

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TASARIM VE KÜLTÜR: ÜRÜN TASARIMI EĞİTİMİNDE
KAVRAMSAL ÖRÜNTÜLER VE KÜLTÜREL
GÖSTERGELER ÜZERİNE BİR ANALİZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Müh. Avşar GÜRPINAR**

Anabilim Dalı : ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI

Programı : ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI

EKİM 2008

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TASARIM VE KÜLTÜR: ÜRÜN TASARIMI EĞİTİMİNDE
KAVRAMSAL ÖRÜNTÜLER VE KÜLTÜREL
GÖSTERGELER ÜZERİNE BİR ANALİZ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Müh. Avşar GÜRPINAR
502041954**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 15 Eylül 2008
Tezin Savunulduğu Tarih : 24 Ekim 2008**

**Tez Danışmanı : Y. Doç. Dr. Şebnem Timur ÖĞÜT
Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Alpay ER
Prof. Dr. Semra AYDINLI**

EKİM 2008

ÖNSÖZ

Bu tezin uzun, aydınlatıcı ve eğlenceli bir sürecin sadece son noktası olduğunu düşünüyorum. Bu kağıtlar içerisindeki her tür fikir ve yorum aslında daha önce yaşanmış olan bir şeyin yansıması olabilir. Bu yüzden sadece bu tezin yazımında emeği geçen insanlara değil bütün bu süreç içerisinde yaptıkları ve yapmadıklarıyla beni bu tezi yazabilir hale getirmiş insanlara –ve eşyalara- teşekkür etmem gerekiyor.

Öncelikle daha tez konuları kafamda bir toz ve gaz bulutu halinde dolaşırken benimle ilgilenen, yol gösteren, yardımcı olan ve yılmamamı sağlayan, tez görüşmelerini ciddi ve gergin ortamlardan, çaylı kahveli tez misafirlikleri havasına sokan Yard. Doç Dr. Şebnem Timur Öğüt'e; tasarım yüksek lisansı yapmaya karar verdiğimde 'Tasarım da neymiş? Mühendis olacaksın!' demeyerek arkamda olan ve o gün bugündür de hiçbir maddi ve manevi desteği esirgememiş olan annem İclal Gürpınar, babam Prof. Dr. Okay Gürpınar ve ablam Uzm. Doktor Başak Gürpınar'a; ne istediğim konusunda en ufak bir fikrim yokken bile ne istiyor olabileceğim konusunda bir fikir sahibi olan, ilk adımı benimle beraber atan, bugün bile açıp baktığımda hayretle karşıladığım meslek tanıtım dosyaları hazırlayan Uzm. Psikolog Burcu Kaya Kızılöz'e; modası geçmiş bilgisayar programlarında çaresizlik içerisinde istatistiksel hesaplamalar yapmaya çalıştığım günlerde ortaya çıkan ve sonrasında – ne mutlu ki- hiç kaybolmayan, son günlerin son anlarına kadar hep yanımda olup katlanılmazı katlanılır, sıkıcı olanı eğlenceli kılan, etimek üstü ezine peyniri arkadaşım Tasarımcı Alev Oksay'a; bölüme geldiğimde duyduğum ilk cümle 'Mühendis almıyoruz' olmasına rağmen mühendis alan ve sonrasında da bana öğrettikleri ve kazandırdıkları ile zihnimin açılmasını sağlayan bölümdeki tüm hocalara ve asistanlara; fiziksel olarak çok uzakta olmasına ve onca saat farkına rağmen bitmek tükenmek bilmeyen sorularıma yılmadan cevap veren, neredeyse 'Sanal Ortamda Tasarım Tartışmaları' adında bir kitap çıkartabilecek kadar çok konuştuğumuzu ve tartıştığımızı düşündüğüm arkadaşım Uzm. Tasarımcı Ali Oğulcan İlhan'a; sinüzoidal eğriler izleyen tez heyecanı grafiğinin dibe vurduğu noktalarda beni itina ile oradan alıp yukarılara çıkartan, elinden geleni esirgemeyen, soracağım ve söyleyeceğim her bir şeyi dinlemeye hazır arkadaşım Uzm. Psikolog Görgün Yılmaz'a; bunaltıcı derece ciddi olmadan da güzel ve anlamlı yazılar yazılabileceğini bana gösteren Oğuz Atay ve Douglas Adams'a; masanın başına oturup –çoğu zaman- huzur içerisinde yazabilmemi sağlayan Gustavo Santolalla'ya; her tür mekanı ve bilgiyi benim için ulaşılabilir kılan arabam Hamdi'ye ve son olarak tezi teknik anlamda yazılabilir ve sunulabilir kılan bilgisayarım Macbook Makbule'ye ve Adobe Illustrator ve Adobe Acrobat programları nezdinde onları programlayanlara en içten teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Eylül, 2008

Avşar GÜRPINAR

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vi
ŞEKİL LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
SUMMARY	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Kapsamı	1
1.2. Çalışmanın Amacı	2
1.3. Tezin Yapısı	2
2. ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI VE KÜLTÜR	4
2.1. Tasarım Tanımları	4
2.2. Kültür Tanımları	5
2.3. Endüstri Ürünleri Tasarımı ve Kültür İlişkisi	8
2.3.1. Tarihsel Gelişim	9
2.3.2. Endüstri Ürünleri Tasarımında Kültürün Yeri	13
3. TÜRKİYE'DE ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI VE KÜLTÜR	17
3.1. Tarihsel Gelişim	17
3.1.1. Erken Dönem: 1930 - 1970	18
3.1.2. İlk Bölümler: 1970 - 1980	19
3.1.3. Bin Yıl Biterken: 1980 - 2000	19
3.1.4. 2000'den Bugüne	21
3.2. Türkiye'de Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitimi ve Kültür	22
3.3. Türkiye'de Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümlerinde Kültürel Çalışmalar	23
4. TASARIM SÜREÇLERİNDE KAVRAMSALLIK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ	25
4.1. Kültür ve Göstergebilim	25
4.2. Tasarım Süreçlerinde Sorun Tanımları	27
4.3. Tasarım ve Kavramsallaştırma	29
4.4. Ürün Tasarımında Kültürden Yararlanma Şekilleri	30
5. YÖNTEM	36
5.1. Kaynak Tarama	36
5.2. Nitel Veri Analizi ve Kavram Haritaları	37
5.3. Kuram Oluşturma	38
5.4. Kavramsal Örüntüler ve Kültürel Göstergelerin Analizi	40
6. İTÜ TASARIM PROJELERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ	44
6.1. Proje Milano	44
6.2. Beş Duyu İstanbul	54
6.3. Nokia Only Planet	61
7. SONUÇ	68
7.1. Proje Analizlerinin Yorumlanması	68

7.1.1. Kavram Sınıfları	68
7.1.2. Projelerde Kavram Sınıfları	69
7.1.3 Bir Tasarım Metodolojisi Önerisi	71
7.2. Çalışmaya Genel Bakış	80
7.3. Gelecek Çalışmalar için Öneriler	83
KAYNAKLAR	86
ÖZGEÇMİŞ	91

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AID	: American Agency of Industrial Development
AR-GE	: Araştırma - Geliştirme
ETMK	: Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu
ICSID	: International Council of Societies of Industrial Design
İDGSA	: İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
EÜTB	: Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
MSGSÜ	: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
TGSYO	: Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu
UESYO	: Uygulamalı Endüstriyel Sanatlar Yüksek Okulu
YÖK	: Yüksek Öğretim Kurulu

TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 3.1	Endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde uygulamalı tasarım çalışmaları..... 24
Tablo 6.1	Proje Milano ürün açıklamaları (1/3)..... 46
Tablo 6.2	Proje Milano ürün açıklamaları (2/3)..... 48
Tablo 6.3	Proje Milano ürün açıklamaları (3/3)..... 50
Tablo 6.4	Proje Milano, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı..... 51
Tablo 6.5	Beş Duyu İstanbul ürün açıklamaları (1/2)..... 55
Tablo 6.6	Beş Duyu İstanbul ürün açıklamaları (2/2)..... 58
Tablo 6.7	Beş Duyu İstanbul, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı... 59
Tablo 6.8	Nokia Only Planet ürün açıklamaları (1/2)..... 63
Tablo 6.9	Nokia Only Planet ürün açıklamaları (2/2)..... 64
Tablo 6.10	Nokia Only Planet, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı.... 65
Tablo 6.11	Projelerde öne çıkan kavram grupları..... 66

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 4.1 : Ürün tasarımında kültür katmanları ve kültür seviyeleri ile tasarım özellikleri arasındaki ilişkiler.....	30
Şekil 4.2 : Anadol.....	31
Şekil 4.3 : Ali Bakova tasarımı 'fes.ti.val' halı.....	32
Şekil 4.4 : Ebru Çerezci tasarımı SIL703 serisi.....	33
Şekil 4.5 : Kunter Şekercioğlu tasarımı 'nargile'.....	34
Şekil 4.6 : Meltem Eti Proto tasarımı 'Turkish Delight' puflar.....	34
Şekil 4.7 : Aziz Sarıyer tasarımı Sage b ve Cloth x.....	35
Şekil 5.1 : Kuram oluşturma yönteminin aşamaları.....	40
Şekil 5.2 : Beş Duyu İstanbul Projesi'nde kültürel gösterge kategorileri.....	42
Şekil 6.1 : Proje Milano'nun kavramsal dağılım haritası.....	52
Şekil 6.2 : Proje Milano kavram haritasındaki izler.....	53
Şekil 6.3 : Beş Duyu İstanbul'un kavramsal dağılım haritası.....	60
Şekil 6.4 : Beş Duyu İstanbul kavram haritasındaki izler.....	62
Şekil 6.5 : Nokia Only Planet'in kavramsal dağılım haritası.....	66
Şekil 6.6 : Nokia Only Planet kavram haritasındaki izler.....	67
Şekil 7.1 : Proje Milano, kavram kategorileri.....	70
Şekil 7.2 : Beş Duyu İstanbul, kavram kategorileri.....	71
Şekil 7.3 : Nokia Only Planet, kavram kategorileri.....	72
Şekil 7.4 : Kavram sınıfları ve aralarındaki ilişkiler.....	74
Şekil 7.5 : Clopen, Any, Flow.....	74
Şekil 7.6 : a. Spiresca, b. Him, c. Duet, d. Mindcell, e. Clear Your Mind.....	75
Şekil 7.7 : a. Sofra, b. Maarif, c. Navel, d. I-am-passing.....	76
Şekil 7.8 : Aster-ist, Trollop.....	77
Şekil 7.9 : a. Kavuk, b. Traces, c. Protector Eye.....	77
Şekil 7.10 : a. X-seat, b. In-between, c. Rastgele, d. Ding, e. Shoekabı, f. Lowline.....	78
Şekil 7.11 : Kavram sınıfları ve tasarım süreçleri.....	79
Şekil 7.12 : Kültür, kavram sınıfları ve ürün bağlamında bir tasarım süreci modeli.....	81

TASARIM VE KÜLTÜR: ÜRÜN TASARIMI EĞİTİMİNDE KAVRAMSAL ÖRÜNTÜLER VE KÜLTÜREL GÖSTERGELER ÜZERİNE BİR ANALİZ

ÖZET

Küreselleşmenin endüstri ürünleri tasarımında kültürel konuların önem kazanmasını sağlayan iki sonucu olduğu söylenebilir. İlk olarak, insanın, bilginin, paranın ve metanın dünya üzerindeki dolaşımının coğrafi sınırlamaları aşmış, fiziksel sınırları zorlaması ile beraber, artık ürünlerin tasarım, üretim ve satış süreçlerinin aynı yerde gerçekleştirilmesi zorunluluğu da çoktan ortadan kalkmış görünmektedir. Bu durum bir yandan kültürler arası etkileşimi kolaylaştırmakta, bir yandan da ürünler arasında bir benzeşmeye yol açarak yaratıcılık ve yeniliğin önünü tıkamaktadır. Bu şartlar altında, küreselleşmeye karşı kültürel çeşitliliğin desteklenmesi adına izlenebilecek yollardan biri olarak tasarımda kültürel çalışmalar öne çıkmaktadır.

İkinci olarak, talepten neredeyse bağımsız, sürekli bir arz yaratmak amacı ile doğal kaynakların hızla azaldığı ve çevresel sorunların da hızla arttığı bir üretim-tüketim döngüsü oluşmuştur. Bu döngünün kırılabilmesi açısından da yerel projeler ve dolayısı ile kültürel çalışmalar alternatif yöntemler olarak görülebilir.

Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımının hem tarihsel olarak daha geç ortaya çıkması, hem de diğer ülkelerden farklı bir gelişim seyri izlemesi, tasarımın ülkenin kendine özgü şartlarına göre şekillenmesine ve dolayısıyla tasarımda kültürel çalışmaların yenilikçilik açısından önemli bir noktaya gelmesine sebep olmuştur.

Bu noktada tasarımcının içinde yaşadığı kültürü ne derece tanıdığı, geleneksel, popüler ve alt kültürler bağlamında kendini nereye konumlandığı soruları önem kazanmaktadır. Kültürü algılayış biçimi tasarımcının bir tasarım süreci içerisinde kültürel öğeleri nasıl kavramsallaştırdığını belirlemekte, onun düşünce şeklini ve akışını doğrudan etkilemektedir.

Bu çalışmada, İTÜ EÜTB'de yapılmış, kavramsal ağırlıklı ve/veya belli kültürel konulara odaklanan öğrenci projelerinde kavramsal çerçevenin nasıl oluştuğu, kavramlardan ürünlere geçiş aşamasında tasarım sürecinin ne şekilde işlediği ve ele alınan kavramlarla kültürün nasıl bir ilişki içerisinde olduğu incelenecektir. Elde edilen verilerden hareketle, tasarım sürecinde kavramların ve kültürel yapının nasıl işlediğine dair bir model önerisi sunulacaktır.

DESIGN AND CULTURE: AN ANALYSIS OF CONCEPTUAL PATTERNS AND CULTURAL SIGNS IN PRODUCT DESIGN EDUCATION

SUMMARY

It can be suggested that there are two results of globalization in making cultural subjects to become important in industrial product design. Firstly, it seems that it is no more necessary for the processes of designing, producing and selling products to be done in the same place due to the fact that the circulation of human beings, knowledge, money and commodity on earth overcomes geographical borders and enforces physical limitations. This situation, on the one hand, enables cultural interaction; and on the other hand, blocks creativity and improvement by creating affinity amongst products. Under these circumstances, cultural studies in design becomes prominent as one of the ways to assist cultural variety against globalization.

Secondly, a cycle of production and consumption arises in which natural resources are quickly diminishing, environmental problems are increasing swiftly in order to create a continuous supply which is almost free of demand. Local projects and hence, cultural studies can be considered to be alternative methods so that this cycle can be broken.

The facts that industrial design is emerged in Turkey later than the other countries, and that it follows a different path when compared to the other countries, are the reasons why design is shaped according to the specific circumstances and hence cultural studies in design become quite significant in terms of innovation.

In this respect, questions such as how well the designer knows the culture he/she lives in, and where does he position himself/herself in terms of popular and sub-cultures come into prominence. The way a designer perceives culture determines how he/she conceptualizes cultural elements in the process of designing, and directly effects his/her way of thinking. This study analyses how the conceptual framework is developed within the students' projects made in ITU IPD Division, which are based on conceptual issues and/or which focus on particular cultural subjects. Moreover, it also analyses how the product design process operates through the transition from the concept to the product and in what way the concepts in question are related to culture. With respect to the data acquired, a model on how notions and cultural structure operate during the design process will be proposed.

1. GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Kapsamı

Endüstri ürünleri tasarımı disiplini ortaya çıkışından itibaren dünyadaki sosyal, ekonomik ve teknolojik yapı ile yakın bir ilişki içerisinde olmuştur. Mesleğin uygulanışı ve yöntemleri sürekli olarak gelişime ve değişime uğramış ve endüstri ürünleri tasarımı son yıllarda daha önce olmadığı kadar önemli bir konu haline gelmiştir. Önceleri zanaat ile bütünleşik bir şekilde yaşamını devam ettirmekte olan tasarım, Modernizm ve Sanayi Devrimi ile beraber zanaattan ayrılarak profesyonel bir disiplin haline gelmiş ve ardından küreselleşmenin olumlu ve olumsuz getirilerinden ciddi bir şekilde etkilenmiştir.

Bu getirilerden olumlu olarak nitelendirebileceğimiz bir tanesi dünya üzerindeki bilgi ve teknoloji transferinin ve etkileşimin çok hızlı ve kolay bir hale gelmiş olmasıdır. Malzemelere ve üretim tekniklerinin edinilebilirliğinin artmasıyla, farklı ülkelerin ürünleri arasındaki teknik farkların gitgide azalmaya başladığı ve tasarım ile üretimin aynı yerde yapılma zorunluluğunun bile ortadan kalktığı, doğal kaynakların hızla tükendiği bir ortamda endüstri ürünleri tasarımı ile fark yaratma ya da belli bir sürdürülebilirlik sağlama konusunda artık yerel kavramlar ve kültür daha fazla öne çıkmaktadır. Küresel firmaların giderek artan oranlarda etnografik çalışmalara önem vermesi, birçok ülkede yürütülen yerel projeler ve geliştirilmeye çalışılan ulusal tasarım anlayışı, bu argümanı destekleyici nitelikte gelişmelerdir. Özellikle Türkiye gibi endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin ve eğitiminin merkezdeki ülkelere göre geç ve farklı bir şekilde geliştiği, toplum ve kültür ilişkisinin sıklıkla sert ve radikal dönüşümler geçirdiği bir ülkede kültürel altyapısının endüstri ürünleri tasarımında hem ayrı bir öneme sahip olduğunu hem de farklı şekillerde dışa vurulduğunu söylemek mümkündür.

Bu noktada tasarımcının içinde yaşadığı toplumun kültürü ile olan ilişkisi önem kazanmaktadır. Her toplum içerisinde gelenekler, popüler kültür ve alt kültürler birbirleri içerisine geçmiş, birbirinden beslenen ve birbirini etkileyen bir ağ oluşturur. Bu bağlamda tasarımcının, kültürel yapı içerisinde kendini konumlandığı yer ve kültürü algılayış biçimi doğal olarak onun bir tasarım süreci içerisinde kültürel öğeleri nasıl kavramsallaştırdığını belirler, onun düşünce şeklini ve akışını doğrudan etkiler.

Tasarımcının kültür kavramı ile akademik anlamda ilk karşı karşıya kaldığı, onu incelediği ve ürün tasarımında nasıl kullanacağını öğrendiği yerin üniversite olduğu düşünülürse, akla kültür kavramının üniversitelerdeki endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde ne şekilde ve hangi açılardan ele alındığı sorusu gelmektedir. Bu konu, kültür tanımlarından farklı kültür çeşitlerine, Türkiye'deki Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümlerinin kuruluş şekilleri ve amaçlarından kültür konusuna bakışlarına varan çok geniş bir alana yayılmaktadır. Bu çalışma daha özel bir çerçevede kavramsal ağırlığı görece olarak daha fazla olan ve/veya belli kültürel kavramlara odaklanan projelerde kavramsal çerçevenin nasıl oluştuğu, bu kavramlardan ürünlere geçiş aşamasında tasarım sürecinin ne şekilde işlediği ve ele alınan kavramlarla kültürün nasıl bir ilişki içerisinde olduğu sorularına cevap arayacaktır. Bunun için İTÜ EÜTB'de yapılmış üç proje incelenerek bu projelerin kavramsal analizleri üzerinden tasarım süreçlerine dair sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı;

- i) endüstri ürünleri tasarımı ile kültür arasındaki ilişkinin genel yapısını ve Türkiye'deki gelişimini incelemek,
- ii) tasarım süreçlerinde kavramsallık ve kültür kavramlarına bağlı olarak ürün tasarımında kültürden yararlanma şekillerini belirlemek,
- iii) endüstri ürünleri tasarımı eğitimi projelerinde kavramsal yapının analizini yaparak bu projelerdeki kavramsal örüntüler üzerinden tasarım süreçlerinde kavramlarla kültür arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarmaktır.

1.3. Tezin Yapısı

Tezin ilk kısmı genel anlamda endüstri ürünleri tasarımı ile kültür arasındaki ilişkinin ve endüstri ürünleri tasarımında kültürün yerinin anlaşılması üzerinedir. Genel tasarım ve kültür tanımları yapıldıktan sonra tarihsel gelişim süreci içerisinde bu iki kavramın birbirini ne şekilde etkilediği ve günümüzde nasıl bir yapı oluşturdukları incelenecektir.

Ardından Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımı ve kültür ilişkisi araştırılacaktır. Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımının ortaya çıkışı ve kendine özgü gelişim süreci ele alınarak, endüstri ürünleri tasarımı eğitimi ile disiplini arasındaki ilişkinin

ardından Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı eğitimi ile kültür arasındaki dinamikler irdelenecektir.

Bir sonraki bölümde, tasarım süreçlerinde kavramsallık ve kültür ilişkisi incelenecektir. Göstergibilimsel yapılar ve kültürel göstergeler ile temel açıklamaların ardından tasarım süreçlerinde iyi tanımlanmış ve iyi tanımlanmamış sorunlara değinilecektir. Ardından kültürün ürün tasarımında ortaya çıkış biçimleri ve ürün tasarımında kültürden yararlanma şekilleri açıklanacaktır.

Tezin yöntemi, yapılan çalışmaların akışı ve kullanılan yöntemlerin anlatılmasının ardından son bölümde İTÜ EÜTB’de yapılmış öğrenci projelerinin analizine geçilecektir. Projelerin kavramsal açıdan incelenmesi ve ortaya çıkan sonuçların sınıflandırılması sonucunda elde edilecek bulgulardan kavram kültür ilişkisine ve tasarım süreçlerine dair genelleştirilmiş sonuçlara ulaşılmaya çalışılacaktır.

Son olarak, sonuçlar üzerinden çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılacak ve ilerideki araştırmalar için kaynak olabilecek noktalar belirtilecektir.

2. ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI VE KÜLTÜR

Tasarım ve kültür kavramları çok geniş tanım alanlarına sahiptir ve hem tarih boyunca değişkenlik göstermiş hem de farklı disiplinler için farklı anlamlar ifade etmişlerdir. Bu yüzden endüstri ürünleri tasarımı ve kültür ilişkisini ele almadan önce bu kavramlar tanımlanacak ve tarihsel süreç içerisindeki ilişkileri incelenecektir. Böylece çalışmanın ilerleyen bölümlerinde konunun Türkiye ve ürün tasarım süreçleri bağlamında incelenmesi ve ürünlerin kavramsal analizinin yapılması için bir altyapı oluşturulacaktır.

2.1. Tasarım Tanımları

Aynı anda hem düşünsel bir eylem, hem bir süreç olarak nitelendirilebilecek ve aslında tarih boyunca var olmuş olsa da **(Margolin, 2005)** gelişimi boyunca zamanın farklı noktalarında ciddi değişimlere uğramış ve farklı amaçlara hizmet etmiş bir kavramın/edimin/disiplinin tek ve herkes tarafından kabul görece bir tanımını yapmanın zorluğu ortadadır. Bu yüzden tasarımın tanımlanması konusunda belki de ilk olarak söylenmesi gereken aslında bu amaca hiçbir zaman tam olarak ulaşamayacak olmasıdır, ancak bu tasarım tanımları üzerine tartışmanın yararsız bir eylem olduğu anlamına gelmez **(Lawson, 1997)**. Bunun ötesinde sorun gerçekte tasarımı tanımlamanın imkansızlığından değil bu tanımların çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Tasarımı tanımlamak için birçok farklı yol seçilebilir ve bu yollardan birden fazlası kendi bağlamı içerisinde doğru olabilir. Tıpkı aynı durumu/sorunu karşılayabilecek birden fazla tasarımın mümkün olması gibi.

Tasarıma kelime anlamı olarak baktığımızda “tasavvur” kelimesi yerine önerilen bir kelime olduğunu görüyoruz **(Nişanyan, 2002)**. Bu bağlamda tasarım “düşleme, düşünme ve zihinde resimleme” anlamına gelmektedir. Tasarlamak da “kabataslak yapmak, planlamak ve model yapmak” anlamında kullanılan bir kelimedir. Bu şekilde ele alındığında tasarlamanın belli bir hedefe ulaşmak doğrultusunda gerçekleştirilen düşünsel bir süreç olduğu söylenebilir. Bu haliyle tasarım insanlık tarihinin başlangıcından beri var olmuştur. Van den Boom’a göre de kelimenin kökleri Latince “designare”den gelmektedir **(Van Den Boom ve Romero-Tejedor,**

2005). Kelime tam çevirisi ile “karar vermek” anlamına gelse de yazınsal anlamda “yukarıdan işaret etmek” olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda tasarım:

“Belirsizliği sürekli farklılaştırma ile kesinliğe dönüştürür. Yani tasarım, en genel ve soyut algılanışıyla her şeyin ötesinde temsil yolu ile karar vermektir (**Van Den Boom ve Romero-Tejedor, 2005).**”

Oxford sözlüğüne göre tasarım kavramı ilk olarak 1588’de kullanılmıştır ve tanımı da şu şekilde yapılmıştır:

- bir kişi tarafından, gerçekleştirilmek üzere yapılmış plan ya da şema,
- bir sanat eserinin ilk grafik taslağı,
- işin yapılması için bağlayıcı bir uygulamalı sanatlar objesi (**Bürdek, 2005).**

Bu tanımlamalar birleştirilecek olursa tasarımın özetle “düşünme, planlama karar verme ve uygulama süreçleri sonucunda bir durumun belirsiz bir halden daha kesin bir hale geçirilişinin temsil yolu ile gösterilmesidir”. Ancak bu derece karmaşık bir tanımın bile bu kelimeyi/eylemi tam olarak karşılayamadığı ve soyut kaldığı görülmektedir. Bunun yanında Chris Jones –belki de tanımlamayı karmaşıklaştırmanın onu daha anlaşılır yapmadığını düşünerek- daha sade ve genel iki tanım önermiştir. “İnsan yapımı şeylere değişiklikler getirmek” ve “çok karmaşık bir inanç eyleminin gerçekleştirilmesi” (**Lawson, 1997).**

Bir etkinlik olarak tasarımın amacına dair daha spesifik ve ayrıntılı bir tanım ise ICSID tarafından yapılmıştır:

“Amaç. Tasarım, nesnelerin, süreçlerin servislerin ve bunların sistemlerinin bütün yaşam döngüleri içerisindeki karmaşık özelliklerini kurmaya çalışan yaratıcı bir etkinliktir. Bu yüzden tasarım teknolojinin yenilikçi bir şekilde insanileştirilmesinin temel; kültürel ve ekonomik etkileşimin kritik bir etkenidir (**ICSID, 2008).**”

Bunun yanında tasarıma küresel, sosyal ve kültürel etik bağlamında görevler yüklenmiştir. Tasarım hem “küresel sürdürülebilirlik ve çevresel koruma”, hem “küreselleşmenin karşısında kültürel çeşitliliğin desteklenmesi” hem de ürün, servis ve sistemlerin karmaşık yapıları içerisinde belirli bir anlamsallığın (semiyoloji) ve tutarlılığın (estetik) oluşturulması ile bağlantılı bir role sahiptir (**Heufler, 2004).**

2.2. Kültür Tanımları

Kültür kelimesinin dilbilimsel köklerine bakıldığı zaman kelimenin Fransızca’da “culture” ve Latince’de “cultura” kelimelerine dayandığı görülmektedir (**Nişanyan, 2002).** İngilizce’deki “cultivate” kelimesi de buradan gelmektedir. Kelimenin iki anlamından ilki toprağı ekip biçme yani tarım anlamına ikincisi de terbiye ve/veya eğitim anlamına gelmektedir. Daha da geriye gidildiğinde kelimenin “kült” kelimesi ile

de ilişkili olduğu görülmektedir. Fransızca'da "culte" kelimesi mezhep ve ibadet usulü, dini töre ve törenler, Latince'de "cultus" ise yine "işleme, ekip biçme" anlamlarına karşılık gelmektedir. Türkçe'de ise yaygın kullanımı "kültür" olsa da "ekin" kelimesi de aynı anlamı karşılamaktadır.

Kültürü en genel anlamı ile -ve antropolojik bir yaklaşımla- bir "yaşayış şekli" ya da insanlığa dair "hemen her şey" olarak ele almak mümkündür (**Sparke, 2004**). Sparke daha spesifik olarak kültürü iki ana eksen üzerinden tanımlamaktadır. Bunlardan ilki "yüksek değerli ve estetik etkinlikler" üzerinden yapılan bir kültür tanımıdır. Bu anlamda insanlığın önemli başarılarından güzel sanatlar ve edebiyat gibi alanlar kültürü oluşturur. Ancak kültürü sadece bu etkinliklerle sınırlayan bu tip seçkin bir sınıflandırmanın kültürü tam anlamıyla ifade edemediği görülmektedir.

Oswell (2006) da buna ek olarak kültürün sadece bir kategori ya da fikir olmadığını, aynı zamanda maddesel şeyleri de içerdiğini söylemektedir. Ona göre kültür "elle tutulur, biçimlendirilebilir ve etkileyici" özelliğindedir. Maddesel olmayan tarafları da farklı formlarda ve anlamlarda maddeler üzerinden taşınarak kitlelere ulaşır. Bunun yanında Oswell'e göre kültür sadece taşınan olgu değildir ve taşınma sırasında olanları da kapsar.

Raymond Williams'a göre (**Oswell, 2006**), modern anlamda kültür düşüncesi en başta endüstri, demokrasi, sınıflar ve sanat ile ilgili düşünceler bütünü olarak algılanmaktaydı. Bu tip bir anlayışın, kültür kavramının yukarıda bahsedilen anlamlarından eğitim kavramına daha yakın olduğu görülmektedir. Bu anlamıyla kültür zamanla edinilen ve belli bazı konular üzerine sahip olunan birikimi, bir diğer deyişle "genel kültürü" anlatmaktadır. Oswell, bunun ardından kültürün anlamında değişiklikler olmaya başladığını söylemektedir. 19. yüzyıl öncesinde kültür daha çok insanın eğitim süreci ya da "doğal büyümenin eğilimleri" olarak kabul edilirken, sonrasında bu kavram tek başına bir anlam ifade etmeye başlamış ve ilk önce "akıl genel bir hali ya da alışkanlığı", ikinci seviyede de "bir toplumun bütün entelektüel gelişim seviyesini" karşılayan bir terim haline gelmiştir. Üçüncü seviyede kültür "sanatın genel yapısı", daha sonra ise "maddi, entelektüel ve ruhsal anlamda bütün bir yaşam biçimi" halini almıştır.

Farklı disiplinler insan etkinliklerinin anlaşılması ve/veya değerlendirilmesi için farklı kültür tanımları öne sürmüşlerdir (**Lin, 2007**). Tasarım alanında da son yıllarda artan kültürel çalışmalarda farklı disiplinlerin etkisi görülmeye başlanmış ve dilbilim, antropoloji ve sosyoloji gibi alanların yöntemleri önem kazanmaya başlamıştır. Zira tasarım tartışmaları artık maddesel ürünlerin ötesine geçmiş ve sosyal algılayış ve

davranış biçimlerini de içerir hale gelmiştir. Tasarım için daha ağırlıklı önem taşıyan bu tür dilbilimsel, antropolojik ve sosyolojik çalışmalara baktığımızda kültür medeniyetin evrimsel akışında dil, gelenekler, din, sanat, düşünce ve davranışları içeren süreçler sonucunda ortaya çıkan bir kavram olarak ele alınmaktadır. **Gheorghiu (1999)**, son yıllarda kültürün anlamının aslında antropolojik açıdan “kültürler” sınıfına girmeyen birçok kültürel etkeni içine alacak şekilde genişlediğini ifade etmektedir. Bu sebeple de kültür ile tasarım arasındaki ilişkiyi netleştirmek için antropolojik bir kültür tanımına ihtiyaç duyulmaktadır. Gheorghiu'nun farklı kaynaklardan derlediği zaman içinde yapılmış birçok tanımlamaya bakıldığı zaman kültürün “yaşam için tasarımlar” (1945), “bir gruba özgün aktivite, inanç ve insan eliyle yapılmış nesnelere” (1979), “insanların yaşayış şekillerinin altında yatan ortak fikirler, kavramsal tasarımlar ve ortak anlamlar sistemi” (1976), “kontrol mekanizmaları” (1973) ve “bütün insan nüfuslarının sahip olduğu şey” gibi farklı ifade şekilleri ile karşılaşılmaktadır. Bu tanımlara bakıldığında kültürün “düşünsel fenomenler, fikirler ve benzeri şeylere” indirgenildiği görülmektedir. Güncel bütünsel tanımlar ise kültürü daha çok bir doku, bir örtü, ya da maddesel ve maddesel olmayan öğelerin bir karışımı” olarak ele almaktadır. Bu tür bütünsel bir yaklaşım kültürel alt sistemlerin karmaşık bir dengesi olarak sunulan tasarım sürecinin anlaşılması ve tasarım araştırmacısının maddesel yönleri sosyal, psikolojik ve ekonomik yönlerle ilişkileri içerisinde analiz edebilmesi, tasarımı yaratan ve tasarımın yarattığı tarihsel bağlamın farkına varabilmesi açısından önemlidir (**Gheorghiu, 1999**). Böylesi bir yaklaşım görüldüğü üzere kültürü sadece düşünsel süreçler, sosyal fenomenler ve ortak anlamlar ya da sadece maddesel ürünler olarak ele almanın ötesinde birleştirici ve bütünleyici bir kültür tanımı önermektedir.

Tarihsel sürece bakıldığında kültür anlayışının daha sınırlı ve tanımlı bir çerçeveden gittikçe daha geniş, kapsayıcı ve bütünsel bir yapıya doğru ilerlediği görülmektedir. Ancak bütünsel bir yapıyla da ele alınıyor olsa, kültür konusunun daha belirgin sınırlar çerçevesinde incelendiği yaklaşımlar ve alt sınıflar bulunmaktadır. Popüler kültür ve alt kültürler, geleneksel kültür, maddi kültür, tasarım, eğitim ve çalışma kültürleri gibi yapılar kendi içlerinde dönüşmekte, birbirini etkilemekte ve hatta birbiri üzerinden kendisini tanımlamaktadır. Bu yüzden endüstri ürünleri tasarımı bağlamında kültür konusu incelenirken bu yaklaşımlar ve alt sınıflar da incelenmelidir.

