

TASARIMCININ, KULLANICI ODAKLI TASARIM ANLAYIŞINA ETKİSİ VE TASARIM ÖRNEKLERİ

HAVVA MERYEM İMRE

ÖZ

Geleneksel veya bilinen uygulamalar, günümüzün yaratıcı ve yenilikçi gelişmeleri sayesinde tasarım alanında yeni bakış açıları ve kavramlar oluşturmaktadır. Günümüzde, tasarımcı ve kullanıcı etkileşiminin artması tasarım alanında yaratıcılığı güçlendirmiştir. Tasarımcının kullanıcı ile iletişimini güçlendirmesinde kullanıcı odaklı tasarım anlayışı önem oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, tasarım ajansları ve tasarımcıların markalar ile yaptığı işbirliğinde kullanıcı ve verilerinin tasarıma yansıtılması incelenmiştir. Kullanıcı ile tasarımcının iletişim kurabilme noktasında empatinin önemi ve tasarım fikrinden itibaren üretim süreçleri veya ürünün oluşma evrelerinde kullanıcının tasarım hikayesi içinde yer alması ile tasarlanan ürünlerden örnekler verilmiştir.

Çalışmada yöntem olarak literatür araştırması, basılı kaynak taraması yöntemlerinden yararlanılmıştır. Tarama modeli, ilgili konu alanında yapılmış, yayınlar ve tasarımlardan bazı örnekler incelenerek bir araya getirilmiştir. Bu teorik altyapı temelinde, tasarımların her alanda sürdürülebilir olabilmesi, kaynakların özelliklerine ve kullanım alanlarına göre incelenerek ürüne nasıl yansıtılacağı, ürünün hangi ihtiyacı nasıl gidereceği konusunda kullanıcı ile yapılan çalışmalardaki verilerin analiz edilip, yorumlanmasına vurgu yapılmıştır. Araştırma, kullanıcı verileri odaklı tasarım çalışmaları tasarımcının kullanıcının ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilmesine yönelik yaklaşımları, çalışma dinamiklerini bununla beraber, yeni teknolojilerin tasarım uygulama alan ve süreçlerinin güncellenmesine katkı sağlayacak tasarım örneklerinden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Süreçleri, Tasarımcı, Kullanıcı Deneyimi, Tasarım ve Empati.

THE EFFECT OF DESIGNER ON USER-ORIENTED DESIGN AND DESIGN EXAMPLES

HAVVA MERYEM İMRE

ABSTRACT

Traditional or known applications create new perspectives and concepts in the field of design thanks to today's creative and innovative developments. Today, the increase in designer and user interaction has strengthened creativity in the field of design. User-oriented design approach is important in strengthening this communication of the designer with the user.

In this study, examples of products designed with the reflection of user data on design, the importance of empathy in communication between the user and the designer in the cooperation of design agencies and designers with brands, and the user's involvement in the design story from the design idea to the production processes or the product formation stages are given.

Literature research and review methods were used in this study. The scanning model was made in the relevant subject area, and some examples of publications and designs were examined and brought together. On the basis of this theoretical infrastructure, emphasis has been placed on the analysis and interpretation of the data that has been done in work with the user on the sustainability of designs in every field, how the resources will be reflected on the product by examining them according to their characteristics and usage areas, and how the product will meet what's needed. In particular, the importance of user-oriented design and user data in sustainable design process was emphasized. The study includes working dynamics and design examples on, how the designer's approaches to user data-oriented design studies to be more efficient and effective, and better ways to respond to the needs of the user, in the light of developments. In addition, it is thought that the properties of traditional and natural materials, their usage areas and methods will be re-researched, updated information will be applied to the field of design with today's technologies contributing to the literature by re-creating the agenda.

Keywords: Design Process, Designer, User Experience, Design and Empathy.

