

ÜRÜN TASARIMINA DUYGUSAL YAKLAŞIMLAR: AYDINLATMA KOBİ'LERİYLE BİR PROJE ÇALIŞMASI DENEYİMİ

Seçil Şatır, Hitit Üniversitesi

Türkiye'de KOBİ'ler üretim sektörünün %94.6'sını meydana getirmekte, fakat ürün tasarımını yeterince tanımamaktadırlar. Bu nedenle, bu bildiriye konu olan projenin amacı iki yönlü olarak ele alınmıştır: Birincisi, öğrencilere KOBİ işbirliğinde proje tasarlatmak, Türkiye'deki üretim ortamlarını ve koşullarını yakından öğrenmelerini sağlamaktadır. İkincisi, KOBİ'leri ürün tasarımının stratejik boyutları hakkında bilgilendirmek ve ürün tasarımının duygusal yaklaşım kavramını yaşatmaktır. Uygulamalı araştırmanın amacına yönelik olarak, öğrencilerin, yaratıcı kimliklerinin geliştirilebilmesinde kendi duygusal özelliklerini tanımalarını, açığa çıkarabilmelerini, duygusal içerikli konularını KOBİ'lerle paylaşmalarını ve savunabilmelerini sağlamaktır. Araştırmanın teorik yaklaşımı, yaratıcılığın özündeki duygusal boyut, duygusal yaklaşım kavramının anlamı, içeriği ve ürün estetiği ile bağı ve bu bağlamların her bir öğrencinin duygusal yaklaşımındaki kavramlarla sınılanması üzerine gelişmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tasarımda duygusal yaklaşımlar, aydınlatma KOBİ'leriyle işbirliği

Giriş

Bu deneysel çalışmada hem öğrencilere hem de Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği'nin (AGİD) işçi sayısı 250 kişiyi geçmeyen KOBİ'lerine, tasarımda fark yaratmanın bilinen yöntemlerinden farklı bir başlangıç yapıldı. Daha tasarıma başlarken, kullanıcı duygu ve davranışlarını da dikkate alan, insan duygularını rahatlatan, güven veren, stresleri atan, hoş, cezbedici ya da dikkati uyanık tutan ortamları hatırlatan ya da çocuklar için tehlikesiz, öğretici olanaklar sunabilen büyük, duygusal etkileşimli, ışıklı, kavramsal bir kapıdan girmek önerilmişti. Duygusal yaklaşımlar kavramı öğrencilere ve KOBİ'lere ne ifade edecekti?

İnsan düşüncesinin akıl ve duygu gibi iki kaynaktan besleniyor olması, tasarımda ve sanatta, duygularla beslenen aklın, yaratıcı düşüncenin işlevinde daha başarılı olması ve hayal gücünü beslemesi, tasarım öğrencileri ile böyle bir deneyimin önemini ortaya koymaktadır. KOBİ'lerde ise, ürün-insan duygusal etkileşimi kap-

samındaki tasarımların ürünlere ne gibi bir katma değer sağlayabileceği bilinci verilmeye çalışıldı.

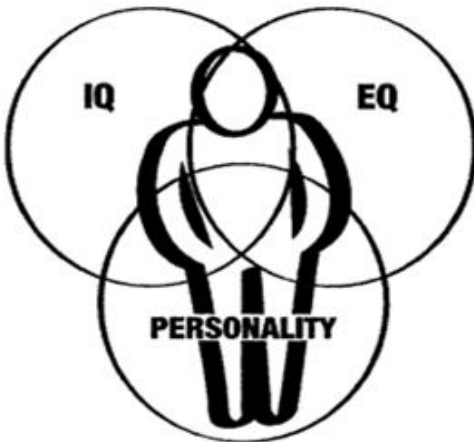
Duygu Kavramı ve Duygusal Yaklaşım

“Duygu terimi, Latince’de sahip olduğu derinlik ve güç nedeni ile ‘motus anima’, yani ‘bizi harekete geçiren ruh’ olarak tanımlanmıştır. Gerçekten de son nörolojik kanıtlar göstermektedir ki, duygu, beynin daha yüksek bir performansa ulaşması için vazgeçilmez bir ‘yakıt’tır.” Descartes’a göreyse “duygular, davranış tarzlarının değeri ve yararı konusundaki düşüncelerden ortaya çıkmaktadır.” (Bender 2013, 5, 7). Bu bağlamda kullanıcı davranışları onların düşüncelerinin aynasıdır.

