

# KAMU İÇİN HİZMET TASARIMI KONUSUNDA BİR VAKA ANALİZİ: DENİZLİ GENÇLİK MECLİSİNİN SORUNLARINA TASARIMLA ÇÖZÜMLER ARAMAK

Saniye Fışgın, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Hatice Hümanur Bağlı, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Bu bildiri İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Doktora Programı kapsamında yürütülen bir tezin pilot çalışmasının özetidir. Tezin kısaca kapsamı kamu için tasarım (*design for public*) konusunda kullanılan birlikte tasarım (*co-design*) yöntemlerinden birkaçının Denizli Gençlik Meclisinden katılımcılarla birlikte denemesidir. Bu bildirinin ilk yazarının amacı kendi doktora tezinde yurt dışında kullanılan kamu hizmetleri için geliştirilen metotların Türkiye ve özellikle Denizli ölçeğinde denemesi olsa da bu araştırmanın amacı daha çok tasarımcı-araştırmacının belirli metotları deneyerek metotların kullanılabilirliğini ve kendisinin bu konudaki yeteneğini sınamaktır. Araştırmacı tasarım odaklı bakış açısı (*design thinking*) kavramının, hizmet baskın bir ekonomi ve sahip olmaktan çok deneyime önem veren kullanıcıların oluşturduğu kültür dinamikleri nedeni ile endüstri ürünleri tasarımı disiplini için önemli olduğunu düşünmektedir. Yaptığı ön araştırmalarda, Türkiye’de kamu için hizmet tasarımı metotları ile geliştirilen projelerin yok denecek kadar az olduğunu görmüştür. İncelenecek vakaların yokluğu, aynı zamanda tasarımcı olan araştırmacının kendi vakalarını yaratıp, kendi vakalarını kendisinin analiz etmesi çözümünü bulmasına neden olmuştur. Örneklemenin Denizli’den seçilmesinin ilk nedeni, araştırmacının kökenlerinin burada olmasıdır. Bu sayede araştırmacı, araştırma için gerekli bağlantıları daha kolay kurmuştur. İkinci neden ise; İstanbul ve İzmir gibi tasarımla ilişkisi daha güçlü olan büyük şehirler yerine ölçeği bu şehirlere nazaran daha küçük olan bir şehir seçme isteğidir. Böylece tasarımın öngörülen hizmetleri iyileştirme potansiyeli, tamamen bakir bir alanda denenmiş olacak ve araştırmayı özgün kılacaktır. Bu bildiri yukarıda bahsedilen hizmet tasarımı, kamu için hizmet tasarımı ve birlikte tasarım konularına kısaca değinerek, araştırmacının Denizli Büyükşehir Belediyesi Kent Konseyi Gençlik Meclisi (DEGEM) ile birlikte ilk defa gerçekleştirdiği atölye çalışmasının vaka analizi ile sonuçlanacaktır. Bu çalışma araştırmacının kamu için hizmet tasarımı alanında pratik olarak ilk eylemidir ve ilerideki çalışmalarının temeli niteliğindedir. Daha çok bir rapor niteliğindedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu için hizmet tasarımı; birlikte tasarım; tasarım odaklı bakış açısı; Denizli.

## GİRİŞ

Tasarım odaklı bakış açısı, hizmet tasarımı ve tasarım yönetimi gibi başlıklar altında incelenen tasarım süreçlerinin ve metotlarının, bir ürün tasarlamaktan başka süreçlerde de kullanılması günümüzde oldukça yaygın diyebiliriz. Bu kavramların *Harvard Business Review* gibi dergilere konu olması, sadece tasarımcıların değil işletme ve yönetim bilimlerinin de bu konuyu benimsediğinin bir göstergesi sayılabilir.

Press ve Cooper (2003) tasarımcının yıllar içinde değişen rollerinden bahsetmişler, 90'lı yılların sonlarına gelindiğinde, tasarımcıların ürün tasarlamaktan başka özelliklerinin de olduğunun fark edildiğine değinmişlerdir. Değişime açık ve kendini ifade edebilen, dünyayı diğer insanların gözünden görebilen yazarların karmaşık ve tehlikeli olarak tanımladıkları bu dünyada, prensipli ve sorumluluk sahibi bir pozisyonda olan tasarımcılar gözlemlenmişlerdir. Bu yüzden iş ve yönetim konuları ile birlikte psikoloji ve sosyoloji gibi sosyal bilimler konularına da tasarımcıların ilgi göstermesi gerektiğine değinmişlerdir (Press ve Cooper, 2003).

