları, tutuk ifadeleri olduğu gözlemlendi.

Öğrencilerin proje süresince rehberliğe sıkça ihtiyaç duydukları bir diğer konuya, proje yönetimi konusu oldu. İkinci sınıf seviyesindeki bilgi ve becerileriyle proje yönetimini bir ileri seviyede deneyimlediler. Bu konuda zorlandılar.

Facebook, öğrencilerle etkin iletişim kurmak ve süreci gözetmek için kullanışlı bir yol oldu. Çalışmanın başlarında, kapalı gruptaki etkileşim ve iletişimin çekici ve motive edici bir etki yarattığı öğrenciler tarafından belirtildi. Bilgi ve çalışmaların paylaşılması yönünde teşvik edici bir araç oldu. Fakat bu paylaşımlar bir süre sonra öğrenciler tarafından sıkıcı bulunmaya başlandı. Ayrıca, günlük sosyal medya kullanımları dersin bir parçası haline geldi. Şikayetlerden, motivasyonun azaldığı tespit edildi. Bu tespitle, proje yürütücüleri teşvik edici ve dikkat çekici bir takım videolar, fotoğraflar, metinler, sloganlar paylaşarak öğrencilere destek vermeyi denedi. Bu yaklaşım sayesinde öğrenciler, yüz yüze eğitime ek olarak sanal ortamın daha esnek ve motive edici olmasından hoşnut kaldıklarını fakat her yapıları sanal ortama aktarmanın fazla bir iş yükünü getirdiğini dile getirdi.

Firma ekibinin, öğrencilere cesaret verici yaklaşımları, yapıcı eleştirilerinin yanında, üretim, pazarlama gibi farklı disiplinlerin ticari sorumlulukla paylaştığı fikirlerin öğrenciler tarafından zaman zaman anlaşılması güç oldu. Tasarımcı yaklaşımının, ticari ölçütlerle ve yenilikçi çözümle buluşması öğrenciler için oldukça zor bir süreçti.

Öğrencinin bireysel çalışmaya alışık olduğu, kendi adına yarattığı ürünleri sunduğu süreçten farklı olan “çok ortaklı çalışma”, süreçte bir takım çekinceler yarattı. Fikirlerin ortak havuzda biriktirilmesi şöyle bir soruyu getirdi: Her bir öğrencinin ürettiği fikir, verdiği emek nasıl değerlendirilecekti? On haftanın sonunda seçilecek üç tasarımın, ürünün – üretildiği taktirde – tasarımcısı kim olacaktı? Ürün satılırken üzerinde kimin ismi yazılacaktı? Bu ortak çalışmada rekabet ortamı bulunduğundan, kişilerin fikirlerini paylaşmakta çekindikleri gözlemlendi. Böylece, her çıkacak sonuç ürünün tasarımcısı olarak bir ortak isim ve seçilen ürünü son aşamaya taşıyan öğrencinin isminin yazılması kararı alındı. Bu sayede, tasarım ekibinin ismi, çalışılan mekanın ismi tıpkı bir tasarım ofisinin markası gibi Stüdyo G3 olarak kararlaştırıldı. Ürün satılırken ürünün üzerine “Stüdyo G3”, tasarımcı adı, soyadı, bölümün de ismiyle yer alacaktı.

Proje sonunda, üç ürün seçilmiş ve diğer 11 tasarımısa firma ekibi tarafından, gelecek vaat eden, ileride firma tarafından kullanılabilir ürünler olarak değerlendirildi.

Sonuç

Bu stüdyo modeli deneyinde, profesyonel tasarım dünyasının eğitime uyarlanması denenmiştir. Proje sürecindeki iletişim, etkileşim ve tasarım etkinliğinde “kapalı-devre açık-kaynak tasarım” yöntemi önerilmiştir. Açık-kaynak tasarımdan esinlenen ve ona öykünen bu deney gerek üniversite gerekse firma ekibinin deneyim ve bilgilerinin alışverişiyle problem çözümü sürecini verimli kılmıştır. Bu deneysel yaklaşım sonucunda tasarım eğitimine dair şu noktalar gelecek çalışmalara konu olarak sunulmaktadır:

1. Akademisyen ve öğrenci ilişkisinin ve rollerin yeniden tanımlanması gereğiyle, ortak tasarım üzerine geniş kapsamlı ve ileri seviyelerde çalışmalar yapılması,
2. Disiplinlerarası çalışmaların gerçekleşebilmesi için bölümler arası işbirlikleriyle, tasarım çözümlerinin zenginleşmesi,
3. Eğitimde disiplinlerarası ortak tasarım çalışmaları için yeni araçlar, sanal ortamlar geliştirilmesi,
4. Tasarım stüdyosu dersinin, okul ortamından çıkarılarak bir semestr boyunca 14 hafta yerine blok bir zaman olarak 14-15 günde yapılması.

Son olarak, açık-kaynak tasarım ve ortak tasarım/yaratıcılık, yenilikçi bir tasarım eğitimi kurgusu için bir perspektif yaratmaktadır. Eğitimde etkileşimin güçlen-

mesi için beslenilebilecek bu kaynaklar, tartışmaya ve geliştirmeye değer konular arasında yerini almaktadır.

Notlar

[1] OpenIdeo “tasarımı, yenilikçi düşünmeyi teşvik etmek için bir dizi bağlama uygulanabilecek bir süreç olarak ele almaktadır” (Paulini vd. 2010). Hem profesyonel hem amatör tasarımcılar, internet sitesi üzerinden tasarım sürecine katılmaktadırlar. Tüm katılımcılar, her aşaması istatistiki olarak ölçümlenen ve takip edilen tasarım sürecine sürekli olarak katkıda bulunurken, profesyoneller ise süreci yönlendirip, katılımcıların fikirlerine geri dönüşler ile sürece dahil olmaktadır. Aynı zamanda Paulini ve diğerlerinin belirttiğine göre:

OpenIdeo, proje tanımını belirleyen finansal sponsorlarla işbirliğine, örneğin dezavantajlı kırsal toplumlarda anne sağlığını arttırmak üzere teknoloji kullanımı için yeni yollar bulmaya önem verir. Bu platform, altyapı araştırmasını sağlamak, fikir önerilerinde bulunmak ve önerilen çözümleri onaylayıp değerlendirmek için katkıda bulunan kişiler topluluğundan faydalanır. Kazanan duyurulmadan önce, topluluk tarafından en çok oy alan konseptler, işletme için uygulanabilirlik ve teknolojik fizibilite için bir uzman panel tarafından değerlendirilir. (2010, 4)

[2] Alev Tenker, Aslı Çalışkan, Begüm Uygur, Bengisu Günay, Ekin Ergin, Ezgi Habip, Gizem Pirinççiler, Hazal Işık, Hale Zorlu, Murathan Bostancı, Selen Koyunoğlu, Tuğçe Semiz, Özgün Özenir, Zehra Betül Güler.

[3] Yrd. Doç. Dr.

Kaynakça

- Akın, Ömer. 1990. “Necessary Conditions for Design Expertise and Creativity.” *Design Studies* 11(2):107-113.
- Dabros, D. 2009. “Re-Creating Design Education.” *İçinde Design Education 2050: The Changing Shape Of Design Education*, 91-95.
- Granath, Jan Å. 1991. “Architecture, Technology and Human Factors: Design in A Socio-Technical Context.” Doktora tezi, Chalmers University of Technology.
- Hargadon, Andrew B. ve Beth A. Bechky. 2006. “When Collections of Creatives Become Creative Collectives: A Field Study of Problem Solving at Work.” *Organization Science* 17(4):484-500.
- Kickstarter, 2014. “Discover Projects.” Erişim 14 Temmuz 2014. <<https://www.kickstarter.com/discover?ref=nav>>
- Lahti, Henna. 2008. “Collaborative Design in a Virtual Learning Environment.” Yayınlanmamış doktora tezi, Helsinki Üniversitesi.

- Li, C. L. 2009. "The Reflective Environment." İçinde *Design Education 2050: The Changing Shape Of Design Education*, 32-37.
- Lytle, M. 2009. "Equipped to Compete in Design 2050." İçinde *Design Education 2050: The Changing Shape Of Design Education*, 76-81.
- OpenIdeo, 2014. "How it Works." Erişim 14 Temmuz 2014. <<https://openideo.com/content/how-it-works>>
- Parjanen, Satu. 2012. "Creating Possibilities for Collective Creativity: Brokerage Functions in Practice-Based Innovation." Yayınlanmamış doktora tezi, Lappeenranta Teknoloji Üniversitesi.
- Paulini, Mercedes, Paul Murthy ve Mary Lou Maher. 2010. "Understanding Collective Design Communication in Open Innovation Communities." Yayınlanmak üzere *CoDesign International Journal Of CoCreation in Design and the Arts*.
- Schön, Donald A. 1990. *Educating the Reflective Practitioner: Toward a New Design for Teaching and Learning In The Professions*. San Francisco, California: Jossey-Bass.
- Schön, Donald A. 1983. *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. New York, NY: Basic Books Inc.
- Sonnewald, Diane H. 1996. "Communication Roles that Support Collaboration During the Design Process." *Design Studies* 17:277-301.
- Steers, John. 2009. "Creativity: Delusions, Realities, Opportunities and Challenges." *Jade* 28(2):126-138.
- Türk Dil Kurumu (TDK). 2011-2012. *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara.
- Quirky. 2014. "Invent." Erişim tarihi 14 Temmuz 2014. <<https://www.quirky.com/invent>>

TASARIM AKTİVİZMİ OLARAK KATILIMCI TASARIM VE TASARIMCININ KATILIM DENEYİMİ: ODTÜ ASİSTAN DAYANIŞMASI ÖRNEĞİ

Sedef Süner, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Harun Kaygan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Anaakım siyasetten kentsel politikaya, eğitimden tasarıma kadar pek çok mecrada tartışıl-gelmiş olan katılım kavramı, “karar alma süreçlerinin paydaşlarla paylaşılması vasıtasıyla demokrasinin tesisi” olarak tanımlanıyor. Ancak Bill Cooke ve Uma Kothari’nin tiranlık, Markus Miessen’in ise sahte bir romantizm ve kabus olarak yorumladığı katılım olgusunu, katılan ve katılıma davet edenler arasındaki iktidar biçimini sorgulamadan, muktedirin sunduğu seçenekleri “uzlaşma” yanılgısıyla meşrulaştırması şeklinde de okumak mümkün. Tasarım alanına baktığımızda, “kullanıcı odaklılık” ekseninde kullanıcıların karar alma süreçlerine dahil edilmesi biçimindeki iyimser yaklaşımın baskın olduğunu görüyoruz. Yöntem olarak kullanıcıların küçük ölçekte tasarım ekiplerine dahil olarak bilgileriyle katkıda bulunduğu kurguların ötesine gitmeyen katılımcı deneyimler, rol dağılımı açısından sorgulanmıyor, “meşrulaştırma” eleştirisinden de nasiplenmiyor; dahası, alternatif yöntem arayışları da pek yaygın değil. Tasarım aktivizmi (Fuad-Luke) yahut politik tasarım (DiSalvo) ile katılımın kesiştiği nokta, hem katılımın farklı düzeylerinde katılımcıların rolü, hem de politik bir alanda tasarımın ve tasarımcının rolü üzerine farklı bakış açıları sunabilir. Tasarımcının da bu politik mücadelenin öznesi ve doğrudan parçası olduğu bir alanda, tasarımda katılım ve tasarımla katılımın dönüşümünün deneyimlenmesi mümkün olacaktır. Bu bildiride, bir tasarımcının bir lisansüstü tasarım dersi kapsamında gerçekleştirilen bir projeyi yürütmesi ve aynı üniversitedeki Asistan Dayanışması’na dahil olması üzerinden katılımın farklı düzey ve biçimlerdeki deneyimleri tartışılıyor.

Anahtar Kelimeler: Katılımcı tasarım, tasarım aktivizmi, politik tasarım

Katılımcı Yaklaşımlar ve Tasarımda Katılım

Tasarım alanlarının gündemine bugün katılım fikrinin geri döndüğünü gözlemliyoruz. Kullanıcıların tasarım süreçlerine – ya doğrudan karar alma süreçlerinde rol oynayarak ya da dolaylı bir biçimde bilgi ve deneyimlerini sunarak – dahil edildiği tasarım ve tasarım araştırması pratiklerini tariflerken sıklıkla “katılımcı tasarım”, “birlikte tasarım” (*co-design*) gibi kavramlar ve “yerel katılım” (*community participation*) gibi fikirlerden söz ediliyor. Öyle ki yakın tarihli bir çalışmada Robertson ve Simonsen (2012, 3, çeviri bizim) katılımcı tasarım kavramını

en geniş haliyle “insan ihtiyaçlarına daha iyi cevap vermelerinin sağlanması amacıyla araçların, ürünlerin, çevrenin, işletmelerin ve toplumsal kurumların ‘birlikte tasarım’ süreçlerine insanların dahil edilmesi” olarak tanımlıyorlar.

Katılım kavramının kaynağı sayılabilecek kalkınma literatürüne bakılacak olursa, katılım olgusu 1940’lardan bugüne giderek dönüşen farklı kuramsal ve uygulamaya dönük yaklaşımlara işaret etmektedir. Geçmişten bugüne kırsaldan kente, merkezilikten yerelliğe, vatandaşlık görevinden vatandaşlık hakkına ve komünitelerden sivil topluma doğru özne ve biçimleri dönüşmekte olan katılımcı yaklaşımların popülerleşmesi beraberinde eleştirileri de getirmiştir (Hickey ve Mohan 2004). Sözelimi, Cooke ve Kothari (2001) katılımcı yaklaşımların karar alma süreçleri, uygulama teknikleri ve söylemi itibarıyla bir “tiranlık” rejimi olduğunu söylemektedir. Bireyleri karar mekanizmasına dahil ettiği için bir demokrasi pratiği olduğu vurgulanan katılımcı yaklaşımlarda katılıma davet eden, katılımcıları belirleyen ve bu katılımcılara seçenekler sunarak mutabakat bekleyen projeler, aslında iktidarın bölüşümü ve katılımın temsiliyeti gibi konularda hayli sorunludur. Markus Miessen’in (2010) benzer eleştirisine bakılırsa, mutabakata dayalı katılımcı yaklaşımlarda, kolaylaştırıcının (*facilitator*) fiziksel olmayan bir şiddeti ve manipülasyonu söz konusudur.

Mutabakata dayalı katılıma getirilen bu eleştiri noktasında, siyaset bilimci Chantal Mouffe’un (2000) müzakereci demokrasi anlayışına karşı önerdiği “çekişmeli çoğulculuk” (*agonistic pluralism*) kavramına değinilebilir. Buna göre toplumun belli kesimlerini dışlamadan ve ötekileştirmeden mutabakat sağlamak mümkün değildir. Hiçbir zaman tam anlamıyla mutabakat sağlanamayacağına göre, demokrasinin amacı çekişmeleri (*agonism*) ortadan kaldırmaya çalışmak yerine, onların varlığına olanak sağlamak olmalıdır. Tam da bu noktada Miessen’in (2010) önerisi çekişmeli (*agonistic*) bir katılımdan; yani, bireylerin ve grupların katılım alanına teklifsizce sızma ve bu alanda bir aktör olma mücadelesinden yanadır.

Tasarımda katılımcı yaklaşımların başlangıç noktası olarak 1960’lar İskandinav’ında sendikal bir mücadele olan “işyerinde demokrasi hareketi”ne işaret edilir, zira 1970’lerde, gelişmekte olan bilişim teknolojilerinin iş koşullarında yarattığı dönüşümler doğrultusunda son kullanıcıların ihtiyaçlarına göre şekillendirilmesine yönelik çalışmalar İskandinav’da yapılmıştır (Bjerknes ve Bratteteig 1995). Bu çalışmalardaki temel saik, basitçe bilişim sistemlerinin daha “kullanıcı dostu” haline getirilmesi değildi: Bilgisayar tabanlı sistemlerin yaygınlaşmasıyla birlikte işçilerin bu sistemleri daha vasıflı kullanabilmeleri, üretimde kontrollerinin azalmasının önüne geçilmesi, dolayısıyla yönetimin üretim üzerindeki hiyerarşik düzenlemelerinin engellenmesi ve işçilerin karar mekanizmalarına dahil olarak yönetim karşısında güçlenmesi amaçlanıyordu (Kensing ve Blomberg 1998).

1980’lerde durgun bir dönem geçiren katılımcı tasarım tartışmaları sonraki on yılda bilhassa Bilgi ve İletişim Sistemleri (BİT) alanında canlandı ve günümüzdeki yaygınlık ve önemine erişti. Bugün tasarım alanında da diğer alanlarda olduğu

gibi katılımcı yaklaşımların temel motivasyonu, paydaşlar arasında eşit söz hakkı ve karşılıklı bilgi alışverişidir. Katılımcı tasarımı diğer kullanıcı odaklı yaklaşımlardan ayıran en önemli özellik, kullanıcının tasarım sürecine mümkün olduğunca doğrudan katılımıdır. Buna göre, tasarlanacak ürünlerin potansiyel kullanıcılarının karar mekanizmasında söz sahibi olması süreci demokratikleştirmekle kalmayacak, kullanıcının özgün bilgisi sayesinde daha kabul edilir tasarım çözümlerine de ulaştıracaktır (Robertson ve Simonsen 2012; Bjögvinnsson, Ehn ve Hillgren 2012).

Ancak, yukarıda değindiğimiz ve mimarlık alanında Miessen'in (2010), sanat alanında Claire Bishop'ın (2011) ve deneyim tasarımı alanında Mahmoud Keshavarz'ın (2012) tartıştığı üzere, tasarımda da katılımcı yaklaşımların ana akım uygulamalarında katılım kavramı – söz hakkı tanıma, demokratik ve şeffaf süreç, özgün bilginin işletilmesi gibi söylemlerle birlikte – öncelikle bir meşrulaştırma aracıdır. Carnegie Mellon Üniversitesi'nden Profesör Jodi Forlizzi'nin 22 Mayıs 2013'te ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yaptığı konuşmada kendisine yöneltilen bir soru üzerine belirttiği gibi, mevcut projeler 1960'ların İskandinavya'sının tersine, katılımın politik işlevinden çok kullanıcının bilgi ve deneyiminden ürün geliştirmede faydalanılması noktasına odaklanmaktadır.

Aksi bir yönelim için katılım kavramının, tasarımın siyaseti ve iktidar ilişkileriyle kesişimlerinin tartışılabilirdiği tasarım aktivizmi ve politik tasarım literatürüne bakmak faydalı olacaktır.

Tasarım Aktivizmi ve Politik Tasarım

Tasarımın bir aktivizm olarak ele alınması görece yeni bir konudur. Tasarımı aktivizm bağlamında değerlendirmenin zorluğu Thorpe'a (2008) göre bu alanın çerçevesini çizecek bir eylem repertuarı ya da tipolojisinin eksikliğinden ve tasarımcıların ürüne değişim değeri katan ticari aktörler olduğu şeklindeki geleneksel bakış açısından kaynaklanır. Thorpe sosyoloji literatüründen hareketle aktivizmi “dezavantajlı gruplar lehine değişimi teşvik etmek amacıyla bilinçli bir eylemlilik” olarak tanımlar (2008, 2). Fuad-Luke da (2009) benzer şekilde aktivizmin varolan anlam, değer ve amaçları bozarak yenileriyle değiştirmeyi amaçladığını belirtir. Buna göre tasarım aktivizmi, anaakım anlatının karşısında bir karşı-anlatı üretmekle değişim ve dönüşümün olasılıklarını dile getirir.

Markussen'e (2013) göre tasarım, var olan iktidar ve otorite sistemlerini bozarak eleştirel bir farkındalık yaratabilecek politik potansiyele sahiptir; tasarımın direniş gücü boykot, grev ve gösteri gibi geleneksel eylemlilik biçimlerinden öte, insanların hayatlarına sızabilme potansiyelinden gelir. Tasarım, sanat aktivizminde olduğu gibi, insanların süregelen davranışları ile bu davranışlar hakkındaki hissiyatları arasında bir ilişki kurabilir. Bu durumda tasarım aktivizmini hem siyasi aktivizmden hem de sanat aktivizminden ayıran nokta, mikro-politik ve estetik

boyutları bir araya getirerek insanların yaptıklarıyla hissettikleri arasındaki boşluğu müzakereye açma biçimidir (2013, 39).

Tasarım aktivizmi literatüründe ön plana çıkan ortak nokta, tasarım aktivizminin dezavantajlıdan yana bir eylemlilik olarak betimlenmiş olmasıdır. Mevcut iktidar ilişkilerini sorgulayan, sorgulatan ve bunlara kafa tutan her eylem politiktir. DiSalvo'nun (2010) "politika için tasarım" ve "politik tasarım" ayrımı, tam da bu politik olanı ayırt etmede faydalı olacaktır. Buna göre, politika için tasarım (*design for politics*) mevcut iktidar araçlarını işler kılmak için faaliyet gösterir (yurttaşları oy kullanmaya davet eden kampanyalar gibi). Politik tasarım (*political design*) ise, tasarım aracılığıyla mevcut iktidar ilişkilerini ifşa etmeyi ve bunlara karşı muhalefet ve çekişme alanları açmayı hedefleyerek, genel geçer pratiklere ve söylemlere karşı yeni yörüngeler çizer. Nitekim DiSalvo'nun (2012), Mouffe'un demokrasilerde hiçbir zaman mutabakat sağlanamayacağı fikrinden hareketle öne sürdüğü "muhalefet tasarımı" (*adversarial design*) kavramı, tasarımın kendine içkin politik özelliklerini ve potansiyelini ortaya çıkararak çekişmeyi etkin kılmayı, politik ifade ve eylemlilik için yeni fırsatlar yaratmayı amaçlar. DiSalvo'ya göre muhalif tasarım özünde katılımcı bir pratiktir. Katılımcı tasarım olgusu, ortaya çıkışı itibarıyla zaten politiktir. Muhalefet tasarımı da politik meseleleri araştırıp ifade etme işini belli gruplarla birlikte kolektif bir biçimde gerçekleştirmesi sebebiyle katılımcıdır.

Columbia Üniversitesi'nde bulunan Mekansal Bilgi Tasarım Laboratuvarı'nda (*Spatial Information Design Lab*) Laura Kurgan liderliğinde geliştirilen Milyon Dolarlık Bloklar (*Million Dollar Blocks*) projesi politik tasarıma örnek olarak gösterilebilir. Proje, suçun nerelerde işlendiği sorusuna değil, hapishane nüfusunun nerelerden geldiği sorusuna odaklanarak suça ilişkin veriyi beklenmedik ve daha önce sorgulanmadık bir şekilde yorumluyor. Bu veriyi görselleştiren haritalar, tutuklu nüfusunun orantısız bir şekilde belli semtlerden geldiğini ortaya koyuyor. Milyon dolarları bulan tutukluluk maliyetlerine de dikkat çeken proje, aynı zamanda bu semtlerde hapsedmenin en pahalı denetim aracı haline geldiğini gösteriyor (*Spatial Information Design Lab* 2006).

Tasarımda alternatif bir katılıma örnek olarak ise, Mahmoud Keshavarz'ın düzenlemiş olduğu Direniş Biçimleri (*Forms of Resistance*) projesi gösterilebilir. İran ve İsveç'te kadın aktivistlerle gerçekleştirilen bu proje, kadına yönelik şiddet ve kayıt dışı kadın emeği gibi politik konuları ele alarak bir ifade aracı sağlamayı hedefler. Keshavarz bunun için, Tahran ve Gothenburg'da kadınlar ve aktivistler tarafından düzenlenen çalıştaylardan çıkan bireysel öyküleri ve fotoğrafları üçüncü bir izleyici grubuna sunar, onların da kendi öykülerini anlatmalarına aracı olur. "Serbest çeviri" (*free translation*) adını verdiği ve öyküleri mümkün olduğunca sadeleştirerek aktardığı yöntemle, izleyiciler kendilerinden önceki katılımcılarca oluşturulan içeriği "yeniden yazarak" üretirler (Keshavarz 2012; Keshavarz ve Mazé 2013). Direniş Biçimleri projesini farklı kılan, hem ele aldığı konu ve ifade

alanı açtığı kesim itibarıyla politik olması hem de konvansiyonel katılımcı tasarım pratiklerinden farklı olarak, tasarımcı lehine olan bilgiye dayalı hiyerarşiyi bozmuş olmasıdır: Uzlaşmaya dayalı bir katılım önermediğinden tasarımcıyı da bir yürütücü ya da kolaylaştırıcı olarak özneleştirmez.

Sonuç olarak, katılımcılık ve katılımcı tasarım düşüncesinin ve bu kapsamda sunulan mevcut tasarım pratiklerinin tasarım aktivizmi ve politik tasarım alanındaki tartışma ve önerilerle birlikte düşünülmesi, hem tasarımın *sonuçlarının* politik etkilerini hem de tasarım *süreçlerinin* politik açıdan ima ettiklerini tartışmaya açmamızı sağlayabilir. Burada, her iki açıdan da tasarımcının diğer paydaşlarla beraber tasarım süreçlerine katılımının nasıl biçimlendiği, özellikle de tasarımcının politik pratiğin içerisinde ne şekilde özneleştiği sorusu önem kazanıyor. Bir sonraki bölümde bu özneleşme sorununu, bir tasarımcının politik bir süreçte rol aldığı bir vaka çalışması üzerinden örneklendirerek tartışacağız.

Vaka Çalışması: Asistan Dayanışması

2013 bahar döneminde, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde Harun Kaygan ve Osman Şişman (Anadolu Üniversitesi) tarafından yürütülen Tasarım Eleştirisi II (*Critique of Design II*) isimli lisansüstü dersinin konusu, siyaset biliminde radikal demokrasi tartışmaları ve yeni materyalist teoriler ışığında katılımcı tasarım kavramının eleştirisiydi. Dersin ilk aşamasında ilgili konularda, yoğunlukla teorik okumalar yapıldı. İkinci aşamada öğrenciler katılımcı tasarım bağlamında, kendi seçtikleri konularda birer araştırma yürüttü: ODTÜ öğrencilerinin kampüs içi gündelik hayatlarında siyasi katılım ve katılma pratikleri (Yekta Bakırlıoğlu), ODTÜ kampüsü içinde gözetlemeye yönelik düzenlemeler ve karşı pratikler (Pinar Özdemir), katılımcı tasarım örneklerinde tasarımcı-kullanıcı hiyerarşisi (Efe Alpay) ve IKEA’nın kendin-yap mobilyaları üzerinden katılımcı kullanıcı anlayışı (Nur Yıldırım). Bildirinin ilk yazarı, projesinde, zaten dahil olduğu bir sürecin, ODTÜ Asistan Dayanışması sürecinin eleştirisine odaklandı. Araştırma, eleştiri ve müdahaleler önce ilgili aktörleri, stratejileri, maddi çevreyi, söylemleri vs. içeren birer “harita” olarak sunuldu. Dersin son aşamasında mevcut pratikleri sorguya açan projeler gerçekleştirildi.

Bu yazıda Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde araştırma görevlisi olan yazarın Asistan Dayanışması sürecinde gerçekleşen propaganda tasarımı deneyimleri hem grup içi roller hem de kurum içi güç dengeleri bağlamında tartışılacaktır. Araştırmada, araştırmacının sürece dair kendi deneyimleri, bir kişisel anlatı (*personal narrative*) olarak sunulmuş ve analiz edilmiştir. Pinar Kaygan (2013), endüstri ürünleri tasarımı mesleği bağlamında mesleki deneyimlerin ve kurumsal ilişkilerin anlaşılmasında anlatıların ve hikayeleştirerek anlatmanın rolüne dikkat çeker. Otobiyografik anlatının, özel bir anlatı türü olarak, bilhassa feminist araştırmada ortak deneyimleri ve bu deneyimlere yansıyan güç ilişkilerini anlamlandırmada önemli bir başlangıç noktası olduğu kabul edilir (Cotteril and Letherby 1993; Personal Narrative Group 1989). Bu bağlamda, çalışma kapsamında aynı

zamanda oluşumun farklı katılımcılarıyla yapılmış olan video-röportajlar, bu bildiriye yansıtılmamıştır. Bunun sebebi, katılımcı tasarım deneyiminde öncelikli olarak tasarımcının alışılmalı olan yönetici, yönlendirici rollerinin dışında bir özneleşme arayışının ve süreçte karşılaşılan zorlukların, tasarımcının kendi bakışından yansıtılmaya çalışılmasıdır. Tasarımcının deneyimine dair ifadeleri alıntı olarak verilecektir.

ODTÜ Asistan Dayanışması, Türkiye’deki pek çok üniversiteyle eş zamanlı olarak, araştırma görevlilerinin eğitim ve çalışma sorunlarına odaklanan bir taban hareketi şeklinde ortaya çıktı. 2012 yılından itibaren faaliyet gösteren oluşumun amacı, hem Yükseköğretim Kurulu yasası hem de ODTÜ senato kararlarından doğan görev süresi, iş güvencesi, izin ve barınma hakları gibi konularda araştırma görevlilerinin yaşadığı çeşitli hak ihlallerinin tanınırlığı ve bilinirliği ile bu sorunların çözümünde araştırma görevlilerinin doğrudan rol almasını sağlamaktır.

O dönemde pek çok üniversitede araştırma görevlileri iş güvencesi talebiyle örgütlenmeye başlamıştı. Fakülteden araştırma görevlisi bir arkadaşım kendi çevresinden tanıdığı iş arkadaşlarına bu konuyla ilgili toplu bir e-posta yazmış ve toplanma çağrısında bulunmuştu. Ben de bu ilk e-postanın alıcıları içerisindeydim. Fakülte içerisindeki tartışma çok kısa sürede bireysel kanallarla diğer fakültelerdeki asistanlara da ulaşmaya başlayınca, tartışma platformu olarak toplantılara başladık. Hemen iletişim amaçlı bir e-posta grubu ve bir de Facebook grubu kuruldu. Ama asıl karar mercii haftalık yapılan toplantılardı. İlk tartışmaların amacı daha çok, farklı kadrolarda istihdam edilmekte olan araştırma görevlilerinin sorunlarını paylaşmak, dolayısıyla birbirimizin sorunlarına aşina olmaktır.

İlk aşamada sorunların bilinirliği ve taleplerin tanınırlığı için farklı iletişim kanallarını kullanma ihtiyacı doğdu. Bizim bölüm içerisinde toplantıları en düzenli olarak takip eden bendim. Bu sebeple, afiş ve çıkartma tasarlanması gibi fikirler ortaya çıkınca, bu işe gönüllü oldum. Tartışılmalı sorunların, estetik ve anlaşılır bir dille hedef kitleye aktarılması gerekiyordu. Bir örnek yapıp gruba attım, tartışıldı ve yeni sloganlar önerildi. Logo örnekleri tasarladım. Aslında bir nevi kurumsal kimlik çalışması demek çok da yanlış olmaz. Amaç hem görsel hem de politik olarak belli bir ifade dili oluşturmaktır. Tüm bu süreçte ve devamında da tartışmalar çoğunlukla içeriğe ve politik dile yönelik olurken, görsel dile dair yorumlar yalnızca renk önerileri şeklinde oluyordu.

Tartışmalar sonucunda tasarımlar tamamlandı ve sıra çıktı almaya geldi. Bu konuda da sorumluluğu ben aldım, çünkü aramızda kimse daha önce çıkartma baskısı almamıştı. Bu şekilde aramızda oluşturduğumuz para havuzu da benim sorumluluğumda olmuş oldu. İçeriğe karar verildikçe ben görselleri hazırlayıp çıktıkları alıyordum, toplantıda aramızda bölüşüp asıyorduk.

Görsel dilin oluşmasıyla sosyal medyayı da kullanmak anlamlı hale geldi. Sosyal medya görsel ağırlıklı çalıştığı için, Facebook ve Twitter hesaplarını da ben açtım ve dayanışmadan birkaç arkadaşla birlikte yürütmeye başladık. Ama görselleri hazırlayan ben olduğum için, herhangi bir etkinliğin duyurusu yapılacağına çoğunlukla ben paylaşıyordum.

Anlatıya bakıldığında hedef kitlenin bilgilendirilmesi ve desteğinin sağlanması için afiş, çıkartma, sosyal medya grubu gibi propaganda araçlarının topluca belir-

lendiği, ancak anlatıcının, çalıştığı bölüm ve bunun ima ettiği mesleki deneyim nedeniyle bireysel sorumluluk aldığı görülüyor. Tasarımcının bir “grafik tasarımcı” olmaması bu aşamada sorun yaratmamış, aksine daha genel geçer kabul edilen tasarımcı bilgileri (grafik tasarım programları kullanmak, çıktı almak) ve becerileri (temel tasarım, tasarım süreci planlama) öne çıkmış. Ayrıca, tasarımcının kendi mesleki beklentileri, yine mesleğe özgü kavram ve ifadelerle vurgulanmış: Dayanışma’nın bir kimlik kazanması gerekliliği, mesajın “estetik ve anlaşılır bir dille” aktarımı fikri gibi.

Sürecin başlarında herkes birbirini tanımaya çalıştığı için, hemen herkes her konu ile ilgileniyordu. Taleplerin belirlenmesi, randevu alınması, etkinlik organizasyonları, görsel materyaller de dahil olmak üzere herkes görüş bildiriyor ve uzun tartışmalar oluyordu. Ben başından beri bu tür tartışmalara dahil olmakla birlikte, tasarımcı olarak yaptığım katkıdan tatmin oluyordum. İçerik konusunda karar alındıktan sonra işin teknik kısmı kalıyordu sadece.

Zamanla grup içerisindeki roller sabitleşmeye başladı. Örneğin bazıları metin yazımıyla uğraşıyor, bazıları diğer üniversitelerin asistan dayanışmalarıyla iletişimi sağlıyor, bazıları ise Rektörlük’le yapılan görüşmeleri takip ediyordu. Bu görevlerin benimsenmesiyle birlikte, benim “tasarımcı” rolüm de iyice pekişmiş oldu. Kolektif karar alma, yerini bireysel inisiyatiflere bırakmaya başlamıştı. Örneğin toplantıda bahsi geçen bir durum üzerine ben afiş ya da Facebook duyurusu hazırlayıp paylaşıyordum ya da yapılacak bir etkinlik için görsel malzeme gerekliyse bana telefonla “sipariş” ediliyordu. Ya da o anki gündem neyse, ona dair yapılacak çalışmalar için birileri gönüllü oluyordu ve ufak çalışma grupları halinde çalışıyorduk.

Grubun kurumsallaşmasıyla birlikte rollerin sabitlenmesi, sürece katılan anlatıcının pozisyonunda da tasarımcılığın öne çıkmasına neden oluyor. Bu, mesleki tatmin getirse de tasarımcı tarafından istenen bir durum değil; çünkü tasarımcı gruba görünür bir katkı sunuyor olsa da, bu katkının ilk zamanlardaki kadar kolektif bir şekilde üretilmediğinin farkında. Bu durum, tasarımcıya geleneksel olarak atfedilen yeterliklere dair bir soruyu getiriyor: Tasarımcının katıldığı süreçlerde yeterliklerin heterojen olarak dağılmış olması durumu, katılımcıların görsel tasarımla eşleştirilen işleri tercih etmemesi, bunlara gönüllü olmaması gibi şekillerde deneyimlenerek onu belirli rollere doğru sürüklüyor mu? Öte yandan, tasarım sürecine dahil olan katılımcı sayısı azalmış olsa da esnek ve değişken grupların oluşmuş olması, katılımcı sürecin işlemekte olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Dönem içerisinde almakta olduğum bir lisansüstü derste katılım kavramını inceleyerek bir dönem sonu projesi yapmamız bekleniyordu. Dayanışma’nın iyi bir araştırma konusu olabileceğini düşündüm ve proje olarak bazı “taktiksel haritalar” yapmaya karar verdim. Dönem sonu yaklaşmaya başlayınca, dersin çıktısı olarak yapılacak çalışmayı da detaylandırmak gerekiyordu. Haritalar daha çok dersin gereklilikleri olduğu için, inisiyatif almam gerekliydi. Zaten dayanışma içerisinde belli kişiler nispeten ön plana çıkmaya başladığı için çekirdek bir kadro oluşmaya başlamıştı. Taktiksel haritaların içeriğini oluşturan aktörleri ve konumlarını bu daha küçük grupla Facebook mesajlaşmaları üzerinden ve denk geldiğimiz ortamlarda tartışmaya başladık (Resim 1). Daha

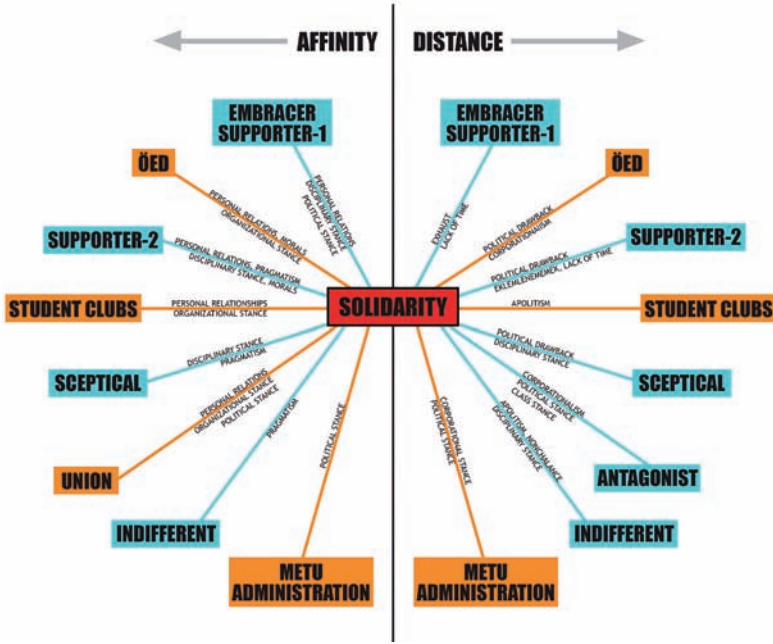
sonra ben bunları harita olarak görselleştirdim (Resim 2). Buradan yola çıkarak kimlere nasıl ulaşabileceğimizi netleştirmeye çalışıyorduk. Birkaç öneri içerisinde “Heykelleri konuşurma” projesi en çok kabul gören oldu. Bu proje, kampüsün uğrak noktalarında bulunan büstlerin boynuna birer kağıt asarak, büstleri bu kişilerin ağızından asistan sorunlarına dair “konuşturmak”tı.

Ancak bu noktadan sonra karar verme süreci değişmeye başladı. Öncelikle, dönem sonu geldiği için herkesin bireysel çalışmaları yoğunlaşmaya başladı. Bir yandan da Rektörlük tarafından aylardır oyalanıyor olmamız biraz yılgınlık yaratmıştı. Buna ek olarak, bu çalışmanın birinin “dersi için” yapılıyor olması, sorumluluğu biraz benim üzerime bırakıyordu. Dolayısıyla bu süreçte sıklıkla inisiyatif almak ve süreci “yönetmek” durumunda kaldım. Diğer asistanların çok vaktini almamak için işleri nasıl hem kolaylaştırıp hem de mümkün olduğunca katılımı özendirebileceğimi düşünürken, aklıma daha önceki Facebook mesajlaşmalarıyla karar alma sürecimiz geldi. Tüm kampüsü dolaşıp potansiyel noktaların fotoğraflarını çektim ve bir Facebook grubu kurarak fotoğrafları yükledim. Bu platform üzerinden çoğunluğu bilim insanı olan bu büstler hakkında bulduğumuz bilgileri paylaşıp, bu kişinin ağızından asistan sorunlarına dair esprili bir dille neler söyletebileceğimizi tartıştık. Daha sonra bir çalıştay düzenleyerek gelen önerileri finalize ettik.

Öte yandan benim ders projesine yönelik kaygılarım ile grubunkiler yer yer uyuşmadı. Örneğin heykel projesi pek çok kişiyi heyecanlandırmasına rağmen, konvansiyonel olmayan bir yöntemdi ve zaman zaman marjinalleşmeye başladığımı hissediyordum. Bu hissiyatım, daha sonra yine ders için dayanışma üyeleriyle yaptığım görüşmelerde de pekişti. Projeyi mümkün olduğunca dayanışmanın çıkarlarına yönelik kurgulanmış olmamıza rağmen, bunun benim “ders projem” olması çok ön plandaydı. Tıpkı herhangi bir katılımcı tasarım projesinde, asıl amacın belli bir çıktı elde etmek olması gibi. Sürecin başlarındaki heyecanlı, kolektif çalışmalar bitmişti ve görsel propaganda yönelik herhangi bir konuda grup içinde “Sedef de şunu halleder” yaklaşımı başlamıştı. Sürecin “katılımcı” işlemesi konusunda ısrar eder noktaya gelmişim ve bu zaman zaman mü-kemmeliyetçi tasarımcı kaprisi gibi algılanıyordu.



Resim 1. Facebook mesajlaşması aracılığıyla aktörlerin tartışılması



Resim 2. Aktör haritalama örneği



Resim 3. Facebook grubu aracılığıyla içeriklerin kolektif olarak belirlenmesi

Dayanışma sürecinin bir kısmının bir ders kapsamında raporlanması, diğer kişilerin sürece katılımını azaltmakla beraber, tasarımcının süreci katılımcı bir süreç olarak kurguladığını; sahiplik, sorumluluk ve iş yükünü paylaştırmaya çalıştığını görüyoruz. Aktörlerin fikirleri sadece tamamlanmış propaganda ürünlerini onaylatmak için alınmıyor, bilakis, sürecin tümüne dair aktif bir şekilde fikir üretmeye davet ediliyorlar. Yüz yüze toplantıların yanı sıra sosyal medya, sürecin başından itibaren sadece bir iletişim platformu değil, katılımcı sürecin taşıyıcısı bir mecra olarak işliyor (Resim 3).

Öte yandan tasarımcının, istemeden de olsa kendini yönetici ve uzlaştırıcı pozisyonunda bulduğunu belirtmeli, yani tam da katılımcı tasarıma dair eleştirilerin yöneldiği pozisyonda: “Tıpkı herhangi bir katılımcı tasarım projesinde, asıl amacın belli bir çıktı elde etmek olması gibi.” Sonuç olarak, tasarımcının “sürece katılan tasarımcıdan” “katılımı sağlayan tasarımcıya” evrildiğini, önceleri tasarıma ve tasarım uygulamasına dair sorumluluklar alırken ilerleyen aşamalarda adeta mesleki pratiğinin bir parçası olarak (katılımcı) süreç yönetimine dair becerilerinin öne çıktığını görüyoruz.

Sonuç

Bahsi geçen projede, katılımcı tasarım süreci, katılımcı rolleri ve iktidar ilişkilerine yönelik eleştiriler göz önünde bulundurularak, alternatif bir katılımcı pratik hedeflendiği açık. Tasarımcının bu grubun doğal bir üyesi olması ve diğer üyelerle sürekli bir sosyal ilişkisinin bulunması sebebiyle, görece daha demokratik bir paydaşlık süreci sağlandığı söylenebilir. Ancak zamanla grup içerisinde rollerin kemikleşmesi sonucu, diğer katılımcıların tasarımcıdan belli beklentilerinin oluşmaya başladığını ve tasarımcının da bu rolü – isteyerek ya da istemeyerek – benimsemek durumunda kaldığını görüyoruz. Bu durumun temel sebebi, belki de, katılımcı grubun kendi gündemine sahip bağımsız bir oluşum olmasıdır.

Tam bu noktada katılımın bir başka düzeyine odaklanmak aydınlatıcı olacaktır. Bahsi geçen Asistan Dayanışması, öncelikle farklı kurumsal aktörler arasında varlık mücadelesi veren bir oluşumdur. Bu sebeple, oluşumun kampüs içi ve dışı platformlarda akademik gündeme katılımı ön planda olmuştur. Dolayısıyla tasarım sürecindeki katılım, bir ürün çıktısı hedeflenerek düzenlenen katılımcı süreçlerden hayli farklıdır. Burada tasarım ürünleri amaç değil, grubun bu iç ve dış platformlarda katılımını sağlamak üzere geliştirilen birer araçtır.

Tasarımcının rolü açısından irdelendiğinde, bilgiye dayalı hiyerarşi bu çalışmada da gözlenmekte. Ancak tasarımcının iradesi dışında grup üyelerince onaylanarak yeniden üretilen bu hiyerarşi, belli kararların dayatılması şeklinde değil, kimi konularda tasarımcının daha çok sorumluluk alması ve işbölümüne dayalı bir işbirliğinin amaçlanması şeklinde zuhur ediyor.

Katılımcı tasarım pratiklerine yönelik eleştirilerden yola çıkarak genel geçer bir katılım formülü önermek bu bildirinin amacı değil. Zaten bunun için yeterli ampirik veriye de sahip değiliz. Çalışmada kurgulanan katılım yöntemleri ve tasarımcının özneleşmesine ilişkin tartışmalar, tamamen bu vakaya özgü. Yine de bu tartışmalar, katılımın amacı, süreci ve bu süreçte tasarımcının rolü üzerine farklı soruları gündeme getiriyor; alternatif bir katılımcı sürecin nasıl kurgulanabileceğine dair bir fikir veriyor.

Teşekkürler

Bu çalışmada bir yazar olarak yer almayan ancak çalışmanın yürütüldüğü dersi veren ve çalışmanın kendisini fikir ve eleştirileriyle yönlendiren Osman Şişman'a teşekkürü borç biliriz.

Kaynakça

- Bishop, Claire. 2011. "Participation and Spectacle". "Living as Form" projesi kapsamında çevrimiçi ders, *Creative Time*, Cooper Union, New York, Mayıs 2011.
- Bjerknes, Gro ve Toni Bratteteig. 1995. "User Participation and Democracy. A Discussion of Scandinavian Research on System Development." *Scandinavian Journal of Information Systems* 7(1):73-98.
- Bjögvinsson Erling, Pelle Ehn ve Per-Anders Hillgren. 2012. "Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges." *Design Issues* 28(3):101-116.
- Cooke, Bill ve Uma Kothari. 2001. "The Case for Participation as Tyranny". *İçinde Participation: The New Tyranny?*, derleyen Bill Cooke ve Uma Kothari, 1-15. Londra ve New York: Zed Books.
- Cotteril, Pamela ve Gayle Letherby. 1993. "Weaving Stories: Personal Auto/Biographies in Feminist Research." *Sociology* 27(1):67-79.
- DiSalvo, Carl. 2010. "Design, Democracy and Agonistic Pluralism." *İçinde Design Research Society International Conference Bildiriler Kitabı*, 7-9 Temmuz, Montréal Üniversitesi.
- DiSalvo, Carl. 2012. *Adversarial Design*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Fuad-Luke, Alastair. 2009. *Design Activism: Beautiful Strangeness for Sustainable World*. Londra: Earthscan.
- Hickey, Samuel ve Giles Mohan. 2004. "Towards Participation as Transformation: Critical Themes and Challenges". *İçinde Participation: From Tyranny to Transformation? Exploring New Approaches to Participation in Deve-*

- lopment*, derleyen Samuel Hickey ve Giles Mohan, 3-24. Londra ve New York: Zed Books.
- Kaygan, Pınar. 2013. "Understanding the Role of Organizations in the Occupational Status of Industrial Designers through the Exploration of Dress and Appearance Norms." *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi* 30(2):35-54.
- Kensing, Finn ve Jeanette Blomberg. 1998. "Participatory Design: Issues and Concerns." *Computer Supported Cooperative Work* 7:167-185.
- Keshavarz, Mahmoud. 2012. "'Free Translation' as Critical Method in Socio-Political Design actions". İçinde *HUMAN CITIES Symposium: Civil Society Reclaims Public Space: Cross Perspective Based on Research Bildiriler Kitabı*, derleyen Rafaella Houlstan-Hasaerts, Biba Tominc, Matej Nikšič ve Barbara Goličnik Marušić, 77-83. Ljubljana: Urbani Izziv.
- Keshavarz, Mahmoud ve Ramia Mazé. 2013. "Design and Dissensus." *Design Philosophy Papers Journal* 1. Erişim tarihi 30 Haziran 2014. <http://desphilosophy.com/dpp/dpp_journal/paper1/body.html>
- Markussen, Thomas. 2011. "The Disruptive Aesthetics of Design Activism: Enacting Design Between Art and Politics." *Design Issues* 29(1):38-50.
- Miessen, Markus. 2010. *The Nightmare of Participation (Crossbench Praxis as A Mode of Criticality)*. Berlin: Sternberg Press.
- Mouffe, Chantal. 2000. "Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism." *Political Science Series*, 72. Vienna: Institute for Advanced Studies.
- Personal Narrative Group. 1989. *Interpreting Women's Lives*. Bloomington: Indiana University Press.
- Robertson, Toni ve Jesper Simonsen. 2012. "Challenges and Opportunities in Contemporary Participatory Design." *Design Issues* 28(3):3-9.
- Spatial Information Design Lab. 2006. *Architecture and Justice*. Erişim tarihi 30 Haziran 2014. http://www.spatialinformationdesignlab.org/MEDIA/PDF_04.pdf
- Thorpe, Ann. 2008. "Design Activism: A Conceptual Tool." İçinde *Changing the Change: Design, Visions, Proposals and Tools Bildiriler Kitabı*, derleyen Carla Cipolla ve Pier Paolo Peruccio. Torino: Allemandi Conference Press.

SOSYAL SORUMLULUK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

ELEKTRİKLİ EV ALETLERİ SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN TASARIM: KAYNAKLARIN VERİMLİ KULLANIMI VE ÜRÜN BAKIMI VE ONARIMI KONULARINDA TASARIMCI VE ÜRETİCİ YAKLAŞIMLARININ VE FARKINDALIĞININ ANLAŞILMASI

Yekta Bakırlioğlu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Senem Turhan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Çağla Doğan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Çevreye uygun çözümleri yaygınlaştırmak için yaşam döngüsü analizi (*life cycle assessment*) odaklı eko-tasarım yaklaşımları ürün tasarımı ve üretimi alanlarında öne çıkar. Ancak bu gelişmeler, tüketim ve kullanıcı alışkanlıkları düşünüldüğünde elektronik atık ve kaynak tüketimini ve ilgili olumsuz sosyal ve çevresel etkileri azaltamaz (Cooper 2010). Tasarım ve sürdürülebilirlik alanında yapılan çeşitli çalışmalara rağmen, daha da kısa ömürlü ürünler üretilmeye devam edilmekte ve bu durum mevcut tüketim alışkanlıklarını destekleyerek kaynakların verimli kullanılmasını engellemektedir. Ürün üretimi ve kullanımında yenilikçi bir değişim için, ürün tasarımı süreçlerini yeniden irdelleyen farklı üretim ve tüketim modelleri geliştirilmelidir. Bunun için ürün tasarım sürecinde farklı paydaşların görüş ve deneyimleri alınarak çözüm alanlarının belirlenmesi önem taşır. Elektrikli ev aletleri, tüketim ve kullanım alışkanlıklarının sürdürülebilirlik ölçütleri açısından yeterince irdelenmediği, ancak artan ürün çeşitliliği ve sayısı evlerde gittikçe yaygınlaşan bir ürün grubudur. Kullanım sırasında kaynakların tüketimi beyaz eşya, ısınma ve aydınlatma gibi diğer ürün gruplarına kıyasla görünür değildir. Ayrıca, ürünlerin düşük üretim maliyetleri nedeniyle ürün bakımı ve onarımıyla ilgili tasarım ölçütlerinin, tasarım süreçlerinin erken aşamalarına yansıyamadığı gözlenir. Bu çalışmada, belirlenen araştırma konularına odaklanarak, elektrikli ev aletleri sektöründe sürdürülebilirlik için tasarım açısından tasarımcı ve üretici yaklaşımlarının ve farkındalığının anlaşılması amacıyla, 30 ürünü içeren kapsamlı görüşmeler yapıldı. Bu görüşmelerde, ürün kullanımı sırasında kaynakların verimli kullanımı ve ürün bakımı ve onarımı konularıyla ilgili üretici ve tasarımcıların anlayış ve öncelikleri derinlemesine irdelendi. Elektrikli ev aletlerinde belli ürün gruplarının belirlenmesi çalışmanın kapsamlı şekilde yürütülmesi için önem taşıdı. Türkiye’deki tasarım ve üretim süreçleri düşünülerek proje kapsamında odaklanılan temel ürün grupları içinde mutfakta kullanılan elektrikli ev aletleri (çay makineleri, kahve makineleri, ızgara ve tost makineleri, mutfak robotları, vb.), ütüler ve elektrikli süpürgeler yer aldı. Bu bildiride her ürün grubu için tasarım müdahalesiyle ilişkilendirilen bulgu ve çıkarımlar, kaynakların verimli kullanımı, ürün bakımı ve onarımı odaklı sürdürülebilirlik ölçütleri altında bir araya getirilerek analiz edildi ve sunuldu. Aynı zamanda bu analiz, ürün gruplarının tasarım ölçütleriyle ilişkisinin kurulmasına ve problem alanlarının belirlenmesine yardımcı oldu.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik için ürün tasarımı, elektrikli ev aletleri, ürün bakımı ve onarımı, kaynakların verimli kullanımı

Giriş

Kullanıcı bilgisinden ve yerel değerlerden beslenen, ürün yaşam ömrünün uzatılması odaklı tasarım fikir geliştirme süreci (Walker 2011; Doğan ve Walker 2008; Thackara 2005), kullanıcıyı ürüne bağlayan ve kaynakların verimli kullanımını sağlayan daha etkin sürdürülebilir tasarım çözümlerinin geliştirilmesine olanak verir. Kullanım odaklı tasarım çözüm önerileri, o ürünün olası çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini azaltmakta önemli bir rol oynayabilir. İnsan faktörü göz önünde bulundurulmayan çözümlerde, kullanıcılar sürdürülebilirlik için önem kazanan davranışları benimsemeyebilirler (Lilley 2009) ve davranış değişiklikleri kısa ömürlü olabilir. Günümüzde elektrikli ev aletleri enerji verimliliği bakımından geliştirilmiş olsalar da, ev başına düşen enerji tüketimi geçmişe oranla çarpıcı bir biçimde artmıştır (Lockton vd. 2009; Energy Saving Trust 2006; Boardman vd. 2005). Bu durum, kullanıcı davranışlarının bir ürünün çevresel, ekonomik ve sosyal etkileri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koyar. Ürünün kullanımı kullanıcılar tarafından belirlense de, tasarımcılar çeşitli stratejiler kullanarak kullanıcıların davranışlarını yönlendirebilecek ve olası olumsuz etkileri azaltabilecek çözüm önerileri sunabilirler.

Elektrikli ev aletlerinde enerji tüketimi beyaz eşya, aydınlatma ve ısınma gibi ürün gruplarına göre öne çıkmaz. Öte yandan elektrikli ev aletlerinin çeşitliliği ve günlük ev işlerinde kullanım sıklığı arttığı için bu ürün grubunun ev içi enerji tüketimindeki oranı gittikçe artar (Energy Saving Trust 2012). Ancak bunun nedenlerine ve çözümlerine yönelik kapsamlı bir çalışma Türkiye’de henüz yürütülmemiştir. Çalışmaya konu olan elektrikli ev aletlerinin ürün ömrüne yönelik ise yasal bir düzenleme bulunur. Buna göre satış sonrası bakım ve onarım hizmetlerinin yedi yıl süreyle üretici veya ithalatçı şirketler tarafından desteklenmesi gerekir (T.C. Sanayi Bakanlığı 2003). Bu desteğin nasıl olabileceğine dair farklı uygulamalar vardır. Bazı firmalar teknik servis ağı yardımıyla parça değişimi yaparak ürün onarımını desteklerken, bazıları bu süreci ürünün tamamının değiştirilmesi olarak yorumlar ve uygular. Buna ek olarak ürün onarımı yerine, her yıl ortaya çıkan yeni modellerle kullanıcıların ürünlerini yenilemeleri, hammadde tüketiminin ve atık sorunun gün geçtikçe artmasına neden olur. Elektrikli ev aletlerinde kullanım sırasında kaynak tüketimi ve ürün ömrünün uzatılmasına yönelik ürün bakımı ve onarımı sürdürülebilirlik açısından öne çıkan temel konulardır.

Bu makalede sunulan çalışma, elektrikli ev aletleri sektöründe tasarım ve üretim süreçlerinin anlaşılmasına ve kullanıcı merkezli sürdürülebilirlik ölçütlerinin bu süreçlerde nasıl irdelendiğine odaklandı. Bu kapsamda yapılan literatür araştırması, tasarımcı ve üreticilerle yapılacak görüşmelerin planlanması ve hazırlanması için kullanıldı. Ürün kullanımı sırasında kaynakların verimli kullanımı, ürün bakımı ve onarımı konularında literatürde öne çıkan ve aşağıda belirtilen yaklaşımlar (sürdürülebilir davranış için tasarım, seri üretimle yerel üretimi bütünleyen yaklaşımlar, açık kaynaklı platformlar, vb.) ve alan çalışmasının sonuçları, elekt-

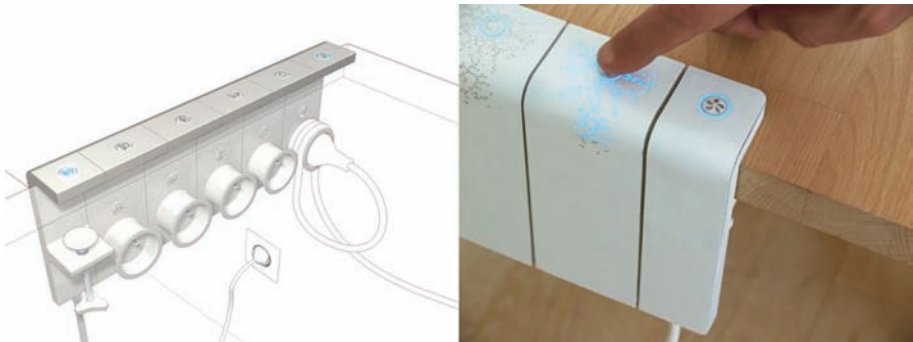
rikli ev aletleri için sürdürülebilir tasarım ölçütlerinin (parçaların görünürlüğü, ürünü parçalarına ayırma kolaylığı, kullanım süreçlerinin görünürlüğü, vb.) geliştirilmesini destekledi.

Sürdürülebilir Davranış İçin Tasarım

Sürdürülebilir Davranış İçin Tasarım (*Design for Sustainable Behaviour*) yaklaşımı, kullanıcıların ürünlerle etkileşimine odaklanarak ürünlerin olumsuz çevresel ve sosyal etkilerini azaltmayı amaçlar. Sürdürülebilir tüketime yönelik yaklaşımlar genelde satın alma sürecine odaklanırken, sürdürülebilir davranış için tasarım, ürünlerin kullanımı sırasındaki davranış ve alışkanlıkları incelemek ve bunları daha sürdürülebilir yapmak (örn. kaynakların verimli kullanımı) amacıyla tasarım stratejilerine yoğunlaşır (Bhamra vd. 2011). Bu stratejiler arasında araştırmada öne çıkanlar aşağıdakilerdir:

- Eko-geribildirim (*Eco-feedback*), kullanıcılara davranışlarının çevresel ve sosyal etkilerini gerçek zamanlı bir şekilde ileterek farkındalık yaratmayı ve davranış değişikliğini hedefler.
- Eko-teknik müdahale (*Eco-technical intervention*), tasarım ve teknolojiyi birleştirerek sürdürülebilir olmayan alışkanlık veya davranışları engellemeyi amaçlayan bir tasarım stratejisidir.
- Akıllı tasarım (*Clever design*) ise kullanıcıların davranışlarını değiştirmeyi ya da davranışları hakkında farkındalık yaratmayı amaçlamadan, farklı ürün tasarım çözümleriyle o davranışların sonuçlarının sürdürülebilir olmasını sağlayan bir stratejidir.

Yukarıda görülen elektrik adaptörü, üzerinde bulunan LED ışıklarla, kullanıcılara ürünlerinin bekleme moduna geçtiğini gösteren bir tasarım örneğidir. Bekleme modundayken de cihazların elektrik tükettiğini görünür kılmayı amaçlayan bu ürün, kullanıcının ürün üzerindeki tuşa basmasıyla cihaza giden elektriği tama-

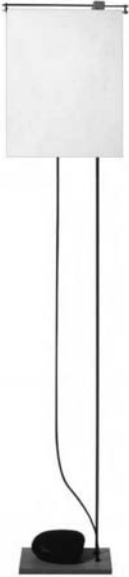


Resim 1. Gilles Belley, Enerji tasarruflu adaptör, 2006, Eko-geribildirim ve Eko-teknik müdahale örneği (<http://www.designboom.com/design/gilles-belley-edf-energy-saving-adaptor/> sitesinden, 26 Haziran 2014 tarihinde alındı.)



Resim 2. Caroma, “Profile” Lavabolu Klozet Seti, 2008, Akıllı Tasarım örneği (<http://www.prweb.com/releases/2010/11/prweb4785124.htm> sitesinden, 27 Haziran 2014 tarihinde alındı.)

men keserek gereksiz elektrik kullanımının önüne geçmeyi amaçlar. Kullanıcı etkileşiminin olmadığı durumda, ürün otomatik olarak elektriği keser (Resim 1).



Resim 3. Stuart Walker, “Lumière” Yer Lambası, 2006 (Walker 2006)

Suyun verimli kullanımını desteklemek için geliştirilen ve banyoya entegre edilen ürünlerden biri olarak, “Profile” lavabolu klozet seti, tuvalettaki el yıkama işleminde kullanılan suyu sifon bölümünde biriktirerek atık suyun tekrar kullanılmasını sağlar (Resim 2).

Seri Üretimle Yerel Üretimi Bütünleyen Yaklaşımlar

Ürünlerin tasarım, üretim ve dağıtım aşamalarında, seri üretimin yerel üretim ve tasarımıyla bir araya getirilmesine yönelik yaklaşımlar, yerel bilgi ve becerileri ve yerel istihdamı destekler. Bu yaklaşım, küçük ölçekli üretim işletmelerinin olanakları doğrultusunda üretilebilecek parçalar ile seri üretimle üretilmiş daha karmaşık parçaların yerel ölçekte birleştirilerek ürüne dönüştürülmesini hedefler (Walker 2010; Doğan ve Walker 2008). Böylece yerel ihtiyaçların daha etkin bir şekilde karşılanması, yerel ölçekte ürün bakımı, onarımı, parça değişimi ve yenilenmesi, parçaların geri dönüştürülmesi ve farklı yerel ihtiyaçlara göre şekillenen ve



Resim 4. *OpenStructures* kılavuzu üzerinde bir parça tasarımı ve parçanın hem su ısıtıcı hem de doğrayıcı için kullanılması (Jesse Howard, 2012, <http://blog.openstructures.net/pages/transparant-kitchen-tools-by> sitesinden, 27 Haziran 2014 tarihinde alındı.)

kullanım deneyimini güçlendiren ürünlerin geliştirilmesi sağlanır. Bu yaklaşım, araştırma kapsamında ürün bakımı ve onarımı konularında yenilikçi tasarım ölçütlerinin geliştirilebilmesini destekler.

“Lumière” yer lambası, seri üretimle üretilmiş parçaların (ampul duyu, ampul, kablo, elektrik anahtarı, gibi) ve yerel ölçekte üretilmiş parçaların (alt taban parçası için yeniden kullanılmış ahşap, abajur parçası için yerel olarak üretilmiş kağıt, vb.) yerel ölçekte bir araya getirilmesiyle üretilmiş bir üründür. Bu sayede,

ürün tasarımı üretim sırasında yerel ihtiyaçlara göre uyarlanabilir ve yerel ölçekte onarımı ve ürün ömrünün sonunda parçaların yeniden kullanımını sağlayabilir (Resim 3).

OpenStructures.net - Açık Kaynaklı Platform

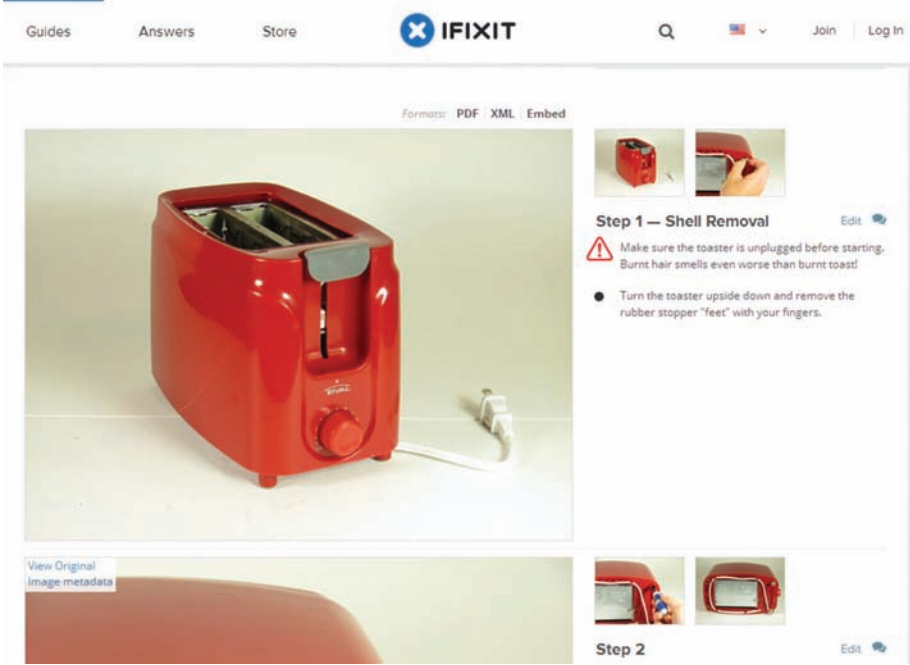
OpenStructures, paylaşılan modüler bir kılavuza göre parça tasarımı ve bu parçaların farklı şekillerde yine aynı modüler kılavuz üzerinde bir araya getirilebilmesiyle çeşitli ve kişiselleştirilebilen çözümleri destekleyen açık kaynaklı bir platformdur. Herkesin katkıda bulunabileceği ve yararlanabileceği modüler bir sistem yaratılarak olanak ve kısıtların açık olarak paylaşılmasını destekler (*Openstructures.net* n.d.). Bu platform, proje kapsamındaki sürdürülebilirlik ölçütlerinden özellikle ürün bakımı ve onarımı konusunda yenilikçi bir yaklaşım sunar. Farklı ürünlerde kullanılabilen aynı parçalar, bu parçaların yerel düzeyde üretilmesine ve bir ihtiyaç doğrultusunda tasarlanmış bir parçanın başka bir ürüne sonradan eklenebilmesine olanak verir. Yeni gelişen bu platformda paylaşılan çözüm önerileri daha çok deneysel bir tasarım yaklaşımı benimseyerek kullanıcıların tasarım sürecine daha etkin bir şekilde katılımlarını sağlar.

Yukarıdaki örnekte gösterildiği gibi, *OpenStructures* platformunda modüler bir kılavuza göre hazırlanan parçalar herkesle paylaşılabilir. Bu kılavuz, parçaların çap, boyut, kalınlık, bağlantı delikleri, vb. özelliklerinin ne olması gerektiğine dair oldukça kapsamlı bir kılavuzu internet sitesi üzerinden sunar. Aynı zamanda tasarımcıların ve kullanıcıların bu parçaları farklı şekillerde nasıl bir araya getirebileceklerini gösteren ürün/montaj örneklerine de bu platformda yer verilir. Örneğin, yukarıda verilen parça hem su ısıtıcısı hem de doğrayıcı için bir tasarım detayı olarak kullanılmıştır (Resim 4).

Ürün Onarımı ve Kullanıcı Platformları

Kullanıcıların ürünlerini kendilerinin tamir edebilmelerine olanak veren bilgi ve teknikler internet üzerinde yaygınlaştı. Bu bilgi platformları arasında en gelişmiş olanı ve bilineni *ifixit.com* internet sitesi, ürün onarımı konusundaki bilgi ve süreçleri etkin bir şekilde sunar. Kullanıcıların kendi deneyimlerini paylaştıkları bir platform olan *ifixit.com*, bu projenin konusu olan elektrikli ev aletleri de dahil olmak üzere, birçok ürünün nasıl tamir edilebileceğine dair açıklamaların, öğretici videoların, parça teminlerinin nasıl yapılabileceği gibi bilgilerin paylaşıldığı ücretsiz bir veri tabanıdır (Resim 5). Kullanıcıların da ürün bakımı ve onarımı süreçlerinde daha etkin rol almaları, sürdürülebilir tasarım çözümlerinin benimsenmesi açısından önem taşır.

Yukarıda belirtilen ve özetlenen yenilikçi yaklaşımlar, araştırma sürecinde geliştirilmekte olan sürdürülebilirlik ölçütlerinden bazılarının oluşmasını destekledi. Bunlar arasında parçaların ulaşılabilirliği, parçaların görünürlüğü, sorunun görünürlüğü, ürünü parçalarına ayırma kolaylığı, kaynakların ölçülendirilmesi ve kullanım süreçlerinin görünürlüğü yer alır. Bu ölçütler, alan çalışmasının çıktılarıyla



Resim 5. *ifixit.com* sitesinden bir tamir kılavuzu örneği (<https://www.ifixit.com/Guide/Disassembling+Rival+16131+Toaster+Shell/10829> sitesinden, 27 Haziran 2014 tarihinde alındı.)

beraber çeşitlendirilerek ve geliştirilerek sonuçların değerlendirilmesine yardımcı oldu.

Alan Çalışmasının Çerçevesi

Kaynakların verimli kullanımı ve ürün bakımı ve onarımı konularında, sürdürülebilirlikle ilgili en güncel araştırmaların değerlendirilmesi için küçük elektrikli ev aletleri sektöründe 30 ürünü içeren kapsamlı bir araştırma yürütüldü. Nitel veri toplama yöntemi olan görüşmelerle, bu konularla özellikle ilgili üretici ve tasarımcıların anlayış ve önceliklerinin incelenmesi, ev aletleri sektöründeki ürünlerle ilgili görüş ve izlenimlerinin alınması amaçlandı.

Elektrikli ev aletlerinde belli ürün gruplarının belirlenmesi çalışmanın kapsamlı şekilde yürütülmesi için önem taşıdı. Türkiye'deki tasarım ve üretim süreçleri düşünülerek proje kapsamında odaklanılan temel ürün grupları aşağıdaki gibidir:

1. Mutfakta kullanılan elektrikli ev aletleri
 - Sıcak içecek hazırlayıcıları: çay makineleri, kahve makineleri, su ısıtıcıları
 - Pişiriciler: ızgara ve tost makineleri, ekmek kızartma makineleri
 - Gıda hazırlama aletleri: mutfak robotları, el blenderleri

2. Ütü

- Buharlı el ütöleri

3. Elektrikli süpürge

- Toz torbasız, toz torbalı, su filtreli süpürgeler

Araştırmaya katkıda bulunan 18 katılımcının görev tanımları aşağıdaki gibi gruplanır:

- Endüstriyel tasarımcı ve proje yürütücüsü – 4 katılımcı
- Endüstriyel tasarımcı – 8 katılımcı
- Ar-Ge yöneticisi ve mühendis – 3 katılımcı
- Ar-Ge mühendisi ve proje yürütücüsü – 2 katılımcı
- Endüstriyel tasarımcı ve akademisyen – 1 katılımcı

Araştırmaya konu olan ve Türkiye’de tasarlanan ve/veya üretilen 30 ürün üzerine görüşmeler tamamlandı. Ürünler için görüşmelerin dağılımı aşağıdaki gibidir:

- Elektrikli çay makinesi – 6 farklı görüşme
- Kahve makinesi – 6 farklı görüşme
- Su ısıtıcısı – 3 farklı görüşme
- Ekmek kızartma makinesi – 4 farklı görüşme
- Izgara ve tost makinesi – 4 farklı görüşme
- Elektrikli süpürge – 3 farklı görüşme
- Mutfak robotu – 3 farklı görüşme
- Ütü – 1 görüşme

Görüşmelerin Yürütölmesi

Bu araştırma kapsamında yapılacak görüşmeler için görüşme hakkında bilgilendirme, izin formu ve görüşme sorularının yer aldığı kapsamlı bir görüşme kılavuzu hazırlandı. Görüşme kılavuzunda yer alan sorular beş temel başlıkta gruplandı:

- Başlangıç soruları
- Ürün bakımı
- Ürün onarımı – yenilenen ve yenilenemeyen parçalar
- Kaynakların verimli kullanımı
- Ölçütler, firma kısıtları ve örnekler

Görüşme analizleri de bu başlıklar doğrultusunda, her ürün için ayrı ayrı yapıldı. Bu analiz sırasında, araştırmanın amacı olan ürün bakımı ve onarımı ve kaynakların verimli kullanımı üzerine odaklandı.

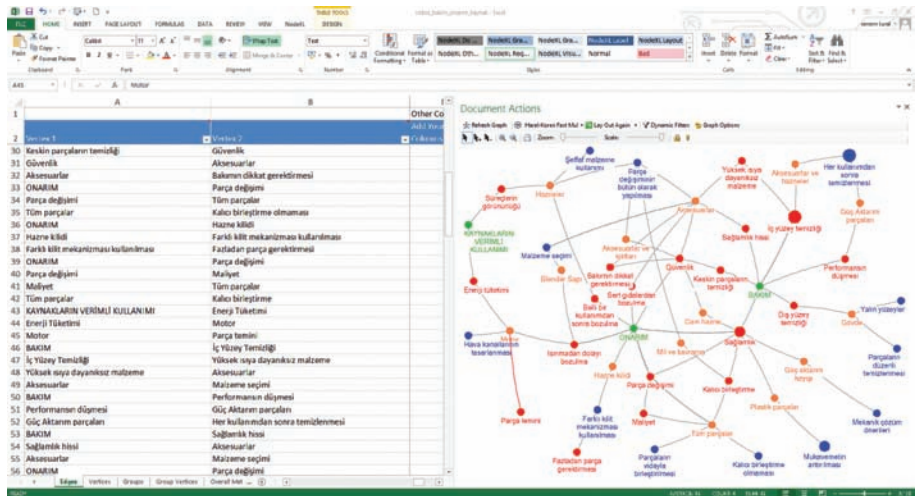
Görüşmeler, üretici firma ve tasarım danışmanlık firma ziyaretleri sırasında (ses ve fotoğraf olmak üzere) kayıt altına alındı. Katılımcılardan izin alınarak ve buna yönelik izin formu kullanılarak, toplam 17 saatlik görüşme kaydının tam çözümlemesi araştırma ekibi tarafından tamamlandı.



Resim 6. Çay makinesi için temaların ve alt temaların oluşturulması ve ilişkilendirilmesine yönelik yürütülen zihin haritalama çalışmasının çıktısı

Görüşme Verilerinin Analizi

Bir katılımcıyla birden fazla ürün ve/veya ürün grubu üzerine görüşmeler yürütüldüğünden (toplamda 30 ürün için görüşme), görüşme çözümlemeleri Excel tablosuna aktarılarak her ürün için ayrı ayrı gruplandı. Bu gruplama sırasında birden fazla ürüne referans veren ifadeler iki ürünün de altına yazıldı. Ayrıca, görüşmelerde konusu geçen ürünlerin ve/veya ürün parçalarının fotoğrafları ilgili ifadelerin yanına yerleştirildi. Görüşme verilerini içeren çözümlemeler, önce pro-



Resim 7. Her ürün grubu için ürün bakımı ve onarımı ve kaynakların verimli kullanımına yönelik tema ve alt temaların ek bir yazılım kullanılarak görselleştirilmesi

je temel başlıklarına (ürün bakımı ve onarımı ve kaynakların verimli kullanımı) göre derlendi. Ürünlerde onarım yerine parça değişimi gerçekleştiği için, ürün onarımıyla ilgili sorularda, yenilenen ve yenilenmeyen parçalar üzerine odaklandı. Katılımcının bilgi ve deneyimine bağlı olarak bazı ürün örnekleri üzerinde daha derinlemesine bilgi alınabildi. Bu aşamadan sonra görüşme verilerinin her cümlesi yeniden gözden geçirilerek, her ürün grubu için ayrı ayrı zihin haritalama (*mind mapping*) çalışması yürütüldü ve proje temel başlıklarıyla ilişkili temalar ve alt temalar oluşturuldu (Resim 6).

İçerik analizi sürecinde ortaya çıkan temalar ve bunların ilişkilendirilmesi ve ek bir yazılım kullanılarak, nitel veri analizinin görsel sunumu, her ürün grubu için ayrı ayrı tamamlandı (Resim 7). Bu görsel analizin sonuçları her bir ürün grubu için ayrı ayrı değerlendirildi.

Tema geliştirme ve ilişkilendirme süreci, sonraki bölümde yer alan temel değerlendirmelerin oluşmasını ve sonuçların yeniden gözden geçirilmesini destekledi. Her ürün grubu için zihin haritalama çalışması ile yapılan analizler ve bunların sonuçları projenin sürdürülebilirlik ölçütleri altında değerlendirildi. Bu analizle, tasarım ölçütlerinin ürün grupları açısından karşılaştırılması yapıldı.

Sürdürülebilirlik Ölçütleriyle İlgili Çıkarımlar ve Sonuçlar

Araştırmada farklı ürün grupları hakkında tasarımcılar ve Ar-Ge mühendisleri ile yapılan görüşmeler, bütün ürün gruplarını etkileyen ortak sonuçların ve birbirlerinden ayrılan önemli farkların belirlenmesini sağladı. Bu görüşmelerin sonucunda, farklı elektrikli ev aletlerinin kaynakların verimli kullanımı, ürün bakımı ve onarımı konularında sürdürülebilirlik ölçütleri kapsamlı olarak belirlendi ve bu ölçütlere göre ürün grupları değerlendirildi.

Tasarımcılara sağlanan proje tanımlarında, kaynakların verimli kullanımı ve ürün bakımı ve onarımına (parça teminine ve parçaların değiştirilmesine) yönelik belirli ölçütlerin çoğu zaman yer almadığı görüldü. Tasarım ekipleri, tasarım detaylarını geliştirirken, kendi deneyimlerinden, rakip analizlerinden ve pazarlama araştırmalarından yararlanırlar. Kullanıcı araştırmalarının tasarım sürecinin ilk aşamalarına etkili bir şekilde dahil edilememesinin sebebi, bunların tasarım ve prototipleme sürecinden sonra tasarlanan/üretilecek ürünlerdeki sorunları bulma odağıyla yapılması ve yalnızca ürün üzerindeki detayların revize edilmesi amacıyla kullanılmasıdır. Bunun yanı sıra, tasarım sürecinde, fikir geliştirme aşamasıyla ürün detaylandırma aşamaları birbirinden kopuk ya da bağımsız olabilir. Ürün pazara girdikten sonra da teknik servislerden veya kullanıcılardan gelen geribildirim tasarımcılara doğrudan ulaşamayabilir.

Elektrikli ev aletlerinin işlevlerinin gittikçe otomatikleştiği gözlemlendi. Örneğin, en son geliştirilen ürünlerden biri olan elektrikli çay makinesinde otomatik kendini temizleme özelliği ve otomatik kahve makinesinde bakım zamanının geldiğini bildirme özelliği vardır. Bu otomatikleşme yaklaşımı, ürünlerin daha karmaşık

parçalardan oluşmasına neden olabilir. Öte yandan üretici firma Türkiye’de olduğunda, parça birleşme detayları karmaşık olsa da, parça temini ve değişimine yönelik yerel ölçekte daha fazla olanak sağlanabilir. Bunun sebebi, üretim sırasında istenildiği zaman hızlı bir şekilde müdahale edilebilmesi için karmaşık ürünlerin geliştirilmesinin ve üretiminin yerel olarak yürütülmesidir.

Parçaların nereden temin edileceği kararı, genelde maliyet ve kalite ölçütlerine göre verilir. Ürün parçalarının veya montajının Türkiye’den temin edilmesi tercih edilebilir. Bunun nedenleri, parçaların nakliye sırasında zarar görmesi, üretilecek ürünlerin karmaşık çözümler içermesi ve üretim süreçlerinde tasarım ekibinin sürekli kontrolünün gerekmesidir.

Kültürel ürünlerin (çay makinesi, Türk kahvesi makinesi, vb.) görsel tasarım ve detay geliştirme süreçleri Türkiye’de gerçekleşir. Bunun sebebi, bunlara benzeyen ürünlerin ve ürünlerin teknolojik alt yapısının yurtdışında bulunmamasıdır. Dolayısıyla, gerçekleştirilen görüşmelerin büyük bir bölümü çay ve kahve makineleri üzerine oldu. Bu ürünleri tost makineleri, elektrikli süpürgeler ve mutfak robotları takip etti. Ütülerle ilgili ise, yalnızca bir tane görüşme yapıldı. Bu ürün grubu ile ilgili derinlemesine bilgi alınamadı.

Enerji ve kaynakların tüketimi, küçük ev aletlerinin kısa süreli kullanım aralıkları sebebiyle fikir geliştirme ve detaylandırma süreçleri sırasında çok irdelenemez. Bunun yanı sıra, var olan enerji tüketim standartlarına göre, elektronik ürünlerin bekleme modunda ne kadar elektrik harcayabileceklerine dair bir düzenleme vardır. Ancak, bu düzenlemenin ötesinde çözüm önerileri geliştirilmemiştir.

Her ürün grubu için tasarım müdahalesiyle ilişkilendirilen bulgu ve çıkarımlar araştırmanın sürdürülebilirlik ölçütleri altında bir araya getirildi (Tablo 1). Bu analiz, ürün gruplarının tasarım ölçütleriyle ilişkilerinin belirlenmesine ve sonraki çalışmalarda odaklanılacak ürünlerin seçilmesine yardımcı oldu. Tabloda derlenen tasarım ölçütlerinin, daha sonraki aşamalarda yürütülecek kullanıcı odaklı çalışmalarla daha da geliştirilmesi planlandı.

Ürün bakımı konusunda öne çıkan tasarım ölçütleri, parçaların ulaşılabilirliği, iç yüzey temizliği ve bakım sırasında ürünün kullanıcıya sağlamlık hissi vermesidir. Tablo 1’e göre, mutfak robotları ve elektrikli süpürgeler bakım konusundaki ölçütlerin en çok göz önünde bulundurulduğu ürün grupları olarak görülür. Ürün onarımı konusunda ise, öne çıkan tasarım ölçütleri arasında ürünü parçalarına ayırma kolaylığı ve bozulmasını engellemek için ürün parçalarının sağlamlığı yer alır. Ürün onarımı konusunda, çay makineleri ve mutfak robotları ön plana çıkar. Kaynakların verimli kullanımı konusunda, ürünlerin kullanım süreçlerinin görünürlüğü, kaynakların ölçülendirilmesi ve kullanıcı tercihlerine göre çözüm önerilerinin geliştirilmesi önemli ölçütler arasındadır. Bu konuda, ızgara ve tost makineleri ve kahve makineleri ürün grupları olarak öne çıkar.

Tasarım Ölçütleri		Çay makinesi	Ekmek kızartma makinesi	Su ısıtıcısı	Izgara ve tost makinesi	Kahve makinesi	Mutfak robotu	Elektrikli süpürge	Ütü
BAKIM	Sağlamlık hissi	•	•			•	•	•	
	Parçaların ulaşılabilirliği	•	•		•	•		•	•
	Dış yüzey temizliğini kolaylaştıran özellikler	•		•	•		•		
	Bulaşık makinesine uyumluluk	•				•			
	İç yüzey temizliğini kolaylaştıran özellikler	•	•	•	•	•	•		•
	Karmaşık ürün yapısına yönelik bakımı sağlama						•	•	
	Bakım sırasında kullanıcı güvenliği		•		•		•		
	Ürünün verimli çalışması						•	•	
	Parçaların görünürlüğü							•	
	Parçaların sağlamlığı							•	•
ONARIM	Sorunun görünürlüğü	•			•			•	
	Kullanıcı müdahalesine yönelik güvenlik	•		•		•	•		
	Ürünü parçalarına ayırma kolaylığı	•	•	•	•	•	•	•	•
	Karmaşık ürün yapısına yönelik onarımı sağlama	•		•			•		•
	Parçaların sağlamlığı	•	•	•		•	•	•	
	Yanlış kullanımın engellenmesi	•				•			
	Ürünün verimli çalışması	•	•				•		
	Yüzey eskimesinin önlenmesi				•	•	•	•	
KAYNAKLAR	Kaynakların ölçülendirilmesi	•			•	•		•	
	Kullanım süreçlerinin görünürlüğü	•	•	•	•	•	•		•
	Kullanıcı tercihlerinin yansıtılması	•	•	•		•	•	•	•
	Enerji kaybının azaltılması		•		•				
	Üretim sırasında verimli hammadde kullanımı				•	•			
	Ürün bakımı için suyun verimli tüketimi					•		•	

Tablo 1. Sürdürülebilirlik ölçütlerine göre ürün gruplarının değerlendirilmesi

Tüm sürdürülebilirlik ölçütleri araştırma sonuçları doğrultusunda değerlendirildiğinde, araştırmanın devamında odaklanılacak ürün grupları sırasıyla çay makineleri, kahve makineleri, mutfak robotları, elektrikli süpürgeler ve tost ve ızgara makineleridir. Sonraki aşamada sürdürülebilirlik ölçütlerinin kullanıcılar açısından değerlendirmesini alabilmek ve öne çıkan sorunları saptayabilmek için kullanıcı odaklı ısınma oturumları planlandı. Tasarımcı ve üretici yaklaşımlarına ek olarak, kullanıcı görüş ve deneyimleri konusunda daha derinlemesine bilgi almak, bu ölçütlerin ürün grupları bazında tasarıma yansımalarının belirlenmesinde etkili olacaktır.

Teşekkürler

Bu araştırma, TÜBİTAK 3501 programı tarafından desteklenen 112M228 no.'lu proje kapsamında yürütüldü.

Kaynakça

- Bhamra, Tracy, Debra Lilley ve Tang Tang. 2011. "Design for Sustainable Behaviour: Using Products to Change Consumer Behaviour." *The Design Journal* 14(4):427-445.
- Boardman, Brenda, Sarah Darby, Gavin Killip, Mark Hinnells, Christian N. Jardine, Jane Palmer, ve Graham Sinden. 2005. *40% House*. Birleşik Krallık: Environmental Change Institute, University of Oxford.
- Cooper, Tim. 2010. "The Significance of Product Longevity." İçinde *Longer Lasting Products: Alternatives To The Throwaway Society*, derleyen Tim Cooper, 3-38. Surrey: Gower.
- Cooper, Tim. 2005. "Slower Consumption: Reflections on Product Life Spans and the 'Throwaway Society'." *Journal of Industrial Ecology* 9(1-2):51-67.
- Doğan, Çağla ve Stuart Walker. 2008. "Localization and the Design and Production of Sustainable Products." *International Journal of Product Development* 6(3/4):276-290.
- Energy Saving Trust. 2006. "The Rise of the Machines a Review of Energy Using Products in the Home." Birleşik Krallık. Erişim tarihi 14 Temmuz 2014. <<http://www.energysavingtrust.org.uk/content/download/28169/337639/version/3/file/Riseofthemachines.pdf>>
- Energy Saving Trust. 2012. "Powering the Nation: Household Electricity-Using Habits Revealed" Birleşik Krallık. Erişim tarihi 14 Temmuz 2014. <<http://www.energysavingtrust.org.uk/content/download/28169/337639/version/3/file/PoweringtheNation.pdf>>

www.energysavingtrust.org.uk/content/download/77884/934627/version/1/file/Powering+the+nation+report+CO332.pdf

Lockton, Dan, David Harrison, Tim Holley ve Neville A. Stanton. 2009. “Influencing Interaction: Development of the Design with Intent Method.” *The 4th International Conference on Persuasive Technology*, 26-29 Nisan 2009. Kaliforniya: Claremont.

Openstructures.Net. “Can We Design Hardware Like How We Design Software?” Erişim tarihi 17 Temmuz 2013. <<http://openstructures.net/pages/2>>

Thackara, John. 2005. *In the Bubble*. Cambridge, MA: MIT Press.

T.C. Sanayi Bakanlığı. 2003. “Sanayi Mallarının Satış Sonrası Hizmetleri Hakkında Yönetmelik.” Erişim tarihi 14 Temmuz 2013. <<http://www.sanayi.gov.tr/Pages.aspx?pageID=625>>

Walker, Stuart. 2010. “Temporal Objects – Design, Change and Sustainability.” *Sustainability* 2:812-832.

Walker, Stuart. 2011. *The Spirit of Design: Objects, Environment and Meaning*. Londra: Earthscan Publications.

ÇOKKÜLTÜRLÜLÜK EKSENİNDE KALKINMA VE TASARIM: GÖKÇEADA İÇİN BİR MODEL ÖNERİSİ

Alayça Erözçelik, İstanbul Teknik Üniversitesi

Alpay Er, Özyeğin Üniversitesi

Tasarım perspektifiyle bölgesel kalkınma süreçlerine katkıda bulunmak sosyal inovasyon paradigmasının yıllardır aşına olduğu konulardan birisidir. Bu proje, tasarımcının alışlagelmiş rolünü Manzini'nin belirttiği gibi "alternatifler sunarak ya da süreçleri kolaylaştırarak başkalarının tasarlamasına yardımcı olmak" bağlamında dönüştürerek, kamu yararına yeni gelişim ve kalkınma modelleri üretme sürecinde tasarımcıyı bir "sosyal girişimci" haline getirmeyi amaçlamaktadır. Tasarım sadece yeni ürünler ve hizmetler yaratmaya değil, her düzeyde üretken bağlantılar gerçekleştirerek topluluklara küresel inovasyon yetenekleri kazandırmaya da muktedirdir. Bu bağlamda tasarım stratejik bir öneme sahiptir çünkü yerel paydaşların beceri ve özelliklerini sürece dahil ederek belirli bir bölgenin gelişim ve kalkınmasını tetikleyen bir inovasyon sistemi için gerekli koşulları yaratır. Tasarımcı ise, küresel değerler zincirini oluşturan ve yeni kültürel bağlamları tanımlayan bir aktör haline gelir. Bu çalışma, Gökçeada'nın çokkültürlü, heterojen yapısına dayanan sürdürülebilir kalkınma potansiyelinin ve adalıların geleneksel üretimlerinin bir sosyal inovasyon sistemine entegrasyonunun tasarım yoluyla nasıl sağlanabileceğini araştırmayı amaçlamaktadır. Çokkültürlü mirasa dayalı yerel inovasyon sisteminin kuruluş sürecinde tasarımcının rolünü geliştirmeye dayalı bu çalışmanın hedefi, kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşlar arasında verimli ilişkiler kurmak üzere senaryolar geliştirmek ve Gökçeada'nın çokkültürlü yapısından hareketle inovatif bir sinerji alanı yaratabilecek antropoloji ve tasarım referanslarını gün ışığına çıkarmaktır.

Anahtar Kelimeler: Çokkültürlülük, bölgesel tasarım (*territorial design*), bağlantı (*connectivity*)

Giriş

Tasarım perspektifiyle bölgesel kalkınma süreçlerine katkıda bulunmak sosyal inovasyon paradigmasının son yıllarda sık sık gündeme gelen konularından birisidir. Bu bildiriye konu olan proje de, tasarımcının alışlagelmiş rolünü Manzini'nin belirttiği gibi "alternatifler sunarak ya da süreçleri kolaylaştırarak başkalarının tasarlamasına yardımcı olmak" (2004) bağlamında dönüştürerek, kamu yararına, yeni ve aşağıdan yukarıya, yerel kalkınma modelleri üretme sürecinde tasarım-

cıyı sosyal inovasyonu kolaylaştıran bir “sosyal girişimci” haline getirmektedir. Yurtdışında Mastiha Shop ve Texmedin gibi yüksek ticari başarı sağlamış tasarım projeleri kültürel sektörler, kamusal ve özel kuruluşlar ve hatta kurumsal yapılarda sinerjinin tasarımıyla sağlanması konusunda örnek oluşturmakta ve kültürün sürdürülebilir iktisadi büyüme ve toplumsal gelişim için efektif ve güvenilir bir araç olduğunu kanıtlamaktadır.

Papanek ve Bonsiepe gibi tasarım teorisyenlerinin, tasarımcının merkezle periferiyi birbirine bağlamadaki önemli rolünün altını çizmelerinin üzerinden neredeyse yarım yüzyıl geçmiştir (1971). Ama bugün, tasarımın sadece yeni ürünler ve hizmetler yaratmaya değil, her düzeyde üretken bağlantılar gerçekleştirerek topluluklara küresel inovasyon yetenekleri kazandırmaya da muktedir olduğu öne sürülmektedir. Tasarım stratejik bir öneme sahiptir çünkü yerel paydaşların beceri ve özelliklerini sürece dahil ederek belirli bir bölgenin gelişim ve kalkınmasını tetikleyen bir inovasyon sistemi için gerekli koşulları yaratabilmektedir. Tasarımcı ise, küresel değerler zincirini oluşturan ve yeni kültürel bağlamları tanımlayan bir aktör haline gelmektedir.

Kuzey Ege Denizi’nde bulunan Gökçeada’nın nüfusu yüzyıllardır Ortodoks Hristiyan Rumlar ve Müslüman Türklerden oluşmaktadır. Son elli yılda Rum nüfus azalmış ve Türk nüfus artmıştır. Avrupa Konseyi’nin Haziran 2008 tarihli Gökçeada ve Bozcaada raporunda, “adanın çokkültürlü yapısının korunması ve ada halkının refahı için Türkiye ve Yunanistan arasında işbirliği modellerinin geliştirilmesi” konularına değinilmiştir (Gross 2008). Bu rapor sürdürülebilir kalkınma ile doğal ve kültürel mirasın korunması için acil ve yapıcı adımlar atılmasının önemine değinmektedir. Ege adalarının birçok farklı uygarlıktan etkilenmiş Akdeniz folklorunun bir parçası olduğu da düşünülürse (Alexandriis 1983; Erginsoy 2006), kültürel mirasa dayalı üretimin Gökçeada’nın çokkültürlü yapısının korunması için anahtar kelime olduğu söylenebilir. Bu bildiriye temel oluşturan çalışma, adanın çokkültürlü yapısına dayanan sürdürülebilir kalkınma potansiyelinin ve adalılarının geleneksel üretimlerinin bir sosyal inovasyon sistemine entegrasyonunun tasarım yoluyla nasıl sağlanabileceğini araştırmayı amaçlamaktadır.

Çokkültürlü mirasa dayalı yerel inovasyon sisteminin kuruluş sürecinde tasarımın rolünü geliştirmeye dayalı bu çalışmanın hedefi, kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşlar arasında üretken ilişkiler kurmak üzere senaryolar geliştirmek ve böylece Gökçeada’nın çokkültürlü yapısından hareketle yerel bir inovatif sinerji alanı yaratabilecek potansiyel aktör ve ilişkileri gün ışığına çıkarmaktır.

Kültürel, Sosyal ve İktisadi Paydaşlar

Gökçeada ya da diğer adıyla İmroz, tarihöncesi çağlardan beri Grek Uygarlığı’nın bir parçası olmuştur. 500 yıl Osmanlı İmparatorluğu’nun egemenliğinde kalan adanın yirminci yüzyılın başındaki nüfusu, balıkçı ailelerin dışında Rumdur. Lozan Anlaşması’yla Ege adaları Yunanistan’a verilmiş, Gökçeada ve Bozcaada

Türkiye Cumhuriyeti'nin toprağı olarak kalmıştır. Bu tarihten ve özellikle mübadeleden sonra Gökçeada'nın nüfusunu oluşturan Rumların sayısı azalmış ve Türkiye'nin farklı bölgelerinden getirilip adaya yerleştirilen Ispartalılar, Türkmenler, Lazlar ve Bulgar göçmenleri ile adada çokkültürlü bir demografik yapı oluşmuştur. Bu çalışmada kültürel paydaşlar olarak tarif edilen bu topluluklar, Gökçeada'nın Merkez ilçesinde karışık olarak, köylerde ise kendi toplulukları içinde yaşamaktadırlar. Çanakkale ile ilgili olan Gökçeada 2010 yılı nüfus sayımında 6000 nüfuslu bir ilçe olarak kayıtlara geçmiştir; ayrıca, Türkiye'nin birçok farklı bölgesinden adaya göç etmiş insan sayısı oldukça fazladır.

Gökçeada sadece bir ilçe olarak değil, anakarada olmaması nedeniyle yalıtılmış bir yerleşim birimi olarak da tanımlanabilir. Çünkü bu ilçeye ulaşmak için zorunlu olarak deniz ya da hava yolunu kullanmak gerekmektedir. Adanın sosyo-kültürel ve iktisadi yapısı da bu nedenle anakaradaki yakın sayılabilecek bölgelerden (Eceabat, Biga, Çan gibi) farklıdır. Ada ölçeğinde bu yapılar ve diğer yandan sosyal ve kültürel değerler de benzer bir şekilde yalıtılmış, kapalı ya da içe dönük olarak tanımlanabilir ve dünya üzerindeki birçok adayla paralellik gösterir.

Gökçeada'nın Merkez dışında dokuz köyü bulunmaktadır; bu köylerin dördü Rum köyü (Bademli, Zeytinliköy, Tepeköy ve Dereköy), biri Burdur ve Muğlalıların köyü (Uğurlu), biri Türkmen köyü (Eşelek), biri Laz köyü (Şahinkaya), biri Ispartalıların köyü (Yeni Bademli) ve biri de Bulgar göçmenlerinin köyü (Şirin-köy) olarak bilinmektedir.

Gökçeada için “homojen” bir kültürel yapıya sahiptir demek mümkün değildir çünkü yukarıda sayılan köyler ve bu köylerde yaşayanların kültürel çeşitliliği, sınırları tanımlı bir bölgede yine sınırları tanımlı alt-bölgeleri işaret etmektedir. Bu köyler kültürel anlamda Gökçeada'nın “heterojen” yapısını oluşturan birimlerdir. Çokkültürlülük kavramı da bizzat bu heterojen yapıyı tanımlamak için kullanılmıştır.

Ne var ki Gökçeada'nın bu çokkültürlü, heterojen yapısı sosyal ve iktisadi faaliyetler açısından bir avantaj olarak nitelenmekten henüz çok uzaktır. Aksine, yukarıda bahsi geçen bu alt-bölgeler kültürel alışverişten yoksun oldukları için çokkültürlülük iktisadi faaliyetlerin önünü kesen bir handikap olagelmıştır. Bu handikapın aşılabilmesi için öncelikle kültürlerarası iletişimin ve alışverişin sağlanması, köyler arasındaki komşuluk ilişkilerinin ve işbirliklerinin geliştirilmesi ve bir üst-kimlik olarak “adallık” kavramının benimsenmesi gerekmektedir.