Tasarım pratiği ve araştırmaları açısından belki de en büyük öneme sahip olan kavram maddi kültürdür. Maddi kültür **Prown'un (1996)** sözleriyle “İnsansal eylemler sonucu kültürün dışavurumu olarak dönüştürülmüş ham ya da işlenmiş her tür

malzemenin çalışılması” şeklinde tanımlanmaktadır. Prown aynı zamanda maddi kültürün çalışılmasını “yumuşak” ve “sert” olarak (soft & hard material culture) iki yönetime de ayırır. Bunlardan birincisi ürünün gerçekliğini bütün malzeme, yapılış ve artikülasyon biçimlerini inceleyerek ürünün, bilgiyi sadece içeren değil aynı zamanda üreten bir yapı olarak ele alır. İkincisi ise “nesneyi kültürün kendini ifade ettiği dilin bir parçası olarak” değerlendirir. Sadece nesne ve onu üreten/kullanan toplum hakkında bilgi sahibi olmaya değil, bütün bunların altında yatan kültürel inançları ortaya çıkarmaya da çalışır (**Prown, 1996**). **Miller’a (1987)** göre de “nesnelerin şekilleri yalnızca teknik ile ilgili değildir ve kültürün görsel biçimlerini yaratan görünmez güçler tarafından biçimlendirilir. Yani, ürünün tasarlandığı ana kadar ve ondan sonra olmak üzere iki farklı hayatı olduğunu ve bu iki sürecin de belli bir kültürel yapının etkisi altında oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu çalışma, ağırlıklı olarak yukarıda bahsedilen ilk yöntemin esas alınarak, ürünün ortaya çıkartılışı öncesinde işleyen düşünsel süreci ve kavramların ürün üzerinde ifade edilmiş şekillerini incelemeye yönelik olacaktır.

2.3. Endüstri Ürünleri Tasarımı ve Kültür İlişkisi

Margolin (2005) tasarımın anlamsal ve profesyonel gelişimini üç temel anlayışla ele almaktadır. Ona göre ilk olarak, insanlık tarihine baktığımız zaman bütün kültürler yaşam şartları doğrultusunda hayatta kalmak için ihtiyacı olan temel maddesel ve görsel ürünleri üretmişlerdir. Bu bağlamda tasarımın, şu anda anlaşıl意思ıyla olmasa da tarih boyunca ve bütün kültürlerdeki varlığından söz edilebilir.

İkinci olarak, Sanayi Devrimi ile beraber tasarım, seri üretimin ve kitlesel iletişimin vazgeçilmez bir ögesi haline gelmiştir. Devrim öncesinin tasarım anlayışı ekonomik ve teknolojik modernleşmenin güçlenmesi karşısında bir başkalaşıma uğramış ve bu ortamda profesyonel tasarımcı anlayışı ortaya çıkmıştır. Sparke’a göre:

“Çağdaş toplumu yaratmış olan ve onu domine etmeye devam eden endüstriyel kapitalizmin çerçevesi içerisinde tasarım, kitlesel üretim ve kitlesel tüketim ile ikili bir ittifak içerisinde olmuştur ve bu iki fenomen onun hemen hemen bütün ortaya çıkış şekillerini belirlemiştir (**Sparke, 2004**).”

Son olarak ise modernleşmenin yirminci yüzyılda –özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra- yayılması ile beraber modern tasarım anlayışı da bütün dünyada yaygın bir hale gelmiştir.

Bu noktada, Margolin’in bahsettiği ilk süreç belli bir merkeze bağlı olmayan, her toplumun kendi içerisinde ve ihtiyaçları doğrultusunda geliştirdiği bir tasarım anlayışıdır. İkinci süreçte anlatılan ise Sanayi Devrimi’nin coğrafi konumu itibari ile Avrupa merkezli olarak gelişen bir tür üretici-tasarımcı modeli ve bunu takip eden

akademik girişimler etrafında şekillenen bir endüstriyel tasarım yapısıdır. Son süreçte ise gerek Avrupa'dan ABD'ye giden tasarımcılar ve tasarım akademisyenleri, gerekse orada yetişmiş olanlar ile oluşan, disiplinin tam, bağımsız ve modern anlamıyla ortaya çıktığı bir dönem anlatılmaktadır. Bu son iki süreçte de temelde bir merkez tanımlanmakta, merkez etrafındaki bölge ve ülkeler periferi olarak nitelendirilerek, endüstriyel tasarım mesleğinin oluşumu ve gelişimi bu merkezlerin baz alındığı bir sistem üzerinden incelenmektedir.

1980'li yıllara kadar tasarım konusu daha çok tüketim kültürü içerisindeki rolü üzerinden incelenmişse de bunun ardından sosyal ve kültürel tarih, tasarım tarihi, görsel kültür, kültürel çalışmalar, sosyoloji ve antropoloji gibi birçok farklı disiplin içerisinde daha öncekinden farklı bir şekilde ele alınmıştır (**Sparke, 2004**). Bu araştırmalar sonucunda varılan noktada tasarım açık olarak veya dolaylı yoldan "kültürel bir fenomen" olarak tanımlanmıştır. Tasarım, doğal çok disiplinli yapısı ve sürekli değişen tanımı sebebiyle her zaman ekonomi, teknoloji ve siyaset ile yakından ilişkili olmuştur. Ancak yüzyılın sonuna gelindiğinde tasarımın ana amacı "günlük yaşam içerisinde anlam yaratmak ve bunu yansıtmak" haline dönüşmüştür.

Öyle görünmektedir ki ortaya çıkışından bugüne kadarki süreç içerisinde tasarım disiplini içerisinde kültür konusu farklı amaçlarla ele alınmış ya da reddedilmiş, farklı anlayışlarla desteklenmiş ya da değiştirilmiş, sonuç olarak farklı kullanım şekilleri üzerinden ürün tasarımı ile sürekli pozitif olmasa da sıkı bir ilişki içerisinde olmuştur.

2.3.1. Tarihsel Gelişim

Modernizmin temellerini 14. ve 15. yüzyılda Rönesans'ın Hümanist yapısını temel alan 18. yüzyıldaki özgürleşme hareketleri sonucu Orta Çağ'ın "teolojik evren tasarımı" yıkılmasına kadar götürmek mümkündür (**Sezgi, 1996**). Bu noktadan sonra akılcı düşünce sistemleriyle gelişen toplumsal yapı "geleneksel yaşam ve örgütlenme biçimleri"nden ayrılarak yeni bir yapı oluşturmuştur. Batı toplumları bu akılcı yapı etrafında örgütlenerek "farklı kültürleri de tek bir yapı içerisinde, modernist ideallere göre yeniden kurmaya ve tanımlamaya" çalışmıştır. 18. yüzyılda Sanayi Devrimi'nin de gerçekleşmesi ile beraber batı toplumlarının çevresine kıyasla oldukça hızlı bir şekilde başkalaşması hem çevredeki toplumların batıya bağımlı bir gelişme çizgisi üzerinde kalmalarına hem de kültürel, sosyal, ekonomik ve politik anlamda merkezin çevre için bir gösterge noktası/norm haline gelmesine sebep olmuştur.

Bu tarihsel süreç içerisinde tasarım kavramı şimdiki anlamını neredeyse ancak 20. yüzyılın ortalarında bulmuş olsa da tüketicinin ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla

estetik ve fonksiyonel özelliklerle donatılmış ürün ve imgelerin yapılması fikri işte bu modern toplumun gelişimine kadar geri götürülebilir (**Sparke, 2004**). Sanayi Devrimi ve makineleşme ile beraber zanaatın ve elle üretim metotlarının öneminin azaldığı görülmektedir. Sanayi Devrimi hemen hemen her şeyin seri bir şekilde üretilmesi fikrini körüklerken, diğer tarafta “günlük nesnelere insani kalitelere” daha fazla önem veren Sanat ve Zanaat (Arts and Crafts) hareketi bulunmaktaydı (**Giard, 1990**). Bu durumda makineleşme ile insani beceriler arasında karşılıklı faydaya dayanan bir yapı oluşmuştur. Tasarım bu noktada kullanıcısı insan olan ürünlerin makineler tarafından birbirine eş ve seri bir şekilde üretilmesi sonucunda ürün ile insan arasında zayıflamaya başlayan bağı güçlendirmek amacı ile kullanılmaya başlamıştır. Eskiden tasarlayan da üreten de zanaatkar iken, tasarımcı ve üretici birbirinden ayrılmıştır. Böylece aslında çağdaş anlamda endüstri ürünleri tasarımının doğuşuna sebebiyet veren Sanayi Devrimi aynı zamanda onun üzerinde en önemli etkiyi de yaratmıştır. İlk bakışta birbirine taban tabana zıt gibi görünen iki yapı; zanaatın daha öncelikli olarak ele aldığı ve ağırlıklı olarak öne çıkardığı artistik/estetik öncelikleri ile endüstrinin hızlı ve çok sayıdaki üretim şekilleri bir araya gelerek hibrit bir oluşumla sonuçlanmıştır.

20. yüzyıl başlarında ulusal elit alt kültürlerin rolü diğer alt kültürleri işlevselci bir tasarım anlayışı ile dönüştürmekti. Yani daha iyi ve doğru kabul edilen fakat daha dar bir sosyal alana sahip alt kültürler, işlevin öne çıkarılması ile daha geniş bir tabana yayılmaya çalışılıyordu. Örneğin, henüz 1914 yılında Werkbund’un amacı “seri üretimin sanatsal ve ekonomik yönleri arasında bir bağlantı görevi görmek”ti (**Sparke, 2004**). Benzer bir durum aynı yıllarda İngiltere için de geçerli olmuştur (**Gheorghiu, 1999**). Elit alt kültürün geliştirdiği prensipler ülkenin kültürü üzerinde söz sahibi olmaktaydı. Gheorghiu’ya göre:

“Tasarım genellikle maddi kültürde görselleşen, kültürel alt sistemler arasındaki bir denge halinin sonucu olduğundan, tanımı her zaman kafa karışıklığı yaratmıştır (**Gheorghiu, 1999**).”

Sparke’ın belirttiği, iki Dünya Savaşı arasında hükümetlerin tasarımı ele alış şekillerindeki farklılıklar da bu durumun bir göstergesidir:

“Bazen basitçe genel teknik gelişmeler içerisinde bir etken, bazen satış içerisinde estetik bir etken, bazen sosyal gelişim programlarının bir parçası (**Sparke, 2004**).”

2. Dünya Savaşı’nın ardından Avrupa’daki endüstrileşmiş ve diğer market ekonomisi ile şekillendirilmiş ülkelerde büyük bir ekonomik yükseliş gerçekleşti (**Bürdek, 2005**). Ekonomilerini toplamaya çalışan ülkeler, ABD’nin de parasal desteği (Marshall Yardımı) ile uluslararası bir rekabet içerisine girdiler ve bugün küreselleşme adını verdiğimiz yapı oluşmaya başladı. Böyle bir ortam içerisinde tasarım kavramının da

değişen şartlara uydurulması gerekiyordu ve bu disiplin küreselleşmenin kendisine sağladığı getirilerden oldukça faydalandı:

“Tasarımcıların ekonomik küreselleşmenin her zamankinden daha fazla sunduğu fırsatların pozitif etkisinin keyfini süren bir sınıfa dâhil olduğunu düşünüyorum **(Balcioğlu, 1999)**.”

1970’lerde “Whole Earth” kataloğu ve Papanek’in yayınları üzerinden gelişen anti-endüstriyel hareketleri, modernizmin bitişi olarak gösterilen 1972 yılında St. Louis”teki toplu konutların yıkılması **(Harvey, 1997)**, makine temelli tasarımda bir dönüşüm yaşanacağını işaret ediyordu **(Myerson, 1998)**. Fakat bunun yerine 1980’lerde “modernizm ve post-modernizm arasında başlayan [stil savaşları] bu tartışmayı bir kenara itmiştir”. Bu dönemde “tasarlanmış nesnelere fetişizminin tepe noktasında” tasarım disiplininin, market ekonomisinin temel taşlarından biri haline geldiği ve tasarımcının da bir tür “sihirbaz” olarak algılandığı görülmektedir **(Balcioğlu, 1998)**. Ancak 1990’lara gelindiğinde tasarımın anlamı ve amacı yeniden sorgulanmış ve daha fazla sosyal, ekonomik, ekolojik ve çevresel sorumluluk esaslı yeni bir tasarım farkındalığına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Buchanan 1992’de tasarım disiplini sistemize ederek, tasarım pratiğini sembolik ve görsel iletişimden, maddesel objelere, oradan da etkinlikler ve organize servislerden karmaşık sistemler ve yaşama, çalışma, oynama ve öğrenme için ortamlara uzanan bir sınıflandırma içerisine yerleştirmiştir **(Margolin, 1998)**. Ona göre tasarım:

“Sanat ve bilimdeki işe yarar bilgiyi birleştirme ve entegre etme yeteneğine sahip ve bunu günün sorunlarına ve amaçlarına uygun olarak yapabilecek, teknolojik kültürün yeni ve liberal bir türüdür **(Buchanan, 1992)**.”

Küreselleşmenin kültür kavramı ve endüstri ürünleri tasarımı üzerinde yadsınamaz etkileri olduğunu söyleyebiliriz. Ulaşımın ve iletişimin son derece hızlı bir hale geldiği bu dönemde küreselleşme insanların iletişim kurması, tecrübelerini aktarması farklı kültürleri incelemesi ve anlamasının yanında ürünlerin üretimi ve dolaşımı açısından da çok uygun bir zemin oluşturmaktadır. **Jameson’a (1998)** göre bu etki özellikle iletişim konusunda karşı bir fikre fazla yer bırakmayacak kadar net görülmektedir. İletişim kanallarının çeşitlenmesi, yaygınlaşması ve önem kazanması ile küçülen Dünya’da “ekonomik, politik, ideolojik ve kültürel konular daha devredilebilir ve ulaşılabilir” hale gelmiştir. Hatta denebilir ki küreselleşme “önceleri birbirinden az veya çok izole olmuş insanları, kültürleri, toplumları, uygarlıkları, bugün düzenli bir şekilde ve neredeyse kaçınılmaz olarak ilişkiye sokmaktadır” **(Sezgi 1996, Beyer’den alıntı)**.

Bunun yanında malzeme, üretim teknikleri ve teknolojik gelişmeler açısından da sınırsız ve -neredeyse- engelsiz bir akışkanlık oluşmaktadır. Böylece tasarımcının önündeki imkanlar da git gide artmaktadır. Araştırma yapmak, kendi kültürü ya da

diğer kültürler hakkında bilgi sahibi olmak, bu bilgileri tasarladığı ürünlerde kullanmak kadar bu ürünleri üretmek ve dağıtmak da oldukça kolay bir hale gelmiştir. Bu noktada **Myerson'a (1998)** göre tasarımcılar gerçekleşen hızlı değişimlerle sürekli farklılaşan rolleri içerisinde kendi temel güçleri ile olan bağlarını kaybetmiş, tasarımın endüstri ile ilişkisinde ortaya çıkan “yeni oyuncak”lar ve “yeni kurallar”a kendilerini kaptırmışlardır.

Küreselleşmenin kültürel boyutta farklı kültürlerin kendilerini gösterme ve kimliklerini yansıtmaya isteklerini arttırdığı ve sağladığı imkanlarla bunun gerçekleşmesini kolaylaştırdığı ortadadır (**Bayrakçı, 1996**). Küreselleşme, kültürel, sosyal ve yerel dinamiklerinin yapısı itibarıyla farklılıkların ifadesine imkan vermektedir (**Sezgi, 1996**). 1990 öncesi gibi sürekli ilerleme, modernleşme ve “batıyla bütünleşmiş dönüşüm” tezleri uygulanmak zorunda olmasa da yine de küresel rekabet yapısı içerisinde yer almak isteyen toplumların kendilerini “kapitalist sistemle bağlantılandırmak” durumunda oldukları görülmektedir. Bu noktada “ulusal kültürlerin... tek bir dünya kültürüne dönüşmesi uzak bir ütopya” olarak değerlendirilebilir. “Öyleyse kültürel çeşitlilik sürecektir”. Ancak diğer yandan küreselleşme toplumlar arasındaki sosyal ve ekonomik farkların yanında gelişim düzeylerindeki farklılıklardan dolayı da ideal seyirinden uzaklaşmaktadır. Bir taraftan malzemeler, üretim yöntemleri ve ürünlere yaklaşım konularında bir aynılaşmaya gidilirken, küreselleşme de çeşitli açılardan diğerlerine göre daha güçlü ve etkili konumdaki ülkelerin diğerleri üzerinde kurduğu ekonomik ve kültürel bir hegemonya haline gelmektedir. İyimser bir bakış ile kültürlerin dengeli bir bütünleşmesine gitmesi gereken yol giderek tercihlerin ve yönelimlerin ABD veya Avrupa gibi tek veya birkaç merkezden belirlendiği ve büyük kültürün küçük kültürü yediği hakimiyetçi bir yapıya doğru ilerlemektedir. Buna ek olarak kullanıcının sadece bir tüketici olarak görülmesi ve/veya salt olarak fizyolojik ve biyolojik özelliklerine indirgenmesi, hem ürünlerin git gide aynılaşmasına sebep olmakta, hem de ürün ile kullanıcı arasındaki duygusal, tarihsel ve kimliksel bağlantıyı zayıflatmaktadır. İşte bu noktada kültür –tek başına olmasa da, kullanıcıların kimliklerinin yansıtılması amacıyla ve onların kültürlerini standartlaştırmaya çalışan küreselleşmenin bu neo-liberal haline karşı dengeleyici bir güç olarak kullanılabilir.

Küreselleşmenin, kültürün yerel malzemeler ve üretim açısından önemini dolaylı olarak arttıran bir diğer sonucu da doğal çevrenin fiziksel ve biyolojik olarak çökmesidir. **Aydınlı'ya (1996)** göre endüstri toplumunun artan refah seviyesi bir yandan insana önem veren değerlerin ikinci plana atılmasına, çevre kirliliği ve hammaddelerin azalması gibi temel yaşamsal problemlerin ortaya çıkmasına sebep

olmuştur. Tüketimin kat kat ötesinde yoğun bir seri üretim ve doğal ya da sentetik her tür kaynağın sorumsuzca kullanımı, sanayinin ve üretimin Dünya'yı kirletme ve kaynakları tüketme hızının Dünya'nın kendini yenileme hızının önüne geçmesi geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik konularına önem verilmesini zorunlu kılmıştır. Eğer küreselleşmenin getirdiği sorunlardan biri olan çevrenin biyolojik ve fiziksel anlamda tükenmesi tasarımda teknik anlamda belli bir sürdürülebilirlik ihtiyacını doğuruyorsa, o sorunlardan bir diğeri olan kültürel standartlaşma ve sosyal/kültürel çevrenin erozyonuna karşı da kültürel bir sürdürülebilirlik sağlanması gerektiği de düşünülebilir. Tasarımın, 2.1'de belirtilen küresel, sosyal ve kültürel etik çerçevesinde tanımlanan görevleri de göz önüne alındığında tasarımcının salt olarak bir ürünü şekillendiren ya da endüstriyel kapitalizmin işleyişi içerisinde tüketim odaklı çalışan bir yapı içerisinde değerlendirilmesinin de fazla sınırlayıcı olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak küreselleşmenin yarattığı birçok olumlu ya da olumsuz durumdan bahsedilebilir. Bu durumların oluşturduğu çerçeve içerisinde tasarımı bir fırsat, sorun çözücü, rekabet aracı veya kültürel sürdürülebilirlik için bir yöntem olarak algılamak mümkündür. Bu noktada tasarımın akademik ve profesyonel anlamda kendini nereye konumlandıracağı önem kazanmaktadır. **Er'in (2001)** de belirttiği gibi küreselleşen dünyada merkez ile çevre arasındaki politik ayrımlar azalmış ve "ekonomik ve kültürel etkileşim" belirgin bir şekilde artmıştır. Küresel sistem, içinde takip edilecek yollara göre birçok farklı alanda olduğu gibi endüstri ürünleri tasarımında da yerel "özelliklerin" küresel fırsatlara çevrilmesi açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır.

2.3.2. Endüstri Ürünleri Tasarımında Kültürün Yeri

Sparke'a (2004) göre tasarım, değişimin hem bir etkeni hem de yansıtıcısı konumundadır. Görsel ve maddesel dilinin yanında ideolojik değerleri ile karmaşık mesajları iletebilir ve bu sebeple de toplum ve kültür içerisinde biçimlendirici bir rolü vardır. Bu anlamıyla da tasarım kültürün sadece yansıtıldığı değil aynı zamanda oluşturulduğu hareketli bir sürecin parçasıdır.

Aydınlı'nın (1996) belirttiği gibi "özellikle derin kültürel kökleri olan ülkelerde, endüstriyel gelişmenin son derece hızlı ve şiddetli olması sonucu toplumsal değerlerin biçim değiştirmesi, geleneksel değerleri tamamen ortadan kaldır[mıştır]".

Günümüzde de insanların nesnelere olan ilişkisinin ne kadar farklı bir hal aldığı ve kişilerin hayatlarını ne kadar şekillendirdiği ortadadır (**İlhan, 2006**). Bu ilişki aynı zamanda sosyal ilişkilerin ve statülerin oluşturulması, insanın yaşayışı ve toplum

içerisindeki konumu açısından da son derece önemlidir. İlhan'a göre de "sosyal bir varlık olan insan belirli bir kültür içerisinde var olur, özneliğini bu kültürün normları çerçevesinde oluşturur".

Metaya dayalı baskın kültürde ise özneliğin bu şekilde oluşturulmasının nesnelere üzerinden olması anlaşılabilir. Bu bağlamda tasarım da kişinin kendini ifade ettiği, yaşam görüşünü yansıttığı ve kendini birtakım "kültürel ve sosyal sınıflara" dâhil etme arzusunda olduğu bir dünyada, doğal olarak, "toplumsal dönüşüm ve kültürel süreçlerin" oluşmasında kritik bir yere sahiptir. Tasarım yalnızca fiziksel biçimler ile ilgili değildir ve "yaratıcı, politik ve sosyal etkileşimi" destekleyen bir süreçtir **(Elçioğlu, 2006)**. Bu sürecin ortaya çıkardığı sonuç ise "çağdaş şartların tüm olanaklarını kullanarak ortaya çıkan estetik biçim"dir.

"Tasarım kişisel ve ticari çevremizi şekillendirir, kültürümüz ve kısa süreli hafızamız için büyük önem taşır. En önemli unsur günümüzün enerjisini, deneyimini yansıtan ürünler yaratmak gibi görünmektedir **(Elçioğlu, 2006)**."

Endüstri ürünleri tasarımı birçok farklı disiplin ile yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır **(Mc Coy, 1990)**. Bu yüzden tasarımcı "problem çözme yöntemleri, biçimlendirme, teknik yetenekler, tasarım teorisi ve tarihi, sanat tarihi, üretim ve fabrikasyon teknikleri yanında sosyoloji, psikoloji ve geniş bir sanat ve bilim eğitimine de sahip olmak durumundadır". "Tasarımcılar kültürü yaratırlar ve kültürlerinin tarihini ve dinamiklerini bilmeleri gerekir" **(McCoy, 1990)**. Mesleklerin giderek uzmanlaşma eğiliminde olduğu bir dünyada tasarımcılar da birçok farklı disiplinin kesişim noktasında, daha geniş bir vizyona sahip olmanın avantajını yaşam standartlarını geliştirmek adına kullanabilirler. **McCoy'a (1990)** göre eğer tasarım "ticarileşmenin bir kölesi olmak" istemiyorsa uzmanlaşmaya yönelik bir yapının ötesinde disiplinlerarası yapısını korumalı ve düşünce biçimini çağdaş anlayışın da ötesinde tutarak toplumu yönlendirici bir tutum takınmalı ve gerekirse kendi kültürünü de eleştirebilecek bir geniş görüşlülük sahibi olmalıdır. Bu durum sonuçta tasarım disiplininin duruşunu da belirleyecektir. **İlhan'ın (2006)** belirttiği gibi tasarım ya "kapitalizm içerisinde, bu sistemin nihai amacı olan kar maksimizasyonuna hizmet eden ve miyadı dolunca diğer başka pek çok alanla beraber çöpe atılacak, basit, pratik, bir "araç" olarak" kalacak ya da "insanoğlunun temel ihtiyaçlarına eğilen, dünyayı insanlar ve diğer canlılar için daha iyi, daha sürdürülebilir bir yer haline getirecek entelektüel bir çalışma alanına" dönüşecektir.

Buradan yola çıkarak, ürün tasarımında kültürün sadece ürünlerin farklılaştırılması açısından yüzeysel göstergeler ve klişeler bağlamında kullanılmasının yeterli ya da çok anlamlı olmayacağı söylenebilir. Tasarımcının kendi kültüründen –ya da başka kültürlerden- etkilenirken bir yandan da onu dönüştürmesi ile oluşturulacak

etkileşimli ve karşılıklı faydaya dayalı bir yapıyı sağlayacak şekilde eğitilmesi, tasarımın içinde bulunduğu toplumun gerekliliklerini daha iyi karşılayabilmesi, eğitiminin de basit bir mesleki öğretimden fazlası olarak “anlamli bir varoluş”a (Er, 1998) sahip olabilmesi açısından önemlidir.

John Chris Jones’un ifade ettiği şekliyle tasarım ve planlama konusunda daha iyi ve yeni yöntemlere ihtiyaç olduğu görölmektedir (Margolin, 1998). Bunu “endüstriyellemiş ölkelerdeki ağır ve çözümlenmemiş sorunların (trafik tıkanıklığı, park sorunu, çevresel bozulmalar, vs.) insan eliyle yapılmış ürünlerin kullanımından kaynaklandığı” argümanında görmekteyiz. Küreselleşmenin tasarım üzerindeki etkileri ve tasarımın bundan doğan “bolluk içerisinde yokluk, çevrenin bozulması, kontrolsüz şehirselleşme, gençliğin yabancılaşması, geleneksel değerlerin reddi, enflasyon ve diğer parasal ve ekonomik bozulmalar” gibi sonuçlara eğilmesi gerekliliği de uzun süredir ifade edilmektedir (Meadows ve diğ., 1974).

Tasarım konusundaki kültürel çalışmaların bir ölkeden ve özellikle o ölkedeki tasarım mesleği ve eğitimi konusunda önemli bir yere sahip olduğu konusunda bir fikir birliği olduğu söylenebilir. Ancak bu konunun önem arz etmesinin arkasında yatan sebepler konusunda farklı görüşler ortaya çıkmaktadır. En temel anlamıyla endüstri ürünleri tasarımında kültür kavramının araçsal ve amaçsal olarak iki ekseninde ele alındığını söylemek mümkündür.

Er ve Akay’a göre geliştirmekte olan ve kültürel değerler ve gelenekler açısından da zengin olan birçok ölkede geliştirilen ürünlerin yerel kültüre fazla referans vermediği görölmektedir. Bunun sebeplerinden biri de bu ölkelerin endüstrileşme sürecinde ithal teknolojilere olan bağılılıklarıdır (Er ve Akay, 2001). Oysa zengin bir yerel kültür, iç pazarın ihtiyaçlarının tanımlanması, inovatif ürün fikirleri için önemli bir çıkış noktası, bir “varlık” olarak görülebilir. Bir şirket bunun üzerine kuracağı bir yapı ile sadece yerel anlamda değil küresel anlamda da kullanıcılara gerçek değerler sağlayabilir.

Bu bağlamda kültür ve tasarımın birbirleri açısından ne kadar önemli olduğu ortadadır. Ancak burada tasarımcılar ve tasarım eğitimcileri tarafından cevaplanması gereken soru tasarım-kültür ilişkisinin yapısının neye dayalı ve nasıl olacağıdır. Tasarımı Er’in (2005) belirttiği gibi bir “Milli Mesele” olarak ele almak mümkündür. Bu noktada kültür “küresel rekabet”te altta kalmamak adına kullanılabilir. Sezgi’nin (1996) de benzer bir yaklaşımla kültürü küresel pazarda başarıyı yakalamanın ya da “küresel alana eklemelenmenin” bir anahtarı olan tasarımın içerisinde “ticari bir meta” haline gelmiş bir etken, yüksek teknoloji

kullanımı yanında yerel kimliğin vurgulanması açısından önemli bir kavram olarak ele aldığı görülebilir. Ya da daha yaratıcı, daha yenilikçi ürünler ortaya koymak için bir ateşleyici, fark yaratıcı bir özellik olarak da algılanabilir. Bu da sonuçta yine ekonomik bir atılım, rekabette öne çıkma ve aslında en temelde de daha çok sayıda ve daha fazla insana ürün satmak amacına hizmet etmektedir. Bilim, teknoloji ve sanayileşme gibi konularda merkezle karşılaştırıldığında geri kalmış, ya da geç gelişmiş bir toplumda bu açıkları kapatacak bir yama olarak kültüre eğilmek, kültür odaklı çalışmalar yapmak oldukça anlaşılabilir bir durumdur. Ancak bunun yanında tasarımın ve tasarımcının kendini etik açıdan nereye konumlandığı, nihai hedefinin ne olduğu da önemlidir. Kültürün, tasarımcının elini içine soktuğu sonsuz imge, nesne, kavram ve biçimlerle dolu bir havuz olduğu düşünülebilir. Bu bağlamda kültür tasarımı –neredeyse- sonsuza dek besleyebilir. Kültürel referanslara sahip ürünlerle maddi faydalar sağlanabilir. Ancak kültürün sadece “güzel bir resim”den oluşmadığı, bir topluma dair insan eliyle yaratılan her tür kavram olduğu düşünülecek olursa, salt olarak rekabet ya da endüstriyel ilerleme odaklı bir tasarım anlayışında yukarıda belirtilen bir takım olumsuzluklar ya da sorunlar bu çerçevenin dışında kalmış/bırakılmış olacaktır. Kültürün ürün tasarımında bu şekliyle ele alınmasında, yani eylemin yapılmış olmasında bir sorun olmasa da amacın ne olduğu ve bu kavramlar havuzundan çekip çıkarılacaklarla ne yapılacağı sorgulanması gereken bir konudur. Kültür ve tasarım arasında oluşturulacak bu tip bir ilişki karşılıklı faydadan çok tek taraflı faydaya dayalı gibi görünmektedir. Bu bağlamda da kişilerin, kurumların ve belki de devletlerin tasarım anlayışlarını ve stratejilerini yeniden gözden geçirmeleri gerekmektedir.

“Tasarım adına eyleyenlerin, tasarımcı yetiştirenlerin, tasarımcıların ve adayların, tasarımın şimdiye kadarki gelişimini, ekonomik, politik ve kültürel değişimlere tepkilerini ve kimi zaman bu değişimleri yaratma modellerini; dünyanın ekolojik, ekonomik ve sosyal koşullarıyla paralel olarak şimdiye kadarkinden farklı bir perspektifle çözümlenmeleri ve bu çözümlenmenin sonucunda kimi temel ilkeler belirlemeleri gerekmektedir. Bu ilkelerin aslında dünyada yaşamın sürmesiyle ilgili ilkeler olacağı göz ardı edilmemelidir (Şişman, 2006).”

3. TÜRKİYE'DE ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI VE KÜLTÜR

Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımının tarihi ile ilgili kaynaklara baktığımız zaman meslek olarak tasarımın ve tasarım eğitiminin (merkeze göre –Avrupa ve/veya ABD- gecikmiş bir şekilde ortaya çıkmalarının yanında) iç ihtiyaçlardan çok dışarıdan yapılan müdahalelerle doğduğunu ve kurumların da tabandan değil tavandan gelen hareketlerle, bir takım projeler ve kişisel girişimler yolu ile kurulduklarını ve geliştiklerini görüyoruz. Bu sebeple tasarım eğitiminin ve tasarımcının kültür ile olan ilişkisi de yine kendine özgü bir yapıda oluşmuştur. Endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin ve mesleğinin ortaya çıkışı ve gelişimi sırasında ülkenin sürekli ve zaman zaman oldukça sarsıcı şekillerde değişen sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel yapısı hem bu disiplinin gelişim ve algılanış şekline biricik bir form kazandırmış, hem de kültür ile olan ilişkisi bağlamında farklı ele alınış ve yorumlanış şekillerini beraberinde getirmiştir. Eğer belli bir örneklem üzerinden bir ülkedeki belli ürünlerdeki kültürel göstergeler incelenecekse ilk aşamada o ülkenin ekonomi politikasının, sosyal ve kültürel şartlarının değişimine, basitleştirmek gerekirse o ülkenin, kültürünü nasıl ele aldığına bakmak gerekmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki bölümde Türkiye'nin tarihsel gelişim sürecinde değişen sosyo-ekonomik şartlar ve kültürel başkalaşımın çerçevesinde endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin ve mesleğinin ortaya çıkışı, ulusal siyasi ve ekonomik anlayışlar çerçevesinde temel olarak nasıl şekillendiği incelenmeye çalışılacaktır.

3.1. Tarihsel Gelişim

“Endüstri ürünleri tasarımının tarihsel olarak ortaya çıkışı ve sanayi kapitalizmi ile ilişkisi gibi konular Türkiye'de ne eğitim süreçlerinde, ne de mesleki oluşumlarda yeterince tartışılmadığı için bu meslek ve disiplinin Türkiye koşullarındaki kökleri, evrimi, gelişimi, yapısal dinamikleri ve tabii ki geleceği konusunda özgün fikir ve görüşler de şaşırtıcı derecede azdır (Er, 2006).”

Türkiye'deki endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde verilen tasarım tarihi dersleri mimarlık tarihinden uyarlanmış yöntemlerle ve genellikle hem endüstri ürünleri tasarımının merkezdeki gelişimine hem de ürün ve/veya tasarımcı odaklı bir yapıya sahiptirler. Bu bakımdan Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımının kendine özgü yapısından ve gelişimi, tarihsel süreçler içerisindeki değişim ve kendini konumlandırış –ya da başka dinamikler tarafından konumlandırılış- biçimi

konusunda, birkaç görsel ve yazınsal derleme çalışması dışında, doyurucu bir bilgiye ulaşmakta güçlük çekilmektedir.

3.1.1. Erken Dönem: 1930-1970

Türkiye’de üniversite seviyesinde bağımsız bir endüstri ürünleri tasarımı bölümünün kurulması 1970’lerin başına denk düşse de, farklı bağlamlarda endüstri ürünleri tasarımı kavramının ortaya çıkışının ve gelişiminin temellerini 30’lu yıllardan başlatabilmek mümkündür (**Er ve Korkut, 1998**). Bu anlamda en temel anlamı ile endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin (sonradan çok kez isim değiştirerek Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi adını alacak olan) Sanayi-i Nefise Mektebi’nde 1930’lu yıllarda eğitime başlayan Tezyinat yani Süsleme Bölümü’nün seramik, grafik ve “dâhili mimari” atölyeleri olduğu söylenebilir. Ancak bu yıllardan sonra birkaç bireysel ve uluslararası çaba dışında 1960’lı yılların ortalarına kadar yapılan birçok girişimin sonuçsuz kaldığı görülmektedir. 1955 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nin endüstri ürünleri tasarımcılarına yönelik iki ihraç teşvik projesinden biri kapsamında Amerikan tasarımcılar zanaat, üretim ve ihracat konularında danışmanlık yapmaları için içlerinde Türkiye’nin de bulunduğu çeşitli ülkelere gönderilmiştir (**Pulos, 1988**). “Peter Muller-Munk Associates” bu proje kapsamında İsrail, Hindistan ve Türkiye ile ilgili projeler hazırlamıştır (**Er ve Korkut, 1998**). Benzer yabancı girişimler 60’lı yılların başında AID’nin (American Agency of Industrial Development) Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımının geliştirilmesi ile ilgili programı ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) – Boston Institute of Contemporary Arts işbirliği ile kurulmaya çalışılan “Ürün Merkezi” projeleri ile devam etti. Ancak bu iki proje de sonuçsuz kalmıştır.