Press ve Cooper (2003) tasarımın yerini tüketici kültürü, sanayi ve ticaret, deneyimi tasarlamak, tasarım için araştırma ve tasarımın iletişimi başlıklı bölümlerle çerçevelenmeye çalışmışlardır. Tasarımcıların zamanla değişen rollerinden ve ileride ne gibi rollerinin olabileceğinden bahsetmişlerdir. Yeni trendleri, grup çalışması, disiplinler arası yaklaşım, tasarım birlikleri, tasarımcı girişimciler ve iletişimci başlıkları ile tanımlamışlardır. Bu gibi konuların dışında tasarımcıların insan için tasarım bakış açısı ile birlikte ürünler tasarlamak dışında kamu hizmetleri ve sosyal sorumluluk projelerinde de yer alabileceklerinden bahsetmişlerdir (Press ve Cooper, 2003).

2014 yılında düzenlenen Tasarım Yönetimi Konferansı'nda (*DMI 19th Academic Design Management Conference*) ilk kez kamu ve tasarım konusu için özel bir bölüm ayrılmıştır. Junginger ve Terrey (2014) bu bölümün editörlüğünü yapmıştır. Onlara göre, müdürler ve söz sahipleri, 'daha iyi, daha çabuk ve daha ucuz' kamu hizmetleri ve kamu politikası üretmeye çalışmaktadır. Bu da bu ürünlerin ve hizmetlerin aynı zamanda vatandaşlar için daha anlamlı, daha uygun ve yararlı olmasını zorlaştırmaktadır.

Junginger, İnovasyon ve Tasarım için Avrupa Birliği Platformu (*EU Platform for Design and Innovation*) tarafından devlet ve tasarım ilişkisi ile ilgili adımların Bahar 2014'te atıldığından bahsetmektedir. Bu platform kamu hizmetlerinden ve kamu politikasından, tasarım ve inovasyon konuları için gelecekteki en önemli üç konudan ikisi olarak bahsetmektedir (Junginger,2014). Bu gelişme Avrupa'nın tasarım odaklı düşünme şeklini politikalarına ve kamu hizmetlerine katmak konusundaki çabasına bir kanıt olarak görülebilir.

Eski araştırmalarındaki bulgulara dayanarak araştırmacı, özellikle Avrupa ölçeğinde -Hong Kong, Güney Kore ve Singapur gibi ülkelerde de örnekleri mev-

cut- görülen bu eğilimlerin, Türkiye ölçeğindeki yansımalarını oldukça kısıtlı bulmaktadır. Bu araştırma ile tasarım ve kamu kuruluşları arasındaki bağlantının az da olsa güçlenmesi hedeflenmektedir. Ayrıca bu sayede araştırmacı, tasarımın özelleşmiş süreç ve metotlarını bizzat uygulayarak, kendi yeteneklerini de Schön'ün 'yaparak ve yansıtarak öğrenme' yaklaşımı ile geliştirmeyi planlamaktadır (Schön, 1983).

Araştırmacı, tasarımın kamu ürün ve hizmetlerinin gelişimine nasıl katkıda bulunabileceğini, sivil toplum kuruluşu (STK) üyelerinin düşünce yapısına nasıl entegre edilebileceğini ilk elden denemek istemektedir. Ticari işletmeler olmayan bu kuruluşlardaki insanların tasarım odaklı bakış açısına yaklaşımları gözlemlenmiştir. Bu hedefleri dolayısıyla araştırmacı sürekli olarak günlük tutmuştur ve gereken yerlerde fotoğraflar çekmiştir. Bu bildirinin vaka analizi kısmında bu verilere yer verilip analizi yapılmıştır.

İngiltere'nin bir kuruluşu olan Design Council, kamu için tasarım projelerinin tutarlı bir şekilde kamu masraflarını azalttığını, büyük bir verimlilik sağladığını, yetenekli kamu hizmetleri çalışanları yarattığını ve en önemlisi gelecekte ümitli, kendini güvende hisseden, daha güçlü, uzun dönemde kendine daha çok güvenen şehir sakinleri yarattığını anlatmaktadır. Tasarım sayesinde bir araya gelmesi oldukça güç olan iki parametrenin aynı anda yerine geldiği iddia edilmektedir: devletin kaynak harcamalarını azaltmak ve halkın deneyimlerini iyileştirmek (Design Council, 2013).