Gökçeada'daki sosyal ve iktisadi paydaşlar da bu çokkültürlü, heterojen yapının birer parçasıdır. Adanın en önemli ticari faaliyetleri olan hayvancılık, tarım ve turizm (Konyalı vd. 2004) genel anlamda “adalı” sermayenin kullanımıyla gerçekleşmektedir. Gökçeada'da yapılan yatırımların neredeyse tamamı adada yaşayan yerel girişimci ve tüccarlara aittir (Keskin 2011). Adalı sermayenin iktisadi faaliyetlere yön veriyor oluşu sosyal ilişkileri de iktisadi ilişkiler vasıtasıyla

geliştirmektedir. Son on yılda Gökçeada'nın turizm açısından gelişen bir bölge olması, farklı kültürlerle sahip toplulukların ortak çıkarlar gözeterek geliştirdikleri ilişkilerin de bir sonucudur.

Bölgesel Sermaye ve Bölgesel Tasarım Yaklaşımı

Kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşların varlığı ve birbirine bağımlılığı, sınırları tanımlı bir alan olan Gökçeada için *territorial design*, yani bölgesel tasarımdan bahsedilebileceğine ve tasarım perspektifiyle sosyal inovasyonun gerçekleştirilebileceğine işaret etmektedir. Günümüzün ürün ve hizmetlerin giderek standartlaştığı rekabetçi ortamında bölgelere, spesifik coğrafyalara özgü, yerel nitelikli varlıkların (*assets*) tasarım yoluyla değerlendirilmesi ve zenginleştirilmesi (*valorization*), önem kazanan, özellikle kırsal ve bölgesel gelişme/ kalkınma politikaları içinde kendisine yer bulan bir yaklaşımdır. Bölgesel tasarım olarak son 10-15 yıldır bilinen bu yaklaşım ağırlıklı olarak İtalya ve az sayıdaki Latin Amerika örneğiyle tartışılmaktadır. *Design thinking*, *strategic design* ve *service design* gibi yaklaşımlarla desteklenen bu çalışma alanı bir bölgenin (*territory*) kentsel ya da kırsal özelliklerinden yola çıkarak bölgesel sermayesinin (*territorial capital*) belirlenmesi ve bu sermayenin atıl kalmış ya da gelişme ya da kalkınmaya dahil olmamış parçalarının incelenerek bölgeye özgün ürün ve hizmetler olarak topluma sunulmasını amaçlar (Maffei ve Villari 2006).

Gökçeada'nın kültürel yapısındaki farklılıklar bölgesel sermayenin keşfedilmemiş ya da atıl kalmış, dolayısıyla iktisadi faaliyetlere dahil olamayan parçalarının olabileceği konusunda güçlü ipuçları barındırmaktadır. Bu parçaların ortaya çıkarılması, tasarım odaklı bir bakış açısıyla inovatif ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi, yerel ve sürdürülebilir kalkınmaya ivme sağlamak açısından önemlidir. Sosyal inovasyonun sağlanabilmesi bir süreç olarak düşünülürse öncelikle bölgesel sermayenin değer ve yerel varlıklarının incelenmesi, ardından bölgesel tasarım teorisinin söz konusu bölgeye özgün yaklaşımlarla ele alınması, projelerin uygulamaya konması, test edilmesi ve kalkınmaya sağlayacağı katkının ölçülmesi gerekmektedir.

Toplumsal dönüşümün yerel ölçekte tanımlansa bile oldukça geniş bir konu başlığı olduğu ve uzun soluklu yerel politikalarla desteklenmeye de ihtiyaç duyduğu düşünülürse, bölgesel tasarım yaklaşımının tek başına toplumsal dönüşümü sağlayabileceğini söylemek gerçekçi görünmemektedir. Ancak bölgesel tasarımın sosyal inovasyon ve toplumsal dönüşüm için tetikleyici olabildiği, özellikle kırsal düzeydeki kalkınmaya olumlu etki ve katkılar sağladığı bilinmektedir (Maffei and Castelli 2009). Ayrıca, bölgesel tasarım teorisi ağırlıklı olarak bölgesel sermayeyi ele almakta ve bölgesel sermayenin belirlenmesinde iktisat, şehircilik ve mimarlık gibi farklı disiplinlerin araştırma çıktılarından da beslenmektedir.

Bölgesel Sermayenin Tasarım Yoluyla Değerlendirilmesinde Bağlantı Kavramı

Bölgesel tasarım alanında son on yıldır yapılmış çalışmaların çoğunluğu İtalya’da gerçekleştirilmiştir (Manzini, Zurlo, Maffei, Villari vb.). Bu çalışmaların kaynak haritası, yerel üretim sistemi, marka yönetimi, yerel zanaat gibi konularda çeşitli çıktıları bulunmaktadır. Son 15 yıldır ağırlık kazanmış bölgesel tasarım araştırmalarının öncelikli olarak dikkate aldığı iki başlık, bağlantı (*connectivity*) ve sürdürülebilirliktir. Araştırma çıktıları ne olursa olsun, bu iki başlığın bölgesel tasarım araştırmalarının vazgeçilmez öğeleri olduğunu söylemek mümkündür. Bağlantı kavramı sürdürülebilirlik kavramından daha yeni bir kavramdır ve araştırmalara göre içeriğinde farklılıklar gösterebilmektedir. Ancak ana fikir olarak insan/ bağlam/ insan eliyle yapılan şey (*artefacts*) arasındaki etkileşimleri ve ilişkileri geliştirmeye dayanır, bu gayri maddi öğeleri bir araya getirir. Bu sayede karmaşık, dinamik ve ilişkisel sistemler kurmak, tasarlamak mümkün olur.

Bugüne kadar yapılmış alan çalışmalarında bağlantı, araştırmaların başlangıç bölümünde yer almış, bağlantı verili olarak mevcudiyet kazandığında sonraki aşamalara geçilebilmiştir. Çünkü, çalışılan bölgelerde bağlantı büyük oranda zaten mevcut bulunmaktadır, alan çalışmaları daha çok eksiklerin giderilmesi yönünde ilerlemiştir. İtalya’da yürütülen bölgesel tasarım araştırma ve projelerinin neredeyse tamamı tekkültürlü, homojen yapılarda gerçekleşmiştir ve bağlantıyı sağlamak kolayca mümkün olabilmıştır. Oysa Gökçeada örneğinde bağlantı yok denecek kadar azdır çünkü çokkültürlü, heterojen yapının dil, gelenek, görenek, bilgi birikimi (*know-how* ve *tacit knowledge*), faaliyet alanı vb. gibi konularda farklılıkları bulunmaktadır. Kùltürler, sosyal ve iktisadi paydaşlar arasındaki bağlantının eksikliği, yukarıda da değinildiği gibi Gökçeada genelinde iktisadi faaliyetlerin önünü kesmiş, gelişimde duraksamalar yaratmıştır. Bu çalışmada daha önce tekkültürlü, homojen yapılarda uygulanıp başarıya ulaşmış bölgesel tasarım araştırmalarının benzer bir şekilde çokkültürlü, heterojen bir yapıda uygulanıp uygulanamayacağına, bölgesel tasarımın gerektirdiği ortak, üretken kültürel alt yapının tasarım yöntemleriyle sağlanıp sağlanamayacağına dair yaklaşımlar geliştirilmektedir.

Nüfusu oluşturan topluluklar arasındaki ilişkiler zinciri ve bağlantı eksiklikleri tasarım yöntemleriyle giderilebilirse Gökçeada gibi çokkültürlü bir bölgede bölgesel tasarım yoluyla gelişim ve kalkınma sağlanabilir. Kùltürlerin çeşitliliği ve bu çeşitlilikten yola çıkarak ifade edilebilecek kültürel zenginlik, Gökçeada’nın gelişimi ve Türkiye’nin kırsal kalkınma önceliğine sahip bir bölgesi olarak ilerlemesi için önemli birer özelliktir. Kùltürel zenginliğin bölgesel tasarım kavramıyla ilişkilendirilip, tasarım yöntemleriyle iş modellerine dönüşebilmesi ve Gökçeada’da yaşayan tüm topluluklar için sosyo-ekonomik anlamda kazan-kazan durumunun oluşabilmesi, yani sosyal inovasyonun gerçekleşebilmesi için öncelikle iki ana başlıktan biri olan bağlantının sağlanması gerekmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi, bölgesel tasarım kavramı yoğun olarak İtalya kökenli araştırmalarda bulunmaktadır. DESIS (*Design for Social Innovation towards Sustainability*) ağının kurucusu olan Ezio Manzini (2010) bölgesel tasarımı dört anahtar sözcükle açıklamaktadır: Küçük, yerel, açık ve bağlı. Manzini'ye göre bölgesel tasarım ve bunun bir sonucu olan sosyal inovasyon, topluluğu, üretimi ve tüketimi organize etmek üzere yeni bir model sunmaktır. Bu model de, yine Manzini'ye göre sadece ağ (*network*) ve teknoloji ile oluşturulamaz, toplulukların birbirine bağlı ve birbirine açık olmasıyla, yani kendi kendilerine yeterlilik sağlayabildikleri ölçekte gerçekleşir. Marzia Mortati ve Beatrice Villari'ye (2012) göre bir topluluğun bölgesel tasarımıyla ilerleme ve gelişim kaydedebilmesi için sadece pratik araçlar yeterli değildir, topluluğun bağlarına (*links*), etkileşim ve ilişkilerine ihtiyaç vardır; bu gayrı maddi öğelerin toplamı bağlantı kavramını oluşturur.

Bölgesel tasarımın bir ana başlığı olarak bağlantının ortaya çıktığı noktaları açıklayan Mortati ve Villari'ye göre (2012) bağlantı kavramı sosyal yaratıcılık perspektifinden bakıldığında;

- 1) Karmaşık sorunların çözümünde kolektif yaratıcılığın ön plana çıkarılması;
- 2) Bilgi, rekabet ve enformasyon gibi gayrı maddi öğelerin değiş tokuşu;
- 3) Fikirler ve anlamların bir araya getirilip karşılıklı bağımlılığın yaratılması;
- 4) Yayılmış ve ortak yaratıcılığı güçlendirmek için ağ yapıları kurulmasıyla tanımlanır.

Aynı çalışmada tasarım sürecinde bağlantı ise;

- 5) Kolektif anlam ve hareketin birlikte yaratım ve üretim yollarının araştırılması;
- 6) Tasarım müdahalesinin maddi ve gayrı maddi öğelerinin (tasarım süreci ve çıktılarının tasarlanması anlamında) ele alınması;
- 7) Çözümün oluşturulduğu ve özellikle yapılandırıldığı/uyarlandığı organizasyonel sürece yoğunlaşılması;
- 8) Etki alanındaki tüm paydaşların (kişiler, şirketler ve yerler) aktif olarak sürece dahil edilip, ortak çalışma ve ortak üretime dayalı tasarım etkinliğinin merkeze yerleştirilmesiyle tanımlanmaktadır.

Buna ek olarak, tasarım çözümleri perspektifinden bağlantı;

- 9) Etkin işbirliğinin tasarım çıktılarının önemli bir parçası olarak benimsenmesi;
- 10) Kullanıcılara, tasarım çözümlerinin sahibi olduklarının benimsenmesi;

- 11) Çözümleri esnek kılabilmek için sistemin tüm öğeleri arasında efektif ilişkiler geliştirilmesi;
- 12) Bilgi/beceri/kaynak alışverişi için gerekli mekanizmaların ve ilişkilerin yönetilmesi;
- 13) Kolektif hareket yaratabilmek için ortak çalışan sosyal platformların geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Gökçeada Örneği

Gökçeada örneğine Manzini'nin (2010) bölgesel tasarım tanımındaki “küçük, yerel, açık ve bağlı” anahtar sözcükleri temel alınarak yaklaşmak akılcı bir çözüm olmakla birlikte Mortati ve Villari'nin (2012) yukarıda değinilen bağlantı tanımlarına değinilmesinde, hatta değinilmesinden öte bu tanımların Gökçeada için gerçeklik ve uygulanabilirliğinin küçük uygulamalarla sınanmasında fayda vardır. Bunun en önemli nedeni çalışmanın başında vurgulanan çokkültürlülük ve çokkültürlülüğün Gökçeada için henüz bir avantaja çevrelememiş olmasıdır.

Çalışmada kullanılması düşünülen yöntemsel yaklaşımı hiyerarşik bir sırayla irdelemek gerekirse:

- 1) Sosyal inovasyonu gerçekleştirmek için bölgesel sermayeyi tanımlayan bölgesel tasarım,
- 2) Bölgesel tasarımı gerçekleştirmek için sürdürülebilirlik ve bağlantı,
- 3) Bağlantıyı gerçekleştirebilmek için kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşların ortak çalışma ve üretimi,
- 4) Tasarımcının bu ortak çalışma ve üretimi mümkün kılacak ve kolaylaştıracak şekilde ya süreçleri tetiklemesi ya da müdahil olması öngörülmektedir.

Köy ölçeğinde farklı kültürlerden oluşan topluluklara sahip olan Gökçeada'da, toplulukların içe kapalı, zayıf sosyal ve iktisadi ilişkilere sahip yapılarını tasarım aracılığıyla “açık ve bağlı” hale getirmek, çokkültürlü yapının gayri maddi öğelerinin kalkınmaya bir artı değer olarak kazandırılabilmesini sağlayacaktır.

Gökçeada'da Bir Çalıştay ve Arama Toplantısı Örneği

Çokkültürlülük kavramından yola çıkarak Gökçeada'daki kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşları bir araya getirmek ve bölgesel sermayeyi kullanarak kalkınmaya destek olacak bölgesel tasarım yöntemleri geliştirmek üzere, 2014 yılı Haziran ayında bir pilot çalıştay ve arama toplantısı düzenlenmiştir. Çalıştaydan köy ölçeğinde bağlantı sağlayacak proje örnekleri elde edilmiştir. Bu örneklerin arama toplantısında kültürel, sosyal ve iktisadi paydaşlara sunulmasıyla ise, Mortati ve Villari'nin öngördüğü hedeflerden ilk sekizine ulaşılabilmiş, geri kalan beş hedefin gerçekleştirilmesi için ise adımlar atılmıştır.

Türkiye’deki farklı üniversitelerden gelen yedi endüstri ürünleri tasarımı bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencisi çalıştayda yer almış, bir Rum köyü olan Zeytinliköy’de yedi gün süren ve üç projeyle sonuçlanan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Gökçeada’nın en önemli turistik noktalarından biri olan Zeytinliköy için bildirişim sistemi tasarımı konu alan bu çalıştayda tasarım öğrencileri köylüler, turistler, köydeki ticari işletme sahipleri, köy meclisi, köy muhtarı ve köy derneği başkanlığıyla görüşmeler yaparak mevcut durum ve eksikleri belirlemişlerdir. Tasarım öğrencileri görüştükleri kişilerle sosyal ilişkiler geliştirmiş ve bildirişim sisteminin tasarım sürecinde faal birer aktör olarak yer almışlardır. Mevcut olanı tercih edilebilir olanla değiştirme fikrinden yola çıkarak geliştirdikleri projelerde kültürel ve mimari dokuya uyum, sürdürülebilirlik ve yerel kaynakları kullanma kriterlerini göz önünde bulunduran öğrencilerin projeleri, en kısa zamanda uygulanabilmeleri için köyün yerel yönetimine teslim edilmiştir. Köy halkının proje sürecinde öğrencilere bilgilendirme açısından destek olmaları, ihtiyaç ve önceki deneyimlerini aktarmaları, bildirişim sisteminin tasarlanmasında kendilerini katılımcı olarak görmeleri ve projeleri sahiplenmeleri, Mortati ve Villari’nin modelinde yer alan önemli noktaların Gökçeada ve Zeytinliköy ölçeğinde de geçerli olduğunun kanıtları olmuştur. Çalıştayın çıktıları hızla benimsenmiş ve mikro ölçekli bölgesel tasarım müdahalesi başarıya ulaşmıştır.

Öte yandan çalıştayın akabinde gerçekleştirilen geniş katılımlı arama toplantısı, Gökçeada’nın hem çokkültürlü, heterojen insan kaynağını bir araya getirmek için bir vesile olmuş, hem de farklı kültürel, sosyal ve iktisadi altyapılara sahip paydaşlar için bir çekim alanı yaratmıştır. Arama toplantısına tasarım eğitmenlerinin yönlendirmesiyle Gökçeada halkı, yerel idare (belediye başkanı, kaymakam ve köy muhtarları), yerel girişimciler (üreticiler, otel ve dükkan sahipleri), dernek ve oda başkanları, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, mimar, öğretmen ve mühendisler katılmışlardır. Gökçeada’nın kalkınması üzerine görüş alışverişiyle başlayan toplantıda, sorunların çözümünde paydaşların birbirleri ve üniversiteyle ne tür ortaklıklar kurabileceği, tasarım düşüncesi ve bölgesel tasarımın iktisadi gelişimin hangi alanlarında faydalı olabileceği, sosyal inovasyon üst-amacına ulaşmak üzere kamu, özel sektör ve üniversite işbirliğinin tasarım yoluyla nasıl sağlanabileceği konusunda yoğun ve verimli bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bölgesel tasarım uygulamaları, yapılan pilot çalıştayın çıktılarıyla tanıtılmış ve çokkültürlülüğün Gökçeada’nın kalkınması için vazgeçilmez bir artı değer olduğu konusuna dikkat çekilmiştir. Bu sayede, Mortati ve Villari’nin modelindeki bağlantıyı tasarım çözümleri perspektifinde ele alabilmek ve yerel paydaşlar arasında farkındalık yaratmak mümkün olabilmektedir.

Sonuç Yerine

Tasarıma dayalı sosyal inovasyon, bölgesel tasarım gibi yaklaşımlar yerel kalkınma problemleriyle boğuşan Türkiye ve benzeri ülkelerde önemli bir potansiyele sahip görünmektedir. Ancak üniversitelerdeki az sayıda araştırmacı bu kavram ve

yaklaşımları büyük bir hevesle benimseyip oldukça sınırlı ölçeklerde uygulamaya çalışırken sıklıkla bu kavramsal araçların, ortaya çıktıkları toplumsal, kültürel ve politik bağlamların dolaysız bir ürünü olduklarını göz ardı etmektedir. Bu yüzden, kavramsal bir analizden geçmeden kullanılmaya çalışılan sosyal inovasyon için tasarım, bölgesel tasarım yöntem ve yaklaşımları herhangi bir toplumsal fayda üretmeksizin, sadece bir yöntem transferi çabasından öteye gitmeyen, marjinal denemeler olarak kalmaktadır. Bu çalışmada ise bölgesel tasarım yaklaşımı kavramsal bileşenleri açısından kuramsal bir biçimde incelenip, Türkiye ortamındaki yerel koşullar açısından tekrar değerlendirilmekte ve bu kavramsal araçların mevcut yerel koşullarda işlerlik kazanabilmesi için gereken içsel aktör ve ilişkiler tespit edilmektedir. Gökçeada çalışması bu bağlamda, sadece bölgesel tasarım yaklaşımının Türkiye koşullarında, çokkültürlü, heterojen bir yapıda uygulanmasından ibaret değildir. Aynı zamanda bu kavramsal yaklaşımın Gökçeada koşullarında yokluğu tespit edilmiş olan bağlantı kavramı açısından kuramsal olarak geliştirilmesini ve alan çalışmaları yoluyla revize edilerek gelecek için yeniden kurgulanabilmesini sağlamıştır.

Kaynakça

- Alexandiris, A. 1983. *Greeks of Asia Minor and Constantinoples*. Atina: Center for Asia Minor Studies.
- Bonsiepe, G. 2004. *Peripheral Vision*. Rio de Janeiro: Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI).
- Erginsoy, G. B. 2006 *Adalılar: İmroz'dan Gökçeada'ya*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Gross, A. 2008. "Gökçeada (Imbros) and Bozcaada (Tenedos): Preserving the Bicultural Character of the Island as a Model for Co-Operation between Turkey and Greece in the Interest of the People Concerned". Avrupa Konseyi, Doc. 11629.
- Keskin, İ. 2011. *Hediye/ Evdoksia*, İstanbul: Hayy Kitap.
- Konyalı, A., G. Daş, T. Savaş ve Y. Yurtman. 2004. *Gökçeada'da İmroz Koyunu Yetiştiriciliği: Organik Hayvancılık İçin Potansiyel*. ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Zootečni Bölümü Yayını.
- Maffei, S. ve B. Villari. 2006. *Design for Local Development*, Helsinki: Cumulus Working Papers.
- Maffei, S. ve A. Castelli. 2009. "Fashionplus: How to Establish Productive Connections Among Design, Enterprise, Territory". 8th *Academy of Design Conference*, The Robert Gordon University, Aberdeen.

- Manzini, E. 2004. “Design As A Tool For Environmental And Social Sustainability”, İçinde *Design Issues In Europe Today*, der. Stuart Macdonald. Hollanda: The Bureau of European Design Associations - BEDA White Book, The Publishers.
- Manzini, E. 2010. “Small, Local, Open and Connected: Design Research Topics in the Age of Networks and Sustainability”. Açılış konuşması, *LeNS Conference: Sustainability NOW! Proceedings*, Bangalore, Hindistan.
- Mortati, M. ve B. Villari. 2012. “Exploring Less Tech-Dependent Side of Collaborative Creative Design”. The 2nd. International Conference on Design Creativity, Glasgow.
- Papanek, V. 1979. *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. New York: Pantheon Books.

KİŞİSELLEŞTİRME YOLUYLA KULLANICILARI TASARIM SÜRECİNDE ETKİN KILAN YÖNTEM VE YAKLAŞIMLARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN ÜRÜN TASARIMI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ezgi Ozan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Çağla Doğan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Bu bildiriye konu olan doktora çalışması, ürünlerin kişiselleştirilmesi yoluyla kullanıcıların tasarım sürecine etkin olarak katılımını sağlayan mevcut yöntemleri ve tasarım odaklı sürdürülebilirlik yaklaşımlarını, kişiselleştirmenin sürdürülebilir üretim, tüketim ve özellikle ürün ömrünün uzatılmasıyla ilgili olası sonuçlarını tartışmak amacıyla değerlendirerek sınıflandırır. Kişiselleştirmenin, kullanıcı-ürün bağıını güçlendirme yoluyla ürün ömrünün uzatılmasında ve dolayısıyla tüketimin sürdürülebilirlik ölçütlerine daha uygun hale gelmesinde potansiyeli vardır. Bunun yanı sıra, sürdürülebilir tasarım yaklaşımına uygun ürünlerin geliştirilmesinde, üretim, bakım, onarım, yeniden kullanım, vb. etkenlerin de göz önünde bulundurulması gerekir. Bu düşünceyle çalışmada, kitlesel özelleştirme, kendin-yap yaklaşımı, açık kaynaklı tasarım ve yereli etkili olarak katarak tasarımda farklı üretim ölçeklerini bütünleyen mevcut yaklaşımlar, üretim ve tüketimde sürdürülebilirliğe katkı ve etkileri açısından değerlendirilir. Kişiselleştirmenin boyutları için bir çerçeve oluşturmak ve sürdürülebilirlik açısından yansımalarını tartışmak amacıyla, bu yaklaşımlar, temel amaçları, gerektirdikleri tasarım becerileri, kullanılan üretim ölçekleri, kişiselleştirmenin gerçekleştirdiği ürün ömrü aşamaları, kullanıcının tasarım müdahalesinin türü ve niteliği ve üretici, tasarımcı ve kullanıcının rolünü içeren ölçütler temel alınarak sınıflandırılarak sunulur. Bu ölçütlere göre yapılan değerlendirme, kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve yerel ölçeği dahil eden sürdürülebilirlik yaklaşımlarının, özelleştirme yöntemlerine kıyasla, kullanıcıları tasarım ve üretim süreçlerinde etkin kılarak sürdürülebilir ürün tasarımı için olası potansiyellerini ve etkilerini ortaya koyar.

Anahtar Kelimeler: Ürün tasarımında kişiselleştirme, sürdürülebilirlik için tasarım, kitlesel özelleştirme, kendin-yap, açık kaynaklı tasarım, yerelleştirme, tasarım ve üretimde farklı ölçekleri bütünleyen yaklaşım

Giriş

Günümüzde üretilen ürünlere ilişkin önemli problemlerden biri, ürünlerin kısa ömürlü olmalarıdır. Bu durum, hem atık oranını küresel çapta arttırmakta, hem de yeni ürünlerin üretilmesi gerekliliği nedeniyle daha fazla kaynak ve enerji kullanımına yol açar. Literatürde, ürünleri yenisiyle değiştirme davranışını ve ürün eskimesini açıklayan birçok çalışma yer alır (Burns 2010; Mugge vd. 2005; Van Nes

ve Cramer 2005; Verbeek ve Kockelkoren 1998; Packard 1960). Ürün ömrünü etkileyen etkenler arasında, kullanıcı-ürün bağının zayıflaması (Packard 1960) ya da ürünün psikolojik ömrünü (Verbeek ve Kockelkoren 1998) tamamlaması nedeniyle erken değiştirilmesine neden olan, teknoloji ve eğilimlerdeki değişimler yer alır. Ayrıca, ürün kalitesinin azalması (yıpranma, bozulma ve eskime), onarım ve bakım bedelinin yeni ürünün alımındakine kıyasla yüksek olması ve önceki ürünü verimsiz kılan, işlevini daha iyi yerine getiren yeni ürünlerin ortaya çıkması da ürün ömrünü etkiler.

Ürün tasarımında kişiselleştirme, kullanıcı-ürün bağına güçlendirme yoluyla ürünün yenisiyle değiştirilmesini erteleyen, ürün ömrünü uzatan ve kaynakların verimli kullanılmasına ve daha anlamlı bir maddi kültür oluşturulmasına katkıda bulunan bir yaklaşım olarak önerilir (Niinimäki ve Hassi 2011; Fuad-Luke 2010; Van Nes 2010; Mugge vd. 2009a; Mugge vd. 2005; Chapman 2005; Cooper 2000). Ancak, anlamlandırma ve duygusal tepki kullanıcılar tarafından oluşturulduğundan ve tasarımcının öngörüsünün ve etkisinin ötesinde gerçekleştiğinden, ürünlere kişisel anlamlar yüklemek tasarımcılar için zorlu ve belirsizlikler içeren bir süreçtir. Bu bağlamda, kullanıcıları tasarım sürecinde etkin kılmak ve kullanıcıların ürünleri tasarlaması, yapması ve dönüştürmesi yoluyla kişisel anlatılar yaratmasını sağlamak, daha güçlü bir ürün-kullanıcı bağının oluşmasını destekleyebilir.

Sürdürülebilirliğin ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarına bu yaklaşımla katkıda bulunulabilmesi için, üretim sistemi de kullanıcıların tasarım sürecinde etkin kılınmasına olanak sağlamalıdır. Bu bağlamda, daha küçük ölçekli, yerel ölçekte etkin bir üretim ve hizmet sistemi sürdürülebilirliğe katkıda bulunabilir. Yerelleştirilmiş bir ekonomi, ağırlıklı olarak yerel kaynaklara, parti üretimi gibi yerel üretim tekniklerine ve bakım, onarım, geri kazanım, yeniden kullanım gibi kullanım sonrası hizmetlere dayanır. Böyle bir yaklaşım, yerel becerilerin kullanımına vurgu yaparak, daha esnek, uyarlanabilir ve iyileştirilebilir, farklı kullanıcı gereksinimlerine, zevklerine ve tercihlerine uygun hale getirilebilir ürün çözümleri ortaya çıkmasını destekler (Doğan ve Walker 2008). Bu kapsamda, kullanıcıları tasarım sürecinde yerel düzeyde etkin kılmak, kullanıcı-ürün bağına güçlendirerek ve ürünleri yerel düzeyde değiştirmeye, iyileştirmeye ve uyarlamaya olanak sağlayarak, daha uzun ömürlü ürünler elde edilmesine katkıda bulunabilir.

Kişiselleştirme

Blom (2000) kişiselleştirmeyi, bir sistemin estetik ve işlevsel özelliklerinin, ürünün kullanıcıyla kişisel bağını arttırmak amacıyla değiştirilmesi olarak tanımlar. Literatürdeki bazı çalışmalarda (Mugge vd. 2009a; McKay 2007; Blom ve Monk 2003), firmaların kullanıcıyı tasarım sürecine kattığı, ancak üretimi yine firmanın gerçekleştirdiği kitlesel özelleştirme de kişiselleştirme olarak adlandırılır. Kitlesel özelleştirmede, kullanıcı farklı derecelerde tasarım sürecinde etkin olmakla beraber, bu süreçte eş üretici değildir. Bu çalışmada ele alınan kişiselleştirme kavramı

ise, kullanıcının aktif olarak eş-tasarımcı ve eş-üretici haline geldiği ve bir ürünün estetik ve işlevsel özellikleriyle kullanıcı-ürün ilişkisini güçlendirmek amacıyla, kullanıcı tarafından ürünün parça veya parçalarının, tasarım, kullanım ve kullanım sonrası aşamalarında tanımlandığı, uyarlandığı veya değiştirildiği bir süreç olarak tanımlanır.

Kişiselleştirme Yoluyla Kullanıcıları Tasarım Sürecinde Etkin Kılan Yöntem ve Yaklaşımlar

Günümüzde kullanıcılar çeşitli uygulamalarla ürünlere müdahale edebilmekte, kullanıcı, tasarımcı ve üreticinin rolü değişmekte ve kullanıcılar daha aktif katılımcılar haline gelmektedir.

Kitlesel Özelleştirme

Kitlesel özelleştirme, üreticiler tarafından başlatılan ve kullanıcı ihtiyaçlarını seri üretim sınırları içinde karşılayarak, firmalara farklılaşma avantajı sağlayan bir strateji olarak, otomotiv, giyim, elektronik ürünler, ayakkabı gibi pek çok sektörde uygulanabilir. Kaygın Sel'e (2013) göre, kitlesel özelleştirme stratejileri özelleştirmenin düzeyi, kullanıcı türü ve özelleştirmenin zamanlamasına göre farklılaşır. Kitlesel özelleştirme, kullanıcının tasarım sürecine daha erken katılımıyla, özelleşecek parçaları ve sunulan seçenekleri belirleyebildiği yüksek düzeyde olabildiği gibi, kullanıcıların önceden belirlenen kısımları özelleştirebildiği orta düzeyde (Resim 1) veya kullanıcının önceden belirlenmiş seçenekler arasından seçim yaptığı düşük düzeyde de olabilir. Kullanıcı türü birey ya da kurumsal bir paydaş olabilir. Mevcut örnekler düşünüldüğünde, kitlesel özelleştirme tasarım, montaj, satış ve kullanım sırasında gerçekleşir.

Özgün Özelleştirme

Dijital üretim teknikleri ve Web 2.0 teknolojisinin gelişimiyle, bugün kullanıcılar dijital araçlarla özgün ürünler yaratarak bunların üreticiler tarafından üretilmesini sağlayabilirler. Fluidforms, Shapeways ve Nervous Sytem gibi firmalar, müşteri-



Resim 1. MiAdidas ayakkabılar – orta düzey (<<http://www.miadidas.com.au>>, erişim tarihi 14 Ağustos 2013)



Resim 2. Adidas Adicolor ayakkabılar – satış sonrası (<<http://calzado.mercadolibre.com.mx>>, erişim tarihi 14 Ağustos 2013)



Resim 3. Fluidforms Ürünleri; Google Maps ile seçilen bir konumun yer aldığı saat ve sanal bir kum torbası yumruklanarak yaratılan lamba (<www.fluid-forms.com>, erişim tarihi 22 Ekim 2013)

lerinin dijital araçlar kullanarak özelleştirdiği ürünleri üretir (Bunnell ve Marshall 2009). Üretimde üç boyutlu (3B) yazıcı, lazer kesim ve geleneksel yöntemler kullanılabilir ve kitlesel özelleştirmeye kıyasla daha kişiye özel ürünler elde edilebilir (Resim 3). Kitlesel özelleştirmeye benzer olarak, bu yöntemde de temel bir ürün yapısı bulunur ve dijital araçlar kullanıcıların bu temel yapıyı değiştirmesine olanak sağlar.

Kendin-Yap Tasarım Yaklaşımı

Wolf ve McQuitty (2011) kendin-yap (*do-it-yourself*) tasarım yaklaşımını, *kişilerin ham veya yarı-ham malzemeleri ve parçaları, maddi kültürün yansıması olarak ürünleri üretmek, dönüştürmek veya yeniden yapmak için bir araya getirdiği davranışlar* olarak tanımlarlar. Kendin-yap yaklaşımında, aşağıda verilen örnekteki gibi, kişiler hem tasarımcı hem de üretici olabilirler. Günümüzde Instructables (Resim 4), DoItYourself.com, vb. gibi, kendin-yap yaklaşımına ilişkin pek çok web sitesi bulunur. Bu siteler kullanıcılarına, onarım, bakım, tasarım, yeniden kullanım gibi konularda ayrıntılı çizimler ve yaratıcı fikirlerle 3B yazıcı için dijital dosyalar sağlarlar.

Açık Kaynaklı Tasarım

Açık kaynaklı tasarım (*open source design*), kullanıcıların kullanımına açık olan bir kaynak kodu, tasarım belgesi veya içeriğinin kullanıcılar tarafından objeler



Resim 4. Electric Trike (<www.instructables.com>, erişim tarihi 28 Ekim 2013)



Resim 5. Transparent Kettle (<www.openstructures.net>, erişim tarihi 28 Ekim 2013)

yaratmak için katılımcı bir yöntemle kullanıldığı bir yaklaşım olarak tanımlanır (Fuad-Luke 2009). Örneğin, Openstructures.net açık kaynaklı bir platform olup, herkes ortak bir geometrik kılavuzu temel alarak parçalar veya ürünler tasarlayabilirler. 3B yazıcı kullanımıyla, paylaşılan bir veri yerel olarak farklı kullanıcılar tarafından ürüne dönüştürülebilir ve aynı veri farklı kullanıcıların elinde farklı ürünlere uyarlanabilir (Resim 5).

Yerel Düzeyde Kişiselleştirmeye Odaklanan Yaklaşımlar ve Tasarım Araştırmaları

Bu bölümde verilen örnekler, tasarımcıların geliştirdiği çeşitli yaklaşımlar ve ürün araştırmalarından oluşur ve bunlar çeşitli tasarım ve üretim ölçeklerini bir araya getirerek bütünlerler. Ayrıca, tasarımcı ve kullanıcının eş-tasarımcı ve eş-üretici olduğu bu yaklaşımlar, ya doğrudan yerel düzeyde kişiselleştirmeye olanak sağlar ya da bunların kişiselleştirme için potansiyelleri bulunur.

Yarı Tamamlanmış Tasarım Yaklaşımı

Yarı tamamlanmış tasarım (*half-way design*) yaklaşımıyla ürünler, belli bir yere kadar tasarlanıp üretilir ve kullanıcının tasarım veya üretim sürecini tamamlamasına olanak tanınır (Resim 6). Kullanıcı yerel malzemeler veya yerel üretim teknikleriyle üretebileceği parçaları yarı tamamlanmış ürünle farklı şekillerde bir araya getirebilir. Ürünün tamamlanması sırasında, kullanıcı daha somut ve yaratıcı bir tasarım ve üretim süreci deneyimler. Sonuç ürün kusursuz olmamasına kar-



Resim 6. An Affair with a Chair, Natalie Schaap (Fuad-Luke 2009, 101)

şın, oldukça kişisel ve kullanıcının yaratıcılığını, hatalarını ve anlatısını yansıtan bir nitelikte olur (Fuad Luke 2009).

Yereli Etkili Olarak Katarak Tasarımda Farklı Üretim Ölçeklerini Bütünleyen Yaklaşımlar

Sürdürülebilirlik için tasarım odaklı ve yereli etkili olarak katarak tasarımda farklı üretim ölçeklerini bütünleyen yaklaşımlar, kişiselleştirme için kullanıcılara bir şablon sunarak tasarımda seri üretim, parti üretimi ve tek seferlik üretimi bir arada kullanır (Resim 7 ve 8). Yerelleştirmeye odaklanan bu yaklaşımlar, ürünlerin yerel olarak, farklı ürün ömrü aşamalarında, kullanıcıların yerel malzemeleri, üretim tekniklerini ve becerilerini kullanarak uyarlanmasına olanak verir (Walker 2011). Bu yaklaşımlarda, kullanıcıların kültürel değerlerine daha uygun ürünlerin oluşturulması da amaçlanır. Ayrıca bu yaklaşımlar, parçaların yeniden kullanımı, ürünlerin zaman içinde dönüştürülmesi, ürünün kişisel bağının arttırılması, yerel düzeyde kullanım sonrası hizmetlerin içerilmesi, kaynakların verimli kullanımı, yerel düzeyde istihdam sağlanması, farklı kullanıcı gereksinimlerine cevap verilebilmesi gibi sürdürülebilirliğin çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarını kapsayan tasarım ölçütlerini göz önünde bulundurur.

Kişiselleştirmenin Boyutları

Literatürde kişiselleştirmenin boyutlarına ilişkin sadece bir çalışma tamamlanmış olup (Mugge vd. 2009b), sürdürülebilirlik ölçütleri bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Bu çalışmada kişiselleştirmenin boyutları, kişiselleştirme ve kitlesel



Resim 7. Box Sconce, Tasarımcı: Stuart Walker; değişim için tasarım ve yerelleştirmeye yönelik bir tasarım araştırması (Walker 2010, 823-824)



Resim 8. Family of Dining Chairs, Tasarımcı: Anne Marchand; birbirinden farklı ve değerini yitirmiş ürünlere aynı tasarım müdahalesinin uygulanarak yeniden değerlendirilmesiyle oluşturulan bir ürün ailesi (Marchand 2008)

özellemeyeyle ilgili ürün örneklerini içeren 42 kartın sınıflandırılması yoluyla ortaya çıkarılmıştır. Bu boyutlar, *zihinsel efor*, *fiziksel efor*, *esneklik*, *başlatan*, *kişiselleştirmenin amacı*, *kişiselleştirme anı* ve *amaçlılıktır*.

Zihinsel efor, yaratıcı müdahalenin düzeyi, *fiziksel efor* ise kullanıcının fiziksel müdahalesinin düzeyidir. *Esneklik*, ürünün yaşam süresi boyunca birçok kez kişiselleştirilebilir olmasını tanımlar. *Başlatan*, kişiselleştirme sürecini başlatan kişi olarak tanımlanır ve kullanıcı, tasarımcı veya üretici olabilir. *Kişiselleştirmenin amacı* işlevsel ve/veya estetik olabilir. *Kişiselleştirme anı*, kişiselleştirmenin ürün yaşam döngüsünün hangi aşamasında gerçekleştiğiyle ilgilidir ve bu satın alma öncesi, satın alma sonrası ve kullanım aşaması olarak sınıflandırılır. Ancak, kişiselleştirme kullanım sonrasında da ürünlerin farklı amaçlar için kullanılması veya yenilenmesi yoluyla da gerçekleşebilir. *Amaçlılık*, kullanıcının bilerek bir müdahalesinin olup olmamasıyla açıklanır. Örneğin ahşap, deri gibi bazı malzemeler, kullanıcının doğrudan bir müdahalesi olmadan zamanla kişiye özel hale gelebilir. Bu çalışmada tanımlanan kişiselleştirme süreci, kullanıcının aktif katılımını gerektirdiğinden, bu boyut yaklaşımların incelenmesinde ele alınmadı.

Literatürde yer alan boyutlara ek olarak, sürdürülebilirlik alanından gelen ve yaklaşımların değerlendirilmesinde önem taşıyan bazı boyutlar da çalışmaya eklenmiştir. Bunlar, üreticinin, tasarımcının ve kullanıcının rolü, *kişiselleştirilen* ürünün

üretim ölçeği, kişiselleştirme uygulamasının amacı, gereken kullanıcı becerileri ve kişiselleştirme ve sürdürülebilirlik açısından kısıtlardır.

Kişiselleştirme Yoluyla Kullanıcıları Tasarım Sürecinde Etkin Kılan Yöntem ve Yaklaşımların Sürdürülebilirlik İçin Kişiselleştirme Açısından Analizi

Tablo 1’de, kişiselleştirmeye olanak sağlayarak tasarım sürecinde kullanıcıları etkin kılan yöntem ve yaklaşımlar, yukarıda açıklanan boyutlara göre analiz edilerek sunulur.

	KİTLESEL ÖZELLEŞTİRME	ÖZGÜN ÖZELLEŞTİRME	KENDİN-YAP
AMAÇ	Piyasada Farklılaşma	Piyasada Farklılaşma	Kendini ifade etme
BECERİLER			Zanaat/El Becerisi
EFOR	Zihinsel Efor (Satın alma öncesi) Zihinsel ve Fiziksel Efor (Satın alma sonrası)	Zihinsel Efor	Fiziksel Efor/ Zihinsel Efor
ÜRETİM ÖLÇEĞİ	Tek seferlik/Parti/Seri üretim	Tek seferlik üretim	Parçalar: Zanaat (Tümü) Zanaat/El becerisi/ Parti/Seri Seri (Tümü) Sonuç: Tek seferlik/Parti
ÜRÜN YAŞAM DÖNGÜSÜ AŞAMASI	Tasarım/Montaj/Satın alma/Kullanım	Tasarım	Tasarım/Kullanım/ Kullanım sonrası
KULLANICI MÜDAHALESİNİN TÜRÜ	Estetik ve İşlevsel	Çoğunlukla estetik İşlevsel de olabilir.	Estetik ve İşlevsel
ÜRETİCİNİN ROLÜ	Özelleştirme için gereken araçları sağlar ve ürünü üretir.	Özelleştirme için gereken dijital araçları sağlar ve ürünü üretir.	

TASARIMCININ ROLÜ	Temel ürün özelliklerini ve ürün parçaları için farklı seçenekleri tanımlar.	Temel ürün özelliklerini ve özelleştirme yöntemini tanımlar.	Tasarımcı kullanıcıdır. Diğer kullanıcılar için ürün şablonu sağlayabilir.
KULLANICININ ROLÜ	Çoğunlukla tasarımı sonlandırmak için önceden sunulan seçeneklerden uygun olanları tercih edip bir araya getirir.	Temel ürün özelliklerini değiştirir.	- Ürünü tasarlar ve üretir veya - Başka bir kullanıcının şablonunu uyarlar.
KISITLAR	Tam özelleştirme olmadıkça, önceden tanımlı seçeneklerle sınırlıdır.	Önceden tanımlı parça ve ürün yapısıyla sınırlıdır ve sonuç rastlantısaldır.	Ürünün tamamen el becerisiyle geliştirilmediği durumlarda, mevcut ürünlerin değiştirilmesi veya uyarlanmasıyla sınırlıdır.

Tablo 1. Kişiselleştirme yoluyla kullanıcıları tasarım sürecinde etkin kılan yöntem ve yaklaşımların sürdürülebilirlik için kişiselleştirme açısından analizi

	AÇIK KAYNAKLI TASARIM	KİŞİSELLEŞTİRMeye OLANAK TANIYAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMLARI
AMAÇ	Kendini ifade etme	Sürdürülebilirlik için Kişisel/Kültürel Anlam
BECERİLER	Yazılım/dijital araçlarda uzmanlık/teknik veya mekanik bilgi ve deneyim	Henüz araştırılmadı.
EFOR	Fiziksel/Zihinsel	Fiziksel/Zihinsel
ÜRETİM ÖLÇEĞİ	Tek seferlik / Parti üretimi -Yeniden kullanılmış parçalar -Hızlı prototip yöntemiyle üretilmiş parçalar -Seri üretilmiş/ Kullanıma hazır parçalar -Zanaat üretimli parçalar	Zanaat/Parti/Seri

ÜRÜN YAŞAM DÖNGÜSÜ AŞAMASI	Tasarım/Kullanım/ Kullanım sonrası	Tasarım/Kullanım/Kullanım sonrası
KULLANICI MÜDAHALESİNİN TÜRÜ	Estetik ve İşlevsel	Estetik ve İşlevsel
ÜRETİCİNİN ROLÜ	Üretici kullanıcıdır.	Parti üreticisi tasarımcının ürün şablonunu kullanıcı gereksinimine göre uyarlayabilir.
TASARIMCININ ROLÜ	Tasarımcı kullanıcıdır.	Ürün şablonunu/bağlantı parçalarını/ yarı tamamlanmış ürünü sağlar.
KULLANICININ ROLÜ	- Ürünü tasarlar ve üretir veya - Başka bir kullanıcının tasarımını uyarlar ve üretir veya - Başka bir kullanıcının tasarımını üretir.	1. Ürünü tamamlar (yarı tamamlanmış ürün) 2. Kendi gereksinimine göre (tasarım aşamasında) ürünü - Kişiselleştirilmiş grafik uygulamalar/ yüzey işlemi - İşlevsel parçaları düzenleme - Mevcut malzemeler/ürün parçaları ile uyarlar. 3. Ürünü kullanım ve kullanım sonrası aşamalarında - Estetik ve işlevsel parçaları değiştirerek, - Yeni parçalar ekleyerek veya kullanılmış ürünü yüzey işlemleriyle dönüştürür.
KISITLAR	Tasarım, yazılım becerileriyle sınırlıdır, plastik kullanımı çevresel açıdan kısıtlayıcıdır.	Henüz araştırılmadı.

Tablo 1. Kişiselleştirme yoluyla kullanıcıları tasarım sürecinde etkin kılan yöntem ve yaklaşımların sürdürülebilirlik için kişiselleştirme açısından analizi (devam)

Amaç: Kitlesele ve özgün özelleştirme piyasada farklılaşmak amaçlı uygulandığı için, ekonomik kaygı daha ön plandadır. Kendin-yap ve açık kaynaklı tasarım, kullanıcıların kendilerini ifade etmesini amaçlar ve kişisel ve özgün ürünlerin yaratımına olanak verir. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarında ise odak doğrudan ürünlerin kişisel ve kültürel anlamlılığını arttırmaktır.

Gereken Beceriler: Kitlesele ve özgün özelleştirme herhangi bir kullanıcı becerisi gerektirmez. Kitlesele özelleştirmede kullanıcı çoğunlukla önerilen seçenekleri bir araya getirirken, özgün özelleştirmede önceden tanımlı parçaları değiştirir. Özgün özelleştirmede sonuç oldukça rastlantısaldır. Kendin-yap, zanaat ve/veya el becerisi gerektirir ve kullanıcı-ürün bağının artmasına katkıda bulunan, daha somut bir

yaratım süreci gerçekleşir. Açık kaynaklı tasarım, yazılım, çizim becerisi, teknik ve mekanik bilgi ve deneyim gerektirebilir. Bu durum, sadece bu becerilere sahip kişilerin ürün geliştirmesine olanak sağladığı için, kişiselleştirme açısından bir kısıttır. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarında kişiselleştirme için gereken kullanıcı becerileri henüz araştırılmamış olsa da, mevcut örnekler kişiselleştirme sürecinde el, zanaat ve tasarım becerisi gerekebileceğini gösterir.

Sürdürülebilirlik açısından yerel becerilerin kullanımı, sosyal ve ekonomik açıdan önem taşır. Bu açıdan, el/zanaat/tasarım/yazılım becerilerinin kullanımını içeren kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımları sürdürülebilirlik ölçütleri açısından olumlu ve önemli bir katkı sunar. Ayrıca, kişiye özel becerilerin kullanımı kişisel bir başarı ve tatmin duygusu yaratacağından, ürün-kullanıcı ilişkisi de bundan olumlu etkilenir.

Efor: Kitlesele ve özgün özelleştirmede, kullanıcı kendi beğenisine en uygun ürünü mevcut seçeneklerle yaratmaya çalışır ancak zihinsel efor, kullanıcıların daha aktif bir yaratım süreci deneyimlediği diğer yaklaşımlara göre daha azdır. Satın alma sonrası kitlesele özelleştirme, kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarında fiziksel efor da sarf edilir. Mugge vd. (2009b), kişiselleştirme sürecinde sarf edilen özellikle zihinsel eforun, kullanıcının kendisini ifade etme oranını arttırdığını ve kullanıcı-ürün bağına güçlendirdiğini belirtir. Bu açıdan, kullanıcıların aktif bir yaratım ve üretim sürecine katıldığı kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımları, daha güçlü bir ürün-kullanıcı bağı oluşmasını destekler.

Üretim Ölçeği: Üretim ölçeğinin, sürdürülebilirlik açısından önemli etkileri bulunur ve yerel üretim teknikleri ve becerileri, kullanım sonrası hizmetler ve yerel malzeme kullanımı sürdürülebilirlik yaklaşımlarının odak noktasıdır. Bu yaklaşımlar, zanaat ve parti üretimiyle seri üretimi bir araya getirir, öncelikle yerel malzemeleri kullanır ve üretimin sürdürülebilirlik ilkelerine daha uygun hale gelmesine katkıda bulunur.

Kitlesele özelleştirmede ürünler, özelleştirme amacına ve kullanıcı türüne göre tek seferlik, parti üretimi veya seri üretimle üretilmiş olabilir. Ancak, tek seferlik üretimle veya parti üretimiyle üretildiklerinde, kitlesele özelleştirmenin zaman ve maliyet avantajları yok olur. Ayrıca, bu yaklaşım, yerel malzeme, üretim, üretici ve kullanım sonrası hizmet gibi ölçütler açısından sürdürülebilirlik yaklaşımıyla örtüşmediğinden olumsuz etkilere neden olabilir. Özgün özelleştirmede, tek seferlik üretim söz konusudur ve yine yerel bir üretim ve kullanım sonrası hizmet gibi ölçütler olmadığı sürece, tüketim odaklı ürünler çevresel ve sosyal açıdan olumsuz etkilere neden olabilir. Kendin-yap yaklaşımında, tüm parçalar zanaat/el üretimiyle olabileceği gibi, zanaat ve parti üretimiyle ve seri üretimle üretilmiş parçalar veya tamamı seri üretilmiş parçalar bir araya getirilebilir. Sonuç tek seferlik veya parti üretimiyle üretilmiş bir üründür. Kendin-yap yaklaşımında, amaç sürdürülebilirlik olmamasına karşın, yaratılan ürünler, yeniden kullanım, ürün ba-

kımı ve onarımı gibi sürdürülebilirlik için önemli özelliklere sahip olabilir. Açık kaynaklı tasarımda, ürünler tek seferlik ya da parti üretimiyle üretilmiş olabilir. Farklı ölçeklerde üretilmiş, yeniden kullanılmış, hızlı prototiple üretilmiş vb. parçalar yerel ölçekte bir araya getirilebilir. Bu açıdan sürdürülebilirlik için önemli katkı sunabilir.

Ürün Yaşam Döngüsü Aşaması: Sürdürülebilirlik açısından, malzemelerin ve ürünlerin yeniden kullanımı, dönüştürülmesi ve iyileştirilebilir olması gibi süreçler önem taşır. Bu açıdan, ürünün tasarım, kullanım ve kullanım sonrasında, değişen kullanıcı beğenileri, tercihleri ve gereksinimlerine göre kişiselleştirilip dönüştürüldüğü kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilir tasarım yaklaşımları, sürdürülebilir tasarım ölçütleriyle daha fazla örtüşerek, ürün ömrünün uzatılmasını destekler.

Tasarım Müdahalesinin Türü: Kullanıcının tasarım müdahalesi işlevsel ve/veya estetik olabilir. Tasarım katkısının çoğunlukla estetik olduğu özgün özelleştirme dışındaki tüm yaklaşımlar, işlevsel açıdan da kişiselleştirmeye olanak tanır. Özelleştirme yaklaşımlarında müdahale önceden tanımlı parçalar ve yöntemlerle sınırlı olduğundan, fiziksel olarak daha etkin bir tasarım müdahalesi içeren kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımları ürün-kullanıcı bağının güçlenmesini daha olumlu etkileyebilir.

Üreticinin Rolü: Kitlesele ve özgün özelleştirmede üretici ürünü üretir ve özelleştirme için gereken araçları sunar. Kendin-yap ve açık kaynaklı tasarımda, kullanıcı ürünün üreticisidir. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarında ise, kullanıcı eş-üretici olup, tasarımcı ve üreticiyle birlikte üretim sürecine katılır. Kullanıcının üretim sürecine katılması, kullanıcıların deneyimlerini, anlatılarını ve becerilerini daha fazla yansıtan, özgün ve kullanıcı için daha anlamlı ürünlerin geliştirilmesini destekler.

Tasarımcının Rolü: Kitlesele ve özgün özelleştirmede tasarımcı temel ürün özelliklerini, özelleşecek parçaları ve özelleştirme yöntemini tanımlayabilir. Kendin-yap ve açık kaynaklı tasarımda kullanıcı tasarımcıdır ve farklı beceriler kullanarak özgün ürünler yaratır. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarında ise tasarımcı, kullanıcının uyarlaması ya da ürünü tamamlaması için ürün şablonunu, bağlantı parçalarını veya yarı tamamlanmış ürünü sunar.

Kullanıcının Rolü: Kullanıcının rolü, yukarıda sunulan tabloda soldan sağa ilerledikçe daha aktif hale gelmektedir. Her yaklaşım için kullanıcının rolü tabloda özetlenmiştir. Kullanıcıyı tasarım ve üretim sürecinde daha etkin kılan kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımları, kullanıcı becerilerinin ekonomik fayda sağlaması, ürün anlamlılığının artması yoluyla daha uzun

ömürlü ürünlerin yaratılması ve süreç ve sonucun kişisel başarı hissi uyandırması gibi çevresel, ekonomik ve sosyal getiriler sunar.

Kısıtlar: Kitlesel özeleştirme, tasarım aşamasından itibaren kullanıcıyı sürece katmadığında, çoğunlukla önceden tanımlı parçalarla kısıtlı kalır. Özgün özelleştirme de, kitlesel özelleştirmeye göre daha özgün ürünler yaratılmasına olanak sağlamasına rağmen, kullanıcının tasarım müdahalesi rastlantısalıdır. Kendin-yap yaklaşımı ise, parçaların tamamı zanaat veya el becerisi ürünü olmadıkça, kişiselleştirme için tasarlanmamış, seri üretilmiş ürünlerin veya parçaların dönüştürülmesi veya bir araya getirilmesiyle kısıtlıdır. Açık kaynaklı tasarım, belli kullanıcı becerileri gerektirir ve 3B yazıcı için kullanılan, geri dönüşümü olmayan plastik malzemeler sürdürülebilirlik açısından bir kısıttır. Ancak, seramik çamuru gibi çevresel açıdan daha uygun malzemeler de bu yaklaşımda kullanılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilirlik yaklaşımlarının kişiselleştirme açısından kısıtları henüz araştırılmamıştır. Bu süregelen çalışmanın kapsamında irdelenecektir.

Sonuç

Mevcut yaklaşımlarda kullanıcılar, kişiselleştirme yoluyla tasarım sürecine farklı düzeylerde dahil olur. Sürdürülebilirlik açısından bakıldığında *kışiselleştirme*, yerel ölçekte, yerel becerileri, üretim tekniklerini ve yerel malzemeleri üretime kattığında, ürünler ve parçalar tasarım, kullanım ve kullanım sonrasında yeniden kullanılıp dönüştürüldüğünde, bunun için gerekli üretim ve kullanım sonrası hizmetler sağlandığında, üretim ve tüketimin sürdürülebilirlik ilkelerine uygun hale gelmesine katkıda bulunabilir. Böylece, üretimin dışsallaştırılması ve ürün ve parçaların tek seferlik kullanımı gibi nedenlerle ortaya çıkan çevresel sorunlar azaltılabilir, yerel beceriler ekonomik fayda sağlamak üzere kullanılabilir, kullanıcı gereksinimlerine ve zevklerine daha uygun ürünler yaratılarak sürdürülebilirliğin sosyal boyutuna daha fazla katkıda bulunulabilir. Ayrıca, kullanıcının tasarım, üretim ve kullanım sonrası süreçlerde etkin kılınması, zihinsel ve fiziksel efor gerektiren, ürün-kullanıcı bağıını güçlendiren, ürünün anlamlılığını arttıran ve daha uzun ömürlü ürünler yaratılmasını sağlayan bir süreçtir ve buna olanak tanıyan yaklaşımlar sürdürülebilirlik için tasarım yaklaşımına önemli katkılar sağlayabilir. Bu açıdan bakıldığında, kendin-yap, açık kaynaklı tasarım ve yereli etkin kılan sürdürülebilirlik yaklaşımları, kullanıcı becerilerini tasarım sürecine etkin olarak dahil etmeleri, özelleştirme yaklaşımlarına göre daha fazla fiziksel ve zihinsel efor gerektirmeleri, yerel malzemeleri ve üretimi etkin kullanmaları ve ürün yaşam döngüsünün farklı aşamalarında kullanıcı müdahalesine olanak tanımaları açısından sürdürülebilirlik ölçütlerine daha uygundur. Ancak, kendin-yap yaklaşımı ve açık kaynaklı tasarımda kullanıcılar farklı motivasyonlarla bu süreçlere dahil olur ve sürdürülebilirlik bu yaklaşımların odak noktası olmayabilir. Dolayısıyla, yerel ölçekte kişiselleştirmeyi ele alan tasarım yaklaşımları, sürdürülebilirlik ölçütlerini göz önünde bulundurarak çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan olumlu etkiler yaratma potansiyeline sahiptir. Bununla beraber, kendin-yap

ve açık kaynaklı tasarım yaklaşımlarının sürdürülebilirlik için ürün tasarımında kişiselleştirmeye yönelik olası olumlu etkileri, var olan sürdürülebilirlik için tasarım yaklaşımlarını daha ileriye taşıyabilir.

Kaynakça

- Blom, J. 2000. "Personalization: a Taxonomy." İçinde CHI'00 extended abstracts on Human Factors in Computing Systems, 313-314.
- Blom, J. O. ve A. F. Monk. 2003. "Theory of Personalization of Appearance: Why Users Personalize their PCs and Mobile Phones." *Human-Computer Interaction* 18(3):193-228.
- Bunnell, K. ve J. Marshall. 2009. "Developments in Post Industrial Manufacturing Systems and the Implications for Craft and Sustainability." Making Futures Conference, Plymouth College of Art.
- Burns, B. 2010. "Re-Evaluating Obsolescence and Planning for It." İçinde *Longer Lasting Products: Alternatives to the Throwaway Society*, derleyen Tim Cooper, 39-60. Farnham: Gower.
- Chapman, J. 2005. *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences, and Empathy*. London: Earthscan.
- Cooper, T. 2000. "Product Development Implications of Sustainable Consumption" *The Design Journal* 3:46-57.
- Doğan, Ç. ve S. Walker. 2008. "Localization and the Design and Production of Sustainable Products." *International Journal of Product Development* 6(3):276-290.
- Fuad-Luke, A. 2010. "Adjusting Our Metabolism: Slowness and Nourishing Rituals of Delay in Anticipation of a Post-Consumer Age." İçinde *Longer Lasting Products: Alternatives to the Throwaway Society*, derleyen Tim Cooper, 133-156. Farnham: Gower.
- Kaygın Sel, S. 2013. "Industrial Design and Mass Customization of Electronic Goods." Yayınlanmamış doktora tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Marchand, A. 2008. "Responsible Consumption and Design for Sustainability." Yayınlanmamış doktora tezi. University of Calgary.
- McKay, A. 2007. "Affective Communication: Towards the Personalisation of a Museum Exhibition." *CoDesign* 3:163-173.
- Mugge, R., J. P. Schoormans ve H. N. Schifferstein. 2009a. "Emotional Bonding with Personalised Products." *Journal of Engineering Design* 20(5):467-476.

- Mugge, R., J. P. Schoormans ve H. N. Schifferstein. 2009b. "Incorporating Consumers in the Design of Their Own Products. The Dimensions of Product Personalisation." *CoDesign* 5(2):79-97.
- Mugge, R., J. P. Schoormans ve H. N. Schifferstein. 2005. "Design Strategies to Postpone Consumers' Product Replacement: The Value of a Strong Person-Product Relationship." *The Design Journal* 8(2):38-48.
- Niinimäki, K. ve L. Hassi. 2011. "Emerging Design Strategies in Sustainable Production and Consumption of Textiles and Clothing." *Journal of Cleaner Production* 19(16):1876-83.
- Packard, V. 1960. *The Waste Makers*. New York: Van Rees Press.
- Van Nes, N. 2010. "Understanding Replacement Behaviour and Exploring Design Solutions." İçinde *Longer Lasting Products: Alternatives to the Throwaway Society*, derleyen Tim Cooper, 107-132. Farnham: Gower.
- Van Nes, N. ve J. Cramer. 2005. "Influencing Product Lifetime through Product Design." *Business Strategy and the Environment*. 14:286-299.
- Verbeek, P. ve P. Kockelkoren. 1998. "The Things that Matter." *Design Issues*, 14(3):28-42.
- Walker, S. 2011. *The Spirit of Design: Objects, Environment and Meaning*. London: Earthscan.
- Walker, S. 2010. "Temporal Objects—Design, Change and Sustainability." *Sustainability*. 2(3):812-832.
- Wolf, M. ve S. McQuitty. 2011. "Understanding the Do-it-Yourself Consumer: DIY Motivations and Outcomes." *Academy of Marketing Science Review* 1(3/4):154-170.

ZANAAT VE TASARIM

ZANAAT, İNANÇ TURİZMİNİN HİZMETİNDE: HACİBEKTAŞ TAŞ İŞÇİLİĞİ VE HEDİYELİK ÜRÜNLER

Dilek Akbulut, Gazi Üniversitesi

Hediyelik eşyalar, belirli bir zamanı, mekanı veya çekim alanını işaret eden ve genellikle turistik bir aktivite veya törenle özdeşleştirilen anımsatıcılardır. İnanç turizmi dahilinde şekillenen ve kullanıcıya ulaşan inanç kökenli hediyelik eşyalar da mekanın turistik potansiyelini destekleyen ve yerel kimliği ticarileştiren hediyelik ürünler pazarını oluşturur. Zanaat, bu turistik ürünlerde mekanın manevi değerini nesneye geçiren bir özgünlük tezahürü olarak karşımıza çıkar. Özgünlük, öteki kültürü örnekleme deneyimine aracılık eden nesnelerde kendini var eder. İnanç bağlamında ortaya çıkan zanaat üretimi hediyelikler de inanç içerikli deneyimi iki şekilde kullanıcıya aktarır: söz konusu nesnelerde ya biçim ya da malzemenin inanç bağlamında yeri vardır. Zanaatkar, biçim ya da malzemeye atfedilen inanç içeriğini, ziyaret edilen mekanın maneviyatı ile birleştirerek hediyelik eşyaları üretmektedir. Ancak kimi inançla ilintili biçimlerin alışılmışın dışında, plastik gibi geleneksel olmayan malzemelerle üretildiği de olmaktadır. Aynı şekilde belirli bir inanç pratiği içinde belirli bir yeri olan malzemelerin de hediyelik eşya üretimi için farklı biçimlerde kullanıldığı olmaktadır. Bir inanç merkezi olan Hacıbektaş, bu inançla da ilintilendirilen oniks taşı ile de anılmaktadır. Taş işçiliğinin kökeni de ilçede bulunan tekke de kurulan taş loncasına dayandırılmaktadır. Günümüzde değişen pazar koşulları ve yükselen üretim maliyetleri sebebiyle taş işçiliğinin durma noktasına gelmesi, ilçenin artan turistik potansiyeli ile tezat oluşturmaktadır. Söz konusu nesnelerin ilçe dışında, hatta yurtdışında üretildiği de gözlenmektedir. Ancak gerek malzeme gerek biçim yoluyla inanç içeriği bu hediyelik eşyalara aktarılmaktadır. Çalışma, Hacıbektaş taş işçiliği dahilinde ortaya çıkan hediyelik eşya üretimini, inanca dayalı malzeme, biçim, zanaat kökeni çerçevesinde incelemeyi hedefler. İnançla bütünleşmiş bu üç unsur, yakın zamana kadar ilçenin kimliğine katkıda bulunmakla birlikte bugün sahte bir özgünlük yaratmaktadır. Çalışma dahilinde taş ustaları ve hediyelik eşya dükkanları ile mülakatlar yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Taş işçiliği, zanaat geleneği, hediyelik eşya

Giriş

Toplumların ilkel dönemlerinde doğadaki her varlık canlı kabul edilmiş ve bunlara gizli güçler atfedilmiştir. İslamiyet öncesi dönemde, dağ, tepe, ağaç, taş ve kaya gibi varlıklar Şaman Türkler tarafından kutsal kabul edilmiş ve inanç sisteminin

bir parçası haline gelmiştir. İslamiyet'in kabulünden sonra da Şaman inançlarını tümüyle terk etmeyen Türkler, bu inanca bağlı eski geleneklerini İslamiyet'le bağdaştırarak devam ettirmiştir (Melikoff 2007).

Taş, Bektaşî kültüründe de ayrı bir yer edinmiş ve günümüze uzanan bir zanaat geleneğini oluşturmuştur. Türklerin Orta Asya'dan göçü ile Anadolu'ya gelen ve bugün kendi adıyla anılan Suluca Karahöyük'e yerleşen Hacı Bektaş Veli'nin kurduğu dergahta ilk taş loncası kurulmuştur. Yörede çıkan oniks taşı, rivayete göre zehirlenmek istenen Hacı Bektaş'ın yemeğine konan zehiri kusmasıyla oluşmuştur. Zehirlendiği kendisine malum olan Hacı Bektaş'ın kusmuğundaki kanın da taşın damarlarını oluşturduğuna inanılmıştır (Birge 1937).

Zaman içinde gelişen taş işçiliği, özellikle hediyelik eşya üretiminde etkinlik kazanmış, ancak 1990'lardan itibaren yükselen üretim maliyetleri sebebiyle etkinliğini kaybetmiş, bugünse durma noktasına gelmiştir. İnançla bağdaştırılan yeraltı kaynağının hediyelik eşya olarak işlenmesi, yakın zamana kadar ilçenin ekonomisi ve tanıtımında da önemli bir rol oynamış, bugünse yerini büyük oranda farklı illerden, hatta yurtdışından gelen oniks hediyeliklere bırakmıştır. Bugün sınırlı sayıdaki taş ustaları da geçimlerini ya farklı işkollarından temin etmekte, ya da mezar taşı ve mutfak tezgahı gibi büyük ölçekli ürünler üzerine çalışmaktadır. Zanaatin kısıtlı sayıdaki ustaları henüz tasarım kavramıyla tanışmamış olmakla birlikte yaptıkları ürünlerle ilçeye bir katma değer sağladıklarının da bilincindedirler. Kaldı ki bölgenin artan turistik önemi ve özellikle ilçeye komşu Kapadokya bölgesinde sürdürülen seramikçilik, kaybolmaya yüz tutan bu zanaate, tasarım nosyonu ile de desteklenebilecek belirli bir etkinlik potansiyeli de sağlamaktadır. Çalışma, inanç ekseninde gelişen ve bölgenin turistik önemi ile de desteklenen hediyelik eşya üretimini ele almaktadır. Çalışma kapsamında hediyelik eşya üretimi yapan 3 zanaat ustası, bir hediyelik eşya dükkanı sahibi ve Hacı Bektaş Veli Müzesi yetkilileri ile mülakatlar yapılmıştır.

Taş Kültü ve Hacıbektaş Taş İşçiliğinin Kökenleri

Şaman Türk inancındaki dağ kültürünün bir parçası olarak taş da kutsal kabul edilmiş ve Türk mitolojisinde anavatan sembolü haline dönüşmüştür. Türklerin Orta Asya'dan büyük göçünün de anavatan, birlik ve güç sembolü olan kutsal yeşim kayanın Çinliler tarafından kaçırılması ile başladığına inanılmıştır. Mite göre anavatanın bütünlüğü, Çin hükümdarının kızına taç yapmak için kutsal kayayı sirke dökerek parçalaması ile bozulmuştur (Bayat 2007).

Dişil varlık olan dağın bir parçası olarak taş, aynı zamanda doğurganlık sembolü de olmuştur. Tanrıya en yakın yerde bulunan ve dünyanın dengesini koruyan ek sen olan dağın her akşam, güneşi yuttuğuna, her sabah da yeniden doğurduğuna inanılırdı. Benzer bir biçimde, gökten gelen taşların da kahramanlar doğurduğuna ya da beşiğe bırakıldığında bebeğe dönüştüğüne, hatta kızkardeş olup birbirlerini her Cuma ziyaret ettiklerine inanılırdı. Kaldı ki günümüzde de çocuk sahibi ol-

mak isteyenlerin kutsal taşlara dokunma geleneği bu inanışa dayanmaktadır (Bayat 2007). Mitolojiye göre de ilk insanı dağ ve taş doğurmuştur. Bu inanış, dağın enerji ve yaşam kaynağı olması ile karakterize edilir.

Taşların sahibi kabul edilen ve yaşı olmayan, Babal diye adlandırılan mitolojik varlık da taş kültürünün ayrı bir parçasıdır. Babal'ın her kişi için ağırlıksız ve görünmez bir taş ayırdığına ve doğumda bunu boynuna astığına inanılırdı. Bebek büyüüp öldüğünde bu taş da boynundan sıyrılıp düşerdi. Her kim bu düşen taşı bulursa ölümsüz olur ve her şeyi bilirdi (Bayat 2007). Bektaşî derviş giyiminin bir parçası olan on iki köşeli teslim taşının da bu Şaman geleneğinden geldiği söylenebilir. Türkiye’de Hacıbektaş yöresinde çıkan yeşilimsi oniks taşından yapılmakla birlikte inancın merkezi olan Necef ve Arnavutluk’ta şeffaf renksiz kuvars kristalden yapılmaktadır (Resim 1). Bektaşî inanışındaki on iki imamı temsil eden on iki köşeli bu özel biçim, dervişlere dergahın babası tarafından tekbirlenerek takılır ve inanca bağlılığı simgelerdi (Atasoy 2000). Bu özel biçimin büyüğüne “palheng” denir ve derviş giyiminde kuşak üstüne yerleştirilirdi.

Öte yandan Hacıbektaş yöresine özgü yeşilimsi oniks taşı da Hacı Bektaş-ı Veli ile ilişkilendirilerek kutsal bir nitelik edinmiştir. Bölgedeki ilk taş loncası, bundan 500 yıl kadar önce Şaman inancı ile İslamiyeti bağdaştıran Hacı Bektaş Dergahında kurulmuştur.

Taş işçiliği, bölgede babadan oğula geçen bir zanaattir. 1990’lara kadar zanaat, bölgedeki başlıca gelir kaynaklarından biri olmuştur. Ancak bu tarihten itibaren artan üretim maliyetleri sebebiyle bu kaynağın çıkartılması durmuş, ustalar da farklı iş kollarına yönelmişlerdir. Bugün kalan sınırlı sayıdaki usta da mezar taşı ve tezgah üretimi ile ilgilenmektedir. Bunun yanında hediyeelik eşya üretimi, an-



Resim 1. Hacıbektaş müzesi teslim taşı örnekleri

cak dönemsel bir gelir kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Zanaatle ilgilenen aileler, Temmuz’da düzenlenen anma törenlerinde satılmak üzere hediyelik eşya üretimine girişmektedir. Öte yandan bugün bölgede işlenen oniks, Türkiye’nin farklı illerinden ve hatta Pakistan’dan gelmektedir.

Dolayısıyla zanaat, büyük ölçekli mezar taşı ve tezgah üretimi ve küçük ölçekli hediyelik eşya üretimi ile devam ettirilmektedir. Hediyelik eşya üretimi iki alt kolda, el işçiliği ve torna işi olarak ikiye ayrılmaktadır. Zanaat ustaları, belirli işlemlerde özelleşebilmekle birlikte aynı ustanın tüm işlemleri yapabildiği de olmaktadır. Ancak her iki alt kol da kesme ve parlatma ustalarına ihtiyaç duymaktadır.

Hediyelik Eşya ve Özgünlük

Hediyelik eşyalar, tekil bir ürün kategorisi olarak belirir. Genellikle markasız olan bu ürün grubu, belirli bir zamanın, konunun ve çekimin andacı olarak dağıtılır ve saklanır. Gordon (1986; Swanson ve Horridge 2006) hediyelik eşyaları posta kartı gibi “resimli tasvirler”, deniz kabuğu gibi “doğadan toplanmış parçalar”, belirli bir mekana has ikonların seri üretilmiş hali olan “sembolik kısa yollar”, baskılı tişört gibi “işaretleyiciler” ve malzemesi ve üretim tekniği bölgeye has “yerel ürünler” olarak tasnifler. Hacıbektaş’taki oniks hediyelik ürünler de hem yerel ürün hem de sembolik kısa yol olarak ele alınabilir. Günümüzde zanaat işçiliği ve malzeme küçük oranda yerel olmakla birlikte taş işçiliği, bölgenin sembolü olarak yerini korumaktadır. Dolayısıyla bu durum da sahte özgünlük yaratmaktadır.

Teslim taşı, özel biçimiyle günümüzde yerel bir kimlik sembolü haline gelmiştir. Bu özel biçim, ilçede bulunan tekkenin kapı alınlarında bulunur. Bektaş geleneğindeki on iki imam inancının yansıması olan on iki kenarlı bu biçim, bugün ilçe belediyesinin amblemi, dergi logosu, yönlendirme tabelası biçimi ve hatta mezar taşı dekoru olarak karşımıza çıkar. Hediyelik ürün olarak da pazarda çoklukla beliren teslim taşı, herhangi bir yazılı bilgiye gerek duymaksızın Hacıbektaş ilçesinin işaretleyicisi olarak işler. Yerel zanaatın bölgede çıkarılan yer altı kaynağına verdiği bu özel biçim, bölgenin sembolü haline gelmiştir.

Kutsal bir mekana yapılan ziyarette geçirilen zaman da kutsal kabul edilir. Dolayısıyla bu ziyaretlerde alınan hediyeliklere de bu kutsal nitelik aktarılır (Belk vd. 1989, 29). Öte yandan bu hediyelikler, bölgeyi ticarileştirmenin aracı olarak işlemektedir. Eylem ve nesneleri öncelikli olarak değişim değerleriyle ele alan ticarileşme (Cohen 1988, 380), bir özgünlük sorununu da beraberinde getirmektedir. Özgünlük, homojen ve kırılmamış olduğu varsayılan bir geleneğin biçimlerini ve stillerini kullanan eski moda egzotizmin çocuğu olarak kabul edilir (Rushdie 1991, 67). Müze-tabanlı bu terim, spontan ve yeniden yapılandırılmış da olabilir. Örneğin mekana özgü biçimler veya replikalar turistik pazarın ihtiyaçlarına göre bağlamından uzaklaştırılarak yeniden tasarlanabilmektedir.

Dini bir cazibe merkezi için oluşturulan hediyeelik eşyaların da bu dini niteliği yansıtmaları beklenir. Belk vd. (1989), el işçiliğini hediyeeyi kutsallaştıran bir unsur olarak belirtir. Bir ürünü kutsallaştırmanın başka bir yolu da kişisel ifadeyi nesneye gömmektir (Belk vd. 1989). Bu kişisel ifade araçları, seri üretilen nesneleri, üzerine özel işlemler yaparak tekilleştirir. Taş hediyeeliklerin üzerine, alınırken işlenen yazılar veya motifler de aynı biçimde kişisel ifade unsuru olarak iş görür. Sonuç olarak, bu tür ürünler, iki defa kutsallaştırılmış olur; ilk olarak kutsal kabul edilen taştan el işçiliği ile şekillendirilerek, ikinci olarak da sahibine özgü dekorlar uygulanarak.

Hediyeelik eşyaların önemli özellikleri, ürün değeri (çeşit, kalite), ürün teşhir karakteristikleri (renk, teşhir, ambalaj, büyüklük), ve tekilliktir (Turner ve Reisinger 2001, 25). Oniks hediyeelikler de yerel kaynağa dayanmaları ve yerel zanaatle biçimlendirilmeleri sebebiyle tekil olarak kategorize edilir. Ancak, bu tür tekil nesnelere zaman içinde artan ilgi, beraberinde getirdiği üretim artışı ve popülerleşme, nesnenin özgünlüğünü yitirmesine ve bağlamından kopmasına sebep olur.

Hacibektaş Hediyeelik Eşya Pazarı

Kutsal mekanın manevi değerini hediyeelik eşyaya bir özgünlük tezahürü olarak geçiren zanaat ehli, bu ürünlerdeki inanç içeriğini iki biçimde kullanıcıya aktarır: söz konusu nesnenin ya biçiminin ya da malzemesinin inanç bağlamında belirli bir yeri vardır. Zanaatkar, biçim ya da malzemeye atfedilen inanç içeriğini, ziyaret edilen mekanın maneviyatı ile birleştirerek hediyeelik eşyaları üretmektedir. Hacibektaş özelinde bölgenin doğal yeraltı kaynağı oniks taşı ile bu kutsiyet aktarılırken Bektaşî kültürüne ait belirli özgün biçimlerin de pazarda yerini aldığı görülmektedir. Bu özelliği ile özgünlüğünü büyük oranda korumakla birlikte üretim ve pazar koşullarının malzeme ve üretim kaynağını ilçe dışına taşıdığı da bir gerçektir.

Bölgenin son zamanlarda artan turistik potansiyeli, Kapadokya gibi bir inanç turizmi merkezine yakınlığı ile desteklenmektedir. Bugün Hacibektaş, Kapadokya turlarında önemli bir uğrak noktasıdır. Ancak bölgenin önemi, yerli ve yabancı turistler için farklılık arz etmektedir. Yabancı turistler için Hacibektaş, tur sırasında birkaç saat içinde gezilen ikincil bir turistik varış noktasıdır. Yerli turistler içinse bölge, birincil bir hedef ve inanç merkezi olarak algılanmaktadır. Her iki durumda da hediyeelikler, inanç tabanlı bir karakteristik sergilememektedir.

Hediyeelik eşyanın inanç pratiği çerçevesinde biçimlendirilmesinden ziyade, nesneye inanç içeriği, Bektaşî kültürüne has motiflerin uygulanması ile eklenmeye çalışılmaktadır. Satış sırasında müşteri isteğine binaen hediyeeliklere dükkan sahipleri tarafından kaligrafik tasvirler uygulanmaktadır. Öte yandan, inanç içeriğini kaybederek tümüyle dekoratif nesne haline gelen ürünler de bulunmaktadır. Örneğin, derviş giyiminin bir parçası olan eliptik “kanberiyeye”, taşın doğurganlık simgesi olmasına referansla oniks yumurtaya dönüşmüştür (Resim 2). Diğer



Resim 2. Oniks yumurtalar



Resim 3. Hediyelik eşya dükkanından bir görüntü

inanç kökenli tasvirlerin de boyutu küçültülerek aksesuarlara dönüştürüldüğü gözlenmektedir.

Bölgedeki taş hediyeelikler:

1. Aksesuarlar: teslim taşı, takı, anahtarlık, tespih vb.
2. Dekoratif ürünler:
 - i. Peri bacaları, yumurta, hayvan, meyve vb. üç boyutlu tasvirleri
 - ii. Şekerlik, kül tablası, satranç seti, şamdan, aydınlatma elemanı, telefon gibi işlevsel ürünler (Resim 3)

Üretim ve malzeme kaynağının belirli bir oranda Pakistan'a kayması, hediyeelik eşya pazarında yeni biçimlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu yeni biçimler, oniks taşı, pirinç ve plastik gibi yeni malzemeler ve saat gibi mekanizmalarla birleştirmiştir. Ötesinde, dükkan sahiplerinin isteği üzerine yeni biçimler de ortaya çıkmaktadır; Bektaş kültüründeki dem geleneği ve bölgede yetişen meyve olması sebebiyle oniks taşından üretilmiş üzüm, buna örnektir.

Bölge, yerel kaynağı ve zanaatı inanç zemininde birleştirmesi sebebiyle farklı bir önem kazanmaktadır. İnanç tabanlı ürünler pazarı, genellikle Çin ve Arap pazarlarından ithal edilen ve dini pratikte bir ihtiyacı karşılayan seri üretim nesnelerden oluşmaktadır. Ancak Hacıbektaş inanç turizmi, hediyeelik olarak genellikle zanaat üretimi nesneler sunmaktadır. Ötesinde inanç merkezlerinde satılan hediyeelik ürünlerde de bir geçiş söz konusudur; örneğin Konya'ya özgü Mevlana şeker, Hacıbektaş'ta Hacıbektaş şeker olarak turistik ürünler pazarında yerini almaktadır.

Yerel Kimlik unsuru Olarak Zanaat

Yerel ekonomi ve yerel kültür, bir mekanın tarihi kimliğini güçlendiren unsurlar olarak belirir. Bu mekanlarla özdeşleştirilen kimi üretim sistemleri ve bunlara özgü ürünler de ticarileşerek turistik çekim aygıtı olarak kullanılır (Julier 2008). Zanaat ticarileştikçe ürünü olan nesnenin de kullanım değeri, değişim değerinin gerisinde kalır. Örneğin 18. yüzyılda sadece ipliğin işlenmesiyle yapılan dantel, değerli taş ve madenlerden yapılan ziynetten sonra en değerli takı olarak kabul görmekteydi (Johnstone 1985). İşlev ve ticaret arasında dengede konumlanan zanaat ustaları (Lippard 1978) da yaptıkları ürünün daha çok tasarımcısı olarak belirir. Dolayısıyla yaptıkları nesneler de halk sanatı ürünü olmaktan çıkarak tasarlanmış nesne halini alır. Kaldı ki "tasarımcı", basitçe teknoloji çağının zanaat ustasıdır (Lippard 1978, 485).

Bugün zanaat erbabı, bilerek ve ya bilmeyerek tasarımcının yeni ürünler ve hizmetler geliştirme görevini üstlenmektedir. Ancak yeni ekonomik sistemler, yeni üretim modelleri ve yeni refah modelleri üretimini mecbur kılan güncel ortamda (Manzini 2010), tasarımcı daha çok sosyal inovasyona katalizör işlevi görmektedir, ana akım ekonomik modellerin dışında yer alan yerel sistemleri harekete geçir-

mektedir. Yerel ve küçük ölçekteki üretim etkinliğinin sosyal inovasyon ve teknolojik gelişme ile doğru entegrasyonu, tasarımcının yeterli ve bilgisi ile mümkün olabilmektedir. Sosyal inovasyon, yaratıcılık, beceri, bilgi ve girişimcilik gibi dağılmış sosyal kaynakları harekete geçirirken teknolojik inovasyon da yeni olanaklar açmaktadır (Manzini 2010). Bu iki unsuru yerel kaynaklara doğru bir biçimde aktarma görevi de tasarımcıya kalmaktadır. Dolayısıyla kaybolmaya yüz tutan bu yerel değerlerin canlandırılması da tasarım desteği ile mümkün olabilir.

Kültür, iş servisleri, boş zaman endüstrileri ve turizm ile şehir merkezlerini yeniden üreterek değer ve istihdam yaratmaya çalışır. Kültür endüstrileri de bir mekanın kimliğine daha dinamik, yaratıcı, ve girişimci bir popülasyon yaratarak ve tasarımcıya girişim kültüründe daha dinamik bir statü sağlayarak katkıda bulunur. Modernizmin göstereni olan tasarımcılar da bir mekanın ulusal ve uluslararası ortamda tanıtımına ticari ağırlarda yer alma becerileri ve teknik bilgileriyle katkıda bulunur (Julier 2008). Bu tür bir tanıtım için yürütülen tasarım etkinliği de grafik, ürün ve hizmetleri kapsar.

Malzeme, biçim ve zanaat bağlamında yörenin simgesi olan inanç pratiği ile ilişkilenen taş işçiliği de yerel kimliğin önemli bir parçasıdır. İnanç turizmi ile birbirini destekler durumdaki zanaat, 1990'lara kadar ulusal pazarda belirgin bir yere sahipken bugün eski önemini kaybetmiştir. Günümüzde ancak inanç turizminin bir tamlayanı olan zanaat geleneği de gerek malzemenin, gerek işçiliğin, gerek biçimlerin ilçe dışı, hatta ülke dışı kaynaklı olması sebebiyle bugün sadece zayıf girişimci bir nitelik göstermektedir. Bölgenin markalaşmasına destek, ancak inanç zeminli zanaat geleneğinin yerel kaynaklar ve tasarımla desteklenmesine dayanır.

Sonuç

İnanç turizmi ve doğal yeraltı kaynağı oniks taşı ile anılan Hacıbektaş, zanaat tabanlı hediyeelik eşya üretimi için bir potansiyel göstermektedir. Oniks taşı madenciliğinin durmasına ve hammaddenin Türkiye'nin farklı bölgelerinden, hatta Pakistan'dan gelmesine rağmen hediyeelik eşya pazarı ilçe merkezinde özgün örnekleriyle belirli bir yer tutmaktadır. Zanaat, üretim maliyetlerinin artması sonucunda çoğu ustanın farklı işkollarına dağılması sebebiyle durma noktasına gelmiştir. Ne yazık ki Halk Eğitim Merkezi'nde öğretim program oluşturma çabaları da ilgi azlığı sebebiyle başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Söz konusu durum, bölgenin artan turistik potansiyeliyle ters orantılı gelişmektedir. Kapadokya bölgesine komşu olan Hacıbektaş, son yıllarda turistik cazibe merkezi olma yoluna girmiştir. İnanç turizmi ve zanaat, özel olarak seramik merkezi olarak Kapadokya, turistlere "sahnelenmiş bir özgünlük deneyimi" (Hillman 2012, 3) sunmaktadır. Turistler, seramik atölyelerinde üretimi deneyimleme şansı yakalamaktadır. Ötesinde, taşa göre çok daha ucuz ve hafif olan seramik hediyelikler çok daha popüler hale gelmektedir.

Hacibektaş taş işçiliği, dini ürünler pazarındaki örneklerle bakıldığında özgün ve yerel örneklerle ortaya çıkmaktadır. Ancak yöre dışından getirilerek işlenen malzeme, hatta yöre dışında üretilen hediyeelik ürünler ile sergilenen, sahte bir özgünlük halini almaktadır. Kapadokya’da turistlere sunulan seramik tornası deneyimi, Hacibektaş’ta taş işçiliğine adapte edilebilir. Böylece zanaat, bölgenin turistik potansiyeline ana destek haline gelebilir.

Kaynakça

- Atasoy, Nurhan. 2000. *Derviş Çeyizi*. İstanbul: T.C. Kültür Bakanlığı.
- Bayat, Fuzuli. 2007. *Türk Mitolojik Sistemi 2*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Belk, Russell W., Melanie Wallendorf ve John F. Sherry Jr. 1989. “The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey.” *The Journal of Consumer Research* 16(1):1-38.
- Birge, John K. 1937. *The Bektashi Order of Dervishes*. Bristol: Burleigh Press.
- Cohen, Erik. 1988. “Authenticity and Commoditization in Tourism.” *Annals of Tourism Research* 15:371-386.
- Gordon, Beverly. 1986. “The Souvenir: Messenger of the Extraordinary.” *Journal of Popular Culture* 20(3):135-146.
- Hillman, Wendy. 2012. “Revisiting the Concept of (Objective) Authenticity”. Erişim tarihi 20 May 2013. <<http://www.tasa.org.au/conferences/conference-papers07/papers/26.pdf>>
- Johnstone, Pauline. 1985. *Turkish Embroidery*. Holland: Victoria and Albert Museum.
- Julier, Guy. 2008. *The Culture of Design*. London: Sage.
- Lippard, Lucy. 1978. “Making Something from Nothing (Toward a Definition of Women’s ‘Hobby Art’”, İçinde *The Craft Reader*, derleyen Glenn Adamson, 2010. Oxford: Berg.
- Manzini, Ezio. 2010. “Small, Local, Open, and Connected: Design for Social Innovation and Sustainability.” *The Journal of Design Strategies* 4(1):8-11.
- Melikoff, Irene. 2007. *Kırlar’ın Cemi’nde*. İstanbul: Demos.
- Swansson, Kristen K. ve Patricia E. Horridge. 2006 “Travel Motivations and Souvenir Purchase Indicators.” *Tourism Management* 27:671-683.
- Turner, Lindsay ve Yvette Reisinger. 2001 “Shopping Satisfaction for Domestic Tourists.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 8:15-27.

ZANAAT ATÖLYELERİNİN ÜRÜN TASARIMI MÜFREDATINA EKLEMLENMESİ: ID202 VE ŞİŞHANE

Aslı Kıyak İngin, Made in Şişhane; İstanbul Bilgi Üniversitesi
Can Altay, İstanbul Bilgi Üniversitesi

Bu bildiri kapsamında, İstanbul Bilgi Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü 2. Sınıf ID 202 Tasarım Stüdyosu dersi kapsamında 2013 yılından beri devam etmekte olan bir eğitim yaklaşımı ve bu model üzerinden tasarım eğitiminin dönüşümü ve yeni yöntemlerin olasılıkları tartışılmaktadır. İstanbul kent içi küçük üretim bölgeleri, malzeme ve üretim tekniklerinin anlaşılması ve pratik edilmesi için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bugüne kadar tasarım lisans eğitiminde sanayi ile olan ortak çalışmalar öncelikli olmuş ve bu tür kent içi küçük üretim bölgelerinin, zanaat atölyelerinin eğitime katkısı yeterince ve etkin bir şekilde değerlendirilmemiştir. Bu model ile kentteki zanaat atölyelerinin ve sahip oldukları yerel malzeme, üretim tekniklerinin daha aktif bir şekilde tasarım eğitimine eklenmesine çalışarak stüdyo dersi kampüsten kente, zanaat atölyelerine taşınmıştır. Böylece ikinci sınıf tasarım öğrencileri hem çırak olarak zanaat atölyelerinde aktif üretime katılmakta, yaparken öğrenmekte hem de süreçleri içeriden deneyimleme şansı elde ederek geniş bir zaman diliminde gözlem yapabilmektedirler. Bu modelde ardışık tasarım ve üretim süreçleri yerine ikisinin birlikte olduğu, etkileşimli bir tasarım, üretim ve eğitim süreci gerçekleştirilmekte; malzeme, üretim teknikleri, zanaatkarın bilgisi ve atölye ortamı tasarıma doğrudan girdi oluşturmakta; yaparken düşünme ve tasarlama devreye sokulmaktadır. Stüdyo süresince öğrenciler Şişhane ve Galata bölgesindeki zanaat alanında yer alan metal, ahşap, abajur, avize, tel, pantograf, akrilik, saz atölyeleri gibi farklı malzeme ve üretim tekniklerinde uzmanlaşmış atölyelerle eşleştirildi. Öğrenciler ikili gruplar halinde seçtikleri atölyelerde ustaların yanında çırak olarak çalıştı ve üretim sürecinin bir parçası oldular. Böylelikle malzeme ve üretim tekniklerini sürecin içerisinden anlama, araştırma ve deneme şansına sahip oldular; bir yandan da işbirliği yaptıkları aktörleri tanıırken toplumsal ve kentsel kesitte yeni deneyimler ve farkındalık kazandılar. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün tasarım eğitiminde izlediği çoğulcu bakış açısıyla uygulamaya giren ve sahada çalışmalar yapmakta olan Made in Şişhane projesi ile işbirliğinde önerilen bu model, alandaki deneyimler, öğretim kadrosunun katkısı, öğrenciler ve atölyelerden gelen geri bildirimlerle geliştirilmeye, yapılandırılmaya devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Eğitimi, zanaat, atölye, ustalık, çıraklık, malzeme, kentiçi üretim, okuldışı eğitim, İstanbul, Şişhane, Galata

İstanbul'da Zanaat Mahalleleri ve Tasarım ile İlişkisi

İstanbul'daki tasarım ve üretim ilişkisi kent içi zanaat ve küçük üretim bölgeleri ölçeğinde ele alındığında, zanaat mahalleleri sayesinde İstanbul'a özgü bir üretim ve tasarım ilişkisinden ve sağladığı yaratıcı ortamdan bahsedilebilmektedir. Zanaat esaslı üretim bir "ağ" yapısına bağlı olarak belli bölgelerde ve özellikle kent merkezinde kümelenir, üretimi ve varlığını bu ağa bağlı olarak sürdürür (İngin 2006). Merkezdeki kümelenme, kent ekonomisi açısından daha fazla pozitif dışsallıktan fayda sağlanması şeklinde açıklandığı gibi, talep sürekliliğinin bulunduğu kent merkezlerinin yerel ekonomi üzerinde bir mıknatıs etkisi yarattığı da vurgulanmaktadır (Ökten vd. 2012, 8).

Zanaat ağının en küçük birimi olan atölye, belli bir üretim şekli ya da malzeme konusunda ustalaşmış, çoğunlukla aile işletmesi olan ve "usta-çırak eğitimi" ile işin öğrenildiği, öğretildiği ve aktarıldığı çalışma ve üretim ortamıdır (İngin 2006). Küçük üretim ekonomik olduğu kadar toplumsal ve sosyal bir konu olarak da karşımıza çıkar. Bu tarz üretim, ağırlıklı olarak el emeğine ve beceriye dayanmaktadır ve çıraklık, kalfalık ve ustalık düzenine sahiptir. Atölyenin sahibi aynı zamanda ustası konumundadır (Ağaoğlu 1940). Zanaatkarın icraatları kuvvetli oranda tekrar içerir, zira becerinin gelişimi, tekrarlamının nasıl düzenlendiğine bağlıdır (Sennett 2009, 54-56).

Zanaat ağının kent merkezinde kümelenmesi ve farklı aktörlerle çalışmaya açık tavrı, tasarımcı ve diğer yaratıcı aktörleri de kendisine çeken bir yaratıcılık alanı oluşturur. Bu özellikleriyle son yıllarda kurulmaya çalışılan, "maker spaces", "creative hubs" ve "tekno park" gibi oluşumların öncülü olarak da yorumlanabilirler. Kent merkezindeki küçük üretimi "tılsımlı pratikler"e benzeten Murat Güvenç'e göre, üreticilerin yan yana gelerek oluşturdukları üretim ortamlarının tılsımlı yanının 1980'li yıllarda keşfedilmiş ve bugün her yerde kurulan tekno-parkların suni olarak bu pratikleri yeniden üretmeyi amaçlamaktadır. Güvenç, tasarım, inovasyon, yaratıcılık ve küçük üretimin ancak belirli bir ortamda bir araya geldiğinin, kent merkezindeki bu tür üretim alanlarını farklı koşullarda ortaya çıkarılması mümkün olmayan birliktelikleri ortaya çıkaran alanlar olarak görülmesi gerektiğinin altını çizerek (Asselbergs vd. 2011, 198).

Tasarım ve üretim süreçleri zanaat atölyelerinde ardışık ve hiyerarşik olmayan bir ilişki içinde gerçekleşir. Atölyedeki tüm kaynaklar, malzemeler, araçlar, kalıplar, eski işler, üretim süreçleri kullanıma ve tasarım süreçlerine katılmaya açık bir şekilde ortadadır. Aynı şekilde zanaatkarın bilgisi ve pratiği de tasarım süreçlerinde devreye girer. Zanaatkarın somut pratikler ve düşünme arasında kurduğu sürekli ilişki bir alışkanlığa ve ardından sorunu çözme ve sorunu bulma arasında bir ritme dönüşür (Sennett 2009, 20). Bu ritim tasarımcının da sürece girmesiyle desteklenir ve her ikisinin birlikteliği birbirini destekleyen ve var eden bir diyaloga ve etki-leşime açık kolektif bir çalışmaya dönüşür. "Aracısız" ve eş zamanlı gerçekleşen bu süreçlerde tasarım fikri ya da çizimleri gibi referanslar temel alınsa da süreç



Resim 1. Şişhane-Galata Bölgesi'nden genel görünüm (Fotoğraf: Fotoğrafhane Arşivi)



Resim 2. Bölgeden bir zanaat atölyesi (Fotoğraf: Arif Yaman)

değişim ve gelişime açıktır. Burada örnek yapma, deneme, tekrar yapma, modifiye etme gibi üretim süreçlerinin tasarım süreçlerinin içine geçtiği ve birbirini geliştirdiği bir yapı hakimdir (Made in Şişhane ve URBZ 2012).

Çalışma alanı olarak seçilen Şişhane-Galata Bölgesi, İstanbul'un hatta Türkiye'nin 100 yıllık aydınlatma ve elektrik teknolojileri üretim ve satış merkezi olmuştur (Eldem 2000; İngin 2006). Bölgeyi de içine alan Pera ve çevresi 19. yüzyıldan itibaren modern hayatın yeniliklerinin ve ürünlerinin sergilendiği ve zamanla üretildiği bir yer olarak konumlanmıştır (Belge 2000; Mortan ve Küçükerman 2011). Bölge farklı malzeme ve üretim tekniklerinin bir arada olduğu bir üretim ve satış ağına sahiptir. Kendisini çevreleyen Karaköy ve Perşembe Pazarı gibi bölgelerin de varlığı bu ağı desteklemektedir. Bölgedeki metal, torna, sıvama, akrilik, pantograf, abajur, avize, tel, ahşap torna ve oyma gibi zanaat atölyeleri geleneksel ve eski üretim tekniklerini kullanmakla beraber, tasarımcılar ve yaratıcı aktörlerle çalışmaya açık, esnek, özgün üretim kabiliyetleri ile yaratıcı ve çağdaş ürünlerin ortaya çıkmasını sağlayan ara bir model olma özelliği taşır.

Şişhane üretim ağı son yıllarda artan tahliye politikaları ile karşı karşıyadır (Be-yoğlu Belediyesi 2011; Asselbergs vd. 2011, 226-228). Günümüzde bu tür üretim bölgelerinin güncel sistemlerle ilişkilendirilerek yeniden ele alınması ve konumlandırılması hem kendi sürdürülebilirlikleri açısından hem de tasarımcılar için taşıdıkları potansiyeller açısından önem ve aciliyet arz eder (İngin 2009). Bu tür bölgelerin tasarım eğitimi ile ilişkilendirilmesi de gecikmiş bir fırsat olarak karşımızda durmaktadır. Tasarımcıların sanayide çalışmalarına alternatif olarak kendi koleksiyonlarını oluşturmalarına katkı sunabilecek bu tür bölgeler formal tasarım eğitim sistemi ile ilişkilendirildiğinde öğrencinin doğrudan gündelik hayatla ve üretim süreçleriyle ilişkili farklı bir tasarım ve eğitim sürecini deneyimlemesini, ustaların yerel malzeme ve üretim bilgisinden faydalanılmasını ve devamında bu tür bölgeler ile sürekli bir ilişkinin kurulmasına katkı sağlayabilir. Bu tür bölgeler ve atölyeler hem kendi eğitim geleneği, hem de açık sistem üretim ortamı ve paylaşımı ile tasarım eğitimine “açık bir atölye ve stüdyo” imkanı sunar.

