

KULLANICI ODAKLI TASARIMDA ETNOGRAFİK YAKLAŞIMLAR

Özge Merzalı Çelikoğlu, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
Şebnem Timur Ögüt, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
Klaus Krippendorff, University of Pennsylvania, Annenberg School for Communication

Bu çalışmada tasarımda kullanıcı araştırmaları için etnografik yöntemlerin nasıl kullanıldığı tartışılmış ve bu yöntemlerin tasarıma özelleştirilebilmesi için bir süreç önerisi yapılmıştır. Bunun için öncelikle sanal ortamda varlık gösteren iki farklı topluluğa dahil olunmuş ve katılımcı gözlem yöntemi ile bir etnografik araştırma yapılmıştır. Bu bağlamda geleneksel etnografide uygulanan katılımcı gözlem yönteminin, sanal etnografi kapsamında yeniden tanımlandığı çalışmalar temel alınarak, karşılıklı konuşma yöntemi benimsenmiştir. Sonuç olarak, kullanıcı odaklı tasarım araştırmalarında sözel etnografik verinin, *etnografik anlatıların*, elde edilmesi için bir araştırma süreci ve bu süreçte kullanılacak bir soru seti önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etnografik anlatılar; tasarımda kullanıcı araştırması; sanal etnografi.

GİRİŞ

Kullanıcı odaklı tasarım yaklaşımında, kullanıcının gündelik yaşam pratikleri, düşünce ve duyguları, tasarımcılar için önemli veri ve esin kaynağı oluşturmaktadır. Kullanıcıyı anlayabilmek ve elde edilen bu veriyi tasarım çözümlerine entegre edebilmek için tasarımcılar ve tasarım araştırmacıları gözlem, görüşme ve benzeri etnografik yöntemlerden faydalanmaktadırlar (Muller, 2008; Sanders, 2002; van Veggel, 2005). Bu etnografik yöntemlerin uygulanması, araştırmacıya genel olarak, bir topluluğa ait maddi kültür ürünlerinin, sosyal ilişkilerin, inanç ve değer sistemlerinin anlaşılması ve derinlemesine irdelenmesinde faydalı olmaktadır.

Etnografik yöntemler ile elde edilen veri temel olarak görsel ve sözel niteliktedir: Görsel veri kapsamında fotoğraf, film ve benzeri bulunurken, sözel veri genellikle görüşme kayıtlarının dökümü ve araştırmacının sahada aldığı notlar şeklinde olmaktadır. Bu anlamda, özellikle görüşme ve karşılıklı konuşma ile elde edilen sözel veri, bireylere ve topluluklara ait anlatıların ortaya çıkmasını sağlamak ve dolayısıyla araştırılan topluluğun sosyal gerçekliklerine ilişkin algı ve ifadelere, inançlara, ideolojilere, motivasyonlara ve beklentilere ulaşmada önemli bir kay-

nak oluşturmaktadır. Sözel etnografi çıktıları, bir diğer deyişle ‘etnografik anlatılar’, toplumsal paylaşım ile ortaya çıkan uzlaşma ve pratikler bütününe erişim sağlamada araştırmacı için önemli bir kaynaktır. Araştırılan topluluğa ait bireyler kendi kültürlerinin önemli yorumcuları da olabileceğinden, etnografik anlatılar yoluyla, ilgili topluluğa ilişkin gizli tarih, güç mücadeleleri, yazılı olmayan kurallar ve gelenekler gibi birçok iç dinamik ögesi hakkında da derinlemesine bilgi edinilebilmektedir (Atkinson, 1990; Boellstorff vd., 2012; Denzin, 1992).

Bu çalışmada tasarım araştırmalarında faydalanılan etnografik yöntemler ile tasarım sürecini besleyecek yazılı ve sözel verinin, bir diğer deyişle etnografik anlatıların, elde edilmesine ilişkin bir süreç önerisi sunulmaktadır.

ETNOGRAFİ VE TASARIM

Etnografik araştırmaların temelinde bireylerin, toplulukların veya toplumların yaşamları konusunda bilgi edinme amaçlı katılımcı gözlem yöntemleriyle saha çalışmaları yapılması, böylece araştırılan topluluğun kültürel anlam ve değerler bütününe o topluluğun bakış açısı ile anlaşılmaya çalışılması ve elde edilen verinin konu ile ilgili diğer araştırmacı ve okuyuculara sunulması hedeflenmektedir (Bryman, 2001; Hammersley ve Atkinson, 2007).