Yaratıcı kişi meydana getirdiği eserde, duygularının etkisiyle ve imgelem gücüyle biçimlenmiş düşüncelerini cisimlendirmektedir. Velioglu’na (2000, *İnsan ve Yaratma Edimi*)’ndan aktarım) göre yaratıcı kişi, duygu, düşünce ve tasarımlarını birbirlerine bağlayıp, bütünleştirebilmek için “çağrışım”ları kullanmaktadır. Yaratıcının henüz belli bir çağrışımına ulaşmadığı dönemde, psişenin düzenleyici, bütünleştirici rolünü düşünce çağrışımları yüklenir. Yaratmanın düşünce çağrışımları aşamasında, yaratıcı bireyin zengin bir kişilik yapısına, hayal gücüne, yoğun bir iç yaşantıya, her türlü etkiye açık duyarlılığa, düşünceye ve güçlü bir istence sahip olması bir gereksinimdir. (Bender 2013, 105)

Duygusal zekâ için fiziksel bir yol omurilikte, beyinde başlar. ... Beynin rasyonel ve duygusal merkezleri arasında etkili bir iletişim gerektirir. ... Diğer taraftan, EQ (*emotional quotient*, duygusal zeka katsayısı), öğrenilebilir esnek bir beceridir. Bazı insanların doğal olarak diğerlerinden daha duygusal akıllı olduğu doğru olmakla birlikte, bazıları onunla doğmamış olsalar bile yüksek EQ geliştirilebilir. Kişilik değişmez iken EQ esnek bir beceridir. (Bradberry ve Greaves 2009, 17, 18)

Bu esnek beceriyi geliştirmek tasarım eğitiminin en temel özelliğidir.



Resim 1. İnsan düşüncesini belirleyen üç özellik: akıl katsayısı, duygu katsayısı, kişilik (Bradberry ve Greaves 2009, 19)

Herhangi bir konuda iyi ve doğru bir karar vermeye ihtiyaç duyduğumuzda, kendimizi daha iyi tanıma açısından, duygularımızın ustalığına ihtiyaç duyarız. Bu bakımdan kişiliğin bütünsel bir boyutlandırılmasından söz edilir:

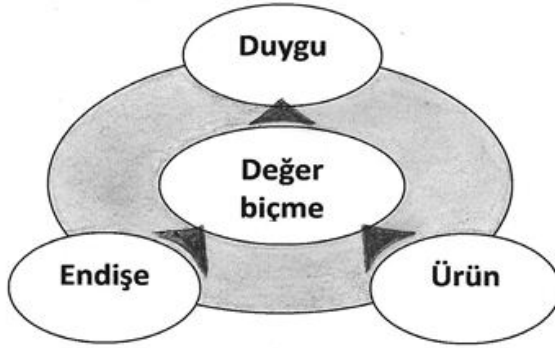
IQ (*intelligence quotient*, zekâ/akıl katsayısı), kişilik ve EQ hepimizin sahip olduğu farklı niteliklerdir. Nasıl düşüneceğimizi ve hareket edeceğimizi hep birlikte onlar belirler. İnsanlar, zeki ama duygusal zeki olmayabilir ... Bu üçlünün, sadece EQ' su esneklik kalitesindedir ve değiştirmek mümkün değildir. (Bradberry ve Greaves, 2009, 19, 23)

Yine, Bradberry ve Greaves araştırmalarında, EQ'nun esneklik kalitesinin değişmesinin mümkün olmaması, yüksek bir EQ olarak geliştirilmesine engel olmadığı gibi, öz farkındalık, öz yönetim, kişisel yetkinlik, sosyal yetkinlik, toplumsal yetkinlik gibi beceriler duygusal zekânın izlenimi gibi görünmektedirler.

Duygu kavramı hayal gücünü besler ve duygusal zekânın üretimidir. Bu bağlamda, "hayal gücünün zenginliği duygusal zekânın bir sonucudur ve çok boyutlu beslenen duygusal zekâ, sanatsal yaratının gerçekleşebilmesinin alt yapısını oluşturmaktadır" (Akkaya 2014, 17). "Sanatçı yakın olduğu sanat alanından seçtiği, yakın olduğu ifade araçlarını kullanarak eserini yaratır. ... Sanatta biçim ve biçem, sanatçının seçtiği ifade yoludur. Eserin mesajı ve izleyenlere aktardıkları ise, duygusal uyaranlar taşıır" (Eracar 2013, 37, 42).

