

KARŞIT HİSLER ARACILIĞI İLE ÜRÜN TASARIMI

Ümit Bayırlı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Z. Didem Yanpar, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Ürünler, fiziksel ve teknik özelliklerinin yanı sıra, kullanıcı üzerinde uyandırdıkları hisler ile ilişkili sıfatlarla da nitelendirilebilir. Bu hisler, hedef kitlenin satın alma kararlarını etkileyebildiği gibi tasarımcıların ürün geliştirme süreçlerini de şekillendirebilir. Çalıştayın amacı da tasarımcıların hisleri göz önünde bulundurarak tasarlamayı deneyimlemelerini ve bu deneyimin ürün tasarım sürecini nasıl etkilediğini değerlendirmelerini sağlamaktır.

Çalıştayda, önceden belirlenmiş ürün grupları için (ulaşım araçları, elektrikli ev aletleri, tüketici elektroniği, vb.), bu grupların kullanıcıda uyandırdığı karşıt hislerden (agresif-sakin, sağlam-kırılgan, sevimli-itici, fütüristik-geleneksel, vb.) yola çıkılarak ürün tasarımına yönelik eskiz çalışmaları yapılacaktır. Çalıştay sonucunda anlamlı çıktılar oluşabilmesi için 8-20 katılımcı beklenmektedir. Çalıştayın ilk kısmında, katılımcılarla birlikte önceden belirlenmiş karşıt hisler değerlendirilecek ve onlardan yeni öneriler alınacaktır. Sonrasında, kura yöntemi ile bir adet ürün grubu ve bir adet karşıt sıfat çifti eşleştirilecektir. Katılımcılar ürün gruplarından herhangi bir ürünü seçmekte özgür olacaklardır. Yapılacak çalışmaların sonunda farklı ürün gruplarının farklı hisler göz önünde bulundurulacak tasarlandığı bir havuz oluşacaktır. Çalıştayın son aşamasında katılımcılarla yapılacak olan fikir alışverişi ile hangi ürün gruplarıyla hangi hislerin anlamlı ilişkiler kurguladığı değerlendirilecek ve hisler göz önünde bulundurulacak tasarlanan ürünlerin formlarının karakteristik özellikleri belirlenecektir.

Çalıştay sonunda, katılımcıların, ürünlerin kullanıcı üzerinde uyandıracığı hislerle ilişkili olarak tasarım süreçlerine ve tasarlanan sonuç ürüne dair farkındalıklarını artırmak; kullanıcı odaklı tasarımda, ürünleri niteleyen hisleri bir veri olarak kullanma deneyimi kazanmalarını sağlamak ve kullanıcıda uyandırılmak istenen hislere yönelik tasarımcıların yararlanabilecekleri bir form havuzu oluşturulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Görsel dil; hisler; ürün tasarımı; ürün formu.