Etnografik yaklaşımın geçmişten günümüze şekillenmesinde temel üç gelenek olarak yapısalcılık, post sömürgecilik ve feminizm kabul edilmektedir (Boellstorff vd., 2012). Yapısalcılık geleneğinin kökeni dilbilim alanına aittir ve Ferdinand de Saussure ve Roman Jakobson’ın çalışmalarında öne sürdükleri, dilin yalnızca art zamanlı (diyakronik) olarak incelenmesinin yeterli olmadığı, konuşmaya anlam veren gramer yapılarının eş zamanlı (senkronik) olarak da ele alınması gerektiği görüşüne dayanmaktadır. Dilbilimde ortaya çıkan bu anlayış, kültürün bir gramer kuralları sistemi olduğu şeklinde, Claud Levi-Strauss tarafından etnografiye uyarlanmıştır.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan post sömürgeci geleneğe ise kültürlerin dile benzer bir sistem oldukları görüşü sorgulanmaya başlanmış ve yapısalcı yaklaşımın bir kültürdeki güç dengeleri, tarihsel değişimler, göç, küreselleşme ve benzeri konuları açıklamada yetersiz kaldığı savunulmuştur (Boellstorff vd., 2012). Post sömürgecilik yaklaşımı, dünya tarihinin Batı’da üretilen düşünce ve açıklamalara bağlı olduğu oryantalist varsayımın sorgulanmasıyla ortaya çıkmıştır (Asad, 1973; Gupta, 1998; Said, 1978). Bu geleneğin oluşmasında katkısı olan temel çalışmalar genellikle Hindistan ve İngiliz sömürgeciliği üzerine yapılan araştırmalar olmuştur (Hall, 1996).

Feminist etnografi geleneği, antropoloji ve sosyolojide cinsiyet kavramının evrenselliğinin sorgulanması ile başlamıştır (Maynard ve Purvis, 1994; Mead, 1935; Skeggs, 1995; Visweswaran, 1994). Özellikle 1970’lerin yeni dalga etnografik çalışmaları, kadının evrensel boyutta ikincil konumda oluşu ve cinsiyetin kültürel inşası üzerine yoğunlaşmıştır (Reiter, 1975; Rosaldo ve Lamphere, 1974). Geçen

zaman içerisinde kadın ve cinsiyeti konu alan etnografik çalışmalar antropoloji ve sosyoloji alanlarında temel araştırmalar haline gelmiştir (Boellstorff vd., 2012).

İnternet'in ve sanal platformların farklı sebeplerle yaygın biçimde kullanılmaya başlanması ile birlikte etnografide de görece yeni bir yaklaşım olan 'sanal etnografi' uygulamaları ortaya çıkmıştır (Hammersley ve Atkinson, 2007; Hine, 2000; Markham, 1998). Sanal etnografi yaklaşımında, araştırılan birey veya toplulukların sanal dünyadaki varlıkları, iletişimleri, etkinlikleri ve yaşamları hakkında bilgi edinme amacıyla çeşitli web siteleri, tartışma forumları, bloglar, e-postalar, anlık iletiler, ve benzeri birçok sanal iletişim aracı ve ortamı 'araştırma sahası' olarak ele alınabilmektedir (Hine, 2011). Örneğin etnografik çalışma yapmak isteyen bir araştırmacı bir web sitesinin gelişimini inceleyerek, bu sürece dahil olan katılımcıların kimliği, çeşitli konulardaki yorumları, teknoloji ile ilişkileri ve benzeri birçok konuda önemli veri elde edebilmektedir ve çoğu durumda bunu örtülü gözlem yöntemleriyle de gerçekleştirebilmektedir (Hine, 2011; Lee, 2015). Özellikle pazarlama alanında, tüketici tercih ve yorumlarına ulaşmada, Kozinets (2010) tarafından 'netnography' olarak tanımlanan bu yaklaşım sıkça kullanılmaktadır.