Bu çalışmada tasarım odaklı bakış açısının iş birliğine açık yapısı özellikle vurgulanmaktadır. Araştırmacı tasarım ile karar verme süreçlerinde karardan etkilenen her kesimden temsilci ile birlikte çalışılmasını savunmaktadır. Bu da araştırmacıyı birlikte tasarım kavramına yönlendirmiştir.

Bu çalışmadaki katılımcılar 20-30 yaş arası gençlerdir. Kendini yaptığı işe adanmış STK üyesi gençler, yapılacak çalışmaların daha enerjik geçebileceğinin bir göstergesi olabilir. Daha sonra kamu ya da özel sektörde çalışacak olan bu gençlerin, tasarım odaklı düşünce biçimini bu atölye çalışmaları sayesinde öğrenmesi onların gelecekteki kariyerlerinin şekillenmesine yardımcı olabilir. Bu bildiride bahsedilen çalışmanın amacı aslında belirli metotları tanıtarak bu metotları denemektir. Araştırmacıya göre yukarıda bahsedilen yararlar ancak uzun bir zaman diliminde tespit edilebilecek yararlar olarak düşünülmektedir. Aşağıda bahsedilen konular, araştırmacının kendi yaptığı araştırmanın sonuçları ile karşılaştırılmaktadır. Devam eden bir çalışmadan kesit olduğu için tasarımın kamu hizmetlerine yararı gibi konular üzerine araştırmacı yorum yapamamaktadır. Aslında bu makalenin amacı daha çok seçilen metotların nasıl uygulandığına değinmek ve konferans kapsamında çalışmanın ileriki aşamaları için diğer konferans katılımcılarından tavsiyeler almaktır.

## HİZMET TASARIMI

Kamu için hizmet tasarımı kavramından bahsetmeden önce, hizmet tasarımı disiplininin bahsetmek istenmiştir. Diğer tasarım disiplinlerine göre daha yeni bir tasarım disiplini olan hizmet tasarımı kavramı ilk olarak bir hizmet pazarlaması uzmanı olan Shostack tarafından ortaya atılmıştır (Shostack, 1984). Doksanlı yıllara kadar hizmet pazarlaması disiplini altında incelenen bir konu olan hizmet tasarımı, *Total Design* adlı kitap ile ilk kez tasarım disiplininin biri tarafından araştırılmıştır. Tasarım yönetimi (*design management*) bakış açısının hizmet firmalarına nasıl uygulanması gerektiğini sorgulayan bir kitaptır (Hollins, 1991). Şimdi okullarda lisans ve yüksek lisans seviyelerinde bu tasarım dalı hakkında eğitimler verilmekte ve doktora çalışmaları yürütülmekte, birçok tasarım ofisi hizmet tasarımı hizmeti vermekte, bu konuya özgü konferanslar düzenlenmekte, bu konu diğer tasarım konferanslarının da ilgisini çekmektedir.

Hizmet tasarımı, hizmet sağlayıcısı ve müşteri arasındaki etkileşimi ve hizmetin kalitesini artırmak için, hizmetin birer unsuru olan insanları, altyapıyı, iletişimi, diğer malzemeleri planlama ve organize etme eylemidir. Hizmet tasarımı metodlarının amacı, kullanıcı ve katılımcıların ihtiyaçlarına göre tasarım yapmaktır. Böylece hizmet kullanıcı dostu, rekabetçi ve müşteriler için yararlı olacaktır (SDN, t.y.).

## KAMU İÇİN HİZMET TASARIMI

Design Council (2013), kamu için tasarım konulu raporunda tasarımın kamu için kullanılmasını üç aşamaya ayırmış ve buna tasarım merdiveni adını vermiştir. Bu merdivende tasarımın karar verme süreçlerine dahil olma seviyesini üçe ayırmış ve anlattığı örnekleri bu merdivene göre sınıflandırmıştır:

1. Belirli, tanımlı problemler için tasarım
2. Kamu çalışanlarının tasarım yeteneğine sahip olması
3. Politika için tasarım

Design Council (2013) bu sınıflandırmanın, kamudaki sorunların çözümlerini sınıflandırmak ve bir plan oluşturmak için iyi bir yardımcı olduğunu belirtmektedir. Design Council'in tasarımın karar verme mekanizmalarına etki seviyesinin sınıflandırılması konusuna Deserti ve Rizzo (2014) da katılmaktadır. Onlar da tasarım konusunda yeni olan kuruluşların daha küçük projelerle başlaması gerektiğini önermektedir.

Yukarıdaki sınıflandırmalar ışığında, araştırmacının bu pilot çalışmada yapmak istediğini Design Council'in sınıflandırmasındaki 'Belirli, tanımlı problemler için tasarım' maddesinde konumlandırabiliriz.