1950’lerin ve 1960’ların sonunda İstanbul’da iki okulda ileride bağımsız endüstri ürünleri tasarımı bölümleri haline gelecek iki bölüm “Mobilya – İç Mimarlık” adıyla açılmıştır. Bunlardan ilki 1957 yılında İstanbul’da sonradan Güzel Sanatlar Fakültesi adı altında Marmara Üniversitesi’ne bağlanacak olan Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu’ndaki bölüm (TGYSO) idi. Diğeri ise –yine ileride- Sanayi-i Nefise Mektebi’nin Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’ne olan yolculuğunun 1960’lardaki durağı olan İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi’nin bir parçası olacak olan Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu’ydu (UESYO).

Bayrakçı (1996) endüstri ürünleri tasarımı konusundaki bu hareketlenmenin 1960’larda büyük sanayi kuruluşlarının oluşması ile başladığını ancak tasarımın öneminin, ancak yurtdışı bağlantıları olan az sayıda insan tarafından anlaşıldığını ve bu dönemdeki gelişimin başarılı bir kaç tasarımın özel ilgi ile üretilmesinden ileri

gitmediğini söylemektedir. Bu dönemde yurtdışındaki ürünlerin taklit edilmesi ve bunun maliyet açısından ucuz olması, sanayinin iç pazar odaklı ve rekabet koşullarından uzak yapısı haliyle bir tasarım ihtiyacı doğurmamış ve dolayısıyla ulusal bir ürün kimliği ya da dili gelişmemiş, ürün tasarımı sınırlı sayıdaki okullar ve bir kaç büyük firma dışında bir yaşam alanı bulamamıştır.

3.1.2. İlk Bölümler: 1970-1980

1970'li yıllara geldiğimizde endüstri ürünleri eğitiminin geliştirilmesi ile ilgili çabaların arttığını görüyoruz. Bu çabaların bir kısmı sonuçsuz kalsa da bölümlerin açılması ile ilgili hazırlanan raporlar, düzenlenen yarışmalar, sergiler ve yayınlar ilerisi için bir birikim hazırladı. Bu yıllardaki en önemli iki gelişme 1970'lerin başında ve sonunda gerçekleşti. 1971 yılında UESYO bünyesinde bir de endüstri ürünleri tasarımı bölümünü barındırır hali ile devletleştirilerek İDGSA'ya bağlandı. Bu tarih Türkiye'de ilk endüstri ürünleri tasarımı bölümünün kuruluşu olarak verilebilir. Bu bölüm 1973 yılında Endüstri Tasarımı Kürsüsü ve 1979'da Endüstri Sanatları Fakültesi içerisinde yer aldı.

Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi açısından önemli bir başka olay da uzun yıllar süren ve sık sık sekteye uğrayan bir kısmı uluslararası destekli çalışmalar sonucunda 1979 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü lisans programının açılması oldu. Böylece 1980 yılına gelindiğinde Türkiye'de iki endüstri ürünleri tasarımı bölümü bulunmaktaydı.

Sanayide ithal ikamesi yoluyla endüstrileşmenin ağırlık kazandığı bu dönemde, bazı büyük firmaların AR-GE bölümleri açması olumlu bir gelişme olarak nitelendirilse de, plansız bir teknoloji transferi politikası, kısa vadeli karlılık anlayışının yanında firmaların uluslararası ilişkilerini daha çok lisans ve know-how almak amacıyla kullanması ve KOBİ'lerin tasarım konusunda yeteri kadar desteklenmemesi ve bilinçlendirilmemesi, Türk tasarımının gelişiminin önünde ciddi bir engel olarak yer almıştır (**Bayrakçı, 1996**).

3.1.3. Bin Yıl Biterken: 1980-2000

1980 darbesi sonrasında fakülteleşme ve yeni programlar açısından bir ivmelenme olduğu göze çarpmaktadır. 1982 yılında İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi'nde Endüstri Ürünleri Anabilim Dalı'nın kurulması ve İDGSA'nın Mimar Sinan Üniversitesi adını almasının ardından Endüstri Sanatları Fakültesi bünyesinde yer alan Endüstri Tasarımı Bölümü'nün Mimarlık Fakültesi'ne geçmesi ve burada yüksek lisans ve doktora programlarının açılması bu konudaki önemli girişimlere örnek verilebilir.

Bunun yanında 1960'lı yılların ortalarında eğitim amacıyla Almanya ağırlıklı olarak yurt dışına mezun göndermeye başlamış olan Marmara Üniversitesi 1985 yılında Güzel Sanatlar Fakültesi içinde Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nü açtı (**Nesnel 1, 1998**). Yurt dışında eğitim almış bu kişiler de yeni açılan bölümün eğitim kadrolarını oluşturdu. Bu gelişmelere ek olarak 1989 yılında İTÜ Mimarlık Anabilim Dalı'nda da Endüstri Ürünleri Tasarımı yüksek lisans programının açılması ile eğitim konusunda nicelik ve çeşitlilik açısından bir gelişme gerçekleştiği görülmektedir.

1990'lı yıllarda da akademik anlamda 1980'dekilere benzer hızlı bir gelişme olduğu söylenebilir. İTÜ'de Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisans bölümünün açılmasından dört sene sonra 1993 yılında lisans, 1996 yılında da doktora programları açıldı. Yine bu 10 sene içerisinde İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi'nde Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı kuruldu (1995), Yeditepe Üniversitesi'nde Güzel Sanatlar Fakültesi altında Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü lisans programı (1996), ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı'nda yüksek lisans programı (1997) açıldı. 1999 yılında da Anadolu Üniversitesi'nde Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu altında Endüstriyel Tasarım Bölümü eğitim vermeye başladı.

1980 sonrası Türkiye'nin içe dönük endüstrileşme stratejisi temel bir değişim geçirmiştir (**Er ve Akay, 2001**). Dış ticaretin serbestleştirilmesi, döviz dolaşımının üzerindeki kontrollerin kalkması, ihracata dönük endüstrileşme politikaları ve özelleştirmeler gibi değişimler hem yerli firmaların uluslararası düzeyde çalışma ölçütlerine ulaşmalarını, hem de yabancı firmaların Türkiye'ye yatırım yapmalarının kolaylaşmasını sağlamıştır (**Er ve Akay, 2001; Bayrakçı, 1996**). 1990 yılında Avrupa Birliği ile imzalanan Gümrük Birliği anlaşmasının 1996'da yürürlüğe girmesi ve Fikri Mülkiyet Haklarının Korunması Kanunu'nun değiştirilmesi ile birlikte ülkede ilk kez ürün tasarımını koruyan bir yapı oluşmuştur. Bunun yanında, bu gelişme yerel üreticilerin de yeni ürün tasarımı ihtiyacı hissetmelerine sebep olmuştur. "Türk malı" ve "marka" kavramlarının önemi, bu dönemde daha belirgin olarak ortaya çıkmış, bazı Türk tasarımcıların da ürünlerinde kültürel çağrışımlardan faydalanmaya başladıkları görülmüştür.

Ancak, bu olumlu tablonun yanında endüstri ürünleri tasarımı anlamında beklenen girişim ve gelişim yaşanmamıştır. Bayrakçı'ya göre:

"Az sayıdaki özgün Türk tasarımlarının yanı sıra yabancı ürünlerin etkisiyle geliştirilmiş yerli ürünlerin, uluslararası fuarlarda yabancı ürünlerle birlikte yer alması, ulusal ürünlerdeki tasarlanmamış ürün üretme yanılgısının olumsuzluklarını trajedik bir biçimde sergiler (**Bayrakçı, 1996**)."

Karakuş (2007) da benzer bir şekilde o dönemde tasarımcıların tasarımın temel sorunlarına eğilmek yerine daha çok o zamanın elit tüketicileri tarafından beğenilen modern Batılı tasarımları tekrarladıklarını ve tasarımın “yüzey güzelleştirme” üzerine kurulu olduğunu öne sürmektedir.

Bu gelişmeleri yanlış yorumlayan orta ve büyük ölçekli birçok firma da daha güvenli olduğunu düşündükleri bir yolu seçerek özgün tasarımlar üretmek/ürettirmek yerine yabancı marka ve ürünlere yönelmişlerdir. Bu da firmalardaki tasarım kadrolarının kısıtlanması ve AR-GE çalışmalarının azaltılması ile sonuçlanmıştır. Bir kez daha, eğitim ve meslek ile endüstri arasındaki uzaklık kapatılamamıştır.

Ancak 1990'lerden itibaren tasarımcıların Batılı modellerden çok, popüler ve geleneksel kültüre yönelik çalışmalar yaptıkları, yerel ve evrensel kültür arasında bağlar kurarak daha özgün ve yeni formlara yöneldikleri görülmektedir (**Karakuş, 2007**).

3.1.4. 2000'den Bugüne

1990'ların sonundan başlayan yaklaşık on sene içerisinde endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde büyük bir niceliksel artış gerçekleştiği görülmektedir. 2000 yılına girerken endüstri ürünleri tasarımı eğitimi biri vakıf olmak üzere altı farklı üniversitede farklı seviyelerde (lisans, yüksek lisans, doktora) yürütülüyordu. 2008 yılına gelindiğinde ise Türkiye'de endüstri ürünleri tasarımı eğitimi veren bölüm sayısının on üçe yükseldiği görülmektedir. 2004 yılında İzmir Ekonomi Üniversitesi, 2005'te Doğu, Kadir Has ve Haliç Üniversiteleri, 2006'da Doğu Akdeniz Üniversitesi ve 2007 yılında Işık ve Okan Üniversiteleri endüstri ürünleri tasarımı eğitimine başlamıştır. Bu yeni açılan yedi bölümün yedisinin de özel üniversitelerde olması ve hepsinin 2004 yılından sonra açılmış olması da ilginç bir ayrıntı olarak göze çarpmaktadır. Bu çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla, bu okullar henüz mezun vermemiştir. Bölüm sayılarındaki bu artış endüstriyel tasarım eğitime ve dolayısıyla mesleğine verilen önemin de artmakta olduğunu gösterse de bu bölümlerin eğitim kadrolarının oldukça sınırlı olduğu ve genellikle ODTÜ, İTÜ, MSGSÜ ve Marmara Üniversitesi gibi daha köklü eğitim kurumlarının öğretim görevlileri tarafından desteklendiği görülmektedir.

2008 yılı itibarıyla Türkiye'de farklı isimler altında yaklaşık 80 senedir tasarım eğitimi, farklı lisans seviyelerinde ise 30 yılı aşkın bir süredir endüstri ürünleri tasarımı eğitimi verildiği söylenebilir.

3.2. Türkiye’de Endüstri Ürünleri Tasarımı Eğitimi ve Kültür

Er (2001), endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin çevre ülkelerde –periferi-merkezdekinden zamansal olarak geriden gelmenin ötesinde daha farklı bir yol izlediğini ve kendine özgü bir karakteristik oluşturduğunu iddia etmektedir. Buna göre bu ülkelerde beklenen şekilde ortaya çıkmamış ve merkezde gözlenen gelişim sürecini takip etmemiş bir endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde gözlenebilecek farklılıklar birer sorun olarak algılanabileceği gibi, hem bu ülkelerin hem de genel anlamda endüstri ürünleri tasarımı dünyasının yararına kullanılabilir.

Bu noktada **Er’in (1998)** dikkat çektiği konulardan bir tanesi ise Türkiye’deki endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin atıl, belirli bir perspektiften yoksun, ülkenin şartlarına uyum sağlayamamış ve çağın gerisinde kalmış yapısıdır. Türkiye, Uzak Doğu Asya, Latin Amerika ve Hindistan gibi merkezde olmayan birçok ülke/bölge ile hemen hemen aynı zamanlarda yani 1950’li ve 60’lı yıllarda, benzer şartlar altında yani “geniş ölçekli sosyal ve ekonomik modernleşme projeleri” kapsamında ve benzer modeller çerçevesinde (Bauhaus, Ulm, Amerikan ve İngiliz modelleri) endüstri ürünleri tasarımı eğitimine başlamıştır. Ancak diğer ülkeler zamanla örnek aldıkları ya da etkilendikleri modellerle uyguladıkları eğitimi zamanla kendi ülkelerinin/bölgelerinin özel şartlarına göre başkalaştırmayı ve kendilerine özgü bir tasarım (eğitim) felsefesi oluşturmayı başarmışlardır. Buna karşın Türkiye’de tasarım ve tasarım eğitimi farkındalığı anlamında niceliksel bir gelişme gözlenirse de (yeni açılan bölümler, tasarım fuarları, tasarım ofisleri,...) niteliksel düzeyde aynı çıkarımın yapılamayacağı görülmektedir. Er’e göre:

“Endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin akademik anlamda olgunlaşmamış olması, bu alanda bilgi üretimini, bir geri besleme mekanizması olma anlamında araştırma geleneğini ve dolayısıyla kendi koşullarımızın gerektirdiği eğitim yöntemlerinin geliştirilmesini engellemiştir. Sonuçta üniversitelerimizdeki endüstri ürünleri tasarımı eğitimi zamanın bir noktasında batıdan transfer edilen kavram ve yöntemlerin bir biçimde öğrenciye aktarılmasına indirgenmiş görünmektedir (**Er, 1998**).”

Bu noktada Türkiye’deki endüstri ürünleri tasarımı eğitimi:

“... zamanla sadece temel mesleki beceri ve nosyonların aktarıldığı sıradan bir mesleki öğretime (vocational training) dönüşme tehlikesini ciddi anlamda barındırmaktadır (**Er, 1998**).”

Giard’in (1990) da belirttiği gibi üretim bir zamanlar ekonomik zenginliğin temeli olarak görülüyordu. Ancak endüstri çağı yerini bilgi çağına –*information age*- bırakır, birinci dünya ülkeleri üretim güçlerini ikinci ve üçüncü dünya ülkelerine aktarırken, gerçek gücün kaynağının üretimde değil bilgide –*knowledge*- olduğu anlaşılmıştı. Bilgi, becerinin yerine geçmişti ve “endüstrinin gerçek dünyası” ile “eğitimin benzetimci dünyası” arasında güçlü bir bağ olması isteniyorsa benzer bir değişimin eğitim sisteminde de gerçekleşmesi gerekiyordu. **Owen (1990)** da aynı şekilde yeni

ortaya çıkan fırsatlar ve sorumluluklar açısından öğrenci, ders programları ve eğitmen yapısında bir değişikliğe ihtiyaç olduğunu belirtiyordu. Ancak endüstri ürünleri tasarımı eğitiminin merkeze göre daha geç geliştiği ülkeler, bu dezavantajı çeşitli şekillerde dönüştürerek kendi avantajlarına çevirir, ülkelerinin farklı şartlarına ve tasarım ihtiyaçlarına uyarlarlarken Türkiye'nin bu noktada aynı ilerlemeyi ve dönüşümü gerçekleştiremediği görülmektedir (Er, 1998).

Elçioğlu (2006) da bu konuda benzer bir saptama yaparak artık üniversitelerdeki tasarım eğitiminde bilgisel gelişimin en az mesleğe yönelik eğitim kadar önemli olduğunu öne sürmektedir. Endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde sadece somut ve temel olan bilgiye odaklanmanın ötesinde “kavramsal olarak tanımlanması zorunlu olan dallara ve detaylara da odaklanmak gerekmektedir”. Bunu yaparken de “bilimsel içerikli sistem” göz ardı edilmeden “açık uçlu kavramlarla desteklenmeli” ve sonuç olarak “soyut kavramlarla somut gerçeklikler arasındaki sofistike yapı”nın göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu aşamada da tasarımcının ölçülebilir ve uzun vadede sabit olan ürün içerisindeki yapısal ilişkiler, ergonomi, malzeme kullanımı, dayanıklılık gibi etkenlerin yanında sosyal ve çevresel uyumluluk, kolay kullanım ve algılanabilirlik gibi “içinde bulunulan toplum düzeneklerine bağlı olan” etkenler konusunda da belli bir yeterliliğe sahip olabilmesi “hayal edilen bir gelecekteki gerçeklik üzerine çalışan” tasarımcının gelecekteki problemleri tanımlayabilmesi ve bunlara çözüm üretebilmesi açısından önemlidir.

3.3. Türkiye’de Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümlerinde Kültürel Çalışmalar

Türkiye’de özellikle 1990’lı yıllardan itibaren endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde kültürel çalışmaların sayısında bir artış görülmüştür. Konunun farklı yönlerini ele alan birçok yüksek lisans ve doktora tezine, bilimsel makalelere ve çeşitli proje ve atölye çalışmalarına ulaşmak mümkündür (YÖK, 2008). Şebnem Timur “Özdeksel Kültürü Okumak: Kültürel Bir Biçim Olarak Tasarım Analizi” başlıklı doktora tezinde “ürün biçiminin nasıl anlam taşıdığı ve de bu anlamın nasıl bir kültürel bilgi veya iz olarak nesneye yansıdığını ve yansıyabileceğini” araştırmıştır (Timur, 2001). Zanaat ve tasarımın temsil araçları olarak incelendiği bir doktora tezinde “turistik nesnelere üzerine kavramsal bir analiz” yapılmıştır (Bağlı, 2001). Değer Demirçan’ın yüksek lisans tezinde Türkiye’de el sanatı kültürünün endüstri ürünleri tasarımına ne şekilde esin kaynağı olduğu ve “tasarım yoluyla el sanatı kültürünü yaşatabilme” gerekliliğinin nedenleri ve yolları incelenmiştir (Demirçan 2005). Harun Kaygan ise yüksek lisans tezinde konuyu ürünlerin ulusal tasarım kavramı üzerinden değerlendirilmesi bağlamında incelediği bir vaka analizi yapmıştır (Kaygan, 2006).

Tezin ön araştırması kapsamında Türkiye'deki endüstri ürünleri tasarımı bölümlerindeki ders programları incelenmiş ve bölümlerdeki kültürel odaklı teorik ve uygulamalı çalışmaların bir listesi çıkartılmıştır. Bölümlerdeki teorik derslere bakıldığında genel olarak bütün bölümlerde yer alan Tasarım Tarihi ve Ürün Anlambilimi gibi derslerin yanında tasarım tarihinin açılımı olarak endüstri ürünleri tasarımının kökleri ve onu etkileyen akımlar ayrıca incelenmektedir. Bunun yanında ODTÜ'de (ODTÜ, 2008) "Tasarımın Kültürel Analizi", "Gündelik Hayatta Maddesel Kültür ve Tüketim" ve "Geleneksel Bağlamda Türk Tasarımı Üzerine Bağımsız Çalışma", İTÜ'de (İTÜ EÜTB, 2008) "Tasarım Kültürü", "Geleneksel El Sanatları", "Endüstriyel Tasarımın Türkiye'deki Gelişimi", "Tasarımda Folklorik Kaynaklar" ve "Tasarıma Kültürel Yaklaşımlar" gibi kültürü daha özel bir bağlamda ele alan derslerin bulunduğu görülmektedir.

Uygulamalı çalışmalar ile ilgili yapılan ön araştırmada kültür odaklı kavramsal olarak nitelendirilebilecek projelerin çoğunlukla 1990'lı yıllardan itibaren ortaya çıktığı görülmektedir (Tablo 3.1). 1980'li yıllarda ODTÜ'de "Gelenekten Geleceğe" isimli kültürel bir proje yapılmıştır. 1998 yılı Kasım ayında İTÜ Mimarlık Fakültesi'nde "Yerelden Küresele" adlı bir ETMK öğrenci atölye çalışması yapılmıştır. Bunun yanında yine ODTÜ'de 2004 yılında Milano'da sergilenen "Mobile Mobilia" projesi gerçekleştirilmiştir (ETMK, 2008). İTÜ Mimarlık Fakültesi'nde son beş sene içerisinde gerçekleştirilen kültürel odaklı projelerin sayısında da bir artış görülmektedir. 2003 yılında "Proje Milano", 2004 yılında alaturka tuvaletlerin yeniden yorumlanması üzerine yapılan "A la Turca", yine 2004 yılında Türkiye'de üretilen geleneksel tarım ürünü besinler için yeni ambalaj tasarımı çözümleri öneren "[is]tainers [con]tanbul", 2006 yılında "Beş Duyu İstanbul" ve 2007 yılında "Nokia Only Planet" projeleri gerçekleştirilmiştir (İTÜ EÜTB, 2008). Bu projelere ek olarak yine İTÜ'de son beş senedir Türkiye'de üniversite-sanayi işbirliği kapsamında KOBİ'lere yönelik sistematik bir endüstri ürünleri tasarımı projesi yürütülmektedir.

Tablo 3.1: Endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde uygulamalı tasarım çalışmaları

Proje Adı	Üniversite	Tarih
Yerelden Küresele	İstanbul Teknik Üniversitesi	1998
Proje Milano	İstanbul Teknik Üniversitesi	2003
Mobile Mobilia	Ortadoğu Teknik Üniversitesi	2004
A la Turca	İstanbul Teknik Üniversitesi	2004
[is]tainers [con]tanbul	İstanbul Teknik Üniversitesi	2004
Beş Duyu İstanbul	İstanbul Teknik Üniversitesi	2006
Nokia Only Planet	İstanbul Teknik Üniversitesi	2007

4. TASARIM SÜREÇLERİNDE KAVRAMSALLIK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Kültürel anlamların taşıyıcısı ve ileticisi olarak ürünlerin incelenmesi onların göstergebilimsel açıdan ele alınmasını gerektirir. Bu bölümde, tasarım süreçleri içerisinde ele alınan kavramların kültürel bağlantıları ve bunların üründe biçimsel ve işlevsel olarak gösteriliş şekillerinin yanında tasarım projelerinde tanımlanan konuların/sorunların niteliğinin sonuca nasıl etki ettiği ve kavramlar ile kültür arasındaki ilişkinin ürün tasarımına nasıl yansıdığı göstergebilim ve bu konuda önerilen farklı yöntemler kapsamında değerlendirilecektir.

4.1. Ürün Tasarımı ve Kültür Bağlamında Göstergebilim

Göstergebilimin gerçek anlamda bir bilim olup olmadığı tartışma konusudur (**Danesi ve Perron, 1999**). İnsan zihninin ve onun bir ürünü olan kültürün, pozitif bilimlerin konuları kadar nesnel bir şekilde ele alınamayacağı ortadadır. Bu yüzden göstergebilim için “aktivite”, “araç”, “doktrin”, “teori”, “akım” ve “yaklaşım” gibi ifadeler kullanılmaktadır. Ancak Heisenberg’in belirsizlik prensibini ele alacak olursak, yani gözlemcinin bireysel katılımının doğası gereği gerçekliğin gerçek anlamda belirlenemeyecek olduğunu düşünürsek, göstergebilim de en az diğer bilimler kadar nesneldir. Bunun yanında Eco beş temel prensip üzerinden göstergebilimin de geleneksel anlamda bir “bilim” olduğunu söylemektedir. Zira göstergebilim:

1. Bağımsız bir disiplindir;
2. Standardize bir yöntemsel araçlar grubuna sahiptir;
3. Hipotez üretme yeteneğine sahiptir;
4. Öngöründe bulunma imkanı sunar;
5. Bulguları nesnel dünyanın güncel halinin değişmesine yol açabilir.

Bu bağlamda en az diğer bilimler kadar nesnel olabileceği kabul edilerek göstergebilim de bir bilim çerçevesinde ele alınabilir.

Göstergebilimde temel alınan iki yaklaşım yirminci yüzyıl başında Saussure ve Peirce tarafından ortaya atılmıştır (**Danesi ve Perron, 1999**). Bu iki düşünür de

“işaretlerin üretilişinin ve yorumlanışının temelini oluşturan duyusal, duygusal ve akli yapıları anlamayı amaçlayan bir sorgulama modeli” oluşturmaya çalışmışlardır.

Saussure göstergesi, gösteren ve gösterilenden oluşan ikili bir yapı içerisinde tanımlamaktadır. Bu iki kavramı bir araya getiren ilişkiye de anlamlandırma (*signification*) adını vermiştir. Bu durumda göstergenin/işaretin sadece bir anlamı olmaktadır. Peirce ise üçlü bir yapı önermiştir. Göstergenin temsil işini yapan, algılanabilen kısmı representamen, onun temsil ettiği kavram da nesnedir. Burada Peirce Saussure’e ek olarak bir de yorumlayan kavramını getirmiştir. Ona göre bir işaret –daha çok Saussure’ün “gösterilen”ine denk düşer- ancak kişisel, sosyal ve kavramsal anlamda kendisinden anlaşılana ile kendini tamamlar. Bu şekilde tek bir işaret yorumlayana göre birden fazla anlam içerebilir.

Peirce’in göstergeler sistemi sürekli olarak benzer bir üçlü yapı üzerinden ilerler. İlk olarak insani temsil sistemleri (*representamina*) üçe ayrılır. Niteliksel gösterge (*qualisign*) gösterdiği şeyin nitelikleri ile ilgilidir. Dil bağlamında düşünecek olursak sıfatlar, ya da resimde bir ressamın kullandığı boyalar bu gruba girer. İkinci tip, “*sinsign*” zaman-uzayda belli bir nesneye işaret eder, onu ortaya çıkarır. Dildeki “burada”, “şurada” gibi kelimeler bu tip göstergelerdir. “*Legisign*” ise bir kavramı ortak anlaşma üzerinden gösterir. Soyut kavramlar ve semboller daha çok bu kategoriye girer. Zeytin dalının barışı veya terazinin adaleti simgelemesi buna örnek verilebilir.

Bunun ardından Peirce nesnenin gösteriliş şekillerini de benzer bir mantıkla üçe ayırmıştır (**Bağlı, 2001**). Bunlar görüntüsel, belirtisel ve simgesel göstergelerdir. Burada görüntüsel gösterge nesneyi kopya ya da simüle ederek, belli bir benzerlik üzerinden tanımlar. Bu durumda gösterge nesnesinin niteliğini paylaşmaktadır. Bir nesnenin fotoğrafının nesnenin kendisine benzemesi buna örnek verilebilir. Peirce’e göre görüntüsel gösterge en basit gösterge biçimidir, çünkü nesneyle ilişkileri duyusal düzeydedir. Belirtisel gösterge ise nesneyi işaret yoluyla temsil eder ve ona “bireysel var oluşu içerisinde gerçekten bağımlıdır” (**Bağlı, 2001**). Bir nesneyi işaret parmağı ile göstermek, o nesnenin nerede olduğunu anlatır. Belirtisel göstergeler, görüntüsel olanlar gibi gösterdikleri nesnelerin yerine geçecek özellikte olmadıklarından ikinci seviye göstergeler olarak anılırlar (**Danesi ve Perron, 1999**). Üçüncü temsil şekli ise simgesel göstergedir. Burada gösterge nesnesi ile belli bir anlaşma, uzlaşma ya da kurallar bütünü üzerinden ilişkilidir. Bunlar, örneğin, kültürel kabuller ya da dilsel çerçeveler olabilir. Bir nesne bu üç şekli, yani görüntüselligi, belirtiselliği ve simgeselliği bir arada barındırabilir (**Bağlı, 2001**). Hatta Peirce’e göre

bir gösterge, görüntüsellığı, belirtiselliği ve simgeselliği oranında zenginleşmektedir **(Silverman, 1983)**.

“Bu durumda gösterge ve onu algılayan birbirlerine “duyusal, zamansal veya uzamsal bir görüngü, hal veya koşul üzerinden değil, tarihi ve sosyal kuralların gücü ile bağlıdır **(Danesi ve Perron, 1999)**.”

Addison sanat ve tasarım eğitiminde göstergebilimin yanlış algılandığını şu şekilde açıklamaktadır:

“Göstergebilim sanat ve tasarım okullarında kirli bir kelime olarak kalmaya devam ediyor. İçeride dönük dayanaksız tahminlerin anlaşılması güç ayrıntılarından başka bir şeyi kovalamayan, birbirini kırıp geçiren gruplara ayrılmış akademisyenler tarafından kullanılan iflah olmaz derecede toleranslı bir yöntem olarak görülmektedir **(Addison, 1999)**.”

Bu tip bir algılayış yanlış bir kavrayıştan ortaya çıkmaktadır. Göstergebilim imgebilim ile aynı değildir ve dil dışındaki iletişim sistemlerini anlamaya çalışan bir gelenekten gelmektedir. **Bal ve Bryson (1991)**, özellikle Derrida'nın belli bir göstergenin anlamının, gösterilenin içindeki eşzamanlı bir sistemin içsel faaliyetleri tarafından sabitlemiş bir şekilde yerinin belirlenemeyeceğini savunduğunu ifade etmektedir. Ona göre anlam bir göstergeden ya da gösterenden diğerine yapılan hareketten ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple bu sonsuz hareket içerisinde, göstermenin ne bir başlangıç noktası ne de anlamın tam anlamıyla oluşacağı bir sonu olamayacaktır.

Göstergebilim ürün tasarımı bağlamında ürünlerin farklı özelliklerinden dolayı sahip oldukları anlamları inceler. Anlama dilbilimsel bir yaklaşım ile bakmak göstergebilimin kapsamına girse de göstergebilim dilbilimden daha geniş sınırlara sahiptir **(Krampen, 1995)**. Bu anlamda ürün tasarımı açısından göstergebilim, insanlığın yarattığı bütün nesnelerin oluşturduğu iletişimsel olanaklar evreninde, iletişimin sözel ve diğer yöntemlerini kapsayan bir yapı olarak görülebilir.

“...kendine özgü kimliği olan bir ürün tasarımının kültürel ve sembolik açılarından anlam taşıyan bir biçim diline sahip olması gerekmektedir. Anlam ileten, güçlü bir biçim diline sahip ürün tasarımı, ait olduğu kültürün kendine özgü örgüsünü yansıttığı oranda gerçeklik kazanır **(Aydınlı, 1996)**.”

4.2. Tasarım Süreçlerinde Sorun Tanımları

Tasarılma eylemini **Seitamaa-Hakkarainen'in (2000)** yaptığı gibi bir tasarım sorununa çözüm üretme amacı güden bilişsel bir süreç olarak tanımlamak mümkündür. Tasarımcı çözüm arama aşamasında bir son ürün için belli niyetler ve planlar doğrultusunda bir takım öneriler öne sürmektedir. Bu bağlamda tasarılma eylemi de gerekli yöntem ve bilgilerin kullanılması yoluyla bir tasarım görevini yerine getirmek için gösterilen bilinçli bir çaba olarak ele alınabilir. Bu süreç, göz önünde bulundurulması ve beraber düşünülmesi gereken bir takım farklı elemanlar içerir. Bu yapı dahilinde ve sınırlamalar da göz önünde bulundurulmuş fonksiyonel ve estetik

bir çözüm elde edilmeye çalışılır. Tasarım sürecinin anlaşılabilmesi için de tasarım görevinin yapısının ve bağlamının analiz edilmesi gerekir. Bir tasarım sorununun çözümü bir çok iç ve dış sınırlamanın tanımlanmasını ve konunun yoğun bir bilgi birikimi üzerine oturtulmasını gerektiriyorsa buna kompleks problemler adı verilir. Bu bağlamda kendine özgü özellikleri bulunan ve başlangıç durumundan hedef durumuna kadar olan bölge görev alanı olarak tanımlanır. Süreç genellikle belli şartlar altında ve belirli bilgilerle başlar. Amaç başlangıç durumundan hedef durumuna ulaşmaktır. Eğer belirlenen sorunun tek bir çözümü varsa buna “iyi tanımlanmış” problem adı verilir (**Seitamaa-Hakkarainen, 2000**). Kapalı uçlu sorunlar olarak da adlandırılan bu tip sorunların genellikle yakınsak bir yapısı vardır yani süreç gittikçe daralan bir gidişat izler. Tek ve optimal bir çözümü olmayan, yani birden çok uygun çözüme gidilebilecek sorunlar ise “iyi tanımlanmamış” ya da “iyi yapılandırılmamış” sınıfında ele alınırlar. İyi tanımlanmış ve iyi tanımlanmamış sorunlar arasındaki farkı görev alanındaki tanımların açıklığı veya kapalılığı belirler (**Simon, 1996**).

Simon’a (1973) göre iyi tanımlanmamış sorunlar diğerlerine göre daha karmaşık, çözüme yönelik daha belirsiz ölçütler içeren ve çözüm ile ilgili bütün bilgilerin sağlanmadığı sorunlardır. Görev alanındaki çözüm arayışını yönlendirecek bilginin miktarı iyi tanımlanmış ve iyi tanımlanmamış sorunlar arasındaki temel farkı oluşturur. **Mayer (1983)** de bu sınıflandırmayı geliştirerek başlangıç yani sorun ve hedef durumuna dair bilgi miktarı üzerinden sorunları dörde ayırmıştır. Bu sınıflandırmaya göre:

- i) başlangıç ve hedef durumlarının her ikisi de iyi tanımlanmış,
- ii) başlangıç durumu iyi, hedef durumu kötü tanımlanmış,
- iii) başlangıç durumu kötü, hedef durumu iyi tanımlanmış,
- iv) başlangıç ve hedef durumlarının her ikisi de kötü tanımlanmış

olabilir. Ancak **Simon’a (1973)** göre tasarım sürecinin başında başlangıç durumu nadiren tam olarak tanımlıdır. Hedef durumu da neredeyse hiçbir zaman önceden tam anlamıyla belirli değildir ve gereklilikler açıkça tanımlanmamıştır. Bu şartlar altında birçok tasarım sorunu **Mayer’in (1983)** dördüncü sınıfına girer ve başlangıçtan sonuca giden yol genellikle tamamen belirsizdir. **Goldschmidt (1997)** de tasarım sürecinde çözümlerin hiçbir zaman öngörülebilir olmamasının tasarımı modellemesi çok zor, belirsiz bir süreç haline getirdiğini söylemektedir.