"Zihinde bir fikir ya da resim yaratma yeteneği", imgeleme olarak, yaratıcı imgeleme ise "yaşamınızda olmasını istediğiniz şeyleri yaratabilmek için hayal gücünü, düş gücünü kullanma tekniği" (Gawain 2013, 15) olarak tanımlanır. Söz konusu, tasarım alanı olduğunda konu çok boyutlu ele alınmakta ve tarihi geçmiş içindeki birikmiş deneyimlerin ve kültürlerin etkilerinin de incelenme gereği önemsenmektedir. Bu bağlamda Heskett (2013, 26), tasarım yeteneğinin kaynağını şöyle tanımlar: "ne tek başına el ne de diğer insan duyularıyla işbirliği yapan el, tasarım yeteneğinin biricik kaynağı olarak görülebilir. Bunun yerine hem duylarla hem de zihinle işbirliğine giden el aradığımız kaynaktır."

Desmet'in (2002) "Designing Emotions" isimli doktora tezi araştırması, duygu, ürün duygusu ve duygu kategorileri; ürün duygusunu ölçme, doğrulama, uygulama; ürün duygusunun temelleri ve ürün duygusunu tasarlama bölümlerini içermekte ve oldukça kapsamlı bir araştırmayı ortaya koymaktadır. Desmet, bu araştırması temelinde duygusal tasarım stratejileri geliştirmeyi hedeflerken üretici işletmelerin pazarlama çabalarını da dikkate alan, ürün ve kullanıcı duyguları arasındaki ilişkilerin tasarlanmasını konu edinmiştir. Birbirlerine araçsal olarak bağlı olan duyguları, Desmet (2003, 5), insanların duygusal tepkilerinin farklılıklarını dikkate alarak, temel bir model geliştirmiştir; bu modeli oluşturan kavramlar şunlardır: Değer biçme (*appraisal*), endişe (*concern*), ürün (*product*) ve duygu (*emotion*). Bu şematik tanımın merkezinde yer almış olan değer biçme kavramı olumlu ya da olumsuz bir değer olabilir; umut ya da korku verebilir. Tasarımcının endişe duygusunu yaşaması, ürünün kullanıcılarında bu duyguyu yaşatmamak adına önem taşıır.



Resim 2. Ürün duygularının temel modeli (Desmet 2003, 5).

Tüm çevremiz nesnel gerçekliklerle doludur. Kendi içinde birlik oluşturan bu nesnel gerçeklikler, seyreden, izleyen ve kullanan insanlarda anlama, kavrama, hoşagıtme, zevk alma gibi çeşitli duygular verir. Bir tasarım öğrencisinde ise, kullanımını ön plana çıkaran bir analizi, sezgileri ile empati kurarak anlayıp kavradığı ve edindiği bilgi ve davranışları kullanıma dönüştüren bir tasarım sonucuna vardır. Tasarım eğitiminde, duylardan asla bağımsız olarak ele alınamayacak olan estetik kavramı, endüstri devriminden sonra sanat estetiği içinden doğan, belki bir kullanım estetiği diyebileceğimiz bir ayırım içine girmiş olmaktadır. Estetiğin duygusal yaklaşımla bağı yatsınamaz.

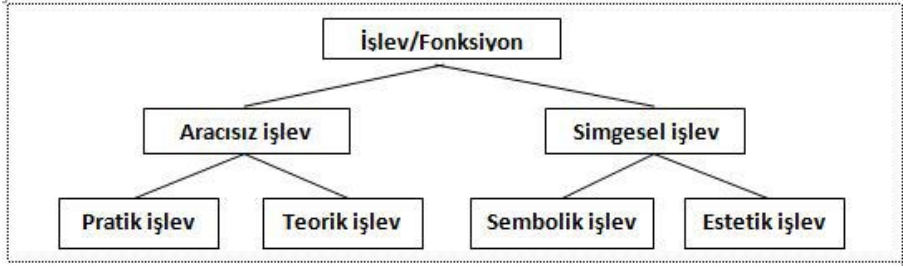
Duygusal Yaklaşımın Estetik ile Bağı

Felsefi tanımlarında ya da sanat eleştirilerinde ağırlıklı “sanat estetiği” olarak yer etmiş bulunan estetik kavramı, ürün tasarımı söz konusu olduğunda genelde bir çekince ortaya çıkabilmektedir. Oysa gerek sanatçı ve sanat alıcısı ya da gerek tasarımcı ve kullanıcı duygusal özelliklerle yüklü kimliklerdir. Bu bağlamda, kullanıcıların çok yönlü davranışlarına neden olan psikolojik yapıları ve duygusal davranışları önemsendiğinde, onların estetik duygularının bilimsel temelleri veri olarak nesneye yansıyabilecektir. Buna göre felsefi bakış açısı ile tasarım görüngüsel bir olgudur.