Sanal etnografide, belli toplulukların kurduğu ve varlık gösterdiği forumlara, sohbet ve tartışmalara katılarak veya sanal dünyada kurgulanmış oyun, yarış, ve benzeri etkinliklerde yer alarak araştırma yapma durumu, geleneksel etnografide var olan katılımcı gözlem yöntemi kapsamında tanımlanmaktadır (Boellstoff vd., 2012; Hine, 2000). Bu bağlamda araştırılan sanal topluluğun oluşturduğu yazılı kaynaklar incelenmekte ve bunlar daha geniş bir kültürün göstergeleri olarak ele alınarak toplumların kültür üretimi, etkileşimi ve anlamlandırma süreçleri anlaşılmasına çalışılmaktadır (Boellstorff vd., 2012). Dolayısıyla sanal etnografi özünde, Geertz'in (1973) 'yoğun betimleme' (*thick description*) anlayışının temellendiği geleneksel etnografinin katılımcı ve özdeşleşmecî yaklaşımını korumaktadır. Bu temel özellik sanal etnografiyi veri madenciliği, sosyal ağ analizi ve benzeri nicel İnternet araştırması yöntemlerinden kuramsal anlamda farklı kılmaktadır.

Tasarım açısından bakıldığında etnografi, kullanıcıların yaşamlarını ve ihtiyaçlarını anlamada tasarımcılar ve tasarım araştırmacıları için önemli bir yöntemdir. Etnografik veriye ulaşılan kullanıcı araştırmalarının tasarım sürecine aktarılabilirdiği durumlarda tüm paydaşlar için anlam yaratacak, yaşam kalitesini artıracak, fiziksel ve ekonomik olarak gerçekleştirilebilecek ve hedef kitle için erişilebilir olmasının yanısıra diğer topluluklara da herhangi bir şekilde zarar vermeyecek nitelikte tasarım fikirlerinin geliştirilmesine destek sağlanmaktadır (Krippendorff, 2014). Kullanıcı araştırmalarında etnografik yaklaşımın benimsenmesi, tasarımcıların kullanıcılara ilişkin önyargı ve kabullerini sorgulamalarını ve kullanıcıları tektipleştirme ya da sınıflandırma eğiliminin üstesinden gelmelerini sağlamaktadır (van Veggel, 2005). Tüm bu olumlu katkısının yanısıra etnografinin tasarım bağlamında kısıt oluşturabilecek bir niteliği, genellikle var olan durumları anlama ve betimlemeye odaklı olup, yenilik veya gelişim önerme gibi bir amacının olma-

masıdır. Buna karşın tasarım, var olan durumlar ve pratiklere ilişkin yenilik, iyileştirme ya da seçenek üretme amacı gütmektedir ve bu yüzden tasarım bağlamında yürütülen etnografik araştırmaların geleneksel etnografiden belli noktalarda farklılaşması gerekmektedir (Krippendorff, 2014). Burada amaçlanan bireylerin gündelik yaşamlarını anlamanın yanısıra sorun yaşanan pratikler, tehlike yaratan durumlar, herhangi bir anlam ifade etmeyen ürünler ve sistemler gibi özelleşmiş konuların daha derinlemesine araştırılması ve elde edilen verinin mevcut durumun iyileştirilmesi için kullanılmasıdır (Krippendorff, 2014).

Tasarım için faydalı olacak kullanıcı bilgisine ulaşılmasında kullanıcı anlatıları, görüşme ve konuşma dökümleri gibi sözel ve yazılı etnografik veriyi incelemek uygulanabilecek yöntemlerden biridir. Bu kapsamda Krippendorff (2014) ‘söylem temelli tasarım’ (*discursively informed design*) kavramını tanımlamıştır. Söylem temelli tasarım kavramı, insanların karşılıklı konuşmalarında yaşadıkları ve dilin farklı kullanımlarının kültürel çeşitliliğin temel kaynağı olduğu anlayışı üzerine kurulmuştur.

Söylem temelli tasarım, hedeflenen alternatif geleceklerin ortak ifadelerle dile getirilmesiyle başlamaktadır. Yeni tasarım fikirlerinin geliştirilmesinde ihtiyaç duyulan teknolojik, örgütsel ve kültürel bileşenleri inceleyerek çeşitlilikler önerir ve böylece iletişim kavramını odak noktasına koyarak bireylere kendi yaşamlarını tasarlama fırsatı sunar. Bu nitelikleri göz önüne alındığında, söylem temelli tasarım, insan odaklı tasarım ve iletişim olarak tasarım yaklaşımlarının özelleşmiş bir alanı olarak konumlandırılmıştır (Coates, 2003; Crilly vd., 2008; Krippendorff, 1989; Krippendorff ve Butter, 1984; Salles vd., 2001; Swann, 1991).