Hem ürün tasarımı genelinde hem de ürün tasarımı projeleri özelinde tasarımcı yukarıda belirtilen dört durumdan birinin geçerli olduğu bir süreçte başlangıçtan

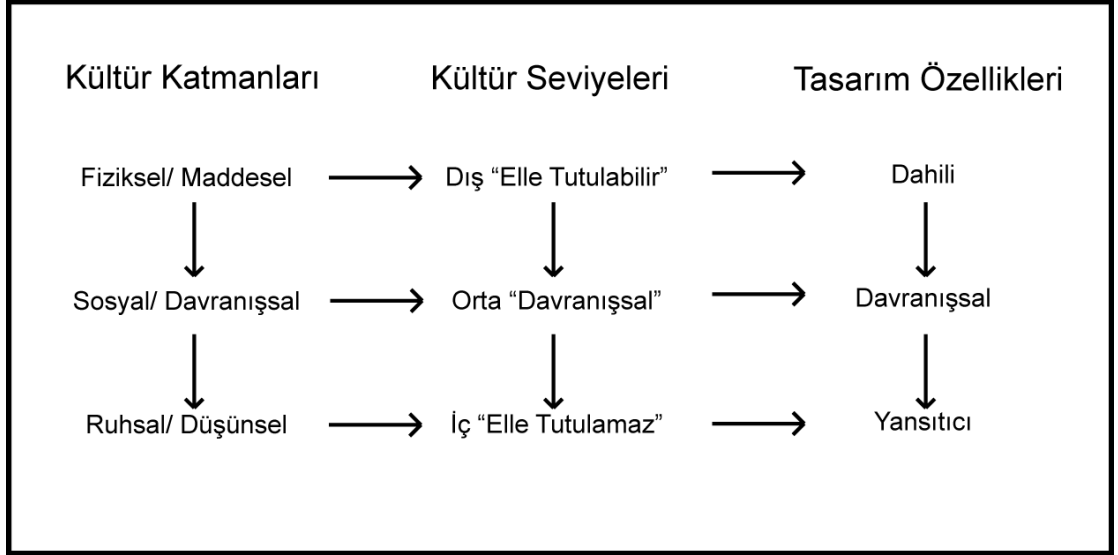
çözümüne ulaşmaya çalışır. Kavramlar ve kültürel etkenler de bu süreç içerisinde başlangıç ya da hedef durumunu tanımlamak ya da bu iki durum arasında uygun bir çözüm yolu bulabilmek amacı ile kullanılabilir.

4.3. Tasarım ve Kavramsallaştırma

Lee, tasarım bakış açısından çok katmanlı bir kültür yapısı öne sürmüştür (**Lin, 2007**). Bu katmanlar insan eliyle yapılan şeyleri, değerleri ve temel kabulleri içerir ve fonksiyon, estetik ve semboller gibi temel tasarım özellikleriyle tanımlanır. İlk katman fiziksel ya da maddesel olandır. Günlük kavramlarla ilgili nesnelere ve araçlar bu gruba girer. Bunun altında sosyal ya da davranışsal katman bulunur. İnsan ile ilişkili ritüeller ya da gelenekler gibi kavramlar bu katmanda yer alır. En altta ise ruhsal katman bulunur. Bu katman idealler ile duyguların yansıtıldığı sanat ya da din gibi kavramlarla ilgilidir. Bunun yanı sıra Leong da kültürel objelerin çalışılması için üç seviyeli “kültürün uzamsal perspektifi”ni oluşturmuştur (**Leong ve Clark, 2003**). Bu sistemde en dışta “elle tutulur” katman bulunur. Orta seviyede “davranışsal” ve en içte de “elle tutulamaz” katman yer alır. Bu yapı “kültürün akışkan yapısını görselleştirmek ve yakalamak için kontrol edilebilir bir iskelet” oluşturur.

Lin (2007) kültürel nesnenin üç seviyesinin Norman’ın önerdiği tasarım özelliklerinin üç seviyesi üzerine örtülebileceğini söyleyerek yukarıda bahsedilen iki yapının yanına kültürel nesnelere ve tasarım özelliklerini üç seviyede ele alacak bir şekilde eklemiştir (Şekil 4.1).

Bu üç tip özellik grubu da diğer iki sistemde olduğu gibi dıştan içe doğru ilerler. En dış seviyede viseral tasarım özellikleri yer alır. Kelime karşılığı olarak “iç organlarla ilgili olan” anlamında kullanılan bu kelime, tasarımla ilgili dahili özellikler olarak düşünülebilir. Bu anlamda tasarımın dahili özelliklerinin, kültürel nesnenin duyulara hitap eden özellikleri, dış görünüşü ve kullanıcıda bıraktığı ilk izlenim ile ilgili olduğu söylenebilir. Görünüş, biçim, renk, çizgi, doku, örüntü ve detay özelliklerini içerir. Orta seviyede yer alan davranışsal tasarım özellikleri, fonksiyon, kullanılabilirlik, çalışma şekli, güvenlik ve kullanıcı memnuniyeti gibi ürünün kullanımı ile sıkı ilişkide olan özelliklerdir. En alttaki ya da en içteki yansıtıcı tasarım özellikleri ise öz farkındalık, duygulanım ve kültürel özellikleri belirtmektedir. “Yansıtıcı tasarım özellikleri, kültürel, deneyimsel ve eğitimsel olanların yanında kişisel farklardan dolayı da çeşitliliğe en duyarlı olan özelliklerdir” (**Lin, 2007**). Burada anlatılan üçlü yapı aynı zamanda Peirce’in nesnenin temsil şekilleri için öne sürdüğü ikon, indeks ve sembol üçlüsü ile de örtüşmektedir.



Şekil 4.1: Ürün tasarımında kültür katmanları ve kültür seviyeleri ile tasarım özellikleri arasındaki ilişkiler (Lin, 2007)

4.4. Ürün Tasarımında Kültürden Yararlanma Şekilleri

Ürün tasarımında kültürel tasarım özelliklerinin seviyelerinin yanında, yararlanılan ya da gönderme yapılan kültürel kaynakların kullanılış şekilleri ve amaçları da önem taşımaktadır.

Balcioğlu (1999) kültürün ürün tasarımında kullanılış şekillerini altı yöntemde sınıflamıştır:

- Neolojik yaklaşım
- Morfolojik uygulama
- Topografik uygulama
- Biçimsel yorumlama
- Alegorik yorumlama
- Kavramsal esinlenme

Aşağıda, bu kategoriler çeşitli ürünlerle örneklendirilerek tartışılacaktır:

Neolojik Yaklaşım

Bir nesnenin sadece isim düzeyinde bir kültüre bağlı olması olarak değerlendirilebilecek bu durum, yerli tasarım olmayan bir nesneye o kültüre ait bir isim verilerek aidiyet kazandırılması yoluyla gerçekleşir (**Balcioğlu, 1999**). Bu tip bir yaklaşıma Anadolu otomobilleri örnek verilebilir (Şekil 4.2). Bu araba aslında Otosan ve İngiliz otomobil üreticisi Reliant tarafından, Ogle Design'ın Reliant için tasarladığı Scimitar Coupe temel alınarak üretilmiş ve içinde de Ford'dan alınan motor, vites

kutusu ve diferansiyel kullanılmıştır (**Koçoğlu, 2008**). Ancak ismini Türk kültüründen almaktadır ve Türkiye’de seri üretilen ilk yerli otomobildir. Bu şekilde ürün ile kullanıcı arasında kurulan bu tip bir kültürel bağ Anadolu’nun benimsenmesini sağlamıştır.



Şekil 4.2: Anadolu (Koçoğlu, 2008)

Morfolojik Uygulama

Kültürel, tarihi, geleneksel ve hatta popüler bir nesnenin şeklinin, tasarım nesnesinin üzerine bezeme amaçlı yerleştirilmesidir. Bu süreçte temel alınan form, boyut, renk, doku bağlamında değişime uğrayabilir. Bunun yanında, anlamında ve kullanım şeklinde değişimler olabilir. Burada kullanılan biçim, ortak değerlerden hareket ederek tasarlanan ürün ile kullanıcı –ya da onun kimliği- arasında aslında eksik olan bağı kurmaya ya da var olanı güçlendirmeye hizmet etmektedir.

Bu tip bir uygulama için Ali Bakova’nın “fes.ti.val” isimli keçe halısı örnek verilebilir (Şekil 4.3). Salt ürün bağlamında evrensel sayılabilecek bir nesne olan halı üzerine yerleştirilen geleneksel bir ürün olan fesin şekli ile yeni bir kimlik ve –dolayısıyla- anlam kazanırken, kullanılan biçim de boyut, anlam ve kullanım açısından değişime uğramıştır. Üzerine basılan halı ile başa takılan fes gibi kullanım bakımından birbirine tamamen zıt olan iki nesnenin bu birlikteliği salt dekoratif amaçların ötesinde ironik bir birliktelik de oluşturmuştur.



Şekil 4.3: Ali Bakova tasarımı “fes.ti.val” halı (İlk in Milano, 2008)

Topografik Uygulama

Topografik uygulama, tarihi, etnografik ya da mimari bir kaynaktan bir desenin ya da iki boyutlu bir şeklin alınmasının ötesinde bu şekle üçüncü bir boyut ve beraberinde bir kullanım sağlanması yöntemidir. Bir anlamda morfolojik uygulamada bir nesnenin şekli üç boyuttan iki boyuta indirgenirken topografik uygulamada buna ters bir yöntem uygulanarak iki boyutlu bir biçim üçüncü bir boyut kazanmaktadır. Bu yöntemde biçimler gerçek kaynaklarındaki anlamlarından sıyrılarak yeni üç boyutlu kullanım şekillerine yeni bir anlam katar. Bu yöntemin kullanıldığı bir ürüne örnek olarak Ebru Çerezci'nin tasarladığı gümüş kaplar örnek verilebilir (Şekil 4.4). Burada tarihi bir biçim olan hilal formuna hem üçüncü bir boyut ve beraberinde bir işlev kazandırılmış, hem de ürüne kültürel bir anlam yüklenmiştir.

Biçimsel Yorumlama

Biçimsel yorumlama, var olan bir ürünün çalışma prensibi sabit kalacak şekilde çeşitli derecelerde değiştirilerek yeniden tasarlanması yoluyla ortaya yeni bir ürün çıkartılması olarak ifade edilebilir. Bu yöntemde ele alınan ürün çeşitli geliştirme,

başkalaştırma, bozma, değiştirme ve ayarlamalara tabi tutulabilir. Ortaya çıkan yeni ürün yine bir dereceye kadar baştaki ürünün esas formlarını yansıtır ve iki ürün arasında bir bağ var olmaya devam eder.



Şekil 4.4: Ebru Çerezci tasarımı SIL703 serisi (Hiref, 2008)

Bu tip bir yorumlamaya Kunter Şekercioğlu'nun Arzum için tasarladığı Nargile örnek verilebilir (Şekil 4.5). Şekercioğlu, geleneksel bir ürün olan nargileyi “küresel pazar için yerel ürün” mantığı ile yeniden tasarlamıştır. Burada nargilenin temel yapısı ve fonksiyonu ve çalışma şekli sabit kalmıştır. Ancak daha düz ve geometrik çizgiler kullanılarak biçim ve metal ağırlıklı bir yapı ile malzeme bakımından çeşitli değişikliklere gidilmiştir.

Alegorik Yorumlama

Yerel kültürün bu şekilde kullanılması eski bir nesneye yeni bir kullanım şekli kazandırılması ve bilinen şeklinin (form, fonksiyon, vb.) değiştirilmesi olarak tanımlanabilir. “Yapılacak değişiklikler, üzerine yüklenen anlamın fonksiyonu ikinci plana itmesi ile ürüne yeni, bazı durumlarda mecazi, alegorik ve/veya ironik bir derinlik getirebilir” (Balçioğlu, 1999). Bu durumda baştaki nesne daha çok bir tetikleyici görevi gördüğünden, kendisinden esinlenilmiş olsa da, kendisine atfedilen yeni fonksiyonlar ve anlamlar sonunda asıl özelliklerini kaybetmiş olabilir. İlham

kaynağı olan nesne halen tanınabilir olsa da yeni özellikler eskilerin önüne geçmiştir.



Şekil 4.5: Kunter Şekercioğlu tasarımı “nargile” (Kilit Taşı, 2008)

Meltem Eti Proto'nun “Turkish Delight” pufu bu tür bir yorumlamaya örnek olarak verilebilir (Şekil 4.6). Kültürel bir nesne olan lokumun formu ürün üzerinde net bir şekilde tanımlanabilir haldedir. Ancak bu biçim üründe bir puf formuna sokularak birincil anlamını ve fonksiyonunu kaybetmiş ve bir yiyecek olmaktan çıkarak bir oturma birimi haline gelmiştir. Yemeye ilişkili yumuşaklık, tatlılık ve renklilik gibi özellikleri ise bu kültürel nesne üzerinden oturma biriminin anlamına aktarılmıştır.



Şekil 4.6: Meltem Eti Proto Tasarımı “Turkish Delight” Puf lar

Kavramsal Esinlenme

Yerel kültürün ürün tasarımında kullanılış biçimlerinden biri olan kavramsal esinlenme, temelini kültürden alan belli bir biçim ya da ürünü esas almak yerine kültürel normların, inançların sosyal davranış biçimlerinin ve hareketlerin altyapısını oluşturduğu bir ürün tasarım yöntemidir (**Balcıoğlu, 1999**). Daha derin bir inceleme ve kavramsal yapıların üç boyutta biçimlendirilmesini gerektirdiğinden, daha karmaşık bir yol olduğu söylenebilir. Bu tip bir yöntem örneği olarak Aziz Sarıyer'in Hamam firması için tasarladığı koleksiyon gösterilebilir. Burada temel alınan kavram hamam ve banyo kültürü olmasına rağmen ürünlerin minimum düzeyde kültürel referansa sahip olduğu görülmektedir. Yani ürünler, kültürel altyapı içerisinden yukarıda bahsedilen normlar, sosyal davranış biçimleri ve hareketler esas alınarak tasarlanmıştır (Şekil 4.7).



Şekil 4.7: Aziz Sarıyer tasarımı Sage b ve Cloth x (**Hamam, 2008**)

5. YÖNTEM

Bu bölümde tezin yazım aşamasında izlenen yollar, kaynak tarama, incelenecek projelerin belirlenmesi ve incelenmesi ile ilgili yöntemler anlatılacaktır.

5.1. Kaynak Tarama

Tezin konusu endüstri ürünleri tasarımı projelerinin kavramsal analizi olduğu için kaynak tarama kısmında sadece şimdiki durumu özetleyen bir yapıdan daha fazlasının açıklanmasına ihtiyaç duyulmuştur. Yapılan analizde varılacak sonuçların doğru yorumlanabilmesi açısından ilk olarak kültür ve kültür – endüstri ürünleri tasarımı ilişkisinin temel yapısını anlamak üzere sadece tasarım ile ilgili kaynaklar değil, tasarım kültür ilişkisini inceleyen sosyal bilimlere ait kaynaklar da incelenmiştir. Bu şekilde üçüncü bölümde Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı ve kültür ilişkisinin anlaşılabilmesi için bir temel hazırlanmıştır.

Bu bölümde Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı ve kültür ilişkisi ile ilgili kaynaklar taranmıştır. Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı kavramının ortaya çıkışının ve gelişiminin merkeze göre daha geç ve daha farklı şartlar altında gerçekleştiği göz önüne alınırsa ikinci bölümde genel gelişimi üzerinden ele alınan tasarım kültür ilişkisinin Türkiye’deki özgün yapıyı açıklamakta yetersiz kalacağı gözükmektedir. Bu yüzden bu bölümde tarihsel gelişim, son senelerde artış gösteren endüstri ürünleri tasarımı yazınından edinilen bilgilerle desteklenerek Türk endüstri ürünleri tasarımının kültürel konuları ele alış ya da bir anlamda onlarla başa çıkış şekilleri anlaşılmasına çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde ise tarihsel bağlamdan ayrılarak daha çok göstergebilim kaynakları üzerinden ve tasarım alanında ürün değerlendirme ile ilgili yapılmış çalışmalar incelenerek elde edilen veriler, kültürün ürün tasarımında kullanılış şekilleri ile ilgili bilgilerle harmanlanarak araştırma ve analiz kısmı için altyapı oluşturulmuştur.

Tezin uygulama bölümünün altyapısını oluşturmak için yapılan ön araştırmada Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı eğitiminde kültürel konulardaki eğilimleri anlayabilmek adına ilk olarak bölümlerin ders programları taranmıştır. Ders programları içerisinden isim ve içerik üzerinden doğrudan kültürle

ilişkilendirilebilecek derslerin bir listesi çıkartılmıştır. Ardından kültür konusundaki uygulamalı çalışmalara odaklanılmış ve endüstri ürünleri tasarımı bölümlerindeki kültürel temelli ya da özel olarak bu konuyu merkeze oturtan projeler araştırılmıştır. Ancak, Türkiye’de üniversitelerde yapılan endüstri ürünleri tasarımı projeleri ile ilgili görsel ve yazılı bilgiye ulaşmak oldukça zor olmuştur. Kavramsal projeler ile ilgili, yedi farklı üniversiteden toplam yirmi üç akademisyene iletilen anket çalışmasında sadece yedi kişiden cevap alınabilmiştir.

Altıncı bölüm, daha önceki bölümlerde edinilen bilgiler ışığında tasarım ürünlerindeki kavramsal örüntüler üzerine yapılmış bir analizi içermektedir. Burada endüstri ürünleri tasarımı bölümlerinde yapılmış projeler ele alınmıştır. Bunun temel sebebi üniversitelerdeki bu tip projelerin kavramsal açıdan daha zengin olması ve daha geniş ve özgür bir çerçevede ekonomik kaygılardan uzak bir şekilde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bunun yanında araştırma ve analizin sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için projelerin kavramsal bir yapıya sahip olması, son on yıl içerisinde birbirlerine yakın zamanlarda yapılmış olması, görsel ve yazılı olarak iyi belgelenmiş olması gibi ön şartlar göz önünde bulundurulmuştur. İTÜ’de gerçekleştirilmiş “Proje Milano”, “Beş Duyu İstanbul” (Five Senses of Istanbul) ve “Nokia Only Planet” projeleri incelenmek üzere seçilmiştir.

5.2. Nitel Veri Analizi ve Kavram Haritaları

“Nitel araştırmada veri analizi çeşitlilik, yaratıcılık ve esneklik anlamına gelir. Her nitel araştırma farklı bir takım özellikler taşır ve veri analizinde bir takım yeni yaklaşımları gerektirir. Bu nedenle araştırmacının, gerek araştırmanın, gerekse toplanan verilerin özelliklerinden yola çıkarak ve var olan veri analiz yöntemlerini gözden geçirerek, kendi araştırması için bir veri analiz planı geliştirmesi gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).”

Kavram haritaları 1972 yılında Novak’ın yürüttüğü bir araştırma programı sırasında geliştirilmiştir (Novak ve Musonda, 1991). Novak ve Cañas’ın (2008) tanımına göre “kavram haritaları bilginin düzenlenmesi ve temsil edilmesi amacıyla kullanılan grafik araçlardır”. Bu haritalar belirli bir bağlam çerçevesindeki kavramları içerir. Harita çember ya da kutu içerisine alınan bu kavramlar arasındaki ilişkiler bağlantı çizgileri ile gösterilir. Burada kavramın tanımı “olaylar, nesnelere ya da bunların düşünsel kayıtları içerisindeki algılanan düzenlilik” olarak yapılmıştır. Kavramlar etiketlerle belirtilirler. Önergeler ise evrendeki, kendiliğinden oluşan ya da kurgulanmış, bir nesne ya da olay üzerine öne sürülen kavram grupları ya da tümcelerdir. İki ya da daha fazla kavramdan oluşan yapılardır. Semantik birim ya da anlam birimleri olarak da ifade edilirler. Kavramlar ve önergeler, alışlagelmiş bir kavram haritası içerisinde genelden özele giden hiyerarşik bir yapıda sıralanırlar. Haritada anlaşılmaya çalışılan durum ya da olay ise o haritanın “bağlam”ını

oluşturur. Kavram haritalarının başka bir önemli özelliği ise birimler arasındaki çapraz bağlardır. Bu bağlar kavramların birbirleri ile olan ilişkilerini tarif eder.

Bilginin düzenlenmesi ve görselleştirilmesi açısından etkili bir yöntem olan kavramsal haritalamanın kullanım alanlarından biri de bilgi toplama ve yorumlamadır. Tezin proje inceleme bölümünde kavram haritaları projelerden edinilen kavram ve önerme formatındaki bilginin düzenlenmesi ve görselleştirilmesi amacıyla kullanılmıştır. Bu sırada hiyerarşik bir yapıdan çok ortadan kenarlara doğru özelleşen bir yapı oluşturulmuştur. Türkçe'nin cümle yapısının söz dizilimi açısından İngilizce'den farklı olması bu haritaların, projelerin analizine uygun olarak kullanılabilmesi açısından yeniden yorumlanmasını gerektirmiştir. Projenin bağlamı ya da temel konusu haritanın ortasına konarak kavramlar bu bağlam etrafında birbirleri ile olan ilişkilerine göre sıralanmıştır. Bu noktada projede vurgulanan esas kavramlar ve kavram gruplarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Ait oldukları gruplar açısından birbirinden uzak noktalara yerleştirilmiş kavramlar da birbirleriyle ilişkilendirilmiştir. Bunun yanında tekrarlayan kavram ve önermeler tekrar sayıları ile orantılı olarak daha büyük puntolarla gösterilmiştir.

Novak ve Cañas'ın (2008) da belirttiği gibi kavram haritaları hiçbir zaman tam olarak bitmezler. İlk aşamadan sonra bir harita tekrar gözden geçirilebilir, kavramlar eklenip çıkartılabilir ve iyi bir harita ancak üç veya daha fazla gözden geçirmeden sonra ortaya çıkar. Bu sebeple ilk harita oluşturulduktan sonra yeniden gözden geçirilmiş ve ikinci aşamada kavram ve önermeler gruplandırılmıştır. Kavramlar bu gruplara göre aynı harita üzerinde renklerle kodlanarak dağılımları ve bu dağılımlardan çıkan sonuçlar incelenmiştir.

5.3. Kuram Oluşturma

Kuram oluşturma yöntemi ilk olarak Glaser ve Strauss'un 1967 yılında yazdıkları "Kuram Oluşturma Yönteminin Keşfi" (The Discovery of Grounded Theory) monografisinde tanımlanmıştır (**Konar, 2007**). Yöntem en genel hali ile "uygun bir şekilde elde edilmiş verinin çözümlenmesine dayalı bir teorinin tümevarımsal bir biçimde oluşturulması" olarak tanımlanabilir (**Glaser, 1992**). Yapısı itibarıyla, yani anlamlara ve yaşantılara odaklanması açısından olgubilim (phenomenology) ile benzerlikler gösterse de, ona ek olarak bu olgulara ilişkin kuramlar da ortaya çıkartmaya çalışması açısından özgündür (**Yıldırım ve Şimşek, 2006**).

Bu yöntem, önsel teoriler yerine verinin doğrudan analizine dayanır ve örneklenen veri için "en iyi çalışan teori"yi ortaya çıkarmayı amaçlar. Başka bir deyişle var olan

teorilerin doğrulanması üzerine değil yeni hipotezlerin çıkartılması üzerine çalışır. Bu anlamda kuram oluşturma yöntemi tündengelimli değil tümevarımlı bir yapıdadır. Bunun için başvurulabilecek en etkili araştırma şekilleri de görüşmeler, gözlemler ve doküman analizidir. Yöntemin en önemli özelliklerinden biri de veri toplama ve analiz süreçlerinin eşzamanlı olarak yürütülmesidir. Bu sürece de “sürekli karşılaştırmalı analiz” adı verilir. Terimin içerisindeki süreklilik kavramı, verilerin toplandıktan hemen sonra analiz edilmesine dayanır. Bir yandan analiz edilen ve karşılaştırılan veriler, veri toplama yöntemini de etkiler ve yöntem, süreç içerisinde sürekli olarak değişime uğrayabilir (**Yıldırım ve Şimşek, 2006**). Veriler analiz edildikçe “kuramın ilk işaretleri” oluşur ve bu bilgiler de kavramlara ve temalara ilişkin düşünceler ve yorumlar ile sürekli olarak karşılaştırılır.

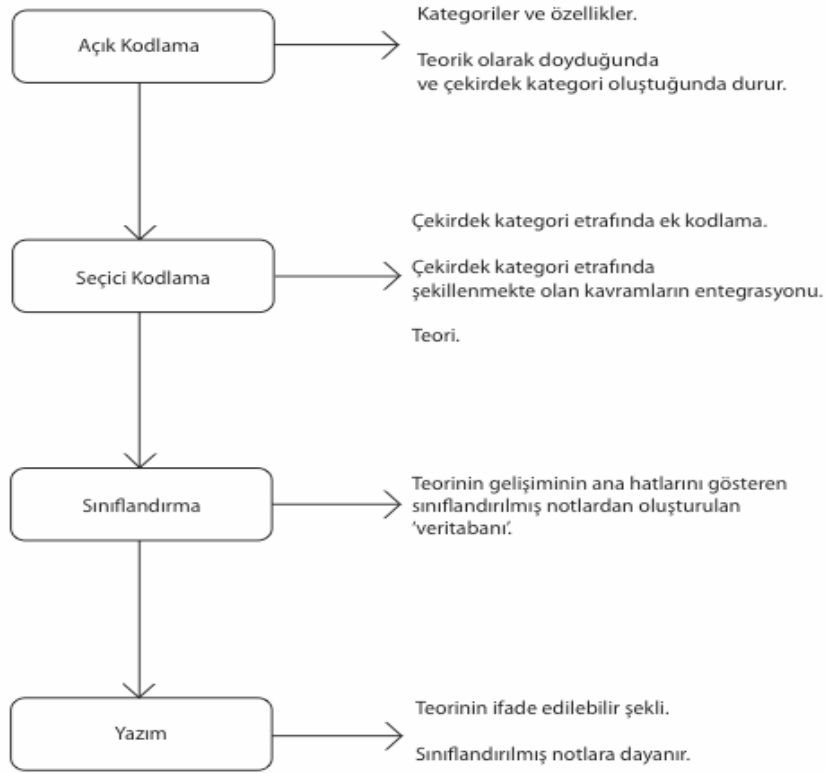
“Sonuçta ulaşılan kavramlar ve temalar araştırmanın odağına ilişkin anlamlı bir açıklama ortaya koyar. Bu açıklama veriler temelinde ortaya çıkan kuramdır (**Yıldırım ve Şimşek, 2006**).”

Kuram temelli araştırma yöntemlerinde araştırmacı örnekleri incelerken temel aldığı kuramı destekleyecek örneklere yönelme eğiliminde olabilir. Bunun yanında örnekler zaten baştan kuramı tasdik edici özellikleri yüzünden seçildiği için onu daha ileriye götürme ya da geliştirme şansları yoktur. Kuram oluşturma yöntemi ise baştan öne sürülmüş bir kuramın belirleyici yapısından bağımsız hareket ettiği için bu tip dezavantajlara sahip değildir (**Glaser ve Strauss, 1967; aktaran Konar, 2007**). Kuram oluşturma yöntemi sonucunda ortaya çıkan hipotez sıkı bir şekilde verilere dayalı olduğundan başka bir kuram ile değillenemez ya da tamamen geçersiz kılınmaz, ancak her zaman için değiştirilebilir veya yeniden formüle edilebilir.

Kuram oluşturma yöntemi dört aşamaya ayrılabilir: açık kodlama, seçici kodlama, sınıflandırma ve yazım. Sürecin genel görünümü Şekil 5.1’deki gibidir.

Açık kodlama aşamasında araştırmacı ortaya çıkabilecek sonuçlar ve yapılabilecek incelemeler konusunda hiçbir önyargıya kapılmadan çalışır. Sürekli karşılaştırmalı analiz sonucunda “sınıflar, bunların özellikleri ve teorik kodları” ortaya çıkmaya başlar (**Glaser, 1992**). Bu analiz sırasında incelenen ve karşılaştırılan verilerle ilgili bilgiler kısa notlara (memo) kaydedilir. Bu aşamadaki amaç ilerdeki çalışmalar için bir çekirdek kategori oluşturmaktır. Açık kodlama yeterince uzun yapıldığında baskın bir kategori ortaya çıkacak ve bu da sonraki aşamanın temelini oluşturacaktır.

Açık kodlama aşaması sonucunda bir temel kategoriye ulaşıldıktan sonra seçici kodlamaya başlanır. Bu aşamada kodlama sadece ilk aşamada belirlenen temel kategoriyle ilişkisi olan kavramlarla sınırlandırılır. Bu aşamanın açık kodlamadan farkı temel kategori üzerine odaklanarak onu içinden bir teori çıkartabilecek şekilde geliştirmeye çalışmasıdır (**Glaser, 1992**).



Şekil 5.1: Kuram oluşturma yönteminin aşamaları (Konar, 2007)

Kuram oluşturma yönteminin ilk iki aşamasında “teorik örnekleme” adı verilen bir yaklaşım kullanılır (Glaser, 1992). Bu yöntemde esas ölçüt incelenen olgunun homojen bir şekilde örneklenmesinden çok bir sonraki aşamada hangi yöne ilerleneceğinin belirlenebilmesidir.

Sınıflandırma aşaması açık ve seçici kodlama sonucu oluşan notların ve fikirlerin sınıflandırılarak tutarlı ve bütünleşmiş bir yapı oluşturulması fikrine dayanır. Son aşama olan yazma aşaması ise sınıflandırmanın bitmesi ile ortaya çıkar. “Fikir ve bulguların sıralanması bittiği noktada zaten ne zaman ve neyin hakkında yazılması gerektiği ve oluşan resmin nasıl sunulacağı belirlenmiş olacaktır” (Glaser, 1992).

5.4. Kavramsal Örüntüler ve Kültürel Göstergelerin Analizi

“Bir tasarım güzel, çirkin, iyi ya da kötü diyen biri o nesneden çok kendinden bahsediyor demektir. Bu değer yargısı sayısız etkenler tarafından belirlenir ve bu sebeple de oldukça çarpıktır. Bu tip değerlendirmeler ne doğru ne de yanlıştır, ancak endüstriyel tasarım anlayışımızı geliştirmeye çok az katkıda bulunurlar (Giard, 1990).”

Tezin, ürünlerdeki kültürel göstergelerin analizi kısmında geçtiğimiz yıllarda İTÜ’de gerçekleştirilmiş üç proje incelenmiştir. Bu projelerden ilki 2003 yılında gerçekleştirilmiş “Proje Milano”, diğerleri de 2006 yılındaki “Beş Duyu İstanbul” ve

2007 yılında yapılan “Nokia Only Planet” projeleridir. İTÜ’nün ve bu projelerin seçilmiş olmalarının sebebi, kültür konusunu merkeze oturtmuş, tarihsel olarak birbirlerine yakın (üçünün de son 10 yıl içerisinde gerçekleştirilmiş), kapsam ve süreç açısından benzer ve detaylı bir şekilde belgelenmiş olmalarıdır. Bu projeler incelenirken proje kitapçıları ve internet siteleri dışında, proje yürütücüleri ile yapılmış röportajlardan da faydalanılmıştır. Röportajlar İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü öğretim üyeleri Prof. Dr. Alpay Er (Proje Milano ve Beş Duyu İstanbul) ve Yard. Doç. Dr. Şebnem Timur Öğüt (Beş Duyu İstanbul ve Nokia Only Planet) ile yarı-yapılandırılmış bir şekilde ve açık uçlu sorularla yapılmıştır.

Ürünler üzerindeki/içerisindeki kavramsal yapı analiz edilirken ve kültürel göstergeler incelenirken, mümkün olduğunca objektif ve yargılayıcıdan çok betimleyici olmaya özen gösterilmiştir. Burada amaç iyi, kötü, başarılı ya da başarısız sınıflandırmasından çok ele alınan kavramların ortaya çıkarılması ve bu kavramlarla kültür arasındaki ilişkinin farklı projeler üzerinden değerlendirilmesi ve sınıflandırılmasıdır.

Projelerdeki ürünler incelenirken ilk olarak her ürün Balcioğlu’nun çeşitli röportaj ve incelemeler sonucunda ortaya koyduğu, ürün tasarımında kültürden yararlanma şekillerine göre sınıflandırılmıştır. Bu çalışma sonucunda ürünlerin büyük bir çoğunluğunun Balcioğlu’nun kavramsal esinlenme olarak tanımladığı sınıf içerisinde yer aldığı ve önerilen bu sınıflandırmanın bu tip kavramsal odaklı projeleri tanımlamakta yetersiz kaldığı görülmüştür.

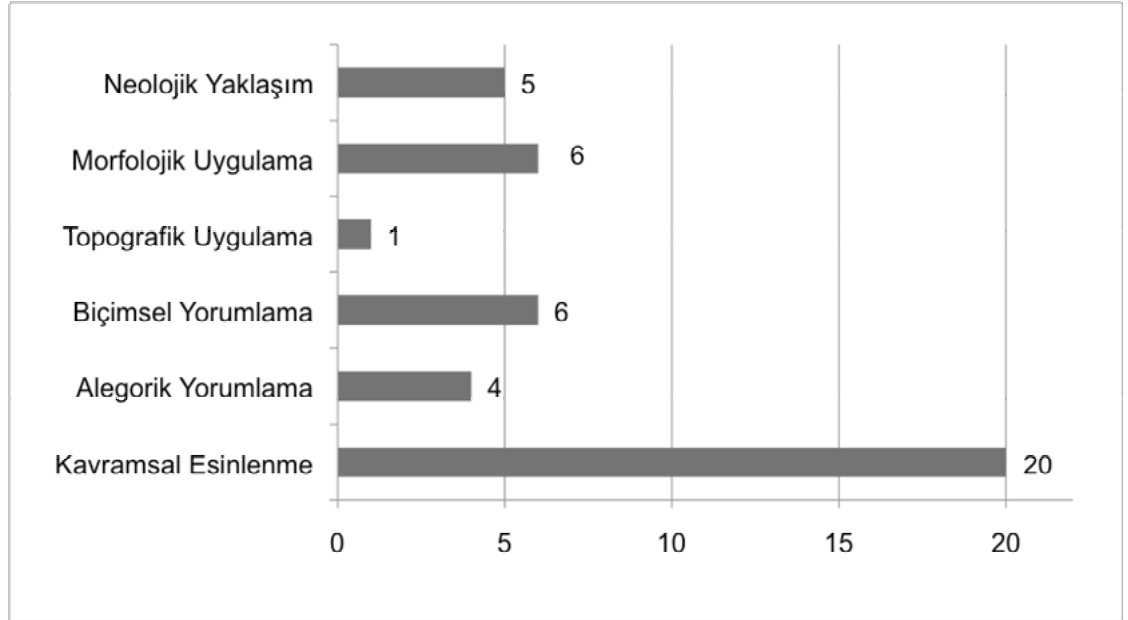
Öncelikle bu projeler özellikle Proje Milano olmak üzere, ağırlıklı olarak kavramsal konularla ilgilenmişlerdir. Özellikle esin kaynağını İtalo Calvino’nun Amerika Dersleri kitabından alarak Sufizm’e uzanan bir çizgide ilerleyen ve “nesnenin bir ruhu var mıdır?” konusuna odaklanan Milano projesinin irdelediği konular ve ürünlerin ilişkili olduğu kavramlar açısından içerinde en kavramsal olanı olduğunu söylenebilir **(Proje Milano, 2003)**.