Bürdek’in (2005) araştırmalarında Husserl düşüncesinde, fenomenoloji tarihi ile yorumsamacılık (*hermeneutics*) iç içedir. Husserl’in “Saf fenomenolojinin fikirleri ve ‘görüngüsel felsefe’” (1913) teorisine göre

Her bir nesne kendi tezahürü açısından incelenmiştir. (Bu) hangi (duyu) nesne (si) olabilir:

- Duyuların harici bir kelimesi olarak fenomen (görüngü),
- Deneyim alanı içinde görsel bir kalite ya da
- Entelektüel yapılar veya süreçlerin sembolik tezahürü. (Bürdek 2005, 240)



Resim 3. Mukařovský'e göre fonksiyon/işlev tipolojisi (Bürdek 2005, 234)

Fenomenolojik bir olgu olarak tasarım, Husserl düşüncesinden hareketle, duyunun dışı vurumu, pratikteki deneyim içinde görsel-estetik bir kalite ve kişisel fikir yapılarını/süreçlerini sembolik anlatıma dönüştürme özelliklerine sahiptir. Diğer taraftan, yaratıcı özellikleri, sosyal yapıları, insan-nesne ilişkileri kapsamında ele alınması gerekli olan tasarım ürünlerinin estetik işlevler ile bağı da sembolik anlatımdan yararlanır ve gösterge bilimin verilerine ihtiyaç duyar. Burada, Bürdek (2005, 234) Mukařovský için “o, kendi görüşünü sosyal fenomen olarak sınıflandırmaya gerektiğinde, sanat eserlerinin estetik işlevlerini analiz ederdi,” derken bir tasarım eserinin sosyal yapısı için, gerektiğinde estetik işlevlere/fonksiyonlara ihtiyaç duyulacağını düşündürmektedir.

Tasarım nesnesinin pratik işlevini biçim dili ile dolaysız anlatabilirken, bu anlatımların teorik temellerinden söz edilebilirken, sembolik ve estetik işlevlerini biçime aktarabilmek için simgesel-temsil edici araçlara ihtiyaç duyulduğu, Bürdek (2005, 234)'ten alıntı ile Mukařovský'den öğrenilmektedir. Estetik işlev, estetik duygular ve duygusal yaklaşımlardan ayrılmaz bir bütün olarak tasarım ve daha özelleşmiş bir tanımla endüstriyel tasarım için önemli bir fenomen/görüngüdür.

Duygusal Yaklaşım Deneyimine Çok Yönlü Bakış

Bu araştırmalar doğrultusunda, ürün tasarımı eğitiminde, öğretilmesi gerekli olan temel bilgiler, Mukařovský'den elde edilmiş işlev tipolojisinde görüldüğü gibi, pratik, teorik, sembolik, estetik işlevlerin bir bütünselliği içinde verilmek durumdadır. Birinin ya da diğerinin ihmal edilecek olması tasarlanacak ürünün bir yerinde eksiklik yaratacaktır. Daha da önemlisi, bu bildirinin asıl konusu olan “duygusal yaklaşımlar” kavramının, çoklu işlev kavramlarına yönelik olarak gelişebileceği düşüncesi ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin birbirlerinden farklı kimlikleriyle, duygusal yaklaşımlarının, çoklu işlev kavramlarına yönelik olarak oldukça farklı gelişebileceği anlaşılmaktadır.

Aydınlatma Nesnesi Tasarımında Duygusal Yaklaşım Deneyimi

Aydınlatma aygıtları ışıkla yaşam bulurlar; ışık canlı yaşamının önemli bir parçası olduğundan, duygusal yaklaşımlar kavramını çok yönlü anlatabilirdi. Suni ışığın

kullanıcının duygusal yaşamında çok yönlü olumlu etkilerinin aydınlatma nesnesi ile verilebilmesi ve tasarımcının duygusal yaklaşımı ile farklı stratejilerde birer tasarım nesnesi elde edilmesi, bu proje çalışmasını amacına götürecekti. Konu öğrencilere çok yönlü tanıtıldı; KOBİ'lerle eşleştirilmeden önce konuyu çok yönlü araştırdılar: Duygusal yaklaşım ne demektir? Kendi tasarımlarına yükleyebilecekleri duygusal kavramlar nelerdir? Ayrıca, sonradan, KOBİ'lerden edinecekleri bilgiler ve kendi düşünceleri ile nasıl bir duygusal tasarım stratejisi geliştirebilirler? KOBİ'lerin stratejileri genel anlamda ne olabilir; pazar payları, rekabet ortamları ve üretim yöntemleri hangi kapsamdadır?