Tasarım Eğitiminde Atölye Deneyimleri

Endüstriyel ya da ürün tasarımı eğitimi müfredatlarında atölye ve stüdyo kavramları genelde merkezi bir eksene oturur. Stüdyo ve/veya atölye kavramlarının tanımlarında farklılıklar olsa da “yaparak öğrenme” pek çok tasarım okulu için, eğitim sürecini ifade eden bir kavram olarak kullanılmaktadır (Arıdağ ve Aslan 2012; Artun 2009; Kuhn 2001; Özkar 2009). Türkiye bağlamında “stüdyo” ve bazı kurumlarda “proje” olarak adlandırılan öğrencilerin kendi ürün projelerini geliştirdikleri ana ders, temelinde “temsil” üzerinden işler; maket, çizim, dijital modelleme gibi tekniklerin benimsendiği çıktılar vardır. Ender vakalarda bir sanayi aktörü yada KOBİ ile işbirliği içerisinde ve özellikle eğitimin son dönemlerine denk gelen bir zaman diliminde bir ürünün prototip seviyesine yaklaşan örnekleri gözlemlenebilmektedir (Alparslan ve Börekçi 2011; Er 1998; Er ve Er

2003; Korkut ve Evyapan 2005). “Atölye” kavramı ise genelde eğitim kurumlarının barındırdığı temel fiili üretim alanları, yani metal, ahşap, cam, seramik, vb. üretim imkanlarını tesis eden alan için, yada bu tesisi kullanan ders birimleri için kullanılmaktadır. Buna ek olarak özellikle son on yılda Türkiye’deki eğitim kurumlarının bazılarının vizyonuna eklenen yeni/sayısal üretim biçimleri de gözlemlenmektedir (CNC ve lazer kesiciler, üç boyutlu yazıcılar gibi). Türkiye’de yüksek öğretim seviyesinde endüstriyel tasarım eğitimi veren kurumlar bünyesindeki temel imalat atölyelerinin ve güncel üretim teknolojilerinin ne sıklıkta kullanıldığı, yukarıda tanımlanan stüdyo derslerine bu üretimin ne kadar entegre olduğuna dair bir bulguya rastlanılmadığını belirterek, böyle bir araştırmanın düşük oranlı bir entegrasyon sunacağı kanısındayız.

Endüstri ürünleri tasarımı öğrencilerinin üretimle yüzleştikleri (çoğu zaman bir gözlemci seviyesinde) bir diğer ortam da “staj”lardır. Genelde yaz aylarında gerçekleşen, eğitim kurumlarının farklı modeller de denediği bu yapı, çok kıymetli bir iş deneyimi sunmakla beraber, öğrenci ve tasarımcı adaylarının çoğu zaman inisiyatif alamadığı, kendilerini süreçte bir aracı (*agent*) olarak göremedikleri, pasif bir konumlandırmayı arz eder.

Deneyim sahibi olmayan bir tasarımcının eğitim dönemi, profesyonel icraatlarında farklı yaş, cinsiyet, ırk ve becerilerden kullanıcılar için önereceği çözümlerde önemli rol oynar (Erman vd. 2004). Kullanıcı ya da özne odaklı “empatik tasarım” stratejileri ve eğitime dahil edilme deneyleri bu yönden önem taşımaktadır (Altay ve Demirkan 2014; Koupri ve Visser 2009; Postma vd. 2012). Ancak, tasarımcının sorumluluğu sadece kullanıcı-ötekisine karşı değil, işbirliğinde bulunduğu tüm aktör ve bağlamlara uzanmalıdır ve özellikle üretici ve üretim alanı ile erken bir yüzleşmenin eksikliği tasarım eğitiminde kendini hissettirir.

Gerek tasarım stüdyosu müfredatlarında gözlemlenen, temsile dayalı çalışma biçimi gerek atölyeler ve üretimde gözlemlenen pasif konumlanma gerekse İstanbul kent-içi üretim bağlamının özellikle zanaat üzerinden sunduğu imkan ve aciliyetler şu soruları doğurdu:

- Tasarımcı-üretim karşılaşmasını daha öne çekmek, üniversite sürecinde bu ilişkiyi kurmak mümkün mü? Ve bunun sağlayacağı faydalar neler olabilir?
- Zanaat, yani bir hammaddeyi sanayi ölçeğinde emek dağılımı ve/veya seri-üretim içermeksizin bir kullanım nesnesine ya da ürün bileşenlerine dönüştürüldüğü üretim biçimi, endüstri ürünleri tasarımı öğrencileri için bir laboratuvar işlevi görebilir mi?
- Kent içi zanaat bölgelerinin tasarım eğitimi veren üniversitelere fiziksel yakınlığına rağmen iletişimsiz kalmaları durumunu aşmak mümkün müdür?
- Tasarım eğitimi, sorumluluk olarak gerek mesleki gerek kentsel dinamiklere dahil olan, söz talep eden bir paydaş olarak kendini konumlandırabilir mi?

Bu sorularla, yukarıda bahsedilen İstanbul kent-içi üretim bağlamının sunduğu imkan ve aciliyetleri göz önüne alarak ve de ölçek olarak öğrencilerin kendilerini aktör olarak görebilecekleri üretim biçimlerine bağlı kalmak suretiyle, eğitimin oldukça erken bir aşamasında, dördüncü yarıyıl da yer alan ID202 dersi kurgulandı. Bu ders, stüdyo olarak anılmakla beraber, okul mekanının dışında, üretim alanlarında gerçekleşen, öğretim elemanı-öğrenci ilişkisine üçüncü bir aktörü, üretici/zanaatkar/usta olarak tanımlanabilecek grubu dahil eden bir eğitim modeli önermektedir.

ID 202: Malzeme Günlüğü ve Zanaatkarın Günlüğü

İstanbul Bilgi Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü ikinci sınıf stüdyo dersi kapsamında geliştirilen bu proje yukarıda tanımlanan bağlamdan yola çıkarak ve yine yukarıda verilen tanımla zanaat mahalleri ve zanaat esaslı üretim imkanlarıyla tasarım eğitimini buluşturmak, ilişkilendirmek ve karşılıklı olarak birbirlerini desteklemeleri için geliştirildi. Bu proje, tasarım eğitimi için yeni olasılıkları, fırsatları devreye soktuğu gibi bu tür bölgelerin sürdürülebilirliği için de eğitim kurumunun sürecin aktif parçası haline gelmesinde rol üstlendi.

Proje 2012-2013 ve 2013-2014 eğitim yıllarının bahar dönemlerinde iki kere uygulandı. İlk yıl “*Material Diary* (Malzeme Günlüğü)”, ikinci yıl “*Craftsman’s Diary* (Zanaatkarın Günlüğü)” ismi ile kurgulandı. Bu kapsamda öğrencilerin zanaat atölyeleri üzerinden

- a) Yerel malzeme, üretim teknikleri ve zanaat bilgisini yakından deneyimlemesi, izlemesi ve öğrenmesine;
- b) Bu süreçte edindikleri bilgi ve deneyimleri tasarım süreçlerinin bir parçası olarak geliştirmelerine;
- c) Stüdyonun kendi sınırları dışına çıkıp kentteki zanaat atölyelerine taşınarak gündelik hayatın parçası haline getirilmesine;
- d) Kaybolmakta olan geleneksel usta-çırak eğitim ilişkisinin tasarım öğrencileriyle ilişkilendirilerek yeniden kurgulanmasına olanak sağlandı.

Proje, 2013 bahar döneminde 3 zanaat atölyesi, 7 öğrenci ve 2 öğretim elemanı ve 1 araştırma görevlisi ile; 2014 bahar döneminde ise, 20 öğrenci, 10 atölye, 1 stüdyo koordinatörü, 3 öğretim elemanı ve 1 araştırma görevlisi ile yürütüldü.

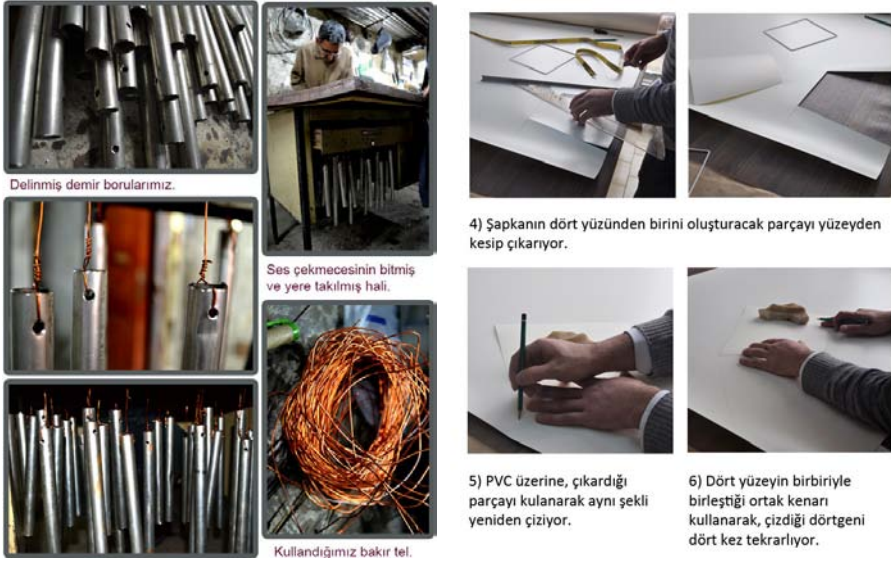
Bu kapsamda Made in Şişhane Projesi’nin alan bilgisinden yararlanılarak bölgede bu tür çalışmalara açık akrilik, metal, ahşap oyma, pantograf, abajur, avize, tel karkas, saz atölyeleri gibi farklı konularda ustalaşmış zanaat atölyeleri ile çalışıldı. Bir alan gezisi ile bölgeyle ya da ilk defa bölgenin “üreten yüzü” ve çalışacakları atölyelerle tanıştıran öğrenciler, ardından ikili gruplar halinde atölyeler arasından seçim yaparak çıraklık sürecine başladılar. Haftada iki gün ID202 stüdyo/proje dersine ayrılan zaman diliminde atölyelere giden öğrencilerden fazladan



Resim 3. Ustalar ve tasarım öğrencilerinin atölyelerdeki ortak çalışma süreçlerinden örnekler (Fotoğraf: Ulaş Erdoğan)



Resim 4. Ustalar ve tasarım öğrencilerinin atölyelerdeki ortak çalışma süreçlerinden örnekler (Fotoğraf: Ulaş Erdoğan)



Resim 5. Öğrencilerin tuttıkları blog sayfalarından örnekler

Resim 6. Öğrencilerin tuttıkları blog sayfalarından örnekler

yarım gün daha atölyelere gitmeleri beklendi. Bu süreçte öğretim elemanları da sürekli bölgede bulunarak ve atölyeleri gezerek öğrencilere kritik vermeye devam etti.

Öğrenciler atölyelerde çıraklık yaparken deneyimledikleri süreci çeşitli medyumlarla kaydedip aktardılar. Bunlar kişisel notların alındığı günlük bir defter ile bu defterdeki bilgilerin, araştırma ve çalışmaların, fotoğraf ve videolarla desteklenerek aktarıldığı ve daha geniş bir kitle ile paylaşıldığı blog sayfasından oluşmaktaydı. Ayrıca proje sürecinde çalışılan atölyenin, ustanın ve organizasyon planının tanıtılması; malzeme ve üretim tekniklerinin analizi; bölgeye has özel jargonlara ait görsel ve yazılı bir sözlük oluşturulması gibi beklentiler üzerinden öğrencilerden sürekli geri-bildirimler alındı.

Her iki dönemde de çıraklık, gözlem ve dokümantasyon yapan öğrenciler bu deneyimlerini, atölyeye ait özellikleri, malzeme, teknik ve çevresiyle ilişkileri aktardıkları ve atölyenin kendi üretim ve malzeme imkanlarını, yöntemlerini kullanarak ürettikleri üç boyutlu bir sergi tasarlayıp ürettiler. Buna ek olarak ilk uygulamada atölyedeki süreçleri ve deneyimleri kısa bir film ile aktarmaları, ikinci uygulamada ise bir aydınlatma elemanı tasarımı ve üretimi tercih edildi. Proje kapsamında ortaya çıkan ürünler ve üç boyutlu sergi nesneleri öğrencilerin süreçleri, bölgeyi, atölyeyi, malzeme ve teknikleri ile yaşadıkları deneyimleri yansıtan, araştıran ve tekrar kurgulayan birer düşünme ve sentez aracı olarak işlev gördü. Ara jüriler, davetli konuklar, final jürisi ve sergisi ile proje, ilk yıl 7 hafta; ikinci

yıl 6 hafta sonunda tamamlandı. Proje sonunda çıkan çalışmalar üniversitede bir sergi aracılığıyla daha geniş bir kitle ile de paylaşıldı.

Projenin Getirdiği Yenilikler ve Öneriler

Proje, tasarım eğitimi ve zanaatın sürdürülebilirliği için bir yöntem önermektedir. Aşağıda ustalar, öğrenciler ve öğretim elemanlarının bir arada olduğu ortak değerlendirme toplantısından alıntılarla desteklenerek önerilen yöntemin adımları, sunduğu özgün sentezler ve tasarım eğitimine bir model olarak sunabileceği katkılar incelenmiştir.

Eğitim Olarak Çıracılık

Bu model, tasarım öğrencisinin zanaat atölyesinde çırak olmasını, geleneksel usta çırak ilişkilerinin güncel bağlamda yeni bir usta-çırak/tasarım öğrencisi ilişkisiyle yeniden tanımlanmasını, yeni ilişki ve olasılıkların devreye sokulmasını kapsıyor. Bu yaklaşımla öğrenciler atölyede yerel malzemeyi, teknikleri ve üretim bilgisini birebir deneme, öğrenme ve gözlemleme şansı elde eder. Ancak burada temel hedef ustanın sahip olduğu bilginin transkripsyonu veya tasarım edimine adaptasyonu değildir. Bu yönüyle tasarım çalışmalarında bir süredir tartışılan “örtük bilgi” araştırmalarından (Mareis 2012; Rust 2004; Wood, Rust ve Horne 2009) ayrılmaktadır. Her ne kadar çeşitli kayıt teknikleri ile anlatılar kurgulansa da esas olan usta ve öğrenci arasında anlamlı bir ilişki kurmaktır. Çalışmaya katılan bir ustanın dediği gibi:

Biz onlara evladımız gözüyle baktık. Onlara bir şeyler öğretmeye çalıştık. Onlardan da bir şeyler öğrendik.

Ustalar ve öğrencilerin karşılıklı önyargıları kırılırken “karşılıklı öğrenme”, kuşak veya toplumsal konum engellerine takılmadan işler hale geldi:

Benim gençlerde gördüğüm tavır, sen tezgahını toplarken süpürürken onlar da “Aman usta, ben de toplayayım, o tozu ben de yutayım, çayı ben de demleyeyim,” şeklinde. Kibir ve tembellik yok, o çok güzel bir şey.

Öğrencilerimize hem işi öğretmek hem de bulunduğu atölyede adabına uygun bilgi ve becerileri nasıl öğrenir, ilk başta bunla ilgili çalışmalar yaptık. Daha sonra kendi fikirlerinden de yararlandık.

Ustaların da sizlerden, bilgili kişilerden bir şeyler öğrenebileceğini, o ışığı bize yakıntınız. Gençler bir şey söylüyor. Ah, ben bunu niye düşünmedim, kaç senelik ustayım! Bizim daha öğrenecek çok şeyimiz varmış, bilginin sınırı yok.

Öğrenmenin sınırlarının olmayışı sadece nicel ve kapasitelere dair anlaşılmamalı. Zanaat ağı ile eğitim ve tasarım ağı ilişkilendirildiğinde, güncel ilişki ve üretimlerin, ürünlerin ortaya çıkması, karşılıklı bilgi alışverişinin gerçekleşmesi sağlanabiliyor. Bu projeye tasarım-üretim süreci eğitimin ilk yıllarına dahil edilerek, üretici ilişkileri tanımlı ve bilinçli olarak eğitim müfredatının bir parçası haline getirilmeye çalışılmıştır.

Biz bildiklerimizi onlara aktardık. En azından nasıl yapılabileceği hakkında bilgileri oldu. İleriki süreçte belki bu işi oturup bizle yapmayacaklar ama bir şeyi istedikleri zaman, nasıl yapılabildiğini gördüler.”

Ben bu cengaverlerle çok iyi anlaştım, iyi çalışmamız oldu. Bana da yardım ettiler. Okul biter bitmez yine gelin, ürün yapın, ben yardım ederim, hatta ticaretini bile yapabilirsiniz dedim.

Yukarıdaki alıntılardan okunabileceği gibi, kurulan bu ilişkinin profesyonel hayatta da devam etme ihtimali ve potansiyeli de önem taşıyor.

Okul Dışında, Zanaat Atölyesinde Eğitim

Stüdyo, kent merkezindeki zanaat atölyelerine taşınarak, okul dışında gündelik hayatın bir parçası olarak gerçekleştirildi. Böylece, zanaat atölyesi donanımlı bir stüdyo ortamı olarak işlev gördü ve eğitime bir girdi olarak dahil edildi:

Çok daha ayrıntı görmeye başlıyorsunuz. Ürünün hem usta ile olan aidiyetini hem de kullanıcıya verdiği özgürlüğü, aidiyetin dengesini yakalamak çok güzeldi.

Bu birbuçuk aylık süreç bir teknik öğrenmenin ötesinde okul dışında, bir işi tecrübe etmiş, çalışarak öğrenmiş birinden o tecrübesini almak, onunla birlikte yaşayarak bu süreçleri deneyimlemek çok değerliydi.

“Tezgaahı toplayacaksın,” diye yazılı olmasa da atölyenin görerek ve söylenerek yaptığımız kuralları var.

Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı üzere öğrenciler atölye ortamının doğrudan bir parçası olarak tasarlama ve uygulama şansı elde ettiler. İlk defa birçok malzeme ve üretim tekniğini, inceliğini bir arada görerek deneyimlediler ve öğrendiler. Böylece teknik bilginin yanı sıra hayata dair bilginin edinildiği, farklı sosyo-kültürel yapılarla yüz yüze gelinen bir ortam da yaratılmış oldu. Bazı öğrenciler bu durumu şöyle aktardı:

Projemizde kullandığımız masayı yaptırmak için bütün atölyeleri gezdik. Sonuç olarak her şey kümülatif bir bilgi birikimiydi. Gittiğimiz hiçbir usta bize hayır demedi ve yardım etmeye çalıştı; edemeyenler de bizi işi yapabilecek olanlara yönlendirdi.

İstanbul’da bir şeyi üretmek, ürettirmek ve üretim ağını görmek için uzaklara gitmenize gerek yok. Şehrin göbeğinde bir ağ var ve buna çok rahat bir şekilde dahil olabiliyorsunuz. Biz bu altı hafta boyunca ona dahil olduğumuzu da gördük. Ve burası Karaköy vapuruna inmek ya da Galata’da bir kafeye gitmek için kullandığımız bir yol değil artık; o ağın bir parçasıyız ve ileride de bu bağın kopacağını düşünmüyorum.

Çevreden de öğrenen öğrenciler sadece çalıştıkları atölye ile değil o atölyenin parçası olduğu han, sokak, mahalle ve üretim ağı ile de geniş anlamda ilişki içinde oldular; daha aktif, üretken olma cesareti edindiler. Üretimin aktif bir aktörü haline gelerek, içerdiği emek-yoğun yapıya belki ilk defa şahit oldular.



Resim 9. Proje sonunda çıkan öğrenci işlerinden örnek (Fotoğraf: Aslı Kıyak İngin)



Resim 10. Proje sonunda çıkan öğrenci işlerinden örnek (Fotoğraf: Özgür Atlagan)



Resim 11. Proje sonunda çıkan öğrenci işlerinden örnek (Fotoğraf: Özgür Atlagan)

Tasarım ve Eğitim Süreçlerini Yeniden Yorumlamak

Öğrenciler, atölyelerde çalışırken ve üretirken bir fikrin nasıl somut ürüne dönüştüğünü görme şansı elde ettiler. Değişim noktalarını görme, ara modelleme, prototip yapma, ustanın bilgi ve görgüsünü katma bazen de karşılıklı fikirlerin tartışıldığı, diyalog zeminin arandığı bir deneyim alanı yaratıldı. Öğrencilerin aktardığı üzere:

Normalde hiçbir zaman kendimizin yapamayacağı yöntemlerle yapabildiğimiz şeylerin bitmiş halini görmek çok heyecan vericiydi.

Artık sürekli bir şey üretmeye başlamış hissediyorum. Eskiden sadece maket yapıyor-duk, ama gerçekten üretim yapıyor hale geldik şu an.

O ağin içinde olmak, neler yapabileceğimi ve gerçekten bir ürüne dönüşmesini görmek heyecan vericiydi.

Tasarım ve üretim süreçleri iç içe, birbirini destekleyecek, etkileyecek şekilde eş zamanlı ve aynı mekanda gerçekleşti. İşitme, dokunma, koklama, görme gibi duyuları kullanarak tasarım ve üretim yapma imkanı elde ettiler.

Ben oyma atölyesine gideceğim zaman ahşap ile bir arada olacağım için çok mutluydum... Ama oymacılığın dışarıdan görüldüğü gibi kolay bir şey olmadığını deneyimledim. Ustam yaptığı şeyi yapmaya o kadar alışmış ki arkasında emek olan bir şeyin içinde olmak beni gerçekten çok heyecanlandırdı.”



Resim 12. “Zanaatkarın Günlüğü” sergisinden genel görünüm (Fotoğraf: Hüseyin Aldemir)

Öğrencilerin bu süreçte kendi tasarımlarını fiilen üretiyor olmaları ustalarıyla ilişkilerini de olumlu etkiledi. Karşılıklı etkileşime dayanan, aracısız ve kolektif bir tasarım, üretim ve eğitim süreci deneyimlendi. Bir yandan da eğitimci perspektifinden bakıldığında, eğitimin otorite alanı zanaatkarlarla paylaşılarak, zanaatkarın bilgi ve birikiminin eğitime girdi olarak sokulmasına izin verildi.

Bağlama Dair Akademik Sorumluluk

Biz üniversitelerle, esnaflarla bu ilişkileri daha da geliştirirsek, ustalar desteklenirse, tasarımcı arkadaşlar da bilinçlenip kendi ustalarımızla bir şeyler yapalım diye iddiaya girse ustalar da ayakta kalır.

Bir ustanın yukarıdaki ifadesinden okunabileceği üzere, kültürel mirasın parçası olan zanaat atölyeleri ve üretim bilgisinin bu tür projelerle desteklenmesi, sürdürülebilirlik açısından önem taşıyor. Proje, tahliye edilme tehdidi ile karşı karşıya olan zanaat mahallelerinin güncel ve yaratıcı yönünü ortaya çıkarmaya çalışırken tasarım eğitime dahil ederek sürdürülebilir kılmayı desteklemektedir.

Listelenen bu önerilerin yanı sıra, esneklik, bağlam, birebir üretim, malzemeye kaynağında ulaşmak gibi açılardan da ID202 deneyimi endüstri ürünleri tasarımı eğitimine somut katkılar sunacaktır. Böyle bir sürecin stajlarda değil de eğitim yılı içerisinde yapılıyor olmasında bölüm öğretim elemanları tarafından sürecin aktif olarak alanda takip edilebilmesi, ayrıca belli günlerde atölye dışı ortamlarda (sergi mekanları, kent kütüphaneleri gibi) yapılan buluşmalarla çalışmaya derinlik katılabilmesi de önemli girdiler olarak gözlemlenebilir.

İlerisi için, ID 202 projesinin sürdürülebilir bir model olarak geliştirilmesinin yolları aranmaktadır. Bu konuda gözlemlenen en büyük engeller, atölyeler açısından kentsel dönüşüm süreçlerinin zanaat atölyelerine uyguladığı baskı ile iş güvenliği ve güvenceler açısından yaşanan tedirginlikler olarak sıralanabilir. Eğitim kurumu tarafından ise artan kontenjan ve öğrenci sayısı karşısında aynı özen ve zamanı ayırabilecek atölye ve ustalarla eşleştirmede doğabilecek yetersizlikler, okul-dışı buluşmalar için lojistik zorluklar öngörülebilir.

Bunlara karşılık, projeye ayrılan zaman dilimini uzatmak, atölye ve öğrencilerle iş güvenliği bilinçlendirme çalışmaları yürütmek, zanaatkarların sürece dahil olma biçimlerini zenginleştirmek gibi adımların atılması hedeflenmektedir. Bir yandan da farklı belgeleme ve aktarım mecraları ile, sadece kayıt değil, bir anlatı oluşturarak süreci ve çıkarımları geniş kapsamda paylaşma olasılıklarını arttırmak, geçmiş ve gelecek yılları toplayacak bir külliyat hazırlamak ve bu bildiriyle ilk adımı atılan, ID202 deneyimini bir eğitim modeli olarak formüle etmek de çalışmanın geleceği açısından önem taşıyan hedefler olarak belirlendi.

Sonuç

Michel Serres (1997), “bilgi ozanı”ndan bahsederken öğrenmenin her zaman ötekiyle yüzleşme içerdiğine değinir. Bu deneyimi modern eğitimin dayattığı katego-

rik ve bölüntülü yapının ötesine taşıyabilecek, tutkunun işlerlik kazandığı bir pedagoji olasılığının peşine takılmıştır Serres (1997). Tasarım söyleminde maalesef “kötü adam” statüsünü bir türlü aşamayan zanaatkar ya da “usta”nın bir tasarım stüdyosu dersine bu anlamda dahil olması sırf bu sebepten bile önem taşıyor. Dolayısıyla ID202 deneyimi (bir genelleme olsa da), tasarım öğrencisinin mesleki, sınıfsal, kentsel ya da topyekün toplumsal ötekisi olarak konumlandırabileceğimiz ustalarla ve onların atölyelerinde eğitim görmesini içeriyor. Bu yönüyle kurumsal olarak bir üniversite, fakülte ve bir endüstri ürünleri tasarımı bölümünün de kendini aslında çatışmalı ve kırılğanlaştırıcı bir saha olan kent-içi üretim alanlarına taşımış olmasını önemli buluyoruz. Yüksek öğrenim seviyesinde tasarım eğitimi, gerçek öğrenmenin içerdiği “çoğulluk”la (Serres 1997) ancak böyle adımlarla barıştırabiliriz.

Teşekkürler

Bu projenin yürütülmesinde büyük özveri ve katkı gösteren öğretim kadrosu (Ulaş Erdoğan, Meriç Kara, Ayşenaz Toker, Özgür Atlagan), ustalar ve atölyeleri ile öğrencilerimize teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Ağaoğlu, Samed. 1940. *Küçük Sanat Davası*. İstanbul: Güneş Matbaası.
- Alparslan, Müzeyyen ve Naz A.G.Z. Börekçi. 2011. “Areas of Expertise, Types of Services Given and Client Industries of Design Consultancy Firms in Turkey.” *Journal of the Faculty of Architecture METU* 28:131-146.
- Altay, Burçak ve Halime Demirkan. 2014. “Inclusive Design: Developing Students’ Knowledge and Attitude Through Empathic Modelling.” *Journal of Inclusive Education* 18(2):196-217.
- Arıdağ, Levent ve A. Esra Aslan. 2012. “Tasarım Çalışmaları-1 Stüdyosunda Uygulanan Yaratıcı Drama Etkinliklerinin Mimarlık Öğrencilerinin Yaratıcı Düşünce Becerilerinin Gelişimine Etkisi.” *Megaron* 7(1):49-66.
- Artun, Ali. 2009. “Geometrik Modernlik: Bauhaus Enternasyoneli ve Türkiye’de Sanat.” İçinde *Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı Türkiye’de Mimarlık, Sanat, Tasarım Eğitimi ve Bauhaus*, derleyen Ali Artun ve Esra Aliçavuşoğlu, 183-201. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Asselbergs, Teike, Pelin Derviş, Aslı Kıyak İngin, Purnur Soğangöz, Nilüfer Sönmez ve Aysim Türkmen. 2011. “Söyleyişler / 8 Mart 2011” İçinde *Made in Şişhane İstanbul, Küçük Üretim ve Tasarım Üzerine*, derleyen Pelin Derviş, 196-24. İstanbul :Tetra.
- Belge, Murat. 2000. İstanbul Gezi Rehberi. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Beyoğlu Belediyesi. 2011. “1/1000 ölçekli Beyoğlu İlçesi, Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı ve Plan Raporu.” Erişim tarihi: 5 Temmuz 2014.

<http://www.beyoglu.bel.tr/beyoglu_belediyesi/haber_default.aspx?ContentId=21698>

Eldem, Edhem. 2000. *Bankalar Caddesi, Osmanlı'dan Günümüze Voyvoda Caddesi*. İstanbul: Osmanlı Bankası Bankacılık ve Finans Tarihi Araştırma ve Belge Merkezi.

Er, Özlem. 2011. “Tasarım Eğitimi Yerel Bağlam ile Neden ve Nasıl İlişkilenmelidir?” İçinde *Made in Şişhane: İstanbul, Küçük Üretim ve Tasarım Üzerine*, derleyen Pelin Derviş, 78-91. İstanbul : Tetra.

Er, Alpay ve Özlem Er. 2003. “Two Birds with One Stone: A Joint Project of Design Education and Design Promotion for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Turkey.” *ICSID 2nd Educational Conference Proceedings*, Hannover, Almanya.

Erman, Tahire, Burçak Serpil Altay ve Can Altay. 2004. “Architects and the Architectural Profession in the Turkish Context.” *Journal of Architectural Education* 58(2):46-53.

Korkut, Fatma ve Naz Evyapan. 2005. “Dynamics of Collaboration with Industry in Industrial Design Education: The Case of a Graduation Project Course.” İçinde *Crossing Design Boundaries* (Engineering and Product Design Education Conference, Napier University), 477-481.

Kouprie, M. ve F. S. Visser. 2009. “A Framework for Empathy in Design: Stepping Into and Out of User's Life.” *Journal of Engineering Design* 20(5):437-448.

İngin, Aslı Kıyak. 2006. “Kentsel Ölçekte Tasarım-Üretim İlişkisi: Şişhane Örneği” İTÜ III. Ulusal Tasarım Kongresi ve Bildiri Kitapçığı. İstanbul: İTÜ.

İngin, Aslı Kıyak. 2009. “Küçük Üretim İstanbul İçin Bir Fırsat mı Yoksa Tehdit mi?” *Yeni Mimar* 80:12.

Mareis, Claudia. 2012. “The Epistemology of the Unspoken: On the Concept of Tacit Knowledge in Contemporary Design Research” *Design Issues* 28(2):61-71.

Made in Şişhane ve URBZ. 2012. “Crafting Neighborhoods / Unmediated Design.” İçinde *Adhokrasi: 1. İstanbul Tasarım Bienali*, derleyen Vera Saccchetti, Avinash Rajagopal ve Tamar Shafrir, 214-219. İstanbul: 1. İKSV.

Mortan, Kenan ve Önder Küçükerman. 2011. *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Ökten, Ayşe Nur, Yiğit Evren, Aslı Kıyak İngin, Elif Müftüler, Halit Kandemir, Hıraç Arslanyan, Özlem Tuna ve Şeyma Avutmuşlu. 2012. “Zanaat Eksenli Canlandırma Modeli ‘Kuyumculuk Mahallesi’ İstanbul Tarihi Kent Merkezinin Somut Olmayan Kültür Mirasıyla Birlikte Sürdürülmesi İçin Bir Öneri” Yarışma Raporu, Gelecek İstanbul, İstanbul’un Geleceği İçin Öneriler Yarışması, Erişim Tarihi 12 Ağustos 2014. <<http://www.gelecekistanbul.net/>>
- Özkar, M. 2009. “Soyut Düşünme ve Yaparak Öğrenme: Temel Tasarım Eğitimi’nin Amerika’daki Başlangıçları.” İçinde *Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı: Türkiye’de Mimarlık, Sanat, Tasarım Eğitimi ve Bauhaus*, derleyen Ali Artun ve Esra Aliçavuşoğlu, 135-51. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Postma, C. E., E. Zwartkruis-Pelgrim., E. Daemen ve J. Du. 2012. “Challenges of Doing Empathic Design: Experiences from Industry.” *International Journal of Design* 6(1):59–70.
- Rust, Chris. 2004. “Design Enquiry: Tacit Knowledge and Invention in Science” *Design Issues* 20(4):76-85.
- Sennett, Richard. 2009. *Zanaatkar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Serres, Michel. 1997. *The Troubadour of Knowledge*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Wood, Nicola, Chris Rust ve Grace Horne. 2009. “A Tacit Understanding: The Designer’s Role in Capturing and Passing on the Skilled Knowledge of Master Craftsmen” *International Journal of Design* 3(3):65-78.

ZANAATIN İNOVASYONLA SINAVI: KAPALIÇARŞI KUYUMCULUĞUNUN İNOVASYON POTANSİYELİNİN TESPİTİNE YÖNELİK BİR TASARIM ARAŞTIRMASI

Ayşe Coşkun Orlandi, Kadir Has Üniversitesi
Yonca Kösebay Erkan, Kadir Has Üniversitesi

Türkiye, mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci konumdaki İtalya’nın ardından gelerek önemli bir liderlik yakalamış, düşük işçilik, düşük fiyat avantajıyla rekabet eder konuma gelmiştir. Ancak küresel pazarlarda tedarikçi olarak konum alabilmiştir. Lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikli, farklılaşma avantajı sağlayabilen, rekabetçi bir tasarım kimliği ortaya koyamamıştır. Türkiye kuyumculuk sektörünün yakaladığı başarının sürekliliği için tasarıma dayalı inovasyon yapma becerisinin artırılması önemlidir. Zanaat kökenli bir endüstri örneği olan mücevher endüstrisi tasarımın zanaatle olan zor ilişkisini analiz etmek üzere önemli bir vaka olarak karşımıza çıkar. Türkiye’de mücevher üretiminin tamamına yakını İstanbul’da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın değişmeyen merkezi olmuştur. Tarihsel geçmişi en az Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü, üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır. Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamının ürün odaklı rekabet stratejilerini besleyebilmesi için geleneksel yöntemler kullanılarak el işçiliğiyle elde edilen katma değer in inovasyon yapabilme potansiyelinin ölçülmesi birinci derecede önem taşımaktadır. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için nitel bir saha araştırması tasarlanmıştır. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanan araştırma projesinin amacı, Kapalıçarşı’nın geleneksel yapısı içinde yer alan iş hanlarındaki üretim modellerinin, üretim tekniklerinin inovasyon potansiyelinin ortaya çıkartılmasıdır. Bildiri, bahsedilen araştırma projesinin kapsamını, sürecini ve ön bulgularını paylaşmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mücevher tasarımı, zanaat, inovasyon, Kapalıçarşı, lüks tüketimi

Giriş

Araştırma Projesinin Çerçevesi ve Özgün Değeri [1]

Türkiye, 2000’li yıllardan itibaren dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci sıradaki İtalya’nın ardından gelmektedir. Türkiye’nin yakalamış olduğu uluslararası başarının ardındaki en önemli kaynak bugün Türkiye’nin ev sahipliği yaptığı çok katmanlı kültür mirasının uzantısı olan değerli maden işleme becerisidir ki Türkiye toprakları üzerinde yaşamış her uygarlık kuyumculuk mirası bırakmıştır. Son yirmi yıl içinde izlenen uluslararası başarının arkasındaki üretimin tamamına yakını İstanbul’da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın değişmeyen merkezi olmuştur çeşitli yörelerden gelen ustalar Kapalıçarşı ve etrafındaki hanlarda tezgâh kurmuş, bu durum tarihi gelişim sürecinde Kapalıçarşı kimliğinin oluşmasında belirleyici rol oynamıştır (Küçükerman ve Mortan 2010).

Genel kapsamıyla mücevher tasarımı çoğunlukla sanat tarihi alanının çalışma konusu olmuş ve geleneksel el sanatları sınırında aynı literatürde yer almıştır. Kapalıçarşı özelindeki 550 yıllık geleneksel mücevher üretim teknikleri ise Osmanlı İmparatorluğu maddesel kültürünün bir parçası olarak tarihsel bağlamda stil ve biçim okuma sınırında değerlendirilmiştir (Ülgen 1999; Savaşçın 1990; İrepoğlu 2000; İrepoğlu 2002; Türkoğlu 1988). 21. yüzyıla gelindiğinde, bu zanaat kökenli geleneksel üretim sektörleşmeye başlamış, bu süreç önemli bir ihracat alanı olarak uluslararası tanınırlık ve rekabet gücü kazanmıştır (Coşkun Orlandi 2009; Armatlı Köroğlu vd. 2010). Çoğunlukla geleneksel el işçiliğine dayanan üretim teknikleri gelişen bilgisayar teknolojileriyle birlikte artık tamamının el değmeden makine üretimiyle yapılabildiği bir sürece doğru evrilmektedir. Türkiye mücevher endüstrisinin ihracatçı konumda yirmi yıllık süreçte elde ettiği rekabet üstünlüğünün sistematik bir sürekliliğe kavuşması için, sektörün rekabet avantajı kaynaklarının saptanması ihtiyacı önem kazanmıştır. Dönüşüm süreci içinde olan sektörün yapısal analizlerine odaklı yürütülen çalışmaların vardıkları ortak sonuç, sektörün inovatif (yenilikçi) tasarım stratejileri ve tasarımla özgünleşen rekabetçi bir konuma erişmesi için, geleneğini oluşturan özgün üretim tekniklerinin ve kültürel birikiminin stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmesi yönünde olmuştur (Coşkun Orlandi 2009; Armatlı Köroğlu vd. 2010). Bu çerçeveden değerlendirildiğinde, 550 yıllık geleneksel üretim tarihi sürecinde sosyal, ekonomik, politik bağlamda toplumsal demografik değişimlerden doğrudan etkilenmiştir ve geleneksel özgün üretim becerilerinde kayıplar, kopukluklar yaşanmıştır ve yaşanmaktadır. Kapalıçarşı merkezli mücevher üretiminin de işçilik kalitesi ve özgün üretim biçimlerinden kaynaklanan tasarımla değer kazandığı bilinmekte ancak bu becerinin de değişen demografik yapıyla kaybolmaya yüz tuttuğu eski ustalar, atölye sahipleri tarafından vurgulanmaktadır.

Araştırma Projesinde Kullanılan Yöntem

Mücevher endüstrisi, hammaddesinin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Girişimcilik-ustalık-tasarım sacayağı bir üretim ağı içinde faaliyet göstermektedir. Üretim ağının merkezinde, ürüne biçimini veren, tüm üretim aşamalarının planlamasını yapan “sadekâr” adı verilen ve kuyumculuğu temsil eden usta bulunur. Bir ürünün ortaya çıkması için en az üç, dört tezgâhtan, usta elinden geçmesi gerekir. Her biri kendi alanında usta üreticiler arası kurulan üretim örgüsü, bu özellikli ortamın standartlaşamayacağını en büyük göstergesidir. Bu üretim geleneğinde bilgi aktarımı deneyim yoluyla işlerlik kazanan sözsüz bilgi (*tacit knowledge*) aktarımı metodu olarak karşımıza çıkar (Forsman ve Solitander 2004). Çarşı ve çevresindeki hanlar, bu ağ üretim yapılarıyla bir kümelenme modelidir ve kuruluş tarihi olarak kabul edilen 1461 yılından beri işlerliğini sürdürmektedir. Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevre hanlar, şehir bölge planlama, mimarlık tarihi, sanat tarihi ve çevre mühendisliği gibi çeşitli bilim alanlarının kendi uzmanlıkları dâhilinde çalışılmalı, ancak bölgenin üretim potansiyelini yaratıcılık, özgünlük ve inovasyon bağlamında değerlendiren akademik ya da sektörel sivil toplum örgütleri tarafından yapılmış güncel bir araştırma, belgeleme veya arşiv çalışması yürütülmemiştir.

Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için nitel bir saha araştırması tasarlanmıştır. İki yıl olarak tasarlanan projede nitel araştırma yöntemleri kullanarak, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmakta, yapılan görüşmelerde (i) ürüne, (ii) mekâna, (iii) tezgâh-teçhizata, (iv) insan faktörüne ait veri toplanmaktadır. Mayıs 2013’te aktif olarak yürürlüğe giren ve Mayıs 2015’te tamamlanmış olması planlanan araştırmada toplanmakta olan verinin kaynağı, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo1’de gösterilen, ürüne ait A Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyeti vb. fiziksel özelliklerinin (finiş) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere, ürün analizleri “vasat ve mükemmel” değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmektedir. Ürüne ait B Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere, ürün analizleri “standart ve eşsiz” değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilmektedir. Diğer taraftan üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametreler, birim atölyedeki üreticinin ustalık derecesi kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilirken, insan faktörüne ilişkin B Grubu parametreler, ustanın geleneği sürdürme konusundaki hassasiyetinin, ustalığının seviyesini geliştirmeye yönelik eğilimlerinin, ustalık seviyesine erişmek için geçtiği eğitim sürecinin yarı yapılandırılmış sözlü görüşme tekniğiyle elde edilmesi sürecini kapsamaktadır.

Sahada toplanacak veri kaynağı	Veri toplama yöntemi	Veri değerlendirme yöntemi
Ürün (birim atölyede üretilen ürün-ara ürün-parça-işçilik)	Gözlem Fotoğraf Video	1. Ürüne ait A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi 2. Ürüne ait B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi
Mekân (üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumu)	Gözlem Fotoğraf Video Davranış haritaları	Atölye konumunun atölyeden çıkan ürünün genel üretim akış şemasındaki sırasıyla karşılaştırmalı olarak, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla üretim davranış haritalarının oluşturulması
Tezgâh-teçhizat (birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanım)	Gözlem Fotoğraf Video	Üretimde kullanılan teknik donanımın <u>özelleşmişlik derecesinin</u> kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçkle değerlendirilmesi
İnsan faktörü (üretimi gerçekleştiren usta-çırak)	Gözlem Yarı yapılandırılmış görüşmeler: ses kaydı	1. Üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi 2. Üretimde insan faktörüne ilişkin B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi

Tablo 1. Araştırma projesinde kullanılan veri kaynakları, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri

Türkiye Mücevher Endüstrisinin Gelişimi ve Kapalıçarşı Geleneği

Tarihsel Gelişim ve Sektörleşme Süreci

Türkiye mücevher ve altın takı sektörünün yirmi yıllık süreçte yakaladığı başarının ardındaki dinamiklere bakıldığında, bu başarının kaynağında iki temel yol göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki, 1980’li yıllarda ekonominin liberalleşmesi süreciyle birlikte bir dizi ekonomik karar ve değişimler olmuştur. 1989 yılında Merkez Bankası’nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla Türkiye’de altın kaçakçılığına son verilmiş ve altın ithal ve ihracı yasal yollardan yapılmaya başlanmıştır (İstanbul Altın 2003). İhracattaki başarının yakalanması süreciyse 1990’ların ortasından itibaren başlar. 1995 yılında faaliyete geçen İstanbul Altın Borsası, altın fiyatlarının dünya fiyatları ile paralel hale gelmesini, ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olmasını ve yurt dışından yapılan gayri resmi altın ithalatının engellenerek altın ticaretinin kayıt altına alınmasına olanak sağlamıştır (İstanbul Altın 2003). Daha da önemlisi, altın borsasının kurulmasıyla sektörün dünya piyasalarıyla aynı fiyata hammadde temin edebilmesi, sektörü uluslararası pazarlarda ucuz fiyatla rekabet edebilir hale getirmiş, üretimi artırmıştır. Resmi kaynaklarda yer almayan ancak sektör yetkilileriyle yapılan yüz yüze görüşmeler

aracılığıyla deşifre edilebilen sektör başarısını tetikleyen itici faktörler ve sektörleşme süreci aşağıdaki akışla açıklanabilmektedir (Coşkun Orlandi 2009):

- Altın ithalatı serbest bırakılıyor,
- Üretim makineleri İtalya'dan satın alınıyor,
- Kataloglar uluslararası fuarlardan, özellikle İtalya'dan toplanıyor,
- İtalya'nın yaptığı ürünler daha ucuz işçilik fiyatıyla üretilerek küresel pazarlarda hâkimiyet sağlanıyor.

Mücevher Üretim Bölgeleri, Üretim Ağı ve Hanlar

Türkiye'de Anadolu'da her şehirde mücevher ve altın takı üretimi yapılmaktadır. Kimi bölgeler diğerlerine göre yöresel zanaat kültürünün parçası olan özel üretim teknikleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır. Başlıca mücevher üretimi, İstanbul Tarihi Yarımada'da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, mikro ölçekli işletmeleriyle geleneksel bir zanaat üretim kümesi modelini temsil etmektedir ve Türkiye'de "mücevher kümesi" olarak nitelenebilecek tek yapıdır. Kapalıçarşı ve çevresi, Sanayi Devrimi öncesi kişisel el hünerinin ve en hassas üretimin değişmeyen merkezi olmuş, Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan değişimlere uyum sağlamıştır. Çünkü burası, Ehl-i Hıref kurumunun desteğindeki mesleklerin bir tür "kümelenme modeli" olarak biçimlenir (Küçükerman ve Mortan 2009, 90). Kapalıçarşı Esnaf Derneği'nden alınan bilgilere göre, sadece Kapalıçarşı'da halen 1,800 civarında kuyumcu ve atölye faaliyette bulunmaktadır. Mücevher üretiminde, işletme ölçekleri, üretim ilişkileri açısından, beraberinde farklı üretim dokuları da ortaya koymaktadır. Yapısı gereği seri olmaya uygun olmayan, kişiye özel, eşsiz (ünik) üretim geleneksel yöntemlerle yeni teknolojiyi harmanlayarak kullanan sınırlı sayıdaki kuyumcu ustaları tarafından yapılmaktadır. Geleneksel üretim ağının merkezinde sadekâr bulunmasına rağmen madenin şekillenmesinde etkin rol oynayan mikro ölçek üretim birimleri de bağlantılı bir üretim dokusu sunar. Geleneğinden günümüze uzanan mikro ölçekte uzmanlaşmış atölyelerdeki işbirliği güvene dayalı bir küme yapısı sergiler (Coşkun Orlandi 2009). Atölyeler arası ilişki insani ilişkileri boyutlandırmakta, yaratıcılık kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Bilgi aktarımı usta-çırak ilişkisiyle sürdürülür ancak proje kapsamında ziyaret edilen toplam 42 atölyenin sadece 12'sinde çırak bulunmaktadır. Geleneğin son ustalarıyla yapılan görüşmeler sonucunda karşımıza çıkan sonuç, mesleğin geleneksel normdaki uzantısının önümüzdeki on yıl içinde tükenmiş olacağı yönündedir.

Mücevher Tasarımında İnovasyon Kaynakları ve Geleneksel Üretim

Yenilik, kelime anlamının ötesinde, rekabet koşullarında önemli bir ekonomik girdi olarak önem taşımaktadır. İktisatçılar, teknolojik yeniliğin iktisadi gelişme için taşıdığı hayati önemin en geniş anlamıyla her zaman farkında olmuşlardır (Freeman ve Soete 2003). OECD dört tip inovasyon tanımlar: ürün inovasyonu,

süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon. Bu sınıflandırma için araştırmaya referans olarak alınacak inovasyon türleri, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonudur. Ürün inovasyonu, belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni ürün ve hizmetlerdir. Teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemede iyileşme, ürünün yazılımı, kullanıcı dostu olup olmadığı ve diğer işlevsel özelliklerini kapsar. Süreç inovasyonu, belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni üretim ve dağıtım yöntemidir. Teknik, gereç ve/veya yazılımda belirgin değişiklikleri kapsar. İnovasyon ve tasarım ilişkisi, inovasyona duyulan ihtiyaç vurgusunun artmasıyla birlikte 2000’li yıllarla birlikte stratejik bir kaynak olarak literatürde yerini almaya başlamıştır (Verganti 2009; Richie vd. 2006; Moalosi vd. 2006; Hirsch-Kreinsen vd. 2008; Howlett 2010; Gurria 2007; Mozota 2006; Pres vd. 2001; Utterback vd. 2008; Tresserras 2006; Stoneman 2010). Bugün, teknoloji ve işlevsellik bir ürüne sürdürülebilir rekabet gücü katmada yeterli olamamaktadır. 1980’lere kadar teknik inovasyon ve stil, teorik ve uygulamalı alanlarda birbirlerinden uzak tutulmuştur. İnovasyon kavramı bu makale çerçevesinde ürün tasarımını da kapsayacak şekilde ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu türlerine referans vermektedir. Ürün odaklı inovasyon, mücevher endüstrisinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği için en önemli faktörlerden biri olarak sıralanmaktadır. Mücevher endüstrisinin inovasyon kaynakları, ürün (özellikle malzeme), üretim süreçleri ve dağıtım olarak sıralanmaktadır (Carcano vd. 2005, 44). İnovasyon bilgidен ve özellikle mücevher sektörü için farklı, çoğul kültürel girdilerden gelir: teknolojik gelişim, uygulamalı araştırma, zevk ve bezeme kültürünün evriminden kaynaklanır (Coşkun Orlandi 2009). Mücevher sektörü için ürün odaklı inovasyon şu başlıklar altında toplanabilmektedir:

- i. Tek ve eşsiz parça
- ii. Ürün karmaşıklık seviyesi (teknik olarak)
- iii. İşçilik kalitesi
- iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma
- v. Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma (Stil ve eğilimler önerme)
- vi. Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme
- vii. Dışarıdan gelen girdilerle (pazar bilgisi, tüketici grubu gibi) kendi yaratıcılığını ifade edebilme

Çağdaş ürün dili taşıma (geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisi)

Proje kapsamında kayıt altına alınan ustaların inovasyon potansiyelleri bu bileşenler üzerinden değerlendirilmekte, ön bulgular aşağıda aktarılmaktadır.

Lüks Tüketim Meta Olarak Mücevher

Temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama lüks olarak tanımlanır (Sombart 1998, 88). Kavram olarak lüks nitel ve nicel olarak iki biçimde tanımlanır. Nicel anlamda lüks, malların ziyan edilmesiyle eşanlamlıdır: bir uşak yettiği halde yüz uşak tutmak ya da puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak gibi. Nitelik anlamında lüks, mallara ilişkin bir değer olarak tanımlanır. Ürünler farklı amaçlar, hedefler doğrultusunda lüks sınıfında yer alabilmektedirler. Lüks tarihi, zenginlik, varlık tarihiyle paralellik gösterir çünkü lüks, doğrudan gelirle, ekonomik güçle ilintilidir. Lüks ürünleri çoğunlukla saat, mücevher, takı, giyim, otomobil, parfüm, gastronomi vb. birinci dereceden bireysel kullanım ürünleridir. Bir gösterişçi tüketim (*conspicuous consumption*) biçimi olarak lüks, bireyin özü, kimliği, imgesi ve diğerleri tarafından algılanan değerlerin tümünün eşyalar-mallar aracılığıyla gösterilmesi olarak tanımlanır. Bu tanım için en klasik örnek, tüketicilerin yüksek sosyal statülerinin diğerleri tarafından kabul edilmesi ve diğerlerini etkileme amaçlı yüksek fiyatlı, statü odaklı eşyalara sahip olmaları olarak gösterilir (Richins 1998, 88). Lüks ürünleri göreceli ve mutlak olarak pahalı olduğundan gelir, talebin ölçülmesindeki en belirleyici etkidir. Lüks tüketimin gelirle olan doğrudan ilişkisi, lüks tüketimini tek başına açıklamaya yetmez. Veblen'e göre tüketiciler ürün fiyatını varlık ve zenginlik göstergesi olarak kullanmaktadırlar (Veblen 1899, 25). Veblen'in hipotezi üzerinden lüks tüketimde, sosyo-ekonomik statünün, dolayısıyla kültürün etkisi önemlidir (Dubois ve Duquesne 1993, 37). Bir lüks meta olan mücevher, günümüzde ve tüm zamanlarda kadına ilişkin bir tüketim nesnesi olmuştur. Günümüzde dünya lüks pazarının %30'una hâkim İtalyan kaynaklarına göre lüks, birinci derecede kültür, tarz ve zevkle, ikinci derecede cazibe ve beğeniyle ilişkilidir. *Farklılaşma*yla ilişkili olarak *kimlik*, *yenilikle* ilişkili olarak özgünlük, *kalite*yle ilişkili olarak *otantiklik* lüks ürünlerin yaratılmasındaki temel kavramlardır (Cappellieri vd. 2005, 9-10). Bu çerçeveden bakıldığında çağdaş Batılı mücevherin lüks kavramıyla sıkı bir bağ içinde olduğunu görmekteyiz. Bu saptamalar göstermektedir ki, mücevher üretiminde "sıramalı" tabir edilebilecek seri üretim ürünler tasarım bileşeni olmadan rekabet üstünlüğü elde edemezken, geleneksel üretim dokusunda ustalığın ötesine geçerek, çağdaş tasarım dili taşıyabilen ürünlerin rekabet gücü daha yüksektir.

Mücevher Tasarımında İstanbul Ekolü ve Kapalıçarşı'nın "Yaşayan İnsan Hazineleleri"

Kapalıçarşı'nın "Yaşayan İnsan Hazineleleri"

UNESCO geçtiğimiz on yıl içinde kültürel miras tanımını genişletmiş, geleneksel zanaat ürünlerini üreten işçiliği ve üretim bilgisini "somut olmayan miras" (*intangible heritage*) olarak sınıflandırmıştır. Yürütülen araştırma projesi sonucunda elde edilecek veriler ışığında UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras sınıfına girebilecek üretim-işçilik süreçleri var ise bunların sınıflandırılarak saptaması yapılabilecektir. UNESCO bünyesindeki "Living Human Treasures" (LHT)

programı “Türkiye’de Yaşayan İnsan Hazineleeri” ulusal sistemi ile kurulmuştur. Programın amacı “somut olmayan kültürel miras unsurlarının, yüksek bir tarihsel, sanatsal ve kültürel değer dâhilinde; icra edilmesi, canlandırılması veya yeniden yaratılması konusunda gerekli bilgi ve becerilerin korunması” olarak belirtilmiştir (Kasapoğlu Akyol 2013). “Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması” iki koldan yürütülmektedir. Yaşayan İnsan Hazinesi’nin seçilme kriterleri ilgili yönetmelikte belirlenmiştir (Araştırma ve Eğitim 2014). Buna göre; (i) ustalığını on yıldır icra ediyor olması, (ii) sanatını usta-çırak ilişkisi ile öğrenmiş olması, (iii) bilgi ve becerisini uygulamadaki üstünlüğü, (iv) konusunda ender bulunan bilgiye sahip olması, (v) kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmışlığı, (vi) kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneği (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi), vii) kişi veya grubun bilgi ve becerilerini çırağa aktarma becerisi (bir çırak yetiştirmiş olması) sahibi olması beklenmektedir. Zanaat olarak kuyumculuk, kültürün yansıtıldığı en zengin somut olmayan unsurlar arasında yer alır. Zanaatın yaşatılmasında geleneksel üretim biçimleri ve gelenek taşıyıcıları olan ustaların rolü büyüktür. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras arakesitinde kurgulanan saha çalışmasının bir diğer hedefi de İstanbul kuyumculuğu için değerli kabul edilen geleneksel yöntemleri kullanarak üretim yapan kuyumcu ustalarının ne oranda canlılığını koruduğun tespit edilmesi, gelecek için potansiyellerinin belirlenmesi ve UNESCO somut olmayan kültürel mirası envanterinde yer almalarını sağlayarak yöresel özellik taşıyan bir üretim biçimi, teknik ve/veya tasarımın coğrafi işaret olarak tescil edilmesi için gerekli zemini oluşturmaktır.

Saha Veri İstatistikleri

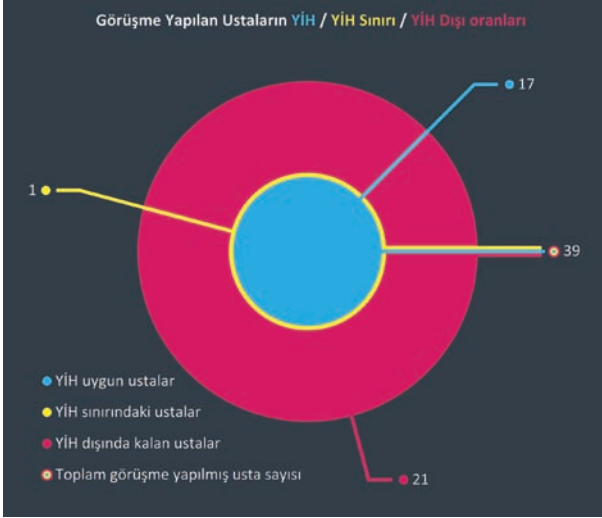
Yürütülen projenin içinde bulunduğumuz üçüncü döneminde 42 atölye ziyaret edilmiş, toplam 39 kuyumcu ustası tüm veri toplama yöntemleri kullanılarak kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımı Tablo 2’de gösterilmektedir.

Sadekâr	18
Mıhlayıcı	10
Kalemkâr	2
Kuyum döküm ustası	1

Tablo 2. Kayıt altına alınan ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımı

Proje sürecinde kayıt altına alınan toplam 39 ustanın, 17’sinin UNESCO Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) kriterlerine uygun olduğu saptanmıştır.

Yukarıda aktarılan mücevher üretiminde mücevher sektörü için sıralanan inovasyon bileşenleri üzerinden bir değerlendirme yapıldığında YİH envanterine girme olasılığı taşıyan ustaların aynı zamanda inovasyon yapma konusunda da yüksek potansiyel taşıdıkları izlenmektedir. Geleneksel ürün olarak sınıflanan ve biçimsel



Resim 1. Kayıt altına alınan ustaların YİH kriterlerine uygunluk oranları



* 1 veya 2 adet YİH kriterini (pratik yetiştirme vb.) sağlanmadığı için YİH adaylığının sınırında olan usta

Resim 2. YİH kriterlerini karşılayan kayıt altına alınmış ustaların inovasyon kriterlerine uygunlukları



Resim 3. YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre yüksek inovasyon potansiyeli ve çağdaş tasarım dili taşıyan ürün örneği (Tasarım: Sadekâr Kader Yıldız)

Resim 4. YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre yüksek inovasyon potansiyeli ve geleneksel ürün dili taşıyan ürün örneği (Tasarım: Sadekâr Surmak Susmak)

öğelerin hiçbir yoruma uğramadan doğrudan geleneğin taşıyıcısı olarak karşımıza çıkan ürünler geleneksel ürün dili taşıyıcısı olarak açıklanırken, geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisinin izlendiği örnekler çağdaş ürün dili taşıyıcısı olarak sınıflandırılmıştır. Kayıt altına alınan ustaların inovasyon bileşenleri üzerinden değerlendirmesi Resim 2’de izlenebilmektedir.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre geleneksel ürün dili taşıyan ürün örneği ve çağdaş tasarım dili taşıyan ürün örnekleri Resim 3 ve 4’te gösterilmektedir.

Bulgular ve Değerlendirmeler

Türkiye mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte küresel pazarlarda fiyat avantajıyla tedarikçi olarak rekabet üstünlüğü sağlamış ancak lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikli, farklılaşma avantajı sağlayabilen bir tasarım kimliği ortaya koymamıştır. Dünya kuyumculuğunun en eski ve en önemli mirası bugünkü Türkiye coğrafyası içinde yer almaktadır ve üretimin tamamına yakını İstanbul’da 500 yıllık kuyumculuk mirasının geleneğini taşıyan Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda yapılmaktadır. Bu geleneksel üretim yapısının yeniliğe olan yatkınlığı yürütülen proje aracılığıyla doğrulanmıştır. Yapılan görüşmelerde bu işin tarihi konumunda yapılıyor olmasının özellikle işbirliği ve esnek üretimi destekler niteliği, tarihi yarımadanın yaratıcı üretim ortamı olarak vazgeçilmezliğine vurgu yapmaktadır. Projede elde edilen bulgular aracılığıyla, yenilik için önemli bir kümedenme modeli olarak izlenen Kapalıçarşı üretim modelindeki üretim ağlarının fiziksel organizasyonu, üretim ritüelinin işleyiş biçimi ortaya konmuş olacaktır.

Böylelikle, Kapalıçarşı ve çevresinin yeniden yapılandırılması ve işlevlendirilmesi sürecine katkıda bulunarak önemli bir stratejik kaynak olması beklenir.

Bu yaratıcı endüstrinin geleneksel bağları kültür mirası değeri taşıma potansiyeli de taşımaktadır. Merkezinde ustanın bulunduğu zanaat kültürünün somut olmayan miras kapsamında tescil edilebilmesi, zanaat üretiminin güncel tasarım diline aktarılması sürecine önemli katkılar sağlayacağından proje aracılığıyla tespiti yapılan üretim süreçleri, ürünler ve ustaların belli bir oranda tasarım tesciliyle koruma altına alınması hedeflenmektedir. Bu süreç, sektöre, fiyat avantajının ötesinde tasarımla farklılaşma yakalayabilmek adına önemli bir stratejik kaynak olacaktır. Bu bağlamda toplanan görsel verinin yerin ruhunu taşıyan ve ayırt edici özellik taşıyan yerel tasarım kimliğinin izlerini sürmek adına önemli bir girdi olması beklenir. Proje ön bulguları göstermektedir ki, UNESCO YİH envanterine girme olasılığı taşıyan ustalar aynı zamanda inovasyon yapma konusunda da yüksek potansiyel taşımaktadırlar.

Türkiye’deki endüstrileşme süreci Cumhuriyet öncesi ve sonrası zanaat geleneğinin takipçisi olmamış, özellikle zanaat kökenli bir endüstri olan kuyumculuk-mücevher endüstrisinin endüstrileşme süreci zanaat geleneklerinden kopuk olarak gelişme göstermiştir. Bu çerçeveden bakıldığında, zanaat-tasarım-inovasyon arasındaki ilişkilerin tasarım modellerine, ürün geliştirme süreçlerine ne şekilde yansıdığı endüstriyel tasarım literatürü için yeni bir araştırma alanı ve tartışma platformu sunar. Proje bulgularının bu bağlamda ileride yürütülecek çalışmalara kaynaklık etmesi beklenir.

Notlar

[1] TÜBİTAK SOBAG tarafından desteklenen, makalenin yazarları tarafından yürütülen 112K221 no’lu “Yaratıcı Ekonomi Kaynağı Olarak Somut Olmayan Kültür Varlığı Kapsamında Zanaat-Tasarım-İnovasyon İlişkileri: Kapalıçarşı’nın ‘Yaşayan İnsan Hazine’leri” başlıklı bilimsel araştırma projesi.

Teşekkürler

Yazarlar proje araştırma görevlileri Melda Yanmaz ve Burak Akbıyık’a katkıları için teşekkür ederler.

Kaynaklar

Akyol, Pınar Kasapoğlu. 2013. “Türkiye’nin Yaşayan İnsan Hazine’leri Programı.” *İçinde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi*, 83-91.

Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. 2014. “Yaşayan İnsan Hazine’leri Ulusal Envanteri.” Erişim Mart 18, 2014. <<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazine-leri-ulusal-envanteri.html>>

- Armatlı Köroğlu, Bilge, Tanyel Özelçi Ecerel, Çiğdem Varol ve Nihan Özdemir Sönmez. 2010. *Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul'da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları*. Proje Raporu, TÜBİTAK.
- Cappellieri, Alba, Alessandra Vasile ve Flaviano Celaschi. 2005. *Lusso versus Design*. Milano: Poli.Design Franco Angeli.
- Carcano, Luana, Antonio Catalani ve Paola Varacca Capello. 2005. *Il Gioiello Italiano Ad Una Svolta*. Derleyen, Franco Angeli. Milano.
- Coşkun Orlandi, Ayşe Elif. 2009. "21.yy.da Türkiye Mücevher Endüstrisinde Katma-Değer Dinamiği Olarak Endüstri Tasarımı ve Küresel Rekabet: 'Made in Italy' Örneği Üzerinden Bir Model Önerisi." Yayımlanmamış doktora tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Dubois, Bernard ve Patrick Duquesne. 1993. "The Market for Luxury Goods: Income versus Culture." *European Journal of Marketing* 27:35-44.
- Forsman, Maria ve Nikodemus Solitander. 2004. "Knowledge Transfer and Industrial Change in the Jewellery Industry." *Conference Proceedings for the Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities Conference Proceedings*. Innsbruck.
- Freeman, Chriss ve Luc Soete. 2003. *Yenilik İktisadı*. Çeviri Ergun Türkcan. Ankara: Tübitak Yayınları.
- Gurria, Angel. 2007. "Towards an Innovation Strategy." *OECD*.
- Howlett, Robert James. 2010. *Innovation through Knowledge Transfer*. Berlin-Heidelberg.
- İrepoğlu, Gül. 2000. "Osmanlı Mücevheri." *P Dergisi*: 100-112.
- İrepoğlu, Gül. 2002. "Osmanlı'da Mücevher Geleneği." *Antikor Dergisi*: 76-84.
- İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü. 2003. İstanbul Altın Borsası Yayınları. Erişim 19 Aralık, 2006. <http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf>
- Moalosi, Richie, Vesna Popovicve Anne R. Hickling-Hudson. 2006. "Culture Driven Product Innovation." İçinde *Proceedings 9th International Design Conference*, Dubrovnik, 573-578.
- Hirsch-Kreinsen, Hartmut ve David Jacobson. 2008. *Innovation in Low-Tech Firms and Industries*. Northampton: Cheltenham.
- Küçükerman, Önder ve Kenan Mortan. 2010 *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.

- Küçükerman, Önder ve Kenan Mortan. 2009. *Kapalıçarşı*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Mozota, Brigitte Borja De. 2006. *The Design of Innovation, Two Challenges for the Design Profession*. Erişim 10 Ağustos, 2014. <http://tdd.elisava.net/coleccion/23/borja-de-mozota--en/view?set_language=en>
- Pres, Mike, Karen Yair ve Anne Tomes. 2001. "Crafting Competitive Advantage: Crafts Knowledge as a Strategic Resource." *Design Studies* 22:377-394.
- Richins, Marsha L. 1998. "Possessions, Materialism and Other-Directedness in the Expression of Self." İçinde *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, 85-104. Londra: Routledge.
- Savaşçın, Mehmet Yılmaz. 1990. "Osmanlı Kuyumculuğu." *Antikor Dergisi*: 136-138.
- Stoneman, Paul. 2010. *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*. New York: Oxford University Press.
- Tresserras, Josep. 2006. "Industrial Design as a Factor for Innovation and Competitiveness." *Economy and Design*.
- Türkoğlu, Sabahattin. 1988. "Topkapı Sarayı Müzesi Arşiv ve Kütüphanesindeki Mücevher Tasarımları." *Antikor Dergisi*: 72-76.
- Utterback, James, vd. 2008. *Tasarıma Dayalı İnovasyon / Design-inspired Innovation*. Çeviri Yıldırım Özdemir. İstanbul: Ledo Yayıncılık.
- Ülgen, Aygün. 1999. "Osmanlı Kuyumculuğu." *Osmanlı: Kültür ve Sanat*.
- Verganti, Roberto. 2009. *Design-Driven Innovation : Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*. Boston: Harvard Business.
- Veblen, T. 1899[2009]. *The Theory of the Leisure Class*. Project Gutenberg Literary Archive Foundation, Salt Lake City. Erişim 10 Ağustos, 2014. <http://www.gutenberg.org/etext/833>

STÜDYO EĞİTİMİNDE YAKLAŞIMLAR

ENDÜSTRİ DESTEKLİ EĞİTİM PROJELERİNİN ARKASINDAKİ MOTİVASYONLAR: ODTÜ ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI BÖLÜMÜ MEZUNİYET PROJELERİ

Gülay Hasdoğan, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Bahar Şener, Orta Doğu Teknik Üniversitesi; Liverpool Üniversitesi

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğrencilerin lisans eğitimlerinin son döneminde, eğitim ekibinin yanı sıra firmaların danışmanlığı paralelinde geliştirdikleri mezuniyet projelerinin amacı, öğrencilerin eğitim yaşantıları boyunca edindikleri becerileri ve oluşturdukları tasarım yaklaşımını, bir dış paydaşın danışmanlığında, gerçek yaşamdan bir proje ile yansıtmasıdır. Bu işbirliğinden eğitim kurumunun beklentisi iyi bir eğitim deneyimi kurgulamak ve öğrenciyi mesleki yaşama hazırlayabilmektir. Bu bildiri, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yürütülen mezuniyet projelerinden tarafların beklentilerini 2014 yılında firmalarla ve öğrencilerle yapılan anketler üzerinden değerlendirmekte, farklı firma beklentilerini temsil eden örnekler üzerinden firma ve öğrencinin motivasyonlarını tanımlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri destekli eğitim projeleri, endüstriyel tasarım eğitimi, üniversite sanayi işbirliği

Giriş

Endüstri Ürünleri Tasarımı eğitiminde endüstri işbirliği ile yürütülen eğitim projeleri endüstrinin ve üniversitenin bilgi ve deneyimlerini buluşturmayı hedefler. Üniversite ve endüstrinin işbirliğine yönelik farklı motivasyonları ortak faydaya dönüştürülebildiği ölçüde, işbirliğinin sürdürülebilirliği sağlanır. Konu ile ilgili literatürde, üniversitenin motivasyonları yeni bilgi üretme ve yayınlama, bilimsel tanınırlık kazanma, endüstrinin motivasyonları ise üniversite bazlı bilgi, fikir ve teknolojileri ticarileştirme veya ticarileştirme potansiyelini keşfetme ve bilgiye erişim olarak tanımlanmaktadır (Siegel vd. 2003; Schuetze 2000).

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün 1979 yılındaki kuruluşundan 90'lı yılların sonlarına kadar, tasarıma yönelik devlet politikalarının eksikliği ve yerel endüstri ile eğitimin ilişkisinin görece zayıf olması nedeniyle, eğitim ve endüstri arasında güçlü bağlar bulunmamaktaydı (Korkut ve Evyapan 2005). Bölüm, 1995 yılında eğitim hedeflerini revize ederek eğitimin farklı aşamalarında stüdyo projelerinin endüstri işbirliği ile yürütülmesine karar verdi (Günöven vd. 1997). 2002

yılından itibaren düzenli olarak endüstriden paydaşların işbirliği ile gerçekleştirilen mezuniyet projelerinin arkasındaki temel motivasyon, gerçek hayattan tasarım problemleri üzerinde yoğunlaşmaktır. Dolayısıyla, eğitimin bu işbirliğinden beklentisi, endüstrinin gerçek proje konularını, gerçek pratiklerin bilgisiyle besleyerek çalışmaktır. Endüstrinin beklentileri ise geleceğin profesyonellerini tanımak ve üniversite ortamından çıkan farklı, yeni fikirleri izlemektir (Baysal 2007). Bu bağlamda, bir taraftan pratikten beslenen, diğer taraftan yenilikçi projeler geliştirme motivasyonları, zaman içerisinde endüstri ile ortak yürütülen projelerin tanım ve çıktılarını şekillendirmiş, firmaların kısa, orta ve uzun vadeli planlarının parçası olabilecek projelere kıyasla kavramsal nitelikteki projelerde ve pazar fırsatlarını ürünleştirmeye yönelik yenilikçi projelerde belirgin bir artış olduğu gözlenmiştir.

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, endüstri destekli projelerde 13 yıllık deneyimi boyunca mezuniyet projelerinin endüstriye tasarım hizmeti veren bir sistem olarak algılanmasından kaçınmıştır. Mezuniyet projelerinin öncelikle öğrenci açısından öğretici olması hedeflenmiştir (ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı 2014), özellikle tasarım deneyimi olan ve proje sürecinde fikir geliştirme, üretim ve pazarlama aşamalarının tamamı hakkında bilgi sağlayabilecek danışmanlarla işbirliği yapmaya özen gösterilmiştir. 13 yılda, 476 öğrenci projesinde, danışman olarak 155 firma, uzman kişi ve kuruluş ile işbirliği yapılmıştır. Her yıl firmalarla yapılan anketlerin sonucuna göre bugüne kadar geliştirilen projelerden sadece ikisinin üretim programına alındığı saptanmış, bunun temel nedeni olarak danışman firmaların projelerden öncelikli beklentisinin kısa vadede uygulanabilecek projeler olmadığı öngörülmüştür.

2014 yılında 38 mezuniyet projesi 29 firmanın danışmanlığında tamamlanmış ve 3-5 Haziran 2014 tarihleri arasında ODTÜ Kültür ve Kongre Merkezi'nde sergilenmiştir. Bu 29 danışmanın 21'i üretici firma, ikisi üretimini dışarda yaptıran ve tasarım ve pazarlama sürecini kendisi yürüten firma, altısı ise tasarım danışmanlık ofisidir. Bu bildiri, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yürütülen mezuniyet projelerinden tarafların beklentilerini, edindikleri kazanımları ve projenin sonuçlarına yönelik gözlem ve planlarını, 2014 yılı mezuniyet projelerine yönelik danışman firmalarla ve öğrencilerle yapılan anketler üzerinden değerlendirmek, farklı danışmanların beklentilerini temsil eden örnekler üzerinden danışman firma ve öğrencinin motivasyonlarını tanımlamaktadır. Bildirinin yazarları, 2014 yılında ve geçmiş yıllarda mezuniyet projesi dersinin yürütülmesinde ve geliştirilmesinde görev almışlardır.

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde Mezuniyet Projeleri

Endüstri işbirliği ile yürütülen eğitim projeleri, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü tarafından paydaşların beklentilerinin doğru anlaşılması ve beklentilerin yine doğru amaçlar etrafında tanımlanması açısından dikkatle ve özenle kurgulanması gereken bir süreç olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, geçmişte işbirliği yapılan firmalara, her yıl Kasım ayında mezuniyet döneminde danışman

firma olarak yer almak isteyip istemedikleri sorulur. Öğrencilerle, yarıyıl tatiline çıkmadan önce proje konusu ve danışman firma tercihlerine yönelik bir konuşma yapılır. Yeni dönemin başlangıcında, firmaların cevapları ve stüdyo ekibinin önceki deneyimlerini yansıtacak şekilde hazırlanan belgeler öğrencilerle paylaşılır. Belgeler, mezuniyet projesinde paydaşlardan (eğitim kurumu, danışman firma, ve kendileri) ve işbirliğinden beklentiler, fikri haklara yönelik ilkeler, projenin temel aşamaları, değerlendirme süreci ve dönem takvimi gibi bilgileri içerir. Öğrenciler, gerek stüdyo içerisinde gerekse dışında yürütecekleri aşamalara yönelik olarak (örn. araştırma, firma eşliğinde ya da kendi başlarına çalışma) farklı tasarım araç ve yöntemlerini kullanarak yönlendirilirler. Yaklaşık 16 haftayı kapsayan mezuniyet projelerinde aşağıdaki temel aşamalar takip edilir:

1. *Öğrencinin konu ve danışman firma tercihi:* Öğrenciler, çalışmak istedikleri proje konusunun genel çerçevesini ve ilgili sektörden danışmanlık almayı istedikleri firmalara yönelik tercihlerini, öncelik sırasını da belirterek stüdyo ekibine dijital portfolyolarıyla birlikte iletirler.
2. *Danışman firmalarla öğrencilerin eşleştirilmesi:* Bu bilgiler, öğrencilerin ilk tercihlerinden başlamak üzere firmalarla irtibata geçmek üzere derlenir. Eğer öğrencinin tercih ettiği firma gönderilen ankete henüz cevap vermemişse, görüşleri telefonla alınır. Olumlu cevap alınan firmalara, ilgili öğrencilerin portfolyoları gönderilir. Eğer danışman firma, destek verebileceğinden daha fazla sayıda öğrenci tarafından tercih edildiyse, açıkta kalan öğrencinin sonraki tercihiyle iletişime geçilir. Öğrencilerin tümü bir danışman firma ile eşleşene kadar bu işlem devam eder.
3. *Konsept geliştirme:* Proje tanımının netleştirilmesi ve ilk fikirlerin üretilmesi için stüdyo ortamında çalıştaylar yürütülür. Dönemin beşinci haftasında, her öğrencinin projeye yönelik en favori fikirleri eşliğinde, proje tanımı, mevcut ürünlerin analizleri, hedef kullanıcı grubu tanımları, problem tanımı haritası ve diğer fikirleri içeren eskiz defterlerini sundukları ilk fikirler jürisi yapılır.
4. *Tasarım geliştirme:* Projenin kısıt, hedef ve yönlendiricilerini belirlemek üzere çalıştay yürütülür. Ardından, öğrencilerin fikir geliştirme süreçleri randevulu kritiklerle yönlendirilir. Sekizinci hafta sonunda yapılan ön jüride öğrenciler iki fikri kullanım senaryoları, çizim, dijital ve fiziksel model eşliğinde sunarlar.
5. *Proje detaylandırma:* Öğrenciler ön jüri sonrasında, fikirlerinden biri üzerine yoğunlaşarak bu fikri kullanım, etkileşim, üretim, form ve malzeme gibi boyutlar çerçevesinde detaylandırırılar. 11. ve 12. haftalarda önce bilgisayarda oluşturdukları modelleri ve fiziksel maketlerini, daha sonra pafta düzenlerini “son gözden geçirme” jürisine sunarlar.

6. *Sunum ve değerlendirme*: 14. haftada öğrenciler sunum paftalarını, tasarımın detayları ile dijital ortamda modellenmiş görünümünü, kullanım senaryosu, etkileşim, ürünün kullanım ortamı, teknik çizimler ve ürünün insan ölçüleri ile ilişkisini gösterir çizimlerini içerecek şekilde teslim ederler. 16. haftada gerçekleştirilen mezuniyet projeleri sergisinde ise tasarımın fiziksel özelliklerini gerçekçi bir şekilde anlatan prototip, model veya ölçekli modeli yer alır. Projeler sergi sırasında kamuya açık olarak gerçekleştirilen jüriyle değerlendirilir.

Proje sürecinde öğrencilerin danışman firmalarını altı ile on kez ziyaret etmeleri beklenir. Danışman firma temsilcileri ilk fikirler jürisi, ön jüri ve final jüriye davet edilerek görüşlerini paylaşmaları beklenir.

Araştırma Yöntemi ve Bulguları

Mezuniyet Projeleri sergisi sonrasında öğrencilere, proje tamamlama raporunun bir parçası olarak, danışman firmalara ise e-posta üzerinden gönderilen anket yolu ile açık uçlu sorular soruldu. Amaç, mevcuttaki mezuniyet projelerine yönelik sürecin değerlendirilmesi ve ileriye yönelik çalışmalara rehber olmasıydı. Bu doğrultuda sorular, konu seçiminde öğrencilerin ve danışman firmaların motivasyonunu; danışman firma ve öğrencilerin kazanımlarını ve sonuçlanan proje üzerine danışman firmaların ve öğrencilerin planlarını kapsadı. Soruları 38 öğrencinin 36'sı, 29 danışman firmadan 26 tanesi cevapladı. Cevaplar analiz edilerek tematik başlıklar altında gruplandı.

Konu Seçiminde Öğrencilerin ve Danışman Firmaların Motivasyonu

Proje konuları öncelikle öğrenciler tarafından önerilmekte, firma ya bu önerileri doğrudan kabul etmekte, ya öğrencinin birkaç önerisi içinden kendine en uygun olanı seçmekte, ya öneriyi revize etmekte, ya da tamamen farklı bir öneri getirebilmektedir. Konunun belirlenmiş şekline bağlı olarak danışman firmalar onları en çok motive eden faktörleri aşağıdaki gibi belirttiler.

1. *Firmanın üzerinde çalıştığı veya çalışmak istediği bir konu olması*: Soruya cevap veren firmalardan 12'si üzerinde çalışmak istedikleri ya da çalıştıkları bir konunun proje konusu olarak belirlenmesinin onları en çok motive eden faktör olduğunu belirtti. Firmalardan biri, bu projenin, üzerinde çalışmak istedikleri bir fikri olgunlaştırmak için iyi bir fırsat yarattığını, diğeri, üzerinde çalışılmak istenen konu için “zihin egzersizi” ve “ön çalışma” yapmalarını sağladığını söyledi. Bir firma, üzerinde çalıştıkları bir konunun öğrenci tarafından ele alınmasının öğrenciye mesleki deneyim kazandırmak açısından elverişli olduğunu, diğer bir firma ise bu yaklaşımın öğrencinin çalışmasının verimliliğini artırdığını ancak öğrenciyi de kendi deneyimleri ile kısıtlamamaya çalıştıklarını dile getirdi. İki firma, proje konusunun, eksik oldukları, yeterince yoğunlaşamadıkları bir konu olmasının motive edici olduğunu belirtirken, diğer bir firma ise projenin üretilebilir

olmasındansa çıkacak fikirlerin özgünlüğünü ön plana çıkarmak istedikleri için firmanın gelecek vizyonuna uygun bir konunun çalışılmasını tercih ettiklerini söyledi.

2. *Konunun öncelikle firmanın uzmanlık alanına uygun olması:* Dokuz firma, üzerinde çalışmayı planlamasa da konunun uzmanlık alanlarına uygun bir konu olmasını tercih ettiklerini belirtti. Bu firmalardan üçü özellikle geçmiş deneyimlerini öğrencilere yansıtabilecekleri, güncel ihtiyaçlara cevap veren, konseptin ötesinde gerçekleştirilebilir proje konularını tercih ettiklerini belirttiler. İki firma, piyasada olmayan, tamamen yeni bir ürün kategorisi yaratacak konular tercih ettiklerini, dört firma ise uzmanlık alanlarına uygun olması koşuluyla konu seçiminde öğrencinin önerisine açık olduklarını söyledi. Bu firmalardan biri bu yaklaşımın öğrencinin yaratıcılığını kısıtlamama kaygısından kaynaklandığını vurguladı.
3. *Öğrenciyi çalışmak istediği konuda serbest bırakarak mesleki deneyim aktarımı:* Altı firma, konu seçiminde öğrenciyi tamamen serbest bıraktığını vurguladı. Bu firmalardan biri uzmanlık alanına uymasa da öğrencinin konu seçiminde özgür olmasını tercih ettiğini, endüstriyel tasarım mesleki birikimi ile öğrenciyi yönlendirdiğini belirtti. Bir diğeri, öğrencilerden gelen önerilerden bir konuyu özellikle sosyal sorumluluk boyutu olması nedeniyle tercih ettiklerini söyledi. Diğer bir firma ise, öncelikli motivasyonlarının yenilikçilik ve sürdürülebilirlik olduğunu, bu nedenle öğrencileri gelecek senaryolarına uygun konseptler geliştirmeye teşvik ettiklerini belirtti.

Öğrencilerin motivasyonu söz konusu olduğunda beliren konu başlıkları aşağıdaki gibi özetlenebilir. Parantez içerisindeki rakamlar aynı görüşün kaç öğrenci tarafından dile getirildiğini göstermektedir.

1. *Ürün sektörü, proje tanımı ve kapsamı:* Öğrenciler çalışmak için belirledikleri ürün sektörü, ilgili proje tanımı ve kapsamının belirlenmesinin motivasyonlarına nasıl etki ettiği konusunda çeşitli görüşlerini aşağıdaki gibi dile getirdiler.
- yeni trendlere ve ihtiyaçlara uygun ürün geliştirmek (3 öğrenci),
 - proje konusunun firma ile birlikte geliştirilmiş olması (2),
 - proje konusunun kullanıcı ihtiyaçları belirleme ve mevcut ürünlere yönelik problem tespitini içermesi, var olan eksiklikleri cevaplayabilecek potansiyel ürünlere yol açabilecek olması (2),
 - kendi tercih ettikleri ürün sektöründe çalışma şansını elde etmeleri (1),
 - görece tutucu bir ürün sektöründe (örn. bulaşık makinası) çalışmanın zorluğu, bu konuda sınırları zorlamanın gerekmesi, üretim yöntemleri, malzeme gibi detayların daha önem kazandığı üretime daha yakın bir proje yürütülmesi (1),

- pazarda var olmayan bir ürün üzerine çalışmak ve hem ekonomik, hem fiziksel hem de duygusal sürdürülebilirliği aynı anda bir üründe sağlamaya çalışmak (1),
 - ürünün ağırlıkla çizim üzerinden değil, çok sayıda üç boyutlu, ölçekli taslak model üzerinden geliştirilebilen bir sektöre ait olması (örn. mobilya) (1),
 - öğrencilerin belirledikleri problemlerin ve proje konusunun kendileri haricindeki kişiler tarafından da benimsendiğini / yaşandığını duymak (1),
 - sektöre yönelik bir önceki dönemde yapılan projeden kazanılan yarışma ödülü (1),
 - öğrencinin öncesinde az çalışmış olduğu malzeme kullanımını içeren ürün sektörü (örn. karton ambalaj) (1).
2. *Firmanın tutum, yaklaşım ve deneyimi:* Firmanın proje sürecinde öğrenciye yaklaşımı, bilgi ve deneyimlerini paylaşması öğrenci motivasyonuna etki eden faktörler arasında yer aldı. Motivasyonu olumlu olarak etkileyen faktörler:
- firmanın çalışılan proje konusunda önceden deneyime sahip ve uzmanlaşmış olması (3 öğrenci),
 - firmanın ilgisi ve bundan doğan yakın desteği (1),
 - firmanın pozitif tavrı (1), teknik bilgi paylaşımı, mevcut ürünler üzerinden bire bir deneme ve tartışmalar yapılması (1),
 - firmanın sunacağı bilgi (*know-how*) (1),
 - firmanın yapıcı önerilerde bulunması (1),
 - firma profili (1),
 - süreçte bir firma ile birlikte çalışmak (1).
3. *Kullanıcı grubu:* Öğrencilerin proje konusu kapsamında eğitim yaşantıları boyunca görece daha az çalışmış oldukları ya da hiç çalışmadıkları kullanıcı grupları için tasarım imkanı yakalamaları motivasyonlarını artıran bir diğer faktör olarak ortaya çıktı. İlgili yorumlar:
- yaşlı kullanıcılar, el değmemiş sorunlar ve bu alanda yönelik projelerin görece ürünleşmemiş olması (1 öğrenci),
 - çocuk ürünleri, oyun yaratma süreci, çocuklara sadece teknolojik olması gerekmeyen hayal güçleriyle kendi oyunlarını yaratabilecekleri bir ortam sunmak (1),

- kullanıcılarına rahat ulaşılabilir ve çoklu kullanıcıyla iletişime geçilebilecek bir konu olması (örn. kütüphane çalışma masası) (1),
 - çevrelerinde yakından ve uzun süreli gözlemleyebilecekleri (örn. aile bireyleri, bebek vb.) kullanıcı grubuyla çalışmak (1),
 - çocuk kullanıcılar ile çalışmak (1).
4. *Kullanıcı deneyimini zenginleştirme:* Mevcut ürünlere ya da tespit edilen yeni ihtiyaçlara kullanıcı deneyimini zenginleştirecek yaklaşımlar getirilmesi ve proje konularının bu yönde ilerlemesi öğrenci motivasyonunu artırıcı bir diğer faktör olarak dile getirildi. İlgili düşünceler:
- öğrencilerin kendi önceki gözlem ve yaşadıkları problem tespitlerinden yola çıkarak ürün geliştirmeleri ve deneyimli bir kullanıcı olarak sürece kendilerinin de dahil olmaları (3 öğrenci),
 - ürün ile daha çok vakit geçirmelerini sağlayabilecek bir proje olması (2),
 - uyum ve birlikte çalışma gibi kavramların iş hayatına yansımaları sağlamak (1),
 - çocuklar için, içine oyun dahil edilebilen bir rehabilitasyon ürünü geliştirmek ve sıkıcı bulunan birçok egzersizi onlar için daha eğlenceli hale getirebilmek (1),
 - kullanım açısından tercih edilmeyen bir ürünün, insanların yanlarında taşımak isteyecekleri bir hale dönüştürülmesi (örn. panik düğmesi) (1),
 - problemleri gizli kalan ve bu doğrultuda az ele alınmış bir üründe kullanıcıya yeni işlevler sunuyor olmak (örn. toplantı masası) (1).
5. *Sosyal sorumluluk:* Günlük yaşantımızı ve yaşam kalitemizi etkileyen konulara çözüm getirmeyi amaçlayan nitelikte projeler de öğrenciler için motivasyon yarattı. Bunlar:
- doğa dostu ürün geliştirme süreci (örn. su tasarrufu) (1 öğrenci),
 - depremzedelerin afet kamplarında yaşadıkları problemler, bu problemlerin anlaşılması ve hatta devleti de bilinçlendirecek çözüm önerilerinin sunulması (1),
 - afetlere yönelik, hayati önem taşıyan bir konu üzerine çalışmak (1),
 - tasarımcılar tarafından görece az ele alınmış sosyal sorumluluk kapsamlı konular (örn. çöp toplayıcılar) (1),
 - devlet desteğinin çok az veya yetersiz olduğu alanlarda ürün geliştirme (1).

6. *Üretilme potansiyeli, sergileme ve prototip*: Öğrenci motivasyonu ile ilgili olarak değinilebilecek başka bir konu ise projelerin sergilenmesi ve sunum şeklinden kaynaklanan motivasyondur. Örneğin,
- firmanın mevcutta üzerinde çalıştığı bir ürün olması ve ileride üretilme ihtimalinin olması (1 öğrenci),
 - proje sonunda ürünün bire bir ölçekte prototipin üretilmesi (1),
 - ürünün sergilenecek olması (1).

Danışman Firma ve Öğrencilerin Kazanımları

Danışman firma ve öğrencilere projenin kendilerine önemli buldukları bir deneyim sağlayıp sağlamadığı soruldu. Öğrencilere ayrıca bu projenin onların hangi bilgi ve becerilerini geliştirdiği soruldu. Ankete cevap veren 26 danışman firmadan 24'ünün cevap verdiği bu soruya altı firma, projenin kendilerine önemli buldukları bir deneyim sağlamadığını, bir firma ise destek verdiği bir projenin yeni deneyim sağlamadığını, diğerinin ise sağladığını belirtti. Projenin deneyim kazandırdığını söyleyen firmalar bu deneyimleri aşağıdaki gibi ifade ettiler.

1. *Yeni tasarım yaklaşımları deneyimlemek*: Yedi firma öğrencinin projesi ile yeni ve ilginç tasarım yaklaşımlarını deneyimleme ve beyin fırtınası yapma olanağı bulduklarını belirtti. Bir firma, müşterileri ile yaptıkları projelerin öğrencilerinki kadar inovasyon beklentili olmadığını, projenin, tasarımın yeni ürün fikirleri geliştirmeye katkısını deneyimleme fırsatı verdiğini belirtti. Bunu destekleyen diğer bir görüş, öğrencilerle yaptıkları çalışmalarda ticari endişe ve kısıtlar olmadığı için taze fikirler üretilmesinin sağlandığıydı. Diğer bir firma ise sektörel standartların dışında bir ürün yaratma sürecini yaşadıklarını söyledi.
2. *Bilgi güncellemesi*: Dört firma, projenin konu hakkındaki bilgilerinin güncellenmesini sağladığını belirtti. Bu firmalardan üçü faaliyet gösterdikleri alan içinde daha önce deneyim yaşamadıkları özel bir konuya çalışan öğrencinin yaptığı araştırmanın ve sağladığı irtibat bilgilerinin kendileri için yeni olduğunu belirtti. İki projeye danışmanlık yapan diğer bir firma öğrencilerin kullanıcı davranış biçimleri ve algıları üzerine yaptıkları gözlem ve araştırmaların katkı sağladığını söyledi.
3. *Üretim deneyimi*: İki firma, projenin yeni üretim detaylarını deneyimleme olanağı getirdiğini belirtti. Bu firmalardan biri bazı detayların çözümünde üretim deneyimlerinin dışına çıkmak durumunda kaldıklarını, bu durumun yenilikçilik motivasyonlarını yükselttiğini belirtti. Diğerisi ise yeni bir mekanizmanın detaylarını çalıştıklarını ve neler yapabileceklerini gördüklerini söyledi.
4. *Üniversitenin güncel yöntemlerini izleme*: İki firma projenin üniversite-deki eğitimcilerin güncel yöntemlerini izleme olanağı verdiğini belirtti.

Bu firmalardan biri mezuniyet projeleri yürütme konusunda deneyimlerinin arttığını söyledi.

5. *Uygulanabilecek fikirlerin çıkması:* İki projeye destek veren bir firma ileride başka projelerde kısmi olarak değerlendirebilecekleri yeni fikirler çıktığını belirtti.
6. *Ürün geliştirmeyi birbirinden farklı bakış açıları ile deneyimleme:* Bir firma eğitim ortamında katıldıkları jürilerde ürün geliştirme sürecini birbirinden farklı bakış açılarının katılımıyla deneyimleme şansı bulduklarını belirtti.
7. *Personeli birleştirici etki:* Bir firma özellikle prototip yapımının yeni kurdukları bir ofis içindeki personeli aynı amaç çevresinde birleştirici etkisi olduğunu söyledi.
8. *Uygulama konusundaki tereddütlerin giderilmesi:* Bir firma, ileride üzerinde çalışmayı düşündükleri bir proje için, uygulama konusundaki bazı tereddütlerine cevap bulduklarını belirtti.
9. *Sektörün geleceğine genç bakış:* Bir firma sektöre dışarıdan bakan eğitimli bir tasarımcının pazardaki ürünleri ve pazarın geleceğini nasıl gördüğünü bu proje yoluyla izlediklerini belirtti.

Sorulara cevap veren 36 öğrencinin her biri, projenin kendilerine kazandırdıkları farklı bilgi, beceri ve deneyimlerden bahsettiler. Bu üç kategoriye ait kazanımlar Tablo 1’de listelenmiştir.

Sonuçlanan Proje Üzerine Danışman Firmaların ve Öğrencilerin Planları

Danışman firmalara ve öğrencilere projeyi geliştirmeye veya hayata geçirmeye yönelik planları olup olmadığı soruldu. 13 firma planları olmadığını belirtti. İki projeye danışmanlık yapan bir yatırım ürünleri üreticisi sektörlerindeki ürün yatırımlarının çok yüksek olması nedeniyle bu tarz projelerde hayata geçirilebilecek ürünler yapılmasının çok mümkün olmadığını belirtti. Altı tasarım danışmanlık firmasından beşi planlarının olmadığını söyleyen gruptaydı. İki projeye danışmanlık yapan bir tasarım danışmanlık firması, müşterilerinden gelen tanımlı projelere yönelik ürünler geliştirdikleri için bu projeleri hayata geçirme şanslarının olmadığını belirtti. Diğer bir tasarım danışmanlık firması, hizmet firması oldukları için bu tür projelerde ticarileştirme hedeflerinin olmadığını, ancak bazen portföylerindeki müşterilerin ilgilenebileceğini öngördükleri durumlarda proje sahibi ile firmayı bir araya getirdiklerini belirtti. Soruya olumlu cevap veren firmalar planlarını aşağıdaki gibi ifade ettiler.

1. *Tasarımı sergileyip müşteri tepkisi alma:* Projenin prototipini yapan üç firma, ürünü mağazalarında sergileyerek müşterilerin projeyi algılama biçimlerini, beklentilerini anlamayı ve tepkilerini görmeyi planladıklarını belirtti.

Bilgi	Beceri	Deneyim
• sektörel bilgi, terminoloji ve standartlar (8 öğrenci), • mevcut ve gelişmekte olan üretim yöntemleri ve malzemeler (6), • teknik detay (2), • güncel trendler (1), • arayüz tasarımı (1), • ürün geliştirme sürecinde parça temini (1), • aynı sektörde farklı ürünlere yönelik çözümler (1), • teknoloji (1 öğrenci).	• gözlem, araştırma, kullanıcı araştırması (10 öğrenci), • zaman yönetimi (7), • maket yapma (5), • 3B bilgisayar modelleme / yeni program ve özellikler kullanma (4), • fotogerçekçi render alma / yeni programları kullanma (3), • karar alma, bütüncül ve sistematik düşünme (3), • iletişim, ikna ve insan yönetimi (ürün geliştirme sürecine yönelik) (3), • tasarım ve sunum (2), • eskiz çizim yapma (2), • ürün detay çözümü (1), • animasyon (1).	• profesyonel hayata hazırlık (6 öğrenci), • ürün geliştirmede farklı paydaşların sürecine bakış açısı, rol dağılımı ve süreçte yer alış biçimleri (5), • (firmanın tesislerinde veya farklı bir atölyede) maket ve prototip yapımı (4), • gerçek firma ve çalışma şartları (3), • antropometrik ölçümlerin ürüne uygulanması (3), • konunun uzmanlarından birinci elden bilgi paylaşımı (3), • senaryo kurma ve sistem tasarımı (3), • bire bir ölçek ürün modelinin yapımı esnasında parça birleştirme yöntemleri (2), • eğitimin önceki yıllarında kazanılan bilgi ve becerilerin değerlendirilmesi (bir nevi kişisel değerlendirme) (1), • fuara (ziyaretçi olarak) katılım (1), • üretime uygun (3B çıktı), bilgisayar modelleme ve detaylandırma (1), • proje yönetimi (1), • basit mekanik çözümlemeler (1).

Tablo 1. Öğrencilerin mezuniyet projelerinden bilgi, beceri ve deneyim üzerinden kazanımları

2. *Tescil alıp, sergileme yayınlama:* Prototip yapan diğer bir firma, proje için tescil başvurusu yaptıklarını, basılı ve görsel medyada ürünü sergileyerek tanıtımını yapmayı planladıklarını, bunu hem öğrencinin gelecekteki iş hayatında referans olması, hem de ürünün hedef kitlesini bulabilmesi için istediklerini belirtti.
3. *Başka çalışmalarda kullanma:* Dört firma proje sonucunda çıkan bilgi birikimini ve projenin bazı kısmi özellik ve prensiplerini başka çalışmalarda kullanabileceklerini belirtti.

4. *Öğrenciyle birlikte geliştirme:* Bir firma projeyi öğrencinin de içinde bulunacağı bir oluşum içinde geliştirmeyi planladıklarını belirtti.
5. *Uzun vadede hayata geçirme:* Bir firma projeyi uzun vadede geliştirmeyi ve hayata geçirmeyi düşündüklerini belirtti.
6. *Öğrenciyi istihdam etme:* İki firma öğrenciyle mezuniyetten sonra profesyonel olarak çalışmak istediğini belirtti.
7. *Tasarımı standart ürün olarak kataloglarına alma:* Bir firma ortaya çıkan ürünün kendi ürün gamlarına çok uygun olması nedeniyle standart bir ürün olarak kataloglarına almayı planladıklarını belirtti.