Beş Duyu İstanbul projesi de “İstanbul’u analiz edebilmeyi, görebilmeyi ve bu yolla yeniden üretebilmeyi beş duyu üzerinden gerçekleştirmeye yönelik, kavramsal ağırlıklı deneysel bir çalışma” olarak tanımlanmıştır. Amacı “İstanbul’u anlatan alışılmış imge ve kavramlardan uzaklaşılması ve yaşanan İstanbul’un ortaya konulması” ve “kavramsal ve biçimsel klişe ve ön yargıları aşmak” olarak belirtilmiştir **(Beş Duyu İstanbul, 2006)**.

Nokia Only Planet projesinin tanımına bakıldığında da bu projenin de benzer bir şekilde “sokak, toplum ve kültür” üzerinden sosyal etkileşimi, davranışları, ifadeleri,

değerleri, tatları ve arzuları gözlemek ve belgelemek gibi bir araştırma süreci ile başladığı görülmektedir (**Only Planet, 2007**). Bu ön bilgiler ışığı altında ürünler üzerinde yapılacak bir kültürel göstergeler analizinde görsel göstergeler ve işaretlerden çok, kültürün ağırlıklı olarak Balcıoğlu'nun "kavramsal esinlenme" sınıfına dâhil ettiği türden kullanım şekilleri ile ele alınmış olması sonucu beklenmiştir.

Beş Duyu İstanbul projesi üzerine yapılan ön çalışmada beklenen bir sonuç görülmüştür (Şekil 5.2). Proje sonucunda ortaya çıkan yirmi iki üründen yirmisinde Balcıoğlu'nun kavramsal esinlenme kategorisine sokulabilecek göstergeler bulunurken, diğer kategorilere sokulabilecek göstergelerin sayısı buna kıyasla oldukça düşük kalmıştır.



Şekil 5.2: Beş Duyu İstanbul Projesi'nde kültürel göstergeler kategorileri

Bu dağılım projelerdeki yaklaşımın doğrultusu konusunda bir fikir vermekte ancak ele alınan kavramların niteliği ve bunların tasarım süreci, ürünler ve genel bağlamda kültür ile olan ilişkilerinin anlaşılması açısından yeterli bilgi sağlayamamaktadır. Bu verilerden anlaşılan projede kavramsal esinlenme yaklaşımının diğerlerine göre oldukça baskın olmuştur. Ancak kavramsal esinlenme çerçevesinde tasarlanan ürünlerdeki kavramsal yapının özelliği konusunda bir fikir edinmek mümkün olmamıştır. Bu bağlamda, kavramsal esinlenmenin kullanıldığı ürünlerdeki kavramların sınıflandırılması ve ürünler ile olan ilişkileri incelenmiştir.

Bunun yanında Balcıoğlu'nun sınıflandırmasına baktığımızda kavramsal esinlenme dışındaki kategorilerin ağırlıklı olarak kültürel öğelerin fiziksel özelliklerine yapılan göndermeler üzerinden tanımlandığını ve bazı tanımlanmamış bölgeler olduğu

görülmektedir. Ürünle kültür arasındaki ilişki, morfolojik uygulamada bir “şeklin” bezeme amaçlı kullanılması, topografik uygulamada iki boyutlu bir şekle üçüncü bir boyut kazandırılması ve biçimsel yorumlamada da var olan bir ürünün yeniden tasarlanması yoluyla kurulmuştur. Alegorik yorumlamada ise eski bir nesne yeni bir kullanım şekli kazansa ve o nesneye yüklenen yeni anlam eski anlamın (ya da fonksiyonun) önüne geçse de, ilham kaynağı olan nesne ürün üzerinde halen tanınabilir durumdadır. Bu tip bir sınıflamada ise hem somut kavramlara Bölüm 3.2’de bahsedilen davranışsal ve yansıtıcı düzeyde yapılan göndermelerin sınıflandırılmasında güçlük çekilmiş, hem de projelerde ortaya çıkan ürünlerin büyük bir kısmında görülen kavramsal göstergeler tek bir başlık altında incelenmek durumunda kalmıştır.

Bir sonraki aşamada ürünler ile ilişkili olan kavramlar, kavramsal harita olarak da adlandırılabilir bir şema üzerine ortada projenin konusu olacak şekilde yerleştirilmiştir. Bir kez kullanılan kavramlar on iki punto ile yazılmış ve her tekrar için buna iki punto eklenmiştir. Böylece sık tekrarlanan kavramların görsel olarak öne çıkması sağlanmıştır. Şema üzerindeki dağılım, ele alınan kavramların birbirleri ile yakınlık durumları göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Burada amaç temelde bu kavramların birbirleriyle olan kesin ilişkilerini ortaya koymaktan çok onların dağılımı ve buradan ortaya çıkabilecek örüntüleri görmektir. Bu açıdan bu haritanın tam olarak sonuçlandırılmış olmadığını ve benzer bir mantık temel alınarak farklı haritalar ortaya çıkarılabileceğini belirtmek gerekmektedir.

6. İTÜ TASARIM PROJELERİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ

Ürün tasarımında kültürün ele alınış biçimleri ve kavram-kültür ilişkisinin incelenmesinin ardından bu bölümde, endüstri ürünleri tasarımı projelerindeki kavramsal yapı ve bunun kültür ile olan ilişkisi örnekler üzerinden araştırılacaktır. Bunun için öncelikle yöntem bölümünde açıklanmış olan kriterlere göre belirlenen projelerin brifing ve katalogları incelenmiş ve projelerin yürütücüleri ile yarı-yapılandırılmış röportajlar yapılmıştır. Bu röportajlardan edinilen bilgiler doğrultusunda projeleri öneren ve yürüten kişilerin kültür kavramına bakış açıları, projelerin ortaya çıkışı ve süreçleri ile ilgili daha detaylı bilgiler edinilmiştir. Örneğin Er'e göre:

“Kültürü bizim bir yenilik kaynağı olarak ele almamız gerekiyor ve bunu harcaayıp tüketmek için değil aynı zamanda bundan yararlanıp yeni kültürel değerler yaratma konusunda da çalışabilmemiz gerekiyor (Er, 2008).”

Öğüt'e göre ise kültürün tasarıma yansıtılması, eğer bir samimiyet içeriyorsa, eğitimde önem taşımaktadır:

“Tasarımcı gerçekten samimi bir probleme, buradaki şartlardan doğan, buradaki hayat biçiminin bir uzantısı olan, tanımlanmış bir probleme cevap bulmaya çalışıyorsa, başka bir deyişle gidip Milano'daki fuarda bir şey sergilemeyi değil, buradaki örneğin bir içme suyu sıkıntısı ile ilgili bir şeyler yapmayı düşünüyorsa bu olmalı, kültür bu şekilde bu eğitime girmeli. Yerel kültürden ben bunu anlıyorum (Öğüt, 2008).”

Bu bölümde, ürünlerin tanımlanması ve kavramsal altyapılarının incelenirken ağırlıklı olarak proje katalogların ve öğrencilere ait önermelerden faydalanılmıştır.

6.1. Proje Milano

Proje Milano, İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde 2002 – 2003 Güz döneminde *Product Design VI* lisans dersi kapsamında yapılmış bir projedir. Prof. Dr. Alpay Er, Dr. Oya Akman, Yard. Doç. Dr. Ümit Celbiş, Koray Malhan, Cem Alppay ve Ceyda Vatan ile yürütülen bu proje, Koleksiyon Mobilya A.Ş. sponsorluğunda gerçekleştirilmiştir (Proje Milano, 2003). Proje sonucu ortaya çıkan ürünlerin bir kısmı, Milano Uluslararası Tasarım Fuarı kapsamında Salone Satellite sergisine Türkiye'den katılan ilk proje olmuş (İTÜ EÜTB, 2008) ve ulusal basından çok büyük ilgi görmüştür (Milliyet Cumartesi, 2003).

Projenin brifingine bakıldığında, öncelikle, İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nün İtalya'daki *Salone Internazionale del Mobile* fuarından *Salone Sattelite*

2003 için bir davet aldığı görülmektedir (**Proje Milano, 2003**). Burada amacın "Milano'da Türkiye'den yenilikçi bir tasarım profilinin sergilenmesi" olduğu belirtilmiştir. Öğrencilerden istenilen "Bir nesnenin ruhu, onu nasıl algıladığımızdır" önermesi üzerinden "eve ait yaşamsal çevre içerisinde bir ya da birden fazla etkinlikte kullanılabilir, belirgin bir kimliğe sahip fonksiyonel bir ürün" tasarlanmasıdır. Burada bahsedilen etkinlikler ise "oturmak, yatmak, izlemek, depolamak, okumak, aydınlatmak, dinlemek, dinlenmek, hayal kurmak ve benzerleri" olarak tanımlanmıştır. Değerlendirme kriterleri ise birincil olarak "özgünlük, yenilik ve kavramsal çerçevenin tutarlılığı", ikincil olarak ise "işçilik ve sunum kalitesi" olarak belirtilmiştir.

Projenin konusunun ortaya çıkış süreci ile ilgili Er şunları söylemiştir:

"İlk Milano projesi olduğu gibi kültürel bir projedir ama nasıl çıktı, kültürel bir proje olsun diye çıkmadı. İtalo Calvino'nun Amerika Dersleri kitabı ile başladı. Orada evrensel gibi görünen öğeleri yerel ortamda tanımlamaya çalıştık. İster istemez olay bir şekilde mistisizm, din, ruh, vs. gibi bir yöne kaydı. Nasıl kaydı? Biraz elimizden kaçtı belki ama sonuç olarak "nesnelerin ruhu var mı?" gibi bir konuya geldik (**Er, 2008**)."

Sonuçta ulaşılan "Nesnenin ruhu var mı?" sorusu ya da "Nesnenin ruhu onu nasıl algıladığımızdır" önermesi üzerinden çizilen çerçeveye bakıldığında kavramlara dayalı çalışmaların ağırlıkta olacağı öngörülebilir.













Projedeki ürünlerin geneline bakıldığında, ürün tipleri açısından, oturma birimlerine odaklandığı görülmektedir. Tasarlanan otuz bir üründen yirmi bir tanesi oturma birimi özelliği taşımaktadır. Sponsor firmanın bir mobilya şirketi olması bu yönelimde etkili olmuş olabilir. Ancak proje sırasında belirli bir ürün tipi zorunluluğu getirilmemiş olmasına rağmen ürünlerin neredeyse tamamının mobilya sınıfına sokulabilecek nitelikte olması ilginç bir nokta olarak göze çarpmaktadır.

Clopen adlı üründe, dönmek, zıtlık ve uyum kavramlarını birbirine bağlı çarklarla zıt yönlerde dönebilen oturma birimleri ile fonksiyonel bir düzeyde ele alınmıştır (Tablo 6.1). Bu yolla oturan kişilerin oturma yönlerini dönerek birbirlerine uydurabilmeleri fikri vurgulanmıştır.

Hole; "deneyimlerin kişiyi yanıltması" fikrinden yola çıkarak, ürüne verilen deneyime dayalı tepkiden önce onun gerçekliğinin sorgulanmasını ve öğrenilmesini hedeflenerek tasarlanmıştır.

Upside-Down'da, dönüşüm kavramı temel alınarak, bu kavram ürünün farklı şekillerde (oturma birimi ve sallanan yatak) kullanılabilmesi prensibi üzerinden vurgulanmıştır.

Tablo 6.1: Proje Milano ürün açıklamaları (1/3)

ürün adı (tipi)		kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
clopen (oturma birimi)		dönmek, zıtlık, uyum	kavramsal esinlenme
hole (oturma birimi)		deneyimlerin kişiyi yanıltması, deneyim kaynaklı tepkisel davranış, ürünün gerçekliğini öğrenmek	kavramsal esinlenme
upside down (oturma birimi, yatak)		dönüşüm	kavramsal esinlenme
comm (depolama/ sergileme ünitesi)		iletişim	kavramsal esinlenme
spiresca (raf sistemi, aydınlatma)		ruhun bedendeki tutsaklığı, ruhun bedenden kurtulunca tannısal özelliklerini yeniden kazanıp ilahi ışıkla aydınlanması	kavramsal esinlenme
sit down here (oturma birimi)		gündelik yaşamın alışkanlıklarını sorgulamak, sadelik, düzen, kelimeleri sorgulamak	kavramsal esinlenme
thing (merdiven, sandalye, oturma birimi)		beden ve ruhun zıtlığı, ürün kimliğinin sorgulanması	kavramsal esinlenme
x-seat (oturma birimi, sandalye, koltuk, sallanan sandalye)		yerde oturmak	kavramsal esinlenme
any (oturma birimi)		yerde yakınlık, statü farklılıklarının reddi, alçakgönüllülük	kavramsal esinlenme
in-live-in (oturma birimi)		anne karnı, salınım	kavramsal esinlenme
apple table (masa)		olma-olmama, yarım olma	kavramsal esinlenme
change (mobilya)		nesnenin değişen ruhu, değişim, dönüşüm, değişimlerin ve dönüşümlerin özünün doğada olması	kavramsal esinlenme

Comm, iletişim fikri üzerinden hem depolamaya hem de sergilemeye yönelik bir ürün olarak tasarlanmıştır. Bunun yanı sıra kullanıcının hareketine duyarlı etkileşimli bir yapı oluşturulmuştur.

Spiresca adlı üründe ise temel kavram “ruhun bedendeki tutsaklığı” olarak belirlenmiştir. Bu fikir ürünün biçimi ve fonksiyonu üzerinde etkili olmuştur. Üründe kullanılan ışık “ruhun bedenden kurtulunca tanrısal özelliklerini yeniden kazanıp, ilahi ışıkla aydınlanması” fikrini vurgulamaktadır.

Sit Down Here adlı oturma biriminde, sade ve düzenli hatlar sayesinde kullanıcının ürün üzerindeki yazıların farkına varması ve bu kelimelerle fonksiyon arasındaki ilişki üzerinden kelimeleri, daha da ötesinde “gündelik yaşamın getirdiği alışkanlıkları” sorgulaması amaçlanmaktadır.

Thing yumuşak ve sert çizgileri bir arada barındıran bir ürün olarak beden ve ruh ilişkisinin zıtlığını öne çıkartmaktadır. Merdiven, sandalye ve oturma grubu arasında farklı yorumlanabilecek bir biçim, kullanıcıya da farklı algılama yolları sunmaktadır.

X-Seat yerde oturma eylemini farklı ürün tiplerini bir araya getirerek irdelenmesi amacıyla tasarlanmıştır.

Any'de, oturma biriminde yere yakınlık konsepti üzerinden tasavvuf felsefesinde statü farklılıklarının reddedilmesi ve mütevazılık kavramları işlenmiştir.

In-Live-In'de ise anne karnı kavramından yola çıkılarak kullanıcıya bir yaşam ünitesi etkisi verilmesi hedeflenmiştir.











Apple-table'da esinlenen kavramlar olma-olmama ilişkisi ve yarım olma durumu olarak tanımlanmıştır. Üründe kullanılan aynanın yarattığı bir göz yanıltması ile yarım bütüne tamamlanmıştır.

Change adlı mobilyada nesnelerin kişilere göre değişen ruhu irdelenmiş ve nesnenin ruhunun, onun fiziksel ve kullanım ile ilgili özellikleri tarafından belirlendiği vurgulanmak istenmiştir. Bir mobilyanın da değişim ve dönüşümlerin özünün doğada olması sebebiyle aslında doğanın bir parçası olduğu fikri öne çıkartılmıştır.

In-between'de, ölüm-yaşam, ruh-beden ikilikleri özelinde zıtlık kavramı irdelenmiştir. “Tanrı'nın yarattığı” kabul edilen biçimlerin saflığı ve yalınlığı, ürünün sade görünümüyle vurgulanmıştır (Tablo 6.2).

Semazen, kullanım şekli itibarıyla karşılıklı güven hissini ve insanların “egolarından kurtulup içsel ritmlerini yakalamaları” kavramını vurgulamaktadır. Ürün, biçimsel olarak da dört kutsal kitabı ve Tanrı'yı simgelemektedir. Denge durumunun sürekliliği ile de Tanrı'nın sürekliliği arasında bir bağlantı kurulmuştur

Tablo 6.2: Proje Milano ürün açıklamaları (2/3)

ürün adı (tipi)		kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
in-between (oturma birimi)		zıtlık (ölüm-yaşam, ruh-beden), saflık, yalınlık (sufizm), ruhun bedende hapsolmesi, mezar (gömülme, içine alma)	alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
semazen (oturma birimi)		güven, egodan kurtulmak, içsel ritmin yakalanması, kutsal kitaplar, tanrı'nın sürekliliği, tanrı	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
spirit (oturma birimi, sehpa)		döngü, ruhsal büyüme, spiral	kavramsal esinlenme
light-ness (oturma birimi)		ruhsal hafiflik, ruhun bedenden ayrılması, ruhun tanrıya ulaşması	kavramsal esinlenme
contr-ol (oturma birimi)		herşeyin zıttı ile varolması, siyah-beyaz, alçak-yüksek, değişim, denge	kavramsal esinlenme
la fetta		sufizm, birlikte çokluk, çoklukta birlik, ruh beden ilişkisi	kavramsal esinlenme
t-one (oturma birimi)		yalnız kalma, kendini günlük yaşamdan soyutlamak (sufizm), sığınak	kavramsal esinlenme
mindcell (oturma birimi)		vahdet-i vücüt (sufizm), günlük yaşamdan kaçmak	kavramsal esinlenme
return (masa)		döngü (doğum-ölüm)	kavramsal esinlenme
clear your mind		yaşantı ve hislerin tam olarak düşünülmemesi, zihni temizlemek	kavramsal esinlenme

Spirit adlı, oturma birimi ve sehpa özelliklerine sahip üründe spiral şekli, “ruhsal büyümenin evrensel bir sembolü” olarak ele alınmış ve bu biçim, evrendeki sonsuz döngüyü sembolize etmek için kullanılmıştır.

Lightness adlı oturma biriminde, ruhsal hafiflik, ruhun bedenden ayrılması ve Tanrı'ya ulaşması kavramlarının, günlük yaşamda ruhsal hafiflemeyi hissettirebilecek bir biçimde sunulması amaçlanmıştır.

Control, her şeyin zıttı ile var olduğu düşüncesini, iki kişinin oturması ile dengelenen ürünün kullanım şekli üzerinden vurgulamıştır.

La Fetta'da tasavvuftaki "birlikte çokluk ve çoklukta birlik" kavramlarından yola çıkılarak ruh ve beden arasındaki ilişki, renksel semboller ile sorgulanmıştır.

T-One, kullanıcının yalnız kalabileceği ve günlük yaşamdan soyutlanabileceği bir oturma birimi olarak tasarlanmıştır. Kavramların çıkış noktasını sufilerin yaşam tarzı oluşturmuştur.

Mindcell'de de yine benzer bir şekilde günlük yaşamdan kaçış irdelenmiş ve kullanıcıya dinlenme ve düşünme fırsatı vermek hedeflenmiştir.

Return'de yaşam döngüsü dört parçalık bir sehpa takımı üzerinden ele alınmıştır.

Clear Your Mind'da, diğer ürünlerde de karşılaşılan "yaşantı ve hislerin farkına varabilmek" kavramı, yine kullanıcıyı dış dünyadan fiziksel olarak soyutlayan bir ürünle irdelenmiştir.

Kul'da, insan ile eşya arasındaki kulluk ilişkisi incelenerek, kullanıcının eşya ile arasındaki etkileşimin farkına varması amaçlanmıştır (Tablo 6.3).

Sofa adlı oturma biriminin yüksek ve alçak kısımları, ego ve mütevazılık kavramları ile ilişkilendirilerek bu iki bölümü bağlayan parça ile dönüşüm fikri vurgulanmıştır.

Sufi-Sofa adlı üründe secde kavramından yola çıkılmış ve biçimsel olarak mutasavvıf dergahlarındaki sedirlerin alçak ve geniş yapıları kullanılmıştır.

Al-though'da diken biçiminde sünger giydirilmiş bir lamba ile değişim kavramı irdelenmiştir.



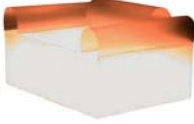

Paradigm, algı yanılması kavramından yola çıkılarak tasarlanan bir oturma birimidir. Burada, siyah ve beyaz plakalarla yaratılan görsel ilüzyon ile "gerçekliğin aslında bir yorum olduğu" argümanı üzerinde durulmaktadır.

Him adlı üründe mobilya ve Tanrı denkliği ışık ve aydınlanma kavramları üzerinden kurulmaktadır. Kullanıcının çevreden soyutlanması fikri bu üründe de görülmektedir.

Sofra'da, geleneksel yer sofrası yeniden yorumlanmış ve bu nesne ile ilişkili, yere yakınlık, şükretmek ve tokgözlülük kavramları ön plana çıkartılmıştır.

Kavuk isimli oturma biriminde değer ve statü sembolü olan bir nesne, oturma birimine dönüştürülerek ironik bir yapı oluşturulmuştur. Kavuk ile ilişkilendirilebilecek kural ve sorumluluk gibi kavramlar da dolaylı olarak ürünün kimliğini belirlemiştir.

Tablo 6.3: Proje Milano ürün açıklamaları (3/3)

ürün adı (tipi)	kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
kul (oturma birimi)	 eşyaların kul olarak görülmesi, değişim	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
sofa (oturma birimi)	 alçakgönüllülük, dönüşüm, ego	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
sufi-sofa (oturma birimi)	 secde, sedir	neolojik yaklaşım biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
al-though (aydınlatma)	 değişim	kavramsal esinlenme
paradigm (oturma birimi)	 algı yanıltması, nesnel gerçeklik	kavramsal esinlenme
him (oturma birimi)	 mobilyanın tanrı olması, vecd ve aydınlanma, çevreden soyutlanma, tanrıyla bir olmak	kavramsal esinlenme
sofra (masa)	 yer sofrası, tok gözlülük, şükran	neolojik yaklaşım biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
kavuk (oturma birimi)	 kavuk, sorumluluklar, kurallar	neolojik yaklaşım alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
antibody (masa)	 ruh-beden zıtlığı, isyan	kavramsal esinlenme

Antibody isimli minder görünümlü masa projedeki bir çok üründe de tekrarlanan ruh ve beden zıtlığı ilişkisini ortaya koymaktadır.

Ürünlerdeki esin kaynaklarının uygulanış şekillerine bakıldığında projedeki otuz bir ürünün tamamında kavramsal esinlenmenin bulunduğu ve bunlardan yirmi dördünde sadece kavramsal esinlenme olduğu görülmektedir (Tablo 6.4). Bunun dışında kalan yedi üründen altı tanesinde kavramsal esinlenmeye ek olarak neolojik yaklaşım, ikisinde biçimsel yorumlama, ve yine ikisinde de alegorik yorumlama olarak değerlendirilebilecek yaklaşımlar olduğu söylenebilir. Bu projede net olarak

morfolojik ve/veya topografik uygulama olarak görülebilecek bir yaklaşıma ise rastlanmamıştır. Neolojik yaklaşıma sahip ürünlerde, isimlerin daha çok geleneksel nesne ve kavramlardan alındığı göze çarpmaktadır. Biçimsel yorumlama örneklerinde sofa ve yer sofrası gibi gelenek ile sıkı ilişki içerisindeki nesnelerin yeniden yorumlandığı, *In-between* ve *Kavuk* isimli ürünlerde de alegorik yorumlamanın mezar ve kavuk nesnelere üzerinden oluşturulduğu görülmektedir. Ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 6.4: Proje Milano, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı

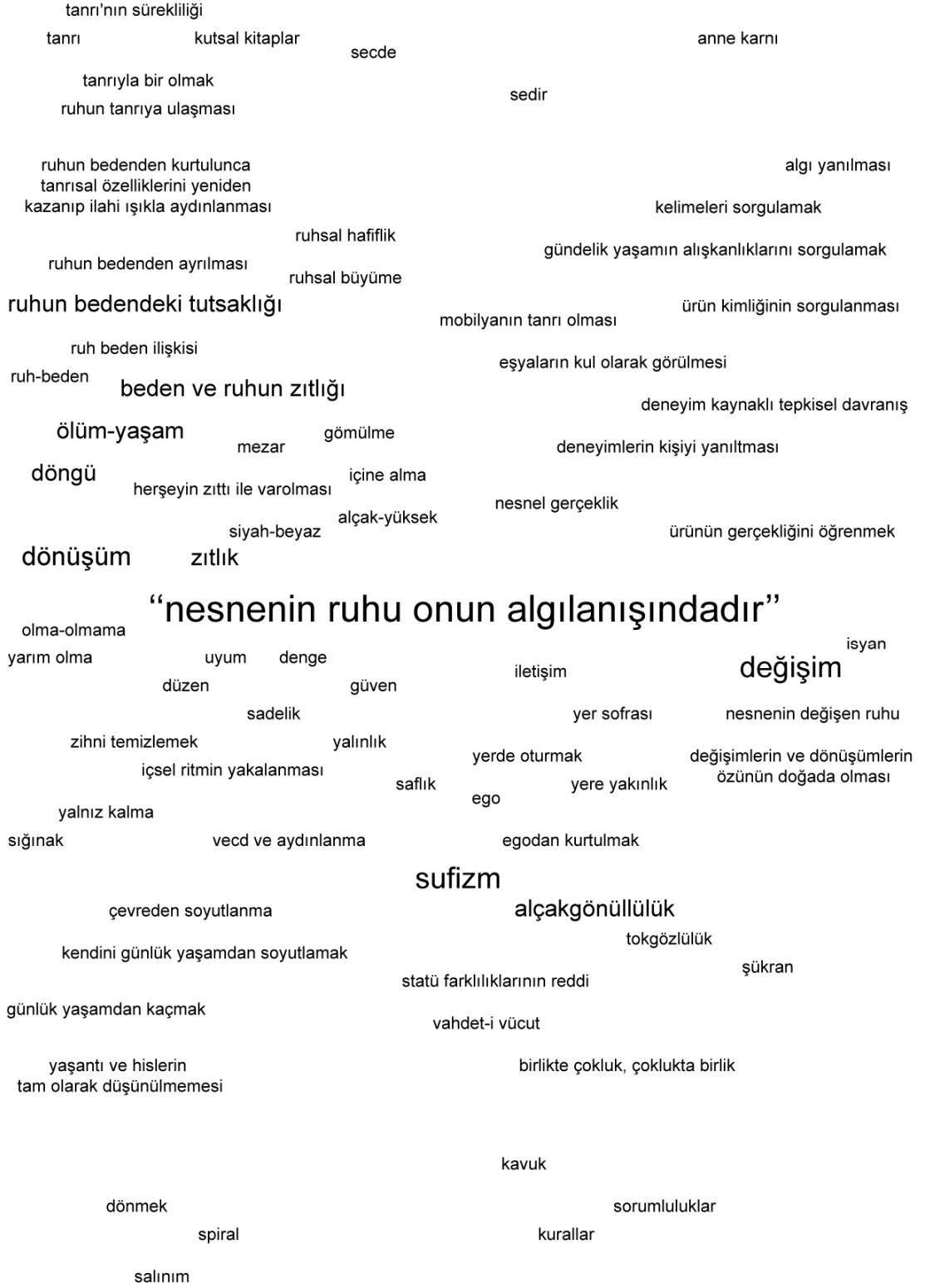
uygulama şekli	proje milano
neolojik yaklaşım	6
morfolojik uygulama	0
topografik uygulama	0
biçimsel yorumlama	2
alegorik yorumlama	2
kavramsal esinlenme	31

Proje sonucu ortaya çıkan ürünler incelendiğinde beklenen şekilde bir ağırlık noktasına yönelindiğini ve kavuk, yer sofrası, sedir gibi nesnelerin biçimsel kullanılışları dışında, proje genelinde yoğun bir kavramsal yapı olduğu görülmektedir. Ürünlerin esin kaynakları çoğunlukla düşünsel ve soyut kavramlardan oluşmaktadır (Şekil 6.1).

Proje Milano için şimdiye kadar oluşturulan tablolarda da görülen ürünleri oluşturan “kavramlar ve göstergeler” bir araya getirildiğinde, üstteki kavramsal dağılım haritasına ulaşılmıştır. Burada bazı kavramların daha büyük punto ile yazılması, daha sık tekrarına bağlıdır. Proje Milano’nun kavramsal dağılım haritası incelendiğinde, belli noktalarda birbirine yakın kavramların kümelenmesi ve ortaya aynı bağlam içerisinde değerlendirilebilecek yollar ya da izler çıktığı görülmektedir. Bu kavramlar, farklı ürünlere ilişkin olsalar da tek bir harita üzerinde bir araya getirildiklerinde, birbirleri ile göreceli olarak daha yakın ilişki içerisindeki kavramların bahsedilen izleri oluşturduğu görülmektedir. Böylece, projenin esas konusu etrafında onunla mutlaka çok yakın ilişkili olmak durumunda olmayan, alt konular olarak ele alabileceğimiz bölgelerden bahsedilebilmektedir.

Bu çerçevede Proje Milano’da belli başlı dört ağırlık noktası olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki ruh ve beden ilişkisidir. Dönüşüm, zıtlık ve yaşam-ölüm gibi daha evrensel kavramlardan başlayarak ruh ve beden ilişkisine ulaşılmıştır. Bu noktada beden ve ruha ilişkin bir çok kavrama değinildiği görülmektedir. “Beden ve ruhun zıtlığı”, “ruhun bedendeki tutsaklığı”, “ruhsal büyüme”, “ruhsal hafiflik” ve benzeri

kavramlar aynı küme içinde yer almaktadır. Bu kavramlar takip edildiğinde, ruhun bedenden ayrılması ve hatta Tanrı'ya kadar uzanan bir iz ortaya çıkmıştır (Şekil 6.2).



Şekil 6.1: Proje Milano'nun kavramsal dağılım haritası



Şekil 6.2: Proje Milano kavram haritasındaki izler.

Ağırlıklı olarak ele alınan bir başka konu ise ruhsal arınma/denge ve kişinin kendini soyutlaması olarak ortaya çıkmıştır. Düzen, sadelik, yalınlık gibi kavramlarla başlayan bu ikinci izde, "zihni temizlemek", "içsel ritmin yakalanması" argümanları üzerinden çevreden ve günlük yaşamdan soyutlanma temalarına ulaşılmıştır.

Burada, gündelik yaşamın, kişinin kendinin farkına varmasını zorlaştırması olgusu ele alınarak kişinin kendini dış dünyadan fiziksel ve ruhsal olarak soyutlaması gerekliliği vurgulanmıştır.

Proje Milano'nun kavramsal dağılım haritasında ortaya çıkan belirgin izlerden bir tanesi de kişi-ürün-gerçeklik ilişkisi ekseninde ilerlemektedir. Bu iz üzerindeki kavramlara bakıldığında gerçeğin nesnel olması ve deneyimlerin kişiyi yanıltması olguları öne çıkmaktadır. Buradan hareketle "gündelik yaşamın alışkanlıkları ve ürünler sorgulanmalı, ürün gerçekliğinin yeniden öğrenildiği bir farkındalık geliştirilmelidir" şeklinde yorumlanabilecek bir önermeye varılmaktadır.

Projede öne çıkan kavram gruplarından sonuncusu sufizim ve buna bağlı kavramlardır. Konu, hem alçakgönüllülük, tok gözlülük, egolardan kurtulmak, statü farklarının reddi gibi soyut kavramlarla hem de bunlarla ilişkili olarak yere yakın olmak durumu üzerinden yere yakın oturma birimleri ile vurgulanmıştır.








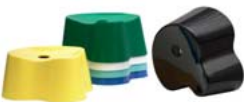



6.2. Beş Duyu İstanbul

Beş Duyu İstanbul projesi 2006 bahar yarıyılında İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde bölüm öğretim üyeleri Prof. Dr. Nigan Bayazıt, Prof. Dr. Alpay Er, Doç. Dr. Seçil Şatır, Yard. Doç. Dr. Şebnem Timur, Öğ. Gör. Dr. Hümanur Bağlı ve tasarımcı Aziz Sarıyer tarafından yürütülmüş deneysel bir yüksek lisans projesidir. Proje *Advanced Design Project* dersi kapsamında gerçekleştirilmiştir (**Beş Duyu İstanbul, 2006**).

Projenin amacı kısaca "İstanbul'u analiz edebilmeyi, görebilmeyi, yorumlayabilmeyi ve bu yolla yeniden üretebilmeyi beş duyu üzerinden yapmak" olarak tanımlanmıştır. Bunu yaparken de çalışmanın kavramsal ağırlıklı olmasına dikkat edilmiş ve "İstanbul'u anlatan alışılmış imge ve kavramlardan" uzak durularak, daha önce yapılmış çalışmalarda tekrarlanan kavramsal ve biçimsel klişelerden kurtulmak istenmiştir. **Öğüt'e (2008)** göre bu amaca ulaşılmıştır. "Kültürel klişeleri bertaraf etmek üzere İstanbul'u beş duyuyla tanımlamak" hedefiyle yola çıkılan projede öğrenciler, İstanbul'u duyularla tarif ederek buradan bazı kavramlara ulaşmışlar ve bu sayede isim verme ya da biçimsel ağırlıklı göndermelerden uzaklaşabilmişlerdir. Bu aşamada sürecin filmler, müzikler, sınıf içi tartışmalar, sunuşlar gibi farklı kaynaklardan beslenecek şekilde kurgulanmış olması önem taşımaktadır. **Öğüt (2008)**, bunun yanında Aziz Sarıyer'in kültüre, geleneksellik ya da sadece olumlu öğelerin vurgulandığı bir tür *güzel resim* şeklinde bir yaklaşım yerine daha geniş ve bütüncül bir açıyla bakmasının, kavramların ürünlere dönüşmesi ve ortaya *evrensel*

ürünlerin çıkmasıyla beraber projenin başarıya ulaşmasına büyük katkısı olduğunu belirtmektedir.