1. GİRİŞ

Gelişen teknoloji, değişen tasarım anlayışı ile beraber tasarım ve üretim süreçleri, tasarım ürünlerinin kullanıcının ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirilmesinde önemli konuma gelmiştir. Tasarım fikri oluşurken kullanıcı deneyiminin yanında, kullanılacak malzemelerin ve farklı malzemelerin özellikleri de araştırılmaktadır. Malzemenin ürüne ve kullanıcının ihtiyaçlarına uygunluğu çerçevesinde, tasarımın özelliklerini arttıracak şekilde kullanılmasının tasarımın katma değerini arttıracığına ilişkin araştırmalar Adidas, Nike, Levi's gibi birçok marka tarafından yapılmaktadır. Kullanıcının tasarım fikrine, tasarımın oluşum ve tasarım süreçlerine tecrübeleri ile katkı sağlaması, kaynakların verimli kullanımının yanı sıra çevre ile olan ilişki ve sorumluluk bilincinin kullanıcı üzerinde daha etkin olmasına zemin oluşturmaktadır.

Son yıllarda tasarım, bilim ve üretim alanlarında oluşturulan ürünlerin yenilikçi fikirleri yeni yöntemler ile besleyerek tekrar ele almıştır. Geçmişte çözüm üretilmeyen sorunlara çözüm oluşturmak veya karşılanamayan ihtiyaçlara cevap vererek ve kişiselleştirilebilen ürünler tasarlayıp, geliştirilmektedir. Estetik anlayışı işlev ile birleştiren günümüz tasarımları farklı uygulama ve bilim alanlarından yararlanarak, bilinen yöntemleri teknolojik bileşimler ile kurgulayarak tasarımlarına farklılık kazandırmaktadırlar. Tasarım süreçlerinde çevreye duyarlı ve sürdürülebilir tasarım kavramını daha da güçlendirecek bir anlayış ile kullanıcının tasarım süreçleri içerisinde yer aldığı çalışmalar güçlenerek devam etmektedir. Bu noktada tasarım sürecinin en etkili anahtarını tasarımcının empati yeteneği oluşturmaktadır. Tasarım empatisi, insanı bir sayı veya denek olarak değil duyguları olan ve tasarıma ihtiyacı olan kişi olarak isimlendirmiştir. Bu süreç içerisinde tasarımcılar, katılımcılardan kendi hikayelerini, çevre ile olan ilişkilerini, deneyimlerinden yola çıkarak paylaşmaktadır. Tasarımcı, insan, doğa ve ürün arasındaki bağın sürdürülebilir bir temelde gelişmesini öngörülmektedir.

2. TASARIM KAVRAMI

Tasarım kavramını Viktor Papanek 1971 yılında "Tüm insanlar tasarımcıdır. Tasarım bir temel insani özellik olduğu için, yaptığımız her şey, her zaman tasarımdır" diyerek tanımlamıştır. Tasarım kavramını insanın gelişimi ve yaşamını sürdürebilmesine yönelik bir mücadele olarak ele alındığında, tasarıma ait her eylemin merkezinde insan bulunmaktadır. Bilinçli tasarım eylemleri, düşünsel olarak başlayıp fikir oluştuğu an tasarımın ortaya çıkışının ilk eylemleri başlamıştır.

2.1. Tasarım Tanımı

Tasarım, ihtiyaca göre veya ihtiyaç oluşturularak üretilen ürünün satılması amacıyla Sanayi Devrimi sonucunda güzel sanatlar alanında tasarım yapısı oluşmaya başlamıştır (Ravaisson, 1857, s. 419-421). Doğanın kendini yenileyerek sürdürülebilir sistemini gözlemleyen insan bu gözlemi kendi deneyimleri ile anlamlandırarak ihtiyaçlarını tasarlamıştır (French, 1988, s. 35). Öztürk (2007) tasarımı "zihinde oluşan bir fikir olarak var olduğuna göre, var olmayana ulaşma şekli" olarak tanımlamıştır. Bu anlayış ile tasarımın en çok bilinen tanımı, Herbert A.Simon'un "Mevcut bir durumun tercih edilen bir duruma dönüştürülmesi" tanımıdır (Huppertz, 2005, s. 34). Tasarım, temel bir insan eylemi olduğundan tasarımcı bu eylemi deneyim, bilgi ve çevreci

bilinç ile işlevsel hale getiren estetik yönü güçlü insandır (Papanek, 1978, s. 25). Günümüzde bu anlayış ile tasarımcılar, tasarlanan bir ürünün kullanıcının ihtiyaçlarını karşılama olasılığını arttırmak için kullanıcıların deneyimlerine ve yaşamlarına yaklaşıma çalışarak tasarım sürecinde kullanıcıyı etkin hale getirmeye çalışmaktadır