Projeyi geliştirme ve hayata geçirmeye yönelik planları sorulduğunda, öğrencilerin bir kısmı henüz böyle bir düşünceleri olmadığını belirtti (10 öğrenci). Nedenler arasında kavramsal proje olmaları, teknik ve üretim detaylarının çözülmesi gerektiği ve yatırımcı gerekliliğinin şart olması sayıldı. Projesine yönelik üretim planı olanlar ise (3 öğrenci), firma tarafından sipariş usulü üretimin düşünüldüğünü (1), firma desteğiyle ürünün teknik olarak geliştirilip üretilme planı olduğunu (1) ve kendi kullanımı için üretmeyi düşündüğünü (1) söyledi. Öğrencilerin üretim harici planları ise aşağıdaki gibi özetlenebilir:

1. *Proje tasarımının geliştirilmesi:* Final değerlendirme ve jüri kritikleri, kendi motivasyonu ya da firma teşviği doğrultusunda projelerini üretime hazırlamak; eksik kaldığını düşündükleri yönlerini geliştirip detaylandırmak; kendi kullanımlarına yönelik geliştirmek; firma ile bağlantıda kalarak geliştirmek; sosyal sorumluluk projesi kapsamında ilgili kurumlarla iletişime devam ederek geliştirme planı (15 öğrenci);
2. *Yarışmaya katılım:* Projenin ulusal ve uluslararası yarışmalara katılım ile değerlendirilmesi ve/veya yarışmalardan kazanılabilecek başarının, aynı zamanda üretici firmaların dikkatini çekmek, yatırımcı bulmak için aracı olarak görülmesi (7);
3. *Tasarım tescili:* Tescil için başvuru (firma ile) yapma planı (1);
4. *Fuar katılımı:* Firma desteğiyle ürünün sektörel fuarlarda sergilenme planı (1);
5. *Yayın:* Firma desteğiyle ürünün sektörel dergide yayımlanması planı (1).

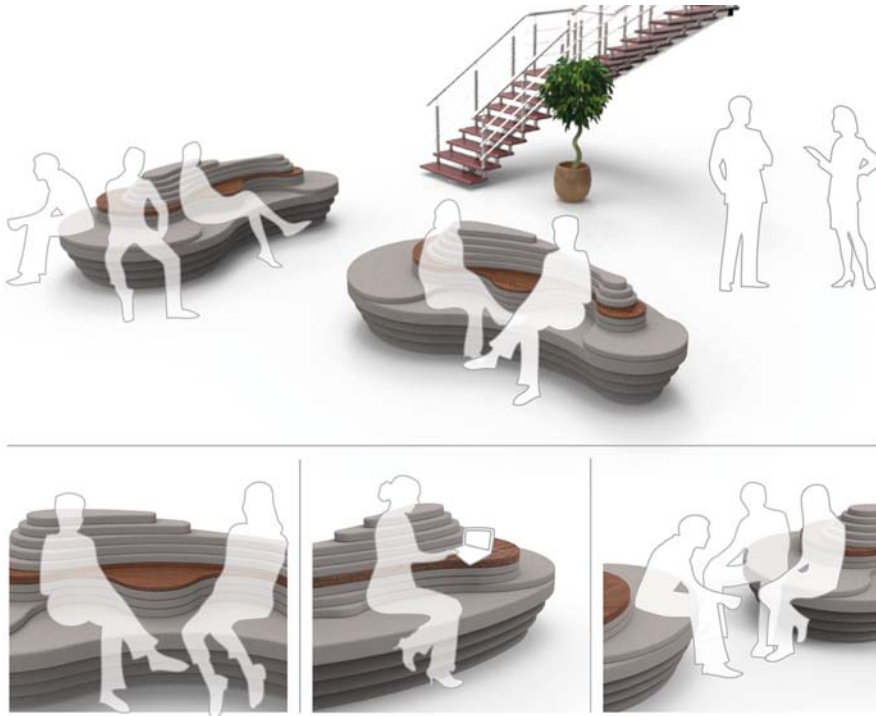
Üç Örnek, Üç Farklı Motivasyon

Bu bölümde farklı firma ve öğrenci motivasyonlarını temsil etmeleri nedeniyle seçilen üç mezuniyet projesinin paydaşı olan firma ve öğrencilerin motivasyonları, kazanımları ve planları anket sorularına verdikleri cevaplar üzerinden örneklenecektir.

Kısa Vadede Hayata Geçebilecek Bir Proje: Tofa

Burak Taşdizen'in Rapido firmasının danışmanlığında tasarladığı “dinamik bekleme ve dinlenme alanlarında yedi kişiye kadar oturma imkanı sağlayan, hem izolasyon hem de iletişime olanak tanıyan ofis koltuğu” Tofa (Şener-Pedgley vd. 2014), firmanın üzerinde çalışmak istediği bir konuydu. Proje konusunun oluşturulmasında danışman ve öğrenci, firmanın ihtiyaçları doğrultusunda talep ve beklentilerini belirlediler. Öğrenci için en büyük motivasyon prototipin üretilecek olmasıydı, zira lisans eğitimi boyunca yaptığı maketler görece daha kısıtlı etkileşim sunmaktaydı.

Topoğrafyadan esinlenerek tasarlanan koltuk, farklı yüksekliklere sahip oturma katmanları ile farklı oturma pozisyonları sağlamakta (Resim 1). Katmanlara uygulanan renk ve doku değişimleri ile sektörel standartların dışında, daha renkli, görsel sunuşları farklı bir ürün elde edilmesi, firma için bir kazanım olarak görüldü. Öğrenci açısından oturmaya yönelik ergonomik ölçüler ve koltuk döşemesi ile ilgili terminoloji bilgisi ile profesyonel hayatın nasıl olabileceğini ve tasarımcının ürün geliştirme sürecindeki rolünü anlamak önemli kazanımlar oldu. Tasarım için tescil başvurusu yapıldı, ürünü firmanın dergisinde yayınlamayı, yurt içi ve



Resim 1. Tofa ofis bekleme koltuğu, Burak Taşdizen, danışman firma: Rapido

yurt dışı fuarlarda sergilemeyi, gelebilecek siparişler üzerine ürünü revize etmeyi planlamaktalar.

Ar-Ge Çalışmaları ile Geliştirilebilecek Bir İnovasyon: Vatoz

Duygu Güroğlu'nun Aselsan'ın danışmanlığında tasarladığı, cankurtaranlar için hızlı müdahaleye yardımcı elektromekanik arama ve kurtarma aracı Vatoz (Şener-Pedgley vd. 2014), öğrencinin önerdiği, firmanınsa çalışma alanına uygun bulduğu bir konu. Öğrenci bu projeye, cankurtaranlık deneyimleri sırasında gözlemlediği bir soruna çözüm bulmayı hedeflemekte. Firma ise tasarım ve üretim alanlarına uygun olması, bilgi ve tecrübe sahibi oldukları teknoloji ve bileşenleri içermesi nedeniyle projeyi üzerinde çalışmaya değer buldu.

Geliştirilen araç, tarayıcılarla kazanın yerini tespit ederek boğulan kişinin bulunduğu bölgeye hızla ulaşmasını sağlamakta. Böylece aracın üzerine yatırılarak boğulması önlenecek şekilde sabitlenen kazazede, hızla ilkyardım yapılabilecek ortama taşınabilmekte (Resim 2). Tek insan kullanımına yönelik portatif ürün tasarımı firmaya yeni bir deneyim sunmakta. Öğrenci açısından, gerçek iş hayatına atılmadan önce, düzenli ve zamanında yapılması gereken teslimler ile ilgili karşılaşabilecek sorunları anlamak iyi bir deneyim oldu. Öğrenci, projenin birçok yö-



Resim 2. Vatoz cankurtaranlar için arama ve kurtarma aracı, Duygu Güroğlu, danışman firma: Aselsan

nünü geliştirmek istemekte, firma ise projenin bazı bileşen ve çıktılarını insansız araçlar ürün ailesi çalışmalarında kullanabileceğini düşünmekte.

Bir Sosyal Sorumluluk Projesi: Saprofit

Aybars Şenyıldız'ın Designum danışmanlığında tasarladığı “Kentsel alandaki çöplerden geri dönüştürülebilir atık toplama aracı” Saprofit (Şener-Pedgley vd. 2014), öğrencinin önerdiği, firmanın ise deneyimini aktarabileceği bir konuydu. Saprofit, kayıt dışı çalışan sokak toplayıcılarının belediyeler tarafından istihdam edileceği senaryosuna dayanmakta; farklı sürüş şekilleriyle, kaldırım ve yokuşlarda kullanıcıya kolaylık sağlamak; hem atıkları sıkıştırma hem de sınıflandırma işlevlerini yerine getirmekte (Resim 3).

Öğrencinin motivasyonu, tasarımcıların çok ele almadığı bir konu olmasıydı. Projenin araştırma sonuçları, özellikle, kullanıcı davranış biçimleri ve algıları üzerine yapılan gözlem ve araştırmalar, firmanın konu hakkında detaylı ve güncel bilgilere sahip olmasını, öğrencinin ise kullanıcı araştırması konusunda daha yetkin hissetmesini sağladı. Tasarımın sergilenmesi farklı disiplinlerden ziyaretçilerin görüşlerinin alınmasını sağladı. Öğrenci, belediyelerin bu tip ürünleri kullanması için zamana ihtiyaç olduğu kanısında. Öte yandan geri dönüşüm işçilerinin belediye sistemlerine entegre edilmesi şu an gündemde olan bir konu olduğu için, öğ-



Resim 3. Saprofit atık toplama aracı, Aybars Şenyıldız, danışman firma: Designum

renci, bu süreci Ankara Geri Dönüşüm Derneği yardımıyla yakından takip etmeye ve yaptığı araştırmalarla destek vermeye çalışacak.

Sonuçlar

Konu ile ilgili literatürde endüstrinin üniversite bazlı projeleri ticarileştirme, üniversitenin ise bilimsel tanınırlık kazanma hedefleri öncelikli motivasyonlar olarak tanımlanırken, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı 2014 yılı mezuniyet projelerinde endüstrinin ve üniversitenin öncelikli motivasyonlarının daha farklı olduğu görülmektedir. Endüstri tarafında başlangıçta projeyi gerçekleştirme ve ticarileştirme hedefi konulsa dahi, çok sınırlı sayıda projenin bu yönde ilerleyebildiği saptanmıştır. Bunun nedenleri özellikle yenilikçi hedefi olan bir tasarımı ticarileştirme sürecinin uzun bir süre ve yüksek yatırım gerektirmesi, mezuniyet projelerinin kısıtlı zaman diliminde projelerin yeterli olgunluğa erişememesi veya danışman firmanın çalışma sahası ve biçimine bu gibi projeleri ticarileştirme gibi hedeflerin uygun olmaması olabilir. Öte yandan firmaların önemli bir bölümünün proje seçimini öğrenciye bıraktığı ve öncelikli olarak öğrencinin yaratıcı gücünü gerçek bir projeye dönüştürebilme motivasyonunu taşıdıkları da saptanmıştır. Bazı firmaların ticari bir hedeftense sosyal sorumluluk boyutu güçlü olan projeleri destekleme ya da kısa vadede ticarileştirilebilecek projeler yerine uzun bir süreç sonunda gerçekleştirilebilecek projelerin altyapı bilgisi oluşturma motivasyonunu taşıdıkları görülmüştür.

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde, eğitim projelerini endüstri desteği ile yürütme hedefi, gerçek hayata yönelik projeler yapma ve öğrencilerin mezuniyetten önce profesyonel yaşamın provasını yapmasını sağlama gereğinden doğmuştur. Mezuniyet projelerinde edinilen 13 yıllık deneyim, aşağıdaki etmenlerin birlikte oynadığı rolün, bu projeleri profesyonel hayatta geliştirilen projelerden farklı kıldığını göstermektedir:

- Eğitim ortamının araştırma, yeni sorunlar saptama, bunlara yeni çözümler üretme ve yeni bilgi ve fikirler yaratma hedefi,
- Öğrencilerin kısıtsız çalışmaya eğilimli zihinleri ve geleceğe dönük bakış açıları,
- İş ortamının üretim ve pazara yönelik güncel uygulamalarından doğan bilgi ve deneyimleri.

Proje konularını firma ve öğrencinin birbirinden çok farklı motivasyonları şekillendirmektedir. Projeler, kısa vadede uygulanabilecek tasarımların yanı sıra, Ar-Ge çalışmaları sonucunda uzun vadede fayda getirebilecek tasarımlar veya gerçekleştirilmesi devlet politikalarına bağlı olan sosyal sorumluluk projeleri de olabilmektedir. Hem firma hem de öğrenci açısından kazanımların, yeni bilgi, yeni deneyim ve yeni fikirler olduğu tespit edilmiştir. Endüstri destekli eğitim projeleri bu üç etmenin azami ölçüde kullanıldığı ölçüde başarılı olacaktır.

Kaynakça

- Baysal, Ö. Orhun. 2007. “Strategies for an Effective University-Industry Collaboration in Industrial Design Education: A Case Study”, Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.
- Günöven, Ali, Gülay Hasdoğın, Fatma Korkut ve Güner Muta. 1997. “Tasarım Eğitiminde Stüdyoların Hedeflerinin Yıllara Göre Değişimi.” İçinde *Fakülte’de Eğitim*, derleyenler Mimarlık Fakültesi Eğitim Komisyonu ve Necdet Teymur, 25-27. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları.
- Korkut, Fatma ve Naz Evyapan. 2005. “Dynamics of Collaboration with Industry in Industrial Design Education: The Case Of a Graduation Project Course.” İçinde *Crossing Design Boundaries*, derleyenler P. Rodgers, L. Brodhurst ve D. Hepburn, 477-481. Birleşik Krallık: Taylor & Francis.
- ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, 2014. “Mezuniyet Projeleri.” Erişim tarihi 14 Temmuz. <<http://id.metu.edu.tr/tr/isbirlikleri/isbirlikleri/mezuniyetprojeleri/>>
- Schuetze, Hans G. 2000. “Industrial Innovation and the Creation and Dissemination of Knowledge: Implications for University- Industry Relationships”. İçinde *Knowledge Management in the Learning Society*. Centre for Educational Research and Innovation. 161-174. Paris: OECD.
- Siegel, Donald S., David A Waldman, Leanne E Atwater ve Albert N Link. 2003. “Commercial knowledge transfers from universities to firms: improving the effectiveness of university-industry collaboration” *The Journal of High Technology Management Research* 14(1):111-133.
- Şener-Pedgley, Bahar, Güzin Şen, Aykut Coşkun, Gülay Hasdoğın, Mine Hoşgün Soylu, Ece Yalım, Sezgin Akan ve Mehmet Erdi Özgürlük (der). 2014. *Mezuniyet Projeleri Sergisi 2014*. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi.

ÇEVİRİMİÇİ YANSIMALI ETKİLEŞİMLER: ENDÜSTRİYEL TASARIM STÜDYO DERSİNDE İLETİŞİMİ DESTEKLEMELİK İÇİN SOSYAL AĞ SİTELERİNİN KULLANIMI

Simge Hough

Şebnem Timur Öğüt, İstanbul Teknik Üniversitesi

Tasarım eğitiminin temeli olan tasarım stüdyosu dersinde öğrenme ve öğretme süreçleri yansımali sosyal bir ortamda gerçekleşir. Öğrencilerin diğer öğrenciler ve stüdyo hocaları ile sosyal etkileşim ve iletişim içinde bulundukları bu sosyal ortam tasarım eğitiminde esastır. Bu etkileşim ve iletişim süreçlerinin başında hocaların öğrencileri projeleri üzerine yönlendirdikleri stüdyo kritikleri gelir. Bu alanda yapılan bazı çalışmalar, stüdyodaki iletişim süreçlerinin, bir başka deyişle *yansımali etkileşimlerin* gerçekleşmesinde engeller olduğuna değinir. Bu engeller, öğrencilerin birbirleriyle serbest fikir alışverişi içinde bulunmaları, hocaların ve öğrencilerin stüdyodaki bütün öğrencilerin proje süreçlerine ulaşabilmeleri, hocaların kendilerinin ve diğer hocaların kritikleri üzerine yansıma yapabilmeleri gibi başlıklar ile ilişkilidir. Stüdyo dersi içerisindeki iletişim süreçlerinde karşılaşılan bu engeller üzerine yapılan bazı çalışmalar, stüdyo sürecine paralel olarak çevrimiçi ortamların kullanımlarına odaklanmaktadır. Bu çalışmalar, hocalar ve öğrencilerin fikir alışverişi içinde bulundukları çevrimiçi ortamlar geliştirmekte zorluklarla karşılaşmıştır. Bu literatüre göre, bu gibi çevrimiçi ortamların oluşturulmasında, tasarım süreci ve tasarım stüdyosu sürecinden yola çıkılabilir. Bu çalışmada, stüdyo sürecine paralel kullanılacak ve stüdyodaki sosyal ortamı destekleyecek çevrimiçi bir platform için, tasarım ve tasarım stüdyosu süreçleri ile benzerlikler gösteren sosyal ağ sitelerinin örnek alınması önerilmektedir. Önerinin test edilmesi için, stüdyo *yansımali etkileşimleri* destekleyecek bir sosyal ağ sitesinin, hocalar ve öğrenciler tarafından kullanılması tasarlanmıştır. Eylem araştırması yöntemi ile üç döngülü bir uygulama oluşturulmuş, İstanbul'daki iki endüstriyel tasarım bölümünün bazı tasarım stüdyosu derslerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, böyle bir platformda, fikir alışverişinin bazı hocalar ve öğrenciler arasında düzenli olarak gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Bu siteler düzenli olarak kullanıldığında proje süreçleri ve kritik alışverişlerinin kaydedildiği bir arşiv sağlamıştır. Ayrıca, stüdyodaki herkes tarafından ulaşılabilir olan bu platformlarda her hoca ve her öğrenci arasında birebir iletişim kanalları oluşturulmuştur. Son olarak, tasarım eğitiminde çevrimiçi ortamların kullanımı, tasarım stüdyosunun zamansal ve mekansal kısıtlarının ötesinde, etkileşim ve iletişimi evrensel düzeyde destekleyecek platformlar sağlayacaktır. Bu bildiride sunulan araştırma İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü bünyesinde 2013 Haziran ayında tamamlanan aynı başlıklı doktora tez çalışmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım stüdyosu eğitimi, yansımali etkileşim ve iletişim, sosyal ağ siteleri

Giriş

Tasarım stüdyosu dersi, tasarım disiplinlerinin eğitim süreçlerinde merkezi bir yere sahiptir. Tasarım ile ilgili bölümlerin müfredatlarında baskın bir yeri bulunan stüdyo dersi, tasarım öğrenme ve öğretme süreçlerinin gerçekleştiği ana eğitim ortamıdır. Bu derste tasarım öğrencileri, stüdyo hocalarının danışmanlığında ve gözetmenliğinde tasarım yapmayı öğrenirler. Stüdyo dersliklerinde öğrenciler, hocalar tarafından kendilerine verilen tasarım problemleri üzerinde çalışırlar. Geleneksel olarak, öğrencilerin kendi çizim masaları, dolapları bulunan bu dersliklerde, öğrenciler ve hocalar çeşitli sosyal etkileşim ve iletişim süreçleri içine girerler (Andia 2002). Stüdyo dersinin yapısında bulunan bu sosyal ortam ve bu etkileşim ve iletişim süreçleri, tasarım eğitiminde gerekli ve temel olarak kabul edilir (Schön 1985). Bu etkileşim ve iletişim süreçlerinin başında öğrencilerin tasarım projeleri üzerine yaptıkları çalışmalar hakkında stüdyo hocaları tarafından yönlendirildikleri “stüdyo eleştirileri” gelir (Goldschmidt vd. 2010; Schön 1985; Uluoğlu 2000). Stüdyo eleştirileri sırasında stüdyo hocaları öğrencilere tasarım yapma sürecini öğrencilerin projeleri bağlamında birebir gösterirler (Kvan 2001; Schön 1985). Stüdyo hocaları projeler ile “eylem içinde yansıma” üzerinden bir diyalog içine girerler (Schön 1987). Öğrenciler, hocalar ve tasarım projeleri arasındaki bu diyalogu izleyerek kendileri de yansımali bir süreç izlerler (Schön 1985). Bu yansımali etkileşimler tasarım stüdyosundaki sosyal ortam içerisinde farklı şekillerde yer alır. Ders süresince öğrenciler kendi projeleri ile, stüdyo hocaları ile, diğer öğrenciler ve diğer öğrencilerin projeleri ile yansımali etkileşimler içinde bulunurlar. Tasarım eğitimi bu etkileşim ve iletişim süreçleri sırasında gerçekleşir.

Problem Tanımı

Tasarım eğitimi ve stüdyo eğitimi üzerine yapılan bazı çalışmalar, bu etkileşim ve iletişim süreçlerinde var olabilecek bir takım eksiklikler ve engeller üzerine vurgu yapmaktadır. Öncelikle, öğrenciler daha iyi notlar almak için birbirleriyle rekabet içinde bulundukları bu stüdyo dersi ortamında, orijinal fikirlerini birbirlerine göstermekten kaçınmaktadırlar (Craig ve Zimring 2000). Stüdyodaki sosyal ortam içerisinde bazı öğrencilerle projelerini ve fikirlerini paylaşırken diğerleriyle paylaşım içine girmemeyi tercih edebilirler (Ashton ve Durling 2000). Bu durum öğrenciler arasında gerçekleşmesi beklenen ve gereken yansımali etkileşimleri engelleyecektir. Bir başka konu, stüdyo hocalarının kendi öğretme süreçleri üzerine yapmaları gereken yansıma ile ilgilidir. Stüdyo hocaları çoğunlukla kendi tasarım alanlarında çalışan akademisyenler veya profesyonel uzmanlardır. Stüdyo eğitimi ve tasarım eğitimi üzerine pedagojik bir eğitimleri yoktur (Goldschmidt vd. 2010). Bu alandaki literatür iyi bir tasarımcı olmak ile iyi bir tasarım stüdyosu hocası olmak arasındaki farka vurgu yapar (Uluoğlu 2000). Bu bağlamda, stüdyo hocaları da öğrenciler gibi bir öğrenme süreci içindedirler. Tasarım yapmayı öğretmeyi, bu öğretme aşaması içerisinde “yaparak öğrenirler”. Bu nedenle

verdikleri tasarım eğitimi üzerine yansıma yapmaları esastır. Ayrıca, diğer stüdyo hocalarının eğitim süreçleri üzerine de yansıma yapmaları ve diğer stüdyo hocalarının da kendi süreçleri üzerine yansıma yapmaları gerekir. Stüdyo hocaları çoğunlukla stüdyo eleştirileri üzerinden tasarım eğitimi verdikleri için, yansımalarını da kendi verdikleri eleştiriler üzerine yapmaları gerektiği önerilmektedir (Goldschmidt vd. 2010; Schön 1985). Yapılan çalışmalarda vurgulanan bir diğer konu ise öğrencilerin bütün tasarım süreçlerinin tüm stüdyo hocaları ve diğer öğrenciler için görülebilir ve ulaşılabilir olması gerekliliğidir (Aytaç vd. 2008). Öğrencilerin projeleri üzerine yaptıkları ilk araştırmaları ve eskizlerinden tasarımlarının son haline kadar olan bütün çalışmaları, tasarım projelerini oluşturur. Bu süreç, özellikle tasarım eğitimi bağlamında, bir bütün olarak görüldüğü ve gözlemlendiği zaman bir anlam ifade eder. Aytaç ve diğerleri (2008), tasarım stüdyosu dersinde öğrencilerin öğrenme dinamiklerinin ve stüdyo hocalarının öğrencilerin öğrenme süreçlerini değerlendirme mekanizmalarının, öğrencilerin tasarladıkları son ürüne değil, ürünü tasarlama süreçlerine bağlı olduğunu vurgularlar. Bu nedenle, İzmir Teknoloji Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı programında yürütülen bir stüdyo dersinde, öğrencilerden her derse proje süreçleri içerisindeki bütün çalışmalarını getirmeleri istenmiştir. Ancak, fiziksel stüdyo ortamında bütün öğrencilerin bütün proje süreçlerini tüm stüdyo hocaları ve diğer öğrencilerin görmeleri ve takip etmeleri konusunda engeller ortaya çıkabilmektedir (Lawson 2006).

Tasarım stüdyosu dersindeki yansımali etkileşim ve iletişim süreçlerinde karşılaşılan bu engeller ve eksiklikler konusunda yapılan çalışmaların bazıları, stüdyoda çevrimiçi ortamların kullanımları üzerine odaklanmaktadır. Bu çalışmalarda, öğrencilerin tuttıkları çevrimiçi yansımali günlükler (Gulwadi 2009), öğrencilerin proje süreçlerini hikayeleştirerek çevrimiçi bir ortamda birbirleriyle paylaşmaları (McKillop 2004), öğrenciler arasında serbest fikir alışverişinin gerçekleşmesi için “yapılanmamış işbirliği” içine girecekleri çevrimiçi ortamların oluşturulması (Craig ve Zimring 2000) gibi farklı konular ve öneriler işlenmektedir. Ancak stüdyo hocaları ve öğrencilerin serbest fikir alışverişi için kullanacakları çevrimiçi ortamlar geliştirmek konusunda sorunlar ve zorluklarla karşılaşmaktadır (Craig ve Zimring 2000; Schadewitz ve Zamenopoulos 2008). Bazı çalışmalar, stüdyo ders süreci içerisinde kullanılacak, stüdyo hocaları ve öğrencilerin serbest fikir alışverişi içinde bulunacakları bu tip çevrimiçi ortamların oluşturulması konusunda tasarım süreci ve tasarım stüdyosu eğitim sürecinden yola çıkılmasını önermektedir (Craig ve Zimring 2000). Ancak, bu alandaki literatür daha çok yeni teknolojilerin geliştirilmesine ağırlık verirken stüdyo eğitimin temelini oluşturulan sosyal etkileşim ve iletişim mekanizmaları ve süreçleri üzerine yapılan çalışmalar ikinci planda kalmıştır (Bradfoot ve Bennett 2002; Shao vd. 2007).

Öneri ve Amaç

Bu bildiride açıklanan tez çalışmasında, stüdyo dersi sürecine paralel olarak ve stüdyodaki sosyal ortamı desteklemek amacı ile kullanılacak çevrimiçi bir platform için günümüz çevrimiçi sosyal ağ sitelerinin örnek veya model olarak alınması önerilmektedir. Tasarım süreci ve tasarım stüdyo dersi yapısının ihtiyaçları ve gereklilikleri ile çevrimiçi sosyal ağ siteleri arasındaki benzerlikler yapılan bazı çalışmalarda vurgulanmaktadır (Kwan 2010; Schadewitz ve Zamenopoulos 2008). Kullanıcıların belli bir ağ yapısı içerisinde birbirleriyle ilişkili veya bağlantılı olmaları, site içeriğinin kullanıcıların site içerisindeki aktiviteleri yoluyla oluşturulması, kullanıcıların paylaştıkları içeriklere diğer kullanıcıların ulaşabilmesi ve bu içerikten faydalanabilmesi bu benzerliklerden bazılarıdır (boyd 2010; boyd ve Ellison 2008; O'Reilly 2005). Bu tez çalışması kapsamında, böyle bir önerinin test edilmesi amacıyla, stüdyodaki yansımali etkileşim ve iletişim süreçlerini desteklemek üzere bir sosyal ağ sitesi yapısının, stüdyo ortamında hocalar ve öğrenciler tarafından kullanıldığı bir uygulama programı kurgulanmıştır. Bir çevrimiçi sosyal ağ sitesinin, stüdyo dersi ortamında kullanılmasının, bütün hocaları ve öğrencileri birbirleriyle bağlantı içine geçirmesi, bütün öğrencilerin tasarım süreçlerinin tüm stüdyo hocaları ve diğer öğrenciler tarafından görülebilir ve ulaşılabilir olması, stüdyo hocalarının birbirlerinin stüdyo eleştirileri ve eğitim süreçlerinden haberdar olmaları gibi sonuçlarının olması beklenmektedir.

Araştırma Sorusu

Yukarıda sunulan problem, öneri ve amaç bağlamında çalışmanın araştırma sorusu şöyledir: Tasarım stüdyosu dersindeki yansımali etkileşim ve iletişimi desteklemek için kullanılacak bir çevrimiçi sosyal ağ sitesi yapısı, hocalar ve öğrencilerin *serbest* fikir alışverişi içine girecekleri bir platform sağlar mı? Böyle bir çevrimiçi platformun stüdyo dersine paralel olarak kullanımı, stüdyodaki öğrencilerin proje süreçlerine erişimi, öğrenciler arasında *serbest* fikir alışverişi, hocalar arasında paylaşım gibi yansımaliardaki kısıtlara ne şekilde cevap verir?

Yöntem

Yukarıda belirtilen önerinin test edilmesi amacıyla, eylem araştırması yöntemi kullanılarak üç döngüden oluşan bir uygulama programı oluşturulmuştur. So-mekh (2006) eylem araştırması yöntemini, gerçek sosyal ortamlardaki gerçek süreçler içerisinde uygulanan, araştırmacının bu sosyal ortamdaki bilgi ve karar yapılarına ulaşabilecek ve katılabilecek bir role sahip olduğu, “sistematiik müdahaleler” olarak tanımlar. Eylem araştırmasını birbirini takip eden döngüler temelinde açıklayan Zuber-Skerritt (2001) her bir döngünün “planlama”, “uygulama”, “gözlem” ve “yansıma” olmak üzere dört adımdan oluştuğunu vurgular. Bu tanımlar çerçevesinde, bu tez çalışmasının uygulama aşaması, tasarım stüdyosu dersinin gerçek sosyal ortamındaki gerçek sosyal etkileşim ve iletişim süreçlerine, çevrimiçi bir platform yoluyla, “sistematiik bir müdahaledir”. Ayrıca uygulama

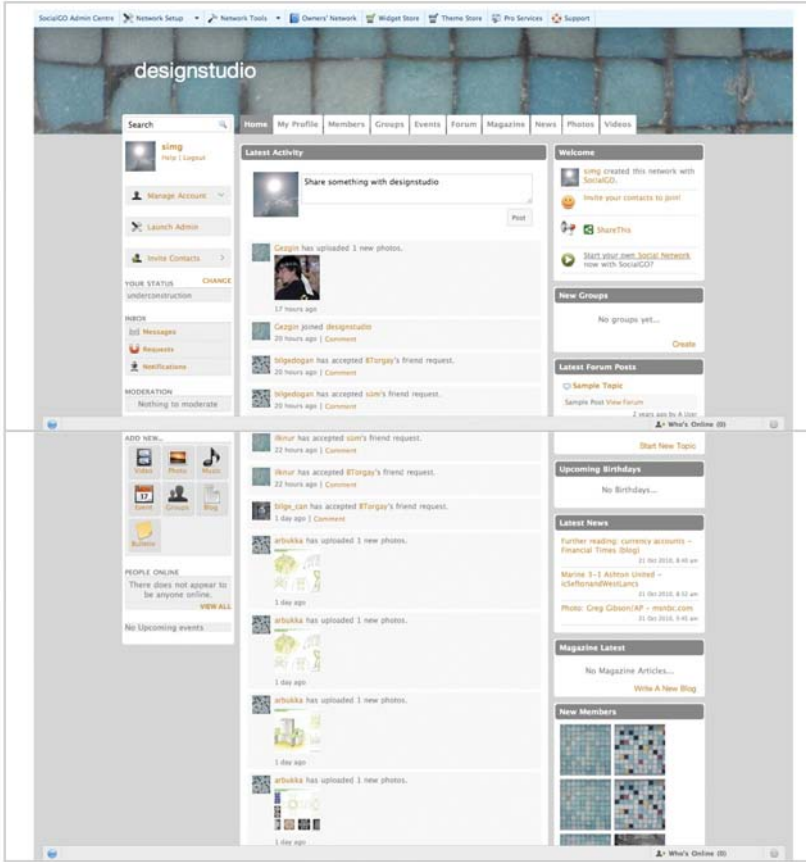
ma süreci birbirini takip eden ve yukarıda belirtilen adımları içeren üç döngüden oluşmaktadır. İlk döngü, pilot çalışması olup, bu döngüdeki başlangıç verileri bu alanda yapılan çalışmalardan elde edilmiştir. İlk döngünün bulguları ikinci döngünün başlangıç verilerini oluşturmuş, benzer bir ilişki ikinci ve üçüncü döngüler arasında kurulmuştur. Üçüncü döngünün bulguları tez çalışmasının bulgularını oluşturmuştur.

Her döngü içerisinde, bir dönemlik zaman aralıkları boyunca, gerçek bir tasarım stüdyosu dersi kapsamında, çevrimiçi bir sosyal ağ sitesi hocalar ve öğrenciler tarafından stüdyo dersi sürecine paralel olarak kullanılmıştır. Bu kullanım süreçleri, kullanılan sosyal ağ siteleri üzerinden kaydedilmiş ve her döngü sonunda sitelerin içerikleri eldeki kriterler üzerinden içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bunun yanında, her döngü sonunda, uygulamaya katılan öğrenciler ve hocalarla anket çalışmaları yapılmış ve bu çevrimiçi sosyal ağ sitesinin stüdyodaki kullanımı üzerine birebir bilgi edinilmiştir. Site içerikleri ve anket cevapları ortak bir kodlama üzerinden analiz edilmiştir (Krippenddorf 1989; Neuendorf 2002).

Ayrıca, uygulama yapılan bölümlerin tasarım stüdyo derslerinde sosyal etkileşim ve iletişim süreçleri üzerine karşılaşılan problemler ve eksikliklerin belirlenmesi amacıyla, bu bölümlerin hocaları ve öğrencileriyle derinlemesine görüşmeler ve anket çalışmaları yapılmıştır (Denzin 2009). Bulgular, literatürde belirtilen problem ve eksikliklerle karşılaştırmalı olarak incelenmiş, elde edilen sonuçlar uygulama aşamasına temel oluşturmuştur.

Uygulama

Bu eylem araştırmasının ilk döngüsü olarak bir pilot çalışma uygulanmıştır. Bu pilot çalışma 2010-2011 Akademik yılının güz döneminde İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü 4. sınıf stüdyosunda gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmada, bu stüdyo dersini alan öğrenciler ve dersi veren hocalar, stüdyonun normal işleyişine paralel olarak çevrimiçi bir sosyal ağ sitesi platformu kullanmışlardır. Bu platformun kullanılmasındaki temel amaç, yukarıda belirtildiği gibi, dersin hocaları ve öğrencileri arasında dersin içeriğine dair sosyal etkileşim ve iletişim süreçlerinin, çevrimiçi bir paylaşım ortamı ile desteklenmesidir. Tez çalışması bağlamında bu pilot çalışmanın amacı, böyle bir uygulamanın teknik ve kullanım süreçlerini test etmek, hocaların ve öğrencilerin böyle bir çevrimiçi ağ sitesini nasıl kullandıklarını gözlemlemek, böyle bir uygulamanın adımlarını ve olası olumlu ve olumsuz getirilerini belirlemektir. Bu döngüde, internetteki hazır sosyal ağ sitesi şablon servisleri kullanılarak bir çevrimiçi sosyal ağ sitesi başlatılmış ve tasarım stüdyosuna paralel olarak hocalar ve öğrencilerin kullanımına sunulmuştur. Bu kullanımların ve öğrenciler ve hocalar ile yapılan anket çalışmalarının incelenmesi sonucu, böyle bir çevrimiçi sosyal ağ sitesinin bir tasarım stüdyosu dersindeki kullanım dinamikleri ve temel kullanım süreçlerine dair veri elde edilmiştir. Bu bulgular, araştırmanın sonraki döngüleri için temel oluşturmuştur. Bu ilk döngü



Resim 1. www.designstudio.socialgo.com sosyal ağ sitesinin anasayfası

sonucunda, sonraki döngülerde Facebook sosyal ağ sitesindeki grup yapısının kullanılması ve İTÜ’deki stüdyo dersliklerinin teknolojik altyapısının geliştirilmesi için başvuruda bulunulması olmak üzere iki temel karar verilmiştir.

Eylem araştırmasının ikinci döngüsünde yer almaları için, Türkiye’deki devlet üniversitelerinde bulunan endüstriyel tasarım bölümlerine öneride bulunulmuştur. Tasarım stüdyo dersi süreci üzerine literatürde belirtilen bir takım problemlerle örtüşen nedenlerden dolayı bazı bölümler uygulamaya katılmamışlardır. Bu süreç sonunda İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü araştırmanın ikinci döngüsüne katılmıştır. Bu sonuç, yatay tasarım stüdyosu düzeni ile eğitim veren İTÜ ve dikey tasarım stüdyosu yapısına sahip MSGSÜ arasında karşılaştırma yapılabilmesini sağlamıştır. Beraber eğitime başlayan öğrencilerin dört sene boyunca farklı hoca gruplarının yürüttüğü stüdyolarda beraber eğitim gördükleri sınıf sistemine da-

yali *yatay stüdyo sistemi* ile her öğrencinin her dönem başka bir hoca tarafından yürütülen ve farklı dönemlerden öğrencilerden oluşan yeni bir proje grubuna katıldığı *dikey stüdyo sistemi*, stüdyodaki sosyal ortam bağlamında temel farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle bu iki stüdyo sistemi arasındaki karşılaştırma bu tez çalışması kapsamında önemlidir. Ayrıca İTÜ’de farklı üçüncü ve dördüncü sınıf stüdyolarında uygulama yapılarak farklı stüdyo ve sınıf yapıları arasındaki farklılıklar ve benzerlikler belirlenmiştir.

Pilot çalışmanın bulgularının ve uygulamanın yapılacağı stüdyo dersliklerinin belirlenmesi üzerine, 2010-2011 Akademik yılı bahar döneminde, İTÜ 3. ve 4. sınıf tasarım stüdyosu derslerinde ve MSGSÜ’deki tipik bir dikey proje stüdyo dersinde, her bir stüdyo için ayrı kurulan kapalı (gizli) Facebook grupları kullanılmıştır. Bu döngüdeki amaç, böyle bir uygulamada kapalı Facebook gruplarının kullanımını test etmek, farklı yapı ve özellikleri olan üç farklı stüdyodaki kullanımları karşılaştırmalı olarak değerlendirmek, böyle bir platformun stüdyodaki iletişim süreçleri ile ilgili belirtilen problem ve engellere cevap verip vermediğini gözlemlemek ve öğrenciler ve hocaların birebir fikir ve görüşlerini kaydetmektir. Her stüdyodaki kullanımın sonuçları kendi içlerinde ve karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Bu döngüdeki veriler, Facebook gruplarında kaydedilen birebir kullanımlar ve bölümlerdeki hocalar ve öğrencilerle yapılan görüşmeler ve anket çalışmaları yoluyla elde edilmiştir.

İkinci döngü sırasında, İTÜ ve MSGSÜ endüstriyel tasarım bölümlerindeki uygulamaya katılan ve katılmayan bazı hocalar ve öğrencilerle derinlemesine görüşmeler yapılmış ve bu bölümlerin stüdyo derslerindeki yansımali etkileşim ve iletişim süreçlerine dair problem ve engeller belirlenmiştir. Hocalar ve öğrencilerin cevapları “masa”, “duvar”, “jüri” ve “genel” olmak üzere dört ayrı stüdyo eleştirisi durumu üzerinden sınıflandırılmıştır. Bu dört tür stüdyo eleştirisi durumu içerisinde sekiz farklı yansıma biçimi tanımlanarak, cevaplar bu alt başlıklar üzerinden de değerlendirilmiştir. Görüşme cevapları üzerine yapılan bu sınıflandırma sonucu tasarım stüdyo dersindeki sosyal etkileşim ve iletişim süreçlerine dair problemler ve engeller beş ana başlık altında toplanmıştır: “zaman-sal kısıtlamalar”, “mekansal kısıtlamalar”, “arşivlemeye yönelik kısıtlamalar”, “ilişkisel kısıtlamalar” ve “hiyerarşik kısıtlamalar”. Döngülerdeki kullanımlar ve anket cevapları belirlenen bu kısıtlamalar temelinde değerlendirilmiştir. İçerik analizi bağlamında, bu kısıtlamalar üzerinden bir kodlama yapılmış ve veriler bu kodlama üzerinden incelenmiştir.

İkinci döngünün önemli verilerinden biri, Facebook gruplarının, İTÜ’deki 3. ve 4. sınıf tasarım stüdyolarında belli bir yoğunlukta kullanılırken, MSGSÜ’deki stüdyo dersinde çok az bir yoğunlukta kullanılması olmuştur. Bu farklılıktaki en büyük etken, İTÜ’deki stüdyolarda uygulamaya katılım ve Facebook grubu kullanımının bir ders gerekliliği, MSGSÜ’deki stüdyoda ise öğrenci ve hocaların kendi seçimleri olmasıdır. Uygulamanın MSGSÜ stüdyosunda başarılı olmaması

nedeniyle üçüncü uygulamanın sadece İTÜ'deki bir stüdyoda yapılmasına karar verilmiştir. Bu döngü sırasında İTÜ'deki stüdyolar arasından 4. sınıf stüdyosu, son dönem tasarım stüdyosunun yürütülüş biçimine de bağlı olarak 3. sınıfa göre daha az kullanılmıştır. Bu nedenle, uygulamanın son döngüsünün İTÜ'deki 3. sınıf stüdyosunda gerçekleştirilmesine karar verilmiştir.

2011-2012 akademik yılı bahar döneminde İTÜ'deki 3. sınıf tasarım stüdyosu dersinde üçüncü bir döngü uygulanmıştır. Bu döngüdeki amaç belirlenen beş ayrı kısıtlama üzerinden tüm stüdyo öğrencileri ve hocalarının birebir görüşlerini almak, ikinci döngü sırasında teknolojik altyapısı geliştirilen stüdyolarda uygulamayı denemek ve uygulamanın belirlenen kısıtlamalara ne kadar cevap verdiğini belirlemektir. Uygulama stüdyonun ilk projesi sırasında gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler çalışmanın son bulgularını oluşturmuştur. Bütün bu uygulama döngülerinin verileri analiz edilerek, araştırma sonuçlandırılmıştır.

Bulgular ve Sonuç

Uygulama kapsamında yapılan içerik analizi yukarıda belirtilen beş kısıtlama üzerinden kurgulanmıştır. Bu analiz yapısı üzerinden elde edilen bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Zamansal Kısıtlamalar Bağlamında Zamansal Esneklik

Uygulama stüdyolarında bazı hocalar grup kullanımının getirdiği zamansal esnekliği stüdyo saatleri dışında kritik paylaşımı için kullanmışlardır. Duyuru ve örnek paylaşımında çoğunlukla zamansal esneklik kullanılmıştır. Proje teslimleri gruplar üzerinden jüriler öncesinde yine stüdyo saatleri dışında yapılmıştır. Ayrıca pek çok hoca ve öğrenci grup içeriğini stüdyo saatleri dışında takip ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak grup kullanımı öğrenci ve hocaların stüdyo saatleri dışında da aktif olmaları gibi beklentileri de getirmiştir.

Mekansal Kısıtlamalar Bağlamında Sanal Mekan

Gruplardaki “anasayfa” veya “duvar sayfası” ortamları ortak paylaşım alanı olarak kullanılmıştır. Facebook gruplarının yapısı nedeniyle özel veya yarı özel alt alanlar oluşturamayan öğrenciler kendi aralarında paylaşım için ayrı gruplar başlatmışlardır. Ayrı proje alanlarını oluşturmak için araçlar sağlandığında öğrencilerin kendi kişisel alanlarını oluşturdukları ve böylece proje süreçlerinin kolaylıkla takip edilebildiği gözlemlenmiştir.

Arşivlemeye Yönelik Kısıtlamalar Bağlamında Çevrimiçi Kayıt Tutma

Gruplardaki kritik paylaşımları ve proje teslimleri bir ders gerekliliği olarak tanımlandığında, arşivleme özelliği grupların en önemli işlevlerinden biri olmuştur. Öğrencilerin ve hocaların grup içi aktivitelerini kaydetmek için gösterdikleri ortak çaba tüm stüdyo sürecinin görünür, kronolojik ve kalıcı bir kaydının oluşmasını sağlamıştır. Bu çevrimiçi kayıt sadece dönem içinde stüdyo sürecini takip etmek için değil, dönemler ve stüdyolar arası bilgi aktarımı için

de kullanılmıştır. Grup kullanımındaki düzen ve yoğunluk oluşan arşivi birebir etkilemiştir.

İlişkisel Kısıtlamalar Bağlamında Sosyal Bağlantısallık

Gruplardaki ağ yapısı tüm grup üyeleri ve paylaşımları arasında görünmez birebir bağlantılar kurmuştur. Bu birebir bağlantılar özellikle “beğen” gibi araçlarla görünür hale getirilmiştir. Bağlantıların herkes tarafından ulaşılabilir ve görünebilir olması öğrencilerin kendilerini sınıf içinde konumlandırmasını ve grupta şeffaflığı sağlamıştır. “Beğen” gibi araçlar gruptaki periferik bağlantıları görünür hale getirerek daha çeşitli etkileşim ve iletişim süreçlerini kapsayan bir yansımaya ağı oluşturmıştır.

Hiyerarşik Kısıtlamalar Bağlamında Üniform Sosyal Roller

Öğrenciler ve hocalar grupta daha az resmi bir sosyal ortamın olduğunu olumlu ve olumsuz şekillerde belirtmişlerdir. Kullanılan çevrimiçi ortamın öğrenci ve hocaların stüdyo dışı kişisel sosyal ağlarını kapsayan bir platform içinde bulunması sözü edilen az resmi ortamın oluşmasında etkili olmuştur. Aynı zamanda çevrimiçi sosyal ortamın fiziksel sosyal dinamikleri, sosyal roller ve ilişkileri yansıttığı gözlemlenmiştir.

Uygulama gruplarının, öğrenciler ve hocalar tarafından düzenli olarak kullanıldığında, proje teslimleri, stüdyo eleştirileri, duyurular, örnekler ve daha az resmi paylaşımları içeren *yansımali etkileşimlerin* kaydedildiği ve herkes tarafından ulaşılabilirdiği bir platform sağladığı gözlemlenmiştir. Tasarım stüdyosu üzerine literatürde belirtilen, çevrimiçi platformlarda öğrenciler ve hocalar arasında serbest fikir alışverişinin oluşmasında yaşanan zorluk (Crig and Zimring 2000) bu çalışmada da gözlemlenirken, gruplar uygulama boyunca bazı öğrenciler ve hocalar tarafından düzenli olarak bu tür iletişim için kullanılmıştır.

Kaynakça

- Andia, A. 2002. “Internet Studios: Teaching Architectural Design On-Line between the United States and Latin America.” *Leonardo* 35(3).
- Ashton, P. ve D. Durling. 2000. “Doing the Right Thing: Social Processes in Design Learning.” *The Design Journal* 3(2).
- Aytaç, A., H. Gencol, D. Irkdas ve A. Velasco. 2008. “A Thick Industrial Design Studio Curriculum.” İçinde *Proceedings of 24. National Conference on the Beginning Design Student*, Atlanta, Georgia Institute of Technology.
- boyd, d. m. (2010). “Social Networks Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications.” İçinde *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, derleyen Zizi Papacharissi.

- boyd, d. m. ve N. B. Ellison. 2008. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication* 13.
- Bradfoot, O. ve R. Bennett. 2002. "Design Studios: Online? Comparing Traditional Face-to-Face Design Studio Education with Modern Internet-Based Design Studios." İçinde *Apple University Consortium Academic and Developers Conference Digital Voyages 2003: Proceedings of the Apple University Consortium Conference*, 9-20. 28 Eylül-1 Ekim 2003.
- Craig, D. L. ve C. Zimring. 2000. "Supporting Collaborative Design Groups as Design Communities." *Design Studies* 21(2).
- Goldschmidt, G., H. Hochman. ve I. Dafni. 2010. "The Design Studio 'Crit': Teacher-Student Communication." *Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing* (24).
- Gulwadi, G. B. 2009. "Using Reflective Journals in a Sustainable Design Studio." *International Journal of Sustainability in Higher Education* 10(2).
- Krippendorff, K. 1989. "Content Analysis." Departmental Papers (ASC), Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania.
- Kvan, T. 2001. "The Pedagogy of Virtual Design Studios." *Automation in Construction* 10.
- Kwan, K. 2010. "A Proposal for the Web 2.0 Revolution in Online Design Education: Opportunities for Virtual Design Learning Using Social Networking Technologies." İçinde *Proceedings of the DRS 2010 Conference*, Montreal. <http://www.designresearchsociety.org/docs-procs/DRS2010/>
- Lawson, B. 2006. *How Designers Think: The Design Process Demystified*. 4. baskı. Elsevier Architectural Press.
- McKillop, C. 2004. "Stories About Assessment: Supporting Reflection in Art and Design Higher Education Through Online Storytelling." *International Narrative and Interactive Learning Environments Conference, NILE*.
- Neuendorf, K. A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Sage Publications.
- O'Reilly, T. 2005. "What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software." Erişim tarihi: 13 Ekim 2012. <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>
- Schadewitz, N. ve T. Zamenopoulos. 2008 "Towards an Online Design Studio: A Study of Social Networking in Design Distance Learning." *International Association of Societies of Design Research IASDR 2009*, Seul.
- Schön, D. A. 1985. *The Design Studio: An Exploration of its Traditions and Potentials*. Londra: RIBA.

- Schön, D. A. 1987. *Educating the Reflective Practitioner: Toward a New Design for Teaching and Learning in the Professions*. Josey-Bass Publishers.
- Shao, Y. J., L. Daley ve L. Vaughan. 2007. "Exploring Web 2.0 for Virtual Design Studio Teaching." İçinde *Proceedings Ascilite Singapore 2007*, Nanyang Technological University.
- Somekh, B. 2006. *Action Research: A Methodology for Change and Development*. Open University Press.
- Uluoğlu, B. 2000. "Design Knowledge Communicated in Studio Critiques." *Design Studies* 21.
- Zuber-Skerritt, O. 2001. "Action Learning and Action Research: Paradigm, Praxis and Programs." İçinde *Effective Change Management through Action Research and Action Learning: Concepts, Perspectives, Processes and Applications*, derleyenler Sankara, S., B. Dick ve R. Passfield. Southern Cross University Press.

DİSİPLİNLER ARASI TASARIM İŞBİRLİĞİ: ÇOK KATMANLI TASARIM PROBLEMLERİNE ÇÖZÜM ARAYIŞLARI İÇİN BİR PİLOT PROJE UYGULAMASI VE SONUÇLARI

Elçin Tezel, Bahçeşehir Üniversitesi

Tasarım disiplininin değişen ekonomiler, sosyal ve çevresel koşullar doğrultusunda, çok boyutlu ve karmaşık tasarım problemlerinin çözümüne odaklanan ve genişleyen bir rolünün olduğunu gözlemlemekteyiz. Günümüz tasarım uygulamalarında ürün ve kullanıcı arasındaki etkileşimlerin artması nedeniyle, farklı ölçeklere dokunan disiplinler arası tasarım problemleriyle karşılaşılmakta, bu durum disiplinler arası iletişimi ve işbirliğini zorunlu hale getirmektedir. Tasarım tabanlı eğitim veren farklı programlardaki öğrenciler, kendi mesleki alanlarıyla ilgili konularda bilgi edinimine ve proje çalışmalarına zaman ayırabilirken, birlikte çalışmaya ve işbirliği yapmaya olanak bulamamaktadırlar. Ayrıca disiplinler arası bir etkileşim ve işbirliği için gerekli yöntemlerin ve bilgi birikiminin kısıtlı olduğu da görülmektedir. Bu çerçevede, endüstriyel tasarım, iç mimarlık ve mimarlık disiplinlerinden karma öğrenci grupları oluşturularak bir atölye çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada, öğrencilerden, kendi çalışma ölçeklerine uygun önerileri üretirken, diğer ölçeklerde çalışan arkadaşları ile işbirliği içinde ortak tasarım fikirlerini geliştirerek, önerilen projenin bütüncül bir yaklaşımla sunulması beklenmiştir. Tasarım problemi çözüm süreçlerine kendi çalışma alanlarında hakim, ancak farklı ölçeklerde çalışan grup üyeleri ile üretilmiş ortak tasarım dilini konuşan çok katmanlı bir tasarım problemine çözüm önerileri için işbirliği yapılması durumunda kullanılan araçların ve yöntemlerin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada, gözlem ve görüşme yöntemiyle bilgi toplanmıştır. Bu çalışmada, çalışma grupları içerisinde tasarım odaklı bilginin disiplinler arasında nasıl paylaşıldığı, bilgi paylaşımı ve disiplinler arası iletişimde hangi araçların kullanıldığı, bu süreç içerisinde proje gelişimine katkıda bulunan ortak araçların ve disiplinlere özelleşen uygulamaların neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Geleneksel atölye çalışmalarına ait yüz yüze görüşme ve kritiklerin yanı sıra, web tabanlı ve bilgisayar destekli sunum yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada tüm süreç amaç, içerik, işleyiş, araç ve yöntemler olarak bir çerçevede toplanmış, bundan sonraki disiplinler arası çalışmalara ışık tutacak bir taslak oluşturulması hedeflenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, bütün disiplinlerin iletişim ve görselleştirme araçlarını; fikri üretmek, yeniden yorumlayarak geliştirmek ve iletişim kurmak gibi çeşitli amaçlarla kullandıkları, ancak araçların kullanım süreçlerinin ve yöntemlerinin disiplinlere göre farklılık gösterebildiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tasarım eğitimi, disiplinler arası eğitim, tasarım işbirliği

Giriş

Üretim ve tüketimde sınırların kalktığı, rekabet ortamının arttığı, hızlı teknolojik gelişmelerin yaratıcı ürünleri, sistem ve çözümleri gerektirdiği global bir dünyada, tasarımın sorumluluğunun karmaşık ve çok boyutlu süreçlere dönüştüğü gözlemlenmektedir (Alexiou vd. 2009). Bugünün modern ve karmaşık dünyasında tasarlanmış nesneler birden fazla disiplinin ortak çerçevesinde ortaya çıkmış, kullanım süreçleri ve bağlamları çok yönlü uzmanlık yaklaşımlarıyla ele alınmış ürünlerdir (Van der Merwe 2010). Yeni tasarlama süreçlerinde nesneler, kullanıcı deneyimleri, çevre, sosyal gruplar ve kültürel bağlantılar, diğer ürünler ve sistemler içindeki yeri göz önünde bulundurularak ele alınmakta, farklı alanlara ait bilginin bütünleştirilerek çözüm sunuyor olması tasarımın yeni hedefini oluşturmaktadır (Sonnenwald 1996). Bu yaklaşımla ortaya çıkan tasarımlar, farklı çalışma alanlarına ait bilginin birleştirilmesini ve disiplinler arası etkileşimle, birbiriyle çelişen farklı katmanlardaki tasarım kısıtlarına ortak çözüm üretilmesini gerektirmektedir. Tasarımın farklı ölçek ve bağlamında çalışırken, çoğu zaman diğer ölçek ve bakış açısına ait kısıtlamaları algı ve önceliklerdeki farklılıklar nedeniyle fark etmek zor olmakta, ortak çözümlere ait olasılıkları yakalamak ise ancak disiplinler arası bir takım çalışmasıyla mümkün olmaktadır. Goldschmidt'e (1995) göre takım çalışmasıyla süren bir tasarım sürecinde, bireylerin en güçlü yapabilirlikleri üzerinden sonuca ulaşmanın avantajı kullanılmakta ve yaratıcılık bireyler arasındaki etkileşimle desteklenmektedir.

Tasarım eğitiminde stüdyo odaklı çalışma, tasarım disiplinlerinin temel yapısını oluşturmakta, bilgi edinimi ve tasarım üretimi tüm derslerin merkezini oluşturan stüdyo çalışmalarında gerçekleşmektedir (Teymur 1992). Tasarım stüdyoları iletişim ve işbirliğiyle çalışmaların yürütüldüğü, fikirlerin geliştirilmesi ve sunumu için görsel ve fiziksel araçların yanı sıra iletişimle ilgili tüm araçların kullanıldığı çok yönlü ve etkileşimli bir ortamdır. Bu etkileşimli ortam içerisinde yer alan katılımcılar, çeşitli işbirliği araçları ve yöntemleri kullanırlar. Çalışılan ortamın düzeni ve işleyişin yanı sıra, tasarım gelişimi ve ifadesiyle ilgili tüm araç ve yöntemler işbirliğinin bir elemanı olarak kullanılırlar. Tasarım stüdyosunda iletişim ve işbirliği, sözel iletişimin yanı sıra görsel ve fiziksel gereçlerin kullanıldığı, bilginin çok biçimli ve çeşitli algılara hitap eder biçimde iletilindiği, tasarımcı düşünüş tarzının artistik, duygusal ve deneyimsel tarzına uygun bir mesleki dil taşımaktadır (Vyas vd. 2009). Çalışmanın sürecine ait detaylar, zamanlama, kritikler süreci şekillendirirken, el çizimleri ve maketler fikirlerin gözlemlenebilir biçimleri olarak tasarımın gelişiminde yer alırlar (Vyas vd. 2013). Ancak yaratıcı bir endüstri olan tasarımın belirli ardışık etkinlikleri içeren standart bir yapıyla tariflenmesiyle ilgili kabul görmüş bir yöntem bulunmamaktadır (Roozenburg ve Cross 1991). Bu nedenle tasarlama sürecinde farklı ölçek ve bilgi düzeyinden insanlarla ekip çalışması içerisinde hangi araçlar ve yöntemlerle işbirliği yaparak çözüm ürettiklerini anlamak, kullanılan araç ve yöntemleri belirleyerek teori ve

bilgi birikimi sağlamak, tasarım pratiğine olduğu kadar tasarım eğitime de katkıda bulunacaktır.

Tasarımda işbirliği, katılımcılarının bilgi paylaşımının yanı sıra sürece ait etkinliklerin ve kaynakların paylaşımını gerektirir. İletişim, tasarım sürecindeki gelişimin esas unsuru olup sözlü iletişimin ötesinde görsel ve materyal etkileşimi içermektedir. Tasarım tabanlı disiplinlerde tasarım gelişimine ait süreçler benzerlik gösterse de bilgi tabanının farklı olması nedeniyle problem çözümlerindeki öncelikler ve odaklanmalar birbirinden farklıdır. Tasarımda işbirliği üzerine yapılmış çalışmalar; takım çalışmasında işleyiş, süreçler ve iletişim yöntemleri üzerine odaklanmış olmakla birlikte (Eckert vd. 2010; Chiu 2002; Simoff ve Maher 2000; Morozumi vd. 1999; Kvan 2001), tasarım tabanlı eğitim veren disiplinler arasındaki işbirliğinin süreç ve yöntemleri üzerine bilgi birikimi yeterli düzeyde değildir. Tasarım tabanlı eğitim veren farklı disiplinler, kendi çalışma alanlarına odaklı projeler gerçekleştirirken, çıkan çözümlerin farklı bağlamlarda diğer tasarım ölçekleriyle olan ilişkisine ait çalışma yürütmeye olanak kalmamakta, disiplinler daha çok kendi bilgi ve etkinlik alanlarındaki bakış açısıyla sınırlı kalmaktadırlar. Oysa günümüz yaşam koşulları, bilgi paylaşımı ve işbirliği içeren yöntemlerle ele alınmış projelerle, kullanıcının farklı ölçeklerdeki beklentilerine bütüncül çözüm üretmeyi, hizmet ve deneyim anlamında yenilikçi öneriler geliştirebilmeyi gerektirmektedir. Öte yandan, disiplinler arası tasarım çalışmalarının iletişim ve koordinasyon açısından zorluklar taşıdığı, farklı bakış açılarına ait görüşlerin ortak hedefler çerçevesinde bütünleşmesi gerektiği bilinmektedir (Phuwanartnurak 2009). Bu çalışmanın amacı, tasarım tabanlı eğitim alan farklı disiplinlerden gelen öğrencilerin ortak bir tasarım problemine farklı ölçeklerde, ancak bütüncül bir çözüm önerisi üretmeleri durumunda bilginin nasıl paylaşıldığını, bütünleşik çalışma için hangi araç ve yöntemlerin kullanıldığını, disiplinlere özelleşen uygulamaların neler olduğunu, ortaya çıkan kısıtlama ve çelişkilerin hangi yöntemlerle ve nasıl aşıldığını belirlemeye yönelik bir süreç analizidir.

Atölye Çalışması

Atölye çalışması Bahçeşehir Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi 2013-14 güz döneminde açılan disiplinler arası atölye çalışmalarını hedefleyen bir seçmeli ders kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bahçeşehir Üniversitesi'nden bir grup endüstriyel tasarım, mimarlık ve iç mimarlık öğrencisi, Avusturya Fachhochschule Salzburg (FHS) Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü öğrencileriyle karma gruplar oluşturarak ortak tasarım çözümü içeren, ancak farklı ölçeklerde çözülmüş çok katmanlı bir tasarım problemine yönelik bir projeyi karma gruplar halinde geliştirmişlerdir. Bahçeşehir Üniversitesi'nden katılan grupta; ikisi ikinci sınıf ve altısı üçüncü sınıf düzeyinden sekiz endüstriyel tasarım, tamamı dördüncü sınıf düzeyinden altı mimarlık, ikisi ikinci sınıf ve üçü üçüncü sınıf düzeyinde beş iç mimarlık öğrencisi, FHS Üniversitesi'nden ise üçüncü sınıf düzeyinde on endüstriyel tasarım öğrencisi katılmıştır. Seçilen öğrencilerin tamamı, kendi dü-

zeylerindeki tasarım araçlarını etkin kullanabilen, akademik yeterlilikleri başarı sınırının üstünde olduğu belirlenmiş öğrencilerdir. Oluşturulan beş karma grupta farklı disiplinlerden gelen öğrencilerin dengeli bir dağılımda olmasına dikkat edilmiştir. Toplam beş günü kapsayan atölye çalışması, FHS Üniversitesi'nin Kuchl Kampüsü'nde yapılmıştır. Yapılan çalışma sonrasında, disiplinler arası çalışmayla ilgili çeşitli başlıklarda birikim elde edilmiştir. Tasarımın proje odaklı bir etkinlik olması nedeniyle bir hedefi ve kurgusu bulunmaktadır. Proje süreci ve organizasyon, işbirliğindeki iletişimi, yöntemleri ve çözümlerin belgelendirilmesini etkiler (Chiu 2002). Çalışmanın sistematik bir yapıda olması amacıyla bütün süreç; amaç, içerik, işleyiş, araçlar ve yöntemler başlıklarıyla bir çerçevede toplanmıştır.

Amaç

Tasarımda işbirliği, katılan tasarımcıların bilgi paylaşımını, tasarım etkinliklerinin organize edilmesini ve oluşan fikirlerin çeşitli kaynaklar kullanılarak ifade edilmesini içerir. Repko (2012, 16) disiplinler arası çalışmayı; bir soruya cevap verilmesi, bir probleme çözüm bulunması veya çok geniş veya karmaşık bir başlıkta tek bir disiplinin çözüme yeterli olmadığı durumda farklı disiplinlerin bakış açılarını daha kapsayıcı bir anlayışla belli bir hedefte birleştirmesi olarak tanımlar. Bu tanımlama, bu bütünleşmenin nasıl olması gerektiği sorusunu da beraberinde getirmektedir. Disiplinler arası bir çalışma, farklı disiplinlerin bakış açılarını kapsayarak ve sonuçları itibarıyla birbirinin varlığını doğrulayan bir bütünlüğü hedeflemektedir. Bu kapsamda geliştirilecek olan projelerde farklı disiplinlere ait önerilerin birbirini tamamlayan ve birbirinin varlığıyla anlam kazanan çalışmalar olması beklenmektedir.

Disiplinler arası tasarım işbirliğinde, bilgi paylaşımı ve etkileşimin iki yönü araştırma konusunu oluşturmaktadır: paylaşma yöntemleri ve paylaşılanların içerik ve anlamı. Tipik bir tasarım atölyesi, düzeniyle ve fikri ifade amaçlı kullanılan malzemeleriyle dinamik ve materyal araçların çok kullanıldığı bir ortamdır. Stüdyo mekanı çeşitli şekillerde çalışma alanı olarak kullanılırken, çizimler, modeller, görsel kaynaklar ve teknolojik araçlar bu dinamik ortamın elemanlarıdır. Araçlar ve mekan, sürecin kurgusunu oluştururken, katılımcıların işbirliği ve etkileşimle ilgili yöntemlerini de etkiler. Araçlar, grubu oluşturan öğrenciler arasındaki iletişimi destekleyen ve taşıyan nesnelerdir. Mekan çeşitli şekillerde kullanılırken, öğrenciler tasarımcılara özgü algı, yorum ve iletişim uygulamalarıyla süreci yürütürler (Uluoğlu 2000). Verilen ders kapsamında gerçekleşen bu çalışmanın amacı da, tasarım dili ve uygulamalarına kendi disiplinleri içinde kullanan öğrencilerin, işbirliği içinde sonuca giderken ilham veren ve deneysel yöntemlerinin belirlenmesidir.

İçerik

Çalışmanın yapıldığı Kuchl, projenin konusuyla ilgili araştırma yapılacak yer olarak seçilmiştir. Çevresinde dağ, tepe orman, göl ve ırmaklarla her mevsim farklı

olanaklara sahip Avusturya'nın bir kasabası olan Kuchl'da, insanların ilgilenebilecekleri amatör bir spor / egzersiz / eğlence etkinliğini bir deneyim olarak tasarlamaları istenmiştir. Yapılacak projenin yoğun bir çalışma düzenini gerektirmesi dolayısıyla hem işbirliğine olanak tanıyacak düzeyde kapsayıcı, hem de verilen sürede sonuç üretilebilecek kadar yalın bir temada olması planlanmıştır. Projenin başlığı "Everything Mobile" (Herşey Hareketli) olarak belirlenmiş, bu genel başlık altında gruplar içindeki farklı disiplin alanlarının çözmeleri için beklenenler ise şöyle özetlenmiştir:

1. Endüstriyel tasarımcılardan bu deneyimde, kullanıcıların kiralayarak kullanabilecekleri bir spor veya eğlence ekipmanını tasarlamaları beklenmiştir. Kuchl ve çevresinin yaz ve kış koşullarına göre değişen olanaklarını ve doğal çevresini incelemeleri, çocuklar, gençler ve fiziksel yeterli yetişkinler gibi kullanıcı grubunu belirlemeleri, ekipmanın kullanım senaryosunu oluşturmaları, malzeme ve üretim yöntemleriyle ilgili öneri üretmeleri ve çalışmayı sunum teknikleriyle ifade etmeleri istenmiştir. Ürünün, kişisel kullanım veya ekip kullanımı durumunda en çok üç kişinin kullanabileceği bir ürün olması koşulu getirilmiştir. Ekipmanın büyüklüğüne bağlı olarak önerilen ölçek 1/10 veya 1/5 olarak belirlenmiştir.
2. Mimarlardan, tasarlanan etkinliğin spor ekipmanlarının kiralanebileceği, istendiğinde sökülüp taşınabilir modüler bir barınak tasarlamaları istenmiştir. Yapının taşınabilir olması, "Everything Mobile" ana temasındaki hareketlilik kavramıyla da örtüşmektedir. Barınağın, etkinliğin olacağı alandaki çevre şartlarının incelenip konumlandırma ve alan planlamasının yapılması, barınağın kütle, iç-dış ilişkileri, modüler ve taşınabilir sisteme uygun malzeme ve yapı önerilerinin üretilmesi istenmiştir. Tasarlanacak etkinliğin doğasına uygun şekilde istenirse barınak birimlerinin çoğaltılabilirliği söz konusu olduğundan her bir barınak modülünün taban alanının 35 m² olması kısıtlaması getirilmiştir. Çalışma ölçeği olarak 1/100 belirlenmiştir.
3. İç mimarlardan, barınağın iç mekan etkinlik şemasını ve donanımını oluşturmaları, bunu yaparken ekipman temini ve kiralama için gerekli dolaşımı çözmeleri beklenmiş, ayrıca küçük bir kafe bölümünün planlamasının yanı sıra, iç mekan atmosferini renk, doku, aydınlatma koşullarıyla tasarlamaları istenmiştir. Çalışma ölçeği olarak 1/20 ölçek önerilmiştir.

Verilen projede mimarların ve iç mimarların çalışma alanı mekansal, endüstriyel tasarımcıların çalışma alanı ise ürün düzeyinde olmasına karşılık, problem ortak bir hedefe yönelik bir senaryonun kurgusunu içermekte ve bu senaryo içinde ürün ve mekanın kullanımının ortak hedefler üzerinden değerlendirilerek çözüm üretilmesi beklenmiştir.

İşleyiş

Geleneksel tasarım stüdyosunun kabul gördüğü yapısıyla, Schön'ün (1985) *reflection-in-action* olarak adlandırdığı, öğrencilerin yaparak düşündüğü ve etkileşim sağladığı, yüz yüze iletişimin, beden dilinin, çizimlerin, modellerin ve kritiklerin yer aldığı bir kurgu önerilmiştir. Beş çalışma günü olarak belirlenen atölye çalışmasının düzeni bu yapıyı desteklemek üzere, sabahdan öğlene kadar öğrencilerin grup içi çalışmalarına ayrılmış, öğleden sonra ise proje yürütücüleri tarafından kritikler verilmiştir. Çalışmayla ilgili verilerin toplanması için grup içi çalışmalar yapılırken gözlemler gerçekleştirilmiş, yüz yüze görüşmeler ise kritiklerle birlikte yapılmıştır. Öğrenciler arasında grup iletişimi tüm gün devam ederken stüdyo saatlerinin dışında, gruplar kendi içlerinde iletişim ağı oluşturarak veri ve bilgi paylaşımını devam ettirmişlerdir.

Çalışma, beş iş gününü kapsayan bir atölye çalışması olup ayrılan sürenin bir program dahilinde kullanımı bildirilmiştir. İlk günün sabahı grupların oluşturulması ve projenin verilip hedeflerin belirlenmesinden sonra, öğleden sonra gruplarla alan analizleri yapılmış ve proje süreci başlatılmıştır. Sabah saatleri grupların kendi aralarında çalıştıkları ve projeyi geliştirdikleri çalışma süresi, öğleden sonraları ise proje yürütücüleriyle kritiklerin verildiği bir çalışma süresi olarak belirlenmiş. Öğrenciler model atölyesini ve stüdyoyu istedikleri şekilde ve sıklıkta kullanabilmişlerdir. Her günün sonunda gruplardan o güne ait çalışmayı özetleyen bir sunuş istenmiştir. Buna göre ilk tasarım kararları, tasarım gelişimiyle ilgili ara basamaklar ve projenin sunuşuyla ilgili çalışmalar gün sonundaki değerlendirmelerde izlenmiştir. Beşinci gün öğleden sonra jüri eşliğinde sunuşlar yapılmış ve projeler değerlendirilmiştir. İşbirliğinin kapsamıyla ilgili grup içi diyaloglar ve çalışma yöntemleri, öğle öncesi çalışma saatlerinde gözlenerek kayıt altına alınmıştır. Gözlemler, tüm gün yürütülen stüdyo çalışmasında notlar alınarak ve grupların çalışmaları fotoğraflanılarak gerçekleşirken, yüz yüze görüşmeler her çalışma gününde her grupta görüşme yapılarak kritikler sırasında açık uçlu sorularla gerçekleştirilmiştir. Her bir grupta topluca görüşme yapılarak grup içindeki farklı disiplinlere ait öğrencilerin birbirlerinin yorumlarına tetikleyici cevaplarıyla konuşmalar derinlik kazanmıştır. Her gruba yöneltilen sorular şöyledir:

1. Projeyi geliştirirken kullandığınız tasarım araçları (sözlü ifadeler, el çizimleri, modeller vs.) nelerdir?
2. Tasarım araçlarını sürecin hangi aşamalarında kullandınız?
3. Tasarım araçlarını hangi amaçla kullandınız?
4. Projenizin kimliğini oluşturan fikir nasıl ortaya çıktı?
5. Grup içinde iş bölümü nasıl gerçekleşti?

Verilen cevapların değerlendirilmesi sonucu, işbirliğini belirleyen yöntemler ve araçlar öğrencilerin deneyimlerinden çıkarılmıştır. Gözleme dayalı elde edilen

veriler, grupların süreç içinde kullandığı tasarım araçlarının (el çizimleri, senaryolar, modeller vs.) ve bu araçların tasarımın hangi aşamasına ait olarak kullanıldığının belirlenmesini sağlamış, gözlem ve görüşmelerden elde edilen veriler birbirini tamamlamıştır.

Grupların çalışma mekanları, çalışma boyunca kendilerine ayrılmış, masaların olduğu bir stüdyo ve çok kapsamlı bir maket atölyesinden oluşmaktadır (Resim 1). Jüri ve kritiklerin olduğu stüdyoda taşınabilir yazı tahtası ve dijital projeksiyon sistemi bulunmaktadır. Projenin hazırlanması sırasında öğrenciler taşınabilir bilgisayarlarını kullanmışlar ve grup içinde web üzerinden veri aktarımı ile çalışmaları paylaşabilmişlerdir.

Araçlar ve Yöntemler

Sabah çalışmalarında yapılan gözlemlere dayanılarak grup içi iletişimin farklı yöntemlere dayandığı izlenmiştir. Tasarımın ilk aşamasının kullanıcı grubunun, mevsim şartlarının ve senaryonun belirlenmesi olması nedeniyle öğrenciler arasında çok yönlü tartışmaların ve fikir alışverişinin olduğu gözlenmiştir. Verilen tasarım probleminin mekanı ve ürünü kapsayan bir deneyimi içermesi nedeniyle, fikir paylaşımının başladığı araç, ürün ve mekanın kullanım senaryosudur. Gruplar içerisinde senaryonun nerede, ne zaman, ne ile, kim ve nasıl sorularını şekillendirecek sözlü iletişimle süreç başlatılmıştır. Temel kararların verilmeye başlanmasıyla el çizimlerinin ve süreci senaryolaştırmaya yönelik bedensel anlatımların ağırlık kazandığı, özellikle endüstriyel tasarımcıların ürün ölçeğinde insan bedeniyile birebir etkileşim içindeki önerileri vücut pozisyonunu ve davranışları taklit ederek ifade etmeye çalıştıkları izlenmiştir. Mimar ve iç mimarların ise, mekan kullanımına ait senaryolaştırmayı fonksiyon dağılımlarını belirleyen şematik çizimlerle yaptıkları belirlenmiştir.

Tüm tasarım süreci boyunca el çizimlerinin farklı disiplin grupları tarafından çeşitli amaçlarla kullanıldığı görülmüştür. Gruplarda her bir disiplinden öğrencilerle yapılan görüşmelerde el çizimlerinin fikri görselleştirmek, yeniden yorumlayarak geliştirmek ve fikri iletmek amaçlı kullanıldığı belirtilmiştir. Tüm disiplinlerde



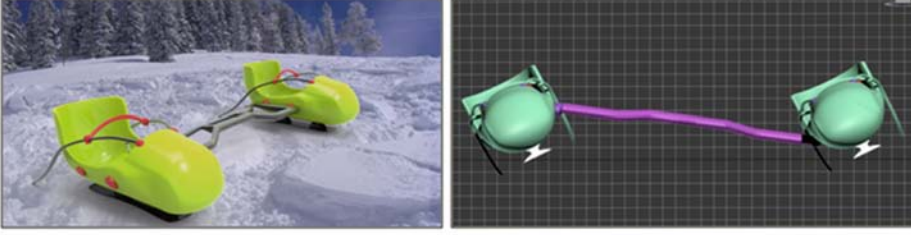
Resim 1. FHS Kuchl zemin kat stüdyo ve maket atölyesi

öğrencilerin sürecin her aşamasında el çizimlerini kullandıkları, ancak iletişimin en yoğun olduğu karar verme aşamalarında el çizimlerinin yoğunlukla kullanıldığı gözlenmiştir.

Senaryonun oluşturulup ürünleşme sürecine geçildiği zaman ise endüstriyel tasarımcıların maket ve bilgisayarda üç boyutlu modellemeyi tasarım gelişiminin bir aşaması ve fikrin ifadesi için sıklıkla kullandıkları, ilk aşamadaki basit maketlerin gelişerek ve detay kazanarak kimlik bulduğu gözlenmiştir. Mekan ölçeğinde çalışan mimar ve iç mimar öğrenciler ise daha çok el çizimleri ve ölçekli plan ve görünüş çizimlerle tasarım fikirlerini geliştirmeyi ve detaylandırmayı tercih etmişlerdir. Mekanın modellemesini ise geliştirilmiş fikrin ifadesi için kullanmayı tercih ettikleri gözlenmiştir. Güçlü olan ve kabul gören fikir hangi ölçekte ise, o disipliner grubun veya figürün proje yönetimi ve bilgi akışı konusunda grubu yönlendirdiği ve bu rolün doğal olarak oluştuğu izlenmiştir.

Öğleden sonraları yapılmış kritikler sırasındaki görüşmelerde ise projenin bütüncül yaklaşımına ait iletişimin anlam ve içeriğine ait verilere ulaşılmıştır. Buna göre endüstriyel tasarımcıların tasarımın erken aşamalarından itibaren yaptıkları üç boyutlu modellemelerin, fikrin anlatımı açısından mimar ve iç mimar öğrencilere de yardımcı olduğu belirlenmiştir. Üç boyutlu ifadenin endüstriyel tasarımcılar tarafından el çizimlerine eşdeğer bir önem ve yoğunlukla kullanılması, iletişim için önemli bir araç olarak görüldüğünü göstermektedir. Kullanıcının kullanım senaryosuna bağlı olarak üç disipliner grup arasında ölçek farklılığının yarattığı algının aşılması için özel çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Örneğin barınağın taban genişliğinin ve yüksekliğinin anlatılması için stüdyoda ölçü alınarak ve yükseklik belirlenerek boyutların gerçek ölçülere dönüştürüldüğü, böylece daha küçük ölçekte çalışan disiplinin algı ve diline uygun biçimde bilginin ifade edilmeye çalışıldığı anlaşılmıştır. Senaryolaştırma aşamasında tasarlanan ürünün kullanım alanının ve dinamik ölçülerin belirlenmesi, böylece mekan ve ürün ilişkisindeki kararlarda bilginin aktarılması çabası izlenmiştir.

Mekan ve ürün ölçeğinde çalışan disiplinler arasındaki karar süreçlerinde, hangi ölçekteki fikir güçlü ve değerli bulunmuşsa, diğer disipline ait tasarım ürünü adapte edilmiş ve tasarım bütünleştirilmeye çalışılmıştır. Ölçüler, biçim, yapı ve buna bağlı tasarım dilinde ortak kararlar yakalanarak bütünlük elde edilmiştir (Resim 2 ve 3). İç mimar ve mimarlar arasındaki diyaloglarda ise, iç mekanın etkinlik dağılımının, kütle açıklıklarındaki kararlarda etkili olduğu, ayrıca mekan dilini ortak disiplinler dil olarak kullanan bu öğrenciler arasındaki iletişimin hızlı olduğu belirtilmiştir. Tasarım kararları verilip sunuş hazırlıkları yapılırken, gruplar içerisindeki disiplinler görselleştirme çalışmalarını öncelikle ayrı yürütmüşler, projenin final sunumu için ise her disiplinin çizimlerini ve görsellerini birleştirerek ortak çalışma düzeninde tamamlamışlardır.



Resim 2. Grup proje çalışması örneğinde ürün tasarımı



Resim 3. Grup proje çalışması örneğinde mekan tasarımı

Sonuç

Bu çalışma, tasarım tabanlı disiplinlerde genel bir problemin çözümünde disiplinler arası işbirliğinin araç, yöntem ve içerikleri hakkında kaynak oluşturmuş, disiplinler arası bir çalışmanın bütüncül ve kapsayıcı bir sonuç için gerekli olduğunu göstermiştir. Ancak, yapılan çalışmada belirlenen araç, yöntem ve süreçlerle ilgili bir genellemenin yapılabilmesi için çalışmanın benzer kurgularla tekrarlanarak sonuçların karşılaştırılması uygun olacaktır.

İşbirliği sırasında katılımcı öğrencilerin çeşitli etkinlik ve yöntemler kullandığı, bazı tasarım araçlarını disiplinlere göre farklı basamaklarda kullanarak projeyi geliştirmeyi ve kendilerini ifade etmeyi seçtikleri görülmüştür. Çalışma sonunda gruplarla yapılan görüşmelerde öğrenciler, yeni deneyimleri içeren çok katmanlı tasarımlar için farklı disiplinler arasında işbirliğinin yararlı ve gerekli olduğunu bildirmişlerdir.

Bununla beraber, çalışmadaki gözlemlerde disiplinler arası bilgi aktarımının ve ortak fikirlerin oluşturulmasının kolay bir süreç olmadığı gözlenmiştir. Öğrencilerin geçmiş deneyimleri, alışkın oldukları çalışma desenleri ve alana özgü dil, çelişiklere yol açabilmekte ve sürecin uzamasına neden olabilmektedir. Var olan kurgu içerisinde işbirliğiyle ilgili bilginin keşfi ve bütünleştirilmesi, tasarım bağlamı ve disiplinler yeterliliklerin yanı sıra kişilerin tutumları, kültürel birikimleri, ve kişisel algılarının da katkısını gerektirmektedir (Krippendorff 1989). Böyle durumlarda olması gereken işbirliği, disiplinler arasında bazen bir yarışmaya dö-

nüşebilmekte (Sonnenwald 1996), bu durum üretilen tasarım çözümünde farklı ölçeklerdeki çözümlerin birbirinden bağımsız kalmasına neden olabilmektedir. Tasarımda işbirliğinde hedefler, bilginin paylaşımında kullanılan yöntemler ve araçlar konusunda yeterince bilgi birikimi sağlandığı durumda, bu bilginin eğitimde ve mesleki uygulamalarda sistematik bir süreç içinde kullanılması mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Alexiou Katerina, Johnson Jeffrey ve Zamenopoulos Theodore. 2009. "Embracing Complexity in Design: Emerging Perspectives and Opportunities." *İçinde Designing for the 21st Century: Interdisciplinary Questions and Insights*, derleyen Tom Inns, 87-100. İngiltere: Gower Publishing Ltd.
- Chiu, Mao-Lin. 2002. "An Organizational View of Design Communication in Design Collaboration." *Design Studies* 23(2):187-210.
- Eckert, C.M., A.F. Blackwell, L.L. Bucciarelli ve C.F. Earl. 2010. "Shared Conversations Across Design." *Design Issues* 26(3):27-39.
- Goldschmidt, Gabriela. 1995. "The Designer as a Team of One." *Design Studies* 16:189-209.
- Krippendorff, Klaus. "On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition that "Design is Making Sense (of Things)." *Design Issues* 5(2):9-39.
- Kvan, Thomas. 2001. "The Pedagogy of Virtual Design Studio." *Automation in Construction* 10:345-354.
- Morozumi M., Y. Shounai, R. Homma, K. Iki ve Y. Murakami. 1999. "A Groupware for Asynchronous Design Communication and Project Management." *İçinde Proceedings of CAADRIA'99*, derleyen Gu ve Vei, Çin, 171-180.
- Phuwanartnurak, Ammy Jiranida. 2009. "Did You Put It on the Wiki? Information Sharing through Wikis in Interdisciplinary Design Collaboration." *SIGDOC'09*, Bloomington, Indiana, USA, 273-280.
- Repko, Allen F. 2012. *Interdisciplinary Research: Process and Theory*. Los Angeles: Sage.
- Roozenburg, N. F. M. and Nigel G. Cross. 1991. "Models of the Design Process." *Design Studies* 16(4):215-220.
- Shön, Donald. 1985. *The Design Studio: An Exploration of Its Traditions and Potentials*. Londra: RIBA.
- Simoff, Simeon J. ve Mary Lou Maher. "Analyzing Participation in Collaborative Design Environments." *Design Studies* 21(2):119-144.

- Sonnenwald, Diane H. 1996. "Communication Roles that Support Collaboration during the Design Process." *Design Studies* 17:277-301.
- Teymur, Nejdet. 1992. *Architectural Education: Issues in Educational Practice and Policy*. Londra: Question Press.
- Uluoğlu, Belkıs. 2000. "Design Knowledge Communicated in Studio Critiques." *Design Studies* 21(1):33-58.
- Van der Merwe, Johann. 2010. "A Natural Death is Announced." *Design Issues* 26(3):6-17.
- Vyas, Dhaval, Gerrit Van der Veer ve Anton Nijholt. 2013. "Creative Practices in the Design Studio Culture: Collaboration and Communication." *Cognition, Technology & Work* 15:415-443.
- Vyas, Dhaval, Dirk Heylen, Anton Nijholt ve Gerrit Van der Veer. 2009. "Collaborative Practices that Support Creativity in Design." İçinde, derleyenler Ina Wagner, Hilda Tellioğlu, Ellen Balka, Carla Simone ve Luigina Ciolfi, 151-170. Londra: Springer.

TASARIM SÜRECİNDE YÖNTEMLER

ÜRÜN TASARIMI EĞİTİMİNDE KURAM VE UYGULAMANIN KESİŞMESİ: ANLAM-BİLİMSEL BİR DENEME

Hümanur Bağlı, İstanbul Teknik Üniversitesi

Bu çalışma, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde 2005 yılından beri yürütülmekte olan Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim isimli lisans dersi kapsamında yapılan bir dizi projenin sürecini ve bu sürecin sonuçlarının paylaşılmasını hedeflemektedir. Söz konusu dersin ilk kısmı temel iletişim teorilerinden, göstergebilim kavramlarına ve bunlar üzerinden uygulaması yapılan reklam analizi çalışmalarına dayalıdır. İkinci kısım ise ürünün kültürel anlamlarına ilişkin temel okumaları ele alarak başlar. Devamında ise Ürün Anlambilimi üzerine yapılan bir giriş ve belli kategorizasyonların değerlendirilmesini içerir. Ürün Anlambilimi tasarım literatüründe görece eski bir paradigmayı işaret eder. Ancak, sunduğu perspektif ve analiz araçları açısından özellikle tasarım eğitiminde hâlâ geçerliliğini sürdüren bir alandır. Bu nedenle konu, ders kapsamında özellikle mevcut ürünlerin analizi bağlamında kullanılmış ve bunun öğrencilerin mesleki perspektiflerindeki gelişmeye de faydalı olduğu görülmüştür. Ancak, son birkaç dönem içinde dersin eğitmeni tarafından bu derste teorik altyapısı verilen kavramsal çerçevenin sınanmasında sadece teorik çıktı beklentisinin dışına çıkma kararı alınmıştır. Ders, nesneyi ya da ürünü hem reklam kurgusu içinde hem de işlevsel anlamları açısından ele alan farklı analiz çerçeveleri verdiği için, final çıktısının yine öğrencinin kendisi tarafından kurgulanan ürün eskizleri ve bunların temellendirilmesini içermesi öngörülmüştür. Bu çalışmada, bu çıktılar, derste hedeflenenler ve edinilenler, başarı ve eksiklikleri açısından değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Ürün anlambilimi, göstergebilim, iletişim, tasarım eğitimi, tasarım düşüncesi

Giriş

Semantik ya da anlambilim, anlam ve anlam oluşumu üzerine çalışan bir alandır. Göstergebilimle dirsek teması da dil ile bağlantısından gelmektedir. Hem anlambilim hem de göstergebilim, temellerini dildeki anlam oluşumuna dayandırır ve dili bir sistem olarak merkeze alır.

Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim dersi, anlambilim ve göstergebilimi yoğun olarak programı içine almış bir derstir. Bunun nedeni sözünü ettiğimiz bu dilsel

yapının getirdiği analiz ve tartışma biçimlerinin ürün tasarımı eğitiminde de belirli yararları olduğu düşüncesidir. Özellikle ürün anlambilimi (*product semantics*) 80’li yılların sonunda ürün tasarımı ile bağlantısı içinde yeni bir alan olarak ortaya çıkmış ve çeşitli konferanslar ve yayınlarla literatürde yerini almıştır.

Krippendorff’a (2006, 1) göre ürün anlambilimi bir grup tasarımcının “tasarımı yeniden tasarlamak” için getirdikleri fikirleri içerir. Nesnelerin sembolik niteliklerini araştıran ve aynı zamanda kültürel özelliklerini geliştirmek için kullanılabilir bir tasarım aracıdır. Bu ikili tanımla Krippendorff, anlambilimin hem kuramsal hem de uygulama anlamında kullanılabilirliğinden ve açılımlarından söz etmektedir.

Yine Krippendorff’a göre bu ikili amaç, göstergebilimin epistemolojisinden ayrışır, zira göstergebilim klasik anlamında işlev ya da simgeye ilişkin anlamları oluşturan bir araç olmaktan ziyade sadece analizi içeren ve anlam oluşumundaki sistematik işleyişi açıklayan ve açımlayan bir çalışma alanıdır. Göstergebilimsel analiz, ders kapsamında özellikle mevcut ürünlerin analizi bağlamında değerlendirilmiş ve bunun öğrencilerin mesleki perspektiflerindeki gelişmeye de faydalı olduğu görülmüştür.

Ürün anlambilimi tasarım literatüründe görece eski bir paradigmayı işaret eder. Ancak, sunduğu perspektif ve analiz araçları açısından özellikle tasarım eğitiminde hâlâ geçerliliğini sürdüren ve farklı müfredatlarda ders ve çalıştay konusu olarak görmeye devam ettiğimiz bir alandır (Bağlı 2011).

Bu çalışma, yazarın eğitim verdiği üniversitedeki Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde 2005 yılından beri yürütülmekte olan Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim dersi kapsamında yapılan bir dizi eğitim etkinliğinin sürecini ve bu sürecin sonuçlarının paylaşılmasını hedeflemektedir.

Söz konusu dersin ilk kısmı temel iletişim teorilerinden, göstergebilimsel kavramlara uzanır ve sonrasında bunlar üzerinden uygulaması yapılan reklam analizi çalışmaları ile devam eder. Ürünlerin reklamlar aracılığı ile oluşturdukları düz anlam ve yananlam gibi kavramlar dersin bu aşamasında ele alınır. İkinci kısım ise ürünün kültürel anlamlarına ilişkin temel okumaları ele alarak başlar. Devamında ise ürün anlambilimi üzerine yapılan bir giriş ve belli kategorizasyonların ürün örnekleri üzerinden değerlendirilmesini ve çözümlenmesini içerir.

Norman’a (2014) göre tasarım inşa etme ve yapma üzerine kurulu sentetik (*synthetic*) bir alandır. Analitik ve sentetik olanı birleştirecek yaklaşımlara ihtiyacımız olduğunu işaret eden Norman, tasarım pratiği ile bilim ve mühendisliğin bilgisini bir araya getirmeyi önemser.

Bununla bağlantılı olarak, son birkaç dönem içinde dersin eğitmeni tarafından bu derste teorik altyapısı verilen kavramsal çerçevenin sınanması noktasında salt teorik yöntem ve çıktıların dışına çıkma kararı alınmıştır. Ders, nesneyi ya da ürünü hem reklam kurgusu içinde hem de işlevsel anlamları açısından ele alan

farklı analiz çerçeveleri vermektedir. Bu nedenle, dersin final çıktısında yine aynı araçlarla öğrencinin kendisi tarafından kurgulanan ürün eskizleri kullanılarak anlamsal olarak temellendirilmesi öngörülmüştür.

Bu bir bakıma tasarım eğitimi açısından da arakesitte yeni bir yöntem denemesi olarak görülebilir. Klasik tasarım eğitimi ya da tasarımla bağlantılı bütün disiplinlerdeki müfredat anlayışında merkezde uygulamaya yönelik proje ya da stüdyo dersleri bulunur. Bu merkezin etrafında da çıktıların diğer dersler aracılığı ile bu temel derse hizmet etmesinin beklendiği bir sistemden söz edilebilir. Bu Findeli'nin (2001) tasarım eğitiminin tarihçesine değinirken gündeme getirdiği bir ayrılıkla da bağlantılıdır. Bauhaus eğitiminin temeli üç ayak üzerine oturmaktadır: teknoloji, sanat ve bilim. Dessau'da da eğitim alanları pratik eğitimi ve teori ve pratiği de içeren biçimsel eğitim ve diğer tamamlayıcı alanlar olarak ayrılmıştır. Findeli'ye göre bu bir kutuplaşmayı, teori/pratik kutuplaşmasını işaret eder (Findeli 2001, 6-7).

Boradkar (2010) ise tasarım araştırmalarının tarihçesini irdelerken, tasarımın geleneksel rolünün nesnelerin eleştirel yorumundan ziyade üretim olduğunu dile getirir. Endüstri ürünleri tasarımı müfredatlarında bu nedenle eleştirel ve analitik derslerden ziyade beceriye dayalı stüdyo derslerinin olduğunu ve bu nedenle öğrencilerin analizde kullanılabilecek teorilerden yoksun bir eğitim aldığını söyler (2010, 21).

Bu anlamda kuramsal bir ders olarak kurgulanan Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim de bu klasik müfredat yapısında uygulamadan uzak bir ders olarak formüle edilmiştir. Ancak bu makalede anlatılan çalışma bu yapıyı bozmayı deneyen bir yaklaşıma işaret etmektedir.

Bu tartışmanın bir diğer açılımı da başka bir klişeye temas etmeyi sağlayacaktır. Uygulama, eğitim ve tasarım epistemolojisinde çoğunlukla murat edilen bir amaç sonucuna işaret eder. Diğer bir deyişle uygulamadan amaçlanan, bir hedef olarak üründür. Bu, tasarım eğitimi tarihine bakıldığında tasarımın pratik bir alan olarak öne çıkması ve bilim ya da teknolojinin, diğer yandan da yönetsel çalışmaların bu pratik alanı destekleyen bir yapıda görülmesiyle de paraleldir.

Oysa bu bakış açısında gözden kaçırılabilir başka ara/ana hedefler olabileceği göz önüne alınmalıdır. İçine analiz ve araştırma sürecini de katabileceğimiz bir tasarım sürecinde uygulamaya yönelik çalışmalar sadece sonuç "ürünü" değil, araştırma sürecindeki bilginin kullanımı ve içselleştirilmesindeki ifadelerin tümünü içerir. Diğer bir deyişle uygulamaya doğru yönelen rotada eskiz, tasarımcının ya da araştırmacının fikir silsilesindeki aşamaları ve gelişimleri gösterir. Diğer yandan da tam da konunun iletişim olduğu bir alanda, uygulama eskiz ve çizimlerinin tasarımcının kendini ifade ettiği bir dil olarak bağımsızlaştığından da söz edebiliriz.

Bu noktada bu çalışmada açıklanmaya çalışılan analiz ve sentezi içinde barındıran süreçte, klasik analiz ve sentez ayrımı da bulanıklaşmaya başlamalıdır. Çünkü kavramsal analizi ve araştırmayı takip eden sentez sürecinde de analitik bakış açısı devam etmekte, bir ifade biçimi olarak tasarım eskizlerinin öğrencinin ya da araştırmacının kuramsal birikimini ve sürecini yansıtmayı beklenmektedir.

Diğer bir deyişle bu çalışma Dorst'un, "yaparak öğrenme" (*learning by doing*) ya da "usta/çırak ilişkisi"ne dayalı klasik eğitim tasarım müfredatında yapılacak yeni metodik yaklaşımlar ve yeni sentezlerle daha iyi noktalara gelmesi temennisine bir atıf gibi de görülebilir (Dorst 2006).

Problem ve Eskizler

Dönem içinde Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim dersi kapsamında üzerinde durulan konular şu şekilde sıralanabilir: Temel iletişim kuramları (Fiske, 1990), göstergebilime giriş, temel kavramlar, Peirce'in (1994) görüntüsel, belirtisel ve simgesel gösterge kavramları, Roland Barthes'ın (1977) Panzani reklamı temel alınarak yapılan göstergebilimsel analiz çalışması (reklam analizi), Marx ve Baudrillard (1981) ekseninde değer kavramları, anlambilime giriş, anlambilimsel analiz (Vihma 1989). Konu edilen ödev ya da çalışma bu süreçlerin sonunda bütün dönemin birikimini ölçmek amaçlı yapılmaktadır.

Peirce'in göstergebilimsel kategorizasyonlarından belki de en önemlisi ve en çok referans gösterilmiş olanı görüntüsel, belirtisel ve simgesel gösterge kavramlarıdır. Bu kavramlar göstergedeki gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin "nasıl" kurgulandığı ile ilgilenir (Peirce 1994). Bu üçleme dildeki mekanizmaları anlatmak için kullanıldığı gibi, reklam analizi gibi kültürel olguların analizinde ve ürün anlambilimi literatüründe ürün analizi amaçlı olarak da kullanılmıştır (Vihma 1989). Bu üçlü kategorizasyon, gösterge olarak işleyen bütün kültürel yapılar da analiz aracı olarak kullanılabilir ve anlamların oluşumuna dair açılımlar sağlamaktadır.

Göstergebilim teorilerinin ilk anlatıldığı aşamada üzerinde durulan Peirce'in (1994) görüntüsel, belirtisel ve simgesel gösterge kavramları dersin belli aşamalarında yeniden gündeme gelerek bir analiz aracı olarak farklı biçimlerde kullanılmıştır. Ancak bu son ödevde Peirce'in bu meşhur üçlemesi bir analiz aracı olarak değil, ele alınan bir ürün üzerinde bir değişken ve yeni bir ürün fikrinin temeli olarak kullanılmıştır.

Öğrencilere verilen brief üzerinden problem şu şekilde özetlenebilir:

Belirli bir ürün seçiniz. Bu ürünü görüntüsel, belirtisel, simgesel göndermelerini değiştirerek ve farklılaştırarak üç yeni ürün alternatifi geliştiriniz. Geliştirdiğiniz ürünlerden bir tanesini Barthes'ın reklam analizinde ele alındığı biçimiyle bir reklam bağlamı içinde kurguladığınız grafik bir çalışma ile sununuz.

Görüntüsel Değişken

Görüntüsel gösterge ya da ikon, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin benzerliğe dayalı olduğu göstergelere verilen isimdir. Örneğin fotoğraf bunun için verilebilecek en tipik örnektir (Fiske 1990). Fotoğrafi çekilen nesne ve fotoğraf üzerinde oluşan görüntü arasında birebir benzerlik ilkesi işler. Ürün tasarımı bağlamında bakıldığında ise ürün öncelikle kendine ve kendi ürün kategorisine benzer. Örneğin ütü her şeyden önce kendisine, yani ütüye benzer. Vihma (1989) buharlı ütü üzerinden yaptığı analizinde ütünün kendisi dışında bir gemiyi andırdığından ve bunun da o ütüye dair yananlamsal ya da metaforik özellikleri oluşturduğundan bahseder.

Verilen ödevde görüntüsel ya da ikonik gösterge kategorisinde ürünün ikonik özelliklerinin değiştirilmesi ve bunun anlamlı bir söylem oluşturması beklenmektedir. Vihma'nın da belirttiği gibi görüntüsel özellikteki herhangi bir değişiklik, iyi bir kurgu içinde gerçekleştirildiğinde ürüne metaforik (düzdeğişmece) bir nitelik katarak yananlamını belirleyen bir unsur haline gelmektedir.