SANAL DÜNYADA ETNOGRAFİ: TOPLULUKLAR VE ANLATILAR

Bu çalışma kapsamında yapılan etnografik araştırmanın konusu ‘sağlıklı beslenme, fitness ve kilo verme’ olarak belirlenmiştir. Bu konu özellikle gündelik yaşamın popüler konularından oluşu, çok sayıda ve çeşitli deneyimi kapsamı ve insanların üzerinde konuşmayı ve tartışmayı sevdiği bir alan olması sebebiyle seçilmiştir.

Etnografik araştırmalarda katılımcıların büyük kitleleri temsil ediyor olması ve dolayısıyla genellenebilir bir veriye ulaşılması beklenmemekte, daha ziyade katılımcı bireylere ya da topluluklara özgü derinlemesine bir anlayış kazanılabilmesi hedeflenmektedir (Hammersley ve Atkinson, 2007).

Bu çalışma için katılımcıların belirlenmesinde öncelikle ilgili konularda deneyim sahibi olan ve bu deneyimi paylaşmak için istekli olan bireylere ve topluluklara ulaşılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda katılımcıların sağlık ve kilo konularında aktif olmaları, düşünce, duygu ve deneyimlerini başkalarıyla paylaşmaya olumlu bakmaları, ve kolay erişilebilir olmaları, temel belirleyiciler olmuştur. Yapılan öncül bir araştırma ile sanal platformlarda özellikle bu konulardaki deneyim, duygu ve düşünce paylaşımı amacıyla kurulmuş topluluklar bulunduğu gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, bu topluluklar içerisinde üye sayısı, çeşitliliği ve konuşmaların yoğunluğu göz önünde bulundurularak iki farklı topluluk seçilmiştir. Toplulukların ve üyelerin kimliklerini anonim tutmak amacıyla bu topluluklar bu metinde T1 ve T2 olarak adlandırılmıştır.

T1 topluluğu temel olarak bireylere sağlıklı beslenme ve kilo verme için danışmanlık hizmeti veren bir organizasyondan hizmet alan veya almayı düşünen kişilerden oluşmaktadır. T2 topluluğu ise gündelik yaşamdaki hareketliliğin kilo verme konusunda egzersiz olarak görülebileceğini vurgulayan ve bunun için ürünler pazarlayan bir organizasyonun ürünlerinin kullanıcılarından oluşmaktadır.

Yöntem ve Süreç

Söylem temelli tasarım için esas veri kaynağını sözel ve yazılı ifadeler oluşturmaktadır. Bu veriye ulaşabilmek amacıyla bu çalışmada yöntem olarak karşılıklı konuşma veya sohbet olarak tanımlanabilecek bir yöntem (*conversation*) seçilmiştir. Bu seçimde, etnografideki katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme gibi yöntemler ile, Webb ve diğerlerinin (1966) tanımladığı ‘örtülü gözlem’ (*unobtrusive methods*) yaklaşımı arasında bir denge kurulması amaçlanmıştır. Webb ve diğerlerine (1966) göre, herhangi bir araştırmada katılımcılardan veri elde edilmesi için kullanılan yöntemler ve araştırmacının varlığı, katılımcılardan elde edilen veriyi büyük oranda araştırmacının görüşleri doğrultusunda şekillendirmektedir. Bu duruma çözüm olarak ise araştırmacının katılımcı ile hiçbir şekilde etkileşime geçmeyip, yalnızca katılımcının çeşitli biçimlerde ardında bıraktığı fiziksel izleri ya da belgeleri inceleyerek bunların sonucunda objektif çıkarımlar yapmaya çalışmasını önermektedirler. Örtülü gözlem yöntemleri araştırmacının katılımcı ve dolayısıyla araştırma konusu üzerindeki şekillendirici etkisini her ne kadar belli bir oranda kontrol altına alıyor olsa da, farklı bağlamlarda, bu yöntemlerin temel aldığı veri kaynaklarının kullanıldığı pratiklere ilişkin sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, fiziksel izler kolayca sayısallaştırılabilir olmasına karşın, doğrudan bunlara bağlı çıkarımlar yapmak genellikle zor olmakta, hareketlerin sürekli izlendiği kayıtlar, kaydı tutan organizasyonun işleyişine göre şekillenebilmekte (Garfinkel, 1967), gözlenmek istenen durum her zaman katılımcı olmadan gözlenecek açıklıkta olmayabilmektedir. Kuramsal çerçevede bakıldığında ise, tümüne birden örtülü denilen bu yöntemlerin her biri esasında farklı bir örtülülük düzeyine sahiptir (Kagan, 1972).