Tablo 6.5: Beş Duyu İstanbul ürün açıklamaları (1/2)

ürün adı (tipi)	kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli	
twin (mobilya, dolap)		boğaz, köprüler	morfolojik uygulama
i-am-passing (halı, elektronik)		paspas, arada kalmışlık, geçiş, farkındalık	şekilsel yorumlama kavramsal esinlenme
impact (aydınlatma)		kapsama, sahiplenme, bütünlük	kavramsal esinlenme
insidetheother (aydınlatma)		zıtlıkların birlikteliği	kavramsal esinlenme
hungeract (mobilya, oturma birimi)		mobilité, etkileşim, yeme alışkanlıkları	kavramsal esinlenme
aster-ist (mobilya, oturma birimi)		boğaz, beşik, tahtirevalli, bağımlılık, hoşgörü, sallanmak	şekilsel yorumlama alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
kaosmarket (şehir mobilyası)		anarşi, mimari, doku, iz bırakmak	alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
lowline (mobilya, oturma birimi)		tabure, çörmek	şekilsel yorumlama kavramsal esinlenme
belips (mobilya, oturma birimi)		taht, dönüşüm	şekilsel yorumlama kavramsal esinlenme
light of the city (aydınlatma)		şehrin silueti, mimari, düzensizlik, çok kültürlülük	morfolojik uygulama topografik uygulama kavramsal esinlenme
istore (depolama ünitesi)		düzensizlik, devinim, derinlik, dönüşüm, keçe	kavramsal esinlenme

Twin isimli dolap, İstanbul'un iki yakasını, aradan akan Boğaz'ı ve bu iki yakayı birleştiren köprülerden esinlenilerek tasarlanmıştır (Tablo 6.5). Burada Boğaz'ın iki yakası, yani bir yer şekli, biçimsel olarak sadeleştirilerek, birleştirildiğinde birbirini tamamlayan iki eş parça ile temsil edilmiştir. Köprüler ise bu iki parça arasındaki bağlantıyı sağlayan ve dolap açıldığında raf görevi gören parçalarla gösterilmiştir. Buradaki kavramlar üründe hem görsel hem de fonksiyonel anlamda izlenebilmektedir. Aynı zamanda, Boğaz'ın iki yakasının birbirine eş bir şekilde gösterilmesi, birbirlerine bağlı olmaları ve birbirleriyle birleşebilmeleri de ürüne eşlik, bağlılık ve birleşme gibi kavramlar üzerinden sembolik anlamlar yüklemektedir.

I-am-passing'de, evlerin girişlerinde kullanılan yuvarlak halılar yeniden yorumlanmıştır. Bu halıların/paspasların biçimsel izlerini ürün üzerinde görmek mümkündür. Bir eşiğin geçilmesi ve bu geçişin farkında olma durumu ürünün içine eklenen devreler yoluyla geçiş sırasında ses çıkarması ile vurgulanmıştır. Biçimsel yorumlamanın ötesinde, şehirden alınan kavramsal esinlenmelerle yeni fonksiyonlar yaratılmıştır.

Impact adlı üründe şehrin farklı birimleri altı eş geometrik parçaya indirgenmiş ve bu birimlerin "kenti benzer şekillerde sahiplenışı" bu soyut geometrik biçimlerle vurgulanmıştır.

Inside the Other soyut kavramların ağır bastığı bir üründür. Biçimsel olarak, birbirine bağlı, iç içe geçmiş ve ortada birleşen karelerden oluşmaktadır. Bu kareler İstanbul'un "zıt noktaları birleştiren yapısı"na gönderme yapmaktadır.

Hungeract'teki birbirine bağlı oturma birimleri ve bu birimlerin oturup kalkma sırasındaki hareketleri kişiler arasında bir etkileşim ve farkındalık yaratmaktadır. Burada büyük ve hareketli şehrin hızlı yeme alışkanlıklarının karakteristiği ürüne yansıtılmıştır.

Aster-ist isimli oturma birimi biçimsel olarak beşik, tahterevalli ve vapur gibi güçlü kültürel nesnelere temel almaktadır. Beşiğin bir yay üzerinde hareket etmesi, tahterevallideki karşılıklı oturarak sallanma durumu ve vapurda otururken sallanıyor olma hissi ürüne işlevsel anlamda ilham vermiş görünmektedir. Bu nesnelere biçimleri kullanımları ile sıkı bir bağlantı içinde olsa da ürün, azaltıcı bir yöntemle bu benzerlikleri alt bir seviyeye çekmeyi başarmıştır. Bunun yanında, üründeki yönsüzlük boğazın 360 derecelik manzarasına, karşılıklı oturma fikri boğazın iki yakasının birbirine bakıyor olmasına, oturan kişilerin birbirlerini dengeleme ihtiyaçları da kalabalık şehir yaşamında birbirine güven duyabilme ve hoşgörülü olabilme gibi kavramlara atıfta bulunmaktadır.

KaosMarket, İstanbul'un sokak pazarlarının "anarşitektüründen" (anarşi + mimarlık + doku) ve insanların şehir mobilyaları üzerinde iz bırakma alışkanlıklarından yola çıkılarak yapılmış, etkileşimli ve teknolojik bir şehir mobilyasıdır. Kullanıcının, aynı zamanda ürünü tasarlayıp yapabileceği bir sistem öngörülerek tasarımın demokratikleşmesi hedeflenmiştir.

Lowline adlı oturma birimi biçimsel anlamda esnafın dükkanlarının önünde kullandıkları geleneksel olarak ahşap ve hasırdan yapılan alçak tabureleri yeniden yorumlamıştır. Bunun yanında, formu ile çömelleme jestini tamamlayıcı bir yapı ortaya çıkmıştır. Burada ürünün şekli, geleneksel bir duruşu tamamlayıcı bir fonksiyonu destekleyecek şekilde oluşturulmuştur.

Belips'de taht fikrinden ve dönüşüm kavramından yola çıkılarak oluşturulmuş bir oturma birimidir. Ürünü oluşturan elipslerin iç içe oluşu ile farklı katmanlar temsil edilmek istenmiştir.

Light of the City adlı aydınlatma biriminde İstanbul'un karakteristik mimarisinin katmanları silüetler olarak ürünün üzerine oturtulmuştur. Bu katmanların ardından gelen ışık şehrin yarı soyut bir resmini ortaya çıkarmıştır

Şehrin düzensizliğinin farklı bir şekilde yorumlandığı *Istore* adlı depolama ünitesinde şehrin derinliği, hareketliliği ve hikayeler barındırması fikri ürüne yansıtılırken geleneksel bir malzeme de kullanılarak kültür ile fiziksel bir bağ kurulmuştur.

Flow isimli aydınlatma biriminde ürün biçimsel olarak İstanbul'un kalabalık sokaklarında yürüyen insanların dinamik yapısını ve birbirleri arasından geçişlerini yansıtmaktadır (Tablo 6.6).












Traces isimli çalışmada, İstanbul kaldırımlarının şekillerinden silikon üzerine kalıp alınarak sokakların düzensiz yapısı ve karmaşası vurgulanmıştır. Ürün, şehrin güzellikleri ve olumlu özelliklerine değil çarpık ve düzensiz tarafına odaklanmaktadır. Bu özellikler ürüne değiştirilerek ya da ters çevrilerek değil olduğu gibi yansıtılmıştır.

İstanbul'un yedi tepesini küresel bir şeklin altına koyarak var olan yapıyı ters çeviren *7Hills* isimli ürün aynı zamanda insanların farklı bakış açılarını ve algılarını sorgulamaktadır.

Duet, basit bir geometrik şekil üzerinden iki kişinin birbirlerine dönük olarak oturabileceği bir birim olarak tasarlanmıştır. Ürün, şehrin barındırdığı zıtlıkların uyumlu birlikteliğini ve birbirlerine dönüşebilme özelliğini ön plana çıkartmaktadır.

Seyyare isimli çay tepesinde, çay kültüründen etkilenilmiştir.

Tablo 6.6: Beş Duyu İstanbul ürün açıklamaları (2/2)

ürün adı (tipi)		kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
flow (aydınlatma)		hareketlilik, kalabalık	kavramsal esinlenme
traces (konsept, halı)		kaldırım, düzensizlik, iz bırakmak, yüzey	morfolojik uygulama alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
7hills (mobilya)		yedi tepe, farklılıklar, dengezsizlik, algı	morfolojik uygulama alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
duet (mobilya, oturma birimi)		zıtlıkların birlikteliği, dönüşüm, bir arada varoluş, birliktelik	kavramsal esinlenme
seyyare (ev aksesuarı)		çay kültürü, çay tepsi	neolojik yaklaşım şekilsel yorumlama
sebil (şehir mobilyası)		yamalı bohça, dönüşüm, eskime, aşınma	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
hale (aydınlatma)		katmanlar, eski uygarlıklar, hilal	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
stow (depolama ünitesi, raf sistemi)		değişkenlik, bağımlılık, yığılma	kavramsal esinlenme
zahir (mobilya, masa)		bezeme, post-modernizm, mitleşmiş zıtlıklar	neolojik yaklaşım morfolojik uygulama kavramsal esinlenme
trollop (aydınlatma)		boğaz, rehavet, hacıyatmaz, huzursuzluk, bakır	şekilsel yorumlama kavramsal esinlenme
ironik (mobilya, paravan)		boğaz, nazar boncuğu, ayrılma, birleşme, ironi	morfolojik uygulama kavramsal esinlenme

Bir şehir mobilyası olan *Sebil*'de ise şehrin kullanıldıkça eskimesi ve aşınması kavramları üzerinde durulmuştur.

Hale, İstanbul'da yaşamış farklı uygarlıkların, ışığın etrafındaki katmanlarla sembolize edildiği bir aydınlatma birimi olarak tasarlanmıştır.

Değişkenlik, bağımlılık ve yığılma kavramları üzerine odaklanan *Stow*'da, bir raf sisteminin kullanıcı tarafından değiştirilebilen şekli ile şehirdeki mekansal pratiklerin sürekli değişmesi simgelenmiştir.

Zahir, üzerinde geleneksel bezemeler bulunan çelik bir masadır. Üründe kullanılan malzeme mitleşmiş zıtlıkların bugüne, bezemeler de geçmişe ait kısmını simgelemektedir.

Aynı zamanda dekoratif bir aydınlatma birimi olan *Trollop*'ta suyun içinden geçen ışığın yansıması ile Boğaz sembolize edilmiştir. Üründe, şehirdeki rehabet ve huzursuzluk hissi vurgulanmış ve kullanım şekli bakımından haciyatmaz prensibi ve bunun yanında geleneksel bir malzeme olan bakır kullanılmıştır.

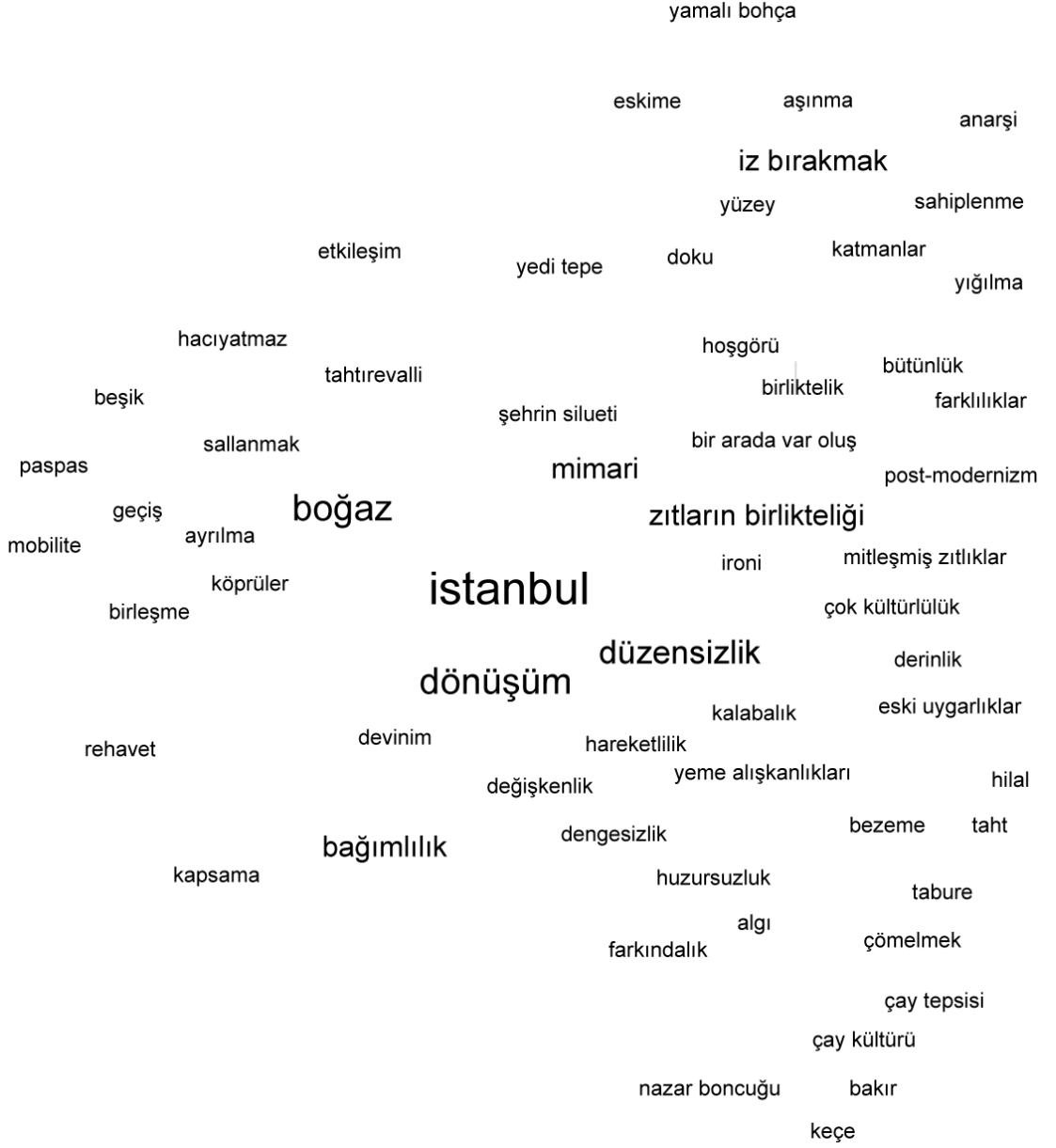
İronik isimli paravanda Boğaz'ın ayırıcı ve birleştirici özelliği nazar boncuğunun ruhsal anlamdaki görevi ile ilişkilendirilmiştir. Bu da ürünün formuna yansıtılarak ayırıcı bir eleman oluşturulmuştur.

Tablo 6.7: Beş Duyu İstanbul, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı

	proje adı
uygulama şekli	beş duyu istanbul
neolojik yaklaşım	5
morfolojik uygulama	6
topografik uygulama	1
biçimsel yorumlama	6
alegorik yorumlama	4
kavramsal esinlenme	20

Beş Duyu İstanbul projesinin analizi sonucu elde edilen kavramların ürünlerle olan ilişkilerine bakıldığında kültürün vurgulanış biçimleri açısından Tablo 6.7'deki gibi bir dağılım ortaya çıktığı görülmüştür. Proje Milano ile kıyaslandığında kavramsal esinlenme dışındaki yöntemlerle daha fazla karşılaşıldığı söylenebilir. Altışar farklı üründe morfolojik uygulama ve şekilsel yorumlama görülmüştür. Ancak yine de kavramsal esinlenmenin diğer yöntemlere göre ağırlıkta olduğu görülmektedir. Projede tasarlanan yirmi iki üründen yirmi tanesinde (~%90) kavramsal esinlenme olarak nitelendirilebilecek yöntemler kullanılmıştır. Kavramsal esinlenmenin yanında en fazla kullanılan yöntemle de beşer defayla biçimsel yorumlama ve morfolojik

uygulama olmuştur. Kavramsal esinlenmenin kullanıldığı ürünlerin yedi tanesinde ise (~%30) bu yöntem tek başına kullanılmıştır.



Şekil 6.3: Beş Duyu İstanbul kavramsal dağılım haritası

Ürünlere ilişkin kavramlar projenin odak noktası ortada olacak şekilde yeniden düzenlenmiştir. Ortaya çıkan dağılım Şekil 6.3'deki gibi olmuştur.

Projede öne çıkan kavramların dağılımına bakıldığı zaman Proje Milano'ya kıyasla çeşitliliğin daha fazla olduğu söylenebilir. Ama burada da aynı bağlamda ele alınabilecek kavramların oluşturduğu dört ana izden bahsedilebilir (Şekil 6.4). Bunlardan ilki boğaz ve onunla ilişkili kavramlardır. Boğaziçi, onun üzerindeki köprüler, geçiş, hareketlilik ve sallanma kavramları farklı ürünlerde farklı biçimlerde

vurgulanmıştır. Ele alınan farklı bir nokta da şehrin çok katmanlı yapısı olmuştur. Bu yapıya gerek şehrin silueti ve mimari gibi görsel öğeler, gerekse “hoşgörü, birliktelik ve bir arada var oluş” gibi kavramlar üzerinden vurgu yapılmıştır. Öne çıkan üçüncü bir grupta şehrin sürekli değişen, dönüşen ve hareketli yapısını ürünler görülmektedir. Bütün bu grupların yanında daha somut olarak da geleneksel maddi kültüre ilişkin nesnelerin kullanıldığı bir izden de bahsetmek mümkündür. Bu grup içerisinde beşik, hacıyatmaz, taht ve nazar boncuğu gibi görselliği ve işlevi ile farklılık taşıyan nesnelere bulunmaktadır.

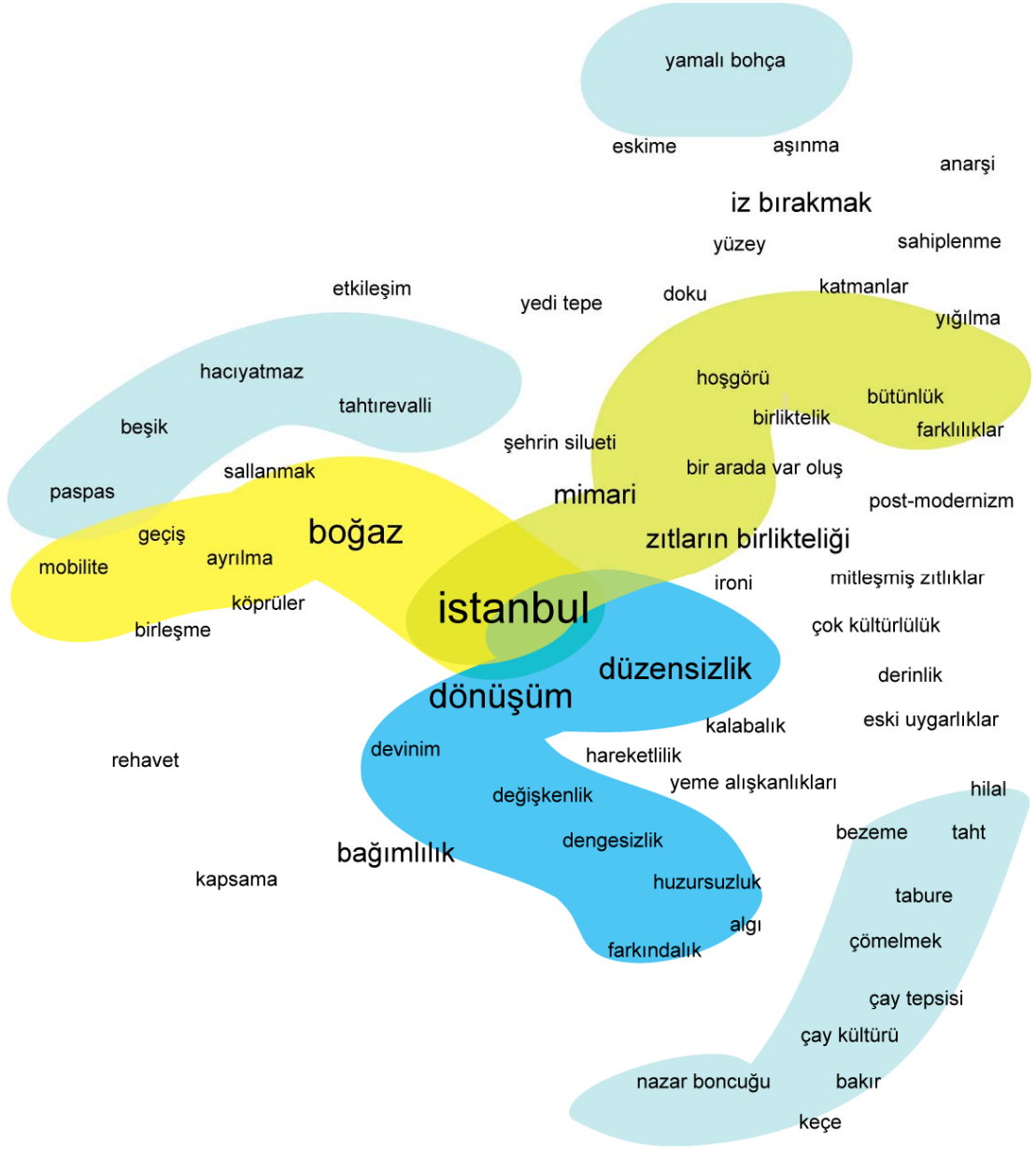
6.3. Nokia Only Planet

Nokia Only Planet projesinin temelleri 2006 yılının Aralık ayında İTÜ EÜTB’nde Finlandiya Konsolosluk işbirliği ile düzenlenen “Tasarımla Rekabet: Finlandiya Örneği” adlı tasarım toplantısı ile atılmıştır (**Only Planet, 2007**). Ardından 2007 yılında, Nokia’nın farklı ülkelerde uyguladığı etnografik araştırmaya dayanan bir ürün tasarımı projesi olan Only Planet kapsamında, *Advanced Design Project* dersi içerisinde, proje gerçekleştirilmiştir. Doç. Dr. Özlem Er, Yard. Doç. Dr. Şebnem Timur Öğüt ve Öğr. Gör. Dr. Hümanur Bağlı’nın yürütücülüğünün yanında Nokia temsilcileri Eero Miettinen, Jonne Harju, Maria Isohanni ve Jan Chipchase de sürece katkıda bulunmuşlardır.

Projenin başlangıç süreci araştırma ve ürün geliştirme aşamalarından oluşmaktadır. İlk aşamada sokak, toplum ve kültür başlıkları altında, “başka toplumlarda olmayabilecek yaşam tarzlarının, sosyal etkileşim şekillerinin, davranışların, ifade biçimlerinin, değerlerin, zevklerin ve arzuların gözlenmesi ve belgelenmesi” amaçlanmıştır. İkinci aşama olan ürün geliştirme sürecinde de araştırma sürecinde ulaşılan sonuçlardan ilham alınarak ürün ya da konseptlerin ortaya çıkarılması beklenmiştir.

Shoekabi, Türkler’deki kapı önünde ayakkabı çıkarma geleneğinden yola çıkılarak tasarlanmış bir üründür. Kalabalık ailelerde ya da misafirlik durumlarında kapıda yaşanan ayakkabı kalabalığı sorunu üzerine düşünülerek tasarlanan üründen, çıkarılan ayakkabıların ya da kullanılmayan terliklerin istiflenebilmesi için bir çözüm önerisi getirilmiştir (Tablo 6.8).

Guestbox adlı üründen de yine misafirlik kavramı ele alınmış ve bu kavram mobilite kavramıyla harmanlayarak geleneksel bir ürün olan bazal yatak yeniden yorumlamıştır.




Şekil 6.4: Beş Duyu İstanbul kavram haritasındaki izler

Bir diğer üründe, bazalı yatak gibi, geleneksel bir ürün olan saatli maarif takvimi *Maarif* adı altında yeniden yorumlanarak dijitalize edilmiştir. Üründe, bir yandan geleneklerin yaşanmasını olanaklı kılmak, bir yandan da yeni teknolojiye uyum sağlamak hedeflenmiştir.

Çim Project adlı ürün grubunda *Huhu*, *Takatuka*, *Tintin*, *Fıçıcık* ve *Sandık* isimli ürünler bulunmaktadır. Bu ürünler doğada zaman geçirme kavramı için lojistik bir altyapı oluşturmak için tasarlanmıştır. Sistem; çok amaçlı kutu, oturma birimi, şemsiye, ambalaj ve geri dönüşüm kutusu gibi ürünlerden oluşturulmuştur.

Patron Inside, elektronik nesnelerin kişiselleştirilmesi için tamamlayıcı bir ürün olarak tasarlanmıştır. Geleneksel el işlerinden ve dikiş setlerinden yola çıkan bu ürün satın alınan bir elektronik aletin kutusunun iç kısmına yerleştirilmiş bir patron ile o ürün için kullanıcıya özgü bir kap yapılabildiğini sağlamaktadır.

Tablo 6.8: Nokia Only Planet ürün açıklamaları (1/2)

ürün adı (tipi)	kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
shoekabi (ev aksesuarı, ayakkabılık)	 ayakkabıları çıkarmak, büyük aile, düzenlilik, misafirperverlik	biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
guest box (mobilya, yatak)	 misafirperverlik, mobilitte, bazalı yatak	biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
maarif (dijital takvim)	 saatli maarif takvimi, yeni teknolojiye adapte olmak	neolojik yaklaşım biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
çim project (sistem, çok amaçlı kutu/oturma birimi, şemsiye, ambalaj, geri dönüşüm kutusu)	 doğada zaman geçirmek, lojistik, yer masası,	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
patron inside (dikiş seti, patron)	 dantel, dikiş seti	biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
navel (çay bardağı)	 çay bardağı	biçimsel yorumlama
decorative strips (süs)	 çay bardağı, misafirperverlik	kavramsal esinlenme







Navel adlı ürün kadınların toplum içinde ikinci dereceden kişiler olarak görülmelerini, misafirlik ve konuk olmak kavramlarını, geleneksel çay bardağını biçimsel olarak yorumlayarak vurgulamaya çalışmıştır.

Decorative Strips, Türklerin misafirperverlik ve konuk ağırlama anlayışlarını ele alan bir üründür. “Türkler konukları ile oldukları zaman her şeyin normalde olduğundan daha güzel görünmesini isterler” (**Only Planet, 2007**). Gözleme dayalı bu argümandan yola çıkılarak tasarlanan *Decorative Strips* isimli süsler ile çay bardaklarının günlük sade görünümlerinin değiştirilerek “misafirlere sunulmaya uygun” hale getirilmesi amaçlanmıştır.

D-Album, etkileşim isteği kavramından yola çıkılarak tasarlanmış bir dijital albümdür. Türkler için önem taşıyan “aile, arkadaşlık, aile değerleri ve paylaşım” kavramları düşünüldüğünde, bu değerlerin bir arada işlenebileceği bir ortam olarak fotoğraf albümleri düşünülmüş ve ürün yeniden yorumlanarak dijital hale getirilmiştir.

Protector Eye adlı üründe batıl inançlardan ve özellikle insanların korunma amaçlı taşıdıkları veya taktıkları nesnelere esinlenilerek bir güvenlik gereci tasarlanmıştır. Nazar boncuğunun taşıdığına inanılan koruyucu özellikler modern koruma ve güvenlik yöntemleri ile değiştirilerek bu özellikler biçimsel olarak nazar boncuğu özellikleri taşıyan bir nesneye aktarılmıştır.

Tablo 6.9: Nokia Only Planet ürün açıklamaları (2/2)

ürün adı (tipi)		kavramlar ve göstergeler	uygulama şekli
d-album (dijital fotoğraf albümü)		etkileşim isteği, fotoğraf albümü	kavramsal esinlenme
protector eye (güvenlik gereci)		nazar boncuğu, batıl inançlar	biçimsel yorumlama alegorik yorumlama kavramsal esinlenme
the wish box lamp (aydınlatma)		dilek ağacı , ritüeller, ağaca kumaş parçası bağlamak	biçimsel yorumlama kavramsal esinlenme
rastgele (balık tutma seti)		balık tutmak	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme
ding (hoparlörülü şişme yastık)		nesnelere kişiselleştirmek	kavramsal esinlenme
seyyar the bus (sistem)		mobilité, göçebe kültürü, seyyar satıcılar, trafik	neolojik yaklaşım kavramsal esinlenme

The Wish Box Lamp isimli aydınlatma ürünü, ilhamını ritüellerden ve dilek ağacından almıştır. Dilek ve adaklar için ağaç dallarına kumaş parçaları bağlama geleneğini kişisel bir ev ürünü üzerinde ağaç formu ve kişiselleştirilebilir başlıklarla ifade etmiştir.

Rastgele adlı ürün balık tutmak eylemi üzerinden farklı kullanıcı seviyelerine göre kişiselleştirilebilen bir set olarak tasarlanmıştır. Kavramsal olarak balık tutmak

sosyal bir eylem şeklinde ele alınmış ve bu eylemi gerçekleştiren kişilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir set oluşturulmuştur.

Ding, “Türklerin hemen her yerde evlerinin rahatlığını aradığı” düşüncesinden yola çıkarak tasarlanmış bir üründür. Çevrenin ve/veya nesnelere kişisel aktivitelere uygun hale getirilmesi mantığından içine hoparlör entegre edilmiş şişirilebilir bir yastık fikrine ulaşılmıştır.

Seyyar the Bus adlı otobüs/kahvehane projesi göçebe kültürü ve bunun getirdiği mobilite ihtiyacını, Türk kültüründe birçok servis sağlayıcısının kullanıcıya gelmesi (seyyar satıcılar, eskiciler vb.) ile birleştirerek sunmaktadır. Ürün, trafikte geçirilen uzun saatlerin toplu taşıma aracı içerisinde sunulacak hizmetlerle değerlendirilebilir bir hale getirilmesini önermektedir (Tablo 6.9).

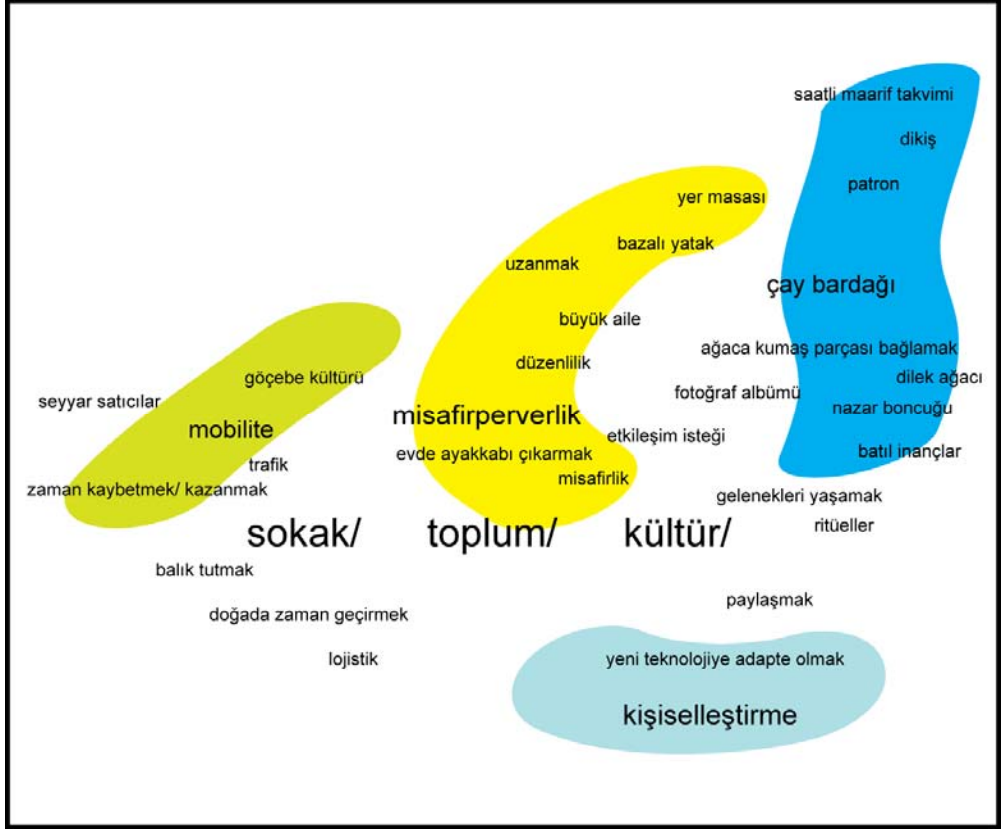
Nokia Only Planet projesindeki ürünlerde kültürün kullanılış şekillerine bakıldığında neolojik yaklaşım, biçimsel yorumlama ve kavramsal esinlenme belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Projenin etnografik çalışma ağırlıklı olmasından dolayı görsel referansların çokluğu dikkate çekmektedir. Morfolojik ve topografik uygulamalara hiç rastlanmazken sadece bir üründe alegorik yorumlama görülmüştür. Kavramsal esinlenme diğer iki projede olduğu gibi en çok kullanılan yöntem olmuştur. On üç ürünün on ikisi (~%93) kavramsal esinlenme kategorisinde ele alınabilmektedir. Bu yöntem dışında en çok kullanılan iki yöntem ise dokuz ürünle biçimsel yorumlama (~%69) ve altı ürünle (~%46) neolojik yaklaşım olarak göze çarpmaktadır. Bu iki yöntemin kullanıldığı ürünlerin hepsinde kavramsal esinlenme yöntemi de mevcuttur. Ürünlerin dört tanesinde (shoekabı, maarif, çim project, patron inside) ise bu üç yöntem bir arada kullanılmıştır (Tablo 6.10).

Tablo 6.10: Nokia Only Planet, ürünlerin uygulama şekillerine göre dağılımı

	proje adı
uygulama şekli	nokia: only planet
neolojik yaklaşım	8
morfolojik uygulama	0
topografik uygulama	0
biçimsel yorumlama	9
alegorik yorumlama	1
kavramsal esinlenme	16

Er' e (2008) göre:

“Nokia projesinde spesifik olarak Nokia'nın bakış açısına biz de sahiptik. Burada artık çok bariz, aşikar şekilde kültürü biz bir araç olarak görüyoruz, orası bir kaynak ve o kaynaktan *harvest* etmenin (hasat etmek, ürün devşirmek) yöntemlerini aramaktayız. Özellikle bu etnografik yöntemlerin kullanımı söz konusu.”



Şekil 6.6: Nokia Only Planet kavram haritasındaki izler

7. SONUÇ

7.1. Proje Analizlerinin Yorumlanması

7.1.1. Kavram Sınıfları

Projeler sonunda ürünlere ilişkin kavramların belirlenmesi, bunların haritalar üzerinde gösterilmesi ve öne çıkan konu ve kavramların açıklanmasının ardından bu kavramlar üzerinde belli bir sınıflandırma uygulanmaya çalışılmıştır. İlk aşamada kuram oluşturma yöntemi kullanılarak kavramlar ilgili oldukları kategorilerin içerisine yerleştirilmiştir. Bu ilk aşamada ortaya nesne, yer şekli inanç, davranış/ritüel, sorun, hareket ve soyut kavramlar gibi gruplar çıkmıştır. Daha sonra bu grupların özellikleri incelenerek daha baskın ve genelleştirilmiş üç adet kavram sınıfına ulaşılmıştır. Bunlar maddesel, hareketsel ve soyut kavramlardır.