Örneğin Resim 1'de Ahmet Varlık isimli öğrenci, tükenmez kalem gergedanın belli biçimsel niteliklerine yaklaştırarak gergedana ait güçlülük, kararlılık, vahşilik ve egzotiklik gibi bazı nitelikleri ürünle birleştirmiştir.

Gergedan^{ikonik}



rünün formu, "gergedan"dan esinlenilerek oluşturulmuştur.
rün yine kendi ailesinde yer alan diğer kalemlere benzemektedir.
akat ürün, çizgisel ve formsal olarak "gergedan" a gönderme yapmaktadır.



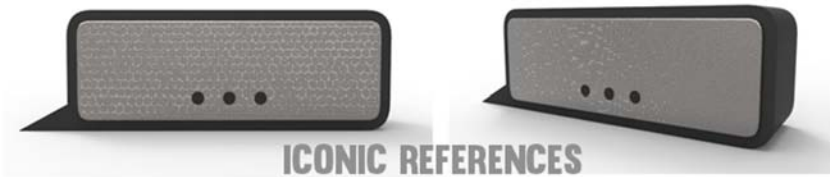
Resim 1. Görüntüsel analiz üzerinden kalem tasarımı (Ahmet Varlık)



Resim 2. Görüntüsel analiz üzerinden saat tasarımı (Ecmel Serra Püsküllü)

Diğer örnekte ise öğrenci bir önceki örneğin tersine doğadan değil de kültürel olarak öğrenilmiş bir formdan, ok formundan yararlanarak bir tasarım eskizi geliştirmiştir. Saatteki akrep ve yelkovan işlevini işaret etmeyi en çok ifade eden ok biçimiyle pekiştirmiştir. Metaforik göndermesi belirgin olmasa da ilginç ve yeni bir tipolojiye yaklaşmıştır (Resim 2).

Tuğçe'nin çalışmasında ise görüntüsel referans yine kültüreldir, ancak ürünün anlamı ile gönderme yaptığı görsel öge arasındaki bağlantı ürün fikrini güçlendirmektedir. Sesle ilgili bir aygıt olan radyonun anlamını yine ses ve konuşmaya gönderme yapan “konuşma balonu” ikonunu kullanarak güçlendirmiştir (Resim 3).



Resim 3. Görüntüsel analiz üzerinden radyo tasarımı (Tuğçe Ecem Tüfek)



Resim 4. Belirtisel analiz üzerinden saat tasarımı (Ecmel Serra Püsküllü)

Belirtisel Değişken

Belirti, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin neden sonuç ilişkisine bağlı olduğu göstergedir. Ayak izinin oradan birisinin geçtiğinin göstergesi olması gibi (Fiske 1990). Ancak özellikle ürün tasarımı belirti, yine aynı neden sonuç ilişkisine bağlı olarak işleve işaret eder. Diğer bir deyişle üründe belirti onun işlevini anlamamızı sağlayan ya da güçlendiren referanslardır. Bu bölümde bu referansların değişken olarak kullanıldığı birkaç örnek görülebilir (Resim 4-6).

Bu saat örneğinde ürünün temel işlevlerinden biri olan saat ayarlamaya dair ürünün hep yan tarafında görmeye alışkın olduğumuz düğmenin, tam ortaya alındığını görüyoruz. Bu akrep ve yelkovanın hareket ettirilmesine ilişkin belirtisel özelliğin bu elemanlara yakınlık ve pozisyonundan dolayı mevcut örneklere göre daha fazla güçlendirildiği bir eskiz olarak görülebilir (Resim 4).

Selen Alpa'nın çalışmasında ise kulaklık işlevine ek bir belirtisel, aynı zamanda kültürel bir işlev eklenmiş ve bir ritüeli içinde barındıran bir tasarım fikri geliştirilmiştir. İki kulaklık parçasının birleştirilerek “dilek dileme” gibi kültürel bir ritüelin mevcut formla gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir (Resim 5).



Resim 5. Belirtisel analiz üzerinden kulaklık tasarımı (Selen Alpa)



Resim 6. Şemsiyenin belirtisel analizi üzerinden ürün tasarımı (Limay Türkkan)

Şemsiye nesnesinden başlayan çalışmada ise öğrenci, nesnenin belirtisel yani işlevsel anlamını tamamen bozuma uğratmış ve yeni bir işlev olan uçurtma işlevini eklediği basit elemanlarla ifade etmeyi başarmıştır (Resim 6).

Simgesel Değişken

Peirce'e göre simge, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin kurgusal olduğu durumları işaret eder ve kültürel öğrenme gerektirir. Örneğin marka ve markanın taşıdığı anlamlar tamamen kültürel kurgu içinde var olmaktadır. Ya da belli malzeme ve yüzeyler doğrudan simgesel bir anlam olan prestij, pahalılık gibi kavramlara gönderme yaparlar. Simgenin bir değişken olarak kullanıldığı eskiz çalışmalarından bazıları şunlardır (Resim 7-9).

Bu kategori değişken olarak kullanıldığında daha ziyade ürünün hitap ettiği kullanıcı kitlesi ya da kültürel anlamlarında değişikliğe ulaşılmıştır.

Simya Sembolik



Değerli metaller (altın,gümüş,bronz) kullanılarak ve "işleme" yapılarak üretilen bu kalemler; işlevlerinden daha çok görünümleri ve sahip olduğu maddi değerler ile ön plana çıkmaktadır.

Kullanıcıların birçoğu belki de bu kalemleri yazı yazmak için değil, yalnızca hediye etmek, koleksiyonun bir parçası haline getirmek için satın alacaktır.



Resim 7. Simgesel analiz üzerinden kalem tasarımı (Ahmet Varlık)

Resim 8. Simgesel analiz üzerinden kahve demliği (*french press*) tasarımı (Kübra Varol)

SYMBOLIC



Resim 9. Simgesel analiz üzerinden kulaklık tasarımı (Selen Alpa)

Simgesel referans, ikonik referansla sonuçları itibariyle yakınlık gösterir, çünkü ikonik göndermedeki değişiklikler genellikle metaforik bağlantıları etkilediğinden sonuçları da simgesel değişikliğe yaklaşır. Bu kategoride öğrenciler genellikle malzeme ile oynayarak simgesel nitelikler olan prestij, kalite vb. gibi özelliklere vurgu yapmışlardır.

Sonuç

Yapılan ödev bazı öğrenciler tarafından ilk aşamalarda çok algılanamasa da genel olarak ilgi gösterilen bir çalışma olmuştur. Peirce'ın bu kategorizasyonu, içerdği kategorilerin genellikle içiçe geçtiği ve çok farklı biçimlerde yorumlanabildiği bir modeldir. Algılanma ve yorumlamadaki zorluklar biraz da bu nedenle yaşanmıştır. Ancak aynı neden, elde edilen ürün eskizi çeşitliliğini de sağlayan faktördür.

Öğrenci performansları ele alındığında dönem performansı ile öğrencilerin bu ödevdeki performansları arasında paralellik olduğu söylenebilir. Bu, kuramsal bir dersin birikiminin uygulamalı bir araç ile sınanabileceğinin bir işareti olarak görülebilir. Kaldı ki, öğrencilerden yaptıkları eskizlerin teorik açıklama ve temellendirmesini bir raporla teslim etmeleri de beklenmiştir.

Diğer yandan, yapılan çalışmada oluşturulan eskiz ve yaklaşım çeşitliliği, hepsi aynı kavramsal analize dayalı olsa da farklı sonuçların ve yorumların elde edilebiliyor olduğunu göstermektedir. Bu da ele alınan yöntemi sadece kuramsal konuların sınıandığı bir çalışma olmaktan çıkartmakta ve ürün geliştirme süreçlerinde de kullanılabilirliğini düşündürmektedir.

Bununla bağlantılı olarak, her ne kadar burada tasarım bir ifade aracı ve birikimi gösteren bir işaret olarak görülse de, elde edilen sonuçların bir kısmının neredeyse ticarileşecek kadar ürüne yaklaştığı görülmektedir. Kavramsal anlamda güçlü temeller kurulduğunda ve bunlar gerçek amaçlarla buluşabildiğinde sonuca yakın ürün fikirlerine ulaşmak mümkün olabilmektedir.

Konunun özgünlüğünün bir başka açıdan değerlendirilmesi de şudur: Eğer çalışma yöntemi, kavramsal çözümleme, kavram geliştirme, araştırma ve uygulamaya yönelik süreçler sağlıklı işler ve kendine özgü kurgusunda doğru çalışırsa, başka bir yöntem ve yaklaşımla çalışıldığında aynı sonuçlara ulaşamayacaktır. Burada ki ürün ve kavram çeşitliliği de bu düşüncüyü destekler görünmektedir.

İleriki çalışmalarda bu tür kavram setleriyle daha farklı çalışmalar yapılabilir. Bu tasarım eğitimcilerinin hem proje geliştirme süreçlerine hem de kavramsal konulara olan hakimiyetleri ile ve bunları bir arada düşünebilmeleri ile doğru orantılıdır. Bu noktada tasarım eğitimcilerinin de eğitimi tasarlamak ve yeni yöntemler geliştirmek anlamında yeniliklere açık olmaları hedeflenmelidir.

Diğer bir açılım da dilbilimsel ya da göstergebilimsel bir analizin baskın olduğu böyle bir çalışmada kullanıcı kavramının devreye sokulması olabilir. Dilbilimsel teoriler ve bağlantılı olarak ürün anlambilimi, ürünü analiz ederken nesnel bir

bakış açısının içine sıkışıp dar bir çerçeve içinde kalma tehlikesi içerir. Oysa göstergebilimin sunduğu kavramsal çerçeve, kullanıcı araştırma metodları ile birleştirildiğinde kapsayıcılık açısından çok daha güçlü hale gelmektedir (Bağlı 2011).

Çalışmanın başında da belirtildiği gibi, tasarımın sadece ürün ve sonuç odaklı değil, süreç, iletişim ve ifade odaklı olarak kullanımının özelde tasarım eğitiminde, genel olarak iletişim ve bütün alanlardaki eğitim ve iletişim yöntemlerinde bir açılım yaratabileceği söylenebilir (Brown 2009). Bununla birlikte tasarım düşüncesindeki doğru problemi yakalama ve çözme, bütün disiplinleri bir arada düşünme ve insan ve teknolojinin uyumlu birer aktör olarak çalışıldığı insan-merkezli yaklaşım gibi özellikler tasarımın genel anlamda diğer bağlamlarda hizmet edebileceği farklı niteliklerdir (Norman 2014).

Bu tür yaklaşımlar tasarım eğitimini modern bir ikili ayrım olan teori/pratik ekseninin ötesinde değerlendirmeye fırsat sağlarken, tasarım düşüncesi ve yöntemlerini de salt tasarım alanının içine hapsetmekten kurtaracaktır.

Teşekkürler

2011-2013 yılları arasında Ürün Tasarımında Kültür ve İletişim dersini alan bütün öğrencilerime, özellikle bu makalede yer alan başarılı örneklerinden dolayı Kübra Varol, Limay Türkkan, Ahmet Varlık, Ecmel Serra Püsküllü, Tuğçe Ecem Tüfek ve Selen Alpa'ya teşekkür ederim.

Kaynakça

- Bağlı, Hümanur. 2011. "Product Semantics Meets the User: A Design Workshop with a Fresh Look to an Old Paradigm". İTÜ AZ Dergisi 8(2):103-121.
- Barthes, Roland. 1977. *Image, Music, Text*. New York: Hill and Wang.
- Baudrillard, Jean. 1981. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. ABD: Telos Press.
- Boradkar, Prasad. 2010. *Designing Things*. Oxford, New York: Berg.
- Brown, Tim. 2009. *Change by Design*. New York: Harper Collins.
- Dorst, Kees. 2006. *Understanding Design*. Gingko Press.
- Findeli, Alain. 2001. "Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion". *Design Issues* 17:5-17.
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge.
- Norman, Donald. 2014. "How Design Education Must Change". Erişim tarihi 19 Haziran. <<https://www.linkedin.com/today/post/article/20140325102438-12181762-state-of-design-how-design-education-must-change>>

- Krippendorff, Klaus, 2006. *The Semantic Turn; A New Foundation for Design*. Boca Raton, London, New York: Taylor & Francis, CRC Press.
- Peirce, C. Sanders. 1994. *Peirce on Signs: Writings on Semiotic*. Derleyen James Hoopes. Chapel Hill, North Carolina: University of North Carolina Press.
- Vihma, Susann. 1989. “Product Form – A Semiotic Approach”. İçinde *Semantic Visions in Design: Symposium on Design Research and Semiotics Proceedings*, 1-7. Helsinki.

BEYİN FIRTINASI YÖNTEMİYLE AMBALAJ TASARIMINA YÖNELİK ÇÖZÜM ALANLARI ÖNERİLMESİNDE İZLENEN DÜŞÜNCE TAKTİKLERİ VE STRATEJİLER

Naz A.G.Z. Börekçi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Seçmeli lisansüstü dersi kapsamında rafa hazır ambalaj tasarımı konusunda altı katılımcının yer aldığı kısa dönemli bir eğitim projesi yürütülmüştür. Süreç proje konusunun dağıtılmasından ambalaj prototiplerinin teslimine kadar aşamalandırılarak beş haftaya yayılmıştır. Konu üzerinde yürütülen araştırmanın ardından katılımcılar ortak olarak problem alanlarını belirlemişlerdir. Ardından çözüm alanlarının önerilmesi için bir beyin fırtınası oturumu düzenlenmiştir. Bu oturumda katılımcılar hem bireysel hem grup olarak tartışmalar yürütmüşlerdir. Bu oturumun proje süreci için önemi, bilgi altyapısı oluşturulduktan sonra yaratıcı düşüncenin ilk uygulandığı ve sürecin izleyen aşamalarında kullanılacak tasarım fikirlerinin ortaya konduğu aşamayı oluşturmaktadır. Bu açılardan oturum çıktıları yaratıcı düşüncenin hangi yollarla ortaya konduğunun incelenmesi için değer bulunmuştur. Katılımcılar oturumda yürütülen tartışmaları dağıtılan kağıtlara sistematik olarak not alarak belgelemişlerdir. Belgelerin yazılı içeriği derlenerek içerik analizi ve tematik analiz uygulanmıştır. Analizlerin sonunda katılımcıların tartışmalarının toplandığı üç ana başlık *gözlem ve yorum*, *problem alanı tanımları ve gerekçeleri* ve *çözüm alanı önerileri ve gerekçeleri* olarak belirlenmiştir. Katılımcıların tartışmaları başlatmak, sürdürmek ve yönlendirmek için belirli düşünce taktikleri uyguladıkları saptanmıştır. Saptanan 12 düşünce taktiği *kullanıcının olası davranışını belirleme*, *yapılan tartışmaların üzerinden geçme*, *analoji kullanımı*, *önerilen fikirleri sorgulama* ve *diğerlerine soru sorma* olarak beş başlık altında toplanmıştır. Ayrıca katılımcıların çözüm alanları önermek amacıyla belirli stratejiler izledikleri ve bu stratejilerin kullanımıyla projeye kendi yaklaşımlarını getirdikleri görülmüştür. Saptanan 12 strateji *kullanıcı odaklı*, *kullanım ortamı odaklı*, *pazarlama ve satış odaklı*, *süreç odaklı* ve *sonuç odaklı* olarak beş başlık altında toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Problem alanı, çözüm alanı, düşünce taktikleri, stratejiler, beyin fırtınası

Giriş

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü “Tasarım Metodları” lisansüstü seçmeli dersinde yürütülen kısa dönemli bir eğitim projesi kapsamında bebek maması kavanozları için oluklu mukavvadan üretilen rafa hazır ambalaj konusu çalışılmıştır. Beş haftaya yayılan tasarım sürecinde derse devam eden altı katılımcı yer almıştır. Süreç proje tanımının verilerek araştırma konularının dağıtılması ile

başlamış, araştırma sunumlarının ardından rafa hazır ambalaj örnekleri incelenmiş, ambalajın alt işlevleri tartışılarak problem alanları belirlenmiş, bu alt işlevler ile ilgili çalışma ilkeleri geliştirmek üzere bir analogik düşünce çalışması yürütülmüş, çözüm alanları önerilmesi amacıyla bir beyin fırtınası oturumu düzenlenmiş, ardından katılımcılar proje tanımını gözden geçirerek proje kıstaslarını yeniden tanımlamışlar ve bir öncelik sıralaması yapmışlardır. Süreç tasarım fikirleri üretilmesi, seçilen fikirlerin geliştirilmesi, maket yapımı, ürün denemesi, uzman görüşü alınması ve taydaş değerlendirmesi ile devam etmiş, alınan geribildirimler doğrultusunda tasarımların geliştirilip prototiplerinin yapılmasıyla sona ermiştir.

Projenin ardından süreç ve sonuçları ile ilgili değerlendirme yapıldığında, katılımcıların tasarım süreci içinde yaratıcı düşünce kullanarak tasarım fikirleri önermeye başladıkları ilk aşamanın beyin fırtınası oturumu olduğu, bu oturumda belirlenen çözüm alanlarına sürecin devamında sadık kaldıkları ve teslim edilen son tasarımların bu çözüm alanlarına yönelik önermeler içerdiği gözlenmiştir. Bu gözlem, oturumda yürütülen tartışmaların katılımcıları çözümlere yönelik doğru hedeflere yönlendirdiği ve katılımcıların oturum çıktılarını sürecin devam aşamalarında kullanarak geliştirmeyi tercih edeceği niteliklerde bulunduğu düşüncelerini oluşturmuştur. Bu motivasyonla, “katılımcılar tanımladıkları problem alanlarına yönelik çözüm alanlarını ortaya koyarken nasıl bir yol izlemişlerdir?” sorusuyla bir araştırma alanı belirlenmiştir. Araştırma sorusuna yanıt aramak üzere oturumun dokümantasyonu içerik analizi ve tematik analizle incelenmiştir. Analizlerin sonucunda katılımcıların üzerinde durdukları konular saptanmış, ayrıca fikir üretmek üzere yürütülen tartışmalarda çeşitli düşünce taktikleri ve stratejiler kullandıkları anlaşılmıştır. Bu bildirinin amacı katılımcıların uyguladıkları düşünce taktikleri ile izledikleri stratejileri sunmak ve fikir üretme sürecinde tasarım taktik ve stratejilerinin etkin kullanımına yönelik görüşler ortaya koymaktır.

Tasarım Taktikleri ve Stratejileri

Jones (1980) stratejileri tasarımcıların tasarım sürecini planlarken uygulamak üzere belirledikleri eylemler listesi olarak tanımlar. Lawson ve Dorst (2009) tasarımda strateji kullanımını bir düşünme tipi olarak açıklar. Strateji temelli düşünme, tasarımcının gerekli eylemler dizisini öngörebilmesini, elindeki bilgiyi probleme uygun yorumlayabilmesini, bu bilgiyi sürece dahil edebilmesini ve eylemlerin sonuçlarını kullanabilmesi için sürece dair yeterli bilgiye sahip olmasını gerektirir. Bu yaklaşım tasarımcının tasarım problemini kişisel yaklaşımıyla ele aldığını ve belirlediği stratejiye süreç boyunca sadık kaldığını söylemektedir. Strateji temelli düşünmede önemli faktörler tasarımcının temel problemi saptayabilme, probleme kişisel odağını getirebilme ve buna uygun çözümler üretebilme becerileridir. Lawson (2000) tasarımcıların eğitimleri ve mesleki deneyimleri boyunca tasarım problemlerine yaklaşımlarını yönlendiren ilkeler dizisi oluşturduklarını belirtir. Tasarımcının iç yönlendirmeleri olarak bu ilkeler ve tasarım projesinin tanımından kaynaklanan dış kısıtlar, tasarımcının tasarım problemini nasıl ele alacağına

dair stratejilerini belirlemede etken iki faktördür. Lawson (2000) tasarımcıların stratejilerini çoğunlukla verilen proje tanımını hızlıca taradıktan sonra belirleyebildiklerini belirtir.

Çalışmalar tasarımcıların izledikleri çalışma sürecinde çözüm odaklı olduklarını ve tasarım sürecinin erken bir aşamasında tasarım çözümlerini belirlediklerini göstermektedir (Lawson 2000; Dorst ve Cross 2001; Cross 2006; Lawson ve Dorst 2009; Wiltschnig, Christensen ve Ball 2013). Genel kanı problem anlayışının ve çözümün birlikte evrilerek geliştiği yönündedir. Bu süreç tasarım probleminin tasarımcı için öne çıkan yönlerine yönelik ve süreç içinde derinlemesine irdelenip geliştirilecek olan geçici tasarım çözümleri (*primary generators*) üretilmesi ile sonuçlanır (Darke 1984).

Schön (1983, aktaran Dorst 2011) özellikle deneyimli tasarımcıların, sürecin erken aşamasında, problem alanına bakış açılarını sınırlayan çerçeveler belirlediklerini, böylece probleme kişisel yaklaşımlarını getirebildiklerini söylemektedir. Bu anlayışa göre, tasarımcılar bu çerçeveden beliren problemin temel çelişkinsini çözdükten sonra, problemin daha derin bir analizini yaparak yeni çerçeveler belirlerler. Problem alanı içinde ele alınması gereken konuları saptayarak arayışlarını sürdürmeye karar verdikleri bu çerçeveler çözüm alanlarına işaret etmektedir (Schön 1983, aktaran Cross 2006).

Lawson (2000) tasarım taktiklerini tasarımcıların, bilerek veya bilmeden, kendi düşüncelerini tasarım süreci içinde yaratıcı ve üretken düşünceye çevirecek şekilde kontrol edebilme yolları olarak açıklar. Tasarımcıların üretken düşünme sırasında uyguladıkları eylemler probleme farklı açılardan bakabilmeyi gerektirir. Etkileşimli tartışmaların yürütüldüğü beyin fırtınası gibi yöntemler, üretken bir oturum için farklı bakış açılarını kullanmaktadır (Lawson 2000). Beyin fırtınası kısa sürede çok sayıda çözüm fikri üretmeleri için farklı bilgi ve becerilere sahip bir grup insanı problem üzerinde tartışmak üzere bir araya getiren bir yöntemdir (Cross 1995; Pahl ve Beitz 1996; Roozenburg ve Eekels 1995). Yöntemin önemli bir özelliği katılımcıların birbirilerinden çekinmeden konuşabilmeleri için ortaya konan fikirlere yönelik yargının geride tutulmasıdır (Wright 1998). Yöntem için çeşitli teknikler üretilmiştir (bkz. Gause ve Weinberg 1989; Pahl ve Beitz 1996; Roozenburg ve Eekels 1995; Wright 1998).

Projenin Altyapısının Oluşturulması

Proje Tanımı

Projenin konusu bebek maması (125 g ve 220 g) kavanozları için oluklu mukavadan rafa hazır ambalaj tasarımıdır.

Mevcut Ürünlerle İlgili Saptamalar

- Kavanozlarda satılan hazır bebek mamaları yaygın bir dağıtıma sahiptir ve sıkça tüketilir.

- Bu ürünler içerik açısından çeşitlidir ve ufak ebattadır.
- Market çalışanı için bu ürünleri rafa dizmek zaman alıcıdır ve iş yükü getirir.
- Market çalışanı için hangi tür ürünlerin satıldığını ve raf stokunun azaldığını izlemek zor olabilmektedir.
- Tüketiciler için dizili ambalajların arasından istedikleri içeriğe sahip ürünü tespit etmek ve erişmek zor olabilmektedir.

Ambalajdan Beklentiler

- Ambalajların çoğu durumda üstüste dizili oldukları göz önüne alınarak, ürünleri üretim tesislerinden depolamaya, depolamadan market rafına kadar olan süreçte korumak;
- Ambalaj içeriğini etkili bir şekilde sunmak ve rekabet ortamında marka tanıtımına katkıda bulunmak;
- Toplamda en az dört (2010 g.), en fazla 12 (2700 g.) kavanoz içermek;
- Tüketicinin ambalajı tümünden satın alabileceği gibi, içinden gereksinim duyduğu sayıda kavanozu almasına olanak sağlamak ve
- Market çalışanlarına ambalajın kurulumu ve kaldırılması ile ilgili yönlendirme sağlamak.

Araştırma

Proje tanımının tartışılmasının ardından dersin katılımcılarına araştırma konuları dağıtılarak bir sonraki derse kısa bir sunum hazırlamaları istenmiştir. Konular bebeklerin beslenme düzeni ile ailelerin alışkanlık ve beklentileri, Türkiye pazarındaki yerli ve yabancı bebek gıdaları, bebek gıdası kavanozlarının marketlere dağıtımı ile raflardaki düzeni, başka ürün kategorileri için rafa hazır ambalaj örnekleri, oluklu mukavvanın malzeme özellikleri ile tipik ambalaj çeşitleri ve oluklu mukavva ambalaj tasarımı ve üretimi kriterleri olarak dağıtılmıştır.

Ambalaj Örneklerinin İncelenmesi

Sunumların ardından sınıfa getirilen rafa hazır ambalaj örnekleri incelenmiştir. Örnekler gıda, ev, ya da kişisel bakım ürünleri için rafa hazır ambalajlardan seçilmiştir. Ambalajlar içerikleri çok sayıda, ufak ebatta, kendi başına ayakta duramayıp teşhir için desteğe gereksinim duyan örnekleri de içermiştir. Bazı örneklerden iki adet sağlanmış, hem kapalı hem teşhir için kurulmuş haliyle incelenmiş, ardından sökülerek kutu açılımlarına bakılmıştır. Kutu açılımlarının katlama yerleri, oluk yönünün kullanımı, kesim, açıklıklar, köşe radüsleri, ve yüzey birleştirme detayları incelenmiştir. Ayrıca kurulum aşamasında oluşan ambalaj atıkları, yüzeyden çıkarılan parçalar, açılıp katlanarak oluşturulan detaylar ve kutu iç hacminde oluşturulan kat ya da ayırıcı yüzeyler incelenmiştir. Ambalajlanan ürün

içeriğine ve ağırlığına göre yapılan oluklu mukavva seçimine ve koruyucu iç yüzey uygulamalarına bakılmıştır. Grafik uygulamalar yüzey kaplamaları, renk kullanımı, yazı ve görsel kullanımı, standart ve opsiyonel bilgi içerikleri ve bunların kullanım yüzey ile yönleri açılarından incelenmiştir. Ayrıca destekleyici detaylara ve kullanılan ekstra ambalaj malzemelerine de bakılmıştır.

Araştırma sunumları ve örneklerin incelenmesi, oluklu mukavva ambalaj tasarımı ve üretimi kriterleri ile ambalajın kurulum, kullanım ve kaldırma yönlendirmele-
rinin belirlenmelerinde yararlı olmuştur. Belirlenen kriterler ve yönlendirmeler ile ilgili fikir geliştirme aşamasından önce bilgi sahibi olunması, katılımcılara çalış-
cakları çözüm alanının sınırları konusunda fikir vermiştir.

Problem Alanlarının Belirlenmesi

Tasarım fikirleri üretmeye hazırlık olarak yürütülen *Sinektik* (*Synectics*) çalış-
ması, Prince ve Gordon tarafından geliştirilen ve Cross'un (1995) kaynağında
önerdiği tekniğin kullanımıyla dört farklı türde analogik düşünce kullanımı ge-
rektirmiştir. Bunlar doğadan biyolojik örnekler veren *doğrudan analogiler*, beden
işlevleri düşünülerek oluşturulan *kişisel analogiler*, insan ürünü çözümlerden ve-
rilen *sembolik analogiler* ve gerçekte var olmayan çözümler içeren *fantazi ana-*
lojilerdir. Katılımcılar analogiler önermeden önce rafa hazır ambalaja dair 11 alt
işlev belirlemişlerdir. Ortak olarak belirlenen bu alt işlevler *koruma/üzerini ört-*
me/içerme, *taşıma*, *yeniden doldurma/yerine yerleştirme*, *bir arada tutma*, *açma/*
kapama, *dikkat çekme/görünürlük*, *ambalajı bütün olarak raftan alma*, *tek birimi*
ambalajdan çıkarma, *etkin sunum/sergileme*, *ambalaj artığını toplama/atma* ve
üstüste dizilim kolaylığıdır. Ardından katılımcılar bu alt işlevlere yönelik ana-
lojiler üretmiş, analogi listeleri doygunluğa ulaştıktan sonra analogiler üzerinde
tartışarak hangi çalışma ilkeleri açısından çözüme işaret ettiklerini saptamışlardır.

Çözüm Alanlarının Önerilmesi: Beyin Fırtınası Oturumu ve Çıktılarının Analizi

Problem alanlarının belirlenmesi ve analogilerle üzerinde tartışılmasının ardından,
uygun çözüm alanlarının saptanması için bir beyin fırtınası oturumu yürütülmüş-
tür. Oturumda *Kontrollü Girdi* (*Controlled Input*) tekniği kullanılmıştır (Wright
1998). Kaynakta bulunan tarifinin üzerinde derse uygun değişiklikler yapılarak
teknik şöyle kullanılmıştır. Her turda, konuşmacı katılımcı üç dakika boyunca
konu ile ilgili düşüncelerini dinleyici katılımcılarla paylaşmış, ardından izleyen
iki dakika boyunca dinleyici katılımcılar da aktarılan düşüncelerle ilgili sorular
sormuş, yorumda bulunmuş ve fikirler önermişlerdir. Konuşmacı katılımcı fikir-
lerini aktarırken, dinleyici katılımcılar dağıtılan kağıtlarda yer alan tablo üzerinde
tartışmalarla ilgili notlar almışlardır. Tablo *özet*, *yorum ve eleştiriler* ve *notlar ve*
öneriler başlıklarında üç bölüm içermiştir. *Özet* bölümünde dinleyici katılımcılar
konuşmacı katılımcının düşüncelerini, *yorum ve eleştiriler* bölümünde konu-
sulanlarla ilgili görüşlerini, *notlar ve öneriler* bölümünde de kendi çözüm önerile-
rini not almışlardır.

Çalışmanın sonucunda altı katılımcıdan toplam 30 adet belge toplanmıştır. Belgelerdeki yazılı içerik bilgisayara aktarılarak her tur için dinleyici katılımcıların tartışma özetleri elde edilmiştir. Bu özetler katılımcıların hangi konularda tartıştıklarını ve çözüm alanı önermek için ne tür yollar kullandıklarını belirlemek üzere *içerik analizi* ve *tematik analiz* ile incelenmiştir. *İçerik analizi* ile tartışma konularına ve izlenen düşünce zincirine bakılmıştır. İçerik analizinin sonucunda oturum içeriğinin konuları, dayanakları ve gerekçelendirmeleri saptanmıştır. *Tematik analiz* ile kullanılan cümle yapılarına, ifade biçimlerine, üzerinde durulan problem bileşenlerine ve fikir içeriğine bakılmıştır. Tematik analizin sonucunda katılımcıların, tartışmaları oluşturmak için belirli düşünce taktikleri uyguladıkları, ayrıca kendilerine odaklar seçerek çözüm önerilerinde belirli stratejiler izledikleri saptanmıştır.

Çözüm Alanları Önerilmesine Yönelik Tartışma Konuları

İçerik analizinin sonucunda oturumda ortaya konan tartışma konularının *gözlem ve yorum*, *problem alanı tanımları* ve *gerekçeleri* ve *çözüm alanı önerileri* ve *gerekçeleri* olarak üç başlık altında toplandığı belirlenmiştir.

Gözlem ve Yorum

Altı katılımcıdan üçü tartışma yürütürken kendi gözlemlerinden faydalanmışlardır. Katılımcı B (kB) alışveriş yaparken çocuğunu oyalamaya çalışan bir anne ile ilgili, kC bir restoranda yemek yiyen bir ailenin çocuklarını kavanozdan beslemeleri ile ilgili gözlemlerini aktarmışlardır. kE ise, altılı cam içecek ambalajlarının bir karton ambalaj ile bir araya getirilip ambalajın üzerindeki parmak deliklerinden taşınabilmelerine dair gözlemini aktarmıştır.

Diğer üç katılımcı, tartışma zincirlerini konu ile ilgili yorumlarda bulunarak oluşturmuşlardır. kA tüketicinin çok sayıda cam kavanoz alması durumunda taşımada oluşacak ağırlık ve evde oluşacak dizilim sorunlarıyla ilgili yorumda bulunmuştur. kD ikinci turda önerilen *yeniden kullanım* fikrine yönelik kaygılarını dile getirmiştir. kF ise, grubun sonuç ürüne odaklandığına, oysa ambalajın market rafına gelene kadar geçirdiği sürecin de dikkate alınması gerektiğine dikkat çekmiştir.

Problem Alanı Tanımları ve Gerekçeleri

Tüm katılımcılar tartışmalarında problem tanımları yapmışlar ve bu problem alanlarını vurgulama gereksinimlerini gerekçelendirmişlerdir. kA problem tanımı olarak alışveriş yapan annenin bir elinin çocukla dolu olmasını ve ambalajı tek elle açmasının zorluğunu vermiştir. kB problem tanımı olarak evde biriken boş cam kavanozları, ayrıca annenin çocuğunu alışveriş sırasında oyalayamamasını belirtmiştir. kC dışarıya götürülen cam kavanozların bitmemesi durumunda eve geri götürülmediğini, dolayısıyla miktarı ile ilgili bir sorun olabileceğini belirtmiştir. Rafa dizilim sorununa dikkat çekerek bunun nasıl kolaylaştırılabileceğini sorgulamıştır.

kD kavanozların annenin yanında taşıdığı bir şey olup olmadığını ve ambalaj içinde alınan kavanozların evde rafa yerleştirilirken ambalajdan çıkarılıp çıkarılmadığını sorgulamış, ambalajın içinden mama kavanozunun durumunun görünmesi gerektiğini belirtmiştir. kE mevcut plastik kaplı, rafa hazır ambalajların depoda veya nakliye sırasında güneş ışığına maruz kalması durumunda kavanoz içeriğinin görebileceği zararı hatırlatmıştır. kF rafa hazır ambalajın üretiminden market rafına gelene kadar geçirdiği aşamaların üzerinden geçmiş, ambalajın tüketici ile etkileşime geçtiği son aşamaları alışveriş süreci, eve getirme, yerleştirme, açma, yemeye hazırlama, ve ambalajın ortadan kaldırılması olarak tanımlayarak geniş bir problem alanı belirlemiştir.

Çözüm Alanı Önerileri ve Gerekçeleri

İlk turda kA'nın getirdiği çözüm alanı önerileri tek elle açılabilir ambalaj, yanında verilecek bir besleme kaşığı, market rafında ve evde yer kazandıracak işlevsel dizilim, özel bir tutma detayı ve kavanoz kapağı için alternatif çözüm olmuştur. kB çözüm alanları olarak kavanoz ve ambalajın birlikte yeniden kullanımı, ambalajla birlikte verilebilecek kaşık, çocuğun oynayabileceği ambalaj, ve cama alternatif hafif bir malzeme kullanımını önermiştir. kC kimlikli (diğerlerinden ayırılabilir) ambalaj ve kimlikli görünüm için farklı bir dizilim önerilerini getirmiştir. kD kavanozuyla birlikte ayrılabilir/bölünebilir ambalaj, farklı grafik çözümler, farklı miktarlar için farklı boylarda kavanoz, farklı miktar ve boylar için bölünebilen ambalaj, ürün içeriğinin görünmesine olanak tanıyan ambalaj ve kavanozlar için yeniden dolum önerilerinde bulunmuştur. kE ambalaj içinde gruplama amaçlı ikincil ambalajlar, grafik uygulamalar ile annelere bilgi sağlanması, depozito ve ambalaj iadesi karşılığı yerine başka ürün alma önerilerini getirmiştir. kF rafa hazır ambalajın cam kavanozları dış etkenlerden korumasına yönelik çözüm alanı önermiştir.

Katılımcılardan dördünün önerdikleri çözüm alanlarını gerekçelendirdikleri görülmüştür. kC kimlikli ambalaj tasarımının ürünün görünürlüğünü arttıracaklarını, kimlikli bir dizilim ile evde yer kazanımı da sağlanacağını savunmuştur. kD ambalajın bölünerek küçültülmesinin market çalışanları için rafa yerleştirilmesinde, tüketici için de raftan alımında kolaylık sağlayacağını belirtmiştir. Ambalajın birbirinden ayrılabilir paketler içermesinin farklı miktar ve boydaki kavanozlar için de uygun olabileceğini, kavanoz ve ambalajın birbirini destekleyebileceğini belirtmiştir. Ayrıca kD içi görülebilir ambalaj ile kavanozun kırık veya konservenin bozuk olup olmadığını anlaşılabileceğini belirtmiştir. kE ambalajın içinde ikincil ambalajlar olmasıyla market çalışanının ürünleri rafa yerleştirmesinin kolaylaştırılacağını savunmuştur. Ayrıca farklı grafik çözümlerin tüketiciye ürünü daha cazip göstereceğini ve annelere ilgi duydukları bilgilerin verilebileceğini belirtmiştir. Bunların yanı sıra, kF önerdiği çözüm alanını birlikte yürütülen tartışmalara dayandırarak, kE'nin kavanozların güneşten etkilenebileceği kaygısı üzerine, dış etkenlere karşı koruma sağlayan ambalaj önerisini getirmiştir.

Önerilen 21 çözüm alanı konularına göre yedi ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar *ambalaj*, *ambalajın ekstra özelliği*, *ambalaj dizilimi*, *değiştirilebilir ambalaj*, *grafik çözümler*, *yeniden kullanım* ve *alternatif çözümler*dir (Tablo 1).

Çözüm Alanı Konu Başlıkları	Çözüm Alanları	Toplam
Ambalaj	Tek elle açılabilir ambalaj Çocuğun oynayabileceği ambalaj Kimlikli (diğerlerinden ayırdedilir) ambalaj Ürün içeriğini dış etkenlerden koruyan ambalaj Ürün içeriğinin görünmesine olanak tanıyan ambalaj	5
Ambalajın Ekstra Özelliği	Ambalaj için özel tutma detayı Ambalajla birlikte verilecek besleme kaşığı	2
Ambalaj Dizilimi	Market rafında ve evde yer kazandıracak işlevsel dizilim Kimlikli bir görünüm için farklı dizilim	2
Değiştirilebilir Ambalaj	Ürün içeriği ile birlikte ayrılabilir/bölünebilir ambalaj Farklı miktar ve boydaki ürün içeriği için bölünebilen/küçülebilen ambalaj Ambalaj içinde gruplama amaçlı ikincil ambalajlar	3
Grafik Çözümler	Grafik çözümlerin kullanımıyla farklılaşma Grafik uygulamalar ile annelere bilgi sağlanması	2
Yeniden Kullanım	Kavanozlar için yeniden dolum Kavanoz ve ambalajın birlikte yeniden kullanımı Ambalaj iadesi karşılığı yerine başka ürün alma Depozito	4
Alternatif Çözümler	Cama alternatif hafif bir malzeme kullanımı Farklı miktarlar için farklı boylarda kavanoz Kavanoz kapağı için alternatif çözüm	3

Tablo 1. Konulara göre çözüm alanları ve sayıları

Çözüm Alanları Önerilmesinde Kullanılan Düşünce Taktikleri

Düşünce taktikleri, konuşmacı katılımcıların oturumda sırayla ve bireysel olarak yürüttükleri tartışmalarda fikir açıcı olarak başvurdukları hareketlerdir. Analizin sonucunda oturumda kullanıldığı belirlenen düşünce taktikleri Tablo 2’de verilmiştir.

	Kullanıcının olası davranışını belirleme			Yapılan tartışmaların üzerinden geçme			Analoji kullan.	Önerilen fikirleri sorgulama			Diğerlerine soru sorma	
	Empati	Kişisel Deneyim	Gözlem	Başka açıdan bakma	Tekrar etme	Konuya açıklık getirme	Analoji kullanımı	Elenen fikri değerlendirmeye	Fikri eleştirme	Fikri onaylama	Fikir alma	Öğrenme
kA	x											
kB		x	x					x			x	
kC	x		x									
kD	x			X	x				X	x		x
kE	x				x		x		X			
kF	x			X		x			X			

Tablo 2. Düşünce taktikleri ve katılımcılara göre dağılımları

Kullanıcının Olası Davranışını Belirleme

- Empati kurma
- Kişisel deneyime dayandırma
- Gözleme dayandırma

Altı katılımcının da tartışmalarında kullanıcıların olası davranışları üzerinde yorumlarda bulunduğu görülmüştür. Katılımcılar bu taktikle gözlem yapma olanağı bulamayacakları bir konuda kendi görüşlerini oluşturup bu altyapıyı kullanarak tasarım fikri üretmişlerdir. Beş katılımcı kullanıcı ile empati kurmaya çalışarak ambalajla etkileşimde olası bir davranış açıklarken, iki katılımcı konu ile ilgili bir gözlemlerine, bir katılımcı ise, kişisel deneyimine dayanarak kullanıcı davranışını belirlemişlerdir.

Yapılan Tartışmaların Üzerinden Geçme

- Konuya başka açıdan bakma
- Bazı unsurları tekrar etme
- Konuya açıklık getirme

Tartışmalar ilerledikçe ortaya konan düşünceler biriktiğinden son üç turun katılımcıları yapılan tartışmaların üzerinden geçme fırsatını kullanmışlardır. Bu taktikle iki katılımcı önceki turlarda konuşularak yarım kalan konuları tamamlamış,

iki katılımcı bazı unsurları tekrar ederek vurgulamış ve bir katılımcı tartışılan konuyu genişleterek açıklık getirme yolunu izlemiştir.

Analoji Kullanımı ile Başka Alanlardaki Çözümlerden Faydalanma

Bir katılımcı, tartışması sırasında iki konuda analogiler kullanmış, farklı alanlardaki çözümlerin ambalaj çözümlerine nasıl yansıtılabileceğini örneklemiştir.

Önerilen Fikirleri Sorgulama

- Elenen fikri yeniden değerlendirme
- Önerilen fikri eleştirme
- Önerilen fikri onaylayarak geliştirme

Dört katılımcı önceki tartışmalarda önerilen tasarım fikirlerini yeniden tartışmaya açma taktiğini izlemiştir. Bunlardan üçü önerilen fikirleri eleştirmiş, aralarından ikisi yerine alternatif fikir önermişlerdir. Bir katılımcı bir önceki turdaki konuşmacı katılımcının önerdiği ama ardından eleştirerek ellediği tasarım fikrini kendi turunda yeniden ele almıştır. Bir katılımcı da daha önce önerilen bir tasarım fikri hakkında olumlu görüş bildirmiş ve tartışmasında geliştirmiştir.

Diğerlerine Soru Sorma

- Fikir alma
- Öğrenme

İki katılımcı diğerlerine sorular sorarak tartışmanın devamını sağlama yoluna gitmişlerdir. Bir katılımcı önerdiği bir çözüm alanına yönelik fikir almak isterken, bir katılımcı da kullanım ortamı ve yöntemi ile ilgili bilgi almak amacıyla soru yöneltmiştir.

Çözüm Alanları Önerilmesinde İzlenen Stratejiler

Stratejiler, konuşmacı katılımcıların problem alanını irdelemek, yapılan tartışmaları verimli kılmak ve çözüm alanları önerebilmek için kendilerine belirledikleri bakış açısıyla odaklandıkları yollardır. Analizin sonucunda oturumda kullanıldığı belirlenen stratejiler Tablo 3’te verilmiştir.

Kullanıcı Odaklı Strateji

- Tüketici odaklı
- Market çalışanı odaklı

Beş katılımcı çözüm alanı önerilerinde kullanıcı odaklı olmuşlardır. Üç katılımcı tüketiciye odaklanırken, iki katılımcı hem tüketiciye hem de market çalışanına odaklanmıştır. Kullanıcı odaklı strateji kullanımı ile katılımcılar çözümlerinde ambalajın kullanım kolaylığını gözetmişlerdir.

	Kullanıcı odaklı		Kullanım ortamı odaklı			Pazarlama ve satış odaklı		Süreç odaklı	Sonuç odaklı			
	Tüketici	Market çalışması	Ev	Market	Ev dışında besleme	Ürün kimliği ve rekabet	Satış şekli	Tüketim aşamaları	Ambalaj tasarımı	Detay çözümü	Dizilim ve yerleştirme	Ek özellik
kA	x		X	x						x		x
kB	x				x		x					x
kC	x					x					x	
kD	x	x	X	x		x			x		x	
kE	x	x					x		x	x	x	
kF								x				

Tablo 3. Stratejiler ve katılımcılara göre dağılımları

Kullanım Ortamı Odaklı Strateji

- Market ortamı odaklı
- Ev ortamı odaklı
- Ev dışında besleme ortamı odaklı

Üç katılımcı çözüm alanı önerilerinde kullanım ortamı odaklı strateji izlemişlerdir. İki katılımcı hem ev hem market ortamına yönelik çözüm alanları önerirken, bir katılımcı ev dışı kullanım ortamlarına yönelmiştir. Kullanım ortamı odaklı strateji kullanımı ile katılımcılar çözümlemlerinde ambalajın işlevsel dizilimini, az yer kaplamasını, bilgilendirici ve görünür olmasını, ürün içeriğini korumasını ve hafifliğini gözetmişlerdir.

Pazarlama ve Satış Odaklı Strateji

- Ürün kimliği ve rekabet odaklı
- Satış şekli odaklı

Dört katılımcı çözüm alanı önerilerinde pazarlama ve satış odaklı strateji izlemişlerdir. İki katılımcı ürün kimliği ve marka rekabetine odaklanırken, iki katılımcı ürünün satış şekline odaklanmıştır. Pazarlama ve satış odaklı strateji kullanımı ile katılımcılar çözümlemlerinde ambalajın ürün içeriğini göstermesi, rakip marka ambalajlarından farklılaşması, farklı dizilimle kimlik kazandırılması, ürün içeriğinin farklı biçimlerde bir araya getirilmesi, ambalajın içinde ürünle ilişkili hediye

verilmesi, farklı boy ve miktarlar için hem farklı hem ortak ambalaj, grafik kullanımı ile kimlik kazandırılması, ailelere bilgi sağlanması ve ambalaj kullanımı sonrası için çözümler önermişlerdir.

Süreç Odaklı Strateji

Bir katılımcı çözüm alanı önerisinde süreç odaklı strateji izlemiştir. Bu katılımcı, tartışmasında ambalajın üretiminden kullanım sonrasına kadar geçirdiği aşamaları tanımlamış, tartışmasının sonunda tasarım fikri getirmemekle birlikte, tüketicinin devreye girdiği son aşamalar için kullanım kolaylığı sağlayan çözüm alanlarına yönelmeyi önermiştir.

Sonuç Odaklı Strateji

- Ambalaj tasarımı odaklı
- Ambalaj detay çözümü odaklı
- Ambalaj dizilim ve yerleştirme odaklı
- Ambalaj ek özelliği odaklı

Beş katılımcı çözüm alanı önerilerinde sonuç odaklı stratejiler izlemişlerdir. İki katılımcı ambalajın bütününe, iki katılımcı ambalaj detayına, üç katılımcı ambalaj dizilimi ve yerleşimine, iki katılımcı da ambalaj ek özelliklerine yönelik çözümlere odaklanmışlardır. Sonuç odaklı strateji kullanımı ile katılımcılar çözümlerinde tutma, taşıma, açma, besleme, raftan indirme, rafa yerleştirme ve üstüste dizilim kolaylığına, dizilimle elde edilecek görsel ve işlevsel niteliklere ve ambalajın ürün içeriğinin bitmesi, azalması, farklı boylarda olması veya çantaya yerleştirilmesi durumlarında boyut ve biçiminin değiştirilmesine yönelik çözümler önermişlerdir.

Sonuç

Rafa hazır ambalaj konusunda yürütülen kısa dönemli bir projenin katılımcıları grup olarak problem alanlarını tanımlamışlar, ardından yürütülen beyin fırtınası oturumunda bireysel olarak çözüm alanları önermişlerdir. Oturumun dokümantasyonu katılımcıların çözüm alanlarını hangi konularda ve hangi yollarla belirlediklerini saptamak üzere içerik analizi ve tematik analiz ile incelenmiştir.

Çözüm alanı önerilerinin içeriğine bakıldığında, önerilerin projenin erken aşamalarında belirlenen oluklu mukavva ambalaj tasarımı ve üretimi kriterleri ile rafa hazır ambalaj kurulum, kullanım ve kaldırma yönlendirmelerini temel aldığı görülmektedir. Bu kriter ve yönlendirmeleri temel almayan, ancak grubun tartışmalar sırasında önerdiği *alternatif çözümler* başlığı altındaki çözüm alanı önerileri, katılımcıların kendi aralarındaki tartışmalarla lojistik nedenlerden dolayı elemiştir. Ayrıca katılımcılar *yeniden kullanım* başlığı altındaki çözüm alanı önerilerini öncelikli bulmamıştır.

İlk turdan itibaren katılımcılar sonuç odaklı stratejiler izlemişlerdir. Çözüm alanlarıyla birlikte katılımcılar bunlara yönelik tasarım fikirleri önermişler, bu fikirler

ilerleyen turlardaki tartışmalara girdi sağlamıştır. Katılımcıların çözüm alanları önerilerini çeşitlendirmeye özen gösterdikleri ve izledikleri stratejileri bu yönde belirledikleri gözlenmiştir. Öte yandan, tasarım fikri önerilerinde ise yapıcı olma yolunu izlemişler, fikir çeşitliliğinden önce, önceki turlarda önerilen fikirleri eleştirerek yeniden kurgulama ya da onaylayarak geliştirme yollarını tercih etmişlerdir. Böylece önerilen fikirler farklı turlarda farklı stratejilerle irdelenmiş, genel olarak üzerine eklenerek birbirini tamamlayan tasarım fikirleri elde edilmiştir.

Analizlerin sonucunda katılımcıların tartışmalarında kullandıkları belirlenen düşünce taktikleri ve stratejiler, yaratıcı düşünce kullanarak tasarım fikirlerinin üretilmesi açısından değerlendirildiğinde,

- katılımcıların proje kriterlerini ve yönlendirmelerini göz önüne alarak çözüm alanlarını önerdikleri;
- bu kriter ve yönlendirmeler dışındaki arayışları çözüm alanları olarak uygun bulmadıkları;
- katılımcıların düşünce taktiklerini fikir üretmek üzere yürütülen tartışmaları başlatmak, yönlendirmek ve sürdürmek için kullandıkları;
- düşünce taktiklerinin, yürütülen tartışma zincirini kurgu ve ifade biçimleri açılarından etkilediği;
- düşünce taktiklerinin, katılımcıları çözüm alanları önerirken belirli stratejiler izlemeye yönelttiği;
- katılımcıların izledikleri stratejileri çözüm alanlarında diğerlerinden farklılaşarak projeye kişisel yaklaşımlarını yansıtmak amacıyla kullandıkları ve
- oturumda üretilen çözüm alanlarının katılımcıların izledikleri stratejilerle konu içeriği olarak doğrudan bağlantılı olduğu görülmüştür.

Bu yaklaşımla, tasarım fikri üretme sürecinde tasarımcıların düşünce taktiği ve strateji kullanımından etkin bir şekilde yararlanabilmesi ve verimli fikir üretimi için bazı öneriler getirilebilir. Tasarım sürecinde fikir üretmeye hazırlık olarak konuya yönelik bir bilgi altyapısının oluşturulması ve tasarımın dikkate alınması gereken kıstas ve sınırlamaların fikir üretme aşamasından önce bilinmesi, tasarımcının tasarım sınırlarının içinde odaklı ve yaratıcı bir yaklaşım benimsemesine olanak sağlayacaktır. Tasarım problemini bir bütün olarak ele almanın yanı sıra, alt problemler de saptanmalı ve problem hem bütünsel hem bölünmüş olarak paralel bir şekilde irdelenebilmeli, çözüm alanları her iki türlü yaklaşımı da sağlayacak şekilde önerilmelidir. Tasarımcılar kişisel gözlem, deneyim ve birikimlerini de tasarım problemine olan yaklaşımlarına yansıtacak şekilde değerlendirme becerilerini geliştirmelidir. Son olarak, tasarımcılar problemi farklı bakış açılarından görebilmeli, taydaşlarının farklı yaklaşımlarını kavrayabilmeli ve farklı katkıları takdir edebilmelidir.

Kaynakça

- Cross, N. 1995. *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design* (2. baskı). Chichester: John Wiley & Sons.
- Cross, N. 2006. *Designerly Ways of Knowing*. Londra: Springer-Verlag Limited.
- Darke, J. 1984. "The Primary Generator and the Design Process." İçinde *Developments in Design Methodology*, derleyen Cross, N., 175-188. Chichester: John Wiley & Sons.
- Dorst, K. 2011. "The Core of 'Design Thinking' and Its Application." *Design Studies* 32(6):521-532.
- Dorst, C.H. ve N. Cross. 2001. "Creativity in the design process: co-evolution of the problem-solution." *Design Studies* 22(5):425-437.
- Gause, D.C. ve G.M. Weinberg. 1989. *Exploring Requirements: Quality before Design*. New York: Dorset House Publishing.
- Jones, J.C. 1980. *Design Methods: Seeds of Human Futures* (1980 baskısı). Chichester: John Wiley & Sons.
- Lawson, B. 2000. *How Designers Think* (3. baskı). Oxford: Architectural Press.
- Lawson, B. ve K. Dorst. 2009. *Design Expertise*. Oxon: Architectural Press.
- Pahl, G. ve W. Beitz. 1996. *Engineering Design: A Systematic Approach* (2. baskı). Londra: Springer-Verlag London Limited.
- Roozenburg, N.F.M. ve J. Eekels. 1995. *Product Design: Fundamentals and Methods*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Wiltchnig, S., B.T. Christensen ve L.J. Ball. 2013. "Collaborative Problem-Solution Co-Evolution in Creative Design." *Design Studies* 34(5):515-542.
- Wright, I.C. 1998. *Design Methods in Engineering and Product Design*. Londra: McGraw-Hill Publishing Company.

ENDÜSTRİYEL TASARIMDA ÜRÜN VE MARKA ALGISI VE İLİŞKİSİ: BİR ÇİKOLATA MARKASI ÖZELİNDE ANLAMBİLİMSSEL BİR METOD UYGULAMASI

Can Güvenir, Can Güvenir Tasarım Stüdyosu
Şebnem Timur Ögüt, İstanbul Teknik Üniversitesi

Bu araştırma, marka kimliği ve ürün kimliği arasındaki uyuma odaklanmıştır. Bir marka algısı yaratırken bir karakter meydana getirilir ve tüketici, bu markaya ait görsel, duysal veriler ile iletişime geçer. Markaya ait tasarımlar, bu karakteri yansıtarak tüketici üzerindeki algıyı güçlendirir. Tüketicinin, bir ürünü alarak hem markanın hem de ürünün karakterini satın aldığı düşünülmüştür. Makalenin amacı, örnek bir çalışma üzerinden marka ve ürün karakterlerini analiz ederek, firmalar için tasarım kararlarının önemini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında, 1927 yılından itibaren Türkiye pazarında olan Nestle firmasının, 1933 yılında yaratmış olduğu Damak markası incelenmiş ve Damak markasının 2012 yılında pazara sunduğu ikramlık çikolata versiyonu ele alınmıştır. Firma yetkililerinin yönlendirmeleriyle, Damak markasının ikramlık çikolata ürünü için üç alternatif tasarım çalışılmış, mevcut ürün ile beraber değerlendirilmiştir. Ürün görünümüne bağlı estetik, sembolik ve semantik değerler üzerinden ürün karakterleri incelenmiştir. Firma danışmanlığında marka tanımında kullanılan sıfatlar seçilmiş, bu sıfatlardan oluşan semantik diferansiyel anket çalışması hazırlanmıştır. Çalışma, marka hedef kitlesi olan 25-45 yaş aralığında, çalışan, %60 kadın %40 erkek oranıyla 111 kişiye, internet üzerinden ve birebir olacak şekilde yapılmıştır. Semantik diferansiyel çalışmasında katılımcılar, ilk önce markasız olarak tasarımları, sonrasında Damak markasını değerlendirmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda Damak markasının, tüketici tarafından nasıl algılandığı, Damak markasının mevcut ikramlık çikolatası ve diğer çalışılan tasarımların marka kimliği ile uyumu hakkında bilgiler edinilmiştir. Ayrıca çikolata tasarımında, birbirleriyle etkileşim halinde olan kavramlar analiz edilmiştir. Bu çalışma pazarda bulunan ürünlerin karakterleriyle marka karakterleri arasındaki uyumun önemini vurgulamış, yeni bir ürün tasarımının seçiminde veya mevcut ürünün iyileştirilmesinde kullanılabilecek bir yöntem sunmuştur. Önerilen metodun içinde tasarım süreci bulunmakta ve kullanılabilecek ürün tasarımları meydana getirmektedir. Çalışılan tasarımlar üzerinden mevcut ürünü karşılaştırarak pazarda sektörün kullanıcı üzerinde algısı ölçülmesi sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ürün karakteri, marka karakteri, ürün anlamı, semantik diferansiyel

Karjalainen (2004), metaforik bir anlamda daha kapsamlı olarak gerçekleşen sosyal ve kendini ifade yönleri açısından (bilhassa markalı ürünlerde) ürünlerin karakterleri olduğunu ifade eder.

Tüketiciler genelde antropomorfik özellikleri olan ürünlere duygusal olarak bağlanırlar. Ürünlerin duygusal etkilerinin ürün özellikleri ve ilişkilerini içeren karmaşık yapılardan ortaya çıktığı ve bunların çoğunun ürünün markası ile alakalı olduğu söylenir (Demiröz 2007).

“Marka kişiliği tüketicilerin seçim ve tercihlerinde etken olan başarılı bir faktördür” (Saptarshi 2009). Tüketicinin bir ürünü almaya karar vermesi, o markayı ve yarattığı hissi almaya karar verdiği anlamına gelebilir ve bir ürün, o hissi ne kadar yansıtabiliyor ise tüketici tarafından doğru konumlandırması sağlanabilir.

“Marka denilen kavram, içerisinde onu yaratan kurumun misyonunu, ürününü, hedeflerini, değerini, verdiği sözleri ve en önemlisi de gerçeği barındırır” (Özçelik 2011). Tüketicinin aklında beliren algı, marka ve üründe paralellik gösterecektir. “Piyasada benzer ürünler arasından seçilebilmek için farklılaşmak gerekmektedir” (Salzer-Mörlling ve Strannegard 2004; Govers ve Schoormans 2005). Bu farklılaşma ise markaya ve ürüne karakter kazandırmak suretiyle mümkün olabilir. Bir markada, vurgulanmak istenen algı, görsel değerler aracılığıyla tüketiciye iletildiği kabul edildiği için ürün tasarımı, logo, ambalaj ve pazarlama elemanları bir markanın kişiliğini yansıtan unsurlardır ve aynı doğrultuda hizmet vermesi beklenebilir.

Her marka, kendi kültürüne sahip olarak, bununla türetilmektedir. Ürün sadece kendi kültürünün bir göstergesi olmayıp, aynı zamanda bir iletişim aracıdır. Bu noktada kültürün anlamı, marka ruhunu besleyen değerlerin tamamıdır. Kültürel yön, markanın temel prensiplerinin yönetilmesine gönderme yapan, görünüşteki işaretlerdir. Bu ana özellikler markanın merkezinde yer almaktadır. Örneğin Apple markasının meyve sembolü, sadece Apple’ın ürettiği ürün ya da hizmetlerin ilham kaynağı değil, aynı zamanda kurduğu bir iletişim yöntemidir. (Bilbil 2004)

Aaker (1997) tarafından yapılan ve yaygın kabul gören tanım olarak marka kişiliği, marka ile anılan tüm insani karakter özellikleridir. Keller (1993) de Aaker’a benzer bir şekilde, marka kişiliğini, insani karakter özelliklerinin markaya atfedilmesi olarak tanımlamıştır.

Benlik-marka imajı uygunluğuna ilişkin genel bir değerlendirme şu biçimde verilebilir:

- Tüketiciler kendi benlik kavramlarını toplumsal etkileşim aracılığı ile biçimlendirirler.
- Ürünler ya da markalar, tüketiciler tarafından sembolik anlama sahip nesneler olarak algılanır.
- Ürünlerin ya da markaların sembolik rolü, mülkiyet, sergileme ve sembollerin kullanılması ile tüketicinin kendisi ve diğerleri için benlik kavramının zenginleştirilmesine ve geliştirilmesine yardımcı olur. (Uztuğ 2005; Çayoğlu 2010)

Ürünün kullanıcı üzerindeki algısı farklı süzgeçlerden geçerek meydana gelmekte ve ürün kategorisine göre kullanıcı üzerinde beklentileri değişiklik göstermekte-

dir. Jordan (2000) tüketici ihtiyaçlarının hiyerarşisini işlevsellik, kullanışlılık ve en son sırada zevk olarak belirtir. Fakat ürün bir haz ürünü olursa değerlendirmede zevk ve estetik değerlerin ön planda olması düşünülebilir. Form algıyı tetikler ve bir tepki oluşturur; böylelikle bir algı, tasarım vasıtasıyla tüketiciye iletilir. “Verilmek istenen algı, farklı hisleri tetikleyen bir duygu bütünüdür. Tüketici üzerinde oluşan duygu bütünü, tüketicinin psikolojik tepkileri sayesinde davranışsal tepkilere yol açar.” (Bloch 1995).

Hedeflerin seçiminde de aşıkardığı üzere, öznelitlikler insanların hissettikleri ve algıladıklarını ve diğer insanların neleri hissettikleri ve algıladıklarına inandıklarını ortaya çıkarır. Lisan, objelerle yaşanan deneyimleri açığa kavuşturur, ayırt eder, niteler ve düzenler. (Krippendorff 2006, 155)

Sıfatlar bir olguyu nitelendiren kelimeler olduğu için bir karakter ölçümü, karakteri anlatırken kullanılan sıfatların yoğunluğu ile yapılabilir ve tasarımcı, üretici ve tüketici arasında ortak bir dil oluşturmak, marka ve ürün tanımında kullanılan sıfatlar ile mümkün olabilir.

Karjalainen (2006) her markanın bir karakteri olduğu gibi her ürünün de insanların algısında bir karakterinin var olduğunu öne sürmektedir. Bir ürünün tüketiminin görsel olarak başladığı düşünülür. Görsel duyu, fiziksel formun idrakına göre nesnelerin fiziksel durumunun yeterli bir hayalini sağlamasına bakılmaksızın birincil algıdır ve dokunuş, tat, koku ve işitme duyuları, tasarımın her bakımdan diğer önemli faktörleridir (Crilly, Moultrie ve Clarkson 2004).

Bu araştırmada marka seçiminde, marka karakterinin oturmuş, kullanıcı üzerinde ortak bir algısı bulunması esası aranmıştır. Sembolizmin bir türü olarak, Krippendorff (2006) bireylerden değil üreticilerden, kurumlardan vs. ortaya çıkan markalar ve kurumsal kişiliklerin de tüketicilerin sadakatine bağlı olduğunu ifade eder. Levy (1959) “tüm ticari objelerin sembolik bir karakteri bulunduğunu ve bir alımı yapmanın bu sembolizmin saklı veya açık değerlendirmesini kapsadığını” ifade etmiştir. Marka karakteri analizinde verimli bir sonuç verebilecek olması nedeniyle kullanıcı üzerinde ortak algısı kuvvetli bir marka olan, Nestle firmasının Damak markası seçilmiştir. Damak markasının son çalışması olan ikramlık çikolata versiyon çalışması, markaya ait mevcut tablet çikolatalar ile dil birliği taşımadığı öngörülerek bir problem olarak kabul edilmiş ve ele alınmıştır. Mevcut ürünün algısını karşılaştırmak için metod kapsamında alternatif ürün tasarımları çalışılmıştır. Firma yetkililerin onayı ile son çıkan ürün hakkında hem pazar araştırması hem de tasarım çalışması içeren metod uygulaması denenmiştir.

Bu çalışmada Damak marka algısı ve mevcut tasarım dahil dört farklı tasarımın semantik diferansiyel yöntemiyle nicel veriye dönüştürülmesi ve bunlar üzerinden analizlerin yapılması amaçlanmıştır. Bu araştırma, tasarımların marka kimliği ile uyumunun analizinin yanı sıra çikolata tasarımının semantik olarak değerlendirilmesini de hedeflemiştir. Firmanın yönlendirmeleri doğrultusunda tasarım çalışması yapılmış, marka ve tasarımların karakter analizlerinde kullanılacak sıfat-

lar seçilmiş ve test hazırlanmıştır. Her aşamada firmaya sunum yapılmış ve firma onayı ile ilerlenmiştir.

Ürün ve Marka Karakteri: Damak Çikolata

Damak markası 1933 yılında Türkiye için üretilen Antep fıstıklı çikolata markasıdır. Yerel bir hammaddeyi çikolata ile birleştirerek hem yerel damak lezzetine hitap etmek hem de yerel pazarı canlandırmak amacıyla üretilmiştir. Marka kimliğine uyum içerisinde sadece Antep fıstıklı çikolata üretimi gerçekleştirmektedir.

İlk ambalaj tasarımında Antep fıstığı dolgusunu vurgulamak için yeşil bir fon kullanılmış ve yerel bir ürün olduğunu vurgulamak için Osmanlı mimarisini temsil eden beyaz sütunlara yer verilmiştir. Logo ve ambalaj tasarımları bazı revizyonlara uğrayarak günümüze ulaşmıştır (Resim 1). İlk ambalaj tasarımından günümüze gelirken, Antep fıstığının rengi olan yeşil, logo rengine ve ilk ambalajda kullanılan sütunlar “d” ve “k” harflerine taşınmıştır. Beyaz renk ile çikolatada kullanılan süt algısı vurgulanmıştır (Nestle Çikolata Ürün Grubu Marka Müdürü E. Kılcal ile kişisel görüşme, 10 Mayıs 2013)

Farklı gramajlarda tablet çikolata versiyonları çalışılmış ve kalıp tasarımı Nestle çikolata ile paralel bir şekilde ilerlemiştir. İlk üründe keskin hatlara sahip bir çikolata tasarımı günümüze gelirken kenarları yumuşatılmış ve tablet içerisinde çikolata birimleri arasında dalgasal bir form kullanılmıştır.

Damak markası, Türkiye pazarındaki ilk Antep fıstıklı çikolata olduğu için pazar marka değeri ve pazarda bilinirliği yüksek bir markadır. Yapılan kullanıcı araştırmaları doğrultusunda tüketicilerin kendilerini ödüllendirmek veya hediye amaçlı tüketilen bir çikolata markası olduğu çıkmış ve genel tüketimi damakta eritilerek olduğu tespit edilmiştir.

Marka kimliği olarak sadece Antep fıstıklı çikolata üretildiği için pazarda farklılaşmak için gramaj versiyonları çalışmak zorunda kalmıştır. Mevcut tablet ürünleri 2007 yılında çalışılmış olup pazara sunulan en son ürünleri 25 gr. çikolata tasarımı 2012 yılında çalışılmıştır.

25 gr. ürün versiyonu aynı ürünü farklı adetlerde ambalajlayarak farklı versiyon çalışılmasına imkan sağlamaktadır. Beşli paketler sürekli satışta kullanılmaktadır ayrıca 30’lu paketler bayram çikolatası olarak satılmaktadır (Resim 2).

Araştırma Konsepti

Nestle firmasının, Damak markası yetkilileri tarafından verilen proje doğrultusunda Damak markasına ait mevcut ikramlık çikolata tasarımının dış ölçüleri ve gramajında tasarım çalışılması istenmiştir. Proje kapsamında firmanın istediği doğrultusunda 6 adet tasarım çalışılmış ve bunların içerisinde markaya uygun olabilecek 3 farklı karakterde olan B, C ve D tasarımları, firma tarafından seçilmiştir. A çikolata tasarımı, Damak markasının mevcut kullandığı ikramlık çikolata tasarımıdır (Resim 3).

DAMAK, the first pistachio chocolate in Turkey, launched in 1933

Nestlé
damak

The name comes from the city Damascus, famous for its pistachios. At the same time, DAMAK word implies 'taste' in Turkish.



Resim 1. Damak markasının tarihsel süreçte kullandığı ambalaj tasarımları

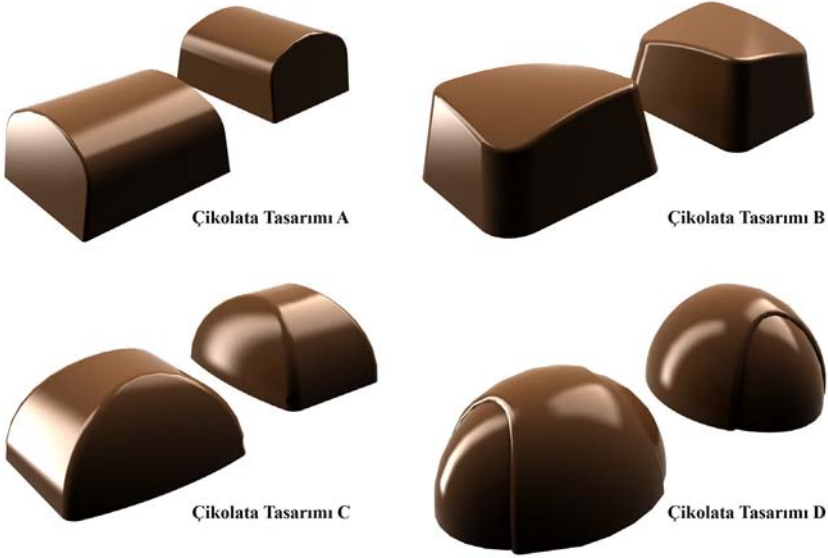
Product Range - Tablets

Nestlé
damak



Shelf-life for all products are 12 months and artwork language is Turkish, English & Arabic

Resim 2. Damak markası 2014 yılında pazarda olan ürünleri



Resim 3. Araştırma kapsamında kullanılan tasarımlar

Tasarımlar, mevcut üretim yöntemi ile aynı şekilde üretilmesi, aynı ölçülerde ve gramajda üretilebiliyor olması esasları ile tasarlanmıştır. Damak markası tarafından, çikolatanın fıstık parça dolgu oluşunun vurgulanması istenmiştir. Firmanın daha önce yapmış olduğu kullanıcı testleri sonucunda Damak markasına ait çikolataların ağız içerisinde, damakta eritilerek tüketildiği verisi göz önünde bulundurularak ağız içerisinde damak yapısına uygun yüzeylerden oluşan tasarımlar çalışılmıştır. Tasarımlar, taban yüzeyleri dikdörtgen şeklinden daire şekline, ana yüzeyleri, tanımlı, düz yüzeylerden, oval, amorf yüzeylere farklılık göstermektedir.

A çikolata tasarımı, dikdörtgen taban üzerinde, düz yan yüzeylerin keskin kenarlar oluşturarak birleştiği ve bombeli bir üst yüzeyden meydana gelmektedir.

B çikolata tasarımı, köşeleri 5 mm çaplı yuvarlatılmış dikdörtgen taban üzerinde, tabanı 8° açıyla takip eden düz yan yüzeyler ve köşeleri, karşılıklı iki köşesi aynı olacak şekilde iki farklı yükseklikte bulunan dairesel kesitli üst yüzeyden meydana gelmektedir. Üst yüzey ve yan yüzeyler keskin bir şekilde birleşmektedir.

C çikolata tasarımı, karşılıklı iki kenarı düz, diğer iki kenarı dairesel olan ve köşeleri 3 mm çaplı dairesel pahlı taban üzerinde, iki düz kenar birbirleri ile, üst yüzeyi de oluşturan, düz kesitli dairesel bir yüzey oluşturmakta ve dairesel taban kenarlarının oluşturduğu bombeli yan yüzeyler ile keskin, dairesel bir kenar oluşturarak birleşmektedir.

D çikolata tasarımı, eliptik bir taban üzerinde deforme edilmiş yarım küre formunda bir tasarımdır. Antep fıstığı formundan esinlenerek, çapı küçük olan taban kenarların oluşturduğu yan yüzeyler genel forma uygun dairesel bir şekilde, simetrik olarak ana gövdeden 1 mm alçakta tasarlanmıştır.

Damak markasının mevcut ürünü olan A tasarımı da dahil olmak üzere bütün tasarımlar, üzerinde marka logosu bulunmadan, üretim ölçülerinde, üç boyutlu modelleme programında çizilmiş ve görselleştirilmiştir. Araştırma anketinde, çizgisel olarak ön, yan ve üst görünüşleri ölçüleri ile verilmiş, ürünün boyut algısını göstermek için çizgisel bir el figürü kullanılmış, tasarımların yüzeylerinin üç boyutta anlaşılabilmesi için dikey ve yatay kesit çizgilerini içeren iki boyutlu çizgisel perspektif çizim kullanılmıştır. Ayrıca, her tasarım aynı perspektif açılarından, iki farklı şekilde, gerçekçi bir şekilde görselleştirilmiştir.

Araştırma Sıfatlarının Seçimi

“Dilde, ürünler kavramsallaştırılır, inşa edilir ve iletilir, anlamları müzakere edilir ve kaderleri belirlenir” (Krippendorff 2006, 149). Osgood, Suci ve Tannenbaum’a (1957) göre araştırmanın amacını maskelemek için konu dışı seçenekler eklenebileceği gibi konseptin irdeleneceği konu, seçim ölçeğini belirler. Bir başka kriter, belirli çalışmalarda konsept ve konu için “semantik kararlılık” ölçeği olarak açıklanmıştır. Ek olarak, ölçek, kutupsal zıtlıklar arasında doğrusal olmalıdır; bir başka deyişle, çift kutuplu sıfatlar birbirlerine tamamen zıt olmalıdır ki varsayılan ölçek, benzer ve ortak zıtlıklar ile açıklanabilir (Demiröz 2007).

Anket çalışmasında kullanılacak sıfatlar, araştırmanın konusuyla paralellik göstermek zorunda olduğu için, Damak markasını ifade edebilecek anahtar kelimeler seçilmiş ve marka karakterinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Marka algısı için sosyal değerli sıfatlar, marka karakteri için duygusal değerli sıfatlar ve çikolata tasarımının fiziksel analizi için estetik değerli sıfatlar kullanılmıştır; böylelikle farklı değerlerde olan sıfatların birbirleri ile ilişkisinin irdelenmesi amaçlanmıştır. Damak markasının 80 yıllık tarihi göz önünde bulundurularak, estetik ve sosyal bir değer içeren “klasik” sıfatı seçilmiştir. Tüketici üzerinde marka konumlandırmasını ölçmek için sosyal değer içeren “özel”, “kaliteli”, “pahalı” ve “premium” sıfatları kullanılmıştır. Damak markası kendisini “çikolata uzmanı” olarak tanımlamaktadır ve kullanıcı üzerinde bu algıyı ölçmek için bu sıfat ankette yer almıştır. Katılımcıların, markayı ve tasarımları değerlendirirken kendilerine yakın tasarımı “bana hitap ediyor” ifadesiyle tanımlamaları istenmiştir. Görsel algıyı ölçmek için estetik değer içeren “farklı” ve “yalın” sıfatları kullanılmıştır. Seri üretim ile üretilen çikolataya ilave bir değer katabileceği düşünülerek “el yapımı” algısının ölçülmesi istenmiştir. Marka kimliğinin karakterini analiz edebilmek için duygusal değer içeren “genç”, “samimi” ve “kendine güvenli” sıfatları kullanılmıştır. Çikolatanın, marka ve tasarım olarak tüketim isteğini analiz edebilmek için “iştah açıcı” ifadesi seçilmiştir. Marka algısı ve tasarım değerlendirmesinde, o markanın ve tasarımın cinsiyet algısını ölçmek için “kadınsı” ve “erkeksi” sıfat-

ları kullanılmıştır. Damak markası çikolatanın en önemli özelliği olan Antep fıstığı dolgulu oluşunun vurgusunu ölçmek ve akışkan dolgulu algısıyla kıyaslamak için “parçacık dolgulu” ve “krema/sıvı dolgulu” ifadeleri ankette yer almıştır.

Anket, marka algısı ve fiziksel değerlendirme ile başlamakta, sonrasında marka karakterinin değerlendirmesi ve sonunda dolgu algısı yer almaktadır. Bu dizilime firma ile beraber karar verilmiştir. Bu sebeple estetik ve sosyal değer içeren sıfatlar karışık olarak dizilimin başında yer almakta, duygusal değer içeren sıfatlar bunların sonrasında gelmektedir. En son olarak dolgu sıfatları yer almaktadır.

	0	1	2	3	4	5	6
Klasik							
Özel							
Farklı							
Yalın							
Kaliteli							
Pahalı							
Premium							
El Yapımı							
Çikolata Uzmanı							
Bana Hitap Ediyor							
Besleyici							
İştah Açıcı							
Genç							
Kadınsı							
Erkekse							
Samimi							
Kendine Güvenli							
Parçacık Dolgulu							
Krema/Sıvı Dolgulu							

Tablo 1. Araştırma kapsamında kullanılan sıfat listesi

Araştırma Katılımcılarının Seçimi

Testin ilk aşamasında, marka belirtilmeden, katılımcı bilgileri alınmış; ne tip çikolata sevdikleri, tükettikleri çikolata markaları ve 4 adet tasarımın 18 adet sıfat ile değerlendirilmesi istenmiştir. İlk aşama sonunda hangi tasarımı beğendikleri

sorulmuştur. Katılımcılar testin, tasarımların da değerlendirildiği ikinci aşamasında, Damak markasıyla ilgili soruları yanıtlamış ve markayı 18 adet sıfat ile değerlendirmiştir (Tablo 1). Ayrıca katılımcılardan, Damak marka algısını desteklemek amaçlı, yedi aşamalı olarak “En iyi fıstıklı çikolatadır”, “Daha fazla ödemeye değer bulduğum markadır”, “Kendime yakın hissettiğim markadır” ve “Beni özel hissettirir” ifadelerini değerlendirmeleri istenmiştir. Testin sonunda hangi tasarımın Damak markasına daha çok uyduğu, açıklaması ile sorulmuştur.

Firmanın yönlendirmesiyle, markanın hedef kitlesi olarak tanımlanan, 25-45 yaş arası, farklı sektörlerde çalışan, %40 erkek, %60 kadın oranında katılımcı profili sağlanmıştır. Anketlerde Nestle ve Damak markası tüketiminin çoğunlukta olması gözlemlenmiştir.

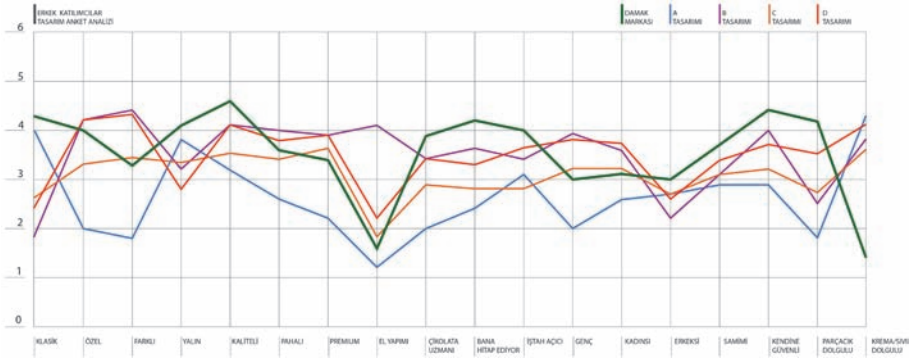
Araştırmaya, 52 farklı meslekte aktif olarak çalışan, 66 kadın, 45 erkek toplam 111 kişi katılmıştır. Katılımcıların erkek yaş ortalaması 30.3, kadın yaş ortalaması 29.3 olarak hesaplanmıştır. Nestle ve Damak markası kullanımı erkek katılımcılarda %48.8, kadın katılımcılarda %68.1 olarak tespit edilmiştir. Katılımcılardan 66 kişi dolgun çikolata severken, 32 kişi ince çikolata sevmekte, 9 kişi ise hem ince hem de dolgun çikolata sevmektedir; 44 kişi açık renkli çikolata severken, 46 kişi koyu renkli çikolata sevmekte, 6 kişi hem açık renkli hem de koyu renkli çikolata sevmektedir.

Veri Analizleri ve Sonuçları

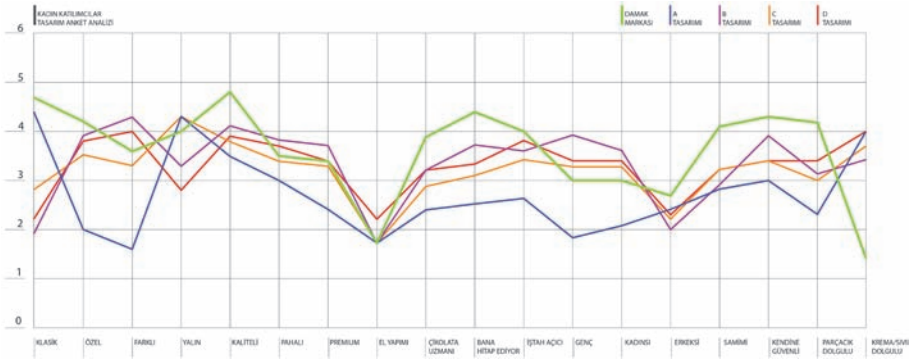
Araştırma analizinde Damak marka algısı kadın ve erkek katılımcıların algısıyla yorumlanmış ve sonra tasarımlar ele alınmıştır. Tasarımlar, ilk önce kadın ve erkek katılımcıların verdiği değerler ile markadan bağımsız, sonra ise Damak marka algısına uyumluluk ekseninde irdelenmiştir. Araştırma verileri aynı tabloda ele alındığında hem tasarım olarak hem de marka algısına uyumluluk olarak karşılaştırılabilmesine imkan sağlamaktadır.

Testin ilk aşamasında katılımcılara marka algısı olmadan sorulan “Hangi tasarımı sevdiniz?” sorusuna cevap olarak %58 oranında erkek katılımcı ve %43 oranında kadın katılımcı B tasarımını sevdiğini belirtmiş; testin ikinci aşamasında Damak markasına uyan tasarım sorulduğunda ise %34 oranında erkek katılımcı B ve A tasarımını, %39 oranında kadın katılımcı A tasarımını seçmiştir.

- A tasarımını seçen katılımcıların neden sorusuna verdiği yanıtlar genel olarak Damak markasının “klasik” algısının kuvvetli olmasını öne çıkarmış ve “kalite” algısını vurgulamıştır. “Klasik” algısı anket sonuçlarıyla örtüşmekte fakat “kalite” algısında, A tasarımı, genel değer ortalamasında ve Damak markasına uyumluluk oranında diğer tasarımlara göre düşük bir değer almıştır.
- B tasarımını seçen katılımcıların neden sorusuna yanıtlar genel olarak “klasik”, “özel”, “farklı”, “yalın” ve “kaliteli” algılarında yoğunlaşmıştır. Verilerin genel ortalaması değerlendirildiğinde “özel” ve “kaliteli” algısı



Tablo 2. Çikolata tasarımlarının, Damak markası karakter uyumu (erkek)



Tablo 3. Çikolata tasarımlarının, Damak markası karakter uyumu (kadın)

Damak markası algısı ile örtüşmekte, “farklı” algısı Damak marka algısının üzerinde bir değerde, “klasik” ve “yalınlık” algıları ise ortalamanın altında bir değerdedir.

- C tasarımını seçen katılımcıların neden sorusuna yanıtlar genel olarak “klasik”, “farklı”, “yalın”, “kaliteli” ve “genç” algılarında yoğunlaşmıştır. Verilerin genel ortalamasında değerlendirildiğinde “farklı”, “yalın” ve “genç” algısı Damak markası algısı ile uymakta, “klasik” ve “kaliteli” algıları düşük bir değerde kalmaktadır.
- D tasarımını seçen katılımcıların neden sorusuna yanıtlar genel olarak “klasik”, “kaliteli”, “pahalı”, “genç”, “dolgulu” ve “kendisine hitap eden” algıları vurgulamıştır. Verilerin ortalaması üzerinden değerlendirildiğinde “pahalı” ve dolgu algısı Damak marka algısı ile uyum göstermekte, “klasik”, “kaliteli” ve “kendisine hitap eden” algıları düşük ve “genç” algısı ortalamanın üzerinde bir değerdedir.

Marka ve Ürün Karakteri Uyumu

Anket sonucu verilerin analiziyle Damak markasının tüketici tarafından karakter algısı çıkartılmıştır. Damak markası ve mevcut 25 gr. çikolata tasarımını bu veriler doğrultusunda ele aldığımızda ulaştığımız sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Bu veriler doğrultusunda, kadın ve erkek katılımcıların cevaplarının yakın çıkması sonucu Damak markasının tüketici tarafından kabul edilmiş bir marka karakteri olduğu söylenebilir.
- Mevcut ürünün, Damak marka algısı ve mevcut ikramlık çikolata tasarımının algısı karakter özellikleri ile ele alındığında “klasik”, “yalın”, “el yapımı” ve “erkeksi” algıları benzerlik göstermekte, “özel”, “farklı”, “kaliteli”, “premium”, “çikolata uzmanı”, “genç”, “kendine güvenli”, “parçacık dolgu” algıları ve katılımcılara hitap etmesi açısından ise marka algısı ile örtüşmemekte ve düşük değerlerde kalmaktadır.
- Damak markası karakter algısı, ankette kullanılan diğer tasarımlar ile kıyaslandığında tasarımların karakteri, Damak markası karakterine mevcut ürünlerden daha fazla uyum göstermektedir. Firma bu veriler doğrultusunda marka algısına yakın karakterde olan, tasarım veya iletişim stratejilerine uygun algıda olan tasarım doğrultusunda ürün iyileştirmesine veya yeni bir tasarım sürecine başlayabilir.
- Katılımcıların hangi tasarımı neden seçtikleri sorusunun yanıtları üzerinden anlaşılacağı gibi, tüketicinin ifade ederken kullandığı kelimeler, analiz sonuçlarıyla örtüşmemektedir. Buradan, tüketicinin, ifade ettiği ve algılandığı değerlerin farklı olduğu çıkartılabilir.

Çikolata Tasarımında İlişkili Algılar

Yapılan çalışma sonucu çikolata tasarım karakterini etkileyen algılar tespit edilmiş, tek tek ve birbirleriyle ilişkilendirilerek yorumlanmıştır. Çikolata tasarımını etkileyen algıları elimizdeki veriler doğrultusunda değerlendirdiğimizde ulaştığımız sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Korelasyon çizelgelerinden yola çıkarak ankette kullanılan sıfatların çikolata tasarımında nasıl etkili olduğunu bu veriler ile değerlendirebiliriz. Bu veriler doğrultusunda çikolata tasarımında “klasik” algısı birçok değer ile zıtlık içermektedir. Yani, çikolata tasarımının klasik görünümü arttıkça, tasarımın özel, farklı, yalın, pahalı, genç ve çikolata uzmanı algıları düşmektedir ve özel, pahalı, genç ve kadınsı algıları çikolata tasarımında birbirlerini paralel bir şekilde etkileyen algılardır, diyebiliriz.
- Çikolata tasarımında kadınsı algı birçok algıyı etkilemektedir. Örnek vermek gerekirse, tasarımın biçimsel olarak kadınsı algısını arttırırsanız, o tasarımın özel, farklı, kaliteli, pahalı, premium, genç ve çikolata uzmanı olarak algısını da arttırmış olursunuz, çıkarımı yapılabilir.

- Yüzey olarak değerlendirdiğimizde ise çikolata tasarımında yüzeyin yuvarlak ve keskin hatları ne kadar az olursa, o kadar genç, iştah açıcı algılanmakta ve dolgulu çikolata izlenimi vermektedir, diyebiliriz.

Sonuç: Metod Hakkında Çıkarımlar

Kullanılan metod hakkında genel çıkarımlar aşağıdaki gibidir:

- Ürün formunun, kullanıcı üzerinde oluşturduğu algı ve sektör hakkında bilgi vermektedir.
- Ürün ve marka karakter algılarının analizi kullanılarak mevcut ürünlerin iyileştirilmesinin ve yeni bir tasarımın seçiminin yapılmasının mümkün olduğu görülmüştür.
- Hem ürün üretimi olan firmalarda hem de tasarım hizmetini sunan ofislerde stratejik bir metod olarak ele alınmasının, tasarımcı, üretici ve pazar arasında ortak iletişim dilinin oluşmasını sağlayacağı ve yaratılan algının ölçülmesi açısından yardımcı olacağı düşünülmektedir.
- Marka ve ürün karakteri analizi sayesinde, pazarda oluşturulması istenen algıyı ifade eden tasarımların ortaya çıkması sağlanacaktır. Analizde kullanılan kelimeler, tasarımcı ile firma arasında ortak bir dil oluşmasını, pazarlama stratejilerinin kelimeler yoluyla kurulmasını sağlayacak, kelimeler ve değerler aracılığıyla iletişime geçen bir tasarım süreci, bir algının oluşturulmasında etkili olacaktır, diyebiliriz.
- Tasarım pratiğinde, çalışılan konseptlerin, markaya ve projenin hedeflenen algısına uyumunu ölçmek için kullanılabilir, metod sırasında çalışılan tasarımlar uygulamaya seçileceği gibi yeni başlayan bir tasarım süreci için temel oluşturabilir.
- Metod ürün tasarımı gibi görsel değer yaratılan her alanda kullanılabilecek yapıdadır, bu alanlarda da denemeler yapılarak metod geliştirilebilir.

Kaynakça

- Aaker, J. 1997. "Dimensions of Brand Personality." *Journal of Marketing Research* 34:347-356.
- Bilbil, E. K. 2004. "Bütünleşik Pazarlama İletişimi İçerisinde Marka Kavramı ve Bu Kavramın Halkla İlişkiler Boyutu." İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 20.
- Bloch, P. H. 1995. "Seeking the Ideal Form: Product Design and Consumer Response." *Journal of Marketing* 59:16-29.
- Crilly, N., J. Moultrie ve P. J. Clarkson. 2004. "Seeing Things: Consumer Response to the Visual Domain in Product Design." *Design Studies* 25.

- Çayoğlu, H. 2010. “Algılama Yönetimi ve Marka Kimliği İlişkisinde Marka Algısının İncelemesine Yönelik Bir Araştırma.” Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi.
- Demiröz, O. Y. 2007. “Product Character: A Semantic Analysis on Visual Evaluation of Automobile Design”. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Govers, P. C. M. ve J. P. L. Schoormans. 2005. “Product personality and its influence on consumer preferences.” *Journal of Consumer Marketing* 22:189-197.
- P. W. Jordan. 2000. *Designing Pleasurable Products: An Introduction to New Human Factors*. Londra: Taylor & Francis.
- Karjalainen, T. 2004. *Semantic Transformation in Design : Communicating Strategic Brand Identity through Product Design References*. Helsinki: University of Art and Design.
- Keller, K. L. 1993. “Conceptualizing Measuring and Managing Customer Based Equity.” *Journal of Marketing* 57:1-22.
- Krippendorff, K. 2006. *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. Boca Raton: CRC/Taylor & Francis.
- Levy, S. J. 1959. “Symbols for sale.” *Harvard Business Review* 37:117-24.
- Osgood, C., G. Suci ve P. Tannenbaum. 1957. *The Measurement of Meaning*. Chicago: University of Illinois Press.
- Özçelik, D. G. ve Ö. Torlak. 2011. “Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: LEVIS ve MAVİ JEANS Üzerine Bir Uygulama.” *Ege Akademik Bakış Dergisi* 11:361-377.
- Saptarshi, P. 2009. “Brand Personality: An Empirical Study of Four Brands in India.” *The Icfai Journal of Management Research* 2(4):7-20.

ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI EĞİTİMİNDE ZAMAN TEMELLİ GÖRSEL ANLATIMIN ALGISAL ETKİLERİ

Dalsu Özgen Koçyıldırım, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Aykut Coşkun, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Yekta Bakırhoğlu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Zaman temelli anlatımlar (hareket aracılığıyla zaman sürecinde değişimi görünür kılan anlatımlar), izleyicinin dikkatini çekmek ve etkin bir iletişim sağlamak için, başta reklamlarda olmak üzere farklı sektör ve ortamlarda, artan bir yaygınlıkta kullanılmaktadırlar. Bu anlatımların etkin olmalarının başlıca nedenleri hareket unsurunun evrimsel olarak algısal üstünlük sağlaması ve hikaye kullanımının insan iletişiminde temel bir unsur olmasıdır. Film ve animasyon gibi zaman temelli görsel anlatımlar, sağladıkları avantajlar nedeniyle endüstri ürünleri tasarımında da fikirlerin etkin şekilde sunulması için kullanılmaya başlanmıştır ancak bu anlatımların önemli bir parçası olan hikaye unsurunun tasarım alanında kullanılmasının yarattığı algısal etkiler henüz araştırılmamıştır. Bu çalışmada, zaman temelli görsel anlatımlardaki hikayeleştirme unsurunun tasarım sunumlarına, özellikle ürün algısı açısından etkilerinin anlaşılması amaçlanmaktadır. Bu etkilerin anlaşılması için, zaman temelli anlatımlar, sunduğu olanaklar ve yarattığı kısıtlar üzerinden, geleneksel anlatım teknikleri (örn. pafta, maket) ile karşılaştırılmaktadır. Bu araştırma kapsamında, endüstri ürünleri tasarımı eğitmenleri ile görüşmeler yapılarak, bu tarz anlatımların tasarım eğitiminde, özellikle jüri ortamında kullanılmasının öngörülen etkilerine dair bilgi alınmıştır. Var olan örnekler üzerinden karşılaştırma yapmaya dayalı bu görüşmelerin ilk sonuçları, endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde zaman temelli görsel anlatımların yeri açısından tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tasarımda görsel anlatı, ürün tasarımı sunumu, tasarım eğitimi

Giriş

Günümüzde akıllı telefon ve LED ekran gibi yeni teknolojilerin gelişmesi ile hareket içeren görsel iletişim unsurları, cebimizde taşıdığımız en küçük cihazlardan, açık hava ilan panolarına, hatta mimari yapıların dev yüzeylerine kadar, her yerde, her boyutta ve reklam sektörü başta olmak üzere, yönlendirme, kamusal bilgilendirme ve eğitim gibi her tür amaca hizmet eder şekilde kullanılmaktadır. *Zaman temelli anlatımlar* olarak adlandırılan, kayıt edilmiş video, canlandırma ve/veya bu ikisinin bir arada kullanımı ile, hareket aracılığı ile zamanda değişimi görülür kılan bu anlatım yöntemleri, 20. yüzyılın sonlarında gerçekleşmiş

üç dijital devrim sayesinde günümüzdeki yaygın kullanım alanına ulaşmışlardır: kişisel bilgisayarların ortaya çıkması, harekete yönelik yazılımların gelişmesi ve internetin yaygınlaşması (Drate vd. 2006). 21. yüzyılda, toplumun çoğunluğu için erişilebilir hale gelen bilgisayar, tablet ve akıllı telefonlar, ayrıca, bu cihazlara entegre hale gelen kamera ve yazılımlar da, zaman temelli görsel anlatımları günlük hayatın bir parçası haline getirmişlerdir. Robert Abel, “Teknoloji bize hayal ettiklerimizi gerçekleştirebilme özgürlüğünü verir” demiştir (Krasner 2008). Bu özgürlüğü sağlayan teknolojilerin yaygınlaşması ile, zaman temelli görsel anlatımlar tasarım fikirlerini gerçekçi bir şekilde görünür kılmak ve ürünlerin kullanıcı ve ortam ile ilişkilerini açıklayabilmek amacıyla endüstri ürünleri tasarımının farklı alanlarında kullanılmaya başlanmıştır. Yeni teknoloji cihazlarının öğrenciler için de erişilebilir olması, bu tarz anlatımların sadece profesyonel tasarım alanında değil, tasarım eğitiminde de fikir sunumu amacıyla kullanılmasını sağlamıştır.

Ancak yakın zamana kadar statik paftalar ve maketler aracılığı ile değerlendirmesi yapılan tasarım projelerinin, bu yeni anlatım yöntemi ile sunulduğunda nasıl algısal sonuçlar doğurduğu, öğrenci ve eğitimci üzerinden nasıl bir etki yarattığı bilimsel olarak ortaya konulmamıştır. Bu çalışmada, özel olarak endüstri ürünleri tasarımı kapsamında, zaman temelli görsel anlatımlar, sunduğu olanaklar ve yarattığı kısıtlar üzerinden, geleneksel anlatım teknikleri ile karşılaştırılmaktadır.

Zaman Temelli Görsel Anlatımın Algısal Avantajları

20. yüzyılın sonundaki ve 21. yüzyılın başındaki teknolojik gelişmeler sonucunda, zaman temelli görsel anlatımlar çok daha erişilebilir olmuşlardır. Ancak yaygın bir şekilde kullanılmalarının ve tercih edilmelerinin esas nedeni, hareket unsurunun görsel iletişimde sağladığı avantajlardır.

Görsel algılama üzerine çalışan araştırmacılar, insan görsel sisteminin hareketin algılanmasına tüm diğer duyulara kıyasla öncelik verecek şekilde evrimleştiğini savunmaktadırlar (Wolfe vd. 2006). Doğada hareketin algılanması hayatta kalmanın en önemli koşullarındandır, tehlikeli unsurlar genelde hareket ederek gözlemciye yaklaşırlar. Çevredeki bir yırtıcının yaklaşmakta olduğu her şeyden önce ve hızla fark edilmelidir ve bu nedenle hareketin ilk ve öncelikli olarak algılanmasına ihtiyaç vardır. Diğer yandan, yemeğe ihtiyaç duyan avcının da, kaçan avı takip edip yakalayabilmek için hareketi çok etkili ve hızlı bir şekilde algılayacak bir görsel sisteme gereksinimi vardır. Bu nedenlerle hareket evrimsel olarak görsel algının önceliği olmuştur. Hareketin bu algısal önceliği, görsel iletişimde en dikkat çeken unsur olmasını ve hareketli bir anlatımın, hareketsiz bir anlatıma göre çok daha etkili olmasını sağlamıştır. Algısal önceliğe bağlı olarak, izleyicilerin hareket sayesinde daha az sıkıldığı, başka yöne bakmadığı ve zamanın daha hızlı geçtiği hissine kapıldıkları da görülmüştür (Koffka 1935; Hass vd. 2008).

Zaman temelli görsel anlatımın iletişimde etkili olmasının diğer bir nedeni de, mesaj aktarımı için yeni bir araç sunmasıdır: gözlemlenebilir değişim. Statik bir ürün tasarımı sunum paftasında değişim fikrini öneren görseller, zaman tabanlı bir



Resim 1. BMW Gina kumaş araba konsepti (<http://hdwallpaperspost.com/wp-content/uploads/2014/01/BMW-Gina-Concept-2009-HD-Pictuers.jpg>, erişim tarihi 3 Ağustos 2014)

ortamın sunduğu olanaklara kıyaslandığında, çok sınırlı kalmaktadır. Hareketli tasarımlar, zamanı ve değişimi sadece fikren önermekle kalmayıp, izleyicinin süreci yaşamasını ve görsel değişimi bütünüyle ve detaylı olarak görmesini sağlamaktadır. BMW'nin kumaş araba tasarımının (Resim 1) tanıtım videosu, zaman temelli görsel anlatımın getirilerini gösteren iyi bir örnektir. Statik görüntülerde, normal bir araba yüzeyi gibi görünen tasarım fikri, zaman temelli bir anlatım ile kumaş yüzeyinin getirdiği yenilikleri (aracın kapılarının, farlarının açılma detayları, rüzgarlık açılma detayı, vb.) gösterebilmiştir.