Proje yönetici grubunun sağladığı 12 KOBİ işbirliğinde, bir KOBİ'ye iki öğrenci şeklinde, 24 öğrenci çalıştı ve amacına ulaştığı düşünülen projeler gerçekleştirildi [1]. Proje süreci dört aşamada gelişti:

Araştırma Aşaması, Stratejik İşbirliğinin Firmalara Tanımlanması

Öğrenciler konuyla ilgili temel ve yan konuları gruplar halinde araştırdılar; rapor edildi ve sınıfta sunuldu. Araştırma aşaması esnasında AGİD'e üye firmalarla görüşmeler gerçekleştirildi. İstekli firmalar saptandı; proje kendilerine ayrı ayrı tanıtıldı; projenin kendileri için stratejik nitelikte olduğu, farklı beklentilerinden çok, projeye adaptasyonlarının önem taşıdığı anlatıldı.

Firma-Öğrenci Eşleştirmesi ve Karşılıklı Bilgi Alışverişi

Aydınlatma aygıtları temelinde, kullanıcı-ürün ilişkisindeki kavramsal boyut, duygusal yaklaşımlar olarak değerlendirildi; çeşitli anlatım teknikleri ile görünür hale getirildi. Öğrenciler stüdyoda eşleştirildi, firmaları ile tanıştırıldı ve bilgi alışverişinde bulunuldu. Bu arada öğrenciler, firmaların hangi tür aydınlatma ürettiklerine bağlı olarak, ürün tanımı hazırladılar ve ürünlerine yüklemek istedikleri duygusal anlamlar üzerine görüştüler.

Tasarımların Duygusal Yaklaşımlar Temelinde Geliştirilmesi, Firmalara Sunum ve Eleştiri

Öğrenciler, gerek firmalarına giderek gerekse firmalarının okula gelmesi sağlanarak, ürüne yüklemek istedikleri duyguları saptadılar; buldukları fikirleri eskizlerle belirlediler; edindikleri biçim bilgileri ile duygusal yaklaşımlarını görünür kıldılar. Firmaların stratejik beklentilerine uyup uymadığı analiz edildi ve sınanmış olan tasarımlar çeşitli görsel anlatım teknikleri ile zenginleştirilerek sonuca yaklaştırıldı.

İleri Tasarım Geliştirme, Prototip Değerinde Modelleme, Sonuç Sunum

AGİD üyeleri ile sürdürülmüş olan işbirliğinin önemi büyük oldu. Çünkü sonuç sunum aşamasında, bir taraftan, üretici firmalar tasarıma, alışkın olmadıkları bir tarzda yaklaşımı yaşadılar; diğer taraftan öğrenciler firmaların destekleri ile tasarımlarını üçüncü boyutta daha kaliteli ve prototipe yakın modelleme ve görme olanağı elde ettiler. Tasarımlar eksiklikleri giderilerek modellendi ve firmalar



Resim 4. Seval Özgel, mum ışığı ile duygu yüklü yemek ortamı, masa üstü lambası



Resim 5. Erdem Tural, Op Art ile görsel algı ve yanılsama, sürprizli sokak aydınlatması

önünde sunuldu. Ayrıca firma yetkililerinin fikirleri ve kurumlarına uygunluk açısından düşünceleri alınarak, kurumları için stratejik ürün beklentilerine uyup uymadığı sorgulandı. Firma yetkilileri en az öğrenciler kadar ürünleri savundu. Çünkü yönlendirme aşamasında öğrenciye destek vermişlerdi.

24 öğrencinin tasarımlarını burada gösterebilmek imkânsızdır. Ancak, bir yarısının duygusal yaklaşımlarının neler olduğundan kısaca söz etmek ve birkaçının tasarımlarını sergilemek gerekecektir:

KOBİ: Fersa, **Öğrenci:** Seval Özgel: **Duygusal yaklaşım:** Mum ışığı ile duygu yüklü yemek ortamı, mum ışığı benzeri romantik masa üstü aydınlatma. **Proje:** Aydınlatma nesnesi lokantalarda, evlerde yemek masası üzerinde kullanılmak üzere tekli ya da çoklu tasarlandı; enerji pil ile elde edilecek; piller tekli ya da çoklu şarj edilebilecek. Çiçek görünümlü nesnenin taç yaprakları ışık ile açılacak ve ışık sönünce kapanacak. (Resim 4)