Tüm bu yaklaşımlar göz önüne alınarak, seçilen sanal toplulukların halihazırda devam eden konuşmalarına katılarak, hem toplulukların üyesi olup diğer üyelerin paylaşımına ortak olabilmek hem de önceden yapılandırılmış görüşmelerin aksine, konuşmanın akışını bozmadan ve araştırmacıyı da katılımcı olarak konumlandıran bir kısmi örtülü gözlem yaklaşımı benimsenmiştir. Bu bağlamda, araştırma iki aşamalı olarak yürütülmüştür. İlk aşamada sanal ortamda konuyla ilgili farklı çevrim içi belgeler incelenmiştir; ikinci aşamada ise var olan konuşmalara dahil olunmuştur. İlk aşamada incelenen belgeler, kişisel bloglar, farklı or-

ganizasyonların web siteleri ve sanal toplulukların tartışma grupları gibi konuyla ilgili yazılı veriye ulaşılabilecek kaynakları kapsamıştır. Bu aşamada katılımcı bir yaklaşım yerine örtülü gözlem yaklaşımı uygulanmıştır. Örtülü gözlem aşamasının sonucunda sanal toplulukların konuya yaklaşımları, özellikle konuşmaya değer buldukları konular, birbirleriyle olan iletişimleri, hassasiyetleri, kullandıkları dil ve terminolojiye ilişkin bilgi edinilmiş ve sorgulanması gerekli görülen temel konulara ilişkin bir soru seti hazırlanarak daha sonraki katılımcı gözlem aşaması büyük oranda şekillenmiştir. Hazırlanan soru seti ile katılımcıların sağlıklı beslenme ve kilo problemlerine ilişkin endişeleri, çevrelerindeki insanlarla iletişimleri, gündelik pratikleri, geçmişte ve şu anda yaşadıkları sorunlar, bu sorunlara ne gibi çözümler ürettikleri ve tavsiyelerini içeren anlatılara ulaşılması amaçlanmıştır.

Araştırmacının ikinci aşamasında katılımcı gözlem yöntemi uygulanmıştır. Katılımcı gözlem yöntemi, sanal dünyada yapılan etnografik araştırmalar bağlamında araştırmacının katılımcıların sanal aktivitelerine (tartışmalara katılmak, çevrim içi bilgisayar oyunları oynamak, vs.) katılması olarak tanımlanmaktadır (Boellstorff vd., 2012; Hine, 2000). Bu çalışma kapsamında katılımcı gözlem yöntemi, araştırmacının T1 ve T2 sanal topluluklarına üye olması ve bu toplulukların farklı tartışma gruplarına ve yarış oyunlarına katılması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu süreç ise araştırmacının öncelikle bu topluluklara üye olması ile başlamıştır.

İki farklı organizasyon ile ilişkili olan T1 ve T2 sanal topluluklarına üye olunabilmesi için öncelikle her ikisi için de ilgili web sitelerine kayıt olmak ve birer üye profili oluşturmak gerekmiştir. Oluşturulan üye profili, araştırmacının kullanıcı adı, yaşı, cinsiyeti ve mesleği ile ilgili bilgilere diğer üyelerin erişimi olacak şekilde kayıt edilmiştir. Bu anlamda araştırmacının kimlik bilgileri tüm diğer üyelere olduğu gibi açıkça sunulmuştur. Konuşma gruplarına dahil olma aşamasında ise araştırmacı öncelikle grupların moderatörleri ile iletişime geçmiş ve moderatörlerin izni ile gruplara kabul edilmiştir. Araştırmacı her konuşma topluluğuna girişi aşamasında kendisini grup üyeleriyle benzer sağlık, egzersiz ve kilo endişelerine sahip bir tasarım araştırmacısı olarak tanıtmıştır. Araştırmacı ayrıca konuşma sırasında edindiği bilgileri tasarımcıların ilgili konularda yeni fikir geliştirme amacıyla kullanabileceklerini de belirtmiştir. Bu anlamda katılımcı gözlem yönteminde araştırmacının kimliği ve araştırma konusu açık şekilde ifade edilmiştir. Buna rağmen konuşmalar sırasında gözlemlenen durum, katılımcıların bu bilgiye fazla önem vermemiş, bu konuda araştırmacıya herhangi bir soru sormamış olmaları ve araştırmacıya sorulan soruların diğer üyelere olduğu gibi beslenme, kilo vermeyle ilgili deneyimleri, hedefleri gibi konularda olmuş olmasıdır. Bu gözlem bağlamında topluluk üyelerinin araştırmacıyı diğer üyelere farklı görmedikleri çıkarımı yapılmış ve araştırma sürecinde halihazırda devam eden konuşmaların doğal akışının bozulmaması anlamında önemli bir katkı olarak görülmüştür.