Gözlemlenebilir değişimin bir başka örneği de, görsel uzamda yer değişimidir. Nesnelerin hareketinin yanı sıra, kamera hareketi olarak da gerçekleşen uzamsal yer değişimi, bakış açısının sabit kalmasını engellemektedir. Kameranın hareket ettirilmesiyle gerçekleşen görsel menzil değişimi, izleyiciye gerçek dünyadakine benzer şekilde ortamda ilerlediği izlenimi verebilmekte, sunulan görsel unsuru 360 derece her yönden inceleme imkanı sunmakta ve en ufak detaylara yaklaşılmamasını sağlamaktadır (Wollman 2004). Görsel uzamdaki bu hareket kabiliyeti, nesnelerin üç boyutlu formlarının çok daha doğru algılanmasını sağlamaktadır: *Kinetik derinlik etkisi* olarak adlandırılan, hareket aracılığı ile üç boyutlu formun algılanma olgusu, statik konumda sunulan bir nesnenin form algısında oluşan sorunların önüne geçmektedir (Foley ve Matlin 1992)[1].

Hareket, gözlemlenebilir değişimin sayesinde takip edilebilen neden-sonuç ilişkisi de doğurabilmektedir. Bir top bir diğerine doğru ilerleyip dokunduktan sonra, ikinci top harekete geçerse, ikinci topun ilkinin çarpması sonucunda hareket geçtiği şekilde yorum yapılır. Yapılan deneylerde bu tarz neden-sonuç ilişkisi içeren

hareketlerde izleyiciler fırlatma, sürüklenme ve tetikleme gibi farklı ilişki türleri gözlemlediklerini belirtmişlerdir (Ware 2004, 222). Gözlemlenebilir neden-sonuç ilişkisi, özellikle ürünün kullanıcı ile etkileşimlerini açıklamada yararlı bir sunum aracı olabilmektedir.

Ancak gözlemlenebilir değişimin iletişime yaptığı en büyük katkı, bir anlatı oluşumuna olanak sağlamasıdır. Neden-sonuç ilişkisinde oluşan anlamlandırmaya bağlı olarak, belli bir sırada sunulan değişimler, izleyicide anlamlı bir süreç fikrini doğurmakta ve hikaye olarak adlandırabileceğimiz bir anlatı oluşturabilmektedirler. Hikayelerin ise insan iletişiminde evrimsel olarak gelişmiş temel bir güdü olduğu savunulmaktadır (Boyd 2009). Bu nedenle, hikayeler “keşfetmek, şekillendirmek ve paylaşmak için kullandığımız en temel ve etkili araçlar” olarak değerlendirilmektedirler (Krasner 2008). Ayrıca, görsel anlatım uzmanı Will Eisner de hikayelerin kolay kavranan ve içselleştirilen bir bilgi aktarım aracı olduğunu belirtmiştir (2008,1).

Zaman Temelli Görsel Anlatım ve Endüstri Ürünleri Tasarımı

Bu makaleye konu olan araştırmanın amacı, zaman temelli görsel anlatımın, endüstri ürünleri tasarımı eğitimi kapsamında ürün tasarımı sunumlarındaki (tasarım fikrinin ve ürün detaylarının algısı üzerindeki) etkilerini anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, zaman temelli görsellerdeki öyküsel anlatımların, geleneksel sunum yöntemlerine kıyasla getirileri ve götürüleri tartışılarak endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde kullanımının öngörülen sonuçları incelenmektedir. Bir sonraki aşamada, araştırmanın kapsamı genişletilerek, zaman temelli görsel anlatımların profesyonel hayatta ürün tasarımı sunumlarını nasıl etkilediğine bakılacaktır. Bu makaledeki sonuçlar, tasarım eğitmenleriyle yapılan ilk görüşmelerin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, makalede sunulan sonuçlar, araştırmanın ilerleyen safhalarında genişleyecek kapsamına bağlı olarak tekrar irdelenecek ve geliştirilecektir.

Yöntem

Çalışma kapsamında, ilk aşamada 6 tasarım eğitmeni ile birebir görüşmeler tamamlanmıştır. Bu görüşmelerin tasarım eğitimi sürecindeki her aşamaya değinebilmesi için görüşme yapılan eğitmenler farklı tasarım stüdyosu seviyelerinde eğitim yapan eğitmenlerden seçilmiştir:

1. Temel tasarım stüdyosu (2 kişi)
2. Üçüncü yıl tasarım stüdyosu (2 kişi)
3. Dördüncü yıl tasarım stüdyosu (2 kişi)

Çalışmanın ilerleyen aşamalarında, örneklem sayısı artırılarak, daha geniş kapsamlı sonuçlar elde edilmesi hedeflenmektedir.

Yapılacak birebir görüşmeler için üç kısımdan oluşan kapsamlı bir görüşme kılavuzu hazırlanmıştır. Kılavuzun içerdiği kısımlar sırasıyla, *görsel anlatım öğeleri*, *video izleme ve değerlendirme* ve *zaman temelli görsel anlatım tekniklerinin etkileridir*. Bu kısımlar hakkında detaylı bilgi aşağıdaki bölümlerde verilmiştir.

Görsel Anlatım Öğeleri

Araştırma kapsamında zaman temelli görsel anlatımların etkisini algılayabilmek ve sunumlarda ne şekillerde kullanılabileceğini bulmak için, görüşme kılavuzunun ilk kısmında tasarım eğitimi kapsamında proje sunumlarında (jüri, ön jüri gibi) eğitimciler tarafından beklenen görsel anlatım öğelerinin ne olduğuna dair sorular sorulmuştur. Bunun yanı sıra, belirttikleri görsel anlatım tekniklerini bir önem sırasına koymaları ve neden o sıraya koyduklarını belirtmeleri istenmiştir. Bu kısımdaki amaç, eğitimcilerin sunumlardan beklentilerini ve bu beklentilerin sebeplerini anlamak ve bu beklentilerin zaman temelli görsel anlatımlar tarafından ne şekillerde karşılanabildiğini veya karşılanamadığını tespit etmektir.

Video İzleme ve Değerlendirme

Bu kısımda, katılımcılara farklı anlatım teknikleri ile hazırlanmış üç farklı video izletilmiş ve bunlar hakkında ayrı ayrı görüşleri alınmıştır. Görüşmelerde video kullanımı, zaman temelli görsel anlatım konusunda bilgili olmayabilecek katılımcılarla görüşmeyi kolaylaştırmak ve görsel bir uyarı sağlamak amacıyla tercih edilmiştir. Araştırmanın amacının izlenen videoların veya sundukların ürünlerin değerlendirilmesi olmadığı görüşmelerden önce belirtilmiştir. Bu kısmın amacı, zaman temelli görsel anlatımlar ile bir önceki kısımda belirtilen görsel anlatım öğelerinin iletilip iletilmediğini görmek ve farklı anlatım tekniklerinin tasarım fikrini sunmak konusundaki sunduğu olanakları ve yarattığı kısıtları anlamaktır. Bu kapsamda katılımcılara videolar hakkındaki genel görüşleri, anlatım öğelerini ne şekillerde içerip içermediği ve statik pafta anlatımına göre güçlü ve zayıf yanırları sorulmuştur.

Bu kısımda kullanılan videolar, internet üzerinden bulunan ürün tanıtımlarıdır ve ürünlerin nasıl kullanıldıklarına dair zaman temelli görsel anlatım örnekleridir. Önceden bahsi geçtiği üzere, hikaye olgusunun insan iletişimindeki evrimsel temel konumu nedeniyle, videolarda bu unsurun bulunmasına dikkate edilmiştir. Bu videoların seçimi, araştırma ekibi tarafından üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Öncelikle, araştırma kapsamına uygun olabilecek videolar genel olarak araştırılmış, bir araya getirilmiş, anlatım tekniklerine göre bir ön değerlendirmeden geçirilerek farklı anlatım tekniklerini içerecek şekilde sınıflandırılmıştır. Daha sonra bu videolar, tanıttıkları ürünlere göre gruplandırılmış ve her ürün grubu için üçer adet farklı video olacak şekilde düzenlenmiştir. Son olarak, yapılan pilot çalışma kapsamında bu video gruplarından iki tanesi denenmiştir. “Teknolojik ürünler” olarak adlandırılmış ilk grup, bir monitör, bir taşınabilir bilgisayar ve bir de masaüstü kompakt bilgisayar videosu içerecek şekilde düzenlenmiştir. İkinci grupta ise



Resim 2. Görüşme videolarının ekran görüntüleri

“teknolojik olmayan ürünler” olarak adlandırılmış, var olan ürünlere eklenen, aksesuar denilebilecek tasarımlar yer almıştır: bardağa takılan çay demleme aparatı, kullanılmış teneke kutuları baharatlık veya yağdanlık gibi ürünlere çeviren aksesuarlar seti ve sıradan kavanozu kademeli beslenme çantasına çeviren aksesuar. Pilot görüşmenin sonucu olarak, “teknolojik ürünler”in, tanınırlıkları ve marka etkileri gibi unsurlar nedeniyle tarafsız veri toplamada sorun yarattığına karar verilmiş. Diğer yandan, “teknolojik olmayan ürünler” video grubundaki ürünlerin tanınır olmaması, araştırmanın daha sağlıklı sonuç vermesine yardımcı olmuştur. Görüşmelerde kullanılmak için seçilen bu ikinci gruptaki videolar sırasıyla Bobble su filtreli sürahi, EverCap plastik şişelere uyumlu su filtresi ve BNTÖ kavanoz-beslenme çantası adaptörü olmuştur. Videoların seçiminde, yapısal ve kullanım olarak birbirine benzeyen ürünlerin, birbirinden farklı bir görsel dille anlatılmış olmasına dikkat edilmiştir. Birinci ve üçüncü video, satışa sunulmuş ürünlerin reklam filmi iken, ikinci video henüz üretilmemiş bir tasarımın tanıtım filmidir. Birinci film üç boyutlu animasyonlar aracılığı ile, zamandan ve mekandan ayrılmış, grafiksel bir anlatım yapmakta, ikinci film tasarımcıları ve tasarım sürecini sunmakta ve üçüncü film ise, üretilmiş nesneyi farklı ortamlarda kullanım halinde gerçekçi bir dille göstermektedir. Bu çeşitlilik sayesinde farklı görsel anlatım yaklaşımlarının katılımcılarda nasıl algısal etkiler doğurduğu incelenmek istenmiştir. Ayrıca videolardan belirli aralıklarla alınmış ekran görüntüleri A4 kağıtlara basılmış ve katılımcıların hızlı bir şekilde video içeriğini hatırlaması ve oradan referans vererek konuşabilmesi için görüşme sırasında kullanılmıştır (Resim 2).

Zaman Temelli Görsel Anlatımın Etkileri

Görüşme kılavuzunun son kısmında, izlenen videolardan alınan izlenimler doğrultusunda, zaman temelli görsel anlatımın öğrenci sunumlarını ne yönlerde etkileyebileceği konusunda katılımcıların fikirlerinin alınması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, zaman temelli görsel anlatımın tasarım fikri algısını, sunum ve iletişim konularındaki algıyı ve katılımcının dikkatini ve merakını nasıl etkilediğine dair sorular sorulmuştur. Bunun yanı sıra, bu anlatımın öğrenci sunumlarında kullanılmasının getiri ve götürüleri tartışılmıştır.

Veri Analizi

Görüşmeler sırasında ses kaydı alınmış ve bu ses kayıtları araştırma ekibi tarafından çözümlenmiştir. Bu çözümlemeler görüşme kılavuzunun doğrultusunda, görsel anlatım öğeleri, izlenen videolar hakkındaki görüşler ve zaman temelli görsel anlatım tekniklerini içeren üç farklı gruba ayrıştırılmış ve elde edilen veriler, ortaya çıkan temalara göre sınıflandırılmıştır.

Ön Bulgular

Bir önceki kısımda belirtildiği gibi, birebir görüşmelerin başlangıç kısmında, katılımcılara ideal bir ürün tasarımı sunumunda olması gereken öğeler sorulmuştur.

Katılımcılardan gelen yorumlara göre bir sunumda bulunması gereken öğeler aşağıdaki tabloda listelenmiştir.

- Ürünün farklı açılardan alınmış perspektif görüntüleri (5)*
- Kullanım senaryosu ve ürünün kullanıcı ile olan ilişkisini anlatan görseller (5)
- Teknik çizimler (Ortografik görünüşler, kesitler vb.) (4)
- Ölçeklendirme (3)
- Ürün geliştirme sürecini gösteren görseller (2)
- Ürünü oluşturan kritik detaylar (Üretim detayları, malzeme, renk vb.) (2)
- Problemin ne olduğunu, tasarımın neye cevap verdiği anlatan ifadeler (2)
- Ölçekli veya birebir maket (2)
- Sözlü ifade (2)
- Yazılı açıklamalar (1)
- Ürün künyesi (Tasarımcı, üretici firma ismi, ürün ismi, tarih vb.) (1)
- Animasyon (1)

* Parantez içerisinde yer alan rakamlar, kaç katılımcının ilgili maddeyi saydığını belirtmektedir.

Tablo 1. İdeal bir ürün sunumunda bulunması gereken öğeler

İdeal bir ürün sunumunda bulunması gereken öğeler belirlendikten sonra, katılımcılardan bu bahsi geçen sunum öğelerinden en önemli olanını seçmeleri istenmiştir. Katılımcıların çoğunluğu, Tablo 1’de listelenmiş öğeler arasındaki en önemli unsurun ürün kullanım senaryosu (yani ürünün farklı açılardan alınmış, kullanıcı ile ve kullanım sırasında gösteren görseller) olduğunu belirtmişlerdir (4 katılımcı). Bu görsellerin, ürünün kullanıcı ve çevresi ile olan ilişkisini ve ölçeğini göstermenin yanı sıra ürünün gerçek hayatta nasıl kullanılacağına dair bilgi de verdiği için en önemli öğe olduğunu açıklamışlardır. Bir diğer öne çıkan sunum öğesi ise, ortografik görünüşler ve kesitleri içeren teknik çizimlerdir (2 katılımcı). Bunun nedeni de, teknik çizimlerin, ölçü, form ve üretim detayları gibi ürüne ve üretime dair detayları içermesidir.

Zaman Temelli Görsel Anlatımın Ürün Fikri ve Sunum Algısına Etkisi

Çalışmanın sonuçlarına göre, zaman temelli görsel anlatım, eğitimcilerin ürün fikri ve sunumu algılarına olumlu veya olumsuz etki edebilmektedir. Bu etki, sunumun yapılaş biçimine, kullanılan görsellere ve içerilen bilgiye göre farklı şekillerde olabilmektedir.

Ürüne Yönelik Algılar

Gerçekçilik: Ürünün kullanım senaryosunun bir film şeklinde, gerçek kullanıcılar ile ve ürünün kullanılacağı ortam içerisinde anlatılması gerçekçilik algısı yaratmaktadır. Bu algı da, sunulan fikrin kavramsal bir tasarım fikri olmaktan çıkıp hayata geçebileceği konusunda ikna edici olabilmektedir.

Yüzeysellik: Zaman temelli görsel anlatımlar, özellikle ürün tasarımı sunumlarında olması beklenen önemli öğeleri içermediğinde, eğitimlerde yüzeysellik (ürün

hakkında yeteri kadar derinlemesine bilgi verilmemesi) algısını doğurmaktadır. Örneğin, bazı sunumlarda kullanım senaryosuna yönelik anlatımlar hikayeleştirilerek anlatılırken, ürüne yönelik teknik detayların (teknik çizim, kesit vb.) tam olarak yansıtılamadığı görülmüştür. Bu da bazı katılımcılarda, zaman temelli görsel anlatımların geleneksel ürün paftalarının yerini alamayacağı, onlara destekleyici olarak bulunmalarının daha doğru olacağı düşüncesini doğurmuştur.

İyi ürün ve kötü ürün algısı: Yapılan sunumun içerdiği bilgi miktarı, kullanılan görsellerin kalitesi ve bu görsellerin ilgi çekici olması, anlatılan ürünün iyi veya kötü olarak değerlendirilmesine yol açabilmektedir. Kullanılan görsellerin düşük kalitede olması, ürüne dair derinlemesine bilgi verilmemesi (örn. kullanıma dair bazı detayların gösterilmemesi) kötü bir ürün algısı yaratırken, yüksek kaliteli ve ilgi çekici görsel kullanımı ve detaylı ürün anlatımı zaten iyi olan bir fikrin daha iyi algılanmasına neden olmaktadır.

Sunuma Yönelik Algılar

Sürükleyicilik: Zaman temelli görsel anlatımların, geleneksel paftalardan farklı olarak yarattığı en önemli algının sürükleyicilik olduğu görülmüştür. Ürün geliştirme sürecinin ve ürün kullanım senaryosunun yüksek kaliteli görseller kullanılarak bir akış içerisinde, hikayeleştirilerek anlatılması, bu anlatımın ses ve müzik ile desteklenmesi eğitmenlerde merak uyandırmış ve ilgi çekici olarak tanımlanmıştır. Ancak müzik seçiminde dikkatli olunması gerektiği ortaya çıkmıştır. Çünkü uyumsuz olarak değerlendirilen bir müzik seçiminin negatif bir algı yarattığı görülmüştür.

Profesyonellik/Amatörlük: Zaman temelli görsel anlatımlar, içerdiği bilgiye ve anlatım tarzına göre profesyonel veya amatör bir çalışma algısı yaratabilmektedir. Sonuçlara göre, daha az bilgi veren, bazı teknik detayları içermeyen, kaliteli görsellerin kullanıldığı ve son kullanıcıya yönelik tasarlanmış sunumlar profesyonellik ve reklam algısı oluştururken; fikir geliştirme sürecine daha çok değinen (bunu hikayeleştirerek anlatan), teknik detaylara daha çok yer veren, problemin ne olduğu ve ürünün buna nasıl çözüm getirdiğini anlatan sunumlar ise amatörlik algısı yaratmaktadır. Bazı katılımcılar, amatörlik algısının bir öğrenci sunumu için daha uygun olduğunu ve reklam algısı baskın olan sunumların eğitim ortamı için çok da uygun olmadığını belirtmiştir.

Zaman Temelli Görsel Anlatımların Ürün Sunumlarında Kullanılmasının Olası Etkileri

Bu çalışma kapsamında, zaman temelli görsel anlatımların, daha çok geleneksel paftalara tamamlayıcı nitelikte olması görüşü ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan, öğrencinin sunumuna bu tür bir anlatım yöntemini dahil etmesi, eğitmenlerde her koşulda olumlu bir etki yaratmaktadır. Zaman temelli görsel anlatımlar, izleyicilerde merak uyandırarak sunumu ilgiyle izlemelerini sağlayacağı için umut verici görünmektedir. Görsellerin ses eşliğinde ve hareket eder şekilde sunulmasının,

ürüne dair daha kapsamlı bilgi aktarımı sağladığı belirtilmiştir. Bu anlatım yoluyla, iletişim sadece görsel verilere dayanmayıp, işitsel ve kinetik bilgilerin de eş zamanlı olarak aktarımından yararlanmaktadır. Özellikle kullanım senaryosunun bir hikaye şeklinde anlatılması ise, çok daha gerçekçi, hızlı ve kolay anlaşılır bir iletişime olanak sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, eğitmenler, böyle gelişmiş bir anlatım yaklaşımı ile jüri önüne çıkacak öğrencilerin özgüvenlerinin artacağını ve daha başarılı bir sunum yapacaklarını öngörmektedirler. Son olarak, kapalı yapılan jüriler ve ürün tasarım sergileri gibi tasarımcının (öğrencinin) bulunmadığı ortamlarda kullanılabilir olması da bu anlatı yaklaşımının olumlu etkileri arasında yer almaktadır.

Tüm bu avantajlarına rağmen, zaman temelli görsel anlatımın ürün tasarımı sunumunda kullanılmasının birtakım olumsuz etkileri de olabileceği belirlenmiştir. Sonuçlara göre, öğrenciler açısından oluşabilecek en büyük dezavantajlar, sunumu hazırlamak için gereken ek zaman, efor ve beceridir. Zaten kısa olan ürün geliştirme sürecinde, bu ek gerekliliklerin olumsuz etki yaratacağı düşünülmektedir. Zaman temelli görsel anlatım tekniğinin ürün sunumlarında kullanılmasının getirebileceği bir diğer dezavantaj ise, video içerisinde geri dönüşün zor olması ve (makette olduğu gibi) ürünle birebir etkileşime geçilememesi nedeniyle, inceleme zorluğudur. Bir diğer husus ise, bu tarz bir anlatım yönteminin tasarım sürecinin ara aşamalarında kullanılmaya uygun olmayışıdır. Bunun temel nedeni ise, halen bitmemiş bir ürün için ek zaman ve iş yükü harcayarak bir sunum yapmanın süreç açısından çok da verimli olmamasıdır. Bu nedenle, zaman temelli görsel anlatımın, ancak tasarım sürecinin en sonunda kullanılabileceği düşünülmektedir. Son olarak, bu tarz sunumların reklam anlatım diline kayma riski de, değerlendirmeye kapalı, dolayısı ile eğitim ortamına uygunsuz bir algı oluşturması nedeniyle bir dezavantaj olarak belirtilmiştir.

Çalışma sonucunda belirlenen, zaman temelli görsel anlatımların, endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde sunum amaçlı kullanılmasının doğuracağı öngörülen olumlu ve olumsuz etkiler, Tablo 2’de iki grup halinde listelenmiştir.

Sonuç

Bu çalışmadaki ilk bulgular, zaman temelli görsel anlatımların, eğitim ortamında ürün tasarımı sunumlarında kullanılmasının faydalı olabileceğini göstermiştir. Ancak, eğitmenler arasında genel olarak kabul gören görüş, bu sunum yönteminin geleneksel sunum anlayışına alternatif olması değil, onu tamamlayıcı nitelikte olması yönündedir. Bir ürün sunumunun içermesi gereken öğeler de dikkate alındığında, bazı teknik detayları veya çizimleri içermediği, içerse dahi geri dönmesi ve ayrıntılı incelemesi zor bir ortamda bulunduğu için zaman temelli görsel anlatımın tek başına yetersiz kaldığı düşünülmektedir. Bununla beraber bu tarz bir görsel anlatımın tamamlayıcılık etkisi de önemli bir avantaj olarak görülmektedir: özellikle ürünün kullanım senaryosunu hikayeleştirerek anlatması ve görsel, işitsel ve hareketli anlatımların bir arada kullanması (yani birden fazla duyuya hitap

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
• Dikkat çekici, merak uyandırıcı (5)* • Anlatımı destekleyici/tamamlayıcı (5) • İletişim kolaylığı (3) • Kullanım senaryosunun etkili anlatımı (3) • İyi ürün algısı (İyi sunum uygulaması) (2) • Birden fazla duyuya hitap edebilme (2) • Öğrenciye özgüven sağlama (1) • Kapalı jüri ve sergi gibi öğrencinin sunumda yer almadığı ortamlarda kullanıma uygunluk (1) • Gerçekçi ürün algısı (1) * Parantez içerisinde yer alan rakamlar, kaç katılımcının ilgili maddeyi olumlu veya olumsuz olarak değerlendirdiğini belirtmektedir.	• Ek zaman (6) • Ek iş yükü (4) • Öğrencinin beceri ve deneyim eksikliği (4) • İnceleme zorluğu (3) • Kötü ürün algısı (Kötü sunum uygulaması) (2) • Tek başına yetersiz kalması (1) • Bitmiş ürün için daha uygun olması, ara aşamalar için uygun olmaması (1) • Reklam algısı (1)

Tablo 2. Tasarım eğitiminde zaman temelli görsel anlatımın ürün sunumlarında kullanımının doğuracağı olası etkiler

etmesi) açısından etkili bulunmaktadır. Sonuç olarak, öğrenciler üzerine bindireceği ek gereksinimler de dikkate alınarak, zaman temelli görsel anlatımların tasarım eğitiminde daha başarılı ürün sunumları sağlayacak şekilde, geleneksel sunum yöntemleriyle bir arada kullanılması önerilmektedir. Bir yandan ürünün genel tanıtımı, kullanım ortamı, kullanıcı ile etkileşimi gerçekçi ve hareketli bir şekilde sunulurken, diğer yandan üretim detayları, malzeme ve teknik çizimler gibi ayrıntılar statik paftalar aracılığı ile verilebilir.

Günümüz toplumu, etrafında gördüklerine tepki veren, görsel stillerle kendini ifade eden, *görsel bir toplum* olarak değerlendirilmektedir (Gallagher ve Paldy 2007). Buna ek olarak, günümüzde artan hareketli ve etkileşimli görsel iletişim ortamları göz önüne alındığında, yakın geleceğin toplumunun da sadece görsel değil, dinamik görsel bir toplum olacağı söylenebilir. Bu hareketli görsel toplumun bireyleri olan tasarım öğrencilerinin de kendilerini ve tasarım fikirlerini zaman temelli görsel anlatımlar kullanarak ifade edecekleri beklenmektedir. Gelecekte yapılması planlanan daha kapsamlı çalışmaların sonuçları ile, bu anlatım

yönteminin algısal etkilerinin daha da iyi anlaşılacağı ve bu sonuçlardan yararlanılarak, eğitime ve değerlendirmeye katkı sağlayacak daha gelişmiş görsel sunumlar gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir.

Notlar

[1] İngilizce “Kinetic Depth Effect”

Kaynakça

- BNTÖ tanıtım filmi. Erişim tarihi 15.04.2014. <<http://vimeo.com/68870138>>
- Bobble tanıtım filmi. Erişim tarihi 15.04.2014. <<http://youtu.be/Cpo-g6oEGiU>>
- Boyd, Brian. 2009. *On The Origin Of Stories: Evolution, Cognition And Fiction*. Cambridge, Mass. ve Londra: Harvard University Press.
- Drate, S., D. Robbins, J. Salavetz ve K. Cooper. 2006. *Motion By Design*. İngiltere: Laurence King Publishing.
- Eisner, Will. 2008. *Graphic Storytelling And Visual Narrative*. New York: W.W.Norton & Company, Inc.
- EverCap tanıtım filmi. Erişim tarihi 15.04.2014. <<https://www.indiegogo.com/projects/evercap-the-screw-on-water-filter>>
- Foley, H. J. ve W. M. W. Matlin. 1992. *Sensation And Perception*. Bs.3. Massachusetts: Ally And Bacon.
- Gallagher, R. ve A. M. Paldy. 2007. *Exploring Motion Graphics*. Kanada: Thomson Delmar Learning.
- Hass, J., S. Blaschke, T. Rammsayer ve M. Herrmann. 2008. “Time perception and motor control - competition or collaboration?” *Frontiers in Computational Neuroscience: Bernstein Symposium*, Münih, Almanya.
- Krasner, Jon. 2008. *Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics*. Burlington: Elsevier.
- Koffka, Kurt. 1935. *Principles of Gestalt Psychology*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Ware, Colin. 2004. *Information Visualization, Perception for Design*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers.
- Wolfe, J. M., K. R. Kluender ve D. M. Levi. 2006. *Sensation & Perception*. Massachusetts: Sinauer.
- Wollman, Matt. 2004. *Motion Design: Moving Graphics for Television, Music, Video, Cinema and Digital Interfaces*. İsviçre: Rotovision.

KULLANICI ARAŞTIRMALARI

TOPLU TAŞIMA BİLGİ SİSTEMLERİ TASARIMININ YAŞLI KULLANICILAR İÇİN UYGUNLUĞUNUN ARAŞTIRILMASI

Selin Gülden, İzmir Ekonomi Üniversitesi

Toplu taşıma (TT), düşük fiyatlarla insan hareketliliğini sağlaması açısından kentsel yaşamın en önemli parçalarından biri olarak kabul edilebilir. TT hizmetleri içinde en hayati rolü üstlenmekte olan toplu taşıma bilgi sistemleri ise, insanların günlük etkinlikleri hakkında bilinçli kararlar vermesini sağlamakta, zaman tüketimini azaltmakta ve sonuç olarak yaşam kalitesini artırmaktadır. TT bilgi sistemleri genel tanımıyla rotalar, programlar, gecikmeler ve olası durumlar gibi seyahat seçenekleri hakkında bilgi sunan hizmetler olarak tanımlanabilir. Son yıllarda, toplu taşıma hizmet sistemlerinde yaşlı popülasyonun önemi birçok araştırmacı tarafından çalışılmaktadır. Bu çalışmaların bazıları, yaşlılar ve engelliler gibi taşıma dezavantajlı (TD) toplulukların TT hizmetlerindeki karar verme ve planlama süreçlerine katılım düzeylerini ve tercihlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, TT hizmetleri ve sistemlerinin genellikle TD popülasyonunun katılımını ihmal ettiği ve dikkate almadığı, literatürdeki çalışmalarda açıkça görülmektedir. Yaşlılar için daha uygun ve kullanımı kolay TT bilgi sistemleri bulma amacı doğrultusunda, bu proje İzmir’de Konak-F. Altay otobüs hattı üzerinde yaşanan sorunlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Hedef, bu bilgi sistemlerinin tasarımı ile ilgili önemli sorunları ve genelde ihmal edilen yaşlı yolcular için ne kadar etkili bir şekilde çalıştığını anlamak olmuştur ve bunun için iki aşamalı bir çalışma yapılmıştır. İlk olarak, bir otobüs hattı boyunca yaşlı yolcular gözlemlenmiş ve fotoğraflanmıştır. İkinci olarak da bir anket hazırlanmış ve rastlantısal bir şekilde seçilen 35 kişiye uygulanmıştır. Gözlemin ve anketin sonuçları analiz edilmiş ve karşılaşılan sorunları en aza indirmek ve sistemi geliştirmek adına bazı öneri ve çözümler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Toplu taşıma, toplu taşıma bilgi sistemi, taşıma dezavantajlı popülasyon, yaşlı insanlar, yaşlılar için tasarım

Giriş

Bu çalışma, toplu taşıma bilgi sistemlerine olan ihtiyaç üzerine yoğunlaşmaktadır. İzmir’de toplu taşıma kullanıcıları için sunulan Yolcu Bilgilendirme Sistemi’nin etkinliği hakkındaki araştırma bulgularını değerlendirmektedir. Çalışmanın temel amacı, özellikle de bu bilgi sistemi tasarımının yaşlı kullanıcılar için uygunluğunu belirlemektir.

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde, toplu taşıma bilgi sistemleri ve yaşlıların toplu taşıma hizmetlerindeki önemi üzerine yapılan bazı çalışmalar incelenmiştir. Bunun yanı sıra, İzmir’deki toplu taşıma sisteminin mevcut durumu üzerine odaklanılmıştır. Çalışmada izlenen yöntemin ilk aşamasında, İzmir’deki toplu taşıma sistemi incelenmiş ve yaşlılar için tasarım bağlamında temel sorunlar tahlil edilmiştir. Toplu taşıma hizmetinin en yoğun olarak kullanıldığı, kentin önemli noktalarında gözlemler yapılmış, bunun yanı sıra 60 yaş üzeri 10 yakın ile, yapılandırılmamış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ön çalışmadaki verilerden yola çıkılarak oluşturulan anket çalışması, Konak-F. Altay Aktarma Merkezi otobüs hattını kullanan 60 yaş ve üzeri yolcular ve onların otobüs duraklarında ve otobüs içinde toplu taşıma bilgi sistemi ile olan etkileşimlerine odaklanmak üzere tasarlanmış, rastlantısal bir şekilde seçilen 35 kişiye uygulanmıştır. Elde edilen tüm bulgular önemli sonuçlar belirtecek şekilde yorumlanmış, karşılaşılan sorunları en aza indirmek ve sistemi geliştirmek adına bazı öneri ve çözümler verilmiştir. İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı doktora programı ders aşamasında gerçekleştirilen ve kent ölçeğinde yapılan bu çalışma gibi, bu alanda yapılan tasarım araştırmalarının daha da genişletilmesi ve tasarım pratiğinde uygulamaya geçirilmesinin önemi bir kez daha vurgulanmıştır.

Literatür Araştırması

Toplu Taşıma Bilgi Sistemleri ve Yaşlıların TT Hizmetlerindeki Önemi

Toplu taşıma (TT), düşük fiyatlarla insan hareketliliğini sağlaması açısından kent-sel yaşamın en önemli parçalarından biri olarak kabul edilebilir. Toplu taşımadaki gelişmeler sanayileşme, kentleşme ve işyerlerinin konutlardan kopması ile ilişkilendirilebilir. 1900’lerin başlarından beri gelişmiş ülkeler TT sistemlerini oldukça iyileştirmekte iken geliştirmekte olan ülkeler bu hizmetleri yeni uygulamaya başlamıştır. Son zamanlarda daha kaliteli, teknoloji, etkililik, verimlilik ve “herkes için tasarım” prensipleri açısından gelişmiş, yeni TT hizmetleri uygulanmaktadır. Giderek büyüyen popülasyonun etkisiyle, trafik ve park sorunları da sürekli artmaktadır. Bu ortak soruna getirilen çözüm, toplu taşıma hizmetlerinin çekiciliğini yükseltmek ve mevcut sistemleri geliştirerek insanların daha etkin bir şekilde kullanmalarını sağlamak olmuştur. Rotalar, programlar, gecikmeler ve olası durumlar gibi seyahat seçenekleri hakkında bilgi sunan toplu taşıma bilgi sistemleri ise genel TT hizmetleri içinde en hayati rolü üstlenmekte ve bu şekilde insanların günlük etkinlikleri hakkında bilinçli kararlar vermesini sağlamakta, zaman tüketimini azaltmakta ve sonuç olarak yaşam kalitesini arttırmaktadır. Toplu taşıma bilgi sistemleri, toplu taşıma hizmetleri hakkında bilgi sağlayan bir asistan görevi görmektedir. Bu bilgi sistemleri; seyahat öncesindeki (rota haritaları, programlar, durak/istasyon konumları, hava durumu vb.), seyahat sırasında duraklardaki (rota haritaları, programlar, durak/istasyon bekleme süreleri, boş koltuk durumu vb.) ve araçların içindeki (rotalar, sonraki durak bilgisi, duyurular/uyarılar vb.) bilgileri içeren bir hizmet vermektedir (Alver ve Mizokami 2007). Toplu taşıma bilgi sis-

temleri üzerine son zamanlarda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu, seyahatin farklı aşamalarındaki bilgi kullanımını tartışmıştır (Caufield ve O'Mahony 2007; Bonsall 2004; Littlejohns 2004; Lodden ve Brechan 2004; Grotenhuis vd. 2007). Birçok araştırmaya göre, yolcular için en önemli konu seyahat öncesi bilgisi olmuştur (Cluett vd. 2003; Lyons 2006). Westerheim vd. (2007) ve Lyons (2006) çalışmalarında bilgi sistemleri için olan talep ve ihtiyaçları da ayırt etmeye çalışmışlardır. Özellikle yeni kullanıcılar ve fiziksel engelli bireyler için toplu taşıma bilgisi ve ilgili hizmetlere son derece ihtiyaç olduğu açığa çıkmıştır. Diğer birkaç kapsamlı çalışma ise toplu taşıma kullanıcısı olmayanların etkili bir bilgi sistemi – programlar, rotalar, boş koltuk durumu, ücretler ve durak konumlarını içeren – mevcut olduğu sürece toplu taşıma hizmetlerinden yararlanmayı düşüneceklerini açığa çıkarmıştır (Abdel-Aty 2001; Abdel-Aty ve Abdalla 2006). Araştırmaların büyük bir kısmı gelişmiş ülkelerde mevcut olan sistemler üzerine yoğunlaşmış, bu nedenle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu konuda literatürde boşluklar olduğu görülmüştür.

Yaşlı popülasyonunun toplu taşıma sistemlerindeki önemi de ayrıca birçok araştırmacının çalışmasına konu olmuştur. Bu çalışmalardan biri, yaşlılar ve engelliler gibi taşıma dezavantajlı (TD) toplulukların toplu taşıma hizmetlerindeki karar verme ve planlama süreçlerine katılım düzeylerini ve tercihlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Duvarcı ve Mizokami 2008). Taşıma dezavantajlı olarak adlandırılan yaşlı ve engelli popülasyonunun özellikle gelişmiş ülkelerde giderek artmasıyla, onların seyahat koşulları konusunda bir süredir çalışmalar yapılmaktadır. Literatür araştırmasında, TD gruplarının karar verme ve planlama süreçlerindeki katılım rolünü vurgulayan birçok çalışma bulunmuştur (Barter 1998; Fitzgerald vd. 2000). Yaşlı ve engelli popülasyonunun tercihleri, bakış açıları ve ihtiyaçları ile TT hizmetlerinin karar verme ve planlama süreçlerine dâhil olması Duvarcı ve Mizokami (2008) tarafından ayrıca adres edilmiştir. Taşıma dezavantajlı konusunun kavramlaştırılması çalışmaları yakın literatürde bulunmuş ve insanların seyahat becerisi ve kalitesini etkileyen olumsuz faktörler tanımlanmıştır (Duvarcı ve Yiğitcanlar 2007; Hine ve Mitchell 2003; Hine ve Grieco 2003; Pennycook vd. 2001; Church vd. 2000). Yaşlılar ve engellilerin, TD popülasyonu içindeki en savunmasız grup olduğu düşünülmektedir (Lucas 2006). Toplu taşıma hizmetleri ve sistemlerinin de taşıma dezavantajlı popülasyonun gerekli katılımını çoğunlukla göz ardı ettiği ve yok saydığı literatürde açıkça görülmektedir (Banister 2002; Dodson vd. 2004; Grieco 2003). Kanada'da yaşlı ve engelli yolcular için Taşıma Geliştirme Merkezi (*Transportation Development Center*) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, yerel toplu taşıma kullanıcılarının en büyük sorunlarının araçtan inme ve araca binme (%52), hareket halinde iken araçta ayakta durma (%49), durağa ulaşma ve durağın yerini tespit etme (%33), işaretleri ve uyarıları görme (%20), rotalar ve program hakkında bilgi edinme (%17), anonsları duyma (%13) ve durakta ne kadar bekleyeceğini bilme (%32) konularında olduğunu açığa çıkarmaktadır. Sonuç olarak, yaşlı popülasyonun toplu taşıma hizmetleri ve bil-

gi sistemlerinin planlanması ve tasarımındaki önemi ve rolü literatürdeki birçok çalışma tarafından kanıtlanmıştır. Yaşlıların çoğunlukla göz ardı edilen ve yok sayılan tercihleri ve ihtiyaçlarını keşfetmek adına, daha fazla ve ileri araştırmalar yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

 zmir’de Toplu Taşıma Sisteminin Mevcut Durumu

 zmir, 3,5 milyon popülasyonu ile gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye’nin üçüncü büyük kentidir. Popülasyonun hızla artmasıyla, kentin ulaşım altyapısı eksik kalmış ve bu sorunu çözmek için yeni uygulanan veya planlaması devam etmekte olan projeler geliştirilmiştir. şu anda  zmir’de ESHOT ( zmir kentinin toplu taşıma servis operatörü) tarafından işletilen beş farklı TT hizmeti bulunmaktadır. Otobüs hizmeti, 250 rotada işletilen 1500 otobüs ile en yüksek kapasiteye sahiptir. Otobüs hizmetini sırasıyla metro, yerel tren (yavaş hizmet ve az sıklıkta işletilen 21 istasyonu ile), deniz ulaşımı (10 liman arası vapur ve feribot hizmeti ile) ve dolmuş (kendine ait rotaları ve durakları ile mini otobüsler ile sağlanan diğer bir TT hizmeti) takip etmektedir. Son zamanlarda,  zmir’deki TT sistemlerinin hizmet kalitesi ile beraber yolcuların rahatlık ve tatmin düzeyini de geliştirmek adına önemli atılımlar yapılmaktadır. Literatür araştırmasında bulunan bir çalışma da  zmir’deki Taşıma Bilgi Sistemleri’nin (*Transit Information Systems*) yolcuların tatmin düzeyindeki etkisini, hizmet türleri ve hizmet düzeyini araştırmıştır.  lgili çalışmada da, bu çalışmadaki gibi yüz yüze görüşme ile anket araştırması yöntemi uygulanmıştır. Alver ve Mizokami (2007), toplu taşıma sistemlerinde rotalar ve program hakkındaki bilginin mevcut olmasının yolcuların tatmin düzeyini arttırdığını ortaya çıkar mışlardır.

 zmir’de ESHOT tarafından  nerilen Yolcu Bilgilendirme Sistemi adlı yeni TT bilgi sistemi, iki farklı hizmet sunmaktadır. Akıllı Durak Yolcu Bilgilendirme Sistemi, duraklara entegre dijital ekranlar ile yolcuların dura a varmakta olan araçların listesini, numarasını ve kalan durak sayısını görmelerini sağlayarak gerçek zamanlı bilgi hizmeti vermeyi amaçlamaktadır (Resim 1). Diğer bir hizmet olan Araç içi Yolcu Bilgilendirme Sistemi ise, araç içine yerleştirilen dijital ekranlar ile yolcuların dijital haritadan yolculuk rotasını, sürücünün kimlik bilgilerini ve aracın hızını izlemelerini, aynı zamanda da günlük haberleri, hava durumunu, saati ve şehir duyurularını takip etmelerini sağlayarak yine gerçek zamanlı bir hizmet vermektedir (Resim 2). Yolcular aynı zamanda şimdiki ve sonraki durak bilgisini görsel ve işitsel olarak takip edebilmektedirler.

Sorunun Formülasyonu ve Araştırma Yöntemini Belirleme

Çalışmanın bu aşamasında  zmir’deki tüm toplu taşıma sistemi incelenmiş ve yaşlılar için tasarım bağlamında temel zorluklar ve engeller tahlil edilmiştir. Toplu taşıma hizmetinin en yoğun olarak kullanıldığı kentin önemli noktalarında gözlemler yapılmış, bunun yanı sıra 60 yaş üzeri yakınlar ile yapılandırılmamış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yakın zamanda oluşturulan ve kullanıma sunu-



Resim 1. Akıllı Durak Yolcu Bilgilendirme Sistemi'ne ait bir fotoğraf <http://www.kentkart.com/UserFiles/tr_21b0b4cb-60ac-4d44-a4a8-aa3ab7cfbc0d.pdf>



Resim 2. Araç İçi Yolcu Bilgilendirme Sistemi'ne ait bir fotoğraf <http://www.kentkart.com/UserFiles/tr_7fb8d541-7a19-4110-aa3b-319031c465fc.pdf>

lan yeni bir bilgi sistemi olmasına rağmen, bu sistemin tüm kullanıcı grupları için uygun olup olmadığının göz önüne alınması gereken bir sorun olduğu ortaya çıkmıştır. Bu yüzden, İzmir kentindeki otobüs hatlarında uygulanan yeni Yolcu Bilgilendirme Sistemi bu çalışmanın araştırma alanını oluşturmuştur.

Kullanıcıları Gözlemleme

Öncelikle sorunları tanımlamak ve bir araştırma sorusu oluşturmak adına ön bir çalışma gerçekleştirilmesi gerekmiştir. Bu ön çalışma iki aşama halinde yürütül-



Resim 3. Otobüsün içine yerleştirilen bilgi sistemine ait gözlem sonucu derlenen fotoğraflar

müştür. Birinci aşamada, 60 yaş üzeri 10 yakın ile, yapılandırılmamış görüşmeler yapılmıştır. Türkiye’de yaşlılık dönemi, Akdeniz Üniversitesi, Gerontoloji Bölümü tarafından hazırlanan ‘‘Türkiye Gerontoloji Atlası’’nda (2012) 60 yaş ve sonrası olarak belirlenmiştir. n çalışmada sorulan temel sorular aşağıdaki gibidir:

- Toplu taşıma hizmetlerini ne sıklıkta kullanıyorsunuz?
- En çok tercih ettiğiniz toplu taşıma aracı hangisidir?
- Toplu taşıma hizmetini kullanırken herhangi bir sorun yaşıyor musunuz? Evet ise, lütfen kısaca açıklayınız.

İkinci aşamada ise Konak-F. Altay Aktarma Merkezi otobüs hattı boyunca bazı ara duraklar ile ilk ve son duraklarda ve araç içinde gözlemler yapılmıştır. Hem hafta içinde sabah ve akşam yoğun saatlerde hem de hafta sonlarında yapılan gözlemlerde istatistiksel olarak en doğru bilgiye ulaşmak amaçlanmıştır.

Kullanıcıları ve sistemi gözlemlemeye dayanan bu n çalışma sırasında tutulan notlardan elde edilen veriler aşağıdaki gibi gruplanarak listelenmiştir:



Resim 4. Otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi sistemine ait gözlem sonucu derlenen fotoğraflar

Durakta beklerken:

- Dijital bilgi ekranları sadece ilk ve son duraklarda bulunmaktadır, ara duraklarda bu hizmet verilmemektedir.
- Ekranlarda sadece durağa yaklaşan otobüsün numarası ve kaç durağı kaldığı bilgisi verilmektedir.
- Otobüslerin rotaları ve programları ile ilgili bilgi yoktur.
- İnsanlar bilgi almak için genelde duraktaki diğer insanlara soru sormaktadırlar. Özellikle, yaşlılar otobüs numaralarını, rota ve otobüsün ne zaman geleceği bilgisini diğer insanlardan öğrenmektedirler.
- Az gören ya da görme engelli insanlar için sesli uyarı ve anons sistemi bulunmamaktadır.
- Ayrıca, özellikle yaşlılar arasında okuma yazma bilmeyenlerin doğru yol bilgisine ulaşması mümkün olmamaktadır.

Otobüse binerken, otobüsten inerken:

- İnsanlar genelde durağa yanaşan otobüslerin sürücülerine soru sormaktadırlar.
- Toplu taşıma sistemi ile ilgili yöneltilen sorular genelde otobüsün nereye gittiği, nerelerden geçeceği, belli bir durak ya da mevkide durup durmayacağı, istediği otobüsün ne zaman geleceği hakkında olmaktadır.
- Özellikle yaşlı insanlar sürücülere soru sorarken zorluk yaşamaktadırlar. Sürücüye ulaşmak adına otobüsün merdivenlerini çıkıp inmek ve kendilerini duyurmak açısından sorunları olduğu görülmektedir.

Otobüs içinde:

- Dijital ekran sürücünün arkasındaki ayırıcı duvarın üzerine yerleştirilmiştir. Haritada otobüsün rotasını göstermekte, bulunan konumu ve otobüs duraklarının isimlerini belirtmektedir.
- Otobüsün numarası, sürücünün adı, tarih ve saat bilgisi ile beraber bir sonraki durağın adı da büyük harflerle ekranda görünmektedir.
- Yolcular ayrıca sesli bir anons ve uyarı sistemi ile bir sonraki durak hakkında bilgilendirilmektedirler.
- Ekranın altından geçen ek bilgilerde de ayrıca hava durumu, yerel ve günlük haberlerle ilgili duyurular yapılmaktadır.
- Yolcular, özellikle de yaşlılar, çoğunlukla otobüs içindeki bu sistemin farkında değildirler.
- Otobüsün arka bölümünde oturan ya da ayakta duran birçok yolcu, özellikle de az gören ya da görme engelli yolcular için ekrandaki yazıları okumak mümkün görünmemektedir.
- Yolcular, özellikle de yaşlılar, uyarı ve anonsları duymakta güçlük çekmektedirler.

Sorunu Tanımlama ve Temellendirme

Ön çalışmada edinilen verilerin çözümlenmesi sunucunda; çok daha gelişmiş olduğundan söz edilen ve yeni uygulanan TT bilgi sisteminin sonrasında bile hala karşılaşılan sorunların yok olmadığı anlaşılmıştır. İzmir’de ESHOT tarafından önerilen bu sistem, yaklaşık birbuçuk yıl önce uygulanmaya başlanmıştır. Araştırmacı tarafından yapılan doğrudan gözlemler, sorunu deneyimleyenlerle yapılan rastlantısal sohbetler ve grup görüşmeleri sırasında tutulan notlar arasından sorunun kapsamına uygun olan tüm veriler toplanmıştır. Sistemde verilen bilginin içeriği ve doğruluğu gibi fonksiyonel sorunlar ve bilgi ekranlarının yerleşimi, boyutları, görsel ve sesli uyarı sistemlerinin uygunluğu gibi tasarım odaklı sorunlar olduğu belirlenmiştir. Temel sorunlar aşağıdaki gibi listelenmiştir:

TT bilgi sistemindeki fonksiyonel sorunlar:

- Sistem her zaman tamamen doğru ve verimli bir şekilde çalışmamaktadır; çoğu zaman bilgilerin geç gelmesi, güncellenmemesi veya ekranların donması gibi sorunlar oluşmaktadır.
- Özellikle otobüs duraklarında, hattı kullanan otobüslerin numaraları ve hangi güzergahları kullandığı, günün hangi saatleri içinde hangi sıklıkta geçtiği gibi bazı gerekli bilgiler sistemde bulunmamaktadır.

TT bilgi sistemindeki tasarım odaklı sorunlar:

- Ekran ve panellerin yerleşimi, boyutları ve sayısı, kullanıcıların gereksinimlerine uygun olarak tasarlanmamıştır.
- Kullanıcılar sistem ile etkileşim halindeyken sesli ve görsel uyarı ya da mesajları duyamama gibi birçok sorunlarla karşılaşmaktadırlar.
- Sistem, özellikle yaşlılar için, kullanıcı dostu değildir.
- Yaşlı kullanıcılar bilgi alırken ve sistem araçlarını kullanırken ekranlardaki bilgileri okuyamama, sesli uyarı mesajlarını duyamama ya da genel olarak sistem tarafından verilen bilgilerin farkında bile olmama gibi sorunlar yaşamaktadırlar.

Ön çalışmadaki verilerden yola çıkılarak oluşturulan bu çalışma, Konak-F. Altay Aktarma Merkezi otobüs hattını kullanan yaşlı kullanıcılar ve onların otobüs duraklarında ve otobüs içinde toplu taşıma bilgi sistemi ile olan etkileşimlerine odaklanmak üzere tasarlanmıştır. Sorunun teşhisi için kullanılacak gerekli veri sınıflandırması ise aşağıdaki gibi listelenmiştir:

- Araştırma grubunun demografik yapısı (60 yaşın üzerindeki yaşlılar, eğitim düzeyi, cinsiyet),
- Araştırma grubunun genel sağlık durumu (engelli olmayan ve az engelli yaşlılar),
- Araştırma grubunun kullanım sıklığı ve seyahat rutini,
- Araştırma grubunun TT bilgi sistemi ile hem otobüs durağında hem de otobüs içindeki etkileşim düzeyi ve karşılaştığı sorunlar,
- Araştırma grubunun sistemi geliştirmek adına öneri ve çözümleri.

Örnekleme ve Anket Tasarımı

Bu çalışmada örnekleme, Konak-F. Altay Aktarma Merkezi otobüs hattını kullanan 60 yaş ve üzeri yolcular arasından rastlantısal bir şekilde yapılmış ve katılımcı sayısı 35 kişi olarak yine rastlantısal bir şekilde belirlenmiştir. Bu anket çalışması, yüz yüze yapılacak bir şekilde tasarlanmış ve durakta otobüs bekleyen ya da otobüs içinde seyahat eden 35 yaşlıya uygulanmıştır. Anket, yedisi kapalı

uçlu ve biri açık uçlu olmak üzere sekiz adet sorudan oluşmaktadır. İlk dört soru, araştırma grubunun yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve engellilik durumu gibi demografik yapısını anlamayı amaçlamaktadır. Takip eden iki soru da kullanım sıklığı ve seyahat rutini hakkında oluşturulmuştur. Sistem ile etkileşim düzeyi ve karşılaşılan sorunlar üzerine oluşturulan bir sonraki soru ise iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, bilgi sistemi ile ilgili *otobüs içinde* gerçekleşen sorunları; diğer bölüm ise *otobüs durağında* gerçekleşen sorunları kapsamaktadır. Ön çalışmada toplanan veriler kullanılarak oluşturulan bu soruda, karşılaşılan zorluklar ve sorunlar listelenmiştir ve katılımcıların katılım düzeyi her bir soru için verdikleri evet/hayır cevabı ile ölçülmektedir. Son soru ise açık uçludur ve sistemi geliştirmek adına verilen öneri ve çözümleri toplamayı amaçlamaktadır.

Bulguların Kodlanması ve Çözümlemesi

Anketler hem Konak-F. Altay Aktarma Merkezi otobüs hattının F. Altay Aktarma Merkezi son durağında hem de otobüsün içinde 60 yaş ve üzeri 35 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Sonuçta elde edilen yazısal (*nominal*) ve sayısal (*ordinal*) veriler, tanımlayıcı (*descriptive*) istatistik teknikleri uygulanarak kodlanmış ve çözümlenmiştir. Değişkenlerin sıklıkları, ortalamaları ve aralıkları grafikler ve tablolar yardımı ile gösterilmiş ve sonrasında tüm bulgular önemli sonuçlar belirtecek şekilde yorumlanmıştır.

Bulgular

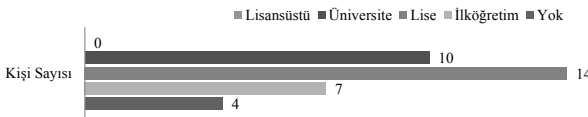
Araştırma grubunun yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve engellilik durumu gibi demografik yapısı, otobüs hattını kullanım sıklığı ve genel seyahat rutini Resim 5-10'da gösterilmektedir.



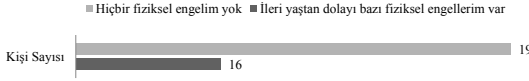
Resim 5. Araştırma grubunun cinsiyeti



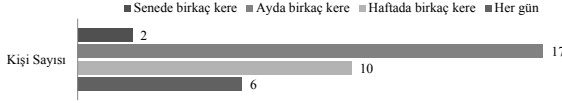
Resim 6. Araştırma grubunun yaşı



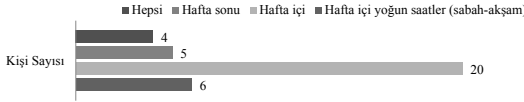
Resim 7. Araştırma grubunun eğitim düzeyi



Resim 8. Araştırma grubunun engelliliği



Resim 9. Araştırma grubunun otobüs hattını kullanım sıklığı



Resim 10. Araştırma grubunun seyahat rutini

Araştırma grubundaki 35 katılımcının yaklaşık %60'ı kadın, %43'ü 60-69, %34'ü 70-79 ve %23'ü 80 yaş ve üzeridir. Araştırma grubunun çoğunluğu %40 ile lise mezunu iken %29'u üniversite mezunudur. Bu nedenle, katılımcıların eğitim düzeyi oldukça iyi olarak değerlendirilebilir. Katılımcıların %54'ünün hiçbir engeli yokken, %46'sının ise yaşından dolayı bazı engelleri mevcuttur. Araştırma grubunun yaklaşık yarısı otobüs hattını haftada birkaç kere, diğer yarısı ise ayda birkaç kere kullanmaktadır. Sonuçlardan görüldüğü üzere, TT kullanım sıklığı önemli düzeydedir ve grubun %74'ü hafta içi seyahat etmektedir.

Araştırma grubunun toplu taşıma yolcu bilgilendirme sistemi ile hem otobüs içindeki (7 adet) hem de otobüs duraklarındaki (5 adet) etkileşim düzeyi ve karşılama

OTOBÜSLERİN İÇİNE YERLEŞTİRİLEN YOLCU BİLGİLENDİRME SİSTEMİ İLE İLGİLİ SORULAR	Evet	Hayır
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi sisteminin farkındayım.	29	6
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi sistemini kullanıyorum.	16	19
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgiler yeterlidir.	21	14
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgiler doğrudur.	24	11
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgileri okuyabiliyorum.	11	24
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi sisteminden gelen sesli uyarı mesajlarını duyabiliyorum.	17	18
Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarındaki ek bilgilerden yararlanıyorum.	14	21

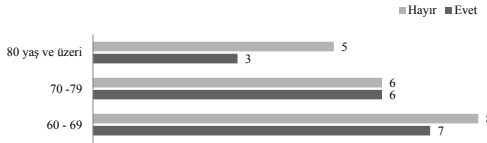
Tablo 1. Araştırma grubunun, otobüslerin içine yerleştirilen Yolcu Bilgilendirme Sistemi hakkındaki sorunlara katılımı

OTOBÜS DURAKLARINA YERLEŞTİRİLEN YOLCU BİLGİLENDİRME SİSTEMİ İLE İLGİLİ SORULAR	Evet	Hayır
Otobüs duraklarındaki bilgi sisteminin farkındayım.	30	5
Otobüs duraklarındaki bilgi sistemini kullanıyorum.	23	12
Otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgiler yeterlidir.	18	17
Otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgiler doğrudur.	17	18
Otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi ekranlarındaki bilgileri okuyabiliyorum.	22	13

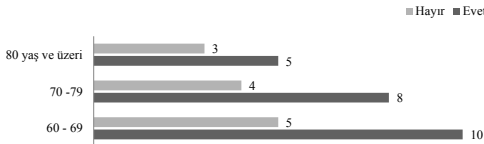
Tablo 2. Araştırma grubunun, otobüs duraklarına yerleştirilen Yolcu Bilgilendirme Sistemi hakkındaki sorunlara katılımı

tiği sorunlar listelenmiştir. Grubun katılım düzeyini belirleyen sonuçlar Tablo 1 ve 2’de gösterilmektedir.

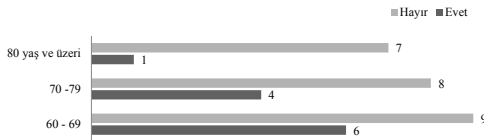
Otobüslerin içindeki sorunlar ile ilgili tabloda görüldüğü gibi, yaşlı kullanıcılar otobüslerin içinde yerleştirilen bilgi panellerinin farkındadırlar (%83), fakat yalnızca yarısı (%46) bu panelleri kullanmaktadır. Ayrıca 24 yaşlı kullanıcı bilgi panellerini okuyamadıklarını ve 18’i ise bilgi sisteminden gelen sesli uyarı mesajlarını duyamadıklarını belirtmişlerdir. Otobüs duraklarındaki sorunlar ile ilgili



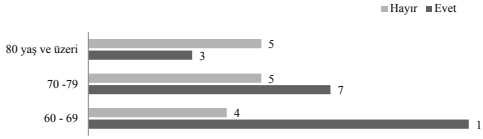
Resim 11. Farklı yaş grubundaki yaşlıların otobüslerin içine yerleştirilen bilgi sistemini kullanımı



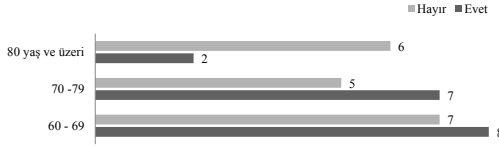
Resim 12. Farklı yaş grubundaki yaşlıların otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi sistemini kullanımı



Resim 13 Farklı yaş grubundaki yaşlıların otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarını okuyabilmeleri



Resim 14. Farklı yaş grubundaki yaşlıların otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi ekranlarını okuyabilmeleri



Resim 15. Farklı yaş grubundaki yaşlıların otobüslerin içine yerleştirilen bilgi sisteminden gelen sesli uyarı mesajlarını duyabilmeleri

tabloda ise, yaşlı kullanıcılar otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi panellerinin farkındadırlar (%86) ve %66'sı bu panelleri kullanmaktadır. Panellerin kullanım oranının otobüs içindekilere göre fazla olduğu görülmektedir. Sadece katılımcıların yarısı bilgilerin doğru (%51) ve yeterli (%49) olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Panellerdeki yazıların otobüs duraklarında çok daha okunabilir olduğu görülmüş, bunun yanı sıra %63'ü yazıları okuyabildiklerini belirtmişlerdir.

En yüksek yaş grubundaki (80 ve üzeri) kullanıcıların TT bilgi sistemlerinden en az faydalandığı görülmektedir. Tüm yaş gruplarının bilgi panellerini kullanmakta sorunları olduğu açıkça görülmektedir. Otobüs duraklarındaki bilgi panelleri kullanıcılar için daha az sorun teşkil etmektedir ve çoğunlukla tüm yaş grupları tarafından kullanılmaktadır. Otobüslerin içinde yerleştirilen bilgi panellerinin okunabilirliğinin tüm yaş grupları için, özellikle de en yaşlı grup (80 ve üstü) için en sık rastlanılan ve katılma düzeyinin en yüksek olduğu sorun olarak görülmektedir. Otobüs duraklarına yerleştirilen bilgi panellerinin okunabilirliğinin yaş grupları yükseldikçe azaldığı görülmektedir, fakat bu sorunun otobüsün içindekinden daha önemsiz olduğu anlaşılmaktadır. Otobüslerin içindeki bilgi sisteminden gelen sesli uyarı mesajlarının da ayrıca tüm yaş grupları, özellikle de en yaşlı grup (80 ve üstü), için önemli bir sorun yarattığı görülmektedir.

Tüm bu sonuçlara ek olarak, sistemi geliştirmek adına verilen öneri ve çözümleri toplamayı amaçlayan açık uçlu son soruda verilen cevaplar da araştırmanın en önemli verilerindendir. Elde edilen bu bulgular, kullanıcıları ve sistemi gözlemlemeye dayanan ön çalışma sırasında tutulan notlardan elde edilen ve üç grup halinde toplanarak listelenen veriler ile de oldukça benzerlik göstermektedir. Bilgi sisteminin fazla güvenilir bulunmaması ve yaşlı yolcuların sistemin farkında olma ve kullanma düzeyinin oldukça düşük olması gibi konuların hem otobüs içinde hem de otobüs duraklarında yaşanan ortak sorunlar olduğu saptanmıştır.

Bunların yanı sıra otobüs duraklarındaki bilgi sistemi hakkında derlenen sonuçlar:

- Bilgi ekranlarının sadece belli duraklarda bulunmasından dolayı yetersiz sayıda olması,
- Bilgi sisteminin sadece durağa yaklaşan otobüsün numarası ve kaç durak kaldığı bilgilerini vermesi,
- Otobüslerin rotaları ve programları gibi bilgilerin eksik olması,
- Bilgi sistemindeki yazıların, özellikle yaşlı yolcular için, oldukça küçük olması,
- Az gören ya da görme engelli insanlar için sesli uyarı ve anons sistemi bulunmaması;

Otobüslerin içindeki bilgi sistemi hakkında derlenen sonuçlar ise:

- Her otobüs için bir tane olan ve sürücünün arkasındaki ayırıcı duvarın üzerine yerleştirilen bilgi ekranlarının otobüsün orta ve arka bölümlerinden okunamadığından dolayı yetersiz sayıda kalması,
- Bilgi sistemindeki yazıların, özellikle yaşlı yolcular için oldukça küçük olması,
- Bilgi sistemindeki sesli uyarı ve anonsların, özellikle yaşlı yolcular için çok kısık olması ve duyulamaması olarak özetlenmektedir.

Ön çalışmada elde edilen veriler ile anket çalışması sonucunda derlenen bulguların birbiri ile tutarlılık gösterdiği anlaşılmıştır. Yapılan anket çalışmasının sonuçları, ön çalışma sonucunda belirtilen fonksiyonel ve tasarım odaklı sorunları destekler niteliktedir. Toplu taşıma bilgi sistemindeki ekranların yerleşimi ve boyutlarındaki, sistemin işitsel, görsel ve dokunsal etkileşim düzeyindeki ve kullanılabilirlik ölçütlerindeki sorunlar, yapılan çalışmada açıkça ortaya koyulmaktadır. Ayrıca, sistemin tasarım aşamasında tüm kullanıcı gruplarının ihtiyaç ve beklentilerinin dikkate alınmadığı da anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgular, yeni uygulanan bu Yolcu Bilgilendirme Sistemi tasarımının özellikle taşıma dezavantajlı popülasyonun bir üyesi olan yaşlılar üzerinde etkili ve verimli olmadığı, hatta yaşanan tasarım odaklı sorunlar nedeniyle kullanılabilirlik ve kullanıcı memnuniyeti gibi açılardan olumsuz etkileri olduğu görülmektedir.

Sonuçlar ve Öneriler

Elde edilen bulgulara dayanarak, İzmir’de uygulanan Yolcu Bilgilendirme Sistemi’nin yeniden planlanması ve geliştirilmesi önerilmektedir. Bilginin iletildiği ortamlar ve bilginin türü, özellikle yaşlı kullanıcıların geribildirimine göre yeniden tasarlanmalıdır. Çalışmanın bu bölümünde, araştırma bulguları üzerinden bazı çözüm önerileri getirilmektedir. Otobüslerin içine yerleştirilen bilgi ekranlarının boyutları ve sayısı arttırılmalıdır. Ekranlar, otobüste ayakta birçok insan ol-

duğunda bile ön, orta ve arka bölümlerden rahatlıkla görülebilmelidir. Her otobüs için ön, orta ve arka bölümlerde, sol ve sağda ikişer tane olmak üzere en az altı adet ekran bulunması uygun olacaktır. Ekranlardaki yazılar yaşlı kullanıcıların okuyabileceği büyüklükte ayarlanmalıdır. Sesli uyarı ve anons sistemi yaşlı yolcuların da duyabileceği bir seviyede olmalıdır. Otobüs duraklarındaki ekran ise, durakların yan bölümündeki büyük reklam panolarının olduğu yere yerleştirilebilir ve ayrıca yine ekrandaki bilgiler yaşlı kullanıcıların okuyabileceği büyüklükte ayarlanmalıdır. Ekranlarda otobüslerin rota ve program bilgileri de verilebilir ve ayrıca bu bilgiler gerektiğinde sesli olarak da anons edilebilir. Önerilen bu gibi tasarım odaklı çözümler, sunulan sistemlerin yaşlı kullanıcı grupları için uygunluğu ve etkinliği açısından oldukça önemlidir.

Sonuç olarak, toplu taşıma hizmet sistemleri oluşturulurken tüm kullanıcıların fiziksel ve psikolojik özelliklerinin göz önüne alınmasının, tasarım aşamasında fikirlerinin alınmasının ve ihtiyaçları, istekleri ve beklentilerinin dinlenmesinin, oluşan bu sorunların engellenmesinde etkili olabileceği görülmektedir. Toplu taşıma hizmetleri alanında yapılan araştırmaların büyük bir kısmının gelişmiş ülkelerde mevcut olan sistemler üzerine yoğunlaştığı, bu nedenle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu konuda literatürde boşluklar olduğu görüldüğünden bu gibi tasarım araştırmalarının daha da genişletilmesi ve tasarım pratiğinde uygulamaya geçirilmesinin önemi bir kez daha vurgulanabilir. Buna ek olarak, toplu taşıma hizmetleri tasarlanırken taşıma dezavantajlı popülasyonun katılımının çoğunlukla göz ardı edildiği ve yok sayıldığı düşünülürse bu gibi çalışmaların önemi bir kez daha anlaşılabilir.

Kaynakça

- Abdel-Aty, Mohamed A. 2001. "Using Ordered Probit Modeling to Study the Effects of ATIS on Transit Ridership." *Transportation Research Part C: Emerging Technologies* 9(4):265-277.
- Abdel-Aty, Muhammed A. ve M. Fathy Abdalla. 2006. "Examination of Multiple Mode/Route Choice Paradigms under ATIS." *IEEE Transaction on ITS* 7(3):332-348.
- Alver, Yalçın ve Shoshi Mizokami. 2007. "Investigating the Effects of Transit Information Systems on Different User Groups." *Journal of Eastern Asia Society for Transportation Studies* 7:1745-1759.
- Banister, David. 2002. *Transport Planning*. Taylor & Francis.
- Barter, Paul. 1998. "Transport and Urban Poverty in Asia: A Brief Introduction to the Key Issues." Sunulan ve yayımlanan bildiri, *UNCHS (Habitat) Regional Symposium in Urban Poverty in Asia*, Fukuoka, 27-29 Ekim 1998.
- Bonsall, Peter. 2004. "Traveller Behavior: Decision-Making in an Unpredictable World." *Intelligent Transportation Systems* 8(1):45-80.

- Caufield, Brian ve Margaret O'Mahony. 2007. "An Examination of the Public Transport Information Requirements of Users." *IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems* 8(1):21-30.
- Church, Andrew, Martin Frost ve Keith Sullivan. 2000. "Transport and Social Exclusion in London." *Transport Policy* 7.(3):195-205.
- Cluett. Chris, Susan Bregman ve Joel Richman. 2003. "Customer preferences for Transit ATIS: Research Report." Araştırma Raporu (No. FTA-OH-26-7015-2003.1), Washington, D.C.: US Department of Transportation.
- Dodson, Jago, Brendan Gleeson, and Neil G. Sipe. 2004. *Transport Disadvantage and Social Status: A Review of Literature and Methods*. Brisbane: Urban Policy Program, Griffith University.
- Duvarci, Yavuz ve Shoshi Mizokami. 2008. "Info-Participation of the Disabled Using the Mixed Preference Data in Improving Their Travel Quality." Sunulan ve yayımlanan bildiri, *World Academy of Science: Engineering & Technology* 48.
- Duvarci, Yavuz, and Tan Yigitcanlar. 2007. "Integrated Modeling Approach for the Transportation Disadvantaged." *Journal of Urban Planning and Development* 133(3):188-200.
- Fitzgerald, James, Donna Shaunesey ve Steven Stern. 2000. "The Effect of Education Programs on Paratransit Demand of People with Disabilities." *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 34(4):261-285.
- Grieco, Margaret. 2003. "Transport and Social Exclusion: New Policy Grounds, New Policy Options." Sunulan ve yayımlanan bildiri, *10th International Conference in Travel Behavior Research*, Lucerne, Ağustos 2003.
- Grotenhuis, Jan-Willem, Bart W. Wiegman ve Piet Rietveld. 2007. "The Desired Quality of Integrated Multimodal Travel Information in Public Transport: Customer Needs for Time and Effort Savings." *Transport Policy* 14:27-38.
- Hine, Julian ve Fiona Mitchell. 2003. *Transport Disadvantage and Social Exclusion*. Londra: Ashgate.
- Hine, Julian ve Margaret Grieco. 2003. "Scatters and Clusters in Time and Space: Implications for Delivering Integrated and Inclusive Transport." *Transport Policy* 10(4):299-306.
- Kentkart, 2011. "Yolcu Bilgilendirme Sistemi." <<http://www.kentkart.com/Tr/Cozumlerimiz/Sistemler-ve-Urunler/yolcu-bilgilendirme-sistemi.html>>

- Littlejohns, Peter. 2004. "The Chain of Information." Sunulan ve yayımlanan bildiri, *27th Australasian Transport Research Forum*, Adelaide, ATRF, 1-15, 29 Eylül-1 Ekim 2004.
- Lodden, Unni B. ve Inge Brechan. 2004. "The Importance of Travel Information for Use of Public Transport – The Effect of Services of Trafikanted." *Nordic Road and Transport Research*, 2004(2):27.
- Lucas, Karen. 2006. "Providing Transport for Social Inclusion within a Framework for Environmental Justice in the UK." *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 40(10):801-809.
- Lyons, Glenn. 2006. "The Role of Information in Decision-making with Regard to Travel." Sunulan ve yayımlanan bildiri, *IEEE Proceedings of Intelligent Transportation Systems* 153(3):199-212.
- National Geographic Türkiye. 2012. "Türkiye Gerontoloji Atlası". Erişim tarihi 20 Mayıs. <<http://www.nationalgeographic.com.tr/ngm/1205/yaslilik.aspx>>
- Pennycook, Frank, Rosalind Barrington-Craggs, David Smith ve Simon Bullock. 2001. "Environmental Justice: Mapping Transport and Social Exclusion in Bradford." Araştırma Raporu, Londra: Friends of the Earth, 26-28. <http://www.foe.co.uk/sites/default/files/downloads/env_justice_bradford.pdf>
- Westerheim, Hans, Borge Haugset ve Marit Kjosnes Natvig. 2007. "Developing a Unified Set of Information Covering Accessibility at Public Terminals." *IET Intelligent Transport Systems* 1(2):75-80.

TÜRKİYE’DE KULLANICI DENEYİMİ TASARIMININ DOĞUŞU VE GELİŞİMİ SÜRECİNDE ENDÜSTRİYEL TASARIMCILARIN ROLÜ

Ahmet Hamurcu, İstanbul Teknik Üniversitesi

İnternet tabanlı sunulan ürün ve hizmetlerin, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) gömülü cihazlar üzerinden kullanımının ülkemizde gün geçtikçe yaygınlaştığı ve günlük hayatımızda daha çok yer kapladığı aşikârdır. Hemen her fonksiyonun yazılımlarla çözülmeye başlandığı bu ürünlerde fiziki görünüm giderek sadeleşmekte ancak yapılabilen işlev sayısı artmaktadır. Bu durum ise ürünlerin kullanımının daha karmaşık bir hale gelmesine neden olmaktadır. Bu süreçte ise ürünlerin maddesel olmayan bileşenleri de endüstriyel tasarımcıların tasarım aşamalarında göz ardı edemeyeceği önemli bir unsur haline gelmiştir. Kullanılabilirlik ekseninde gelişen bu süreç yeni bir alan olarak “kullanıcı deneyimi tasarımı” kavramını ortaya çıkarmıştır. Ürünlerin kullanıcılar tarafından etkili, verimli ve tatmin edici bir şekilde kullanılması üzerine yoğunlaşan bu alandaki çalışmaların Türkiye’de başlangıcının ve gelişiminin seyri üzerine yapılmış olan bu çalışmada, alanın Türkiye bağlamında vücut bulmasında ve gelişmesinde endüstriyel tasarımcıların rolü irdelenmektedir. Bu çerçevede kullanıcı deneyimi pratiğinin günümüze kadar geçirdiği değişimin kuramsal çerçevede ele alınarak Türkiye’deki oluşum sürecinde endüstriyel tasarımcılarla ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada kapsamlı bir literatür taraması ile birlikte Türkiye’de faaliyet gösteren birim ve firmaların kurucu veya yönetici vasfı olan elemanları ile yüz yüze derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmıştır. İki turda gerçekleştirilen mülakatların ilk turunda çeşitli kanallarla, yukarıdaki özelliklere sahip olduğu tespit edilen 12 kişiye mülakat talebi gönderilmiş ancak bunlardan görüşme talebini kabul eden on katılımcı ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İlk tur mülakatlar, yarı yapılandırılmış olarak yürütülmüştür. İkinci turda ise farklı alanlarda faaliyet gösteren firmalara kullanıcı deneyimi tasarım ve danışmanlık hizmeti veren özel sektör firmalarından dördünün kurucu veya yönetici vasfı olan elemanlarına ek olarak bu firmalardan ikisinin bir kısım personeli ile görüşülmüş olup ikinci tur mülakatlar, yönetici konumundakilere ayrı, personele ayrı olarak hazırlanmış sorularla yapılandırılmış olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin tamamı ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş sonrasında ise kelimesi kelimesine metin haline getirilmiştir. Elde edilen metinler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş olup çalışmanın karakterinden dolayı ilgili yöntemin nitel çıkarımlara dair teknikleri kullanılmış, nicel teknikleri uygulanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kullanıcı deneyimi tasarımı, endüstriyel tasarım, başlangıç ve gelişim

Giriş

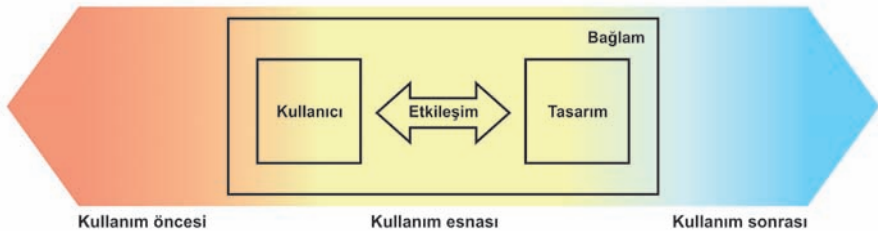
“Kullanıcı deneyimi” ifadesi Donald Norman’ın 1993 yılında kendisini Apple firmasında “kullanıcı deneyimi mimarı” ünvanı ile nitelemeye başlamasıyla birlikte popülerlik kazanmaya başlamış bir tabir iken (Knemeyer ve Svoboda 2006) bir kavram olarak ilk kez 1995 yılında Donald Norman ve arkadaşlarına ait bir bildiride uygulama arayüzleri ile ilgili olarak kullanılmıştır (Norman vd. 1995). Bu süreçten dolayı “kullanıcı deneyimi” ifadesinin isim babası olarak gösterilen Donald Norman, bir röportajında bu yakıştırmayı “Bu terimi ben icat ettim çünkü insan arayüzü ve kullanılabilirlik ifadeleri çok dar. Kişinin; endüstriyel tasarım grafikleri, arayüz, manuel ve fiziksel etkileşim içeren sistemle olan deneyiminin tüm yönlerini kapsamak istedim.” sözleri ile kabul etmektedir (Norman 2007).

Kavramın ortaya çıkışından bugüne kadar yapılmış bir takım tanımlamalara bakıldığında görülecektir ki (Resim 1) en genel tanımı ile kullanıcı deneyimi; kullanıcının bir arayüz vasıtası ile etkileşime girdiği tasarım ile kullanım bağlamı öncesinde, esnasında ve sonrasında yaşadığı deneyimi kastetmektedir.

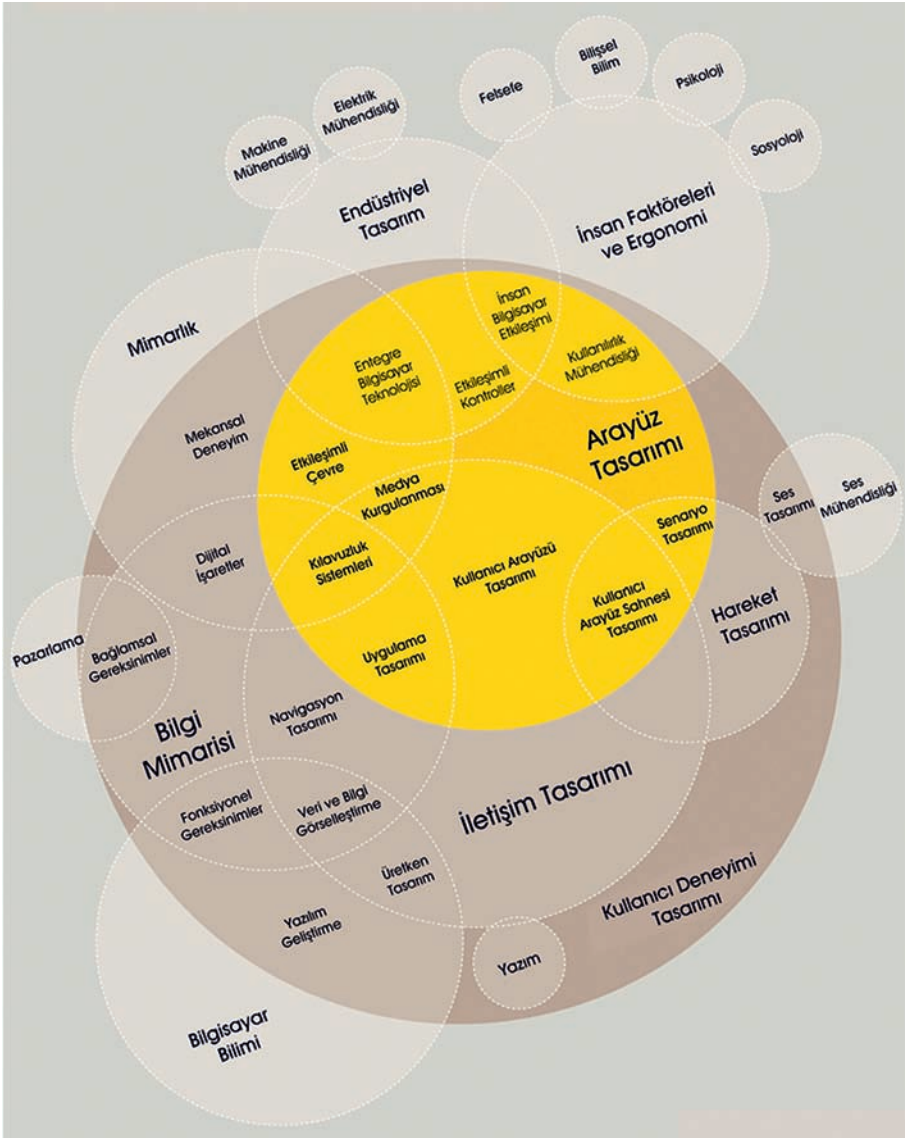
Anlamsal olarak irdelendiğinde çok geniş bir yelpazede değerlendirilebilecek olan kullanıcı deneyimi; gerek çıkış noktası gerekse de hala geçerli olduğu söylenebilecek odak noktası olarak yazılım arayüzlerinin etkili, verimli ve tatmin edici bir şekilde kullanılabilmesi için çalışılan multidisipliner bir alan olarak bilinmektedir. Kullanıcı deneyimi alanını oluşturan disiplinlere bakıldığında (Resim 2) endüstriyel tasarımın da aktörlerden biri olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ancak endüstriyel tasarımın kullanıcı deneyimi alanıyla ilişkisini irdeleyen belirgin bir literatür bilgisine ulaşılamamış olunmasından hareketle bu ilişkinin bir bölümü olarak değerlendirilebilecek olan endüstriyel tasarım – kullanıcı deneyimi ilişkisinin alanda çalışan endüstriyel tasarımcılar üzerinden Türkiye özelinde irdelenmesinin literatüre katkıda bulunacağı düşünülmüştür. Bundan dolayı kullanıcı deneyimi pratiğinin Türkiye’deki oluşum ve gelişim süreciyle birlikte endüstriyel tasarımcılarla olan ilişkisini ele alan bu çalışma gerçekleştirilmiştir [1].

Tarihsel Süreç

Kullanıcı deneyimi alanının dünyada ortaya çıkış sürecine baktığımızda, her ne kadar genel kabul olarak “kullanıcı deneyimi” tabirinin literatüre Donald Norman

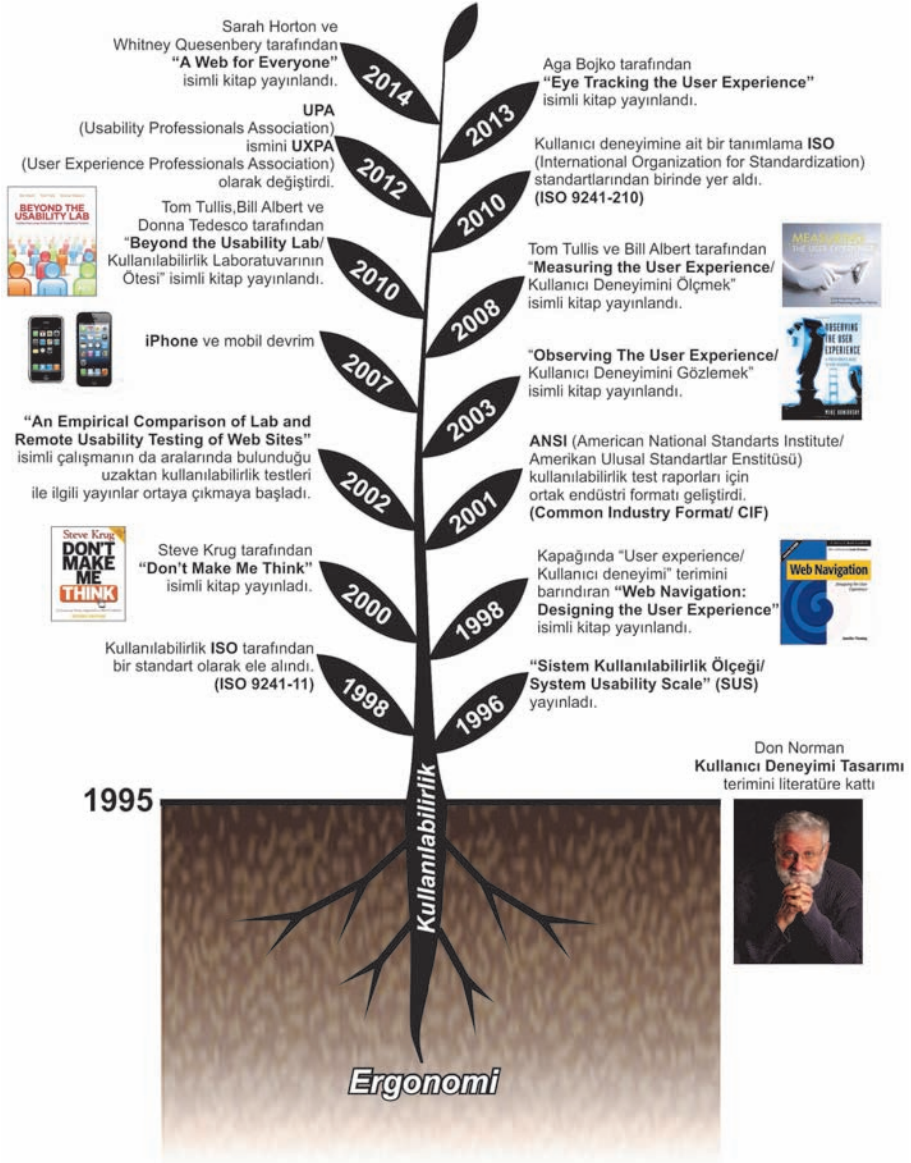


Resim 1. Kullanıcı deneyimi ifadesinin şematize edilmesi



Resim 2. Envis Precisely (2013) firmasına ait kullanıcı deneyimi tasarımının disiplinleri diyagramı. Şu adresten uyarlanmıştır. Erişim tarihi 01 Mart 2014. <http://infworm.com/wp-content/uploads/2013/07/the-disciplines-of-user-experience-design_51029d505f014.png>

tarafından 1995 yılında kazandırılması kullanıcı deneyimi alanının kavramsal miladı olarak görülebilir olsa da elbette ki bu alan bir anda ortaya çıkmış değildir. İlgili literatür tarandığında görülmektedir ki (Resim 3) kullanıcı deneyimine giden yol kökleri ergonomiye dayanan kullanılabilirlik alanındaki çalışmalardan



Resim 3. Kullancı deneyimi alanının kısa tarihçesi

doğmaktadır. Ülkemizde de dünya ile eş zamanlı olmasa da benzer bir şekilde kullanılabilirlik üzerine inşa olunan bir süreç yaşandığı söylenebilir. Bundan dolayı günümüzde de kullanılabilirlik ve kullancı deneyimi ifadeleri sıklıkla yana görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de alanın ortaya çıkış sürecini ortaya koyabilmek ve bu süreçte endüstriyel tasarım disiplini ile ilişkisini daha iyi anlayabilmek adına alanda kayda değer çalışmaları bulunan isimlere ulaşılmaya çalışılmış olup görüşme teklifini kabul eden

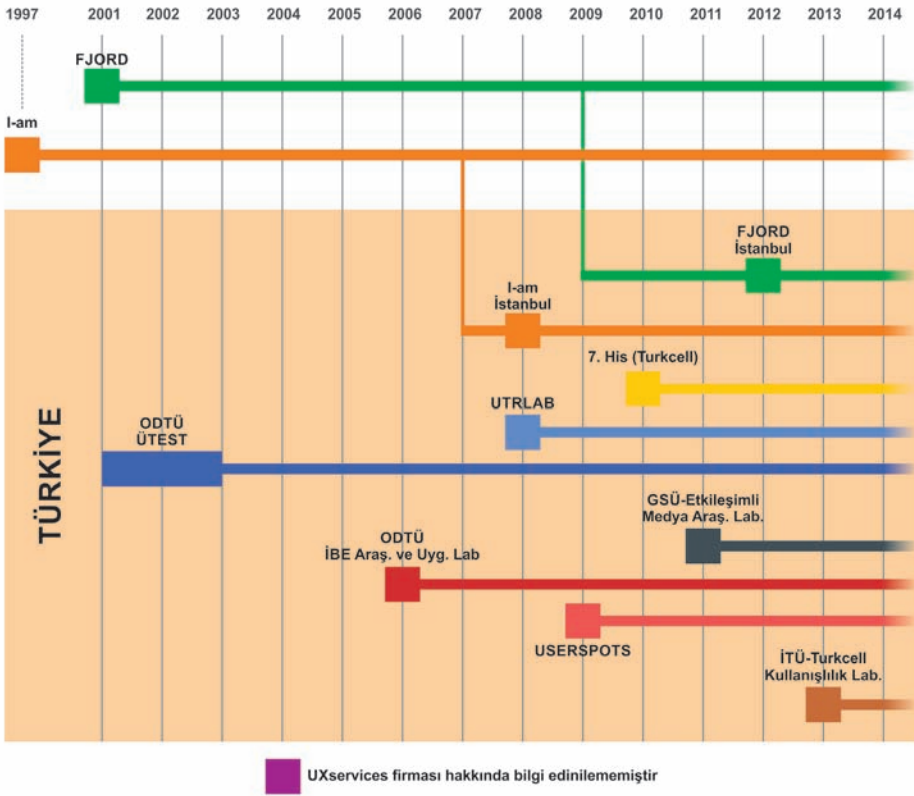
- Prof. Dr. Kürşat Çağıltay (ODTÜ İnsan-Bilgisayar Etkileşimi Araştırma ve Uygulama Laboratuvarı kurucularından)
- Doç. Dr. Çiğdem Erbuğ (ODTÜ ÜTEST kurucularından)
- Doç. Dr. Kerem Rızvanoğlu (Galatasaray Üniversitesi Etkileşimli Medya Araştırma Laboratuvarı kurucularından)
- Yrd. Doç. Dr. Ali Emre Berkman (UTRLAB kurucularından)
- Dr. Erdem Demir (I-am İstanbul / Dijital kısım kurucularından)
- Mustafa Dalcı (USERSPOTS Kurucularından)
- Yunus Tunak (FJORD İstanbul yöneticilerinden)
- Çiğdem Ararat (TURKCELL Kullanıcı Deneyimi ve Etkileşimli Teknoloji Tasarımı departman kurucularından)
- Dr. Evren Akar (UTRLAB yönetici ortaklarından)
- Dr. Özgür Zan (DONE LABS kurucularından)

ile yüz yüze derinlemesine mülakatlar yapılmıştır.

Bu mülakatlar neticesinde elde edilen bilgiler ışığında belki de ilk olarak söylenmesi gereken şey; ihtiyaç duyulan uzmanlık (*know-how*) bilgisinin pek çok alanda olduğu gibi bu alanda da yurtdışından transfer olunduğudur. Sürecin geneline bakıldığında konunun gerek akademik toplumda gerekse özel sektörde 1997-1999 yıllarında dillendirilmeye başlandığı görülmektedir (Ararat, kişisel görüşme, 2014; Rızvanoğlu, kişisel görüşme, 2014). Yapı Kredi Bankası’nın o zamanlarda kullanmakta olduğu bankacılık sistemi ekranlarının grafik kullanıcı arayüzü ile ilgili büyük çaplı dönüşüm projesi, sonraları Turkcell Global Bilgi ve Turkcell’de bu alanda öncü çalışmalar yapacak olan Çiğdem Ararat’ın da bu alanda çalışmaya başlamasına vesile olmuştur. Kendisi Turkcell Global Bilgi ve Turkcell’de ilk etkileşim tasarımı ve kullanılabilirlik ekiplerini kurmuş ve yönetmiştir. Turkcell’in önce Global Bilgi ile sonrasında ise 7. His Müşteri Öngörü Merkezi ile devam ettirdiği girişimlerinin kullanıcı deneyimi alandaki çalışmalara hem öncülük ettiği hem de önemli katkılar sağladığı ise belirtilmesinde fayda bulunan hususlardır. Bugüne kadar akademik dünya dışında bu kadar uzun süredir profesyonel olarak bu alanda çalışan başka kimseyle karşılaşmaması nedeniyle Türkiye’deki kullanıcı deneyimi pratiği açısından alanın ilklerinden olarak söylenebilir (Ararat, kişisel görüşme, 2014). Aslında özellikle bankacılık alanında faaliyet gösteren büyük ölçekli kuruluşların o yıllardaki bu tarz dönüşüm projeleri sadece alanda çalışmaların başlaması anlamında değil yönetim kademelerinin de kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi kavramları ile tanışmaları anlamında önem arz etmektedir. Ayrıca ülkemizde faaliyet gösteren kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi tasarım ve danışmanlık hizmeti veren birim ve firmalar olmazdan önce

yurt dışındaki firmalardan hizmet alındığı gerçeği de yine Ararat ile yapılan mülakat neticesinde ortaya konulmaktadır.

Ülkemizde kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi alanında tüzel oluşumlara baktığında ise ilk kullanılabilirlik laboratuvarının ODTÜ Mimarlık Fakültesi binasında yer alan ÜTEST (Ürün Kullanılabilirlik Test Birimi) olduğu görülmektedir. 2001 yılında kurulma çalışmaları başlayıp 2003 yılında faaliyete geçmiş olan bu laboratuvar özellikle ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü öğretim üyelerinden Doç. Dr. Çiğdem Erbuğ'un girişimleri sayesinde bir TÜBİTAK-DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) projesi kapsamında vücut bulmuştur. Bunun ardından kurulan ikinci laboratuvar da yine ODTÜ'de İnsan-Bilgisayar Etkileşimi Araştırma ve Uygulama Laboratuvarı adı ile 2006 yılında faaliyete geçmiştir. Bu laboratuvar ise ODTÜ Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Kürşat Çağıltay'ın çabaları sonucunda kurulmuştur. Bu iki laboratuvarın ileriki yıllarda kullanıcı deneyimi alanında hizmet verecek olan yerli firmaların ortaya çıkışına ön ayak olmuştur denilebilir. Şöyle ki; öncelikle



Resim 4. Kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi alanında çalışan birim ve firmaların kronolojisi

ÜTEST’te çalışmalar yapmış olan Dr. Ali Berkman ve Dr. Evren Akar 2008’de UTRLAB isimli firmayı, sonrasında ise İnsan-Bilgisayar Etkileşimi Araştırma ve Uygulama Laboratuvarı’nda alanla tanışmış olan Mustafa Dalcı da 2009’da Userspots isimli firmayı kurmuşlardır (Erbuğ, kişisel görüşme, 2013; Çağıltay, kişisel görüşme, 2014; Berkman, kişisel görüşme, 2013; Dalcı, kişisel görüşme, 2013). Bu iki yerli özel sektör firması da özel sektör faaliyetleri anlamında öncü firmalar olarak kabul edilebilir. İlk kurulan laboratuvardan bugüne dek geçen süreçte kurulmuş olan birim ve firmaların kronolojisi Resim 4’te görülebilmektedir.

Resim 4’ten de anlaşılacağı üzere özellikle 2008-2012 yılları arası özel sektör firmaları birbiri ardına açılmıştır. Hatta yurt dışı aktörlerin de ülkemizde ofisler açtığı görülmektedir. Ancak bu durum piyasada tasarıma yönelik kullanıcı araştırmalarının öneminin bir anda arttığı ve oluşan ihtiyacı karşılamak üzere kullanıcı deneyimi tasarım ve danışmanlık firmalarının da buna istinaden ortaya çıktığı şeklinde yorumlanmamalıdır. Zira hizmet talebinde bulunacak firmaların yönetim kadrolarının 90’lı yılların sonlarına doğru kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimi alanı ile tanışmış olmaları da o günlerden bu günlere yeterli bir bilinirlik seviyesi oluştuğu anlamına gelmemektedir. Özetle söylemek gerekirse kullanıcı deneyimi çalışmalarının hizmet alan firmalarca öneminin kavranması, hizmet sunan firmaların kurulması ve çoğalması neticesinde alanın tanıtımına yönelik olarak gerçekleştirilen ve günden güne sayıca artan seminerler, eğitimler ve benzeri etkinlikler sayesinde gerçekleşmiştir. Ancak buna rağmen konunun bilinirlik ve farkındalığı halen umulan seviyelerde değildir (Berkman, kişisel görüşme, 2013; Dalcı, kişisel görüşme, 2013; Tunak, kişisel görüşme, 2014; Ararat, kişisel görüşme, 2014; Rızvanoğlu, kişisel görüşme, 2014).

Alanın gelişimini etkilediği ve etkileyeceği düşünülen bazı olumlu ve olumsuz faktörler de hem günümüzde bulunulan nokta ve hem de geleceğe dair projeksiyonda katılımcılar tarafından dile getirilmiş olup bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir;

- Hizmet alan firmaların yönetim kademelerinin bilinç ve farkındalık seviyeleri ile bu işe bakış açıları hem o firma içindeki UX (*user experience*) çalışmalarının hem de alınan hizmetin yorumlanması noktasında oldukça önemli görülmektedir. Bundan dolayı bu insanların konuya vakıf olma seviyeleri her ne kadar günden güne artsa da günümüzdeki tablo yetersiz olarak değerlendirilmektedir.
- Yetişmiş iş gücü azlığı ise olumsuz faktörler arasında yer almaktadır. Özellikle hizmet sunan firmaların; bazı projelerde gerek duyulan personel sayısını karşılamak noktasında ani büyümelere müsaade etmeyen yetişmiş iş gücü konusu firmaları hizmet içi eğitime zorlamaktadır (Berkman, kişisel görüşme, 2013; Dalcı, kişisel görüşme, 2013).

- Bir önceki maddede belirtilen durumun paralelinde bu işin eğitimi veren özellikle yüksek lisans programlarının olmayışı katılımcıların çoğunluğu tarafından önemli bir eksiklik olarak dile getirilmektedir.
- Alanın bilinirlik ve farkındalığı açısından olumlu olarak değerlendirilen bir husus da gerek firma içi UX birimlerinin gerekse bağımsız UX firmalarının sayısının gün geçtikçe artıyor olmasıdır.
- Son olarak da bu işin ehil olmayan kişilerce, örneğin yakın zamana kadar grafik tasarımcı veya UX alanı ile ilişkili benzeri bir işle ilgili olarak çalışırken alanının popülerlik kazanması ve belirli bir yetkinlik belgesinin olmayışı neticesinde bir anda kendini UX uzmanı olarak tanıtmaya başlayan kişilerce yapılma ihtimalinin oluşu da geleceğe dönük olarak dikkat edilmesi gereken bir husus olarak vurgulanmaktadır (Rızvanoğlu, kişisel görüşme, 2014).