KOBİ: Dr. Light, **Öğrenci:** Erdem Tural: **Duygusal yaklaşım:** Biçim-renk geri verimleri ile yanılsayan duygular, Op Art ile görsel algı ve yanılsama. **Proje:** Sürprizli, dikkat çekici, iz sürdüren sokak aydınlatması: Öğrenci yanılsamalardan faydalanmak istedi. 1960'lı yılların bir sanat akımı olan, Josef Albers ve



Resim 6. Aybige Eskinin; kolay, şaşırtıcı, öğretici, tehlikesiz; çocuklar için masa lambası

Vasarely'nin temsil ettikleri Op Art'ın optik yanılsamaları, öğrencinin duygusal yaklaşımında, dış mekân için zemine gömme birer kaldırım lambasına dönüştü. (Resim 5)

KOBİ: *Dr. Light*, **Öğrenci:** Göksu Şirin: *Duygusal yaklaşım:* Ben ve diğerleri, özel hissetmek, güzel görünmek, farkedilmek. *Proje:* Mağazalar için giyim deneme armatürü.

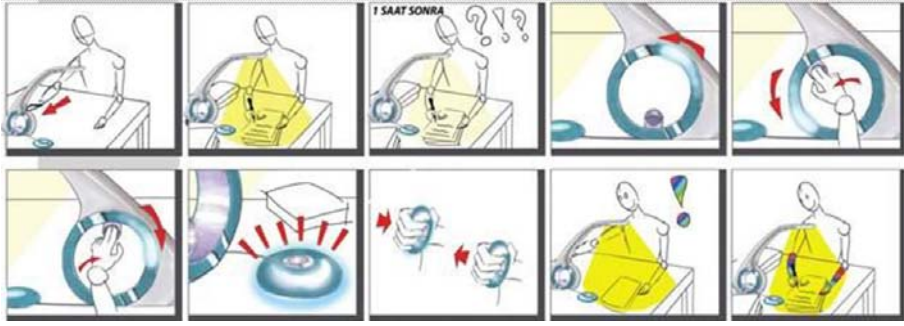
KOBİ: *Fersa*, **Öğrenci:** Damla Oral: *Duygusal yaklaşım:* Uykusuz gecelere son! Tavan ve duvardaki canlı ve hareketli renkleri izleyiniz. *Proje:* Uyumayı kolaylaştıran yatak odası apliği: Koyun saymaya gerek yok!

KOBİ: *Litpa*, **Öğrenci:** Irem Öztürk: *Duygusal yaklaşım:* İnsanda ilgi uyandırarak mağazaya ilgi çekmek. *Proje:* Mağaza giriş aydınlatması: Tavandan ışık damlıyor.

KOBİ: *Özcan Aydınlatma*, **Öğrenci:** Aybige Eskin: *Duygusal yaklaşım:* Kolay, şaşırtıcı, öğretici, tehlikesiz özellikler içermelidir. *Proje:* Çocuklar için masa lambası: Açma kapama düğmesinin elektrik tehlikesi yoktur. Çocuk mini küreyi bir yuvadan alıp, diğer yuvaya koyarak lambayı kullanır. Kürelerin yuvalarında hiçbir tehlike yoktur. Lambanın ampul takılan kafası için çeşitli alternatifler aranmıştır. Fakat firmanın elinde ya da fason çalıştığı üreticilerde mevcut cam globu kullanmak gerektiği için uygulama sonucunda örnekteki prototip elde edilmiştir. (Resim 6)

KOBİ: *TEKFEN*, **Öğrenci:** Zeynep Altmışoğlu: *Duygusal yaklaşım:* Sağlıklı yaşama zaman ayırın! Rahatlayın, neşelenin, bilek egzersizi yapın. *Proje:* Bilek egzersizi yapan masa lambası: Lamba, bilek dönme hareketini ikinci bir işlevle destekleyen, LED ampullü polikarbon çember ile tasarlanmıştır. Tasarım, alışılmış olan masa lambalarından çok uzaklaşmış ve yepyeni bir biçim kazandırmıştır. (Resim 7, 8)

KOBİ: *Beta*, **Öğrenci:** Elif Aydoğdu: *Duygusal yaklaşım:* Manevi huzurun varlığı, iç aydınlanma süreci, su hayattır, huzur verir. *Proje:* Kentsel mekânda yol gösteren aydınlatma: Işığı izle huzur bul.