2.2. Kullanıcı Odaklı Tasarımın Gelişimi

Sanayi devrimi ile fabrikaların kurulması, seri üretimin hızla gelişmesi ile kitlesel tüketim, dünyanın işleyişinin giderek büyüyen bir parçası olmuştur. Zaman içerisinde gelişen ve değişen teknolojiler ile üretim ve tüketimin insan yaşamına ve doğaya getirdiği sorunlara çözüm arayışı belirli sınırlar içerisinde kalmıştır. Bununla birlikte, tüketime ve sorunların çözülmesine yönelik çalışmalar, yetersizlik belirtileri göstermeye başladı. Sanayi devriminin etkileri fabrikalar, atıklar, doğal kaynakların tükenmesi ve özellikle bilinçsiz kitlesel tüketim, gezegenimize olumsuz çevresel etkiler oluşturmuştur. Bunun neticesinde, tasarımcılar tasarım fikri ve ürün oluşturma süreçlerinde kullanıcı ile işbirliği yaparak ortak çevre bilinci ve sürdürülebilir tasarımların oluşması konusunda çalışmalara hız vermişlerdir.

Günümüzde endüstri 4.0 anlayışı ile beraber tasarımcılar kullanıcı birey ile yaratıcılık ve işlevsel tasarım konusunda daha iyi ürün ve hizmet arayışına girerek yaratıcılık anlamında kullanıcı birey ile karşılıklı konuşma platformları ile yeni bir strateji oluşturulmuştur. Bu stratejiye "Katılımcı Tasarım" denilmektedir (Frauenberger vd. 2015, s. 93-106). Bu stratejide tasarımcılar tüketiciye kullanıcı ismini vererek empatik çalışma yöntemlerini kullanmışlardır. "Tasarım Empatisi", insanları denek olarak değil duyguları olan kişiler olarak görülmesi anlamına kullanılmaktadır (Beverland vd. 2008, s. 5-15). Bu çalışma 1960'lı sonlarından itibaren otomotiv, iç mekan tasarımı gibi alanlarda tasarımcılar kullanıcılardan (tüketici) yaratıcı etkinliklere katılmaları istenmeye başlamıştır. İnsanların tasarım sürecine katılımı, araştırmacıların, tasarımcıların ve uygulayıcıların, katılımcılarına fikir, süreçler ve sonuçlar üzerinde kısmi kontrol sağlaması anlamına gelmektedir.

Tasarım ajansları bu konuda dünya çapında popülerlik kazanmıştır. IDEO'nun başlattığı bu katılımcı tasarım stratejisinin 2000'li yılların başından itibaren her türlü ürün ve hizmeti tasarlamak için kullanılmaktadır. Yenilikçi tasarımlar üzerinde beyin fırtınası sonucunda prototip numune oluşurken kullanıcıların (tüketici) ortaya çıkacak ürün için verdikleri yanıtları analiz etme yetenekleri tasarımcıların farklı yaratıcı yönlerini ortaya çıkardığı gözlemlenmiştir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 104).

Kullanıcı tasarım süreçlerinde daha çok kullanıcının katılımını teşvik edici programların planlanması önemlidir. Katılımcı insanların kültürel, sosyal, demografik, ekonomik özellikleri geri bırakılarak deneyimleri ve hikayeleri etkin durumda tutulmaktadır. Paylaşımlar sonucunda elde edilen bilgiler, fikirler, tasarım kararları, süreçler katılımcıları tekrar bir araya getirerek analiz edilmesi önemli bir süreçtir. Bu süreç içerisinde tasarım fikirleri ortaya çıkmaya başladıkça katılımcılar kendilerine verilen malzemeler ile görseller ve üç boyutlu çalışmalar yaparak deneyimlerinden yola çıkarak oluşturulan tasarım fikirlerini somut hale getirerek ortak tasarım hareketine katkıda bulunmaktadır (Battarbee vd, 2003, s. 69).