Kullanıcı Deneyimi Alanında Endüstriyel Tasarımcılar

Öncelikle yine literatür taraması ile endüstriyel tasarım ve kullanıcı deneyimi alanının ilişkili görüldüğü noktalar tespit edilmeye çalışılmış olup sonrasında ise ülkemizde kullanıcı deneyimi tasarım ve danışmanlık hizmeti veren özel sektör firmalarında çalışan endüstriyel tasarımcılar üzerinden çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır. Ancak elde edilen çıkarımların, literatürde daha önce yapılmış benzer bir çalışma bulunamamasından dolayı karşılaştırılması mümkün olamamıştır.

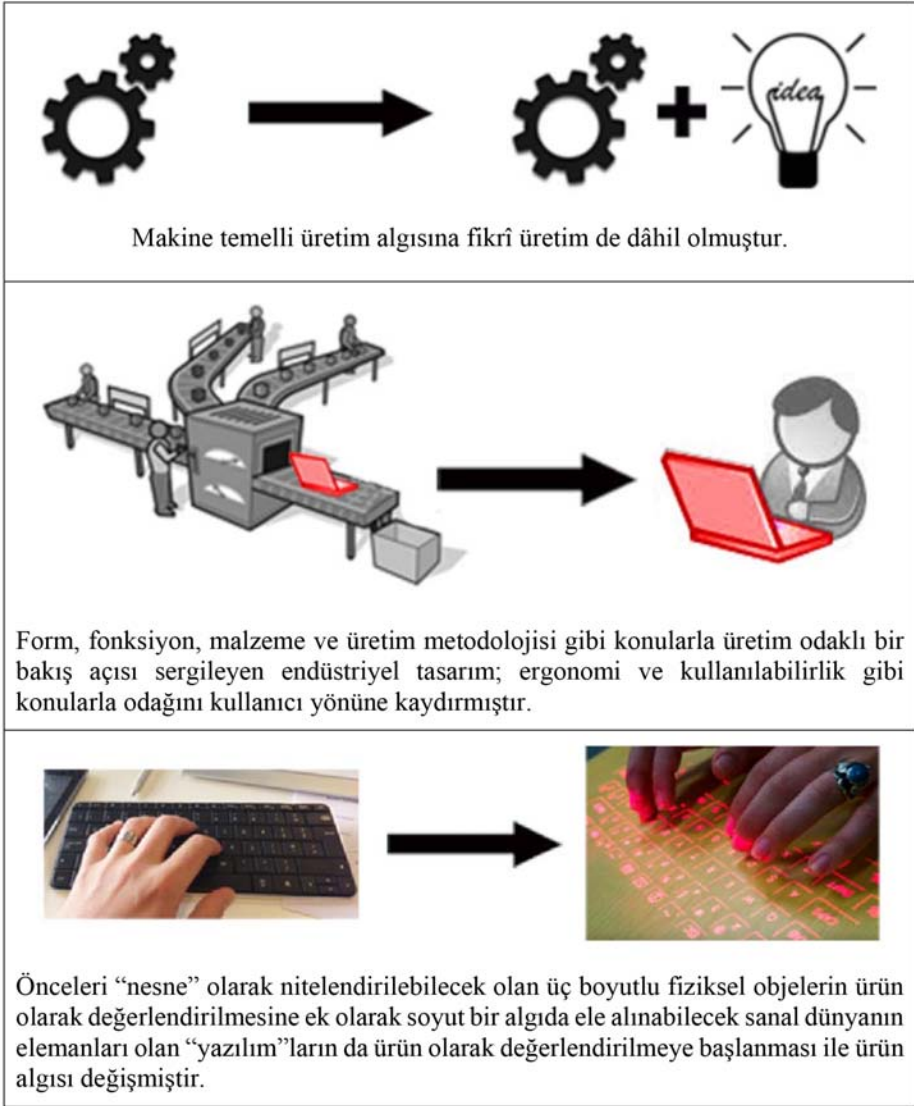
İlgili literatür taraması neticesinde endüstriyel tasarımın tarihsel sürecinin, odağındaki değişimlere göre kesin tarihlerle ayırlamasa da farklı dönemler halinde ele alınabildiği tespit edilmiştir. Alpay Er (2007) süreci;

- üretimin ön plana çıktığı birinci dönem,
- kullanıcının yükselmeye başladığı ikinci dönem,
- pazar araştırmalarının öne çıktığı ve tasarımın kurum kimliğinin bir parçası olarak görülmeye başlandığı üçüncü dönem,
- pazar araştırmalarının yükseldiği, niş pazarların ortaya çıktığı, tasarımda anlambilimin ve tasarım danışmanlık sektörünün yükselişe geçtiği dördüncü dönem,
- son olarak da yenilikçilik kavramının yükselmeye başladığı beşinci dönem

olmak üzere beş ana dönem olarak değerlendirirken Canan Akoğlu (2009) da konuyu yukarıdakine paralel olarak;

1. Tasarımda Üretim ve Stilin Belirleyici Olduğu Dönem
2. Kullanıcının Keşfedilmesi: İşlev Odaklı Dönem
3. Kalite ve Satış Odaklı Dönem
4. Pazarlama Araştırmaları Odaklı Dönem
5. Yenilikçiliğin Belirleyici Olduğu Dönem: Kullanıcının Nihai Yükselişi

başlıkları altında ele almaktadır.



Tablo 1. Tarihsel süreçte endüstriyel tasarım alanında meydana gelen bazı değişimler

Neticede hangi başlıklarla ele alınırsa alınsın endüstriyel tasarımın odağında değişimler olduğu ve bu değişimlerin de kullanıcı tarafına doğru olduğu aşikârdır. Bu değişimlere dair önemli bulunan noktalar Tablo 1’de görülebilmektedir.

Sonuç olarak tarihsel süreçte kullanıcı deneyimi alanına göre daha erken bir dönemde vücut bulmuş olan endüstriyel tasarım alanının hem yeni bir ürün oluşturma süreci ile ilgili pratikleri hem de ürün-kullanıcı ilişkisi üzerine yapmış olduğu

çalışmalar onun kullanıcı deneyimi alanı ile benzerlik gösteren bir takım karakteristiklere sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Literatür taramasının arkasından ülkemizde kullanıcı deneyimi tasarımı alanında çalışan endüstriyel tasarımcılar üzerinden yürütülen bu çalışma için detaylı, kapsamlı ve derin bilgiye ihtiyaç duyulması nedeniyle açık uçlu sorularla öncelikle yarı yapılandırılmış arkasından da yapılandırılmış yüz yüze mülakatlar olmak üzere iki tur şeklinde görüşmeler yapılmasına karar verilmiştir.

İlk turda gerçekleştirilen mülakatlar neticesinde alan hakkında genel bilgiler elde edilmesinin yanı sıra örneklemin belirlenmesine ışık tutan veriler de elde edilmiştir. Buna göre ülkemizde kullanıcı deneyimi alanında faaliyet gösteren firma ve birimlerin olduğu tespit edilmiş olup bunlar;

- Üniversite bünyesinde faaliyet gösteren birimler (kullanılabilirlik laboratuvarları)
- Farklı alanlarda faaliyet gösteren firmaların kendi içlerinde oluşturdukları birimler
- Farklı alanlarda faaliyet gösteren firmalara kullanıcı deneyimi danışmanlık ve tasarım hizmeti veren firmalar olarak sınıflandırılmıştır.

Üniversite bünyesinde faaliyet gösteren ve genel olarak kullanılabilirlik laboratuvarları olarak bilinen birinci gruptaki aktörlerin genellikle akademik amaçlarla yürüttükleri çalışmalarda oluşturdukları ekipleri bünyelerinde çalışan araştırma görevlileri ve/veya lisansüstü eğitimlerine devam eden öğrencileri ile oluşturdukları görülmüş olup bu durum ekip oluşturmak için eleman seçiminde çok da özgür olunamadığı kanaati oluşturmuştur. Bundan dolayı kapsam dışında tutulmasına karar verilmiştir.

Gerek bağlı bulundukları firmaların sıkı gizlilik politikaları nedeni ile gerekse de yoğun iş yükleri nedeni ile farklı alanlarda faaliyet gösteren firmaların kendi içlerinde oluşturdukları birimlerin de kapsam dâhilinde ele alınmaları mümkün olmamıştır.

Sonuçta farklı alanlarda faaliyet gösteren firmalara kullanıcı deneyimi danışmanlık ve tasarım hizmeti veren firmaların örneklem olarak seçilmesine karar verilmiştir. Bu bağlamda Türkiye genelinde araştırmanın kapsamına dâhil olabilecek beş firma olduğu tespit edilmiş olup bunlar;

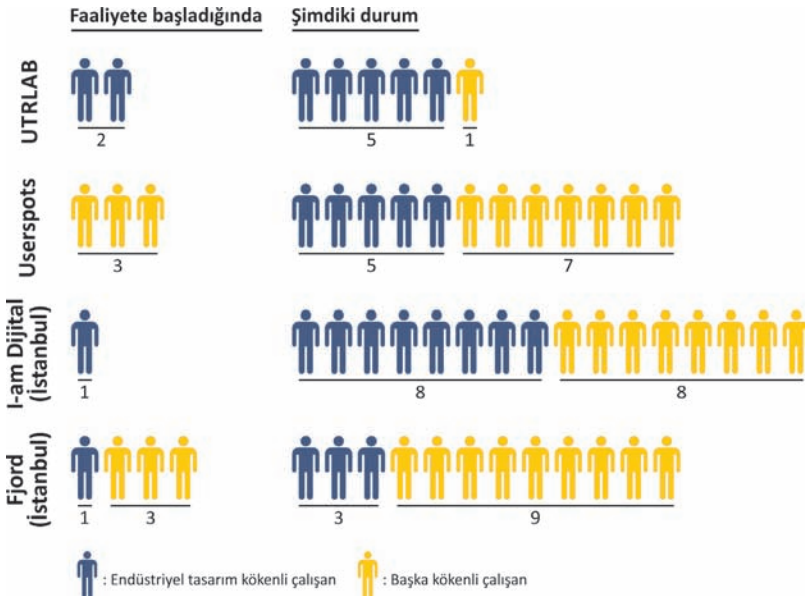
- UTRLAB
- USERSPOTS
- I-am İstanbul / Dijital
- Fjord İstanbul
- UXservices

olarak sıralanabilir. Bu firmalardan UXservices firmasına yapılan tüm görüşme talepleri olumsuz sonuçlanmış olup bundan dolayı UXservices firması da kapsam dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak

- UTRLAB,
- USERSPOTS,
- I-am İstanbul / Dijital
- Fjord İstanbul

firmaları örneklem olarak belirlenmiştir.

Örneklemin belirlenmesinin ardından ülkemizde kullanıcı deneyimi alanında endüstriyel tasarımcıların örneklem dâhilindeki firmalarca ne amaçla tercih edildiği ve ne şekilde değerlendirildiğini anlamak üzere ilgili firmaların kurucusu veya yöneticisi olarak mülakat teklifini kabul eden birer temsilcilerine ek olarak UTRLAB ve USERSPOTS firmalarının ulaşılabilen personeli ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu noktada; sadece iki firmanın çalışanlarından sadece ulaşılabilen on katılımcı ile görüşülebilmiş olunması ve diğer iki firmanın çalışanları ile görüşülememiş olunmasının araştırma sonuçlarına etki etmiş olabileceğinin ve tüm çalışanlarla görüşmeler yapılmasının daha güvenilir sonuçlar vereceğinin belirtilmesinde fayda bulunmaktadır.



Resim 5. Örneklem dâhilindeki firmalarda çalışan endüstriyel tasarım kökenli kişi sayılarının firmaların faaliyete başladıkları zamanki ve bugünkü durumda karşılaştırılması

Bu görüşmeler çerçevesinde ilk olarak bu firmaların faaliyete başladıkları zaman-ki ve şimdiki durumda toplam çalışan sayıları içerisinde endüstriyel tasarımcı kökenli çalışan sayıları irdelenmiştir. Resim 5’te görüldüğü üzere bu dört firmanın ikisi tamamen endüstriyel tasarım kökenli kişiler tarafından hayata geçirilmiş, bir firmada ise kurucu ekibin içinde endüstriyel tasarımcı bulunmuştur. Örneklem dâhilindeki firmalarda çalışan toplam kişi sayısının yaklaşık 4,5 katına çıktığı görülürken firmaların kurulduğu zaman 4/10 olan endüstriyel tasarımcı oranı günümüzde 21/46 olarak tespit edilmiş, yani endüstriyel tasarımcı sayısının totalde oransal olarak %40 seviyesinden %45 seviyelerine ilerlediği görülmüştür.

Bu tablo ile ilgili olarak da aşağıdaki sorular üzerinden çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır.

1. Firmanızda neden endüstriyel tasarımcı istihdam etmektesiniz? Firmanızda bir endüstriyel tasarımcının rolü nedir? Diğer disiplinlerden çalışanlarınızla kıyasladığınızda farkı nedir?
2. Varsayalım ki bir ‘UX’ projesini baştan sona tüm aşamalarıyla yürütmek için sadece tek bir eleman alacaksınız; her disiplinden başvuru var ve başvuran adayların hiç biri daha önce UX alanında hiç çalışmamış. Endüstriyel tasarım disiplininin başvuran adayı seçer miydiniz? Neden?
3. UX alanı için ideal bir çalışan nasıl olmalıdır?

Alınan cevapların analiz edilmesi neticesinde ise ilgili firmaların endüstriyel tasarımcı istihdamlarının arkasında aşağıdaki nedenlerin olduğu tespit edilmiştir.

- Eğitim hayatlarında kazanmaya başlamış oldukları kullanıcıya odağa koyan tasarım yöntem ve donanımları,
- Tasarım için yapmış oldukları kullanıcı araştırmalarının da katkısıyla edindikleri, kullanıcıdan elde edilen verileri tasarıma dönüştürebilme becerileri,
- Endüstriyel tasarımcıların sorunları tespit etmekten öteye sorunların çözümüne de odaklı çalışmaları ve hatta mümkün olduğunca yenilikçi çözüm önerileri getirebilmeleri.

Bir diğer nokta da; hangi kökenden olursa olsun, alanda yeni çalışmaya başlayan bir kişinin hizmet içi eğitim almasının gerekliliğinin vurgulanmasına ek olarak pratik bir hizmet içi eğitimle endüstriyel tasarımcıların alana çok kısa sürede adapte edilebileceğinin düşünülmesidir.

Ayrıca katılımcıların UX alanı için tarifledikleri ideal çalışana dair özellikler ile literatürdeki endüstriyel tasarımcı tariflemelerinden İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Özlem Er ve ekibi tarafından yürütülmüş bir proje kapsamında oluşturulan “KOBİ’ler için Tasarım” (İTÜ ve ISO 2011) başlıklı web sitesinde yayınlanmış olan endüstriyel tasarımcı tarifi karşılaştırılmış

olup yüksek oranda benzerlik tespit edilmiştir. Endüstriyel tasarımcılara dair özellikleri içeren metin aşağıdaki gibi olup vurgulanan kısımlar katılımcıların ideal UX çalışması tarifinde verdikleri özelliklerle örtüşmeleri ifade etmektedir.

“KOBİ’ler için Tasarım” (İTÜ ve İSO 2011) sitesine göre: “Endüstriyel tasarımcılar:

- Kullanıcı/müşterilerin **ihtiyaç ve isteklerini analiz edebilen**;
- Rakip ürünlerin gelişimi ve piyasadaki **yeni ürün eğilimlerini izleyerek değerlendirebilen**;
- Bu fikirleri çalıştıkları firmaların teknolojileri ile üretilip satılabilecek somut ürün konseptlerine dönüştüren ve,
- Bu ürün konseptlerinin gerçekleşmesi için firmadaki **diğer uzman ve yetkililerle beraber ekip içinde çalışabilen**, yaratıcı bir meslek grubudur.

(...)

Endüstriyel tasarımcıların aşağıdaki niteliklere sahip olması beklenir:

- **Yaratıcı problem çözme**
- 2 ve 3 boyutlu **görselleştirme**
- **Kullanıcı odaklılık**
- **Disiplinler arası iletişim**
- **Araştırma bilgi ve becerileri**
- **Görsel, yazılı ve sözlü sunum becerileri**
- **Ekip çalışmasına uyum**

Tüm bu analiz sonuçları çerçevesinde katılımcıların gerek endüstriyel tasarımı bir disiplin olarak kullanıcı deneyimi alanı ile oldukça benzer yönlerinin olduğu şeklinde gerekse de endüstriyel tasarımcıların bu alanda çalışmak için gerekli vasıfların önemli bir kısmına sahip oldukları şeklinde değerlendirdikleri açıkça görülebilmektedir.

Kısıtlar

Çalışma süresince değişik zorluklar ve sorunlar yaşanmış olsa da en önemli sorunlardan birisi çalışmada mümkün olduğunca ilgili firmaların yönetim kademesinin en üstünde yer alan kişilerle görüşmeler yapılmak istenmesi olmuştur. Yoğun iş tempoları nedeniyle gerek bu kişilerle ilk temasların sağlanmasında gerekse de yakın zamanlı randevular alınması noktasında sorunlar yaşanmıştır. Bundan dolayı bazı isimlerle görüşülememiştir.

Bir diğer önemli kısıt ise gizlilik olmuştur. Katılımcı sayısının az olması nedeniyle derinlemesine bilgi edinebilmek için açık uçlu sorularla yüz yüze mülakat

yöntemi seçilmiş olmasına rağmen katılımcıların bir noktadan sonra paylaştıkları bilgilerin kullanılmamasını istemeleri çalışmayı kısıtlamıştır.

Sonuç

Daha önceki kısımda da belirtildiği üzere çıkış noktası ve odağı olarak yazılım alanında şekillenmiş olan kullanıcı deneyimi alanı ürünlerin günden güne daha çok yazılım içermelerine paralel olarak endüstriyel tasarımcıların zaten uzak duramayacakları bir alan olarak değerlendirilebilir. Ancak bu mesleki değerlendirmenin ötesinde gerek kullanıcı deneyimi pratiğinin Türkiye’de oluşumu ve gelişimi noktasında gerekse de günümüzdeki durumda profesyonel bir iş olarak yürütülmesi noktasında endüstriyel tasarımcılar önemli sayılabilecek roller üstlenmişlerdir. Bunlardan ilki olarak sektörün oluşmasında endüstriyel tasarımcıların girişimlerinin de önemli katkılar sağlamış olması gösterilebilir. Özellikle ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde çalışmalarına devam eden ÜTEST ilk kullanılabilirlik laboratuvarı olarak kayıtlara geçerken; kurucuları ve çalışanlarının hemen hemen hepsi endüstriyel tasarımcı olan UTRLAB firması da kullanıcı deneyimi alanında ilk yerli özel sektör firması olmuştur. Endüstriyel tasarımcıların bu süreçteki bir diğer önemli rolü de kullanıcı deneyimi alanı için özel sektörde çalışacak iş gücüne katkı koymaları olmuştur. Endüstriyel tasarım bölümleri her ne kadar istemsiz de olsa mezuniyetleri sonrasında bu alanda çalışacak elemanlar yetiştirerek alanın gelişimine katkıda bulunmuştur.

Kullanıcı deneyimi pratiğinin ülkemizdeki başlangıç sürecini ve günümüzdeki durumda endüstriyel tasarımcılarla ilişkisini irdeleyerek ileriki süreçte bu alanda çalışma yapacak kişilerin bu ilişkiyi yorumlamalarına katkı sağlayacağı umulan bu çalışma sonucunda, mülakatlarda sıkça dile getirilen hizmet alan firmaların UX bilinç ve farkındalık seviyelerinin yeterli olmadığı ifadesinden hareketle ilgili firmaların bilinç ve farkındalık seviyelerinin ölçülmesi üzerine yapılacak bir çalışmanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışma sonucunda endüstriyel tasarımcıların kullanıcı deneyimi tasarımına yatkınlıklarının tespit edilmesine binaen dijital arayüzlere sahip endüstriyel ürünler üreten ve bir endüstriyel tasarım departmanları olan özellikle büyük ölçekli firmaların bünyelerindeki endüstriyel tasarımcılardan kullanıcı deneyimi konusunda faydalanıp faydalanmadıkları, faydalanılıyor ise bunun tasarım süreçlerine nasıl katıldığı üzerine yapılacak araştırmaların da yapılması önerilmektedir.

Son olarak da ülkemizdeki endüstriyel tasarım eğitiminde kullanıcı deneyimi tasarımının yeri ve yapılandırılması konusunda yapılacak çalışmaların da önem arz edeceği düşünülmektedir.

Notlar

[1] Bu bildiri yazarın Doç. Dr. Şebnem Timur Öğüt danışmanlığında yazdığı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Kaynakça

- Akoğlu, C. 2009. “Etkileşim Tasarımının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gömülü Ürünlerin Tasarım ve Geliştirilme Sürecindeki Rolü.” Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Er, A. 2007. “Industrial Design: Design-driven Innovation.” *International Cultural and Academic Meeting of Engineering Students (ICAMES) '07*. Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.
- Hamurcu, A. 2014. “Türkiye’de Kullanıcı Deneyimi Pratiği ile Endüstriyel Tasarımcıların İlişkisi Üzerine Bir Araştırma.” Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- İTÜ ve İSO. 2011. “Kobiler İçin Tasarım.” Erişim tarihi 18 Mayıs 2014. <<http://bilgibankasi.kobilericintasarim.com/kavramlar/endustriyel-tasarimci-kimdir/>>
- Knemeyer, D. ve E. Svoboda. 2006. “User Experience - UX.” Erişim tarihi 24 Ocak 2014. <http://www.interaction-design.org/encyclopedia/user_experience_or_ux.html>
- Norman, D. 2007. “Peter in Conversation with Don Norman About UX and Innovation.” Röportaj Yapan: P. Merholz. Erişim tarihi 13 Ocak 2014. <<http://www.adaptivepath.com/ideas/e000862>>
- Norman, D., J. Miller ve A. Henderson. 1995. “What You See, Some of What’s in the Future, And How We Go About Doing It.” *CHI '95 Proceedings*. Erişim tarihi 13 Ocak 2014. <http://www.sigchi.org/chi95/proceedings/or-gover/dan_bdy.htm>

ÇOCUKLARLA YARATICI TASARIM ARAŞTIRMASI: UYGULAMAYA YÖNELİK ZORLUKLAR VE ÖNERİLER

Sedef Süner, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Çiğdem Erbuğ, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Kullanıcıya ilişkin bilginin tasarıma entegre edilmesi, giderek önem kazanan ve zenginleşen bir konudur. Kolaj çalışmaları (Visser vd. 2005), kart sıralama (Martin ve Hannington 2012) ve deneyim yansıtma modelleri (Turhan 2013) gibi yaratıcı (*generative*) ve katılımcı teknikler, kullanıcıları bilgi ve deneyimleriyle tasarım sürecine katmaktadır. Bu tür tekniklerle katılımcılar tasarlanmış ürünlerin test edicisi olmaktan çıkıp, ilk aşamalarından itibaren bilgi ve deneyimleriyle tasarım sürecini yönlendirici katkı sağlayabilmekte, tasarımcılar da kullanıcıların örtük deneyimlerine ve ihtiyaçlarına yönelik erken bilgi sahibi olmakta ve bu bilgiyi tasarım sürecine yansıtabilmektedir (Stappers ve Sanders 2005; Hannington 2007). Çocuklarla yaratıcı tasarım araştırmalarıysa görece yeni bir ilgi alanıdır. Son yıllarda özellikle çocukların teknolojik ürünlerle etkileşimine odaklanan çalışmaların sayısı artmaktadır. Artan ilgiye rağmen, özellikle erken yaş grubu çocukların genellikle bu çalışmaların dışında tutulduğu görülmektedir (Høiseth vd. 2013). Literatürde erken yaş grubunda tasarımı yönlendirici bilgi edinmeyi sağlayacak araştırmaların yetersizliği göze çarparken, araştırmacıların uygulamaya yönelik sahip olması gereken becerilerin de tarifi lenmediği izlenmektedir. Bu bildirinin amacı, erken yaş grubu çocuklarla tasarım araştırması yürütürken uygulamaya dönük olası problemlerin tartışılması, tasarıma dair veriyi doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilecek göz önünde bulundurulması gereken noktaların ve önerilerin sunulmasıdır. İki farklı tasarım araştırmasından elde edilen deneyim ve gözlemler üzerinden; veri toplamada kullanılan yöntem ve katılımcı yaş faktörünün, hem araştırma uygulama pratiğine hem de toplanan verinin güvenilirliğine etkisi ile uygulamaya yönelik zorlukların aşılması için yol çizebilecek öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çocuklarla tasarım araştırması, yaratıcı tasarım araştırması, uygulama zorlukları

Giriş

Çocuklar, kendi sosyal ve fiziksel çevrelerinde edilgen değil etken öznelerdir (Mayall 1994). Çocuklarla yapılan araştırmalarda doğrudan çocukların kendi öznel bilgilerine danışmak son yıllarda önem kazanan bir olgu olmuştur. Araştırmalar, dört yaşındaki çocukların dahi uygun yöntemlerle kendi yaşam deneyimleri konusunda araştırmacıları bilgilendirebileceğini göstermektedir (Irwin ve

Johnson 2005). Çocuklarla tasarım araştırması yeni bir konu olsa da, klinik psikoloji çalışmaları ve adli vakalarda çocuğun öznel deneyimlerini doğru biçimde ifade etmesi oldukça önemlidir. Bu tür çalışmalarda çeşitli malzeme ve tekniklerin kullanılması oldukça yaygındır. Bunlara örnek olarak kişisel portreler (Butler ve Green 2007), yaz-çiz (Knighting vd. 2010) ve foto-günlük (Young ve Barret 2001) gösterilebilir. Bu tür malzeme ve teknikler sözlü ifadeye dayalı iletişimin getirdiği stresi azalttığı gibi, araştırılan deneyimin daha yapılandırılmış ve detaylı bir biçimde ifade edilmesine yardımcı olmaktadır.

Çocukların tasarım sürecini bilgilendirebileceği ya da bu sürece dahil olabilecekleri yaratıcı araştırma yöntemlerinde son yıllarda artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu yöntemlerin bir kısmı ortak sorgulama (Druin 1999), kağıt kuklalar (Hussain ve Sanders 2012), yaz-çiz, foto-ses ve rol oynama (Hussain 2010) ve drama (Weerdesteijn 2005) olarak sıralanabilir. Genç kullanıcılardan tasarım odaklı bilgi elde etmeyi amaçlayan bu yöntemler olumlu karşılanmakla birlikte, çocuklarla tasarım araştırması yaparken göz önünde bulundurulması gereken uygulamaya yönelik zorluklar ve öneriler pek değinilen bir konu olmamıştır.

Bu bildirinin amacı, çocuklarla çalışma yürütecek tasarım araştırmacılarına, görüşmeler esnasında uygulamaya yönelik zorluklar konusunda bir kaynak oluşturarak, bu zorlukların üstesinden gelebilmek için çeşitli taktikler sunmaktır. Bu bağlamda aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- Çocuklarla yaratıcı tasarım araştırması yürütürken, araştırmacıyla katılımcılar arasındaki iletişimin kalitesini ve elde edilen verinin güvenilirliği ve derinliğini etkileyen etmenler nelerdir?
- Araştırmayı yürütürken sağlıklı bir iletişim kurmak ve elde edilen veriyi sağlamak ve derinleştirmek için ne tür taktikler uygulanabilir?

Yukarıdaki sorulara yanıt aranırken, yazarlar tarafından daha önce farklı yaş grupları ve yöntemlerle gerçekleştirilen iki ayrı çalışmadan elde edilen gözlem ve deneyimlerden yola çıkılacak ve genel bir çerçeve çizilmeye çalışılacaktır.

Çocuklarla Yaratıcı Tasarım Araştırması

Bu bildiride temel alınacak iki çalışma vardır. İlki, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde bir lisansüstü dersi olan ID531 Models and Methods of Ergonomics kapsamında, okul öncesi dönem çocuklarla yapılan bir katılımcı tasarım çalışmasıdır. İkincisi ise, yine aynı bölümdeki ID719 Dimensions of Design for Emotion dersi kapsamında, ilköğretim birinci ve ikinci sınıf öğrencileriyle gerçekleştirilen ve ürünlerin algılanan özellikleri üzerine odaklanan bir çalışmadır. Bu bölümde her iki çalışmanın yöntem ve araçlarından kısaca bahsedilecek ve bir sonraki bölümde uygulamaya ilişkin zorluklara ve önerilere değinilecektir.



Resim 1. Kaydırak posteri (Çalışma I)



Resim 2. Teknik posterleri (Çalışma I)

Çalışma I

İlk çalışmanın amacı, açık uçlu yaratıcı tekniklerin, çocuklarla tasarım araştırması yöntemi olarak potansiyelinin araştırılmasıdır. Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde bulunan yuvada yapılan çalışma kapsamında 4-5 yaş (n=9) ve 5-6 yaş (n=11) grubu toplam 20 çocukla birebir oturumlar yapılmış ve bu oturumlarda önerilen üç farklı teknikten biri/birkaçıyla katılımcılardan bir kaydırak tasarlaması istenmiştir. Çizim, oyun hamuru şekillendirme ve drama olarak belirlenen bu teknikler, çalışmanın yapıldığı yuvanın resmî müfredatında bulunmaktadır. Ayrıca oturumlar öncesinde her çocuğun ebeveyni ya da öğretmeni tarafından doldurulan ankete göre de, tüm katılımcıların bu üç tekniğin her birine aşina olduğu belirlenmiştir.

Oturumlar, araştırmacı tarafından tasarlanmış olan A0 boyutundaki bir kaydırak posterleri ile konuya ısınma aşamasıyla başlamıştır (Resim 1). Üzerinde çeşitli form, renk ve ebatlarda kaydırak modelleri bulunan poster aracılığıyla, kaydırak ve kayma deneyimi üzerine kısa bir sohbetle bulunulmuştur. İkinci aşamada, katılımcı-

ya yeni tasarlanacak bir kaydırakla ilgili kendisinin yardımına ihtiyaç duyulduğu söylenmiş, bu konudaki fikirlerini aktarabilmek için önerilen üç farklı teknik birer A4 boyutlarındaki posterle sunulmuş (Resim 2) ve fikirlerini hangi teknik(ler)le aktarmak istediği sorulmuştur. Teknik seçiminden sonra son olarak yaratım (*generation*) aşaması uygulanmış ve bu aşamada katılımcılar kaydırak tasarımına ilişkin fikir ve önerilerini aktarmışlardır.

Çalışma II

İkinci çalışmanın amacı, iyi yapılandırılmış bir teknik olan Repertuar Çizelgesi Tekniği'nin (RGT – *Repertory Grid Technique*) çocuklarla tasarım araştırması yöntemi olarak kullanılabilirliğinin ölçülmesidir. Klinik psikolojide kullanılan bu teknik, Kişisel Yapılar Kuramı'nı (PCT – *Personal Construct Theory*) esas almaktadır. PCT'ye göre, bireyler sosyal ve fiziksel çevrelerini anlamlandırmak için sürekli kuramlar ve varsayımlar üreten birer “bilim insanıdır” (Kelly 1955). Bu kuramın klinik uygulaması için geliştirilen RGT ise bir görüşme ve analiz yöntemidir. Bu yöntem, bireylerin belli bir konu özelinde (örn. oyun oynama) farklı öğeler için (örn. oyuncak çeşitleri) geliştirmiş oldukları bireysel varsayımları araştırarak kişisel yapıları ortaya çıkarmayı amaçlar. Kişisel yapılar, yapı kutupları (*construct pole*) şeklinde elde edilir (örn. eğlenceli-sıkıcı, kızlar için-erkekler için) (Jankowicz 2004).

İkinci çalışmada RGT kullanılarak, çocukların cep telefonlarıyla ilgili kişisel yapılarının elde edilmesi hedeflenmiştir. Ankara'da bulunan bir ilköğretim okulu-



Resim 3. Ürün görselleri (Çalışma II)

						
kızlar için	1	4	5	2	3	erkekler için
eğlenceli	1	2	3	4	5	sıkıcı
yazması kolay	1	3	2	5	4	yazması zor
...						...

Resim 4. Çizelge örneği (Çalışma II)

nun birinci (n=20) ve ikinci (n=24) sınıflarında öğrenim görmekte olan toplam 44 öğrenciyle birebir görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerin ilk aşamasında çalışma katılımcıya anlatılmış ve çocukların kullanımına yönelik, yeni tasarlanacak bir cep telefonu için fikirlerinin istendiği belirtilmiştir. İkinci aşamada, üzerinde fiziksel ve etkileşim özellikleri birbirinden farklı beş cep telefonu bulunan iki boyutlu birebir ölçekteki fotoğraflar katılımcıya sunulmuştur (Resim 3). Sonraki aşamada kullanılacak olan kartların eleme yöntemiyle belirlenmesi için, katılımcıdan bu kartları en çok beğendiğinden, en az beğendiğine göre sıralaması istenmiştir. Üçüncü aşamada, bir önceki aşamada yapılan sıralamadan birinci, üçüncü ve beşinci telefonlar alınmış ve bunlarla ikili sıralama (*dyadic sorting*) yöntemiyle kişisel yapılar elde edilmiştir. İkili sıralama esnasında katılımcıya bu telefonlar ikiye ikiye gösterilmiş ve her bir ikili için benzer ve farklı yanları sorularak kişisel yapılar detaylı bir şekilde elde edilmeye çalışılmıştır. Son aşamada ise, önceki aşamalarda elde edilen yapıların her birine göre beş telefonun da sıralanarak değerlendirilmesi istenmiştir. Doldurulmuş bir çizelge örneği Resim 4'te gösterilmiştir.

Uygulamaya İlişkin Zorluklar ve Öneriler

Her iki çalışmada da uygulamaya yönelik belli zorluklar gözlemlenmiştir. Bunlar sözlü ifadenin getirdiği kısıtlamalar, kullanılan araç ve malzemeler ve katılımcıların ilgisini uyanık tutma zorluğudur. Bu zorluklar, elde edilen verinin güvenilirliği kadar derinliğini de etkilemektedir. Bu kısımda bahsi geçen uygulamaya ilişkin zorluklar ve olası çözüm önerileri aktarılacaktır.

Sözlü İfadeye İlişkin Zorluklar

Çocuklarla yapılan tasarım araştırmalarında her ne kadar görsel malzemeler kullanılsa da, araştırmacıyla katılımcı arasındaki iletişim ağırlıklı olarak sözlü ifadeye dayalıdır. Çocukların gelişim özellikleri bu iletişimde ön planda olsa da, iletişim karşılıklı bir olgudur ve katılımcının olduğu kadar, araştırmacının sözlü ifade biçimleri de önem taşımaktadır. Yapılan her iki çalışmada da en büyük zorluğun sözlü iletişimden kaynaklandığı görülmektedir.

İlk çalışmada açık uçlu yaratıcı teknikler kullanılmış, katılımcılar sözlü ifadelerini bu tekniklerle desteklemişlerdir. Ancak bu tekniklerle belli bir ürün özelliği aktarabilmek için belli bir ustalık seviyesi gerekmektedir. Örneğin bir oturumda araştırmacı, katılımcının tasarladığı kaydırağın üzerine yatar pozisyonda bir çocuk çizdiğini görmüş ve katılımcıya bu kaydırağın yatar pozisyonda kaymak için mi tasarlandığını sormuştur. Katılımcı ise oturan çocuk çizmeyi bilmediğini ifade etmiştir. Bu sebeple çocuklarla açık uçlu yaratıcı teknikler kullanılırken, sözlü ifade bilgiyi doğrulamak ve derinleştirmek için oldukça önemli bir araçtır. Ancak aşağıdaki örnekte de görülebileceği gibi, göze çarpan en önemli sorunlardan birisi, çocukların ve yetişkinlerin sözcük dağarcıkları arasındaki farktır:

Katılımcı:	Yanları kalın [yüksek] olursa içinde böcek olur.
Araştırmacı:	Nerelerde böcek olur?
Katılımcı:	[Postere bakıyor]
Araştırmacı:	[Postere yönlendirerek] Buradan gösterebilir misin?
Katılımcı:	Buralarda [Yan korkulukları gösteriyor].

Bu örnekte katılımcı, kaydırağın belli bir kısmından bahsetmekte, ancak uygun terimi bilmediği ve çizerek gösteremediği için ifade etmekte güçlük çekmektedir. Araştırmacı bu durumu, katılımcının postere baktığını görerek fark etmiş ve katılımcıyı postere yönlendirmiştir. Benzer bir durum, ölçeğe ilişkin bilgi aktarırken de gözlemlenmiştir:

Katılımcı:	Yedi, sekiz ve on bir kilometre kaydıraıklardan korkarım, çok büyük onlar.
Araştırmacı:	Peki, hangilerinden korkmazsın?
Katılımcı:	Anneannemin evinin oradaki parktaki gibi olursa korkmam.
Araştırmacı:	O nasıl? [Posteri göstererek] Burada benzeri var mı?
Katılımcı:	[Posterdeki bir kaydırağı göstererek] Bu kaç kilometre?
Araştırmacı:	Sence kaç kilometre?
Katılımcı:	Yedi.
Araştırmacı:	Senin çizdiğin kaç kilometre?
Katılımcı:	Üç.
Araştırmacı:	[Posteri göstererek] Bunlardan hangisi üç kilometre?
Katılımcı:	[Posterden görece küçük bir kaydırağı göstererek] Bunun gibi. Üç kilometre böyle olur.

Bu örnekte görüldüğü gibi, katılımcı kendine has bir kelime dağarcığı kullanarak, “kilometre” birimi üzerinden yükseklikleri karşılaştırmaktadır. Araştırmacı katılımcıyı postere yönlendirerek, bu birimin katılımcı tarafından gerçekten yükseklik farkını belirtmek için kullanılıp kullanılmadığını teyit etmeye çalışmıştır. Çünkü alınan bilgi ile katılımcı için yüksekliğin önemli olduğunu, bunun hangi duyguyu etkilediğini anlamak önemlidir ancak birimin herhangi bir önemi yoktur. İkinci çalışmada benzer sorun, kişisel yapıları elde ederken yaşanmıştır. Örneğin ikili sıralama esnasında karşılaştırılan iki telefonda birinin dokunmatik ekranlı olmasının onu, karşılaştırılan tuşlu telefona göre daha “eğlenceli” yaptığı söylenmiştir. Ancak diğer telefonu betimleyecek kutup yapı, sözlü olarak ifade edilememiştir. Yapıların anlamsal farklılaşım ölçeği (*semantic differential*) şeklinde ifade edilememesi, en sık gözlemlenen sorunlardan olmuştur. Böyle durumlarda katılımcıyı kutup yapıyı ifade etmeye zorlamak yerine, “eğlenceli/eğlenceli değil”, “yazmak kolay/yazmak zor” şeklinde not edilmiştir.

İkinci çalışmada sözlü ifadeye ilişkin yaşanan bir diğer zorluk da, elde edilen yapılardan bazılarının, katılımcı tarafından ifade edildiği biçimde kastedilmemiş olmasıdır. Örneğin “güzel” olarak betimlenen bir ürün ya da özellik, her zaman biçimsel bir beğeniyi göstermemektedir. Bu yapı bazen ürüne ilişkin genel beğeni ya da sahip olma arzusuna işaret edebilmektedir. Benzer şekilde araştırmacının, katılımcı tarafından olumlu olarak dile getirildiğini düşündüğü bazı yapılar, as-

linda olumsuz bir özelliğe işaret edebilmektedir. Örneğin katılımcıların bir kısmı, bazı telefonların diğerlerine kıyasla “çocuklara göre” olduğunu ifade etmiş, derinlemesine sorular soruldukça bunun genellikle ürünün gülünç, ciddiyetsiz ya da az özellikli olması ile ilişkilendirildiği görülmüştür:

“T2’nin üstündekiler [kulaklar] iyi değil, o zaman çocuksu gibi oluyor.”

“T2 ile ne yapabilirsin ki bu çocuklara göre bir telefon. T5 yetişkinlere göre olduğu için biraz daha fazla şey yapıyor.”

“T2 çocuklar için, az bir tuş. T1’de tuş yok sadece ölçüm falan yapıyor,[...] çocuklara daha uygun hiç tuş yok. Bebeklere de çok uygun. [...] Ama T2 biraz ana sınıfa giden çocuklar için, T4 zaten yetişkinler için.”

İlk çalışmada açık uçlu teknikler kullanılması ve çocukların bu teknikleri kullanmadaki ustalıklarının sınırlı olması, iletişimi sıklıkla sekteye uğratmıştır. Bu sorun, araştırmacının çocukları aslında ısınma aşaması için tasarlanmış olan postere yönlendirerek özellikle form ve boyut bilgilerini doğrulamasıyla önemli ölçüde aşılmıştır. İkinci çalışmada daha büyük bir yaş grubuyla çalışılmasına ve daha iyi yapılandırılmış bir teknik kullanılmasına rağmen, az da olsa sözcük dağarcığından kaynaklı sorunlar gözlemlenmiş, bu sefer “neden” ve “nasıl” soruları ile veri derinleştirilmeye ve netleştirilmeye çalışılmıştır.

Araç ve Malzemelerin Etkisi

Çalışmada kullanılan araç ve malzemelerin seçimi, katılımcıların ifadelerini önemli ölçüde etkilemektedir. İlk çalışmada sözlü ifadeleri desteklemek için sıklıkla kullanılan kaydırak posterleri zaman zaman çocukları fazlasıyla etkilemiştir. Her ne kadar fazla yönlendirici olmaması için posterde farklı form, boyut ve malzemeleri kapsayacak şekilde konvansiyonel denilebilecek ürünler kullanılmışsa da, yaratım aşamasında çocukların zaman zaman posterdeki kaydırakları referans aldıkları gözlemlenmiştir. Ürün fotoğrafları yerine illüstrasyonlar kullanmak, bu tür bir yönlendirmenin önüne geçebilecektir.

Yine ilk çalışmada katılımcıların, kaydırağa ve kayma deneyimine ilişkin belli bilgileri kolaylıkla ifade edebilmesi için farklı teknikler sunulmuştur. Bu bağlamda özellikle kayma deneyiminde beden duruşlarına yönelik bilgileri ifade etmede drama tekniğinin faydalı olabileceği öngörülmüştür. Ancak oturumlarda drama'nın diğer tekniklerle birlikte sunulmasına ve katılımcıların yaratım aşamasında teknik değiştirme olanağı olmasına rağmen, bu teknik çocuklar tarafından pek rağbet görmemiştir. Bunun olası sebeplerinden birisi, dramada, çizim ve oyun hamuru şekillendirmede olduğu gibi kullanımı özendirecek somut malzemelerin sunulmamasıdır. Ayrıca çizim ve oyun hamuru şekillendirme bireysel uygulaması uygun tekniklerken, drama için çok katılımcılı oturumların daha özendirici olabileceği düşünülmektedir. Yine de öngörüldüğü üzere beden duruşlarına ve hareketlerine yönelik bilgilerin aktarılmasında katılımcılar zaman zaman fiziksel ifadelerle yönlendirilmiştir.

İkinci çalışmada seçilen telefon modellerinden üçü çocuklar, ikisi yetişkinler için tasarlanmıştır. Her ne kadar çalışmada gerçek ürünler kullanılması planlanmış olsa da, yerel pazarda bulunmayan ürünlerin elde edilmesinde yaşanan aksaklıklardan ötürü ürün görselleri kullanılmıştır. Çocuklar için tasarlanmış olan telefonlar yerel pazarda bulunmamaktadır ve dolayısıyla katılımcıların bu telefonlara herhangi bir aşinalığı yoktur. Bununla birlikte, çalışma esnasında katılımcıların büyük bölümünün yetişkinler için tasarlanmış olan iki telefonla ilgili kendi sosyal çevrelerinden ön deneyimleri olduğu gözlemlenmiştir. Bu durumun zaman zaman katılımcıların ifadelerini etkilediği görülmüştür. Örneğin bazı katılımcılar tanıdık olmayan ürünlere hayali özellikler atfetmişlerdir. Ekran düzleminde tuş olmayan telefon modelinin dokunmatik olduğunu varsaymış, mesaj yazma ve gönderme özelliği olmayan modellerin az tuşlu olması sebebiyle mesaj yazmanın zor olduğu yorumunda bulunmuşlardır. Çalışmada “algılanan özellikler” üzerinde durulduğundan, bu konuda katılımcılara bir ön bilgi verilmemiş ve çalışma esnasında düzeltmede bulunulmamıştır.

Yine ikinci çalışmada gözlemlenen bir diğer nokta, katılımcıların beğenip arzuladığı ürün modellerine ayrıcalık gösterme eğilimidir. Bu durum en çok iPhone telefonların sahip olduğu özelliklerin ve sunduğu deneyimlerin olumlu yapılarla özdeşleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Ayrıca bazı katılımcıların, en çok beğendikleri telefonların araştırmacı tarafından kendilerine hediye edileceği gibi yanlış bir varsayıma kapılmış olmaları da bu durumu tetiklemiştir. İlk çalışmada görülmeyen bu durumun ikincisinde ortaya çıkmış olmasının olası bir sebebinin, ilk çalışmada açık uçlu bir yöntem kullanılmış olduğundan, katılımcılara içinden seçimde ve karşılaştırmada bulunacakları bir ürün seti sunulmamış olması olduğu düşünülmektedir. Buna ek olarak, ilk çalışmadaki ürün grubu olan kaydıraklar kamusal alanlarda paylaşılarak kullanılan ürünler olmakla birlikte, ikinci çalışmada kullanılan ürün grubu olan cep telefonlarının, sahip olunan bireysel ürünler olması da olası bir sebeptir ve özellikle bu yaş grubunda cep telefonunun bir arzu ve statü nesnesi olarak görüldüğü gözlemlenmiştir.

İlgiyi Uyanık Tutma ve Yönlendirme

Son olarak bahsedilecek olan zorluk, oturumlar esnasında çocukların çalışmaya olan ilgilerini uyanık tutmak ve gerekli durumlarda bu ilgiyi yönlendirmektir. Çocukların ilgisi, sıkılmaları ya da bilgilerinin test edildiğini hissetmeleri durumunda kolaylıkla dağılılabilmektedir. Bu durum, özellikle okul öncesi dönemde daha rahat gözlemlenmektedir. İlk çalışmadaki bir diyalogla bu durum örneklenebilir:

Araştırmacı:	[Posterdeki göstererek] Haydi gel birlikte bakalım. Nedir bunlar?
Katılımcı:	Biz bir keresinde Kapadokya'ya gitmiştik.
Araştırmacı:	Hmm. Kaydırak bak bunlar. Sen kaydırakta kaydın mı hiç?

Isınma aşamasında gerçekleşen bu diyalogda katılımcı, araştırmacı tarafından bağlamla ilgisi olmadığı düşünülen bir yorumda bulunmuştur ve araştırmacı bu

yorumu görmezden gelmiştir. Halbuki anlamsız görünen bu yorum, katılımcıya görseller aracılığıyla konuya ilişkin önemli bir deneyimi hatırlatmış olabilir. Böyle bir durumda örneğin, “Kapadokya’da kaydırak kaydın mı?” ya da “Kapadokya’da ne tür kaydıraklar var?” şeklinde sorular sormak, yorumu açıp detaylandırabilir.

Benzer bir durum ikinci çalışmada gözlemlenmektedir. Bazı noktalarda çocukların özellikle bilgilerinin sorgulandığını hissettikleri ve “doğru” ya da beklenen şekilde yanıt vermeye çalıştıkları görülmektedir. Örneğin bir katılımcı, telefon modellerinden birinin bildiği tüm özelliklerini sıralamaya başlamıştır. Araştırmacının bu tür durumlarda katılımcının bilgisini takdir ederek asıl prosedüre yönlendirmesi yerinde olacaktır.

Sonuç

Bu bildiride çocuklarla tasarım araştırması yapılırken göz önünde bulundurulması gereken uygulamaya dönük olası zorluklar, metnin yazarları tarafından gerçekleştirilmiş olan iki farklı tasarım araştırması üzerinden tartışılmıştır. Araştırma yöntemi ve katılımcı yaş grubu açısından farklılık gösteren bu iki çalışmada ön plana çıkan zorlukların (i) katılımcıların sözlü ifade becerisi, (ii) kullanılan araç ve malzemelerin etkisi ve (iii) oturumlar esnasında katılımcının ilgisini ve dikkatini uyanık tutabilmek gibi sebeplerden kaynaklandığı gözlemlenmiştir.

İlk çalışmada 4-6 yaş grubuyla, ikinci çalışmada ise 6-8 yaş grubuyla çalışılmıştır. İlk çalışmada sözlü iletişime ve ilgiyi yönlendirmeye yönelik zorlukların, ikinci çalışmaya göre daha ön planda olduğu görülmektedir. Araştırma yöntemi olarak yaratıcı tekniklerin kullanımı her ne kadar sözlü ifadeye dayalı iletişimi kolaylaştırmış olsa da, bu tekniklerin açık uçlu olması sebebiyle bu sefer teknik beceriye dayalı zorluklar meydana gelmiştir. Teknik beceri zorunluluğunu ortadan kaldıracak şekilde yarı yapılandırılmış teknik ve malzemelerin kullanımı, bu tür aksaklıkları ortadan kaldırılabilecektir.

İkinci çalışmada kullanılan yöntem, ilkinde göre oldukça iyi yapılandırılmış bir süreç sağlamaktadır. Çocukların araştırma prosedürünü genellikle iyi kavradıkları ve olumlu işbirliği gösterdiği görülmektedir. Bu yöntemin bir diğer olumlu yanı da, derinlemesine ve güvenilir veri elde edilmesine yardımcı olmaktadır. Ancak RGT’nin en önemli zorluğu, araştırmacı açısından çok dolu ve sürekli dikkat gerektiren bir uygulama süreci olmasıdır. Araştırmacı bir yandan görüşmeyi yürütmeli, bir yandan da görüşme boyunca elde edilen yapıları not almalıdır. Bu sebeple RGT’nin en az iki araştırmacı tarafından uygulanması daha verimli olacaktır.

Çocuklarla yapılan iki farklı tasarım araştırmasından yola çıkılarak, uygulamaya ilişkin çeşitli zorluklar aktarılmış ve bunların aşabilmek için çeşitli taktikler önerilmiştir. Bahsi geçen noktalar, her iki çalışmada da ön plana çıkan zorluklar olmasına rağmen, iki çalışmanın katılımcıları arasındaki yaş farkı ve araştırma yöntemlerinin birbirinden farklı olması, bize bu iki yönden de karşılaştırma olanağı

da sunmuştur. Çocuklarla tasarım araştırma yöntemini kurgularken, bu etmenlerin de göz önünde bulundurulması faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Butler, Richard ve David R. Green. 2007. *The Child Within: Taking the Young Person's Perspective by Applying Personal Construct Psychology*. Cornwall: John Wiley & Sons.
- Druin, Allison. 1999. "Cooperative Inquiry: Developing New Technologies for Children with Children." İçinde *Conference on Computer Human Interaction Bildiriler Kitabı*, derleyen Marian G. Williams, Mark W. Altom, Kate Ehrlich ve William Newman, 592-599. Pittsburgh: ACM Press.
- Hannington, Bruce M. 2007. "Generative Research in Design Education." *International Association of Societies of Design Research Konferansında Sunulmuş Bildiri*, Hong Kong, 12-15 Kasım.
- Høiseth, Marikken, Michail N. Giannakos, Ole A. Alsos ve Jonas Asheim. 2013. "Designing Healthcare Games and Applications for Toddlers." İçinde *Interaction Design and Children Conference Bildiriler Kitabı*, 137-146. New York: ACM Press.
- Hussain, Sofia. 2010. "Empowering Marginalized Children in Developing Countries through Participatory Design Processes." *CoDesign* 6(2):99-177.
- Hussain, Sofia ve Elizabeth B.-N. Sanders. 2012. "Fusion of Horizons: Co-designing with Cambodian Children who have Prosthetic Legs, Using Generative Design Tools." *International Journal of CoCreation in Design and the Arts* 8(1):43-79.
- Irwin, Lori G. ve Joy Johnson. 2005. "Interviewing Young Children: Explicating our Practices and Dilemmas." *Qualitative Health Research* 15(6):821-831.
- Jankowicz, Devi. 2004. *The Easy Guide to Repertory Grids*. Cornwall: Wiley and Sons.
- Kelly, George A. 1955. *The Psychology of Personal Constructs*. New York: W.W. Norton & Company.
- Knighting, Kate, Neneh Rowa-Dewar, Cari Malcolm, Nora Kearney ve Faith Gibson. 2010. "Children's Understanding of Cancer and Views on Health-related Behaviour: a 'Draw and Write' Study." *Child: Care, Health and Development* 37(2):289-299.
- Martin, Bella ve Bruce Hannington. 2012. *Universal Methods of Design*. Beverly, MA: Rockport.

- Mayall, Berry. 1994. *Children's Childhoods: Observed and Experienced*. London: Falmer.
- Stappers, Pieter J. ve Elizabeth B. -N. Sanders. 2005. "Tools for Designers, Products for Users? The Role of Creative Design Techniques in a Squeezed-in Design Process." *International Conference on Planning and Design: Creative Interaction and Sustainable Development Konferansında Sunulmuş Bildiri*, Tainan, 14-15 Mayıs.
- Turhan, Senem. 2013. "Experience Reflection Modelling (ERM) as a Generative Research Method and Student Engagement in Product Design at Undergraduate Level." Yayınlanmamış doktora tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Visser, Froukje S., Pieter J. Stappers, Remko Van Der Lugt ve Elizabeth B.-N. Sanders. 2005. "Contextmapping: Experiences from Practice." *CoDesign* 1(2):119-149.
- Weerdesteijn, Jeske M. W., Pieter M. A. Desmet ve Mathieu A. Gielen. 2005. "Moving Design: To Design Emotion through Movement." *The Design Journal* 8(1):28-40.
- Young, Lorraine ve Hazel Barrett. 2001. Adapting Visual Methods: Action Research with Kampala Street Children. *Area* 33(2):141-152.

DUYGULAR VE DUYULAR

KULLANICILARIN DUYUSAL ÜRÜN DENEYİMLERİNİ DEĞERLENDİRME BİÇİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA KURGUSU

Merve Coşkun, Gazi Üniversitesi

Bahar Şener, Orta Doğu Teknik Üniversitesi; Liverpool Üniversitesi

Ürün deneyimi, ürün-kullanıcı etkileşimi sonucu zamanla şekillenen çok katmanlı ve karmaşık bir yapıdan oluşmaktadır. Duyuların tasarımı merkez alındığı ürün deneyimi ya da başka bir deyişle, duysal ürün deneyimi de bu bütünün en önemli katmanlarından biri olup, ürünün kullanıcı tarafından algılanması, yorumlanması ve deneyimlenmesini doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkilemektedir. Bu çalışma, ürün kullanımı esnasında özellikle işleve yönelik ürün etkileşimlerinden doğan duysal deneyimlere odaklanmakta ve etkileşimi ürün ile kullanıcı arasındaki bir çeşit duysal bilgi/bildirim alışverişi olarak ele almaktadır. Ürün-kullanıcı etkileşimi, görsel, dokunsal, kinestetik, işitsel, koku ve tat almayı kapsayan çok duyulu bir doğaya sahiptir. Duyuların bütününün yarattığı etki kadar, her bir duyunun ürünle olan etkileşime katkısı da farklıdır. Ancak, kullanıcılar genellikle ürünün duysal niteliklerini bir bütün olarak algılama ve değerlendirme eğilimindedirler. Dolayısıyla, kurgulanan araştırma yöntemi bu alışagelmışliği yıkarak öncelikle ürünün niteliklerini duyuları gözeterek şekilde yapıbozumuna uğratmaktadır. Böylece, her bir duyu kullanıcı tarafından ayrı bir bilgi/bildirim alışverişi kanalı olarak nitelendirilebilmekte ve her duyunun etkileşim sırasındaki kendine has rolü ve işlevi sorgulanabilmektedir. Bu amaca yönelik olarak kurgulanan çalışma, üç farklı araştırma metodunu temel alan metodlar zinciri şeklinde yapılandırılmıştır. Toplamda 12 katılımcıyla yürütülen ve üç tüketici ürününün (*besin doğrayıcı, elektrikli çay makinesi ve elektrik süpürgesi*) kullanımının *gözlemi ve gözlemlenmesi, kullanım sonrası anket uygulaması ve anketi takip eden röportaj* bu zincirin üç halkasını oluşturmaktadır. Temelde bu kurgunun amacı, çalışmaya katılan kullanıcıların duysal deneyimlerini ne tür ölçütler üzerinden değerlendirdiklerine yine kendi ifadeleri üzerinden ulaşmaktır. Çalışmanın sonuçları, kurgulanan araştırma yönteminin ürün deneyiminin karmaşık yapısını duyular ekseninde analiz etmeye yönelik, görece sistematik bir yol önererek amacına hizmet ettiğini göstermiştir, benzer yaklaşımlı araştırmalar için de örnek niteliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ürün-kullanıcı etkileşimi, ürün deneyimi, duysal ürün deneyimi

Giriş

Duyuların ürün deneyimini şekillendirmedeki rolünü anlayabilmek için öncelikle *ürün deneyimi* ile *ürün-kullanıcı etkileşimi* arasında nasıl bir ilişki olduğunu anla-

mak gerekir. Bunun için üzerinde durulması gereken ilk nokta ürün deneyiminin *ölçeklenebilir* olmasıdır. Bu kavram, nihai ürün deneyiminin, çok sayıda küçük kullanıcı-ürün etkileşiminin birikimi ile zamanla inşa edildiğini öne sürer (Forlizzi ve Batterbee 2004). Kullanıcılar bu etkileşimleri unutmaya meyillidir fakat sayısız küçük etkileşimin (algılama, keşfetme, kullanma, hatırlama, kıyaslama, anlama vb.) nihai ürün deneyiminin şekillenmesine katkısı büyüktür (Desmet ve Hekkert 2007). Bunun yanında, deneyimin zamana bağlı şekillenen dinamik bir olgu olduğu, üzerinde durulması gereken bir diğer önemli noktadır. Bunu *deneyimin zamansallığı* terimini kullanarak ifade eden Karapanos vd. (2009), nihai ürün deneyiminin şekillenmesi için belirli bir zamanın geçmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Şener ve Pedgley'e (2013) göre ise, ürün deneyiminin zamansallığı değerlendirildiğinde tasarımcıların odaklanması gereken iki temel aşamadan bahsedilebilir. *Ürünle karşılaşma* aşaması, kişinin ürünü satın alma kararını verdiği, ürünü bir anlamda keşfettiği ve değerlendirmelerinin etkileşimden çok ürünün görsel nitelikleri üzerine yoğunlaştığı aşamadır. *Ürünün kullanımı* aşaması ise ürünün işleve yönelik etkileşim biçimlerinin önem kazandığı, ürünle karşılaşma aşamasındaki ilk izlenimin güçlendiği (ya da zayıfladığı), ürünün hedeflenen amaca yönelik kullanımı sırasında tüm duyular ile algılanıp değerlendirildiği aşamadır. Fisher'in (2004) de belirttiği gibi, bir kullanıcının örneğin birkaç dakika zaman geçirdiği bir ürünü değerlendirmesi ile bir yıldır kullanmakta olduğu bir ürünü değerlendirmesi birbirinden tamamen farklıdır. Ürün deneyimi üzerine kurgulanacak olan bir çalışmada, deneyimin zamana bağlı şekillenen dinamik bir olgu olduğunu göz önünde bulundurmak gerekir.

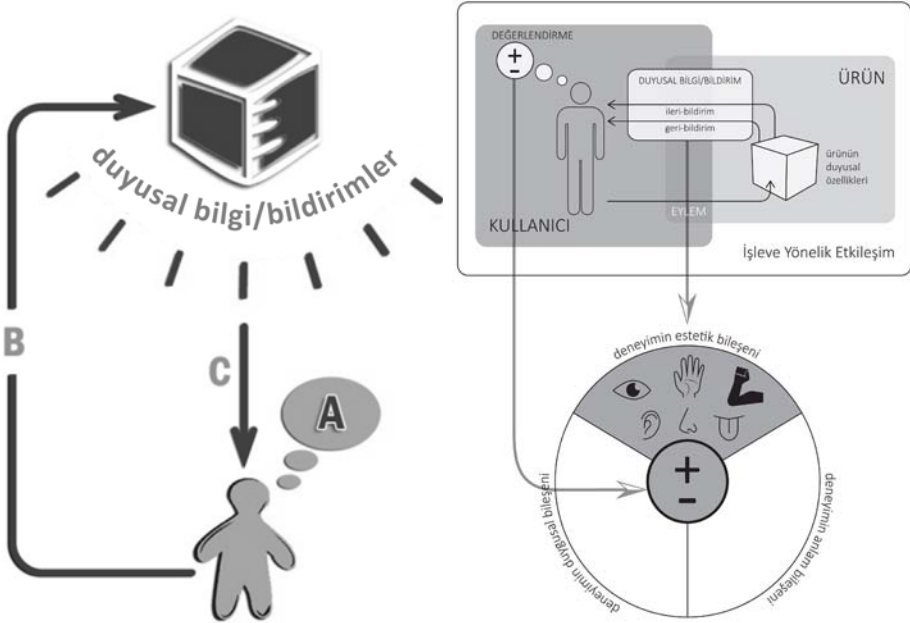
Bu çalışma, ürün kullanımı esnasında özellikle işleve yönelik ürün etkileşimlerinden doğan duyuşal deneyimlere odaklanmaktadır. Bu noktada, kullanıcıların ürünler ile kurdukları etkileşimlerin hepsinin işleve yönelik olmak zorunda olmadığını not düşmek gerekir. Örneğin, bir kalemle yazı yazarken kurduğumuz etkileşim işleve yönelikken o kalemle, elimizde çevirip döndürerek oyun oynarken kurduğumuz etkileşim işleve yönelik değildir. Her iki etkileşim türünde de farklı duyuşal deneyimler yaşanır. Bir koltuğun döşemesinin yumuşak dokusunu okşarken bize keyif vermesi ya da dokunmatik ekranlı bir ürünün tuşlarına bastığımızda titreşimle geri bildirimde bulunması bu iki tür etkileşim sonucu yaşanan dokunsal deneyime örnek olarak verilebilir.

Literatürde ürün deneyimi üzerine birçok kavramsal model bulunmaktadır ve bu modellerde üç genel yaklaşıma rastlanmaktadır: *ürün merkezli*, *kullanıcı merkezli* ve *etkileşim merkezli* yaklaşımlar (Forlizzi ve Batterbee 2004). Bu çalışma işleve yönelik etkileşimlerden doğan duyuşal deneyimlere odaklandığı için etkileşim merkezli deneyim modelleri detaylıca incelenmiş ve Desmet ile Hekkert'in (2007) etkileşim merkezli deneyim modeli çalışmanın kavramsal çatısını oluşturmuştur. Buna göre, ürün deneyimi üç bileşenli bir yapıya sahiptir. *Eстетik düzeyde* ürünlerin fiziksel özellikleri, kullanıcılara duyuları yoluyla algılayacağı bilgiler sunar ve bu bilgiler ürün deneyiminin şekillenmesinde başlangıç noktası olarak

kabul edilir (Desmet ve Hekkert 2007). Deneyimin kaçınılmaz bir parçası olan estetik düzeyde kullanıcılar, algıladıkları duyusal bilgileri değerlendirir ve bunlara karşı olumlu ya da olumsuz tepkiler geliştirirler. *Anlam düzeyinde*, estetik düzeyde duyumsanan bilgiler yorumlanır ve çeşitli anlamlar kazanır. Bir kahve makinesinin maskülen bulunması, bir akıllı telefonun arayüzünün açık ve anlaşılır bulunması ya da bir arabanın altmışlı yıllara referans vermesi anlam katmanında yaşanan deneyimlere örnek verilebilir. *Duygu düzeyinde* ise, diğer iki düzeyde deneyimlenen ürün niteliklerine karşı duygusal tepkiler geliştirilir.

Bu modelde, deneyimin estetik bileşeni olarak bahsedilen evrede Şener ve Pedgley'in (2013) yorumuyla ürünler kullanıcılara fiziksel özellikleri yoluyla bilgiler sunarlar (A), kullanıcı duyularıyla algıladığı bilgiler ışığında motor becerileri yoluyla bir eylem gerçekleştirir (B) ve bu eylem sırasında ve sonrasında ürün kullanıcıya geribildirim şeklinde bilgiler sunmaya devam eder (C). Resim 1'de de görüldüğü üzere kullanıcı ile ürün arasındaki etkileşim döngüsel bir yapıya sahiptir ve amaçlanan iş gerçekleştirilinceye kadar bu döngüsel hareket devam eder. Bu yapı etkileşimin deneyime kıyasla daha anlık bir ilişki biçimi olduğunu göstermektedir.

Bu etkileşim döngüsü sırasında tüm duyular aktif rol oynar, ancak her duyu farklı çeşit ve farklı miktarda bilgi alma kapasitesine sahip olduğu için ürün-kullanıcı



Resim 1. Ürün-kullanıcı etkileşimi döngüsü (Şener ve Pedgley 2013)

Resim 2. İşleve yönelik ürün etkileşimlerinden doğan duyusal deneyimin yapısı

etkileşimi sırasında her duyunun kendine has rolü ve işlevi olduğu gözönünde bulundurulmalıdır (Schifferstein ve Cleiren 2005). Literatürden derlenen bu bilgiler ışığında, işleve yönelik ürün etkileşimlerinden doğan duyuşsal deneyimin yapısı Resim 2’de görselleştirilmiştir. Bu yapı, hem alan çalışmasının kurgusu hem de çalışma sonucunda toplanan verilerin analizi sırasında rehberlik etmiştir.

Aslında nesnel ve statik bir doğaya sahip olan ürünün fiziksel özellikleri işleve yönelik etkileşimler sırasında farklı duyular aracılığıyla farklı biçimlerde algılanan öznel ve dinamik bilgilere dönüşür. Örneğin bir çay makinesinin gövdesinin malzemesinin metal olması, kullanıcı tarafından görsel estetiğe katkısı bakımından pozitif bir nitelik olarak değerlendirilirken malzemenin ısı geçirgenliğinin kullanıcının elinin yanmasına sebebiyet vermesi dokunsal anlamda negatif bir nitelik olarak değerlendirilebilmektedir.

Bu çalışma, ürünün işleve yönelik etkileşimlerini duyuşsal deneyimler açısından değerlendiren kapsamlı bir araştırmanın (Coşkun 2014) kısmi sonuçlarını sunmakta ve Resim 2’de de gösterildiği üzere, ürünün fiziksel özelliklerini etkileşim sırasında ileribildirim veya geribildirim yoluyla öznel olarak algılanan duyuşsal bilgi/bildirimlerin kaynağı olarak değerlendirmektedir. Çalışmanın amacı, kullanıcıların, deneyimin estetik düzeyinde algıladıkları bu duyuşsal bilgi/bildirimlerini neleri gözeterek değerlendirdiklerini ve bu değerlendirmelerinin deneyimin diğer bileşenleri ile olan ilişkilerini araştırmaktır.

Pilot Çalışma

Giriş bölümünde sözü edilen argümanlar ile temellendirilen bu çalışmanın amacı başlangıçta, çalışmaya katılan kullanıcıların ürünlerle yaşadıkları duyuşsal etkileşimlerini ne tür ölçütler üzerinden değerlendirdiklerine yine kendi ifadeleri üzerinden ulaşmak ve bu etkileşimlerin kullanıcılar tarafından olumlu olarak nitelendirilen nihai ürün deneyiminin şekillenmesindeki rollerini tartışmaktır. Bunun için öncelikle katılımcıları etkileşimleri hakkında konuşurmak, onlara etkileşimde bulundukları ürünün duyuşsal niteliklerini betimletmek gerekiyordu. Fakat etkileşimler üzerine konuşmak ve bunu duyuları gözeterek yapmak kullanıcıların çok da yatkın olmadıkları bir durumdur. Çünkü gündelik hayatımızda belirli bir süredir kullanageldiğimiz ürünlerle kurduğumuz ilişkilerde neyi, neden yaptığımızı pek fazla düşünmeden hareket ederiz ve deyim yerindeyse ürünlerle kurduğumuz bu ilişkiyi artık otomatik pilota devretmişizdir. Forlizzi ve Batterbee (2004) tarafından *akıcı etkileşimler* olarak adlandırılan bu etkileşim biçiminde, yaptığımız birçok şeyin farkında değilizdir ve dikkatimiz etkileşimin kendisine değil sonucuna odaklanmıştır. Dolayısıyla bu gündelik etkileşimler hakkında kullanıcıları konuşurmak için öncelikle dikkatlerini etkileşimin kendisine yöneltmek ve bu farkındalıkları ile ürünleri kullanmalarını sağlamak gerekiyordu.

Bunu sağlamak için, veri toplama aracı olarak *gözlem ve gölgeleme* olarak adlandırılan yöntemin kullanılmasına karar verildi (McDonald 2005). Bu yöntem,

araştırmacının, ürünün katılımcı tarafından kullanımını gerçek zamanlı ve doğal ortamında gözlemlemesine olanak vermektedir. Araştırmacı, kullanıcının gölgesi gibi davranıp onun her hareketini takip edebilmektedir. Bu yöntemin *doğal, kontrollü* ve *katılımcı* olmak üzere üç çeşidi bulunmaktadır. Bu çalışmada *kontrollü gözlem* ve *gölgeleme* tekniği kullanılmıştır; buna göre araştırmacı belirli bir kurgu çerçevesinde kalmış ve katılımcıya zaman zaman bazı sorular yöneltmekten öte sürece müdahil olmamıştır.

Karar verilen veri toplama metodunun amaca uygunluğunu denemek ve doğrulamak üzere küçük ölçekli bir pilot çalışma uygulanmıştır. Bu çalışmaya katılan dört kişi evlerinde ziyaret edilmiş ve bu ziyaret öncesinde hepsinden keyifli/olumlu deneyimler yaşadıkları, yaşadıkları deneyimleri diğer insanlarla paylaşmaya değer buldukları ve aynı işlevi yerine getiren muadillerinden daha iyi etkileşimler sunduklarına inandıkları ve bir süredir kullanageldikleri bir ürün seçmeleri istenmiştir. Seçtikleri ürünü kullanırken, uyguladıkları her işlemten sırasıyla bahsetmeleri – yani, yüksek sesle düşünmeleri– beklenmiştir. Pilot çalışma sonucunda yapılan aşağıdaki çıkarımlar alan çalışmasının son şeklini almasında etkili olmuştur.

Katılımcıların, İşleve Yönelik Duyusal Etkileşimlerini Betimlemek İçin Bir Referansa İhtiyaç Duyması

Çalışma esnasında, yalnızca *gözlem* ve *gölgeleme* metodunu kullanarak katılımcıları duyusal etkileşimleri hakkında konuşturmanın pek de kolay olmadığı gözlemlendi. Kullanıcıların ifadeleri daha çok fiyat, performans, teknoloji ve görsel estetik gibi konular üzerinde yoğunlaşmaktaydı. Ayrıca kullanıcıların, ürünün duyusal niteliklerini bir bütün olarak algılama ve değerlendirme eğiliminde olduğu gözlemlendi. Her bir duyunun, kullanıcı tarafından ayrı bir bilgi/bildirim alışverişi kanalı olarak değerlendirilebilmesi için kurgulanan araştırma yönteminin, ürünün etkileşim sırasında algılanan niteliklerinin duyuları gözetecek şekilde birbirinden ayırıştırması gerektiği vurgulandı. Bunun üzerine, kullanıcıların *duyusal bilgi* ifadesiyle de tanışacakları ve her duyuya yönelik (görsel, dokunsal, kinestetik, işitsel, koku ve tat almayı kapsayan) soruları cevaplamalarını gerektirecek ve ürünün kullanımının akabinde uygulanacak bir anket çalışmasının hazırlanmasına karar verildi.

Ürün Seçimi Katılımcılara Bırakıldığında Ortaya Çıkan Ürün Çeşitliliğinin (Farklılığının) Yarattığı Zorluk

Çalışmada kullanıcılardan keyifli/olumlu deneyimler yaşadıkları bir ürün seçmeleri istenmiş ve ürün seçimi kullanıcıya bırakıldığında ortaya fonksiyon, teknoloji, kullanım, hareket imkanları ve kullanım bağlamı açısından çok farklı çeşitte ürünler çıkmıştır. Ürün seçimlerinin, kalem ve temizlik fırçası gibi basit ürünlerden akıllı telefon gibi karmaşık ürünlere kadar çeşitlendiği görülmüştür. Bunun üzerine çalışmanın, yaşanan ürün deneyimlerinin kullanıcı tarafından nasıl (olum-

lu ya da olumsuz) nitelendirildiği gözetilmeksizin daha önceden karar verilmiş ürün çeşitlerine odaklanmasına karar verilmiştir.

Katılımcıların İşleve Yönelik Duyusal Etkileşimlerinin Negatif Yönleri Hakkında Konuşmaya Eğilimli Olması

Kullanıcılar, keyifli/olumlu deneyimler yaşadıkları bir ürün seçmelerine rağmen daha çok etkileşimin olumsuz yönleri hakkında konuşmaya ve yaşadıkları problemleri ifade etmeye eğilim göstermişlerdir. Bu da nihai deneyim ile etkileşimlerin niteliği arasında nasıl bir ilişki olduğunu sorgulamak açısından motivasyon sağlamıştır. *Deneyimin ölçeklenebilirliği* kavramı göz önünde bulundurulduğunda nihai keyifli/olumlu ürün deneyimini meydana getiren küçük etkileşimlerin negatif niteliklere sahip olabileceğini göstermiştir. Bu durum, ürün seçimi konusunda verilen kararı, yani ürün deneyimlerinin olumlu mu yoksa olumsuz mu nitelendirildiği gözetilmeksizin daha önceden karar verilmiş ürün çeşitlerine odaklanılması kararını da doğrular nitelikte bir sonuç olarak değerlendirilmiştir.

Alan Çalışmasının Kurgusu

Pilot çalışmanın bulguları ışığında kurgulanan metodoloji, üç farklı tekniği temel alan bir metodlar zinciri şeklinde yapılandırılmıştır. Ürün kullanımının *gözlemi ve gölgelemesi*, *kullanım sonrası anket* uygulaması ve *anketi takip eden röportaj* bu zincirin üç halkasını oluşturmaktadır.

1. Aşama: Ürün Kullanımının Gözlemi ve Gölgelemesi

Çalışmanın bu aşamasında kullanıcılardan daha önce belirlenen ürünü kullanmaları ve ürünün kullanımı sırasında uyguladıkları her işlemi sırasıyla bahsetmeleri, yani yüksek sesle düşünmeleri beklenmiştir. Çalışma, ürünlerin doğal kullanım ortamında, yani katılımcıların evlerinde gerçekleştirilmiştir. Ürünlerle nasıl etkileşim kurdukları, etkileşimleri sırasında ne tür eylemler gerçekleştirdikleri, nasıl konuştukları ve neyi olumlu, neyi olumsuz buldukları gözlemlenmiştir. Ürün kullanımı, katılımcıların izniyle video ile kaydedilmiştir ve bu, araştırmacıya gerektiğinde geri dönüp kayıtları tekrar izleme fırsatı sunmuştur. Çalışmanın bu aşaması, katılımcıların hatırladıkları etkileşimler üzerinden değil de yaşamakta oldukları etkileşimler üzerinden konuşmalarına imkan vermesi açısından önemlidir. Ayrıca, bu yöntem ürün kullanımı sırasında katılımcılara bazı sorular yöneltilmesine imkan vermiş ve bu yolla katılımcılar konuşmaya teşvik edilmişlerdir.

2. Aşama: Kullanım Sonrası Anket

Anket, katılımcıları duyusal etkileşimleri konusunda konuşmaya yöneltecek bir referans olarak kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Katılımcılar *duyusal bilgi/bildirim* terimi ile anket aracılığıyla karşılaşmış ve her bir duyu üzerinden yöneltilen sorular yoluyla ürünün ve etkileşimin niteliklerini duyuları gözeticek şekilde yapıbozumuna uğratması hedeflenmiştir.

Genel olarak üç bölümden oluşan anketin ilk kısmı ürünün genel değerlendirmesine odaklanmıştır. Bu bölümde katılımcılara, ürünü ne kadar zamandır kullanmakta oldukları, ürünü değiştirmek isteyip istemedikleri, ürünün kullanıma dair beklentilerini karşılayıp karşılamadığı ve ürün ile yaşadıkları deneyimi olumlu (keyifli)-olumsuz (keyifsiz) ekseninde nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur.

Kişilerden etkileşimleri hakkında konuşmaları istendiğinde yalnızca aktif kullanıma odaklandıkları gözleendiğinden ürünlerin kullanım süreci ürünün kurulması (kullanıma hazırlanması), ürünün birebir kullanımı, ürünün temizlenmesi ve ürünün muhafaza edilmesi (muhafazaya hazırlanması) olmak üzere dört farklı safhaya ayrılmıştır. Anketin ikinci bölümünde kullanıcılardan, belirtilen dört kullanım safhası için ayrı ayrı, “Ürünün belirtilen kullanım safhası sırasında, aşağıdaki duysal (görsel, dokunsal, kinestetik, işitsel, koku ve tat alma ile ilgili) bilgi/bildirimlerin sizin için ne kadar önemli/farkedilirdir?” sorusunu 5’li likert ölçeği (“hiç önemli değil” 1’den “çok önemli” 5’e) üzerinden cevaplamaları istenmiştir. Anketin üçüncü ve son bölümündeyse, kullanımın dört farklı safhası için ayrı ayrı hangi duysal bilgi/bildirimi olumlu (keyifli) hangisini olumsuz (keyifsiz) buldukları sorulmuştur.

Ayrıca katılımcılara ankette karşılaşılabilecekleri *kinestetik* kelimesine aşina olup olmadıkları uygulamanın öncesinde sorulmuş ve kısa bir açıklama yapılarak katılımcıların doğru anladığından emin olunmuştur.

3. Aşama: Anketi Takip Eden Röportaj

Çalışmanın bu kısmında araştırmacı, katılımcının ankete verdiği cevapları hızlıca gözden geçirip değerlendirmelerinin nedenlerini daha iyi anlamak ve katılımcıyı duysal ekseninde daha kapsamlı konuşmaya yöneltmek için bazı ek sorular sormuştur. Çalışmanın bu aşaması katılımcının izniyle ses kaydına alınmıştır. Aşağıda, sorulan sorulara birkaç örnek verilmiştir.

- İşitsel bilgi/bildirimleri negatif bulmanızın nedeni nedir?
- Kinestetik bilgi/bildirimleri, ürünün kullanımının bahsedilen aşamasında çok önemli bulmanızın nedeni nedir?
- Ürünün hangi nitelikleri dokunsal bilgi/bildirimleri olumlu/keyifli bulmanıza neden oldu?

Alan Çalışmasında Kullanılan Ürünlerin Seçimi ve Katılımcı Örneklemi

Uygulanan pilot çalışmanın sonucunda, ürünle yaşanan deneyimin kullanıcı tarafından olumlu ya da olumsuz olarak nitelendirilmesine bakılmaksızın daha önceden karar verilmiş ürün çeşitlerine odaklanmasına karar verilmiştir. Çalışma için;

- Cinsiyet gözetmeksizin yaygın kullanılan,
- Belirli bir kullanıcı ya da uzman grup için özelleşmemiş,

- Kullanımı için fiziksel etkileşimler (ürünle fiziksel temas) gerektiren,
- Teknoloji ve kullanım açısından çok karmaşık olmayan (dijital arayüzden çok fiziksel kontrolleri olan),
- Etkileşim açısından çok basit olmayan (kullanımı için birçok farklı eylemi gerektiren) ürünlerin seçilmesine dikkat edilmiştir.

Bu kriterler gözetilerek, ürün grubu olarak elektrikli küçük ev aletlerine karar verilmiş ve bu ürün grubunun içinden de *besin doğrayıcı*, *elektrikli çay makinesi* ve *elektrik süpürgesi* çalışmada kullanılacak ürünler olarak belirlenmiştir. Bu ürünlerin belirlenmesinde de aktif kullanım süresi, kullanım bağlamı (işlev, ortam, amaç), etkileşim şekilleri gibi farklılıklar gözetilmiştir. Ürünler arasındaki marka, tasarım ve fiyat farklılıkları bu çalışmanın kapsamı dışında kalmaktadır.

12 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada (7 kadın, 5 erkek) katılımcı seçimindeki kriterlerin başında, bahsi geçen ürünleri en az bir, en çok beş yıldır kullanıyor olmaları gelmektedir. Katılımcıların sahip olmak istedikleri ürünü satın alabilecek durumda olmaları, yani finansal anlamdaki özgürlükleri de önemsenmiştir.

Çalışmaya katılan 12 kişiden her biri üç üründen ikisini kullanmış, toplamda 24 çalışma oturumu gerçekleştirilmiş, yani her ürün 8'er kişi tarafından kullanılmıştır. Toplamda elde edilen işlenmemiş verinin yoğunluğundan dolayı besin doğrayıcıya yönelik veriler analiz sürecinde çalışmanın dışında bırakılmıştır.



Resim 3. Alan çalışmasında kullanılan ürün örnekleri

Verilerin Analizi

Ürün kullanımının *gözlemi ve gözlemlenmesi* ve *anketi takip eden röportaj* sırasında toplanan video ve ses kayıtları deşifre edilmiş, katılımcıların duyuşsal bilgi/bildirimlere yönelik değerlendirmelerini içeren ifadeleri içerik analizine tabi tutulmuştur. Toplamda 296 adet katılımcı ifadesinin hem hangi duyuşsal bilgi/bildirimle ilgili olduğu hem de değerlendirmenin olumlu mu olumsuz mu olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, katılımcıları duyuşsal etkileşimleri konusunda konuşmaya yöneltecek bir referans olarak uygulanan anket çalışması sonucu duyuların etkileşim sırasındaki baskınlığına dair elde edilen verilerin sayısal analizi gerçekleştirilmiştir.

Sonuç

Kullanıcı-ürün etkileşiminde duyuşsal bilgi/bildirim baskınlığının, ürünün çeşidine, kullanım safhasına ve özellikle bu safhada uygulanan eylemlere bağlı olduğu gözlemlenmiştir. Elektrik süpürgesinde aktif kullanım aşamasında en baskın duyuşsal bilgi kinestetikken, çay makinesinde kinestetikğin önemi azalmış ve işitsel bildirimler önem kazanmıştır. Bu durum hem duyuşsal baskınlığın ürün çeşidine bağlı olduğunu göstermiş hem de etkileşimin bazı safhalarında, sanılanın aksine diğer duyuşsal bilgilerin görsel bilgilerden daha baskın etkiler yaratabileceğini göstermiştir.

İçerik analizi sırasında, katılımcının olumlu ya da olumsuz değerlendirmesine konu olan duyuşsal bilgi/bildirim ürün menşei somut kaynaklarının neler olduğu her duyu için üç katmanlı bir yapıda değerlendirilmiştir. Ürünün değerlendirmeye konu olan kısmı bu yapının ilk katmanı olarak değerlendirilirken bu kısmın duyuşsal özellikleri ve kullanıcılar tarafından öznel yorumlarla ifade edilen duyuşsal nitelikleri diğer iki katman olarak ele alınmıştır. Örneğin, katılımcı, ürünün iki farklı gösterge ışığının renginin birbirine benzer olmasından dolayı kafa karışıklığı yaşadığını ifade ettiyse *gösterge ışığı* ürünün bahsi geçen kısmı, *renk* görsel özelliği, *renklerin birbirine benzerliği* de görsel niteliği olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın sonuçları, her duyuşsal bilgi çeşitinin etkileşim bağlamında olumlu ve olumsuz değerlendirilme ölçütlerinin neler olduğunu ve bu ölçütlerin farklı duyulara göre nasıl değişiklikler gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna göre, her duyu için ortaya konan bu ölçütlerin bazıları, duyuşsal bilgi/bildirimlerin etkileşim sırasındaki fonksiyonel rolüne bağlı bazıları da fonksiyonun ötesindeki (hedonik) rolüne bağlı değerlendirilmiştir. Katılımcıların, çay makinesi ve elektrik süpürgesi ile işleve yönelik etkileşimleri sırasında deneyimledikleri duyuşsal bilgi/bildirimleri olumlu ve olumsuz değerlendirme ölçütleri aşağıda verilmiştir. [+] ve [-] ifadeleri ölçütlerin hangi ürün için geçerli olduğunu hangisi için olmadığını belirtmek için kullanılmıştır.

Değerlendirme	Görsel Bilgi/Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Geri bildirimin eksikliği	[+]	[+]
	Yanıtıcı geri bildirim	[+]	[+]
	Yanıtıcı ileri bildirim	[+]	[+]
	Yanıtıcı bildirimin kullanım biçimine etkisi	[+]	[+]
	Sağlamlık ('affordance') eksikliği	[-]	[+]
	Eşleştirme ('mapping') eksikliği	[+]	[+]
	Ürün parçalarının/kısımların görünürlüğü	[+]	[+]
	Görsel bilgi/bildirim görünürlüğü	[+]	[+]
	Kirle temas	[-]	[+]
	Görsel estetik	[+]	[-]
OLUMLU	Geri bildirimin mevcudiyeti	[+]	[+]
	Verimli ileri bildirim	[+]	[+]
	Sağlamlık	[-]	[+]
	Ürün parçalarının/kısımların görünürlüğü	[+]	[+]
	Görsel bilgi/bildirim görünürlüğü	[+]	[+]
	İlave etkileşim imkanı	[+]	[-]
	Görsel estetik	[+]	[+]

Tablo 1. Görsel bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Değerlendirme	Dokunsal Bilgi/Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Dokunsal hoşnutsuzluk	[+]	[+]
	Ergonomi/fiziksel ağrı-acı	[+]	[+]
OLUMLU	Dokunsal hoşnutluk, keyif	[+]	[+]
	Ergonomi/fiziksel konfor-rahatlık	[+]	[+]
	Temizlenmesinde/temiz kalmasında kolaylık	[+]	[+]
	Verimli geri bildirim	[+]	[-]
	Fonksiyonel parçaların tanımlanması	[-]	[+]

Tablo 2. Dokunsal bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Değerlendirme	Kinestetik Bilgi/Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Fazladan bir eylem gerektirmesi	[+]	[+]
	Fazladan dikkat/hassasiyet gerektirmesi	[+]	[+]
	Ergonomi/fiziksel yetkinlik-güç	[+]	[+]
	Vücudun etkileşime dahil olan kısımları	[+]	[+]
	Manevra kabiliyeti	[-]	[+]
	Denge	[-]	[+]
OLUMLU	Fazladan bir eylem gerektirmemesi	[+]	[+]
	Fazladan dikkat/hassasiyet gerektirmemesi	[+]	[-]
	Ergonomi/fiziksel yetkinlik-güç	[+]	[+]
	Vücudun etkileşime dahil olan kısımları	[-]	[+]
	Manevra kabiliyeti	[-]	[+]
	Denge	[-]	[-]
	Bir eylemin fazladan işlevinin olması	[-]	[+]

Tablo 3. Kinestetik bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Değerlendirme	İşitsel Bilgi/Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Geri bildirim yoluyla iletişim	[+]	[+]
	Geri bildirimin niteliği	[+]	[+]
OLUMLU	Geri bildirim yoluyla iletişim	[+]	[+]
	Geri bildirimin niteliği	[+]	[+]

Tablo 4. İşitsel bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Değerlendirme	Koku Almaya Yönelik Bilgi/Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Malzemenin kokuya etkisi	[+]	[-]
	Pislikten kaynaklanan kötü kokular	[-]	[+]
OLUMLU	Malzemenin kokuya etkisi	[+]	[-]

Tablo 5. Koku almaya yönelik bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Değerlendirme	Tat Almaya Yönelik Bilgi/ Bildirimlerin Değerlendirilme Ölçütleri	Çay Makinesi	Elektrik Süpürgesi
OLUMSUZ	Malzemenin tada etkisi	[+]	[-]
OLUMLU	Malzemenin tada etkisi	[+]	[-]

Tablo 6. Tat almaya yönelik bilgi/bildirimlerin değerlendirilme ölçütleri

Duyusal bilgilerin, işleve yönelik etkileşimler bağlamında nasıl anlamlar kazandığı, ne gibi duygusal sonuçlara neden olduğu görülmüştür. Örneğin, elektrik süpürgesinin çalışırken çıkardığı yüksek ses, ürünün performansına yönelik bir anlam taşıdığı gerekçesiyle katılımcıya güven veren bir bilgi olarak nitelendirilmiştir. Duyusal estetiğin yanısıra *etkileşimin estetiğini* nelerin güçlendirdiği konusunda da çeşitli çıkarımlar yapılmıştır. Örneğin, ürünün kullanımı sırasında kullanıcının uyguladığı etkiye karşı ürünün verdiği tepkinin zaman, mekan, yön, hareket ve duyu gibi değişkenler açısından tutarlı olmasının, etkileşimin estetiğine katkıda bulunduğu gözlenmiştir. Son olarak da katılımcıların işleve yönelik duyusal etkileşimlerini değerlendirirken nasıl bir dil kullandıkları konusunda zengin çıkarımlar yapılabilmektedir. Kullanıcıların ifadeleri, içerik ve biçim açısından değerlendirilmiştir. Değerlendirmelerini sözel olarak ifade etmekte zorlandıkları ve vücut dili, jest, mimik ve ses efektleri gibi çeşitli dolaylı ifade yollarına başvurdıkları görülmüştür. Mecaz ve analogiler kullandıklarına ve önceki deneyimleri ile diğer ürünlerden örnekler verdiklerine de rastlanmıştır.

Kullanıcı-ürün etkileşimi, insanların duyusal ve bilişsel sistemleri ile motor becerilerinin aktif ve eşzamanlı rol oynadığı karmaşık bir yapıdan oluşur. Duyular, bu karmaşık yapının başlangıç noktası olması dolayısıyla nihai ürün deneyiminin şekillenmesinde kritik bir rol oynar. Etkileşim sırasında her duyu ayrı bir bilgi kanalı olarak aktiftir ve çoğu zaman bu kanallar vasıtasıyla alınan bilgiler kullanıcılar tarafından bir bütün olarak değerlendirilir. Ayrıca ürünlerin özellikle satın alım aşamasında, kullanıcıların (ya da tüketicilerin) tercihlerinin şekillenmesinde en etkin rol, ürünün görsel niteliklerine düştüğünden, ürünlerin görsel nitelikleri diğer duyusal niteliklerine kıyasla daha fazla önemsenmekte ve diğer duyusal niteliklerin etkileşimin farklı aşamalarında üstlendikleri roller ve deneyime katkıları farkında olmadan gözardı edilmektedir. Bu çalışma, hem ürünün ve etkileşimin niteliklerini duyuları gözeterek şekilde ayrıştırması hem de bu genellikle gözardı edilen duyusal niteliklerin neler olduğunu ortaya çıkarması ve bu niteliklerin ürün deneyimine etkilerini ve katkılarını vurgulaması açısından önemli bir çalışmadır. Tasarımcılara, ürünler yoluyla nasıl daha olumlu duyusal deneyimler geliştirebilecekleri ve bunun için dikkat etmeleri gerekenlerin neler olduğu konusunda yol göstermiştir. Etkileşimin çok duyulu doğası ve dinamik karakteri gözetilerek ürünler, duyusal bilgilerin kaynağı, kullanıcılar da bu bilgilerin alıcısı olarak değerlendirilmiştir. Bu yöntemi, literatürdeki duyulara yönelik diğer yaklaşımlardan

ayırır en önemli özelliği, işleve yönelik etkileşimler sırasında deneyimlenen duyuşal bilgilere odaklanmış olmasıdır. Bu durum, hem farklı duyuların etkileşim sırasında birbiri ile ilişkisini araştırmaya olanak vermiş hem de her duyunun etkileşim sırasındaki rolünü ayrı ayrı sorgulama imkanı tanımıştır. Ayrıca, çalışma katılımcıların belirli bir süredir kullanmakta olduğu ürünler üzerinden gerçekleştirildiğinden ürün deneyiminin zamana bağılı şekillenen dinamik bir olgu olduğu gözardı edilmemiştir. Yaklaşımın, ürün kullanımının gerçek zamanlı gözlemine imkan vermesi hem kullanıcıların etkileşim biçimlerinin detaylıca incelenebilmesini hem de duyuşal bilgilerin ürün menşei kaynaklarının neler olduğunun anlaşılmasını mümkün kılmıştır.

Kaynakça

- Coşkun, M. 2014. “Sensorial Experiences During Instrumental Interaction: A Study on Tea Makers and Vacuum Cleaners.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye.
- Desmet, P. M. A. ve P. Hekkert. 2007. “Framework of Product Experience.” *International Journal of Design* 1(1):57-66.
- Fisher, T. 2004. “What We Touch, Touches Us: Materials, Affects, and Affordances.” *Design Issues* 20(4):20-31.
- Forlizzi, J. ve K. Battarbee. 2004. “Understanding experience in interactive systems.” *Proceedings of the 5th conference on Designing Interactive Systems (DIS 04)*, 261-288). New York: ACM.
- Karapanos, E., J. Zimmerman, J. Forlizzi, ve J. B. Martens. 2009. “User experience over time: An initial framework” *Proceedings of CHI 2009 - User Experience*, 729-738). 7 Nisan, Boston, MA, ABD.
- McDonald, S. 2005. “Studying actions in context: a qualitative shadowing method for organizational research.” *Qualitative Research* 5(4):455-473.
- Schiffstein, H.N.J., ve M.P.H.D. Cleiren. 2005. “Capturing product experiences: a split-modality approach.” *Acta Psychologica* 118:293-318.
- Şener, B. ve O. Pedgley. (2013). “ ‘ID535 Design for Interaction’ Ders Notları.” 2012-13 Güz, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türkiye.

MUTLULUĞUN BİR TASARIM HEDEFİ OLARAK İNCELENMESİ: LİTERATÜR DERLEMESİ

Hande Işık, Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Son yıllarda mutluluk (*happiness/subjective well-being*) için tasarım, bir tasarım hedefi olarak sıklıkla ele alınmaya başlanmıştır (Desmet ve Hassenzähl 2012; Desmet ve Pohlmeier 2013; Hassenzähl vd. 2013). Ancak mutluluk kavramının öznel ve soyut nitelikleri, mutluluk kavramıyla ilişkili farklı bakış açılarının ve tasarım çerçevelerinin bulunması; kavramın pratikte tasarımcılar tarafından kullanılabilirliğinin sorgulamasına sebep olmaktadır. Bu nedenle kullanıcı odaklı tasarım çatısı altında değerlendirilen “mutluluk için tasarım” kavramını işler hale getirmek gerekmektedir. Bu çalışma ile literatürde mutluluk ekseninde yer alan araştırmalar derlenerek, kavramla ilişkili olarak önerilen farklı bakış açısı ve tasarım çerçeveleri ortaya konulmuştur. Böylece, mutluluk için tasarım uygulamalarının potansiyel gücü ve zorlukları tartışılarak tasarımcılar tarafından kullanılabilirliğinin anlaşılması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk, mutluluk için tasarım, öznel iyi oluş, pozitif psikoloji, pozitif tasarım

Giriş

Son yıllarda yalnızca psikoloji değil; felsefe, ekonomi, politika, tasarım gibi alanlarda da mutluluk (öznel iyi oluşla aynı anlamda kullanılacaktır) gitgide önem kazanan bir çalışma sahası olarak göze çarpmaktadır. Tasarım alanında, ürünün kısa süreli (hedonik) mutluluk üzerine etkisi çalışılmış olsa da, uzun vadeli (öda-monya) insan mutluluğu üzerindeki olası etkisi literatürde yeni yeni tartışılmaya başlamıştır. Bu bağlamda ürünlerin; bireylerin ve toplulukların mutluluğuna nasıl katkıda bulunacağı ve yaşamlarını nasıl tatmin edici kılacağı soruları sorulmakta, tasarımın tüketimden farklı olarak insanların hayat kalitesiyle kurduğu ilişki anlaşılmaya çalışılmaktadır (Desmet ve Pohlmeier 2013). Mutlulukla maddi zenginlik arasında bağ kuran materyalist bakış açısının aksine, post-materyalist akım etkisinde, bireyin aidiyet ve kendini ifade etme gibi kişisel hedeflerine önem verilerek ele alınması yeni bir yaklaşım sayılabilir (Seligman 2011). Bu bakış açısı pozitif psikoloji etkileri taşımakta olup, insanın iyi oluşuyla ilgili çalışma saha-

sıyla örtüşmektedir. Yine bu görüşe göre maddi varlıklar ve ürünler, sağladıkları keyif, erdem, bireysel hedeflere ulaşmak için yarattıkları kolaylık gibi sebepler nedeniyle mutluluk için bir araç olarak ele alınmalıdır. Tasarım araştırmalarında, deneyim için tasarım, insan kabiliyetleri için tasarım, sosyal yenileşim için tasarım, iyi oluş için tasarım kavramları aslında insanın ihtiyaçlarını anlamaya yönelik olup, insanın hayat kalitesini artırmayı hedefleyen bir girişime işaret etmektedir.

Mutluluk, pozitif psikoloji alanında 1980'ler itibariyle sıklıkla ele alınan kavramlardan biriyken tasarım literatüründe son beş sene içerisinde yer bulmuştur. Psikolojinin esas amacı ruhsal bozuklukların tedavisi olup yaklaşımı patoloji odaklıdır. Öte yandan pozitif psikoloji, bireyin işlevselliğini anlamayı ve açıklamayı hedeflemekte, bireyin yaşamını anlamlı kılmayı ve olumsuz koşullara karşı durabilmesi için yeteneklerini geliştirmeyi ele almaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi 2000; Sheldon ve King 2001; Terjesen vd. 2004; Linley vd. 2006). Pozitif psikoloji, pozitif yaklaşımı önermekte, insanın yaşama bağlanmasında ve yaşamla ilgili olumlu duygulara sahip olmasında etkili olan görüşleri ortaya koymakla ilgilenmektedir (Peterson 2000; Seligman ve Csikszentmihalyi 2000; Sheldon ve King 2001). Ayrıca insancıl psikolojiyle benzerlikler gösterse de insan davranışını nicel olarak da ele alması bakımından farklılık taşımaktadır (Linley vd. 2006). Seligman ve Csikszentmihalyi (2000) önderliğinde ortaya çıkan ve gelişimini devam ettiren pozitif psikoloji alanı, birçok disiplini etkilemektedir. Bunlardan biri de tasarım alanıdır. Pozitif psikoloji literatürüne paralel olarak tasarım alanında da problem temelli tasarım yaklaşımı yerine bireylerin yetenek ve kapasitelerini geliştirmeye yönelik pozitif çalışmalar görülmektedir.