Seçilen T1 ve T2 topluluklarına ait birçok farklı konuşma ve tartışma grubu içerisinden özellikle kilo verme konulu olanlar belirlenmiştir. Bunun için her iki web

sitesinde de ‘kilo kaybı’ anahtar kelimesi altında toparlanan konuşma gruplarının dökümü yapılmış ve bunlardan en aktif olanlar seçilmiştir. T2 topluluğuyla iletişime geçilen bir başka platform ise araştırmacının, üyelerin kendi aralarında kurdukları yarış gruplarına katılmasıyla olmuştur. Yine sanal ortamda kurulan yeni gruplar ile günlük veya haftalık zaman dilimlerinde kurgulanan bu yarışlarda, en uzun mesafeyi yürüyen ya da en fazla kalori harcayan üye kazanmaktadır. Bu yarış oyunları da katılımcılarla sürekli etkileşim halinde olmayı mümkün hale getirerek araştırma sürecine önemli katkı sağlamıştır.

Analiz ve Bulgular

Yürütülen etnografik araştırma sırasında T1 ve T2 topluluklarında toplamda 150’den fazla üye ile çeşitli konuşmalar yapılmıştır, katılımcılara sağlıklı beslenme, spor yapma ve kilo verme konuları çerçevesinde birçok farklı soru sorulmuş ve benzer şekilde katılımcıların sorularına yanıt verilmiştir. Konuşmaların uzunluğu ve derinliği her grup içerisinde değişen dinamikler nedeniyle çeşitlilik göstermiştir. Elde edilen verinin düzenlenmesi için öncelikle tüm konuşmaların dökümü çıkarılmıştır. Daha sonra ise bu veri etnografik içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Etnografik içerik analizi, genellikle anlam ve değerlerin birbirleriyle ilişkisi ve iletişimi ile ilgili derinlemesine bir anlayış kazanmanın amaçlandığı durumlarda kullanılan bir yöntemdir (Altheide, 1987). Bu çalışmada elde edilen verinin içerik yoğunluğu ve çeşitliliğini anlamlandırabilmek amacıyla etnografik içerik analizi kullanılmıştır. Bu analiz sonucunda incelenen anlatılarda daha sık oranda tekrar eden içerikler bulunduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların anlatılarında kilolu olmaya ilişkin birçok fiziksel, tıbbi, sosyal ve psikolojik durum ile ilgili içerikler bulunmaktadır. Yapılan etnografik içerik analizi sonucunda anlatı içerikleri şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- Obezite, diyabet ve hamilelik ile ilgili sorunlar
- Motivasyon, ekonomik durum, ailevi sorumluluklar, gündelik yaşamın organizasyonu, yaşanılan çevre gibi sebeplerin spor yapmaya engel olması
- Sağlıklı yiyeceklerin hazırlanmasının zor olması ve uzun sürmesi ve bu yüzden beslenme planının uygulanmasında aksaklıklar yaşanması
- Tüketilen yiyeceklerin kalori ve besin değeri hesabının yapılması ve bu hesabın kayıt edilerek sürekli izlenmesi
- Kilolu olmanın sosyal hayatta yarattığı problemler
- Geçmiş deneyimlerden edinilen bilgilerin paylaşılması, başarı öyküleri ve tavsiyeler

Tüm bu içeriklerin incelenmesi sonucunda söylem temelli tasarım bağlamında yapılan etnografik araştırmalarda kullanılması önerilen bir soru seti oluşturulmuştur. Bu çalışmanın sonuçlarına göre kullanıcı veya potansiyel kullanıcı olan

katılımcılarla etkileşime geçilen ve sözel veri toplamayı amaçlayan etnografik araştırmalarda kullanılabilmesi için oluşturulan soru seti, bu spesifik çalışma sırasında sorulan birçok sorunun genellenebilir temalar altında toplanmasıyla mümkün olmuştur. Farklı araştırma konularına göre özelleştirilebilecek genel soru seti aşağıdaki gibidir:

(Araştırma konusu ile ilgili...)