Katılımcı tasarım stratejisinde, tasarım ekibindeki her kişi farklı bilgi parçalarını toplayarak, farklı fikirlere sahip olarak diğerinden farklı çözümler üretmeyi hedeflemektedir. Bu nedenle, saha çalışmaları, röportajlar bir araya getirilerek tüm ilham verici hikayelerin paylaşılması önemli bir unsurdur. Bu paylaşım ile hikayeler anlamlandırılarak ve somut hale getirilerek tasarım süreci hız kazanmaktadır. Yapılan çalışmalarda ki belirleyici unsurların başında saha çalışmasında karşınızdaki ile empati kurabilmek gelmektedir (McDonagh ve Malins, 2008, s. 198-203).

Yazar Terry Pratchett'in sözleriyle, "İnsanlar, hikayelerin insanlar tarafından şekillendirildiğini düşünüyor. Aslında tam tersi, ürünler insanların onlar hakkında anlattıkları hikayelerle şekillenir" şeklinde açıklanabilir¹.

Katılımcı tasarım stratejisinde, tasarım ekibindeki her kişi farklı bilgi parçalarını toplayarak, farklı fikirlere sahip olarak diğerinden farklı çözümler üretmeyi hedeflemektedir. Bu nedenle, saha çalışmaları, röportajlar bir araya getirilerek tüm ilham verici hikayelerin paylaşılması önemli bir unsurdur. Bu paylaşım ile hikayeler anlamlandırılarak ve somut hale getirilerek tasarım süreci hız kazanmaktadır. Yapılan çalışmalarda ki belirleyici unsurların başında saha çalışmasında karşınızdaki ile empati kurabilmek gelmektedir. empatinin tasarımda ki anlamını "tasarım kalitesini arttırmak" şeklinde ifade edilmektedir (Battarbee, 2004, s. 92).

3. KULLANICI VE TASARIMCI İLİŞKİSİNDE EMPATİ

Tasarım ve empati birlikteliğinin temeli, tasarlanan ürünlerin sadece anketlere dayalı sonuçlara göre yapıldığında özellikle kullanım ihtiyaçlarına yönelik doğru ve yeterli sonuçlar elde edilemediğinin fark edilmesiyle, 1990'lı yılların sonlarında atılmıştır (Sanders ve Dandavate, 1999, s. 87-92). Böylece, tasarımcıların kullanıcılar ile iletişim kurma yollarını keşfetmeleri ile bu çabanın tasarımın niteliklerinde yükselme olacağı fikri oluşmuştur. Tasarımda kullanıcı empati ilişkisi sonucunda tasarım kalitesinin ve ihtiyaca uygun ürün tasarımında kalitenin, çevre ve doğa etkileşimi içerisinde daha sürdürülebilir konuma geleceğine vurgu yapılmıştır.

Tasarımcılar "kullanıcı" olarak tanımladıkları tüketiciyi günümüzde tasarım süreçleri içine alarak "Kullanıcı Merkezli Tasarım" alanı oluşturmuştur. Tasarımda empati, kullanıcı olarak isimlendirilen insanın ihtiyaçlarını ve motivasyonlarını tam olarak anlayabilme, yansıtabilme ve paylaşabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır.

Katılımcı tasarımda, katılımcıların ve tasarımcıların yaratıcılıklarını ortaya çıkarabilmeleleri empati kurabilmeleri ile oluşmaktadır. Birincil derecede önemli olan konu ortak bir dili benimsemektir. Ortak dili oluştururken güven ve güç paylaşımı etkili olmaktadır. Araştırma, karar verme ve tasarımda gücün paylaşılması şartların eşitlenmesidir. Tasarımcı ve katılımcı arasındaki sosyal ilişkiler ile birlikte güven tasarım fikrinin oluşmasında etkili olmaktadır (McDonagh ve Thomas, 2010, s. 458-464). Hayal gücünü kullanmak, tasarım ekibinin yeni iç görüşler geliştirmesine yardımcı olup bir alanı diğeriyle karşılaştırarak, tasarımcılar açısından bir disiplinin alanı içinde akla gelmeyecek farklı çözümler geliştirmektedir. Kişisel deneyimlerin paylaşılacağı platformlar oluşturularak herkesin öğreteceği ve öğreneceği bir şey vardır anlayı-

¹ TerryPratchett-Quotes, https://www.goodreads.com/author/quotes/1654.Terry_Pratchett (Erişim Tarihi 01.02.2021).