Maddesel Kavramlar

Bu kavramlar başka bir deyişle nesneye ilişkin kavramlar olarak da adlandırılabilir. Maddesel kavramların temel özelliği birbiri ile anlamlı bir ilişkiye sahip elemanlardan oluşan bir yapının olmasıdır. Dolayısıyla bu tip kavramların belli bir görsel ve fiziksel tanımı bulunmaktadır. Bu sınıfta ele alınan bir kavramdan ve/veya eylemden doğmuş kullanılabilen nesnelere dir. Bu bağlamda geleneksel ve modern maddi kültüre ait nesnelerin yanında iki boyutlu biçimler, görsel öğeler, geleneksel malzemeler hatta yer şekilleri bu sınıfın içine girmektedir. Proje Milano'dan sedir ve kavuk; Beş Duyu İstanbul'dan keçe, hilal ve İstanbul'un yedi tepesi; Nokia Only Planet'tan ise çay bardağı, dilek ağacı ve seyyar satıcılar gibi kavramlar bu sınıfa giren kavramlara örnek verilebilir.

Hareketsel Kavramlar

Hareketsel kavramlar ya da eyleme ilişkin kavramlar hareket, ritüel, davranış ve ihtiyaç gibi alt sınıflarda incelenebilir. Burada kast edildiği anlamıyla eylem salt bedensel hareketleri ifade edebileceği gibi, nesnelere ilişkin davranışları da kapsayabilir. Örneğin yürümek ya da el sallamak ilk gruba, topa vurmak ya da yazı yazmak ikinci gruba örnek olarak verilebilir. Ritüeller ise bir eylemin yapılma biçimini, sürecini ve onun nasıl yapıldığını ifade eder. Eylemler görsel niteliklerinin yanında zamansal boyutta da anlam ifade ederler, yani süreçsel özelliklere de

sahiptirler. Bu sınıfa giren kavramlara Proje Milano'dan yerde oturmak ve dönmek; Beş Duyu İstanbul'dan çömelmek, sallanmak ve iz bırakmak, Nokia Only Planet'tan uzanmak, balık tutmak ve evde ayakkabıları çıkarmak örnek olarak gösterilebilir.

Soyut Kavramlar

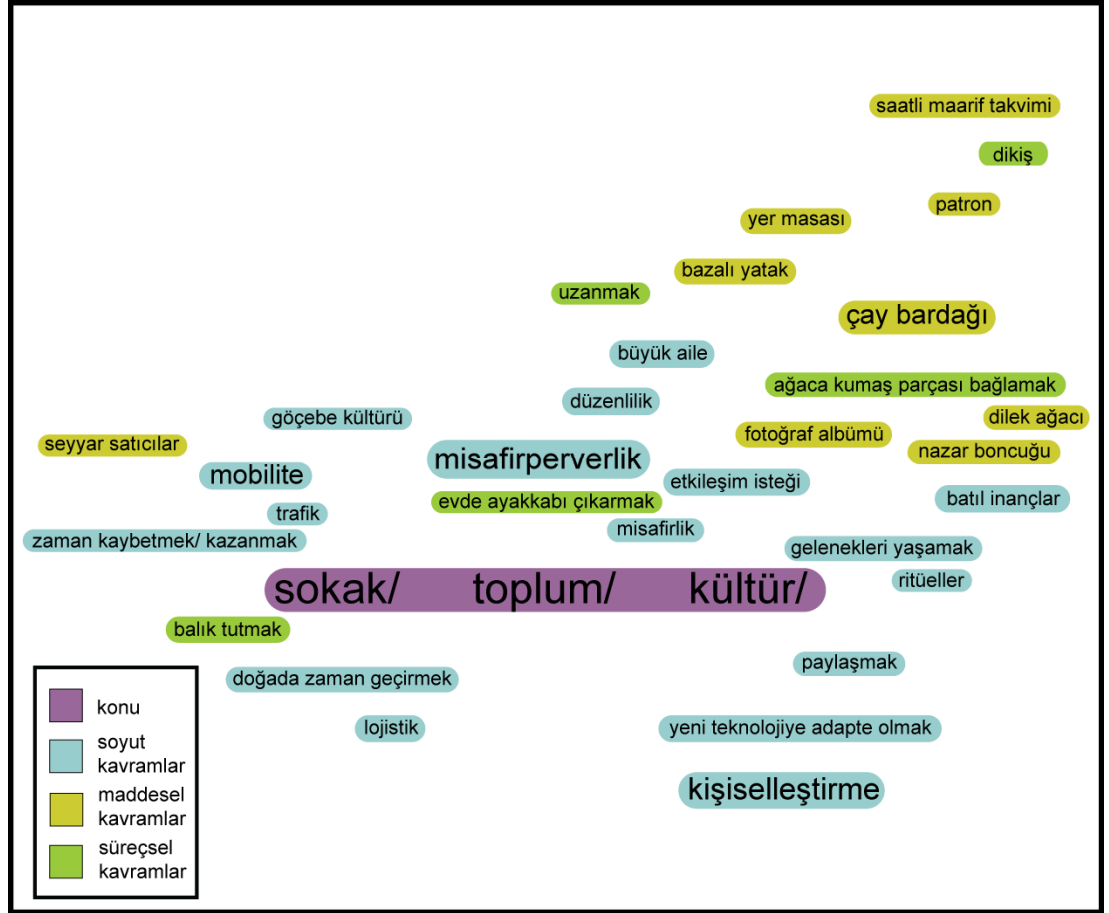
Soyut kavramlar eylemlerin ya da nesnelerin kültürel açımları veya anlamları olarak tanımlanabilirler. Hareket, durum veya duygulara ilişkin olgular, tespitler, değer yargıları, düşünsel yapılar soyut kavram kategorisinde ele alınabilir. Bunun yanında bu sınıfa giren kavramlar farklı bakış açıları ile kendi içerisinde evrensellik ve karmaşıklık bağlamında farklılık göstermektedir. Örneğin bir yanda iletişim, düzenlilik ve birliktelik gibi evrensel kavramlar bulunurken diğer tarafta vahdet-i vücut ya da göçebe kültürü gibi daha spesifik kavramlara rastlanabilmektedir. Karmaşıklık açısından ise basit ve kompleks kavramlardan bahsedilebilir. Genellikle tek kelime ile ifade edilen, dönüşüm, devinim gibi kavramlardan farklı olarak iki veya daha fazla kelimededen oluşan önerme biçiminde kavramlara da rastlanmıştır. Bu tip kavramlara örnek olarak Proje Milano'dan "ruhun bedenden kurtulunca tanrısal özelliklerini yeniden kazanıp ilahi ışıkla aydınlanması" önermesi verilebilir. Kompleks kavramlar genellikle bir gözlemden ya da bir argümandan yola çıkılarak varılan, - verilen örnekte de görüldüğü gibi- genellikle belli kabullere dayanan ve basit kavramlara göre daha öznel bir yapıda olan kavramlardır.

7.1.2. Projelerde Kavram Sınıfları

Kavram sınıflarının oluşturulmasından sonra, projelerin kavramsal dağılım haritalarındaki kavramlar bu sınıflara göre işaretlenmiş ve ortaya renk kodlu haritalar çıkmıştır (Şekil 7.1-3).

Bu sınıflandırmalar doğrultusunda Proje Milano'ya bakıldığında soyut kavramların belirgin bir şekilde öne çıktığı, birkaç maddesel ve hareketsetel kavram dışında diğer tüm kavramların soyut olduğu görülmektedir. Projenin ön çalışma aşamasının edebi ve felsefi bir eksene oturtulmuş olmasının bu sonuçta önemli rol oynadığı söylenebilir. Beş Duyu İstanbul projesinde bir yandan yine soyut kavramların baskın olduğu bir yapı mevcut iken, farklı maddesel kavramların da ele alındığı görülmektedir. Burada, Proje Milano'dan farklı olarak, ön çalışmanın görsel ağırlıklı malzemelere ve araştırmaya dayalı bir biçimde yürütülmüş olmasının maddesel kavramların önem kazanmasında etkili olduğu söylenebilir. Nokia Only Planet projesinde ise kavram sınıfları arasında daha düzgün bir dağılım olduğu görülmektedir. Bunda da projenin daha önceden belirlenmiş bir sistemle şehir içerisinde yapılan etnografik araştırmalar üzerinden ilerlemiş olması etkili olmuştur.

her projede ana konu dışında belli yığılma bölgelerinin ortaya çıkması olmuştur. Örneğin, Proje Milano’da ruh ve beden ilişkisi ve günlük yaşamdan kaçış; Beş Duyu İstanbul projesinde dönüşüm, düzensizlik ve zıtların birlikteliği; Nokia Only Planet’da ise misafirlik ve buna bağlı kavramlar ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Buradan hareketle bu tip kavramsal projelerde projenin ana konusu dışında bir veya birkaç farklı odak noktası olduğu söylenebilir.



Şekil 7.3: Nokia Only Planet, kavram kategorileri

Daha sonra kavramların sınıflandırılması amacıyla yapılan çalışma sonucunda soyut, maddesel ve hareketsel olmak üzere üç temel kavram sınıfına ulaşılmış ve bu sınıflara giren kavramların projelerdeki yüzdesel ağırlıkları incelenmiş ve karşılaştırılmıştır. Bu bilgiler ışığında elimizde ilk olarak bu üç kavram sınıfı bulunmaktadır.

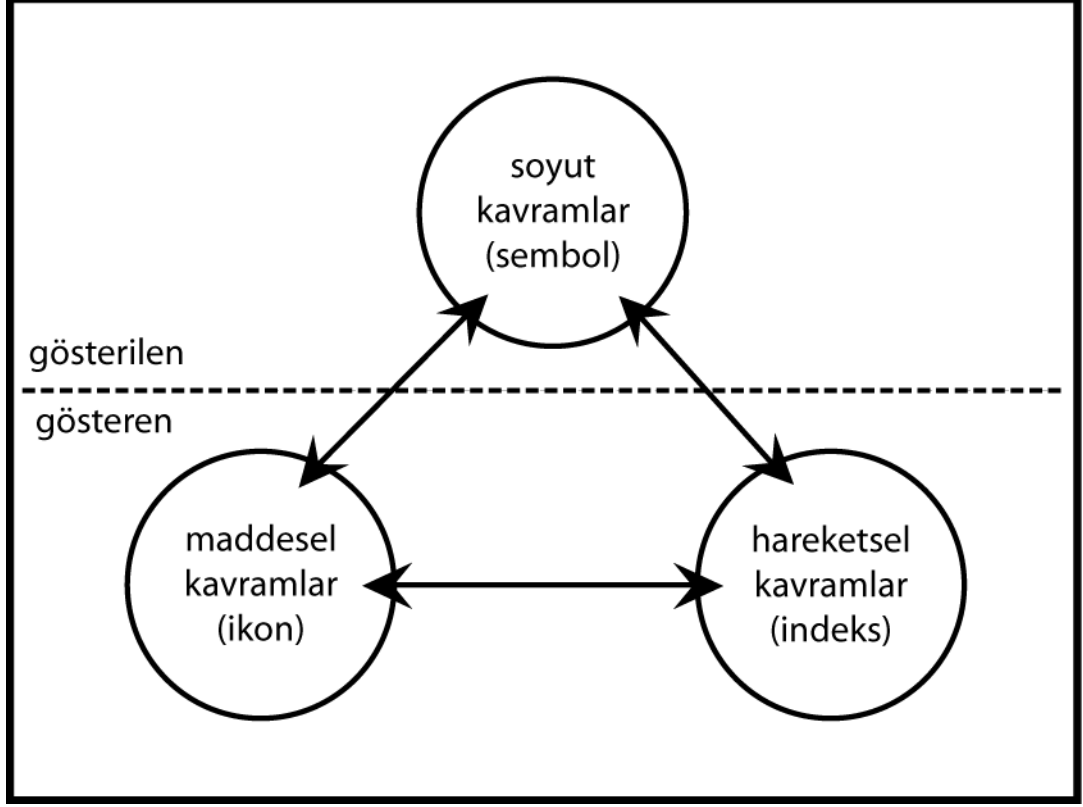
Bir sonraki aşamada sınıfların birbirleri ile olan ilişkilerine bakmak gerekmektedir. Nesne ve eylemlere ilişkin kavramlar doğaları gereği görsel bir takım verilerle ilişkilidir. Bir sandalyeden ya da koşmaktan bahsedildiğinde bu kelimelerin bir görüntü ile bağdaştırılmaması imkansız gibidir. Soyut kavramlar ise fiziksel

karşılıklarını maddesel ve hareketsel kavramlarda bulurlar. Soyut kavramları anlayabilmek ve bunun ötesinde tasarım bağlamında kullanabilmek için onları yukarıda bahsedilen diğer iki sınıftan birine ait kavramlarla görselleştirmek gerekir. Örneğin, batıl inanç kavramı tek başına soyut ve muğlaktır. Nazar boncuğu bir nesne olarak batıl inanç kavramını anlatmak için kullanılabilir. Aynı ilişki, kavram ile eylem arasında kurulmak istenirse, dallara kumaş parçaları bağlamak eylemi ele alınabilir. Görüldüğü gibi nesnelere ve eylemler kavramların tanımlanabilmesi ve görselleştirilebilmesi için gerekli sınıflardır. Yani soyut bir kavramı göstermek için kullanılırlar. Bu noktada, nesnenin ya da eylemin görsel yapısı *gösteren*, kavram da *gösterilen* olmuş olur. Yukarıdaki örnek üzerinden gidilecek olursa batıl inanç kavramı nesne olarak nazar boncuğu yerine muskayla ya da eylem olarak dallara kumaş parçaları bağlamak yerine tahtaya vurmaya ile ilişkilendirilebilir. Benzer şekilde, bu kavramlar birden fazla soyut kavrama da işaret edebilirler. Nazar boncuğunun kem gözü, muskanın korumayı, dallara kumaş parçaları bağlamanın ümidi ya da dilekleri sembolize etmesi buna örnek verilebilir. Yani soyut bir kavramın birden çok göstereni olabileceği gibi nesneye ya da eyleme ilişkin bir kavram da birden fazla gösterileni ifade edebilir. Bu bağlamda kavram sınıfları temelde Saussure'ün, dördüncü bölümde açıklanan, gösterge sistemi ile ilişkilendirilebilir. Buna göre nesneye ve eyleme ilişkin kavramları gösteren soyut kavramları ise gösterilen olarak nitelendirmek mümkündür. Farklı bir bakış açısıyla bu kavram sınıfları Peirce'in gösterge sistemine de uygulanabilir. Bu durumda da nesneye ilişkin kavramları ikon, harekete ilişkin olanları indeks ve soyut kavramları da sembol olarak nitelendirmek mümkündür. Göstergesel anlamları ile sınıflar arasındaki ilişkiler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Şekil 7.4).

Bu durumda soyut kavramlardan ürünlere geçiş de bu maddesel ve hareketsel kavramlar üzerinden olacaktır. Bir başka deyişle, maddesel ve hareketsel kavramlar tarafından gösterilen soyut kavramların izlerinin tasarım ürünü üzerinde görülebilir olması beklenmektedir. Burada ürünü farklı özellikleri ile bu üç sınıfa ait kavramları taşıyan bir gösterge olarak ele alabiliriz.

Ancak, ürünlere ilişkin kavramlara bakıldığında bir çok üründe sadece soyut kavramların irdelendiği -en azından tanımlama bağlamında- görülmektedir. Bu durum ürün görselleri üzerinden yeniden incelendiğinde ise, sadece soyut kavramların kullanıldığı ürünlerde ele alınan kavramların, maddesel ve hareketsel -yani belli bir görselliği olan- kavramlarla ilişkilendirilmediği için kendisini biçim ve dolayısı ile işlev üzerinden gösterdiği ortaya çıkmıştır. Örneğin, Proje Milano'daki *Upside Down*'da dönüşüm kavramı farklı kullanım şekillerine sahip bir ürünün

dönüşebilirliği ile maddeselleştirilmiş; ya da alçakgönüllülük, statü farklılıklarının reddi ve ego gibi kavramlar *Any*'de oturma biriminin yere yakın olması ve bunun getirdiği biçimsel kalıp ile vurgulanmıştır. Beş Duyu İstanbul'daki *Flow*'da şehirdeki hareketlilik ve kalabalık kavramlarının, insan yığınlarının iç içe geçişini sembolize eden bir formla anlatılmış olması da bu duruma örnek olarak verilebilir (Şekil 7.5).



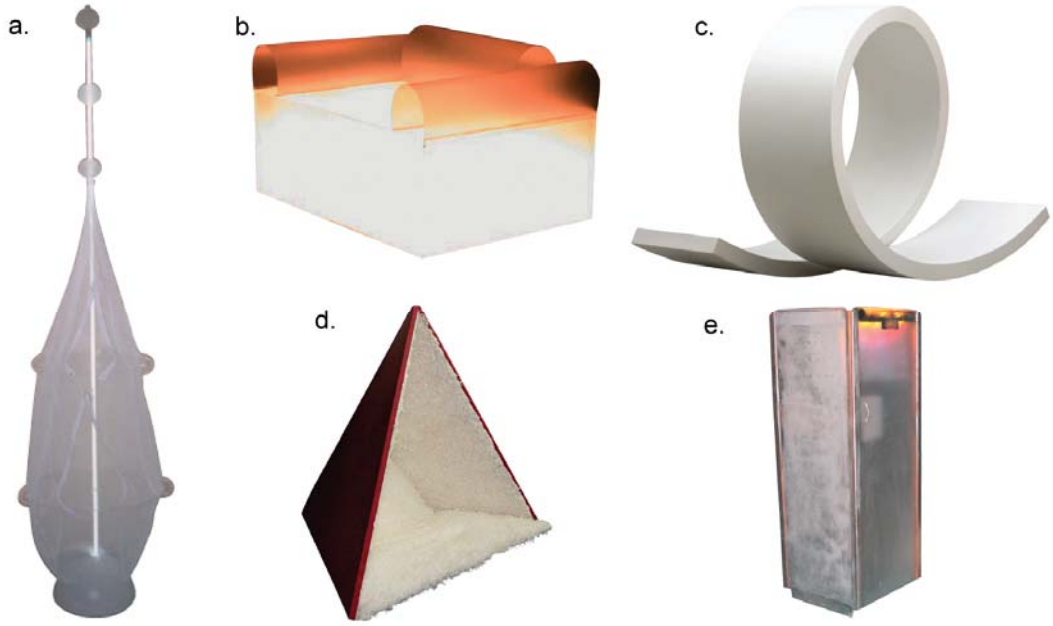
Şekil 7.4: Kavram sınıfları ve aralarındaki ilişkiler



Şekil 7.5: Clopen, Any, Flow (Proje Milano, 2003; Beş Duyu İstanbul, 2006)

Bunun yanında bazı ürünlerde kavramlar malzemelerin fiziksel özellikleri ya da bir takım aksesuarlar ile sembolize edilmiştir. Proje Milano'daki *Spireasca*'da tülün geçirgenliği ve ışık, *Him*'de de yine geçirgenlik ve ışık, anlatılmaya çalışılan kavramları belirtmek için kullanılmıştır. Soyut kavramlı ürünlerde yine ortak olarak ele alınabilecek bir özellik de bahsi geçen kavramların üründe biçimsel ve işlevsel

olarak gösterilmesinin ötesinde simüle edilmesidir. Örneğin, *Duet* isimli oturma biriminde dönüşüm kavramı ürün içerisinde dönüşen bir biçim ile vurgulanırken birliktelik ise iki kişinin birbirine dönük olarak oturması ile gösterilmiştir. Benzer bir şekilde *Mindcell* ve *Clear Your Mind* gibi ürünlerde de günlük yaşamdan kaçmak ve zihni temizlemek gibi kavramlar kullanıcının gerçek yaşamdan fiziksel olarak izole edildiği kullanım senaryoları ile ürüne yansıtılmıştır (Şekil 7.6).

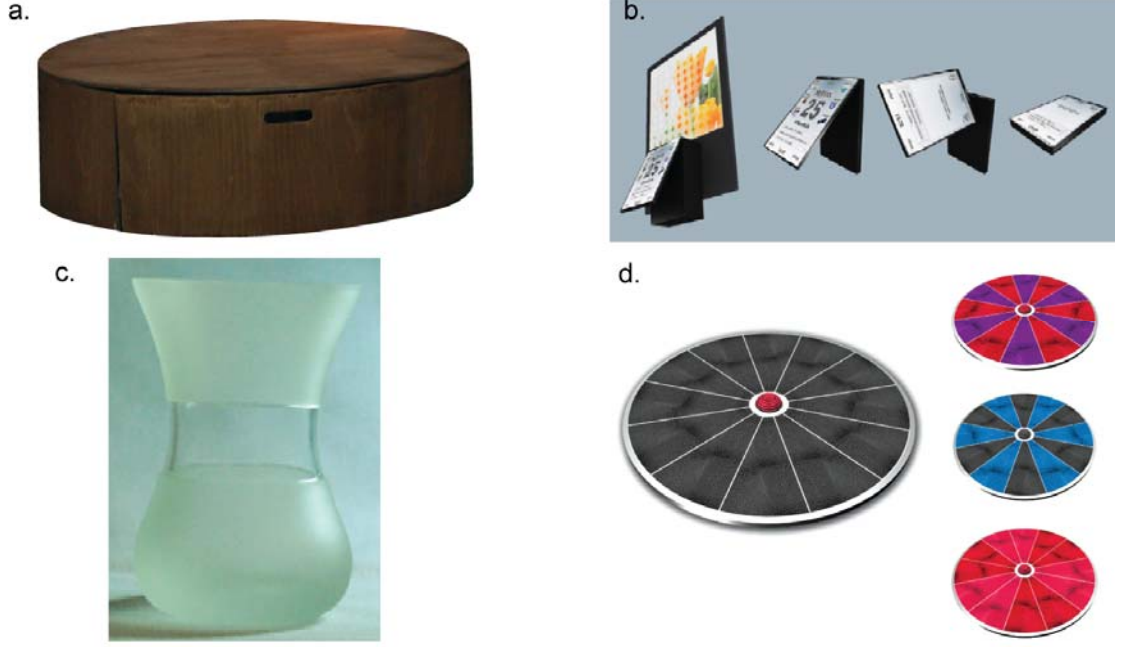


Şekil 7.6: a. Spiresca, b. Him, c. Duet, d. Mindcell, e. Clear Your Mind (Proje Milano, 2003; Beş Duyu İstanbul, 2006)

Görüldüğü gibi soyut kavramların ürün içerisinde kullanılabilmesi için bir takım fiziksel/görsel göstergelere ihtiyaç duyulmuştur. Her üründe bu durum farklı şekillerde ortaya çıkmış olsa da temelde bu soyut kavramlar belli biçimsel, işlevsel, hareketsel özelliklerle özdeşleştirilmiştir. Bu bağlamda, bu tip ürünlerdeki kültürel referansların çok belirgin olmadığı da gözlenmektedir.

İncelenen projelerde nesneye ilişkin kavramları ele alan çok sayıda ürün bulunmaktadır. Bunlar soyut kavramların çağrıştırmaları ile ya da gözlem ve araştırma sonucu ortaya çıkmış kavramlar da olabilir. Bu kavramların ürünlerde kullanılış şekillerine bakıldığında öne çıkan yaklaşımlardan biri – Bölüm 4.4'te bahsedilen biçimsel yorumlamaya benzer bir şekilde- varolan ürünlerin yeniden yorumlanmasıdır. *Sofra*'da yer sofrası, *Maarif*'de saatli maarif takvimi, *Navel*'de çay bardağı ve *I-am-passing*'de paspas örneklerinde görüldüğü gibi bu tip ürünlerde var olan bir nesne, biçimi veya işlevi aslına yakın bir derecede aynı bırakılarak yeniden tasarlanmıştır (Şekil 7.7). Burada, maddesel kavramlar doğal olarak soyut

çağrışımlarından bağımsız olarak ele alınamayacak ve yeniden yorumlandıkları noktada sahip oldukları anlamlarla birlikte ürün içerisinde yer alacaktır. Ancak bu ürünlerde maddesel kavramlar daha çok biçimi ve işlevi ile ön plana çıkmaktadır.

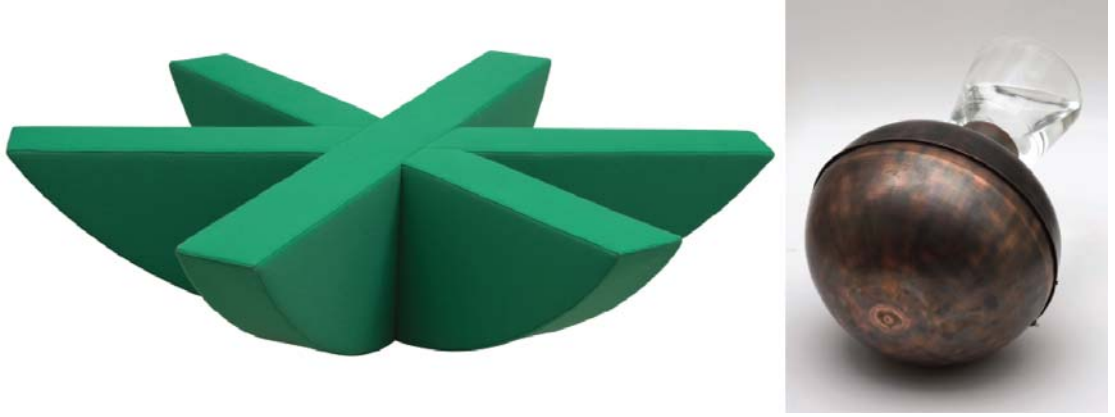


Şekil 7.7: a. Sofra, b. Maarif, c. Navel, d. I-am-passing (Proje Milano, 2003; Beş Duyu İstanbul, 2006; Only Planet, 2007)

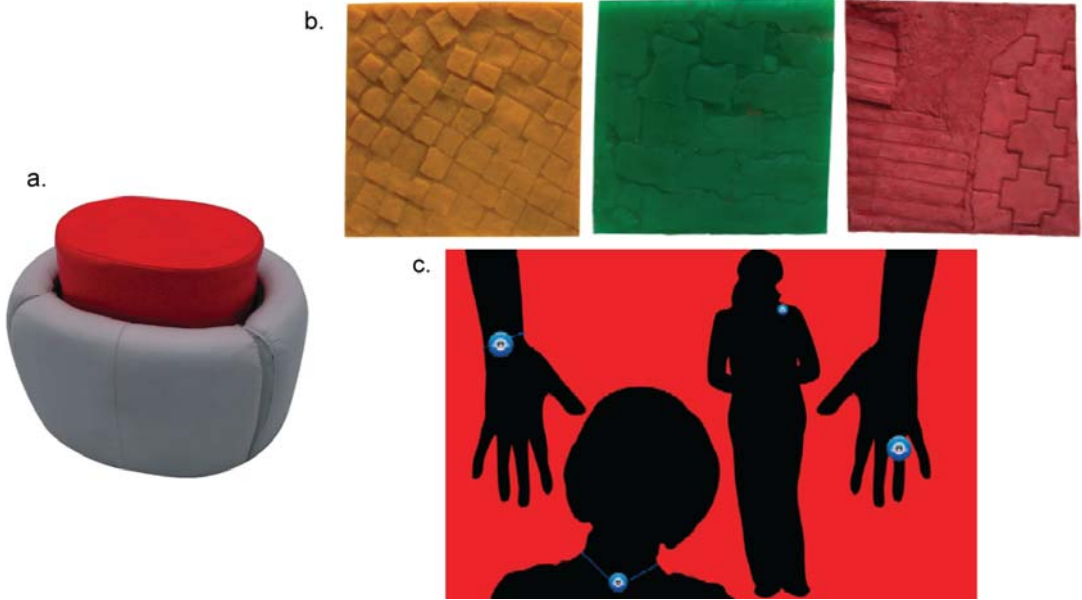
Bazı ürünlerde ise maddesel bir kavrama referans verildiği halde bu kavramın görsel izlerini ürün üzerinde çok net olarak görülmemektedir. Bu tip ürünlerde maddesel kavram direkt olarak yeniden yorumlanmamış, o kavrama dair belirli bir işlevsel özellik kullanılmıştır. Örneğin *Aster-ist*, tahterevalli ve beşik gibi maddesel kavramlardan esinlenilerek tasarlanmış olsa da, üründe bu nesnelere biçimsel özelliklerinden çok işlevi şekillerinde bulunan "sallanmak" kavramı merkeze oturtulmuştur. Bu bağlamda, ortaya temelini başka nesnelere alan yeni bir biçim çıkmaktadır. Benzer şekilde başka bir üründe (*Trollop*) maddesel kavramlar olarak Boğaz ve hacıyatmaz ele alınmış, ancak bu kavramların birleştirilmesi ile yeni bir biçim ve işleve sahip bir ürüne ulaşılmıştır. Bu yöntemin uygulandığı ürünlerde nesnelere biçim-işlev ilişkisi dolayısıyla bazı görsel izlere rastlamak mümkünse de kültürel referansların çok bariz olduğu söylenemez (Şekil 7.8).

Maddesel kavramların farklı bir şekilde kullanıldığı ürünler ise bu kavramların kendileri ile ilişkili soyut kavramların dışavurumu amacıyla kullanıldığı ürünlerdir. Proje Milano'dan *Kavuk* adlı üründe görüldüğü gibi göstergesel olarak kullanılan/ödünç alınan kavram/nesne sahip olduğu işlevden ve hatta bir dereceye kadar biçimden arındırılarak bir takım soyut kavramların ifade edilmesi amacı ile

sembolik olarak nitelendirilebilecek bir şekilde ürüne yansıtılmıştır. Başka bir üründe (*Traces*) ise kaldırım taşları şehrin yollarının düzensizliğinin bir göstergesi olarak kullanılmıştır. Burada maddesel kavram ile tasarlanan ürün arasında daha sıkı bir işlevsel bağ olduğu söylenebilir. Bu bağ bazen de tasarlanan ürünü işlevsel anlamda karşılayan bir kavramın kullanılması şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Örneğin, bir güvenlik gereci olarak tasarlanan ürün (*Protector Eye*), güvenlik/koruma sağladığına inanılan nazar boncuğu biçimine sokularak ürünün işlevi ile ilgili fikir güçlendirilmiştir (Şekil 7.9).



Şekil 7.8: Aster-ist, Trollop (Beş Duyu İstanbul, 2006)

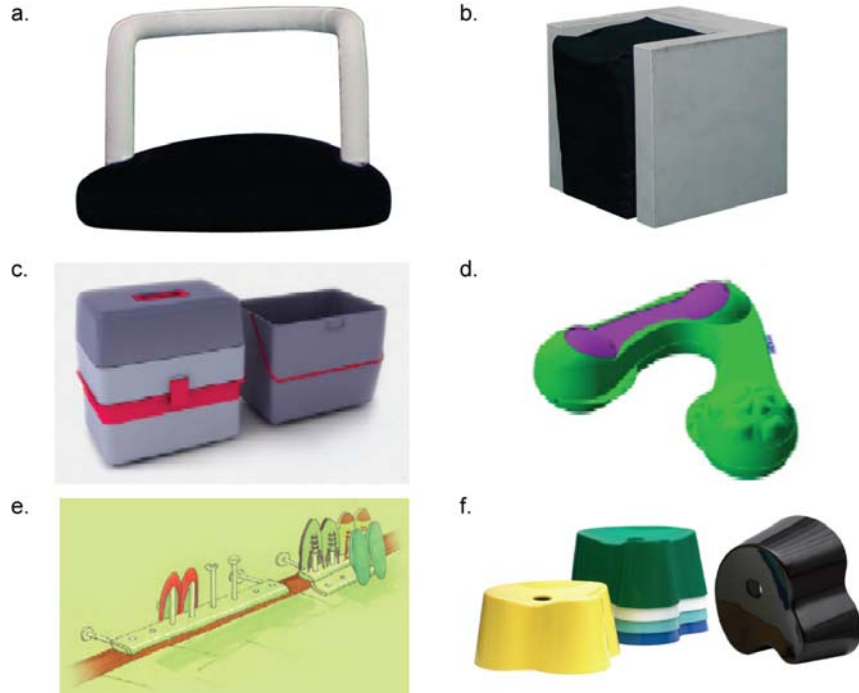


Şekil 7.9: a. Kavuk, b. Traces, c. Protector Eye (Proje Milano, 2003; Beş Duyu İstanbul, 2006; Only Planet, 2007)

Bütün bu farklı kullanım şekilleri temelde iki farklı yöneme indirgenebilir. Bunlardan birincisi, kültürel/geleneksel bir maddesel kavramı olduğu gibi kullanarak yeniden yorumlamaktır. Bu şekilde ürün ya biçimini ve/veya işlevini neredeyse aynen korur

ya da yapılan eklemelerle/değiştirmelerle yeniden biçimlendirilir. Diğer yöntemde ise maddesel kavramın biçimsel veya işlevsel özelliği vurgulanmak istenen soyut veya hareketsetel bir kavramı göstermek amacıyla tasarım nesnesinde kullanılır.