- Endişeleriniz ve gelecek kaygılarınız nelerdir?
- Bu konuda sorun yaşadığınızı nasıl fark ettiniz?
- Çevrenizdeki diğer insanlar bu konuda neler söylüyorlar?
- Sorununuzu çözmek için neler yapıyorsunuz?
- Sizce sorunun altında yatan etkenler nedir (para, efor, zaman, vs.)? Mevcut durum yerine neyi tercih ederdiniz?
- Konuyla ilgili ilerleme (veya gerileme) kaydettiğinizi nasıl anlıyorsunuz?
- Geçmişte yaşadığınız olumsuz deneyimler (varsa) nelerdir?
- Bu konuda yeni ve tecrübesiz olan birine neler tavsiye edersiniz?

Önerilen bu soru seti ile sosyolojik veya antropolojik bağlamda çok çeşitli ve kapsamlı veri elde edilmesinde kullanılan etnografik araştırmanın tasarım bağlamına özelleştirilerek, kullanıcı araştırması kapsamında tasarım ile daha doğrudan ilişkili olabilecek sınırlı bir veriye ulaşılması mümkün olmaktadır. Bu anlamda tasarımcıların, etnografik verinin kapsamlılığı ve yoğunluğu içerisinden tasarım ile ilgili olan özel veriye ulaşmada harcadıkları zaman ve eforun azaltılabilmesi ve bu özelleşmiş verinin tasarım sürecine daha verimli bir şekilde aktarılabilmesi sağlanacaktır.

SONUÇ

Bu çalışmada, tasarımda kullanıcı araştırmaları kapsamında kullanılan etnografik yaklaşımlar ile sosyoloji ve antropolojide kullanılan etnografik yaklaşımlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar tartışılmıştır. Her iki yaklaşımın da özünde bireylerin ve toplulukların yaşamlarına ilişkin derinlemesine bir anlayış kazanmak hedefleniyor olsa da, geleneksel anlamda etnografinin var olan duruma herhangi bir anlamda müdahale etmeden, betimleyici nitelikte oluşu ile tasarımın o duruma ilişkin yeni bir şey önermeyi amaçlaması noktasında önemli farklılıklar görülmektedir.

Bu bağlamda, etnografide görece yeni yaklaşımlardan biri olan sanal etnografi uygulaması incelenmiş ve tasarım için kullanıcı verisi elde etmede faydalı olacağı öngörülmüştür. Sanal etnografi yaklaşımı benimsenerek iki farklı topluluğa üye olunmuş ve katılımcı gözlem kapsamında bu toplulukların konuşmalarına ve oyunlarına dahil olunmuştur. Daha sonra bu konuşmalardan elde edilen anlatılar için bir etnografik içerik analizi yapılmış ve anlatıların belli konularda yoğunlaştığı gözlemlenmiştir.