şını empati kurabilme yeteneği ile birleştirerek katılımcı, tasarımcı işbirliğini eşit koşullarda yapılandırma prensibi olarak belirtilmektedir (Wright ve McCarthy, 2008, s. 637-646).

Tasarım fikri oluşmasında ve somut ürün haline gelme sürecinde empati, başkalarının yerine geçme, ihtiyaçlarını, yaşamlarını anlama bunun yanında sorunları onların bakış açılarından görerek çözüm oluşturma kapasitesidir. İnsan merkezli tasarım, empatiye, tasarım yaptığınız kişilerin yenilikçi ve sürdürülebilir çözümlere giden ortak bir yol haritası oluşturma fikrine dayanır. Tasarım anlayışındaki bu yeni bakış açısı, tasarımcıya dünyayı, çevreyi ve insanı farklı açıdan görebilme yeni yaratıcı olasılıkları görmesine yol açmakta aynı zamanda önyargılı fikirleri ile çağın gerçeklerine uymayan düşünme biçimlerini sorgulamasına olanak tanımıştır. Tasarımı yaptığınız ürünler için kullanıcı ile iletişimi empati şekline dönüştürmek, yaşam sürecindeki karmaşıklıklarını gerçekten kavramak ve ürün tasarladığınız insanları tasarımın ve süreçlerinin merkezinde tutmak, tasarımda iletişimin en güçlü yanını oluşturmaktadır (Carroll ve Rosson, 2007, s. 243-261). Kullanıcının ihtiyaçlarını içselleştirerek, kendi görüşlerini bırakan tasarımcı kullanıcı haline gelerek yaratıcılığını bu bütünlük içerisinde tasarımlarına yansıtılmaktadır.

Empatik tasarım anlayışı bilginin ötesinde kullanıcının deneyimlerinin neden anlamlı olduğunu duygusal bağlantı ile anlayıp, anlamlandırma durumudur (Battarbee, 2004, s. 96).

Katılımcı merkezli veya kullanıcı deneyimli tasarım ilham, fikir oluşturma ve uygulama alanı olarak üç aşamadan oluşmaktadır.

İlham aşamasında, tasarım fikri tasarıma ihtiyacı olan katılımcıdan alınmaktadır. İhtiyaçların analizi önem taşımaktadır.

Fikir oluşturma aşaması, deneyim ve ihtiyaçların anlamlandırılarak, tasarım süreçlerinin belirlenmesidir.

Üçüncü aşama ise uygulama alanıdır ve tasarımı ürün olarak somutlaştırmaktır.

Kullanıcı merkezli tasarımda empati anlayışı ile insanlar tasarım sürecinin merkezinde olduğundan çözümün sürdürülebilir ve başarılı olması hedeflenmektedir.

3.1. Tasarım Sürecinde Kullanıcı Deneyimi

Tasarımcıların tasarladıkları ürünler için kullanıcılar ile empati kurmaları yaygınlaşmıştır. Bu süreci desteklemek için yapılan çalışmalarda araştırma, iletişim ve fikir oluşturma faaliyetleri gibi bazı başlıklar öne çıkmıştır. Birçok disiplinin bir arada olduğu tasarım ekibi kullanıcıların deneyimlerini ve ihtiyaçlarını paylaşacağı platformlarda bir araya gelerek bu paylaşımları anlamlandırma, analiz edebilme konusunda hedefler oluşturulmuştur (Visser ve Kouprie, 2005, s. 174). Bu hedeflerin belirlenmesi ile kullanıcılar ve tasarımcılar aynı yolda yürüyebilmek için şimdiki ve gelecekteki ihtiyaçlarına sürdürülebilir tasarım anlayışı ile cevap verebilme olanaklarını arttırmaya yöneliktir (Buchenau ve Folton, 2003, s. 430). Kullanıcı veri odaklı bu çalışmalar tasarımların bireyin ihtiyaçlarına ve sürdürülebilirliğe uygun tasarımlar kişiselleştirilmiş tasarımların gelişmesine yol açmıştır Sneaker markası, küresel moda teknolojileri firması Unmade ile dijital teknolojileri birleştirerek yaptıkları tasarım ürünü olan spor ayakkabının