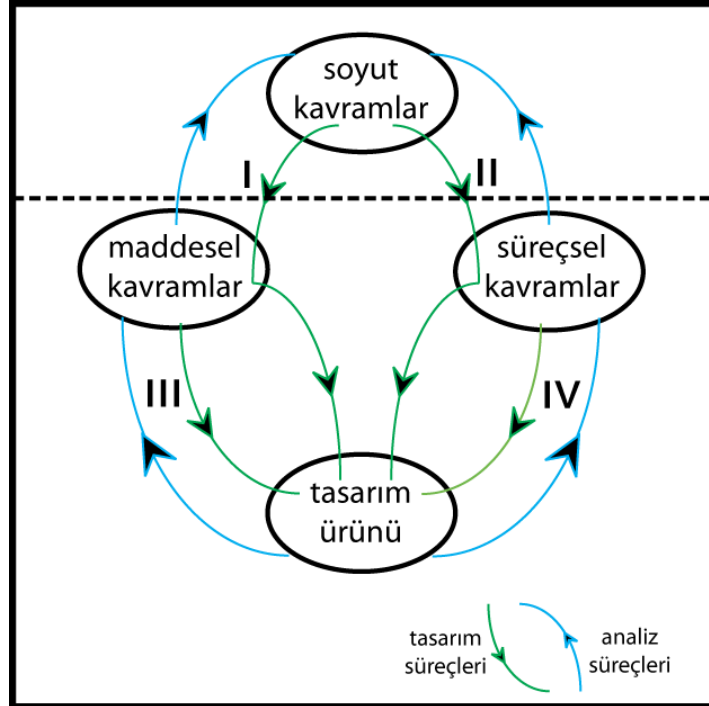
Harekete ilişkin kavramlar ise daha önce belirtildiği gibi hareket, davranış, ritüel ve ihtiyaç gibi alt başlıklar altında incelenebilir. Açık bir şekilde bunlara dair kavramlarla ilişkilendirilen ürünlerde, eğer kavram direkt olarak bir hareket veya davranış biçimi ise o harekete ilişkin sürecin simüle edilmesi (*X-seat*/yerde oturmak, *In-between*/gömölme) yoluna gidildiği görölmektedir. Bu tip ürünlerde kullanım sırasında vurgulanan kavram gerçek hayattakine benzer bir şekilde tekrarlanmaktadır. Farklı bir yaklaşım ise ele alınan davranışı ya da ritüeli tamamlayıcı/vurgulayıcı bir ürün tasarlamak olarak öne çıkmaktadır (*Ding*/uzanmak, *Rastgele*/balık tutmak). Burada ürün söz konusu hareketin/davranışın gerçekleştirilmesi sırasında ona uyum sağlayan ya da onu tamamlayan özelliklere sahiptir. Bir diğer yöntem ise belli bir ihtiyaca, davranışa ya da kültürel fenomene yönelik bir çözüm önerisi sunmak olarak tanımlanabilir (*Shoekabı*/kapı önünde ayakkabıların çıkarılması, *Lowline*/çömelmek). Örneğini ürün belli bir davranış biçiminin doğurduğu sonuçları bertaraf ediyor ya da ondan kaynaklanan bir boşluğu dolduruyor olabilir (şekil 7.10). Bu örneklere dayanarak maddesel kavramlarda olduğu gibi, hareketsetel kavramlara yapılan vurguların da temelde direkt veya dolaylı olarak iki farklı ekseninde gerçekleştirildiği söylenebilir.



şekil 7.10: a. X-seat, b. In-between, c. rastgele, d. Ding, e. Shoekabı, f. Lowline (Proje Milano, 2003; Beş Duyu İstanbul, 2006; Only Planet, 2007)

Bütün bu farklı yaklaşımlar özetlenecek olursa, proje analizleri sonucunda temel olarak üç farklı kavram sınıfından bahsedilebileceği ve ürünlerin tasarım süreçleri incelendiğinde genellikle bu üç noktadan birinden hareketle tasarım ürününe varıldığı görülmektedir. Bu noktada tasarım eyleminin doğrusal ilerleyen bir yapısı olmadığı düşünülürse, tasarımcının kavramlarla bitmiş ürünler arasındaki evrende fiziksel ve düşünsel temelde sürekli olarak yer değiştirmesi durumunu göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Ancak temel olarak kavramlardan ürünlere giden yollar tasarım, tersi bir akış izleyen yollar ise analiz süreçleri olarak tanımlanmıştır.

Daha önce tanımlanan ve açıklanan kavram sınıflarından maddesel ve hareketsetel kavramların izlerini ürünler üzerinde takip etmek mümkün olsa da direkt olarak soyut kavramlardan nesnelere ulaşmanın mümkün olmadığı görülmektedir. Bu durumda soyut kavramlardan yola çıkarak bunları ürün üzerinde maddesel ve/veya hareketsetel kavramların özelliklerini kullanarak göstermek seçilebilecek ilk iki yolu (I ve II) oluşturmaktadır (Şekil 7.11). Maddesel ve hareketsetel kavramların ele alınma biçimlerine baktığımızda ise karşımıza çıkan ilk yol biçimsel yorumlamadır (Yol III ve IV). Soyut kavramları vurgulamak amacıyla maddesel ve/veya hareketsetel kavramların kullanılması ise birinci ve ikinci yollar çerçevesinde ele alınabilir. Tasarım sürecinin düşünsel ilerleyişinin bir analizi (tam olarak nereden yola çıktığı ve nereye varıldığını bilinebilmesi) ileride bu yöntemin birden fazla yöneme ayrılmasını sağlayabilir.



Şekil 7.11: Kavram sınıfları ve tasarım süreçleri

Bu inceleme sonucunda soyut, maddesel ve hareketsel kavramların farklı yaklaşımlarla ele alınarak ürünü direkt veya dolaylı yollardan şekillendiren etkenler olduğunu söyleyebiliriz. Tasarım aşamasında tasarımcı bu üç sınıftan da beslenir ve sonuçta önerdiği ürün –proje analizlerinde de görüldüğü gibi- bu sınıfların birinden ya da daha fazlasından etkiler taşıyabilir. Ele alınan üç kavram sınıfı kendi içerisinde geçişkenlik gösterse de bu kavramların ürüne yansıtılması noktasında ürünlerdeki belirtisel, görüntüsel ve sembolik göstergelerin maddesel ve hareketsel kavramlar dolayısı ile oluşturulduğu görülmektedir. Bu dörtlü yapı içerisinde kültür ve dil de bu kategorileri kapsayan, tasarımcının kendini ifade edebilmesini sağlayan ve tercihlerini belirleyen önemli etkenlerdir. Bu sınıflar altındaki kavramlar, tasarımcının kültürel altyapısından beslenir. Örneğin, maddesel kavramlar içerisinde ele alınan nesnelere (sedir, beşik, bazalı yatak, vb.), şekiller (hilal, bezeme, yedi tepe, vb.) ve malzemeler (keçe, bakır, vb.); hareketsel kavramlar sınıfına giren, davranışlar, ritüeller ve ihtiyaçlar ve soyut kavramları oluşturan durum, olgu, duygu ve değer yargıları gibi kategoriler her ne kadar var olan küresel yapı nedeniyle birçok farklı kültürden etkileniyor olsa da temelde baskın olan, içerisinde yaşanılan toplumun maddi kültürü ve düşünce yapısı ile sıkı bir ilişki içerisinde bulunmaktadır.

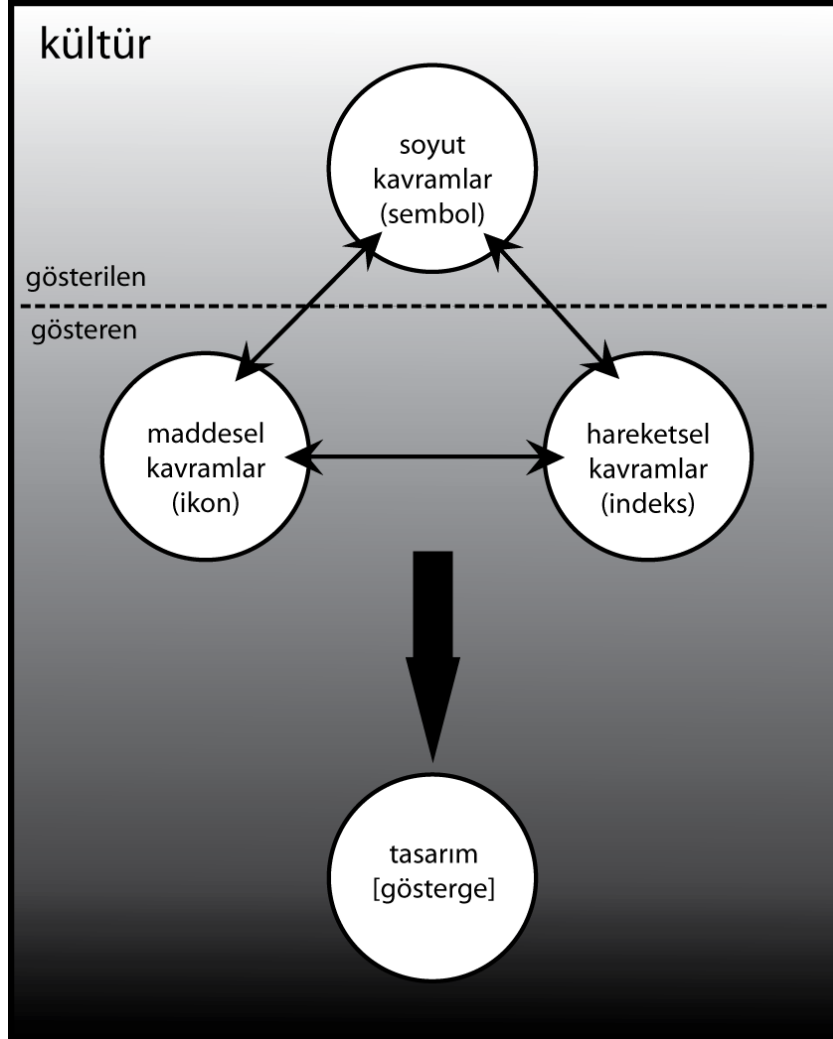
Aynı maddesel, hareketsel ve soyut kavramlar farklı kültürel çerçevelerde farklı anlamlar ifade edebilir ve ürünler üzerinde farklı şekillerde ifade edilebilirler. Hangi kavramın hangi nesne ya da eylem ile bağlantılı ele alınacağı; soyut, maddesel ve hareketsel kavramlardan tasarım ürününe nasıl geçileceği noktasında kültür ve dil hem belirleyici hem de yönlendirici bir rol oynamaktadır (Şekil 7.12).

7.2. Çalışmaya Genel Bakış

Çalışmanın teorik kısmında varılan sonuçları genel olarak ele almak gerekirse, tasarım ve kültürün yakın bir ilişkisi vardır. Küreselleşmenin doğurduğu yapı kültürün endüstri ürünleri tasarımı açısından önemini farklı yollardan arttırmaktadır. Kültür, endüstri ürünleri tasarımında farklı amaçlar için kullanılabilir. Bunun yanında tasarım ürünlerinde kültürel göstergeler farklı amaçlarla ve farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı merkeze kıyasla daha geç ortaya çıkmış ve ülkenin sosyal ve politik şartları altında kendine özgü bir gelişim takip etmiştir. Bu şartlar altında Türk insanının ve Türk tasarımcısının kültür ile olan ilişkisi de kendine has bir yapıda olmuştur. Modernleşme hareketleri ile geleneksel kültürün yadsınması bir yandan elitist denebilecek modern bir kültürün ağırlıklı olarak

yukarıdan gelen bir hareketle yaratılmasını ve yaşatılmasını sağlamış, bir yandan da bu kültüre karşı kendini ifade edebilecek farklı ortamlar arayan toplumun sonradan popülerleşecek alt kültürler oluşturmaya sebep olmuştur. Sürekli olarak askeri müdahaleler ve bunlara bağlı olarak birçok aydın, sanatçı ve politikacı başta olmak üzere insanların kendini ifade yollarının kısıtlanması ya da tamamen kapatılması toplumun düşünsel ve kültürel sürekliliğini sekteye uğratmıştır. 1983 yılından itibaren ise liberal ekonomiye geçiş ile beraber kültürel bütünleşme olasılıkları artmış ancak kültürel etkileşimin dengesi özellikle Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere batı/merkez ağırlıklı olmak üzere bozulmuştur. Günümüze gelindiğine ise Türkiye'deki tasarım bölümlerinde ve kültür konusu ile ilgili akademik çalışmalarda artış, daha fazla sayıda ve daha uluslararası yapıdaki projeler ve üniversite-sanayi işbirliğinin artması kültürün dışavurumu ile ilgili bir takım önyargı ve psikolojik engellerin aşılmış olduğu görülmektedir.



Şekil 7.12: Kültür, kavram sınıfları ve ürün bağlamında bir tasarım süreci modeli

Analiz kısmında incelenen üç projenin ortak yanı hepsinin İTÜ EÜTB'nde ve son 10 sene içerisinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bunun yanında proje başlangıcında ya da tanımında konu genel hatlarıyla tanımlanmış fakat fazla özelleştirilmemiş, öğrencilere daha özgür çalışabilme imkanı verilmiştir. Her üç projede de kavramsal bir yapı hâkim, belli bir ürün tipi zorunluluğu getirilmemiş hatta ürün geliştirme kısmı mümkün olduğu kadar ötelenmeye çalışılmıştır. Projelerin ilk kısımları mümkün olduğunca araştırma, tartışma ve gözlem süreçlerine dayandırılmıştır. Proje yürütücüleri bu süreçlerin en az ortaya çıkan ürünler kadar önemli olduğunu ifade etmektedir. Proje Milano'da düşünsel sürecin biraz daha belirsiz ve yönlendirmeden uzak gelişmiş olduğu görünmektedir. Beş Duyu İstanbul projesinde yürütücülerin çizdiği duyuların ön plana çıkarıldığı ve klişelerden mümkün olduğunda uzak durulmaya çalışılan genel bir yapı en baştan itibaren tanımlanmış, Nokia: Only Planet projesinde ise Nokia'nın belirlenmiş ve farklı uygulamalarda kullanılmış olan yöntemi proje kapsamında ele alınmıştır.

Projelerin incelenmesi kapsamında ele alınan yöntem, daha önce de belirtildiği üzere Balcioğlu'nun önerdiği sınıflandırma üzerinden, ağırlıklı olarak, kavramsal esinlenme olarak nitelendirilen sınıfın daha açıklayıcı bir model ile sınıflandırılmasına yönelik olmuştur. Burada ürünlerdeki soyut ya da somut esin kaynakları ve çıkış noktalarını genel anlamda *kavram* olarak nitelemek kelimenin daha güncel olan düşünsel ya da soyut olgu anlamındaki kullanım biçiminden farklı bir uygulama olarak nitelendirilebilir. Ancak bu esin kaynaklarının ve çıkış noktalarının somutluk derecelerinin, ürünler üzerindeki/ içerisindeki kullanılış şekillerindekiler ile doğrudan bir ilişki olmaması açısından, tasarımcının düşünce, analiz ve tasarım süreçlerini şekillendiren bütün bu olgular genel bir kavram başlığı altında ele alınarak kategorize edilmiştir.

Proje Milano'daki ürünlerin kavramsal gösterge dağılımına bakıldığında projenin odak noktasının zamanla sufizm ve mistisizme kaymasından dolayı bu konularla ilgili daha evrensel kavramlara değinildiği görülmektedir. Beş Duyu İstanbul projesinde de yine kavramsal bir yapı olmakla beraber İstanbul üzerinden daha çok "boğaz", "düzensizlik" ve "dönüşüm" gibi konulara yönelinmiştir. Nokia: Only Planet projesinde ise ağırlıklı olarak bazı geleneksel nesnelere yanında misafirlik ve mobilite gibi kavramlar ele alınmıştır. Bu üç projenin kavramsal analizine bakıldığında ilk göze çarpan yoğun bir soyut kavramsal yapı olmuştur. Yüzdeler oranlarda farklılıklar olsa da soyut kavramların birçok üründe ağır bastığını söylemek mümkündür. Bunun bir sebebi de aynı soyut kavramla ilişkilendirilebilecek birçok farklı maddesel ve hareketsetel kavramın var olmasıdır. Bu bağlamda soyut

yaklaşımlar ağırlıkta gibi görünse de, bu kavramların ürüne yansıtılma aşamasında (zorunlu olarak) bir takım maddesel ve hareketsel kavramlardan faydalandığı görülmüştür. Buna bağlı olarak da, tamamen bilinçli bir şekilde olmasa da ya da ürün açıklamalarında sözü geçmese bile, tasarım sürecinde maddesel ve hareketsel kavramların fiziksel/işlevsel özellikleri ürünlere yansıtılmıştır. Kavramların sınıflandırılması ve ürünlerde yansıtılış şekillerinin incelenmesi sonucunda ise tasarım sürecinde bu üç grup arasında doğal bir geçirgenlik olduğu ve süreç sırasında farklı yollar izlenebileceği görülmüştür. Soyut kavramların ürüne maddesel ve/veya hareketsel kavramların biçimsel ve işlevsel özellikleri üzerinden yansıtılması bu yollardan biridir. Bunun yanında maddesel kavramların direkt olarak yani ele alınan kavramın biçimsel ve işlevsel özellikleri büyük oranda korunarak ya da parçasal olarak yani ele alınan kavramın belirgin bazı özellikleri öne çıkarılarak ürüne aktarıldığı görülmüştür. Hareketsel kavramlar için de yine aynı şekilde direkt veya dolaylı anlatım yollarının bulunduğu söylenebilir. Bu yolların kesin sınırlarını çizmek tasarım sürecindeki düşünsel aşamaların daha detaylı bir analizini gerektirmektedir. Yani ilk aşamada hangi kavramdan yola çıkıldığı ve nasıl bir düşünsel süreç üzerinden nereye varıldığına incelenmesi tasarım süreçleri hakkında daha fazla fikir sahibi olunmasına olanak tanıyacaktır.

Tasarım süreci içerisinde ele alınan kavramlara dönüşecek olursa kavramların içeriği incelendiğinde kültürün kavramlarla olan ilişkisi ortaya çıkmaktadır. İncelenen ya da üzerinde çalışılan konu ne olursa olsun soyut ya da evrensel kavramların ürünler üzerinde ifade edilmesi noktasında seçilen kavramlar tasarımcının içinde yaşadığı ya da etkilendiği kültürel yapının izlerinin taşıyacaktır. Ürün incelemelerine bakıldığında bu durumun geçerli olduğu, zamanla daha soyut ve evrensel kavramlardan daha somut (maddesel ve hareketsel) ve spesifik kavramlara doğru bir kayış görüldüğü söylenebilir. Bu durumun oluşmasında projelerin araştırma biçimleri arasındaki farklılıkların da payı olduğu belirtilmelidir. Kavramlardaki soyuttan somut olanlara doğru geçişin yanı sıra tasarımlarda direkt referanslardan (genel olarak bütün projeler kapsamında ve birkaç ürün dışında) mümkün olduğunca uzak durulmuş olması ve ürün çeşitliliğindeki artış gibi eğilimler de dikkat çekicidir.

7.3. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi tasarım ve kültür arasındaki ilişki çok geniş bir alana yayılmaktadır. Bu bağlamda konu farklı açılardan incelenebilir. Sadece tasarım eğitimi konusunda bile tarihsel gelişim, bölümler arasındaki farklılıklar, teorik

ve uygulamalı çalışmalar gibi farklı yönlerde incelemeler yapmak mümkündür. Oldukça geniş bir alana yayılan tasarım ve kültür ilişkisi bu çalışmada tek bir okul ve sınırlı örneklem üzerinden incelenmiştir. Bunda çalışmanın kapsamının yanında kaynakların sınırlılığının ve ulaşılabilirliğinin etkisi olmuştur. Ancak yine de incelenen projelerin iyi bir şekilde belgelenmiş olması anlamlı bir sonuca ulaşabilmeyi mümkün kılmıştır. Bu çalışmanın üzerine eklenebilecek olası araştırma konuları daha fazla sayıda projeyi ve tasarımı inceleyerek burada bulunan sonuçlar ile örtüşme düzeylerine bakılmasını, okulların bu projeleri gerçekleştirme sebeplerinin ve hedeflenen sonuçların araştırılmasını, bunun yanında teorik dersler ile uygulamalı çalışmalar arasındaki ilişkinin incelenmesini içerebilir.

Tasarım özünde üretim ve tüketim zincirlerinin ortasında bir bağlantı görevi görmektedir (**Sparke, 2004**). Malzemeler bu bağlamda önemlidir, ancak bir “şey” haline getirilene kadar da en düşük seviyede kültürel içeriğe sahiptirler. Bunun da ötesinde bir malzemeler ürün haline getirildikten sonra da kullanıcı ile ilişkiye girene kadar yine sınırlı bir anlama sahip olmakta ve tasarımcının ona yüklediği anlamların oluşturduğu bölgenin dışına çıkamamaktadır. Tasarımcı malzemeyi alıp dönüştürse ve ona birden fazla anlam yüklese de, ürünlerin gerçek anlamları sonuç olarak ve engellenemeyecek bir şekilde tüketim ve kullanım bağlamında ortaya çıkacak ve dönüşecektir. Bu durum göz önüne alındığında, projelerdeki ürünlerin kavramsal altyapısı kültür bağlamında analiz edilip yorumlanmaya çalışılmış olsa da bu tür bir çalışmanın hiçbir zaman tam olarak bitmeyeceği ortadadır. Zira bu ürünler kişinin nesne ile iletişiminden, onu tüketiş ve/veya kullanımından ortaya çıkacak anlamlardan yoksundurlar ve sadece tasarımcılarının ona yüklediği anlamları içermektedirler. Yani, “insanın düşünsel süreçlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan her türlü ürün” gibi kapsamlı bir tanım bağlamında kültürün bir parçası haline gelmiş olsalar da gerçek hayata dahil olamamış olmalarından dolayı kullanım ya da anlamlandırılma gibi süreçlerin getireceği kültürel değerlerden yoksun kalmaktadırlar. Bu bağlamda benzer bir araştırma profesyonel tasarımcıların ürünleri üzerine yapılabilir. Bu ürünlerin kavramsal yapıları bağlamında kültürel göstergeleri ve anlamları incelenebilir, bunun tarihsel süreç içerisinde gösterdiği değişim, bu değişimin tasarım üzerindeki etkileri, tasarımcının içinde yaşadığı toplumu nasıl anlamlandırdığı ve bunun tasarladığı ürünlere yansıma şekilleri araştırılabilir. Bunun yanı sıra burada önerilen modelin mutlak olmadığını da belirtmek gerekmektedir. Hem kavramsal haritaların oluşturulması hem de kavram sınıflarının yorumlanması aşamasında uygulama mümkün olduğunca açık ve gelecekteki olası araştırmalara imkan verecek şekilde yapılmıştır. Bu sayede

önerilen modelin farklı yöntemlerle başkalaştırılabilmesi, farklı projelerle çeşitlendirilebilmesi ve güçlendirilebilmesi; eğitimci ve tasarımcı tarafından farklı şekillerde kullanılarak yeni ve zengin açılımlar getirebilmesi amaçlanmıştır.

KAYNAKLAR:

- Aydınlı, S.**, 1996. Ürün Tasarımında Kitsch Kavramı Üzerine..., *Tasarımda Evrenselleşme, 2. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*. Yapı Endüstri Merkezi, İstanbul.
- Bağlı, H. H.**, 2001. Temsil Araçları Olarak Zanaat ve Tasarım: Turistik Nesnelere Üzerine Kavramsal Bir Analiz, *Doktora Tezi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Bal, M., ve Bryson, N.**, 1991. Semiotics and Art History: A Discussion of Context and Senders, *The Art of Art History: A Critical Anthology*, Ed. Preziosi, D. (1998), Oxford University Press.
- Balcioğlu, T.**, 1998. Introduction. *The Role of Product Design in Post-Industrial Society*. METU Faculty of Architecture Press, Ankara. Kent Institute of Art & Design, Kent.
- Balcioğlu, T.**, 1999. Problematic of Local and Global Design Identity in New Industrialized Countries with Special Emphasis on Turkey: Where Does the Hope Lie? *Exploited Promises of Globalization and Local Heroes. Proceedings of the Third European Academy of Design Conference vol. 1*, Sheffield Hallam University, 30th March – 1st April, Sheffield.
- Bayrakçı, O.**, 1996. Yerel Ürün Kimliği – Küresel Dış Pazar. *Tasarımda Evrenselleşme, 2. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, Yapı Endüstri Merkezi, İstanbul.
- Beş Duyu İstanbul**, 2006. Beş Duyu İstanbul Proje Kitapçığı, der. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Buchanan, R.**, 1992. Wicked Problems in Design Thinking, *Design Issues Vol. 8*, no. 2. (Spring): 6.
- Bürdek, B. E.**, 2005. Design: History, Theory and Practice of Product Design. Birkhäuser.
- Danesi, M., ve Perron, P.**, 1999. Analyzing Cultures: An Introduction and Handbook, Indiana University Press, Indiana.
- Demircan, D.** 2005. Craft Culture as the Source of Inspiration for Industrial Design in Turkey, Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Elçioğlu, M.**, 2006. Endüstriyel Tasarım Eğitiminin Geliştirilmesi ve Sektörle Eşgüdümlü Çalışma, *Türkiye’de Tasarımı Tartışmak: III. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul, 19–22 Haziran/ der. H. Alpay Er [ve diğ.], İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.
- Er, H. A.**, 1998. Ürün Tasarımı Eğitimi: Bir Varoluş Sorunu Üzerine Provokatif Düşünceler, *Nesnel 1: Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Eğitimi*, Der. H. Alpay Er, Fatma Korkut, Özlem Er, Boyut Yayın Grubu, Ankara.
- Er, H. A., ve Korkut, F.**, 1998. *Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Eğitimi ve Kurumsallaşma: Kronolojik Notlar*. Nesnel 1: Türkiye’de Endüstriyel

Tasarım Eğitimi, Der. Er, H. A., Korkut, F., Er, Ö., Boyut Yayın Grubu, Ankara.

- Er, H. A.**, 2001. The Advantage or Disadvantage of Delay? Peculiar Characteristics of Industrial Design Education in the Periphery, (eds.) L. Collina and G. Simonelli, *Designing Designers – Training Strategies for the Third Millennium*, Edizioni POLI.DESIGN, Milano.
- Er, H. A.**, 2005. “Milli Mesele” Olarak Endüstriyel Tasarım, *Radikal Gazetesi Tasarım Eki*, 13 Eylül, Salı, s. 10.
- Er, H. A.**, 2006. Endüstriyel Tasarımın Ekonomi Politikü Üzerine. *XXI dergisi*, Kasım, **Sayı 50**.
- Er, H. A.**, 2008. Kişisel Görüşme.
- Er, Ö., ve Akay, G.**, 2001. Culture as a Source of Product Innovation: New Product Design for a Major Sanitaryware Manufacturer in Turkey.
- ETMK**, 2008. Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu, <http://www.etmk.org/modules.php?name=News&file=article&sid=320&mode=thread&order=0&thold=0>, Erişim tarihi: Nisan 2008.
- Gheorghiu, D.**, 1999. From Subculture To Dominant Culture – A Brief Anthropological History Of Design, *Proceedings of the Third European Academy of Design Conference vol. 1*, Sheffield Hallam University, 30th March – 1st April, Sheffield.
- Giard, J. R.**, 1990. Design Education in Crisis: The Transition from Skills to Knowledge, *Design Issues*, **Vol. 7**, No. 1, Educating the Designer. (Autumn). Pp. 23–28.
- Glaser, B. G.**, 1992. Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs. Forcing. Sociology Press. Mill Valley, CA.
- Goldschmidt, G.**, 1997. Capturing Indeterminism: Representation in the Design Problem Space. *Design Studies*, **Vol 18**, No. 4, 441-456.
- Harvey, D.**, 1997. Postmodernliğin Durumu. Çev: Savran, S., Metis Yayınları, İstanbul.
- Heufler, G.**, 2004. Design Basics. From Ideas to Products. Niggli Verlag AG, Sulgen I Zürich.
- ICSID**, 2008. <http://www.icsid.org>, Erişim Tarihi: Haziran 2008.
- İlhan, A. O.**, 2006. Tasarımın Libidinal Ekonomisine Giriş: Arzu, Nesnelere ve Özne, *Türkiye’de Tasarımı Tartışmak: III. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul, 19–22 Haziran/ der. H. Alpay Er [ve diğ.], İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.
- İlk in Milano**, 2008. İlk in Milano, Tasarıma Türk Dokunuşu, Tasarım Sergisi, <http://www.ilkinmilano.com>, Erişim Tarihi: Mayıs 2008.
- İTÜ EÜTB**, 2008. Etkinlikler. <http://www.tasarim.itu.edu.tr/icerik/etkinlikler.html>, Erişim Tarihi: 30 Nisan 2008.
- Jameson, F.**, 1998. “Notes on globalization as a philosophical issue” In F. Jameson & M. Miyoshi (Eds.), *The cultures of globalization* (pp:54–77). London: Duke University Press
- Karakuş, G.**, 2007. Çağdaş Türk Tasarımı: 1990’lardan Günümüze, *Turkish Touch in Design/ Tasarıma Türk Dokunuşu*. Çev. Karakuş, Ö. A., Tasarım Yayın Grubu. İstanbul.

- Kaygan, H.** 2006. Evaluation Of Products Through The Concept Of National Design: A Case Study On Art Decor Magazine, Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Kilit Taşı,** 2008. <http://kuntersekercioglu.com>, Erişim tarihi: Ocak 2008.
- Koçoğlu, B.,** 2008. Anadol. <http://www.anadol.gen.tr>, Erişim tarihi: 24 Nisan 2008.
- Konar, M. F.,** 2007. Gender Differences in Music Reproduction Equipment: A Design Perspective, *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Krampen, M.,** 1995. "Semiotics in Architecture and Industrial/ Product Design" der. V. Margolin, Buchanan R., *The Idea of Design: A Design Issues Reader*, MIT Press.
- Lawson, B.,** 1997. How Designers Think: The Design Process Demystified, Architectural Press.
- Leong, D., ve Clark, H.,** 2003. Culture Based Knowledge Towards New Design Thinking and Practice – A Dialogue. *Design Issues*, Vol. 19, Issue 3, 48–58.
- Lin, R.T.,** 2007. Transforming Taiwan Aboriginal Cultural Features into Modern Product Design: A Case Study of a Cross-Cultural Product Design Model, *International Journal of Design*, Vol. 1, No. 2.
- Margolin, V.,** 2005. A World history of Design and the History of the World. *Journal of Design History*, Vol. 18, No. 3. Oxford University Press.
- Mayer, R. E.,** 1983. Thinking, Problem Solving, Cognition, NY: W.H. Freeman.
- McCoy, K.,** 1990. Professional Design Education: An Opinion and a Proposal. *Design Issues*, Vol. 7, No. 1, Educating the Designer. (Autumn), pp. 20–22.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., ve Behrens III, W. W.,** 1974. The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind, 2nd rev. Ed. New York: New American Library.
- Miller, D.** 1987. Material Culture and Mass Consumption. Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Milliyet Cumartesi,** 13 Nisan 2003. Beş İTÜ Öğrencisi Dünyaca Ünlü Tasarım Fuarında, <http://www.milliyet.com.tr/2003/04/13/cumartesi/acum.html>, Erişim: 4 Mayıs 2008.
- Moalosi, R., Popovic, V., ve Hickling-Hudson, A.,** 2006. Culture-driven product innovation. In Marjanovic, D., Eds. *Proceedings of 9th International Design Conference – Design 2006 Volume 1*, pages pp. 573–578, Cavtat – Dubrovnik – Croatia. Erişim: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00004676>
- Myerson, J.,** 1998. Things to Enjoy. The Role of Product Design in Post-Industrial Society. METU Faculty of Architecture Press, Ankara. Kent Institute of Art & Design, Kent.
- MSGSÜ,** 2008. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü, <http://www.msgsu.edu.tr/msu/pages/165.aspx>, Erişim tarihi: Şubat 2008.
- Nişanyan, S.,** 2002. Sözlerin Soyağacı. Adam Yayınları, İstanbul.

- Novak, J. D., ve Cañas, A. J.**, 2008. The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct and Use Them, Technical Report IHMC CmapTools 2006-01 Rev 01-2008, Florida Institute for Human and Machine Cognition.
- Novak, J. D., ve Musonda, D.**, 1991. A twelve-year longitudinal study of science concept learning. *American Educational Research Journal*, 28(1), 117-153.
- ODTÜ**, 2008. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Endüstriyel Tasarım Bölümü, http://www.id.metu.edu.tr/index.php?option=com_cow_courses&task=&program=all&semester=, Erişim tarihi: Şubat 2008.
- Only Planet**, 2007. "Only Planet Journal Turkey" Nokia: Only Planet Proje Kitapçığı, der. Güneş Kocabağ, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Oswell, D.**, 2006. Culture and Society: An Introduction to Cultural Studies. Sage Publications, London.
- Owen, C.**, 1990. Design Education in the Information Age, *Design Studies*, Vol. 11, No. 4.
- Öğüt, Ş. T.**, 2008. Kişisel Görüşme.
- Proje Milano**, 2003. "Bu Katalog Bir Mobilyadır", der. Öncel, D., Erdoğan E., Özler L., 2003. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Prown, J.D.**, 1996. "Material Culture: Can the farmer and the Cowman Still be Friends?" Learning from Things: Method and Theory of Material Culture Studies. Ed. W. David Kingery. Washington and London: Smithsonian Institution Press.
- Pulos, A. J.**, 1988. The American Design Adventure, Cambridge MA: MIT PRESS.
- Seitamaa-Hakkarainen, P.**, 2000. Design Tasks as Ill-defined Complex Problems. Adapted from "Weaving Design Process as a Dual Space Search", Seitamaa-Hakkarainen, Pirita, Department of Home Economics and Craft Science Research Reports 6. University of Helsinki. Erişim: http://mlab.taik.fi/polut/Yhteiskunnalliset/teoria_ill_defined_complex.html, 21 Temmuz 2008.
- Sezgi, O.**, 1996. Küresel Bir Dünya İçin Tasarım/ Yerel Kimliğin Var Olma Hakkı. *Tasarımda Evrenselleşme, 2. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, Yapı Endüstri Merkezi, İstanbul.
- Silverman, K.**, 1983. The Subject of Semiotics, Oxford University, New York.
- Simon, H. A.**, 1973. The Structure of Ill-structured Problems, Artificial Intelligence, Vol. 4, 181-204.
- Simon, H. A.**, 1996. The Sciences of the Artificial, Cambridge, Mass. : MIT Press.
- Sparke, P.**, 2004 an introduction to design and culture (1900 to the Present), Edition 2.0. Routledge, London, 2004.
- Şişman, O.**, 2006. Tasarım Etiği, *Türkiye'de Tasarımı Tartışmak: III. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul, 19–22 Haziran/ der. H. Alpay Er [ve öte.], İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.
- Timur, Ş.**, 2001. Reading Material Culture: An Analysis of Design as Cultural Form, Doktora Tezi, Bilkent Üniversitesi, Ankara.
- Ulusal Tez Merkezi**. 2008. Yükseköğrenim Kurumu Ulusal Tez Merkezi, <http://tez2.yok.gov.tr/>, Erişim: Mayıs 2008.

- Van Den Boom, H., ve Romero-Tejedor, F., 2001.** Design. Zur Praxis des Entwerfens. Eine Einföhrung. Georg Olms Verlag.
- Yıldırım, A., ve Şimşek H., 2006.** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

ÖZGEÇMİŞ

1982 yılında İstanbul'da doğdu. 2000 yılında İstanbul Özel Alman Lisesi'nden mezun oldu. 2004 yılında İTÜ Elektrik Mühendisliği Bölümü'nden lisans derecesini aldı. Aynı sene İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisans programına başladı. 2006 yılında Erasmus öğrenci değişimi programı kapsamında Hochschule Bremen'de öğrenim gördü. 2005 yılından beri Sabancı Üniversitesi'nde Sanat Tarihi derslerinde eğitim asistanı olarak çalışmaktadır.

EKİM 2008

AVŞAR GÜRPINAR