Araştırma sonucunda, kullanıcı araştırmaları kapsamında yapılan etnografik araştırmayı tasarım için özelleştirmek ve elde edilecek veri türünün kapsamını daraltarak tasarım sürecine aktarımını kolaylaştırmak için kullanılabilir bir araştırma süreci önerilmiş ve bir soru seti oluşturulmuştur. Oluşturulan soru seti, temel olarak araştırılması gereken konuları içerecek ve farklı araştırma konularına göre uyarlanabilecek şekilde tanımlanmıştır. Sonuç olarak, sanal etnografinin kullanımı ve oluşturulan soru seti ile tasarımda kullanıcı araştırması yaparken sözel ve yazılı veri sağlayan etnografik yöntemlerden faydalanmak isteyen araştırmacılar ve tasarımcılara, araştırmanın daha hızlı ve verimli ilerlemesi için bir araştırma süreci önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altheide, D.L. (1987). Ethnographic Content Analysis. *Qualitative Sociology*, 10(1), 65-77.
- Asad, T. (1973). *Anthropology and the Colonial Encounter*. Londra: Ithaca Press.
- Atkinson, P. (1990). *The Ethnographic Imagination: Textual Constructions of Reality*. New York: Routledge.
- Boellstorff, T., Nardi, B., Pearce, C. ve Taylor, T.L. (2012). *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton ve Oxford: Princeton University Press.
- Bryman, A. (2001). *Ethnography: Overview*. Londra: Sage.
- Coates, D. (2003). *Watches Tell More Than Time: Product Design, Information and the Quest for Elegance*. Londra: McGraw-Hill.
- Crilly, N., Maier, A. ve Clarkson, P.J. (2008). Representing Artefacts as Media: Modelling the Relationship between Designer Intent and Consumer Experience. *International Journal of Design*, 2(3), 15-27.
- Denzin, N.K. (1992). *Symbolic Interactionism and Cultural Studies: The Politics of Interpretation*. Cambridge: Blackwell.
- Garfinkel, H. (1967). *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Geertz, C. (1973). Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* içinde (3-32). New York: Basic Books.
- Gupta, A. (1998). *Postcolonial Developments: Agriculture in the Making of Modern India*. Durham: Duke University Press.
- Hall, S. (1996). When Was "The Post-Colonial"? Thinking at the Limit. I. Chambers ve L. Curti (Ed.), *The Postcolonial Question: Common Skies, Divided Horizons* içinde (242-260). Londra: Routledge.
- Hammersley, M. ve Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice* (3. baskı). Londra ve New York: Routledge.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Londra: SAGE.
- Hine, C. (2011). Internet Research and Unobtrusive Methods. *Social Research Update*, 61(Spring), 1-4.

- Kagan, S. (1972). Unobtrusive Measures. *Education Resources Information Center (ERIC)*, ED072107, 1972-Jun-1.
- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londra: Sage.
- Krippendorff, K. (1989). On the Essential Context of Artifacts or on the Proposition that Design is Making Sense (of Things). *Design Issues*, 5(2), 9-38.
- Krippendorff, K. (2014). The Social Consequences of Three Models of Design. Konferans açılış konuşması. Design for a Billion International Conference, Indian Institute of Technology, Gandhinagar, 7-9 Kasım 2014, Ahmedabad, Hindistan.
- Krippendorff, K. ve Butter, R. (1984). Product Semantics: Exploring the Symbolic Qualities of Form. *Innovation*, 3(2), 4-9.
- Lee, R.M. (2015). Unobtrusive Measures. *Oxford Bibliographies, Management*, DOI: 10.1093/OBO/9780199846740-0048.
- Markham, A. (1998). *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. CA: Alta Mira Press.
- Maynard, M. ve Purvis, J. (1994). *Researching Women's Loves from a Feminist Perspective*. Londra: Taylor & Francis.
- Mead, M. (1935). *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*. New York: Mentor Books.
- Muller, M.J. (2008). Participatory Design: The Third Space in HCI. A. Sears ve J.A. Jacko (Ed.), *The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies and Emerging Applications* (2. baskı) içinde (1061-1081). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reiter, R. (1975). *Toward an Anthropology of Women*. New York: Monthly Review Press.
- Rosaldo, M. ve Lamphere, L. (1974). *Woman, Culture and Society*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. New York: Pantheon.
- Salles, J., Baranauskas, M.C.C. ve Bigonha, R.S. (2001). Towards a Communication Model Applied to the Interface Design Process. *Knowledge Based Systems*, 14(8), 455-459.
- Sanders, L. (2002). From User-Centered to Participatory Design Approaches. J. Frascara (Ed.), *Design and The Social Sciences: Making Connections*. Londra, New York: Taylor and Francis.
- Skeggs, B. (1995). *Feminist Cultural Theory: Production and Process*. Manchester: Manchester University Press.
- Swann, C. (1991). *Language and Typography*. Londra: Lund Humphries.
- van Veggel, R.J.F.M. (2005). Where the Two Sides of Ethnography Collide. *Design Issues*, 21(3), 3-16.
- Visweswaran, K. (1994). *Fictions of Feminist Ethnography*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Webb, E.J., Campbell, D.T., Schwartz, R.D. ve Sechrest, L. (1966). *Unobtrusive Measures: Nonreactive Research in the Social Sciences*. Şikago: Rand McNally.