sayasını oluşturan üst parçayı 6 renk seçeneği ile kullanıcıya sunmuştur. Logo taban, bağcık ve grafik desenlerini ise kullanıcı verileri doğrultusunda kişiye özel hale getirmiştir. Kullanıcı alternatifler arasından seçtiği renk, taban, logo ve grafik ile kendi ihtiyacına yönelik tasarımını yaparak, tasarım sürecine katılmaktadır. Bu tasarım anlayışı ile kullanıcının taleplerine hızla cevap vererek çevreci ve sürdürülebilir tasarımda kullanıcıyı işlevsel hale getirmiştir (Şekil: 1).



Şekil 1: New Balance "111 knit sneaker spor ayakkabı

Kaynak: [http:// www.hypebeast.com](http://www.hypebeast.com) (Erişim: 26.02.2021)

Kişiselleştirilmiş bir başka proje ise "The shift Sneakers" modelinde saya örgü kumaşını led teller ile örerek kullanmıştır. Ayakkabının ökçe kısmına yerleştirilen bir sistem ile saya kişinin kıyafetine uygun olarak renk değiştirebilmektedir. Işığı kıran yarı saydam ve iletken materyallerin yeri değiştirilerek, renk değişimi akıllı telefona gönderilen sinyaller ile yapılmaktadır (Şekil: 2).



Şekil 2: Sneaker "The shift Sneaker" renk değiştirebilir saya.

Kaynak: <https://www.shiftwear.com/> (Erişim: 26.02.2021)

Levi's firması 2015 yılında yapılan Project Jacquard etkinliği çerçevesinde, Google I/O ile işbirliği yaparak "Commuter Trucker Jacket" isimli akıllı sistemlerin de kullanıldığı tasarımlar ve tasarım fikirleri üretmeye başlamıştır: IDEO firması tasarım ekibi, bisiklet kullanıcıları ve hareket halindeki insanlar ile yaptıkları kullanıcı verileri araştırması doğrultusunda insanların hareket durumunda ekran kullanmadan mesaj alabilmek, yol tarifi veya müzik dinleyebilmek konusunda ihtiyaçlarını belirlemişlerdir. Mühendisler ile yapılan tasarım çalışması sonucunda denim montun manşetine düğmenin olduğu yere çıtçıtli etiket monte ederek dokunmatik

olarak verilere cevap verebilecek bir donanımı tasarlamışlardır². Çıkarılıp takılabilen ve şarj edilebilen çitçit mobil uygulama ile çalışmaktadır (Şekil: 3).



Şekil 3: Levi's Jakar denim mont.

Kaynak: <https://www.ideo.com> (Erişim: 26.01.2021)

Geleneksel tasarım anlayışında tasarımcı ürünü için kullanıcının zihninde yer etmesi için uğraşırken, kullanıcı verileri doğrultusunda hareket eden tasarımcılar ürünün kullanıcının hayatının içerisinde yer almasını hedeflemektedir³. Bu anlayış ile Lee Jeans, denim pantolon konusunda tasarımcıları ve kullanıcılar yaptığı araştırmalar sonucunda özellikle Çin'de çok sıcak yaz aylarında bisiklet üzerinde çok terlemelerine rağmen insanların denim giymekten vazgeçemedikleri verilerinden yola çıkarak üretilen denim kumaşın performansını yükseltmek için çalışmalar başlamıştır. Tayvan Mineral ve Kaynak Araştırma Enstitüsü ile yaptığı çalışma, soğuk dokulu elyaf üretimi için malzeme arayışına başlamışlardır⁴. Yeni malzeme arayışları sonucunda, yeşim taşı tozunun elyaf ile birleştiğinde lif soğutma özelliği kazanarak vücuttaki nemi çekerek çabuk kurduğunu ve soğuduğunun tespiti ile bu özelliği denim kumaş üretiminde kullanmıştır. Kullanıcı verileri doğrultusunda yapılan çalışmalar sonucunda üretilen kumaş ile denim pantolon üretimini gerçekleştirmişlerdir (Şekil: 4).