Mutluluk kavramı tarihsel süreç içerisinde çok sayıda araştırmacı tarafından ele alınmış ve kavramla ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Diener (1984), mutluluğu bireyin bilişsel ve duygusal yönden hayat memnuniyeti olarak tanımlarken; Argyle (1987) keyif gibi yoğun pozitif duyguların varlığı, tatmin duygusu ile depresyon ve kaygı halinin olmayışı olarak ele almakta; Veenhoven (2011, 399) ise mutluluğu, bireyin hayat kalitesini olumlu tanımlaması olarak kavramsallaştırmaktadır. Veenhoven'in tanımıyla paralel olarak akademisyenler, hayat memnuniyetinin çok bileşenli çözümlemeyi gerektirdiğini ortaya koyar. Örneğin Eid ve Diener (2004, 245), öznel iyi oluşu bireyin hayat memnuniyeti ile bilişsel değerlendirmelerine ek olarak, modu ve duygularıyla ilgili duygusal değerlendirmelerinin olumlu olması şeklinde tanımlar. Lyubomirsky (2007, 32) ise öznel iyi olma halini bireyin keyif, tatmin veya pozitif iyi oluş haliyle beraber hayatını iyi, anlamlı ve değerli hissetmesi şeklinde ifade eder. Seligman (2011) ise iyi oluş teorisiyle duygusal ve bilişsel bileşenlerin beraber işlediği bir yaklaşımı dile getirir ve mutluluğu, bireyin potansiyelini kullanabildiği en uygun fonksiyonellik olarak ele alır. Mutluluğun yalnızca olumlu duygularla değil; bireyin yeteneklerine meydana okuyan aktivitelerdeki konsantrasyon haliyle (*flow*) beraber yaşanan bağlılık

hali, bireyin kendinden daha büyük bir amaca katkıda bulunuyor olması durumu, olumlu sosyal ilişkiler ve başarı hali olarak tanımlar.

Bu bağlamda çok sayıda tanımı olan mutluluğun ölçülmesi ve bileşenlerinin anlaşılması doğrultusunda çalışmalar yapılarak geçmişten günümüze bir dizi ölçek geliştirilmiştir (Bradburn 1969; Andrews ve Withey 1976; Diener vd. 1985; Argyle vd. 1989; Watson vd. 1988; McGreal ve Joseph 1993; Lyubomirsky ve Lepper 1999; Hills ve Argyle 2002). Mutluluğu farklı yorumlayan çeşitli kavramsallaştırmalar ve bu doğrultuda geliştirilmiş birçok ölçeğin varlığı, henüz mutlulukla ilgili ortak bir tanıma ulaşılmadığını göstermektedir.

Pozitif psikolojiyi tasarım alanında uygulamadan önce, pozitif yaklaşıma yöneltilen eleştirileri de ortaya koymak gerekmektedir. Literatürde pozitif psikolojiye yönelik eleştiriler arasında; negatif duyguların ve deneyimlerin faydasallığına yeterince önem vermemesi, negatif duyguların pozitif değişim açısından motive ediciliğini göz önünde bulundurmaması ve duygusal deneyimlerin hem pozitif hem negatif elementleri içeren karmaşık yapısını göz ardı etmesi bulunmaktadır (Wong 2011). Bir diğer eleştiri, öznel mutluluğun ancak bilişsel ve duygusal bileşenlerinin ölçümlenebilmesi temelinde, bireyin mutluluk veya mutsuzluğunun değerlendirilmesinin zor bulunmasıdır (Lyubomirsky ve Lepper 1999). Ayrıca, kuramsal yaklaşım altyapısının güçlü olmadığı gerekçesiyle yöneltilen eleştiriler de bulunmaktadır (Hefferon ve Boniwell 2010). Bu argümana karşı çıkarak öznel iyi oluşla ilişkili olarak ortaya çıkan kuramların var olduğunu (akış kuramı, erek kuramı vb.) belirten araştırmacılar da vardır (Eryılmaz 2013).

Ancak, mutluluğun çok bileşenli yapısı, öznel iyi oluşu tasarım amacı olarak belirleyen araştırmacılar arasında uzlaşmanın zorluklarından birisi olarak ele alınabilir. Buna ek olarak, tasarım literatüründe odaklanılan mutluluk, bileşenlerin net bir şekilde ortaya konamaması ya da bileşenlerin birbiriyle çakışması gibi sebeplerle kesin bir ifadeye ulaşılamamaktadır. Bu çalışmada, pozitif psikoloji ekseninde tasarım alanında gerçekleştirilen kavramsal tanımlamalar ve çalışmalar ele alınarak, mutluluk için tasarım uygulamalarının potansiyel gücü ve zorlukları ortaya konmaktadır. Bu amaçla, son on seneyi kapsayan alan taraması ile başlık ve/veya anahtar kelimesi olarak pozitif psikoloji (*positive psychology*), mutluluk (*happiness*) ve/veya iyi oluş/öznel iyi oluş (*well-being/subjective well-being*) kelimelerini içeren tasarım alanıyla ilişkili yazılı metinler derlenmiştir. Ulaşılan metinler kodlanarak içerik analizi yapılmış, mutlulukla ilişkili tasarım yaklaşımı kategorileri belirlenmiştir.

Mutluluk ve Tasarım

Literatür taraması sonucunda pozitif tasarım, mutluluk için tasarım, iyi oluş için tasarım, mutluluk temelli tasarım, olasılık temelli tasarım, mutluluğu tasarlamak kavramlarının, tasarım araştırmacılarının mutluluk ekseninde geliştirdikleri kav-

ram kategorileri olduğu ve benzer olarak iyilik halini artırmaya yönelik stratejilere işaret ettiği görülmüştür.

Mutluluk, ürün geliştiren pazarlar için ilgi çekici bir kavram olarak ele alınmıştır. Larsson vd. (2005), gerçekleştirdikleri bir dizi çalışma ile iyi oluş için tasarım adını verdikleri tasarım yöntemi ile disiplinlerarası çalışma sahası olan sağlık pazarı için ekonomik çözümler üretmeyi hedeflemişlerdir. Kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik çözümler geliştirmesi bakımından kullanıcı odaklı tasarım yaklaşımıyla benzerlikler gösterir. Ancak amacı, engelli bireylerin hayat kalitesini artırmak ve bireylerin hayatlarını olağan durumdan istenen duruma dönüştürmektir. Buradaki haliyle mutluluğun ele alınış biçiminin, problem odaklı tasarım yaklaşımını benimsemesi nedeniyle, aşağıda da dile getirildiği üzere tasarım literatüründe ilerleyen süreçte ele alındığı şekilden farklı olduğu dikkat çekmektedir.

İnsan bilgisayar etkileşimi, etkileşim tasarımı, endüstriyel tasarım genellikle problem temelli tasarım yaklaşımını benimseyen alanlardır (Roozenburg ve Eekels 1995; Desmet ve Hassenzahl 2012). Bu şekliyle tasarımda, bir şeyin ya da bir sürecin barındırdığı problemlere göre incelenmesi ve buradaki problemlerin çözülmesi ya da etkisizleştirilmesine odaklanır. Ancak, olumsuz durumun ortadan kaldırılması veya problemin çözülmesi ile deneyimin pozitif olması aynı anlama gelmemektedir. Bu nedenle Desmet ve Hassenzahl (2012) insanın sorunlarını çözmeye odaklanmak yerine, insanın potansiyelini artırarak refahına katkıda bulunabilecek bir bakış açısını gerekli görmektedir. Ortaya koydukları olasılık temelli tasarım yaklaşımını takip ederek, insanların mutluluğuna da katkıda bulunulabileceğini dile getirirler. Bu doğrultuda gitgide artan oyunsu (*ludic*) tasarım, eleştirel tasarım, bireysel gelişimi ön plana çıkaran girişimler, zevk, eğlence ve olumlu duyguları hedefleyen tasarım; insan mutluluğu ile ilişkili olan ve hem zevk veren anları hem de iyi hayatı sağlamayı amaçlayan tasarım araştırma sahasıyla örtüştüğünü belirtirler. Henüz mutluluk için tasarım alanında kesin bir tasarım süreci olmamakla beraber, bahsedilen bakış açılarının insanları, deneyimlerini, duygularını hedeflemesi nedeniyle, problemleri çözmek yerine mutluluk için yeni olasılıklar önerdiğini ifade etmektedirler. Yazarlar, hazzal (*hedonic*) ve anlamsal/işlevsel (*eudaimonic*) ayrımını yaparak, hazzal uyumu (*hedonic treadmill*) kolaylaştırmayı hedefleyen ürünlerin ilk grup için tasarım olanağı olduğunu söylerken, insanların görünen ya da görünmeyen anlamlı hedeflerine ulaşmasını sağlayan ürünleri ikinci grupta ele alırlar. Bu açıdan olasılıkları önemli insani ihtiyaçlara cevap verme durumuyla ilişkilendiren bu çalışmaya göre, bireyin mutluluğuna katkıda bulunmak isteyen bir tasarım, hem olumlu deneyimlere aracılık etmeli hem de bireyin yeteneklerini harekete geçirmelidir.

Hassenzahl ve diğerleri (2013) bir başka çalışmada, deneyim tasarımının odağına iyi oluşla ilgili olduğunu dile getirdikleri zevk verici ve anlamlı anları yerleştirir. Araştırmacılara göre pozitifliğin olası kaynağı insanların ihtiyaçlarının karşılanmasından geçmektedir. Bu bağlamda ele aldıkları psikolojik ihtiyaçların,

tasarımcıların deneyim modelleri kurgulamaları adına bir başlangıç noktası olabileceğini ifade ederler. Bu ihtiyaçlar (özerklik, *autonomy*; insanlarla ilişki içinde olma, *relatedness*; kendini yeterli hissetme, *competence*; popülerlik, *popularity*; uyarılım, *stimulation*; ve güven, *security*) pozitif ve anlamlı deneyimlere katkıda bulunurlar. Araştırmacılar, listeye eklenecek ve listeden çıkartılacak ihtiyaçların (fiziksel çaba, *physical striving* gibi), tasarımcının inisiyatifinde olduğunu ortaya koymakta, bunların ulaşılabilecek hedefler olduğunu ve her bir ihtiyacın birbirinden farklı ele alınması gerektiğini ifade etmektedirler.

Kavramsal olarak tanımlayıcı çalışmalara ek olarak araştırmacıların, mutluluk için tasarım (mutluluk temelli tasarım olarak da geçmektedir) uygulamalarını yönlendirmek amacıyla tasarımcılar için bir yol haritası geliştirme çabasında olduğu görülmektedir. Desmet (2011) bu konudaki ilk çalışmalarında mutluluk kavramıyla ilişkili tasarım hedeflerini yetenek ve yetkinlikler (*talent and skills*), katkı (*contribution*), kişisel değerler (*personal values*) ve haz (*enjoyment/pleasure*) olarak ele alır. Ancak ilerleyen çalışmalarında, mutluluk için daha bütüncül bir yaklaşımın gereksinimini dile getirir. Mutlulukla ilişkili çalışmaları tek çatıda toplayan pozitif tasarım başlığını önererek ve bu bağlamda zevk için tasarım, bireysel anlam için tasarım ve erdem için tasarım adını verdiği üç bileşenli bir çerçeve geliştirmiştir (Desmet ve Pohlmeier 2013). Amacı tasarım ile insan mutluluğu için olasılıklar yaratmak, bireyin refahını desteklemek, anlamlı aktivitelere olanak sağlamak, zengin deneyimler sunmak ve sorumluluk sahibi kılmak olarak ifade edilmektedir.

Bu doğrultuda Pohlmeier (2012) ise, pozitif psikoloji stratejilerini tasarımcıların kullanabileceği bir yaklaşıma dönüştürmek amacıyla bir iyi oluş matrisi geliştirmiştir (Resim 1). 20 bileşenli ölçek, Seligman (2011)'ın iyi oluş tanımındaki beş kriterin (pozitif duygular, bağlanma, ilişki, anlam ve başarı), tasarımın bireye kaynak ve sembol olma, olanak verme ve destek olma durumlarına göre değerlendirilmiştir.



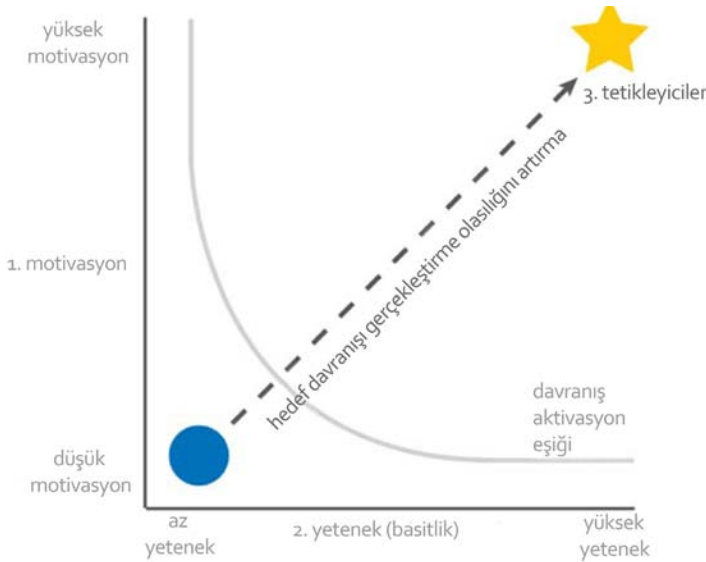
Resim 1. Tasarım iyi oluş matrisi (Pohlmeier 2012'den Türkçeleştirilmiştir.)

dirilmesini sağlar. Bu matrise göre tasarım öznel iyi oluş odaklı tasarım süreçleri için çok sayıda başlangıç noktası ve olasılık yaratabilir.

Bir diğer yaklaşım, öznel iyi oluş için tasarım (mutluluğu tasarlamak olarak da geçmektedir), Ruitenber (2010) tarafından tasarım alanında pozitif psikolojiyi kullanarak geliştirilmiş TinyTask projesi ile dile getirilmiş; iyi oluş stratejilerini, insanların hayatlarına entegre edebilmeleri için onları ikna etmeyi ve yaşamlarına ilham vermeyi hedefleyen bir çalışmadır. Lyubomirsky'nin (2007) iyi oluş stratejilerini (Tablo 1) Fogg'un (2009) davranış modeline (Resim 2) uygulayarak, bireye hayatla ilgili pozitif bakış açısını kazandırmayı ve bunu artırmayı amaçlar.

1. Şükran ifade etme
2. İyimserliğin yetiştirilmesi
3. Aşırı düşünme ve sosyal karşılaştırmadan kaçınma
4. Yardımsever davranışların pratiği
5. Besleyici sosyal ilişkiler
6. Başa çıkma stratejilerinin geliştirilmesi
7. Affetmeyi öğrenme
8. Akış (*flow*) deneyimlerinin artırılması
9. Hayat zevklerinin tadının çıkarılması
10. Kendini hedeflere adanma
11. Din ve maneviyatın pratiği
12. Bedenine önem göstermek

Tablo 1. Hayat kalitesi ile ilişkili 12 aktivite (Lyubomirsky 2007'den Türkçeleştirilmiştir.)



Resim 2. Fogg davranış modeli (Fogg 2009'dan Türkçeleştirilmiştir)

Ruitenbergh'in yaklaşımına benzer şekilde, literatürde pozitif psikoloji için geliştirilen ürünlerin kullanımında motivasyon, ikna ve oynusulukla ilişkili yönlerini ele alan veya halihazırda geliştirilmiş ikna edici ürünlerin mutluluk ile ilişkisini ele alan çalışmalara da rastlanmaktadır (Işık 2013; Ludden vd. 2014).

Mutluluk için ele alınan bir diğer kavram duygu için tasarımıdır. Özkaramanlı, Desmet ve Hekkert (2012) duyguların bireyin varoluşundaki etkisi dolayısıyla, bu alanı öznel iyilik için tasarım adına bir kaynak olarak görmüşlerdir. Duyguların uzun vadeli hedefleri motive etmesi bakımından önemine dikkat çekerek (Frijda 2007, 194), tasarımın bireyleri duygusal olarak harekete geçirecek etkiler yaratabileceğini dile getirmişlerdir. Duygusal çelişkilerin; aidiyet, fiziksel iyi oluş, güvende olma gibi soyut hedeflere ulaşmak için aracı olduklarından ve bunların öznel iyi oluş halindeki olumlu etkilerinden bahsetmişlerdir (Özkaramanlı ve Desmet 2012). Bu amaçla tasarımcıların takip edebileceği üç strateji olduğu ifade edilmiştir; bunlar, bireyin çelişkili kavram ikilisini sağlaması, bireyin kısa yerine uzun vadeli hedefler koyması için aklının çelinmesi ve bireyde olumsuz duyguların ortaya çıkması durumu ile ilişkili olan kısa vadeli düşüncelerden vazgeçirilmesi şeklindedir.

Yukarıdaki örneklere bakılarak mutluluk ekseninde gerçekleştirilen tasarım araştırmalarının sayıca artmakla birlikte sınırlı bir çevrede gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu çevrede çoğunlukla belirli psikoloji literatüründen faydalanılması, mutluluğun ilişkisel ve toplumsal anlamının vurgulanamamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, ileride mutluluk çerçevesinde gerçekleştirilecek tasarım araştırmalarının, mutluluk kavramının bireysel açılımlarına ek olarak ilişkisel ve toplumsal olarak değerlendirildiği çalışmalardan faydalanması, kavramın tasarım süreçlerinde kullanılabilirliğini artırabilecek niteliktedir.

Hâlihazırdaki yaklaşımlar değerlendirildiğinde, henüz tasarım alanı için mutlulukla ilişkili ortak bir tanım, metod veya ölçüm yöntemi olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni, yalnızca insan ile ürün arasındaki ilişkinin değil, mutluluğun karmaşık yapısının dâhil olduğu bir etkileşimin ele alınmasının gerekmesidir. Dolayısıyla, teorik yaklaşımlar kadar, ürünler ile insan mutluluğu arasındaki ilişkinin nicel yöntemlerle de incelenmesi ve teorik yaklaşımların veri toplanarak test edildiği uzun vadeli saha çalışmalarıyla araştırılması mutluluk için olasılıkların anlaşılması yönünden faydalı olacaktır. Araştırma yoluyla tasarım kadar, tasarım yoluyla araştırma örneklerinin artırılması, mutluluk odaklı tasarım yaklaşımlarının geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

Sonuç

Mutluluk için tasarım gelişmekte olan bir sahadır. Mutlulukla ilgili birçok yaklaşımın bulunması; kavramın soyut yapısı, tasarım alanında uygulanmasıyla ilgili sıkıntıları da beraberinde getirmektedir. Bu araştırmayla, mutluluk ekseninde yapılmış çalışmalar derlenmiş olup, önerdikleri farklı bakış açıları ortaya konulmuş-

tur. Literatürde mutlulukla ilgili kavramsallaştırmalar ve uygulamalar bulunsa da tasarım alanına uygun yaklaşım ve araçların az oluşu dikkat çekmektedir. Tanımlayıcı çalışmalarda ortak bir dile ulaşılamaması nedeniyle, tasarım çalışmalarında farklı teorik yaklaşımlar ele alınmaktadır. Kavramın sürdürülebilirliği ile ilgili olarak da, mutluluğa odaklanarak gerçekleştirilen kavramsal ve pratik tasarım çalışmalarında, pozitif psikoloji literatüründeki iyi oluş teorilerine ek olarak davranış ve ikna modelleri gibi yaklaşımlar bir araya getirilerek kavramın etkinliği ve uzun vadede kullanılabilirliğinin artırılmaya çalışıldığı görülmüştür. Derlenen çalışmalar ışığında mutluluğun tasarım ile ulaşılabilir bir hedef olup olmadığının anlaşılması için sistematik bir yöntem geliştirilmesine ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür.

Kaynakça

- Andrews, Frank M. ve Stephen B. Withey. 1976. *Social Indicators of Well-Being: America's Perception Of Life Quality*. NewYork: Plenum Press.
- Argyle, M., M. Martin ve J. Crossland. 1989. "Happiness as a Function of Personality and Social Encounters." İçinde *Recent Advances in Social Psychology: An International Perspective*, derleyen J. P. Forgas ve J. M. Innes, 189-203. North-Holland: Elsevier.
- Bradburn, Norman M. 1969. *The Structure of Psychological Well-being*. Chicago: Alpine.
- Csikszentmihalyi, Mihalyi. 1990. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Collins Publishers.
- Desmet, Pieter. 2011. "Design for Happiness: Four Ingredients for Designing Meaningful Activities." İçinde *Proceedings of the 4th World Conference on Design Research*, derleyen L. L. Chen, N. F. M. Roozenburg, ve P. J. Stappers. Delft, Hollanda: TU Delft.
- Desmet, Pieter ve Marc Hassenzahl. 2012. "Towards Happiness: Possibility-Driven Design." İçinde *Human-Computer Interaction: The Agency Perspective*. 3-27. Berlin: Springer.
- Desmet, Pieter ve Anna E Pohlmeier. 2013. "Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being." *International Journal of Design* 7(3):5-19.
- Diener, Ed. 1984. "Subjective Well-Being". *Psychological Bulletin* 95:542-575.
- Diener, Ed, Robert A. Emmons, Randy J. Larsen ve Sharon Griffin. 1985. "The Satisfaction with Life Scale." *Journal of Personality Assessment* 49:71-75.
- Eid, Michael ve Ed Diener. 2004. "Global Judgments of Subjective Well-Being: Situational Variability and Long-Term Stability." *Social Indicators Research* 65(3):245-277.

- Eryılmaz, A. 2013. “Pozitif Psikolojinin Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Alanında Gelişimsel Ve Önleyici Hizmetler Bağlamında Kullanılması.” *The Journal of Happiness & Well-Being* 1(1):1-19.
- Fogg, B. J. 2009. “A Behavior Model for Persuasive Design.” *Persuasive 2009*. Claremont: Springer-Verlag.
- Hassenzahl, Marc, Kai Eckoldt, Sarah Diefenbach, Matthias Laschke, Eva Lenz ve Joonhwan Kim. 2013. “Designing Moments of Meaning and Pleasure. Experience Design and Happiness.” *International Journal of Design* 7(3):21-31.
- Hills, Peter ve Michael Argyle. 2002. “The Oxford Happiness Questionnaire: A Compact Scale for the Measurement of Psychological Wellbeing.” *Personality and Individual Differences* 33:1073-1082.
- Işık, Hande. 2013. “Analysis of Happiness Related Qualities of Mobile Physical Activity Applications.” Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Larsson, Andreas, T. Larsson, L. Leifer, M. Van deer Loos ve J. Feland. 2005. “Design for Wellbeing: Innovations for People.” İçinde *ICED 05: 15th International Conference on Engineering Design: Engineering Design and the Global Economy*, derleyen Samuel, Andrew ve William Lewis, 2509-2518. Avustralya: Barton A. C. T.: Engineers.
- Linley, Alex, Stephen Joseph, Susan Harrington ve Alex M. Wood. 2006. “Positive Psychology: Past, Present, and (Possible) Future.” *The Journal of Positive Psychology* 1:3-16.
- Ludden, Geke D., Saskia M. Kelders ve Bas H. J. Snippert. 2014. “‘This Is Your Life!’: The Design of a Positive Psychology Intervention Using Metaphor To Motivate.” İçinde *Persuasive 2014, LNCS 8462*, derleyen A. Spagnolli vd., 179-190. İsviçre: Springer International Publishing.
- Lyubomirsky, Sonja ve Heidi S. Lepper. 1999. “A Measure of Subjective Happiness: Preliminary Reliability and Construct Validation.” *Social Indicators Research* 46:137-155.
- Lyubomirsky, Sonja. 2007. *The How of Happiness*. New York: The Penguin Press.
- Seligman, Martin E. ve Mihalyi Csikszentmihalyi. 2000. “Positive Psychology: An Introduction.” *American Psychologist* 55:5-14.
- McGreal, Rita ve Stephen Joseph. 1993. “The Depression-Happiness Scale.” *Psychological Reports* 73:1279-1282.
- Myers, David G. ve Ed Diener. 1995. “Who is happy?” *Psychological Science* 6:10-19.

- Ozkaramanli, Deger, Pieter. M Desmet ve Paul Hekkert. 2014.”Proud to Be In Control: Understanding Concern Conflicts and Initial Principles.” İçinde *Proceedings of 8th International Design and Emotion Conference*, Londra, 11-14 Eylül 2012.
- Ozkaramanli, Deger ve Pieter M. A. Desmet. 2012 “I Knew I Shouldn’t, Yet I Did It Again! Emotion-Driven Design as a Means to Subjective Well-Being.” *International Journal of Design* 6(1):27-39.
- Seligman, Martin E. P. 2002. *Authentic Happiness*. New York: The Free Press.
- Seligman, Martin E. P. 2011. *Flourish*. New York: Free Press.
- Terjesen, Mark D., Matthew Jacofsky, Jeffrey Froh ve Raymond Digiuseppe. 2004. “Integrating Positive Psychology into Schools: Implications for Practice.” *Psychology in the Schools* 41(1):163-172.
- Sheldon, Kennon M. ve Laura King. 2001. “Why Positive Psychology is Necessary.” *American Psychologist* 56:216-217.
- Veenhoven, R. 2011. “Greater Happiness for A Greater Number: Is That Possible? If So, How?” İçinde *Designing Positive Psychology*, derleyen K. N. Sheldon, T. B. Kashdan ve M. F. Steger, 392-409. Oxford: Oxford University Press.
- Watson, David, Auke Tellegen ve Lee A. Clark. 1988. “Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The Panas Scales.” *Journal of Personality and Social Psychology* 54:1063-1070.
- Wong, Paul T. P. 2011. “Positive Psychology 2.0: Towards a Balanced Interactive Model of the Good Life.” *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne* 52(2):69

ÜRÜN TASARIMINA DUYGUSAL YAKLAŞIMLAR: AYDINLATMA KOBİ'LERİYLE BİR PROJE ÇALIŞMASI DENEYİMİ

Seçil Şatır, Hitit Üniversitesi

Türkiye’de KOBİ’ler üretim sektörünün %94.6’sını meydana getirmekte, fakat ürün tasarımını yeterince tanımamaktadırlar. Bu nedenle, bu bildiriye konu olan projenin amacı iki yönlü olarak ele alınmıştır: Birincisi, öğrencilere KOBİ işbirliğinde proje tasarlatmak, Türkiye’deki üretim ortamlarını ve koşullarını yakından öğrenmelerini sağlamaktadır. İkincisi, KOBİ’leri ürün tasarımının stratejik boyutları hakkında bilgilendirmek ve ürün tasarımının duygusal yaklaşım kavramını yaşatmaktır. Uygulamalı araştırmanın amacına yönelik olarak, öğrencilerin, yaratıcı kimliklerinin geliştirilebilmesinde kendi duygusal özelliklerini tanımalarını, açığa çıkarabilmelerini, duygusal içerikli konularını KOBİ’lerle paylaşımlarını ve savunabilmelerini sağlamaktır. Araştırmanın teorik yaklaşımı, yaratıcılığın özündeki duygusal boyut, duygusal yaklaşım kavramının anlamı, içeriği ve ürün estetiği ile bağı ve bu bağlamların her bir öğrencinin duygusal yaklaşımındaki kavramlarla sınanması üzerine gelişmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tasarımda duygusal yaklaşımlar, aydınlatma KOBİ’leriyle işbirliği

Giriş

Bu deneysel çalışmada hem öğrencilere hem de Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği’nin (AGİD) işçi sayısı 250 kişiyi geçmeyen KOBİ’lerine, tasarımda fark yaratmanın bilinen yöntemlerinden farklı bir başlangıç yapıldı. Daha tasarıma başlarken, kullanıcı duygu ve davranışlarını da dikkate alan, insan duygularını rahatlatan, güven veren, stresleri atan, hoş, cezbedici ya da dikkati uyanık tutan ortamları hatırlatan ya da çocuklar için tehlikesiz, öğretici olanaklar sunabilen büyük, duygusal etkileşimli, ışıklı, kavramsal bir kapıdan girmek önerilmişti. Duygusal yaklaşımlar kavramı öğrencilere ve KOBİ’lere ne ifade edecekti?

İnsan düşüncesinin akıl ve duygu gibi iki kaynaktan besleniyor olması, tasarımda ve sanatta, duygularla beslenen aklın, yaratıcı düşüncenin işlevinde daha başarılı olması ve hayal gücünü beslemesi, tasarım öğrencileri ile böyle bir deneyimin önemini ortaya koymaktadır. KOBİ’lerde ise, ürün-insan duygusal etkileşimi kap-

samındaki tasarımların ürünlere ne gibi bir katma değer sağlayabileceği bilinci verilmeye çalışıldı.

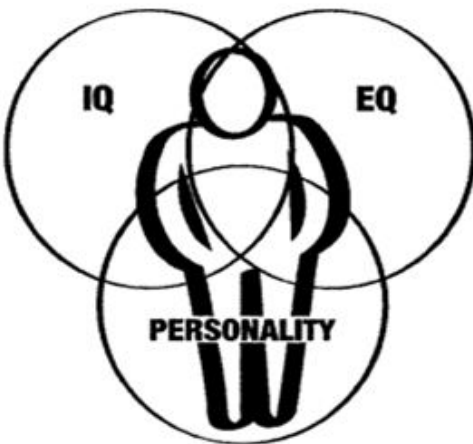
Duygu Kavramı ve Duygusal Yaklaşım

“Duygu terimi, Latince’de sahip olduğu derinlik ve güç nedeni ile ‘motus anima’, yani ‘bizi harekete geçiren ruh’ olarak tanımlanmıştır. Gerçekten de son nörolojik kanıtlar göstermektedir ki, duygu, beynin daha yüksek bir performansa ulaşması için vazgeçilmez bir ‘yakıt’tır.” Descartes’a göreyse “duygular, davranış tarzlarının değeri ve yararı konusundaki düşüncelerden ortaya çıkmaktadır.” (Bender 2013, 5, 7). Bu bağlamda kullanıcı davranışları onların düşüncelerinin aynasıdır.

Yaratıcı kişi meydana getirdiği eserde, duygularının etkisiyle ve imgelem gücüyle biçimlenmiş düşüncelerini cisimlendirmektedir. Velioğlu’na (2000, *İnsan ve Yaratma Edimi*)’ndan aktarım) göre yaratıcı kişi, duygu, düşünce ve tasarımlarını birbirlerine bağlayıp, bütünleştirebilmek için “çağrışım”ları kullanmaktadır. Yaratıcının henüz belli bir çağrışıma ulaşmadığı dönemde, psişenin düzenleyici, bütünleştirici rolünü düşünce çağrışımları yüklenir. Yaratmanın düşünce çağrışımları aşamasında, yaratıcı bireyin zengin bir kişilik yapısına, hayal gücüne, yoğun bir iç yaşantıya, her türlü etkiye açık duyarlılığa, düşünceye ve güçlü bir istence sahip olması bir gereksinimdir. (Bender 2013, 105)

Duygusal zekâ için fiziksel bir yol omurilikte, beyinde başlar. ... Beynin rasyonel ve duygusal merkezleri arasında etkili bir iletişim gerektirir. ... Diğer taraftan, EQ (*emotional quotient*, duygusal zeka katsayısı), öğrenilebilir esnek bir beceridir. Bazı insanların doğal olarak diğerlerinden daha duygusal akıllı olduğu doğru olmakla birlikte, bazıları onunla doğmamış olsalar bile yüksek EQ geliştirilebilir. Kişilik değişmez iken EQ esnek bir beceridir. (Bradberry ve Greaves 2009, 17, 18)

Bu esnek beceriyi geliştirmek tasarım eğitiminin en temel özelliğidir.



Resim 1. İnsan düşüncesini belirleyen üç özellik: akıl katsayısı, duygu katsayısı, kişilik (Bradberry ve Greaves 2009, 19)

Herhangi bir konuda iyi ve doğru bir karar vermeye ihtiyaç duyduğumuzda, kendimizi daha iyi tanıma açısından, duygularımızın ustalığına ihtiyaç duyarız. Bu bakımdan kişiliğin bütünsel bir boyutlandırılmasından söz edilir:

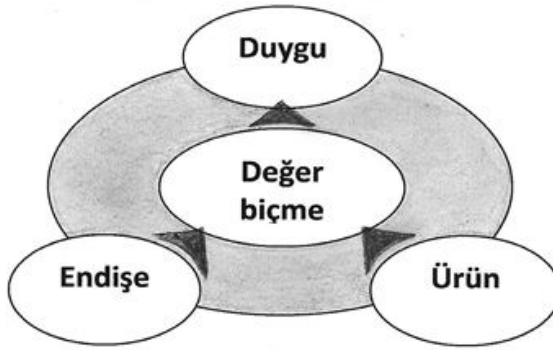
IQ (*intelligence quotient*, zekâ/akıl katsayısı), kişilik ve EQ hepimizin sahip olduğu farklı niteliklerdir. Nasıl düşüneceğimizi ve hareket edeceğimizi hep birlikte onlar belirler. İnsanlar, zeki ama duygusal zeki olmayabilir ... Bu üçlünün, sadece EQ’ su esneklik kalitesindedir ve değiştirmek mümkün değildir. (Bradberry ve Greaves, 2009, 19, 23)

Yine, Bradberry ve Greaves araştırmalarında, EQ’nun esneklik kalitesinin değişmesinin mümkün olmaması, yüksek bir EQ olarak geliştirilmesine engel olmadığı gibi, öz farkındalık, öz yönetim, kişisel yetkinlik, sosyal yetkinlik, toplumsal yetkinlik gibi beceriler duygusal zekânın izlenimi gibi görünmektedirler.

Duygu kavramı hayal gücünü besler ve duygusal zekânın üretimidir. Bu bağlamda, “hayal gücünün zenginliği duygusal zekânın bir sonucudur ve çok boyutlu beslenen duygusal zekâ, sanatsal yaratının gerçekleşebilmesinin alt yapısını oluşturmaktadır” (Akkaya 2014, 17). “Sanatçı yakın olduğu sanat alanından seçtiği, yakın olduğu ifade araçlarını kullanarak eserini yaratır. ... Sanatta biçim ve biçem, sanatçının seçtiği ifade yoludur. Eserin mesajı ve izleyenlere aktardıkları ise, duygusal uyaranlar taşır” (Eracar 2013, 37, 42).

“Zihinde bir fikir ya da resim yaratma yeteneği”, imgeleme olarak, yaratıcı imgeleme ise “yaşamınızda olmasını istediğiniz şeyleri yaratabilmek için hayal gücünü, düş gücünü kullanma tekniği” (Gawain 2013, 15) olarak tanımlanır. Söz konusu, tasarım alanı olduğunda konu çok boyutlu ele alınmakta ve tarihi geçmiş içindeki birikmiş deneyimlerin ve kültürlerin etkilerinin de incelenme gereği önemsenmektedir. Bu bağlamda Heskett (2013, 26), tasarım yeteneğinin kaynağını şöyle tanımlar: “ne tek başına el ne de diğer insan duyularıyla işbirliği yapan el, tasarım yeteneğinin biricik kaynağı olarak görülebilir. Bunun yerine hem duyularla hem de zihinle işbirliğine giden el aradığımız kaynaktır.”

Desmet’in (2002) “Designing Emotions” isimli doktora tezi araştırması, duygu, ürün duygusu ve duygu kategorileri; ürün duygusunu ölçme, doğrulama, uygulama; ürün duygusunun temelleri ve ürün duygusunu tasarlama bölümlerini içermekte ve oldukça kapsamlı bir araştırmayı ortaya koymaktadır. Desmet, bu araştırması temelinde duygusal tasarım stratejileri geliştirmeyi hedeflerken üretici işletmelerin pazarlama çabalarını da dikkate alan, ürün ve kullanıcı duyguları arasındaki ilişkilerin tasarlanmasını konu edinmiştir. Birbirlerine araçsal olarak bağlı olan duyguları, Desmet (2003, 5), insanların duygusal tepkilerinin farklılıklarını dikkate alarak, temel bir model geliştirmiştir; bu modeli oluşturan kavramlar şunlardır: Değer biçme (*appraisal*), endişe (*concern*), ürün (*product*) ve duygu (*emotion*). Bu şematik tanımın merkezinde yer almış olan değer biçme kavramı olumlu ya da olumsuz bir değer olabilir; umut ya da korku verebilir. Tasarımcının endişe duygusunu yaşaması, ürünün kullanıcısında bu duyguyu yaşatmamak adına önem taşır.



Resim 2. Ürün duygularının temel modeli (Desmet 2003, 5).

Tüm çevremiz nesnel gerçekliklerle doludur. Kendi içinde birlik oluşturan bu nesnel gerçeklikler, seyreden, izleyen ve kullanan insanlarda anlama, kavrama, hoşagitme, zevk alma gibi çeşitli duygular verir. Bir tasarım öğrencisinde ise, kullanımı ön plana çıkaran bir analizi, sezgileri ile empati kurarak anlayıp kavradığı ve edindiği bilgi ve davranışları kullanıma dönüştüren bir tasarım sonucuna varır. Tasarım eğitiminde, duylardan asla bağımsız olarak ele alınamayacak olan estetik kavramı, endüstri devriminden sonra sanat estetiği içinden doğan, belki bir kullanım estetiği diyebileceğimiz bir ayırım içine girmiş olmaktadır. Estetiğin duygusal yaklaşımla bağı yatsınamaz.

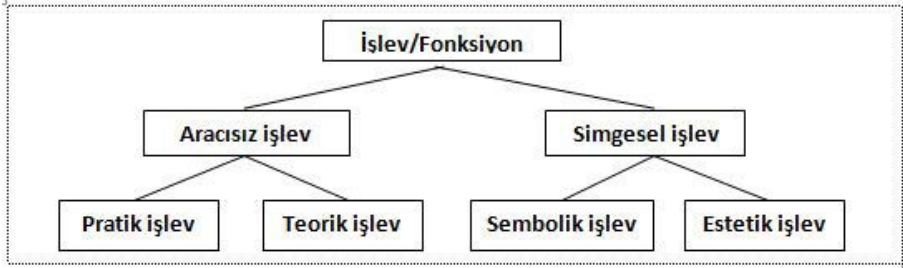
Duygusal Yaklaşımın Estetik ile Bağı

Felsefi tanımlarında ya da sanat eleştirilerinde ağırlıklı “sanat estetiği” olarak yer etmiş bulunan estetik kavramı, ürün tasarımı söz konusu olduğunda genelde bir çekince ortaya çıkabilmektedir. Oysa gerek sanatçı ve sanat alıcısı ya da gerek tasarımcı ve kullanıcı duygusal özelliklerle yüklü kimliklerdir. Bu bağlamda, kullanıcıların çok yönlü davranışlarına neden olan psikolojik yapıları ve duygusal davranışları önemsendiğinde, onların estetik duygularının bilimsel temelleri veri olarak nesneye yansıyabilecektir. Buna göre felsefi bakış açısı ile tasarım görüngüsel bir olgudur.

Bürdek’in (2005) araştırmalarında Husserl düşüncesinde, fenomenoloji tarihi ile yorumlamacılık (*hermeneutics*) iç içedir. Husserl’in “Saf fenomenolojinin fikirleri ve ‘görüngüsel felsefe’” (1913) teorisine göre

Her bir nesne kendi tezahürü açısından incelenmiştir. (Bu) hangi (duyu) nesne (si) olabilir:

- Duyuların harici bir kelimesi olarak fenomen (görüngü),
- Deneyim alanı içinde görsel bir kalite ya da
- Entelektüel yapılar veya süreçlerin sembolik tezahürü. (Bürdek 2005, 240)



Resim 3. Mukařovský’e göre fonksiyon/işlev tipolojisi (Bürdek 2005, 234)

Fenomenolojik bir olgu olarak tasarım, Husserl düşüncesinden hareketle, duyunun dışı vurumu, pratikteki deneyim içinde görsel-estetik bir kalite ve kişisel fikir yapılarını/süreçlerini sembolik anlatıma dönüştürme özelliklerine sahiptir. Diğer taraftan, yaratıcı özellikleri, sosyal yapıları, insan-nesne ilişkileri kapsamında ele alınması gerekli olan tasarım ürünlerinin estetik işlevler ile bağı da sembolik anlatımdan yararlanır ve gösterge bilimin verilerine ihtiyaç duyar. Burada, Bürdek (2005, 234) Mukařovský için “o, kendi görüşünü sosyal fenomen olarak sınıflandırmaya gerektiğinde, sanat eserlerinin estetik işlevlerini analiz ederdi,” derken bir tasarım eserinin sosyal yapısı için, gerektiğinde estetik işlevlere/fonksiyonlara ihtiyaç duyulacağını düşündürmektedir.

Tasarım nesnesinin pratik işlevini biçim dili ile dolaysız anlatabilirken, bu anlatımların teorik temellerinden söz edilebilirken, sembolik ve estetik işlevlerini biçime aktarabilmek için simgesel-temsili edici araçlara ihtiyaç duyulduğu, Bürdek (2005, 234)’ten alıntı ile Mukařovský’den öğrenilmektedir. Estetik işlev, estetik duygular ve duygusal yaklaşımlardan ayrılmaz bir bütün olarak tasarım ve daha özelleşmiş bir tanımla endüstriyel tasarım için önemli bir fenomen/görüngüdür.

Duygusal Yaklaşım Deneyimine Çok Yönlü Bakış

Bu araştırmalar doğrultusunda, ürün tasarımı eğitiminde, öğretilmesi gerekli olan temel bilgiler, Mukařovský’den elde edilmiş işlev tipolojisinde görüldüğü gibi, pratik, teorik, sembolik, estetik işlevlerin bir bütünselliği içinde verilmek durumundadır. Birinin ya da diğerinin ihmal edilecek olması tasarlanacak ürünün bir yerinde eksiklik yaratacaktır. Daha da önemlisi, bu bildirinin asıl konusu olan “duygusal yaklaşımlar” kavramının, çoklu işlev kavramlarına yönelik olarak gelişebileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin birbirlerinden farklı kimlikleriyle, duygusal yaklaşımlarının, çoklu işlev kavramlarına yönelik olarak oldukça farklı gelişebileceği anlaşılmaktadır.

Aydınlatma Nesnesi Tasarımında Duygusal Yaklaşım Deneyimi

Aydınlatma aygıtları ışıkla yaşam bulurlar; ışık canlı yaşamının önemli bir parçası olduğundan, duygusal yaklaşımlar kavramını çok yönlü anlatabilirdi. Suni ışığın

kullanıcının duygusal yaşamında çok yönlü olumlu etkilerinin aydınlatma nesnesi ile verilebilmesi ve tasarımcının duygusal yaklaşımı ile farklı stratejilerde birer tasarım nesnesi elde edilmesi, bu proje çalışmasını amacına götürecekti. Konu öğrencilere çok yönlü tanıtıldı; KOBİ'lerle eşleştirilmeden önce konuyu çok yönlü araştırdılar: Duygusal yaklaşım ne demektir? Kendi tasarımlarına yükleyebilecekleri duygusal kavramlar nelerdir? Ayrıca, sonradan, KOBİ'lerden edinecekleri bilgiler ve kendi düşünceleri ile nasıl bir duygusal tasarım stratejisi geliştirebilirler? KOBİ'lerin stratejileri genel anlamda ne olabilir; pazar payları, rekabet ortamları ve üretim yöntemleri hangi kapsamdadır?

Proje yönetici grubunun sağladığı 12 KOBİ işbirliğinde, bir KOBİ'ye iki öğrenci şeklinde, 24 öğrenci çalıştı ve amacına ulaştığı düşünülen projeler gerçekleştirildi [1]. Proje süreci dört aşamada gelişti:

Araştırma Aşaması, Stratejik İşbirliğinin Firmalara Tanımlanması

Öğrenciler konuyla ilgili temel ve yan konuları gruplar halinde araştırdılar; rapor edildi ve sınıfta sunuldu. Araştırma aşaması esnasında AGİD'e üye firmalarla görüşmeler gerçekleştirildi. İstekli firmalar saptandı; proje kendilerine ayrı ayrı tanıtıldı; projenin kendileri için stratejik nitelikte olduğu, farklı beklentilerinden çok, projeye adaptasyonlarının önem taşıdığı anlatıldı.

Firma-Öğrenci Eşleştirmesi ve Karşılıklı Bilgi Alışverişi

Aydınlatma aygıtları temelinde, kullanıcı-ürün ilişkisindeki kavramsal boyut, duygusal yaklaşımlar olarak değerlendirildi; çeşitli anlatım teknikleri ile görünür hale getirildi. Öğrenciler stüdyoda eşleştirildi, firmaları ile tanıştırıldı ve bilgi alışverişinde bulunuldu. Bu arada öğrenciler, firmaların hangi tür aydınlatma ürettiklerine bağlı olarak, ürün tanımı hazırladılar ve ürünlerine yüklemek istedikleri duygusal anlamlar üzerine görüştüler.

Tasarımların Duygusal Yaklaşımlar Temelinde Geliştirilmesi, Firmalara Sunum ve Eleştiri

Öğrenciler, gerek firmalarına giderek gerekse firmalarının okula gelmesi sağlanarak, ürüne yüklemek istedikleri duyguları saptadılar; buldukları fikirleri eskizlerle belirlediler; edindikleri biçim bilgileri ile duygusal yaklaşımlarını görünür kıldılar. Firmaların stratejik beklentilerine uyup uymadığı analiz edildi ve sınanmış olan tasarımlar çeşitli görsel anlatım teknikleri ile zenginleştirilerek sonuca yaklaştırıldı.

İleri Tasarım Geliştirme, Prototip Değerinde Modelleme, Sonuç Sunum

AGİD üyeleri ile sürdürülmüş olan işbirliğinin önemi büyük oldu. Çünkü sonuç sunum aşamasında, bir taraftan, üretici firmalar tasarıma, alışkın olmadıkları bir tarzda yaklaşımı yaşadılar; diğer taraftan öğrenciler firmaların destekleri ile tasarımlarını üçüncü boyutta daha kaliteli ve prototipe yakın modelleme ve görme olanağı elde ettiler. Tasarımlar eksiklikleri giderilerek modellendi ve firmalar



Resim 4. Seval Özgel, mum ışığı ile duygu yüklü yemek ortamı, masa üstü lambası



Resim 5. Erdem Tatal, Op Art ile görsel algı ve yanılsama, sürprizli sokak aydınlatması

önünde sunuldu. Ayrıca firma yetkililerinin fikirleri ve kurumlarına uygunluk açısından düşünceleri alınarak, kurumları için stratejik ürün beklentilerine uyup uymadığı sorgulandı. Firma yetkilileri en az öğrenciler kadar ürünleri savundu. Çünkü yönlendirme aşamasında öğrenciye destek vermişlerdi.

24 öğrencinin tasarımlarını burada gösterebilmek imkânsızdır. Ancak, bir yarısının duygusal yaklaşımlarının neler olduğundan kısaca söz etmek ve birkaçının tasarımlarını sergilemek gerekecektir:

KOBİ: Fersa, Öğrenci: Seval Özgel: Duygusal yaklaşım: Mum ışığı ile duygu yüklü yemek ortamı, mum ışığı benzeri romantik masa üstü aydınlatma. **Proje:** Aydınlatma nesnesi lokantalarda, evlerde yemek masası üzerinde kullanılmak üzere tekli ya da çoklu tasarlandı; enerji pil ile elde edilecek; piller tekli ya da çoklu şarj edilebilecek. Çiçek görünümlü nesnenin taç yaprakları ışık ile açılacak ve ışık sönünce kapanacak. (Resim 4)

KOBİ: Dr. Light, Öğrenci: Erdem Tatal: Duygusal yaklaşım: Biçim-renk geri verimleri ile yanılsayan duygular, Op Art ile görsel algı ve yanılsama. **Proje:** Sürprizli, dikkat çekici, iz sürdüren sokak aydınlatması: Öğrenci yanılsamalarından faydalanmak istedi. 1960'lı yılların bir sanat akımı olan, Josef Albers ve



Resim 6. Aybige Eskin; kolay, şaşırtıcı, öğretici, tehlikesiz; çocuklar için masa lambası

Vasarely'nin temsil ettikleri Op Art'ın optik yanılsamaları, öğrencinin duygusal yaklaşımında, dış mekân için zemine gömme birer kaldırım lambasına dönüştü. (Resim 5)

KOBİ: *Dr. Light, Öğrenci: Göksu Şirin: Duygusal yaklaşım:* Ben ve diğerleri, özel hissetmek, güzel görünmek, farkedilmek. *Proje:* Mağazalar için giyim deneme armatürü.

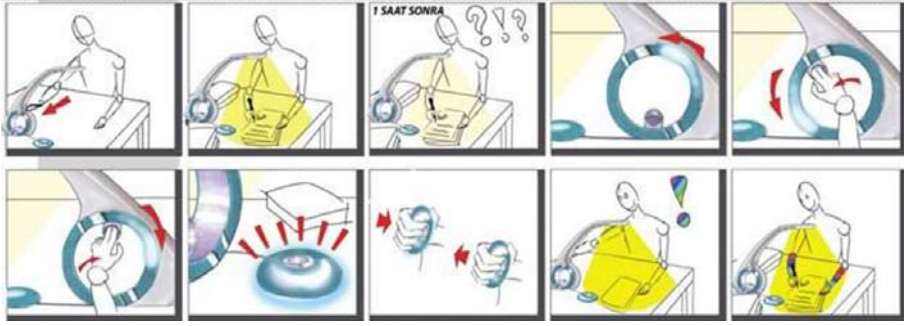
KOBİ: *Fersa, Öğrenci: Damla Oral: Duygusal yaklaşım:* Uykusuz gecelere son! Tavan ve duvardaki canlı ve hareketli renkleri izleyiniz. *Proje:* Uyumayı kolaylaştıran yatak odası apliği: Koyun saymaya gerek yok!

KOBİ: *Litpa, Öğrenci: Irem Öztürk: Duygusal yaklaşım:* İnsanda ilgi uyandırarak mağazaya ilgi çekmek. *Proje:* Mağaza giriş aydınlatması: Tavandan ışık damlıyor.

KOBİ: *Özcan Aydınlatma, Öğrenci: Aybige Eskin: Duygusal yaklaşım:* Kolay, şaşırtıcı, öğretici, tehlikesiz özellikler içermelidir. *Proje:* Çocuklar için masa lambası: Açma kapama düğmesinin elektrik tehlikesi yoktur. Çocuk mini küreyi bir yuvadan alıp, diğer yuvaya koyarak lambayı kullanır. Kürelerin yuvalarında hiçbir tehlike yoktur. Lambanın ampul takılan kafası için çeşitli alternatifler aranmıştır. Fakat firmanın elinde ya da fason çalıştığı üreticilerde mevcut cam globu kullanmak gerektiği için uygulama sonucunda örnekteki prototip elde edilmiştir. (Resim 6)

KOBİ: *TEKFEN, Öğrenci: Zeynep Altmışoğlu: Duygusal yaklaşım:* Sağlıklı yaşama zaman ayırın! Rahatlayın, neşelenin, bilek egzersizi yapın. *Proje:* Bilek egzersizi yapan masa lambası: Lamba, bilek dönme hareketini ikinci bir işlevle destekleyen, LED ampullü polikarbon çember ile tasarlanmıştır. Tasarım, alışılmış olan masa lambalarından çok uzaklaşmış ve yepyeni bir biçim kazandırmıştır. (Resim 7, 8)

KOBİ: *Beta, Öğrenci: Elif Aydoğdu: Duygusal yaklaşım:* Manevi huzurun varlığı, iç aydınlanma süreci, su hayattır, huzur verir. *Proje:* Kentsel mekânda yol gösteren aydınlatma: Işığı izle huzur bul.



Resim 7. Zeynep Altınoğlu; sağlıklı yaşama zaman ayırın, rahatlamak, neşelenmek, bilek egzersizi yapmak



Resim 8. Zeynep Altınoğlu; bilek egzersizi yapan masa lambası

KOBİ: Özlem Aydınlatma, Öğrenci: Xanthi Messaropoulou: Duygusal yaklaşım: İz sürmenin farklı bir bakış açısı. Proje: Kaldırım kenarı aydınlatması: Yayanın yola inmesini engelleyen bir ikaz ışığı. (Resim 9, 10)

KOBİ: Emfa, Öğrenci: Sevil Şenyüz: Duygusal Yaklaşım: Kent silüetinde farkındalık; iz bırakmak, etkileşim, görsel şölen. Proje: Bollard tipi kentsel aydınlatma: Yürünen yeri algılatan aydınlatma nesnesi.

KOBİ: İkizler, Öğrenci: Tuba Kartın: Duygusal Yaklaşım: Bebek ve çocukların algılarını geliştiren ışık oyunu; renkli gölgeler, şaşırtma, seyretme, renk bilgisi edinme. Proje: Bebek, çocuk ve hatta genç odaları için LED'lerle ışık oyunları meydana getiren aydınlatma: Bebekler için daha çok algı geliştirme özelliği taşıırken, çocuklar için daha çok renk bilgisi ile beraber renk gölgeleri ile oynama şeklinde bir yarar sağlar. Gençler ise odalarında farklı etkiler elde edebilirler. (Resim 11)

KOBİ: İkizler, Öğrenci: Umut Sevinç: Duygusal yaklaşım: Kendi iç dünyasını arama. Proje: Çatlak kaya etkili aydınlatma; iç dünyasını doğanın sert bir varlığında aramak. Öğrencinin oldukça bireysel ve tasarımcı kimliğini dışa vuran

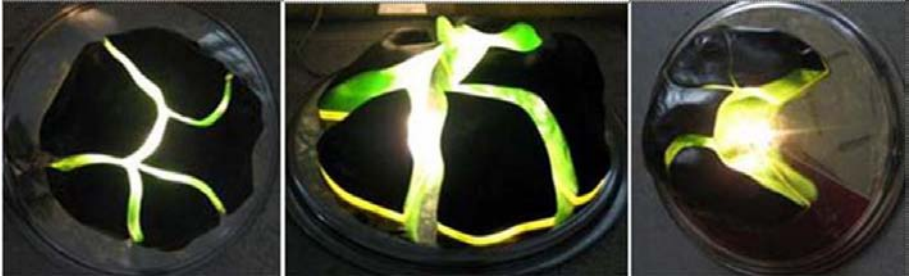


Resim 9. Xanthi Messaropoulou, iz sürmenin farklı bir bakış açısı; kaldırım kenarı aydınlatması – gündüz

Resim 10. Xanthi Messaropoulou, kaldırım kenarında gece sürülen iz düşmeyi önler



Resim 11. Tuba Kartın, bebek ve çocukların algılarını geliştiren ışık oyunu



Resim 12. Umut Sevinç, kendi iç dünyasını arama, çatlak kaya etkili aydınlatma

nitelikteki proje çalışmasına KOBİ sıcak baktı ve onu tamamen serbest bıraktı. Buna rağmen, öğrenci iki adet proje bitirdi. Birincisi işletmenin belirlediği, kare gövdeli, sıva üstü, dörtlü floresant tavan lambası. öğrenci bu lambanın prizmatik lens denilen ön kapağını bulmaca mantığı ile tasarladı. İkinci, resimde görülen ise, tamamen kendi iç dünyasını, bir bakıma kendi duygusal özelliğini, çatlamış ve aralarından ışık sızan sert kayalar ile özdeşleştirdi; bu aydınlatma nesnesinin, gece kulüpleri, özel eğlence yerleri vb. yerlerde kullanım bulabileceği düşünüldü. (Resim 12)

Sonuç

Araştırma başlı başına deneysel bir yöntemi ortaya koymaktadır. Bu uygulamada, farklı bir yaklaşım ile KOBİ'lerin beklentileri de belli oranda dikkate alınmış olmasına rağmen, öğrencilerin duygusal yaklaşım çeşitliliği korunarak yaratma heyecanlarının sürdürülmesi sağlanmıştır. Proje, amacı doğrultusunda gelişti. Fakat, bazı KOBİ'lerin stratejik beklentilerinin olmaması; üretim olanaklarındaki sınırlar, bir sömestrlik bir proje için kalıp yapımına girmemek, ileri bir model ya da prototip için fazla masraf çıkarmamak gibi durumlar mevcuttu. Her şeye rağmen KOBİ'ler tasarımı anlamak ve gerektiğinde yararlanmak adına öğrencileri çoğu kez serbest bıraktılar. Böylece duygusal yaklaşımlar ile yaratıcı-özgün tasarım elde etme şansı arttı. Daha önceki projelerinde ağırlıklı kullanıcı merkezli tasarım geliştirme bilgisi edinen öğrenciler, bu projede de kullanıcı davranışlarını ve duygularını ihmal etmediler. Burada, tasarım çalışmasının kullanıcı merkezli olmaması bir tartışma konusu olabilir. Fakat proje, stratejik olarak “duygusal yaklaşım” adı ile başlatılmış ve amaç öğrencilerin yaratıcı düşüncelerini duygusal temelli geliştirmek kapsamlıdır. Bu bağlamda elde edilmiş olan sonuçlar aşağıdadır:

1. Tasarım öğrencileri bu kez duygusal yaklaşımlar kavramı kapsamında çeşitli duyguların verilerini sergiledi. Empati ile kendini bir başkasının yerine koydu. Duyduğu endişelere cevap aradı. Yaşam ve çalışma ortamlarının daha sağlıklı, olumlu, problemsiz, öğretici-eğitici ve daha zevkli olmasını sağlayan önlemleri biçime dönüştürdü. Bütün bu özelliklere ulaşırken, kişiliklerinin farklılığı oranında, ortaya koydukları duygusal yaklaşım çözümleri de birbirlerinden oldukça farklı gelişti.
2. Tasarımcı, kullanıcıların beklentilerini iyi biliyor ve buna göre bir duygusal yaklaşım tanımlıyor ise, burada biçim dili olarak tasarlanacak sembolik ve estetik anlatımlar kullanıcıların duygusal yaklaşımlarına doğru cevap verecek, nesne ve kullanıcı arasında doğru bir iletişim kurulması sağlanmış olacaktır.
3. Ürün tasarımının işlev kavramı çok boyutlu ele alınmalıdır. Ürünün amacı öncelikli olarak pratik işlev olmuş olsa da kullanıcının algılarına ve

duygularına çok boyutlu cevap vermesi önemlidir; bu çok boyutluluk, pratik, teorik, sembolik ve estetik işlevleri kapsar.

4. Öğrencilerin tasarımlarına yüklemeye çalıştıkları duygusal yaklaşımlar, pratik, estetik ve sembolik işlevler olarak, ürünlerin tasarımında olması gerekli artı değerler katmaktadır. Teorik işlev ise bütün bu bilgilerin alt yapısı yanı sıra, bu deneyimden elde edilecek düşünsel bilginin bir sonraki deneyim için kullanılabilir olmasıdır.

Duygusal yaklaşım temelinde gerçekleştirilmiş projeler çoklu işlevlere ve yalnız bu bildiride sunulmuş tasarımlara göre değerlendirildiğinde şöyle bir sonuç elde edilmektedir:

- a. Pratik, sembolik, estetik eşdeğerdeki tasarımlar iki adet,
- b. Pratik işlev öncelikli ve yalın estetik kavramlı tasarımlar dört adet,
- c. Pratik ve estetik işlev eşdeğer öncelikli tasarım bir adet,
- d. Teorik alt yapılı, pratik işlev öncelikli, yalın estetik kavramlı tasarımlar iki adet,
- e. Sembolik ve estetik işlev eşdeğerli tasarımlar iki adet,
- f. Sembolik işlev öncelikli, yalın estetik değerli tasarım bir adet,
- g. Salt sembolik işlevli tasarım bir adet.

Ürün tasarımı eğitiminde duygusal yaklaşımlar temelinde, öğrencilere çoklu işlevlerin öğretilmesi önem taşımaktadır.

Notlar

[1] Bu projede çalışmış olan öğretim üyeleri ve elemanları (o zamanki ünvanları ile) Doç. Dr. Seçil Şatır, Yrd. Doç. Dr. Şebnem Timur Öğüt; Araş. Gör. Deniz Leblebici Başar, Araş. Gör. Ayhan Enşici, Araş. Gör. Ceyda Vatan Özgen.

Kaynakça

- Akkaya, Tayfun. 2014. *Akademik ve Disiplinler arası Yeni Sanat Eleştirisi Kuramı*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bender, Merih Tekin. 2013. *Duyguların İzinde Sanatsal Yaratma*. Ankara: Nobel.
- Bradberry, Travis ve Jean Greaves. 2009. *Emotional Intelligence 2.0*. San Diego: Talent Smart Publishing.
- Bürdek, Bernhard. 2005. *Design – History, Theory and Practice of Product Design*. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Publishers for Architecture.
- Desmet, Pieter, M.A. 2002. “Designing Emotions” <<http://studiolab.io.tudelft.nl/desmet/dissertation>>
- Desmet, Pieter, M.A. 2003. “A Multilayered Model of Product Emotions.” *The Design Journal* 6(2).

- Eracar, Nevin. 2013. *Sözden Öte Sanatta Terapi ve Yaratıcılık*. İstanbul: 3P Yayıncılık.
- Gawain, Shakti. 2013. *Yaşamınızı Yeniden Yaratacak Güç! Yaratıcı İmgeleme*. Çeviren Semra Ayanbaşı. İstanbul: Akaşa.
- Heskett, John. 2013. *Tasarım*. Çeviren Erkan Uzun. Ankara: Dost Yayınları.

YAZARLAR HAKKINDA

Dilek Akbulut, Ankara’da doğdu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden lisans ve yüksek lisans, Bilkent Üniversitesi, Grafik Tasarım Bölümü’nden doktora derecesi aldı. Bilkent Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi’nde ders verdi. 2007 yılında Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi’nde göreve başladı. Halen Gazi Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde görev yapmaktadır. İlgi alanları arasında temel tasarım eğitimi, tasarım metotları, tasarım ve kültür çalışmaları bulunmaktadır.

Can Altay, doktorasını (2004) Bilkent Üniversitesi Sanat, Tasarım ve Mimarlık Enstitüsü’nde, lisans (1997) ve yüksek lisans (1999) eğitimini aynı üniversitenin İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü’nde tamamlamıştır. Lund Üniversitesi ve Malmö Sanat Akademisi’nde Eleştirel Çalışmalar Lisansüstü (2004) Programı’nı tamamlayan Altay, 2012 yılından itibaren İstanbul Bilgi Üniversitesi’nde Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölüm Başkanı görevini üstlenmekte ve tasarım eğitimi için müfredat geliştirme üzerine çalışmaktadır. Altay, ‘mekan’ı fiziksel çevrenin yanı sıra sosyal, politik ve ekonomik etkenlerle üretilen karmaşık bir sistem olarak gören ve bununla ilgili çalışmalar yürüten bir sanatçıdır. Çalışma alanı, böylesi karmaşık sistemlere içeriden nasıl müdahale edilebileceği, sıradan aktörlerin dönüştürücü yetenekleri ve gerek sanat gerek kent bağlamında kamusal mekanın şekillendirilmesi olarak özetlenebilir. Utrecht, Londra, Berlin, Bristol ve Bilbao’da kişisel sergiler gerçekleştirmiş olan Altay’ın yapıtları İstanbul, Havana, Busan, Marrakech, Gwangju ve Taipei Bienallerinde yer almış; Walker Art Center, PS1 MoMA, ZKM, Van Abbe Museum ve SALT gibi kurumlarda sergilenmiştir. Ayrıca Rotterdam Mimarlık Bienali (2009) ve Açık Şehir İstanbul (2010) sergilerinde küratör olarak görev almıştır.

Hümanur Bağlı, Ankara’da doğdu, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden mezun olduktan sonra araştırma görevlisi olarak yedi yıl aynı yerde görev yaptı. Hacettepe Üniversitesi, Grafik Tasarım Bölümü’nde yüksek lisans derecesini tamamladıktan sonra İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümündeki ilk doktora mezunu olarak derecesini aldı. 2007-2008 yılları arasında Intel firması ile “Sociability and Technology” konulu bir uluslararası araştırma projesinin Türkiye ayağında hem araştırmacı hem de tasarım uzmanı olarak çalıştı ve çeşitli toplantılara katıldı. Aynı dönemde Chicago’da UIC City Design Center’da misafir araştırmacı olarak farklı projelerde çalıştı ve UIC’de derslere katıldı. Halen İstanbul Teknik Üniversitesi’nde öğretim üyesidir. Araştırma konuları temel tasarım, grafik tasarım, göstergebilim, tasarım anlabilimi, tasarım düşüncesi, etnografi ve tasarım kültürü üzerinde yoğunlaşmıştır. İlgi alanları karakalem ve dijital çizim, sinema, çok sesli müzik (alto), tasavvuf ve bolca seyahat etmektir.

Yekta Bakırhoğlu, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde doktora çalışmalarına devam etmekte ve aynı bölümde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. Temel araştırma alanları, tasarım eğitiminde sürdürülebilirlik, sürdürülebilir üretim-tüketim ve sürdürülebilirlik için tasarım keşifleridir. Yüksek lisans tezinde, tasarım eğitimi kapsamında “doğadan öğrenen sürdürülebilir tasarım” yaklaşımı üzerine çalışmış ve “Biyomimikri Skeç Analizi” isimli bir fikir geliştirme aracı sunmuştur. Doktora çalışmasında gündelik hayat ve sürdürülebilirlik kapsamında tasarım keşifleri üzerine çalışmaktadır. Aynı zamanda, SustainDRL araştırma grubunda yarı zamanlı araştırmacı olarak çalışmakta ve çeşitli bilimsel araştırma projelerinde görev almaktadır.

Feyza Baltacı, 2008 yılında Işık Üniversitesi Ekonomi Bölümü’nden mezun oldu. Sonrasında özel sektörde çeşitli firmalarda marka iletişim ve pazarlama bölümlerinde çalıştı. 2013 yılında İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde yüksek lisansını, yaratıcı endüstriler, yaratıcı şehirler ve İstanbul’daki Hollanda tasarım faaliyetleri alanında yazdığı tez çalışması ile tamamladı. 2014 yılında ise İSTKA desteği ile yürütülen YEKON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri projesinde İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi Projesi’nin koordinatörlüğünü yürüttü. Feyza Baltacı şu anda Hollandalı bir tasarım firmasının Türkiye Operasyon Yöneticiliği görevini yürütmektedir.

Naz A.G.Z. Börekçi, 1995 yılında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden lisans derecesini, 1997 yılında Bilkent Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü’nden yüksek lisans derecesini, 2003 yılında University of Kent at Canterbury/KIAD’dan doktor derecesini almıştır. 2003 yılından bu yana ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde öğretim elemanı olarak çalışmaktadır. 2004-2009 ve 2010-2011 yılları arasında bölüm başkan yardımcılığı görevini yürütmüştür. Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu üyesi olup 2004-2006 yılları arasında yönetim kurulu başkanlığı görevini yürütmüştür. Araştırma ilgi alanları arasında tasarım yöntemleri, eğitimde üniversite-endüstri işbirliği ve herkes için tasarım konuları yer almaktadır.

Fatma Cizrelioğlu Karaer, Marmara Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır. Lisans eğitimini Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü’nde (Eskişehir, 2006), yüksek lisans derecesini ise İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde (İstanbul, 2011) tamamladı. Halen Mimar Sinan Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde doktora yapmaktadır.

Aykut Coşkun, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden lisans derecesini 2008, yüksek lisans derecesini ise 2010 yılında almıştır. Halen aynı bölümde doktora çalışmalarına devam etmekte ve 2008 yılından beri araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır. Davranış değişikliği için

tasarım, davranış değişikliğinde kullanıcı çeşitliliği, sürdürülebilir tasarım ve tasarımda araştırma yöntemleri başlıca araştırma alanları arasında yer almaktadır. 2011 yılından beri ODTÜ-BİLTİR-UTEST Ürün Kullanılabilirlik Test Birimi'nde araştırmacı olarak çalışmaktadır.

Ayşe Coşkun Orlandi, lisans derecesini (BA) 1997 yılında Marmara Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden aldı. 1998 yılında Milano Domus Academy'de Master in Design (MD) programını tamamladı. Aynı yıl İtalya'da çeşitli atölye çalışmalarına ve yarışmalara katıldı. 1999-2002 yılları arasında çeşitli markalar ve firmalar için kurumsal kimlik ve görsel kimlik tasarımları yaptı. 2003 yılında Marmara Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anasatnadalı Yüksek Lisans Programı'nı tamamladı (BA). 2009 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilimdalı'nda tamamladığı doktora teziyle Dr. ünvanını aldı (PhD). Halen TÜBİTAK SOBAG tarafından desteklenen zanaat-inovasyon ilişkilerine odaklanan bilimsel araştırma projesini yönetmektedir. 2000 yılından beri endüstri ürünleri tasarımı alanında eğitimci ve araştırmacı olarak çalışmakta, aktif olarak proje, atölye çalışmaları yürütmekte ve yayın yapmaktadır. 2009 yılından bu yana Kadir Has Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğretim üyesidir. Çalışma alanları, ürün tasarımı, rekabet ve tasarım, stratejik tasarım, mücevher tasarımı, yaratıcı endüstriler, zanaat ve tasarım ilişkileridir.

Merve Coşkun, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden 2010 yılında lisans, 2014 yılında yüksek lisans derecelerini aldı. Gazi Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde doktora çalışmalarına devam etmekte ve aynı kurumda araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

Selen Çatalyürekli, Sabancı Üniversitesi'nden 2011 yılında Toplumsal ve Siyasal Bilimler Bölümü'nden lisans derecesini almıştır. 2011 yılı itibarıyla de, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisansına devam etmektedir. Çalışma alanı, sosyal tasarım, katılımcı yerel yönetimler ve diğer bir çok toplumsal kurumun tasarım, fotoğraf, video ve resim disiplinlerinin ifade yöntemi olarak kullanıldığı projelerdir.

Çağla Doğan, lisans ve yüksek lisans derecelerini ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde, doktora derecesini Calgary Üniversitesi (Kanada), Çevresel Tasarım Fakültesi'nde sürdürülebilirlik için ürün tasarımı alanında tamamlamıştır. ODTÜ'de öğretim üyesidir ve SustainDRL araştırma grubunda proje yürütücüsüdür. Sürdürülebilirlik için tasarım eğitimi ve araştırmasında yeni yaklaşımlar ve yöntemler üzerine ulusal ve uluslararası dergilerde ve konferans bildirilerinde yer alan çalışmaları vardır.

Alpay Er, Özyeğin Üniversitesi (İstanbul), Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Kurucu Başkanı olarak görev yapmaktadır. Lisans eğitimini ODTÜ (Ankara, 1988), doktoraasını ise endüstriyel tasarımın Türkiye ve diğer yeni sanayileşen ekonomilerdeki gelişim dinamiklerini incelediği tez çalışmasıyla Manchester Metropolitan Üniversitesi'nde (İngiltere, 1994) tamamladı. Kısa bir süre Hacettepe Üniversitesi'nde çalıştıktan sonra 1997 yılında İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'ne öğretim üyesi olarak atandı. İTÜ'de 1998'de doçent ve 2005'te profesör unvanlarını aldı, 2006-2013 yılları arasında İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölüm Başkanlığı görevini yürüttü. İstanbul Sanayi Odası ile işbirliği içinde Türkiye'de ilk kez Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere yönelik tasarım destek ve eğitim projesini başlattı (2003). İstanbul'daki pek çok etkinlik, kurum ve kuruluş için endüstriyel tasarım ve tasarım yönetimi konularında danışmanlık yaptı, Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) içinde aktif olarak görev aldı. Yaratıcı Endüstriler Konseyi (YEKON) Onur Üyesi olan Prof. Dr. Er, Red Dot, Red Star China ve Design Turkey gibi çok sayıda uluslararası ve ulusal tasarım ödülü ve yarışmasının jürilerinde yer aldı. Çalışma alanları tasarım iş stratejileri, tasarım politikaları ve stratejik tasarım yönetimi ile Türkiye ve diğer yeni gelişen ekonomilerde tasarım tarihi üzerine yoğunlaşmaktadır. Akademik çalışmaları *Design Issues* ve *Journal of Design History* gibi uluslararası saygın dergilerde yer almış, Türkçe ve İngilizce'nin yanı sıra Almanca, İtalyanca, Portekizce, Korece ve Çince'ye çevrilerek yayımlanmıştır. Alpay Er, Design Research Society (Fellow of DRS) üyesidir ve 2011-2013 döneminde International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) Yönetim Kurulu'nda görev yapmıştır.

Özlem Er (Ankara, 1966), lisans ve yüksek lisans derecelerini Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nden, doktora derecesini ise Manchester Metropolitan Üniversitesi, İngiltere'den aldı. 1996-2000 yılları arasında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde, 2000 yılından itibaren ise İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğretim üyeliğine devam etmektedir. Akademik çalışmalarının yanı sıra endüstriyel tasarımın tanıtımında aktif rol oynadı ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) yönetim kurullarında genel sekreter, başkan yardımcısı ve başkan olarak görevler üstlendi. Halen ETMK İstanbul Şube Başkanı ve İstanbul Şube Başkanı olarak Ekonomi Bakanlığı, TİM ve ETMK'nın ortak etkinliği olan Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri İcra Kurulu üyesidir. 2011-2012 döneminde İstanbul Kalkınma Ajansı (İSTKA) desteği ile İTÜ adına "Kobi'ler İçin Tasarım" başlığı altında bir proje yürütmüştür. 2014 yılında ise yine İSTKA desteği ile yürütülen YEKON Yaratıcı İstanbul Atölyeleri projesinde "İstanbul Tasarım Haritası Atölyesi" projesinin yürütücü ekibinde yer aldı. European Academy of Design (EAD) Yönetim Kurulu üyesidir ve ulusal ve uluslararası düzeyde birçok yayını bulunmaktadır.

Çiğdem Erbuğ, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde Doçent Dr. ünvanı ile görev yapmaktadır. Kullanıcı deneyimi odaklı

uygulamalı araştırma ve ergonomi üzerine dersler vermektedir. Türkiye’de ürün kullanılabilirliği konusunda kurum dışı ilk laboratuvar olan METU/BİLTİR-UTEST Ürün Kullanılabilirliği Birimi’nin kurucusudur ve yöneticiliğini yürütmektedir. Ergonomi, kullanıcı ürün etkileşimi, kullanıcı deneyimi, kullanılabilirlik ve akıllı ürünler konusunda ulusal ve uluslararası araştırmalar ve projeler yürütmektedir.

Alayça Erözçelik, Paris Ecole du Louvre’da sanat tarihi ve Mimar Sinan Üniversitesi’nde grafik tasarım lisans derecelerini aldı. Reklam sektöründe profesyonel reklam yazarı olarak 20 yıl çalıştı. İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı’ndan yüksek lisans derecesini aldı. Aynı üniversitede doktora çalışmasını sürdürmektedir. İTÜ ve Bahçeşehir Üniversitesi’nden sonra, halen Özyeğin Üniversitesi’nde yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır.

Şahika Etemoğlu, 1974 yılında İstanbul’da doğdu. 1997 yılında Mimar Sinan Üniversitesi, G.S.F. Seramik ve Cam Tasarımı Bölümü’nden mezun olmuş, 1997 yılından itibaren vitrifiye, cam, cep telefonu ve elektronik ürün aksesuarları, sarıya, plastik sektörlerinde endüstri ürünleri tasarımcısı ve yöneticisi olarak çalışmıştır. 2009 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde yüksek lisans eğitimine başlamış ve 2013 yılında tez çalışmasını tamamlayıp, mezun olmuştur. Bu süre zarfında yarı zamanlı devam ettiği profesyonel iş hayatı ile birlikte iki yıl boyunca, İstanbul Aydın Üniversitesi’nde yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Profesyonel iş hayatında yurtiçi ve yurtdışında bulunan uluslararası firmalar için birçok ürün tasarlamıştır. 2010 yılında çalıştığı firma için tasarladığı ürün, Design Turkey 2010 da ödül almıştır. 2012 yılında aynı yarışmada jüri görevini yürütmüştür. 2011 yılında Mimar Sinan Üniversitesi bünyesinde düzenlenen Endüstride-Tasarımda-Eğitimde 40 Yıl Sempozyumu’nda bildirisini sunmuştur. 2011 yılından bu yana Cam Ocağı Vakfı bünyesinde Proje ve Tasarım Yöneticiliği görevini sürdürmektedir.

Selin Gençtürk, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü’nden (Tasarım Yönetimi) mezun oldu (2004-2009). Hemen ardından, yüksek lisans derecesini, Yaşar Üniversitesi MBA programından aldı (2011). Aynı üniversitede, 2010 yılından beri Endüstriyel Tasarım Bölümü’nde araştırma görevlisi olarak çalışırken, 2013 yılından beri, İşletme doktora programında eğitimine devam etmektedir.

Selin Gülden, 1984 yılında İzmir’de doğdu. Orta ve lise eğitimini İzmir Bornova Anadolu Lisesi İngilizce bölümünde tamamladı. 2002-2006 yılları arasında Bilkent Üniversitesi, İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü’nde burslu olarak okudu. Lisans eğitimini takiben yüksek lisans eğitimini Politecnico di Milano, Product-Service System Design Bölümü’nde İtalyan Dışişleri Bakanlığı bursu ile tamamladı. Yüksek lisans eğitiminin ardından dokuz ay boyunca Milano, İtalya’da

çalışma alanlarının iç mekân planlaması, tasarımı ve mimarisi konusunda uzmanlaşmış olan DEGW'da içmimar olarak çalıştı. Bu süre boyunca Deutsche Bank, Roche, British Council, Vodafone Village Italia, SEB, Bouygues Telecom France ve Lexmark gibi firmaların Milano ve Roma'daki ofis projelerinde görev aldı. 2011-2012 akademik yılından itibaren İzmir Ekonomi Üniversitesi, İçmimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmakta ve 4. sınıf stüdyosunu desteklemektedir. 2012-2013 akademik yılından itibaren de TÜBİ-TAK Yurtiçi Doktora Bursu ile İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı programında doktora yapmaktadır.

Can Güvenir, 2009 yılında Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü'nden mezun oldu. 2014 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde marka ve ürün kimliği alanında yapmış olduğu tez çalışması ile yüksek lisans programını tamamladı. 2011 yılından itibaren, kurmuş olduğu Can Güvenir Tasarım Stüdyosu'nda ürün, stand ve grafik tasarımı alanlarında hizmet vermektedir. Araştırma ilgi alanlarını tasarım kimliği, ürün anlam bilimi ve tasarımda nitel araştırma teknikleri oluşturmaktadır.

Ahmet Hamurcu, lisans derecesini 2008 yılında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden aldıktan sonra üç yıl değişik alanlarda özel sektör tecrübesi edindi. Akademik yaşantısına yarı zamanlı öğretim görevlisi olarak başladı. 2011 yılında Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı kapsamında Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'ne atandı. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Yüksek Lisans Programı'nda yürütmüş olduğu eğitimini 2014 yılında tamamladı. Doktora eğitimine devam etmek üzere İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde halen araştırma görevlisi olarak çalışmalarına devam etmektedir.

Gülay Hasdoğan, 1985 yılında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisans derecesini ODTÜ Yapı Bilimleri Ana Bilim Dalı'ndan, doktora derecesini Londra'da Central Saint Martin's College of Art and Design'dan aldı. Kurucularından olduğu Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu'nda 1996-98 ve 2006-10 yılları arasında Yönetim Kurulu Başkanlığı, 1997-98 yılları arasında ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dekan Yardımcılığı, 1998-2004 yılları arasında Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Başkanlığı yaptı. 2008 yılında, ETMK'nın proje ortağı olduğu Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülleri'nin Yürütme Kurulu Üyesi olarak ödül sisteminin geliştirilmesi ve değerlendirme sürecini koordine etti. Halen ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Başkanı ve profesör kadrosunda öğretim üyesidir. Tasarım araştırma yöntemleri ve mezuniyet projesi derslerini vermektedir. Türkiye'de endüstriyel tasarımın kurumsallaşması, tasarım eğitimi ve tasarımda kullanıcı modelleri üzerine yayınları vardır.

Simge Hough, 1978, Ankara doğumludur. Lisans derecesini 2002 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde, yüksek lisans derecesini 2004 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'nde tamamladı. Doktora araştırmasını İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde tasarım stüdyo dersi eğitimi üzerine yaptı. 2003-2010 yılları arasında Bahçeşehir Üniversitesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü'nde araştırma görevlisi, 2009-2010 yılları arasında öğretim görevlisi olarak çalıştı. 2007-2008 akademik yılında Güney Kore'de Kyung-sung Üniversitesi'nde ziyaretçi öğretim görevlisi olarak görev aldı. 2013-2014 akademik yılında Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak bulundu. Endüstriyel Tasarım ve Görsel İletişim Tasarımı alanlarındaki akademik çalışmalarını ve projelerini İngiltere'de ve Türkiye'de sürdürmektedir.

Hande Işık, endüstri mühendisliği ve sosyoloji mezunu olup, endüstri ürünleri tasarımı alanında yüksek lisansını ODTÜ'de gerçekleştirmiştir. Halen aynı bölümde doktora öğrencisidir. Araştırma ilgi alanları arasında bilişim ve iletişim teknolojileri, mobil sağlık, insan bilgisayar etkileşimi, kullanıcı deneyimi, pozitif teknoloji, pozitif tasarım araştırmaları bulunmaktadır.

Çiğdem Kaya, İstanbul Teknik Üniversitesi'nden (İTÜ) 2003 yılında lisans, San Francisco Art Institute'dan 2006 yılında yüksek lisans ve 2011 yılında doktora dereceleri almıştır. Kaya, halen İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde doçent olarak çalışmaktadır. Ürün tasarımı alanında çok sayıda ulusal ve uluslararası yayınlanmış çalışması bulunmaktadır.

Harun Kaygan, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden 2003'te lisans (BİD), 2006'da yüksek lisans (MSc) derecelerini aldı. 2012'de Brighton Üniversitesi'nde "Maddi nesneler ve tasarımda gündelik milliyetçilik: Elektrikli Türk kahvesi makinesi, tasarımı ve tüketimi" başlıklı teziyle doktorasını (PhD, Mimarlık ve Tasarım) tamamladı. Şu anda ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yardımcı doçent görevinde bulunuyor. Güncel araştırma ilgi alanlarını tasarım kültürleri, tasarım aktivizmi ve tasarım eleştirisi, bilhassa tasarlanmış ürünler bağlamında yeni materyalist çerçeveler oluşturuyor.

Pınar Kaygan, 2003 yılında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun oldu. Dört sene boyunca ağırlıklı olarak mobilya sektöründe ürün tasarımcısı olarak çalıştı. 2012 yılında İngiltere'de Sheffield Üniversitesi, Sosyolojik Çalışmalar Bölümü'nde endüstriyel tasarımın mesleğinde toplumsal cinsiyetin rolü üzerine yaptığı çalışmayla doktora derecesini aldı. Halen ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yardımcı doçent kadrosunda görev yapmaktadır. Araştırma ilgi alanlarını tasarımda toplumsal cinsiyet, teknoloji ve toplumsal cin-

siyet, tasarım yönetimine eleştirel yaklaşımlar ve tasarımda nitel araştırma teknikleri oluşturmaktadır.

Aslı Kıyak İngin, mekan ve sosyal doku ile etkileşimli eleştirel/alternatif tasarım ve mimarlık pratiği yürütmektedir. 2006 yılından bu yana konsept ve koordinatörlüğünü yaptığı, tasarımın sosyal ve aktivist rolünü gündeme getiren ve yerel zanaat ağlarının sürdürülebilirliğini destekleyen “Made in Şişhane” projesini yürütmektedir. Sulukule Platformu’nun kurucularından olan İngin, eski bir İstanbul ve Roman Mahallesi olan Sulukule’deki yıkımların durdurulması için katılımcı sürdürülebilir yaklaşımları gündeme getirmeye çalıştı. 2009’da The Architecture Foundation ve yerel ortakları Arkitera Mimarlık Merkezi ve Garanti Galerisi tarafından düzenlenen Londra-İstanbul mimarlık değişim programına seçildi. Çelik Dizayn Firması’nda on yıla yakın tasarım yöneticisi olarak çalıştı ve halen danışmanlık yapmaktadır. 2012’de İstanbul Tasarım Bienali’nde Hintli grup URBZ ile birlikte “Crafting Neighborhood-Unmediated Design” isimli projeye yer aldı ve “More than Design” isimli atölye çalışmasını Design Quartier Ehrenfeld ile birlikte gerçekleştirdi. İstanbul’a ait görüşlerinin ve çalışmalarının yer aldığı iki kitap, *Made in Şişhane-İstanbul*, *Küçük Üretim ve Tasarım Üzerine* ile İstanbul Para-Doksa’dır.

Fatma Korkut, lisans derecesini ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden, yüksek lisans derecesini Illinois Institute of Technology’den, doktora derecesini Mimar Sinan Üniversitesi’nden aldı. 1995 yılında 554 sayılı KHK’nin hazırlık çalışmalarına katıldı. 2000 yılından bu yana fikri ve sınai mülkiyet davalarında bilirkişi olarak görev yapmaktadır. Halen ODTÜ’de öğretim üyesidir.

Yonca Kösebay Erkan, doktora derecesini 2007 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi’nden, SMArchS derecesini 1998 yılında Massachusetts Institute of Technology’den, lisans ve yüksek lisans derecelerini Yıldız Teknik Üniversitesi’nden almıştır. Doktora tezi Osmanlı demiryolu mirasının mimari ve sosyal yönlerini inceler. 2010 yılından beri aktif olarak UNESCO Dünya Mirası konusundaki toplantıları izlemektedir. 2010-2014 yılları arasında UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Somut Kültürel Miras Komitesi üyeliği yapmıştır. Aynı zamanda ICOMOS Türkiye ve EUROPA NOSTRA üyesidir. Erkan, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu tarafından yayınlanan *UNESCO World Heritage in Turkey* adlı kitabın editörlerinden biridir. Diğer çalışmalarından biri olan demiryolu mirası ve Marmaray projesi üzerine hazırladığı yazısı *Uluslararası Mimari Miras* dergisinde yayınlanmıştır. Osmanlı demiryolu mirasının korunması hakkında birçok yayını bulunmaktadır. İletişim Yayınlarından çıkan *Memleket Garları* ve *Tren bir Hayattır* adlı kitaplarda makaleleri bulunmaktadır.

Sevi Merter, 2012 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden mezun oldu. Hemen ardından, İzmir Ekonomi Üniversitesi,

Tasarım Çalışmaları Yüksek Lisans Programı'na kabul edilmiş ve halen tez çalışmalarını sürdürmektedir (2012-...). Ayrıca, 2012 tarihinden beri, Yaşar Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

Mine Ovacık, Mimar Sinan Üniversitesi, İç Mimarlık Anasanat Dalı'ndan (1992) mezun olmasının ardından yüksek lisans eğitimini YÖK bursu ile gittiği Amerika'da Rochester Teknoloji Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde tamamladı (1996). Mimar Sinan Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü'nde sürdürdüğü doktora çalışması sırasında araştırma görevlisi olarak çalıştı (1997-2002). Doktora sonrasında ise Mersin Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde akademik görevlerine devam etti. Türk Kültür Vakfı doktora sonrası bursunu kazandı (2010) ve "Nalınlar" üzerine bir araştırma ve tasarım projesi gerçekleştirdi. Eğitimi süresince ve sonrasında kültürlerarası tasarım, iç mekan tasarımı, mobilya tasarımı, aydınlatma tasarımı, takı tasarımı, tarım ve endüstriyel tasarım gibi çeşitli alanlarda araştırmacı-tasarımcı olarak görev aldı. 2012 yılından beri, Yaşar Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Endüstriyel Tasarım Bölüm Başkanı ve öğretim üyesi olarak çalışmaktadır. İzmir'de, yerel kültür ve nesneler, geleneksel ahşap oyuncaklar, nalınlar, kullanıcı-odaklı tasarım, ekolojik ve sağlıklı tasarım konularında araştırma ve tasarım çalışmalarını sürdürmektedir.

Ezgi Ozan, lisans ve yüksek lisans derecelerini ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde tamamlamıştır. Halen aynı bölümde doktora eğitimine devam etmekte olup, doktora çalışması kişiselleştirme yoluyla kullanıcıların tasarım sürecine etkin katılımının, sürdürülebilirlik için tasarıma etkilerine odaklanmaktadır. Atılım Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğretim görevlisidir ve lisans düzeyinde endüstri ürünleri tasarımında sürdürülebilirlik dersini yürütmektedir.

Dalsu Özgen Koçyıldırım, Charles de Gaulle Fransız lisesinden dereceyle, bilimsel alanda bakaloreya olarak mezun olmuştur. 1998-2002 yılları arasında Bilkent Grafik Tasarım Bölümü'nde burslu olarak okumuş ve bölüm üçüncüsü olarak mezun olmuştur. Yüksek lisans derecesini 2005 yılında, Parsons School of Design'dan Tasarım ve Teknoloji alanında almıştır. 2005-2006 yılları arasında İstanbul'da Ajans 21 ve e-nocta gibi çeşitli şirketlerde proje temelli olarak, çizer ve canlandırma sanatçısı olarak çalışmıştır. 2006-2009 yılları arasında Kadir Has Üniversitesi, Grafik Tasarım Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmıştır. Sanatta Yeterliliğini, 2012 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesinden, "Grafik Tasarım Lisans Programlarında Temel Hareket Eğitimi Ders Önerisi" başlıklı tezi ile almıştır. 2009 yılından beri, ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak Temel Tasarım I ve II, Portfolyo Sunumu ve Tasarımda Görsel Anlatım derslerini vermektedir. Temel araştırma alanları görsel

iletişim tasarımımda hareket, hareketli tasarım eğitimi, görsel anlatım teknikleri ve iletişimde hikaye kullanımıdır.

Sedef Sner, lisans derecesini 2009 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri rnleri Tasarımı Bölümü’nde almıştır. Kısa bir süre İstanbul Concept tasarım danışmanlığı firmasında endüstriyel tasarımcı olarak çalıştıktan sonra, 2009-2012 yılları arasında yine ODTÜ Endüstri rnleri Tasarımı Bölümü’nde yüksek lisans çalışmalarını tamamlamıştır. Yüksek lisans tezinde okul öncesi dönemi çocuklar için müzik oyuncakları tasarım ltleri üzerine çalışmıştır. Aynı bölümde doktora çalışmalarını ve 2009’dan bu yana araştırma grevliliğini sürdürmektedir. Endüstriyel Tasarım III-IV stüdyoları, Tasarım Tarihi III ve Tasarımda Anlam derslerinde eğitim asistanı olarak görevine devam etmektedir. Araştırma ilgileri arasında çocuklarla tasarım, çocuklar için tasarım, yaratıcı tasarım araştırması yöntemleri, repertuvar izelgesi tekniği ve kullanıcı deneyimi araştırması yöntemleri bulunmaktadır.

Seçil şatır, 1971 yılında Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Y. Okulu [MGSF], İçmimarlık ve Mobilya Tasarımı diploması aldı. Almanya’da ürün tasarımı eğitim-öğretimine gidene kadar, çeşitli kurumlarda içmimar ve mobilya tasarımcısı olarak görev yaptı ve bir yıl Almanya’da Almanca öğrendi. 1981 yılında Kassel Üniversitesi [Gesamthochschule Kassel], Tasarım Fakültesi, rn Tasarımı [Produkt Design] Bölümü diploması aldı. 1982-1988 yılları arasında MSGSÜ’nde araştırma görevlisi olarak çalıştı. 1988-1994 yılları arasında endüstri ürünleri tasarımcısı ve içmimar olarak tasarım ve üretim kurumlarında çalıştı. 1994-2012 yılları arasında İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri rnleri Tasarımı Bölümü’nde, eğitim-ğretim faaliyetlerinde ürün tasarımı eğitiminin gelişimine çok yönlü destek verdi. 1997 yılında MSGSÜ Endüstri rnleri Tasarımı doktorasını Tasarım Yöntemleri temelinde tamamladı. Araştırma alanları, tasarımda yaratıcılık ve yenilik, KOBİ’lerde tasarım ve ürün geliştirme, geleneksel el sanatları ve zanaatin ürün tasarımına kazandırılması, tasarımın sürdürülebilirliği, biyotasarım, biyomimikri, tasarım ve danışmanlık. Halen Hitit Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi’nde görev yapmakta ve GSTM Fakültesi kuruluşunda görev almış olarak, Endüstriyel Tasarım Bölümü’n geliştirmektedir.

Bahar şener, 1995 yılında ODTÜ Endüstri rnleri Tasarımı Bölümünden mezun oldu. Doktora derecesini İngiltere’de Loughborough niversitesi’nden aldı. Araştırma ve eğitime yönelik ilgi alanları ürün etkileşimi, kullanıcı deneyimi, endüstriyel tasarım ve etkileşim tasarımı uygulamalarının yakınsaması, yeni ve gelişmekte olan teknolojiler ile bunların tasarım mesleğine ve tasarım sürecine olan etkilerini içermektedir. Bu alanlarda uluslararası tanınırlıkta birçok yayını vardır. ODTÜ ve Hollanda’nın Delft Teknoloji niversitesi ile ortaklaşa yürütülmekte olan “Etkileşim için Tasarım” Uluslararası Yüksek Lisans Programı’nın kurucuları arasında yer almış ve program koordinatörlüğünü yapmıştır. Geçmiş dene-

yimleri arasında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölüm Başkanlığı ve Procter & Gamble'da (İngiltere/Belçika) endüstriyel tasarımcı (ürün araştırma) pozisyonları yer almaktadır. Halen ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde doçent kadrosunda öğretim üyesi olup, bu yılki akademik çalışmalarına Liverpool Üniversitesi'nde devam etmektedir.

Osman Şişman, ODTÜ Felsefe Bölümü'nde lisans, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisans yaptı. Doktora çalışmasını ikincisinde sürdürüyor. 2005'ten bu yana Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü'nde okutman olarak çalışıyor. Tasarım tarihi, tasarım kültürü, mimarlık ve sinemanın sosyal bilimler ve felsefeyle ilişkisi üzerine dersler veriyor. Tercüme ve videoyla uğraşıyor.

Handan Temeltaş (Niğde, 1984), lisans derecesini Marmara Üniversitesi, İşletme Bölümü'nden, yüksek lisans derecesini ise İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden aldı. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü doktora öğrencisi olan Handan Temeltaş, yüksek lisans tezini Prof. Dr. Özlem Er danışmanlığında tasarım girişimciliği üzerine yaptı. Yüksek lisans eğitimi sırasında Sheffield Hallam Üniversitesi, İngiltere'de beş ay süreyle değişim öğrencisi olarak bulundu ve Endüstriyel Tasarım Yüksek Lisans Programı'nda ambalaj tasarımı üzerine çalıştı. İstanbul Arel Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde Ekim 2012 tarihinden itibaren öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır. Endüstriyel tasarım tarihi, tasarım modelleme, pazarlama, sunum teknikleri ve genel ekonomi yürüttüğü dersler arasındadır. Stratejik tasarım, tasarım girişimciliği, “design thinking”, pazarlama ve tasarım, ambalaj tasarımı, yeni ürün geliştirme ve inovasyon konuları, üzerinde çalıştığı ve ilgi duyduğu alanlardır.

Elçin Tezel, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nü bitirdikten sonra 1992 yılında aynı bölümde araştırma görevlisi olarak göreve başladı. Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisans ve doktora-sını tamamladı. Aynı bölümde 1996 yılında öğretim üyesi olarak görev yapmaya başladı. 2001 yılında yardımcı doçentliğe atanan Elçin Tezel, Bahçeşehir Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi'nin kuruluşunda görev aldı. Bahçeşehir Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi'nde 2001 yılından itibaren devam eden öğretim üyeliğinin yanı sıra 2005 yılına kadar senato üyeliği ve İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölüm Başkanlığı görevlerini de yürüttü. 2013 yılında doçentlik ünvanını alan Elçin Tezel, kurucusu olduğu Bahçeşehir Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölüm'ünde bölüm başkanlığı görevini yapmaktadır. Uzmanlık konuları tasarım eğitimi, ürün ve kullanıcı ilişkileri, iç mekan ve mobilya tasarımı, tasarım modelleri, okul binaları tasarımı, engelliler ve çocuklar için tasarım olan Elçin Tezel'in

çeşitli ulusal ve uluslararası konferans ve dergilerde yayınlanmış makaleleri bulunmaktadır.

Şebnem Timur Ögüt, 1974 yılında Ankara’da doğdu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden 1994 yılında lisans, Bilkent Üniversitesi, Grafik Tasarım Bölümü’nden 1996’da yüksek lisans ve 2001 yılında doktora derecelerini aldı. 1995-2002 yılları arasında ODTÜ EÜTB’de araştırma görevlisi olarak çalıştı. 2002 yılında University College London, Antropoloji Bölümü’nde maddi kültür üzerine doktora sonrası araştırma yapmak üzere TÜBA Sosyal Bilimlerde Doktora Sonrası Araştırma Bursu ile altı ay bulundu. 2006 yılında bir dönem boyunca North Carolina State University, College of Design’da bulunmuş ve doktora düzeyinde dersler takip etmiştir. 2003 yılından beri İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Lisans, yüksek lisans ve doktora seviyelerinde eğitime katkı sağlamakta ve lisansüstü tez danışmanlığı yapmaktadır. Mesleki çalışma ve akademik araştırma konuları; endüstriyel tasarım, grafik tasarım, tasarım kuramları, göstergebilim, maddi ve görsel kültür çalışmaları, etnografi ve kültürel olgular olarak “nesne”ler üzerine odaklanmaktadır.

Senem Turhan, lisans, yüksek lisans ve doktora derecelerini ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde tamamladı. 2007-2013 yılları arasında ODTÜ’de araştırma görevlisi ve 2005-2007 yılları arasında bir mobilya firmasında endüstri ürünleri tasarımcısı olarak görev aldı. Yüksek lisans eğitimi sırasında değişim öğrencisi olarak Delft Teknoloji Üniversitesi’nde bir dönem geçirdi. SustainDRL araştırma grubunda doktora sonrası araştırmacı olarak çalışmaktadır. Tasarım araştırmasında yenilikçi yaklaşımlar, tasarım araştırmasının tasarım eğitime dahil edilmesi ve sürdürülebilirlik için ürün tasarımı konularında araştırmalarına devam etmektedir.

İrmak Yalçın, 2006 yılında Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü’nden mezun oldu. 2008-2011 yılları arasında Ankara Fikri ve Sınai Haklar Hukuk Mahkemelerinde bilirkişi olarak görev yaptı. 2012 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Ana Bilim Dalı’ndan yüksek lisans derecesini tamamladı. 2006 yılından bu yana özel bir şirkette patent ve marka vekili olarak çalışmaktadır.

VitrA

MSiAD
Orta Mimarlık Sanayi ve Ticaret A.Ş.

**TURK
PATENT
ENSTİTUSU**

ODTÜ **mf**



ODTÜ Mimarlık Fakültesi 2014 / METU Faculty of Architecture 2014