Resim 7. Zeynep Altmışoğlu; sağlıklı yaşama zaman ayırın, rahatlamak, neşelenmek, bilek egzersizi yapmak



Resim 8. Zeynep Altmışoğlu; bilek egzersizi yapan masa lambası

KOBİ: Özlem Aydınlatma, Öğrenci: Xanthi Messaropoulou: Duygusal yaklaşım: İz sürmenin farklı bir bakış açısı. Proje: Kaldırım kenarı aydınlatması: Yayanın yola inmesini engelleyen bir ikaz ışığı. (Resim 9, 10)

KOBİ: Emfa, Öğrenci: Sevil Şenyüz: Duygusal Yaklaşım: Kent silüetinde farkındalık; iz bırakmak, etkileşim, görsel şölen. Proje: Bollard tipi kentsel aydınlatma: Yürünen yeri algılatan aydınlatma nesnesi.

KOBİ: İkizler, Öğrenci: Tuba Kartın: Duygusal Yaklaşım: Bebek ve çocukların algılarını geliştiren ışık oyunu; renkli gölgeler, şaşırma, seyretme, renk bilgisi edinme. Proje: Bebek, çocuk ve hatta genç odaları için LED'lerle ışık oyunları meydana getiren aydınlatma: Bebekler için daha çok algı geliştirme özelliği taşıırken, çocuklar için daha çok renk bilgisi ile beraber renk gölgeleri ile oynama şeklinde bir yarar sağlar. Gençler ise odalarında farklı etkiler elde edebilirler. (Resim 11)

KOBİ: İkizler, Öğrenci: Umut Sevinç: Duygusal yaklaşım: Kendi iç dünyasını arama. Proje: Çatlak kaya etkili aydınlatma; iç dünyasını doğanın sert bir varlığında aramak. Öğrencinin oldukça bireysel ve tasarımcı kimliğini dışa vuran



Resim 9. Xanthi Messaropoulou, iz sürmenin farklı bir bakış açısı; kaldırım kenarı aydınlatması – gündüz

Resim 10. Xanthi Messaropoulou, kaldırım kenarında gece sürülen iz düşmeyi önler



Resim 11. Tuba Kartın, bebek ve çocukların algılarını geliştiren ışık oyunu



Resim 12. Umut Sevinç, kendi iç dünyasını arama, çatlak kaya etkili aydınlatma

nitelikteki proje çalışmasına KOBİ sıcak baktı ve onu tamamen serbest bıraktı. Buna rağmen, öğrenci iki adet proje bitirdi. Birincisi işletmenin belirlediği, kare gövdeli, sıva üstü, dörtlü floresant tavan lambası. öğrenci bu lambanın prizmatik lens denilen ön kapağını bulmaca mantığı ile tasarladı. İkinci, resimde görülen ise, tamamen kendi iç dünyasını, bir bakıma kendi duygusal özelliğini, çatlamış ve aralarından ışık sızan sert kayalar ile özdeşleştirdi; bu aydınlatma nesnesinin, gece kulüpleri, özel eğlence yerleri vb. yerlerde kullanım bulabileceği düşünüldü. (Resim 12)

Sonuç

Araştırma başlı başına deneysel bir yöntemi ortaya koymaktadır. Bu uygulamada, farklı bir yaklaşım ile KOBİ'lerin beklentileri de belli oranda dikkate alınmış olmasına rağmen, öğrencilerin duygusal yaklaşım çeşitliliği korunarak yaratma heyecanlarının sürdürülmesi sağlanmıştır. Proje, amacı doğrultusunda gelişti. Fakat, bazı KOBİ'lerin stratejik beklentilerinin olmaması; üretim olanaklarındaki sınırlar, bir sömestrlik bir proje için kalıp yapımına girmemek, ileri bir model ya da prototip için fazla masraf çıkarmamak gibi durumlar mevcuttu. Her şeye rağmen KOBİ'ler tasarımı anlamak ve gerektiğinde yararlanmak adına öğrencileri çoğu kez serbest bıraktılar. Böylece duygusal yaklaşımlar ile yaratıcı-özgün tasarım elde etme şansı arttı. Daha önceki projelerinde ağırlıklı kullanıcı merkezli tasarım geliştirme bilgisi edinen öğrenciler, bu projede de kullanıcı davranışlarını ve duygularını ihmal etmediler. Burada, tasarım çalışmasının kullanıcı merkezli olmaması bir tartışma konusu olabilir. Fakat proje, stratejik olarak “duygusal yaklaşım” adı ile başlatılmış ve amaç öğrencilerin yaratıcı düşüncelerini duygusal temelli geliştirmek kapsamlıdır. Bu bağlamda elde edilmiş olan sonuçlar aşağıdadır:

1. Tasarım öğrencileri bu kez duygusal yaklaşımlar kavramı kapsamında çeşitli duyguların verilerini sergiledi. Empati ile kendini bir başkasının yerine koydu. Duyduğu endişelere cevap aradı. Yaşam ve çalışma ortamlarının daha sağlıklı, olumlu, problemsiz, öğretici-eğitici ve daha zevkli olmasını sağlayan önlemleri biçime dönüştürdü. Bütün bu özelliklere ulaşırken, kişiliklerinin farklılığı oranında, ortaya koydukları duygusal yaklaşım çözümleri de birbirlerinden oldukça farklı gelişti.
2. Tasarımcı, kullanıcıların beklentilerini iyi biliyor ve buna göre bir duygusal yaklaşım tanımlıyor ise, burada biçim dili olarak tasarlanacak sembolik ve estetik anlatımlar kullanıcıların duygusal yaklaşımlarına doğru cevap verecek, nesne ve kullanıcı arasında doğru bir iletişim kurulması sağlanmış olacaktır.
3. Ürün tasarımının işlev kavramı çok boyutlu ele alınmalıdır. Ürünün amacı öncelikli olarak pratik işlev olmuş olsa da kullanıcının algılarına ve

duygularına çok boyutlu cevap vermesi önemlidir; bu çok boyutluluk, pratik, teorik, sembolik ve estetik işlevleri kapsar.

4. Öğrencilerin tasarımlarına yüklemeye çalıştıkları duygusal yaklaşımlar, pratik, estetik ve sembolik işlevler olarak, ürünlerin tasarımında olması gerekli artı değerler katmaktadır. Teorik işlev ise bütün bu bilgilerin alt yapısı yanı sıra, bu deneyimden elde edilecek düşünsel bilginin bir sonraki deneyim için kullanılabilir olmasıdır.

Duygusal yaklaşım temelinde gerçekleştirilmiş projeler çoklu işlevlere ve yalnız bu bildiride sunulmuş tasarımlara göre değerlendirildiğinde şöyle bir sonuç elde edilmektedir:

- a. Pratik, sembolik, estetik eşdeğerdeki tasarımlar iki adet,
- b. Pratik işlev öncelikli ve yalın estetik kavramlı tasarımlar dört adet,
- c. Pratik ve estetik işlev eşdeğer öncelikli tasarım bir adet,
- d. Teorik alt yapılı, pratik işlev öncelikli, yalın estetik kavramlı tasarımlar iki adet,
- e. Sembolik ve estetik işlev eşdeğerli tasarımlar iki adet,
- f. Sembolik işlev öncelikli, yalın estetik değerli tasarım bir adet,
- g. Salt sembolik işlevli tasarım bir adet.

Ürün tasarımı eğitiminde duygusal yaklaşımlar temelinde, öğrencilere çoklu işlevlerin öğretilmesi önem taşımaktadır.

Notlar

[1] Bu projede çalışmış olan öğretim üyeleri ve elemanları (o zamanki ünvanları ile) Doç. Dr. Seçil Şatır, Yrd. Doç. Dr. Şebnem Timur Ögüt; Araş. Gör. Deniz Leblebici Başar, Araş. Gör. Ayhan Enşici, Araş. Gör. Ceyda Vatan Özgen.

Kaynakça

- Akkaya, Tayfun. 2014. *Akademik ve Disiplinler arası Yeni Sanat Eleştirisi Kurumu*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bender, Merih Tekin. 2013. *Duyguların İzinde Sanatsal Yaratma*. Ankara: Nobel.
- Bradberry, Travis ve Jean Greaves. 2009. *Emotional Intelligence 2.0*. San Diego: Talent Smart Publishing.
- Bürdek, Bernhard. 2005. *Design – History, Theory and Practice of Product Design*. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Publishers for Architecture.
- Desmet, Pieter, M.A. 2002. “Designing Emotions” <<http://studiolab.io.tudelft.nl/desmet/dissertation>>
- Desmet, Pieter, M.A. 2003. “A Multilayered Model of Product Emotions.” *The Design Journal* 6(2).

- Eracar, Nevin. 2013. *Sözden Öte Sanatta Terapi ve Yaratıcılık*. İstanbul: 3P Yayıncılık.
- Gawain, Shakti. 2013. *Yaşamınızı Yeniden Yaratacak Güç! Yaratıcı İmgeleme*. Çeviren Semra Ayanbaşı. İstanbul: Akaşa.
- Heskett, John. 2013. *Tasarım*. Çeviren Erkan Uzun. Ankara: Dost Yayınları.