Şekil 4: Yeşim taşı tozu ile denim elyaf ve Lee denim pantolon.

Kaynak: <https://www.innovationintextiles.com/stay-cool/> (Erişim: 10.02.2021)

² Trucker Jacket with Jacquard by Google <https://www.ideo.com/search?q=levis%20jacquard%20jacket> (Erişim Tarihi 03.03.2021).

³ Harvard Business Review, by Mark Bonchekand Vivek Bapat, Feb.07.2018 <https://hbr.org/2018/02/the-most-successful-brands-focus-on-users-not-buyers> (Erişim 27.02.2021).

⁴ <http://www.x-breath.com/Products/innovative-fibers/jade-fiber> (Erişim Tarihi 21.03.2021)

4. SONUÇ

Araştırılan ve örnekleri verilen tasarımlar, tasarımcının ürün odaklı olmanın dışında tasarım süreçleri, kaynakların verimli kullanımı, ihtiyacı karşılayan tasarım örnekleri konusunda da çalışmaların önemini belirtmiştir. Kullanıcı ile tasarımcının ortak çalışmaları sonucunda üretilen tasarım örneklerinin sürdürülebilir ve inovatif tasarım çalışmalarının gelişmesine zemin oluşturmaktadır. Günümüzde tasarım ürünlerinin, tasarımcı ve kullanıcı birlikteliği ile kurulan iletişimin sürdürülebilir ve ihtiyaca yönelik doğru ve nitelikli tasarım anlayışını daha etkin hale getirdiği örneklerden anlaşılmaktadır. Tasarım örneklerinin ortaya koyduğu önemli bulgulardan biri de tasarımın kişisel hale getirilmesinin yanında tasarımcının yeni bakış açısı ile kullanıcı verileri ve deneyimlerini empati anlayışı içerisinde analiz ederek tasarımlarına aktarabilmesidir.

İnsanın tasarım oluşturma pratiği yeni endüstri çağında farklı bakış açıları ile değişime uğrama sürecine girmiştir. Tasarım alanı, gelişen ve değişen teknoloji ile daha kapsamlı hale gelmeye başlamıştır. Bu nedenle günümüzde tasarım araştırmaları detaylı ele alınmakta, özellikle kullanıcı verileri odaklı tasarımlar önem kazanmaktadır. Tasarım fikri aşamasında ve sonrasında kullanıcının sürece dahil edilmesi, beklentilerinin ve ihtiyaçlarının kendi deneyimleri doğrultusunda tasarımcılar ile paylaşılması neticesinde tasarım çalışmalarında gelişmeler görülmektedir.

Örneklere bakıldığında, tasarlanan ürün insanın yaşamı içerisinde kendi hikayeleri ile bütünleştiği çevresel etkilerin farkındalığı kapsamında tasarım anlayışı nitelik anlamında da gelişmektedir. Tasarım alanında ki teknolojik gelişmeler, tasarımı farklı yapmayı değil, farklı düşünerek insan ile bütünleştirmesine önem vermektedir. Kullanıcının ve deneyimlerinin paylaşımı sonucunda tasarlanan ürün ile kurulan bağ, çevre duyarlılığı açısından da bilinç oluşturmada öncülük etmektedir.

Teknolojinin desteğiyle hızla gelişen ve değişen tasarım alanı, yenilikçi, yaratıcı fikirleri tasarımcının kullanıcı verilerinin analizi ile birleştirerek tasarımın perspektifine katkı sağlamaktadır. Araştırmada tasarımcı ile kullanıcının, tasarım üzerinde fikir geliştirme ve çözüm oluşturma süreçlerine katkısı görülmektedir. Tasarım alanında kullanıcı odaklı veriler doğrultusunda yapılan çalışmalar, tasarımların teknolojik anlamda gelişmesine yol açarken, var olan malzemelerin güncellenmesine, özelliklerinin yeniden değerlendirilip ürüne yansıtılmasına da olanak vermiştir. Bu bulgu Lee firmasının denim pantolonunda görülmektedir.

Tasarım fikrinin oluşum sürecinde kullanıcının ihtiyacını belirlerken tasarım süreci, üretim süreci, kullanılan malzemelerin çevreye etkisi ve özelliklerinin kullanıcı tarafından bilinmesi konusunda yapılacak çalışmalar kullanıcı verileri odaklı tasarımın daha verimli sonuç almasına etkili olacağı, güncel konular içerisinde önemli bir başlık olmaya, değişerek ve gelişerek devam edeceği ön görünmektedir.

KAYNAKÇA

Battarbee, K., Mattelmaki, T. and Koskinen, Ilpo, I. (2003). *Empathic Design*, Publisher IT Press. Helsinki ISBN 951-826-708.

Battarbee, K. (2004). *Co-experience: understanding user experiences in interaction*. University of Art and Design, Helsinki. ISBN: 951-558-161- <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11462/isbn9515581613.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Erişim: 03.01.2021).

Beverland, M. B. ve Lindgreen, A. v e Vink, M. W. (2008). Authenticity through Advertising: Consumer Judgment of Advertisers Claims, *Journal of Advertising*, Volume 37, Issue1, p5-15. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367370101>

Buchenau, M. and Fulton, J. S. (2000). Experience prototyping. Proceedings of the conference on designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques. August 17-19. Edited by: Boyarski, D. Kellogg, W.A. pp.424-433. New York, NY: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/347642.347802> CorpusID:6481095

Carroll, J. M. and Rosson, M.B. (2007). Participatory design in community informatics. May 2007. *Design Studies*, DOI: 10.1016/j.destud.2007.02.007.

Fraunberger, C. ve Good, J. ve Fitzpatrick, G. ve Iversen, O. (2015). In pursuit of rigour and accountability in Participatory design, *Int. J. Human-Computer Studies*. Volume 74, pages 93-106. The Authors. Published by Elsevier Ltd. <http://dx.doi.org/10.016/j.ijhcs.2014.09.004> 1071-5819/

French, M. J. (1989). *Invention and Evolution*. Cambridge: Cambridge University Press.

Huppatz, D. J. (2005). *Revisiting Herbert Simon's Science of Design* DOI.10.162/DESI_a_000320 [Google Scholar] IDEO: Design Kit: The Human-Centered Design Toolkit | ideo.com.

Human-Centered Design Toolkit, (2009). <https://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>. (Erişim Tarihi: 11.01.2021).

McDonagh, D. (2006). *Empathic research approaches to support the designer: a supra- qualitative research for designing model*. Design Issues Press.

McDonagh, and D. Malins, J. (2008). A Grand Day Out. Emphatic Approaches to Design. International Conference on Engineering and Product Design Education. 4/5 September 2008. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona. Spain. Pressed Design Society.

McDonagh, D. and Thomas, J. (2010). Rethinking design thinking: Empathy Supporting Innovation. *Australasian Medical Journal*. Volume 3. Issue nr 8. p.458-464.

Papanek, V. (1978). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Granada Publishing Ltd.

Pine, B., Joseph, G. and James, H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76, Sayı 4. p.104.

Ravaisson, F. L. (1857). "Instruction in Drawing in School of Art and Design". *Berneard's Ameri-*

can Journal of Education. 2, s. 419-421.

Sanders, Elizabeth. B-N. and Dandavate, U. (1999). Design for experiencing: new tools. In Proceedings of the first International Conference on Design and Emotion. November 3-1999.Delft. Editedby: Overbeeke, C.J. and Hekkert, P. pp.87-92. http://echo.iat.sfu.ca/library/sanders_99_newTools.pdf (Erişim Tarihi:15.01.2021).

Visser, F. S. and Kouprie, M. (2005). Stimulating empathy in ideation workshops, Participatory design Conference. pp.174-177. Indianapolis [Google Scholar].

Öztürk, Ö. B. (2007). *İmgesel Aritmetik Yöntemiyle Mekan Tasarımı ve Bir Tasarım Örneđi*. M.S.G.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2007,s.76-77.

Wright, P. and McCarthy, J. (2008). Empathy and experience in HCI. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. New York: ACM, pp. 640. <https://eprints.ncl.ac.uk/184957>. <https://doi.org/10.1145/1357054.1357156>.