## **Birlikte Tasarım ve Katılımcı Tasarım**

Sanders ve Stappers'a (2014) göre hizmet tasarımı yoğun kullanıcı katılımını ya da bazen birlikte tasarımı savunmaya meyillidir. Tasarım, insanlar için anlamlı deneyimler yaratan bir süreçtir. Deneyimin tasarlanması, insanı ön planda tutmayı, dünyayı onların gözlerinden görmeyi ve onların hisleri ile hissetmeyi içerir (Press ve Cooper, 2003). Brown'a (2008) göre tasarımcı empati kurabilir, bütüncül düşünebilir, problem çözme konusunda olumlu düşünebilir, deneyseldir ve başka disiplinlerle çalışabilir.

Bannon ve Ehn (2012) modern tasarım anlayışının temellerini Bauhaus'a bağlamaktadır. Bauhaus'un farklı estetik algısına, üretim odaklı, herkesin ulaşabileceği ürünler tasarlama çabalarına, tasarım aracılığı ile insanları değiştirme amaçlarına değinerek aslında bu çağda da multidisipliner bir tasarım anlayışının oluştuğunu iddia etmektedir. Ancak yazarlar Bauhaus'taki modern tasarım eyleminin tam da katılımcı tasarım olarak tanımlanamayacağını söyler. Onlara göre katılımcı tasarım aktivitesi ilk kez 1970'li yıllarda İskandinav ülkelerinde görülmüştür. Yazarlar ilk çabanın Norveçli Metal İşçileri Birliği'nin katılımı ile bilgisayarların iş yerinde kullanımı alanında modern tasarımın sosyal ve demokratik bakış açısından beslenerek gerçekleştiğini savunmaktadır. Yazarlar bu ilk çabanın modern tasarımın konseptinden çok o döneme özgü işçi hareketleri ve bu hareketin değerleri ile gerçekleştiğine inanmaktadırlar. Bannon ve Ehn (2012), katılımcı tasarım algısının modern tasarımda 1980'li yıllarda oturduğuna inanmaktadır.

Steen (2011) 'birlikte tasarım'ı 'katılımcı tasarım'ın bugünkü hali olarak tanımlar ona göre birlikte tasarım, katılımcı tasarımın başka disiplinlerden metotlar ve teknikler eklenmiş halidir. İki disiplin de var olan pratikleri anlamayı ve alternatif pratikleri düşünmeyi kendine dert edilmiştir. Yazar birlikte tasarım kavramını daha ucu açık bir süreç olarak tanımlamıştır. Ona göre katılımcı tasarım, daha çok spesifik bir problemin aynı yerde çalışan bir grup insanla birlikte çözülmesini konu alırken, birlikte tasarım birçok farklı yerden farklı disiplinden insanın bir araya gelip tamamen farklı bir konu üstünde fikir üretebileceği ve bulunan çözümün birçok insana hitap edebileceği metotlar bütünüdür (Steen, 2011).

Sanders and Stappers (2008) birlikte tasarım eylemini tasarım sürecinin bütün aşamalarında 'kolektif yaratıcılığı' kullanmak olarak tanımlar. Steen, Manschot ve de Koning (2011), birlikte tasarımın başarılı bir hizmet tasarımında farklı bakış açılarına sahip paydaşları birleştirmesi açısından kritik bir önem taşıdığını iddia eder. Steen vd., birlikte tasarım sayesinde hizmet tasarımı projesinin yaratım sürecinin geliştiğini, hizmetin tanımının daha iyi oluşturulduğunu, projenin organizasyonunun daha efektif ve verimli şekilde yapılabileceğini iddia eder. Hizmet kullanıcılarının ihtiyaçları ile sunulan hizmetler birlikte tasarım sayesinde daha çok birbiriyle örtüşür. Kullanıcılar için daha iyi bir hizmet deneyimi ve memnuniyet sağlanır. Birlikte tasarımı gerçekleştiren örgütün yaratıcılığı artar, kullanıcıları

odağına alabilen bir anlayış geliştirebilir, farklı disiplinler arasında iletişim kurabilir, inovasyon yapmakta daha hevesli ve yetenekli olur.

### **Dünya ve Türkiye’den Birkaç Örnek ve Aktörler**

Bu bölümde birçok ülkeden kamu için tasarım örnekleri verilmiştir. Elbette kamu için hizmet tasarımı konusunda daha birçok çalışma bulunmaktadır, ancak yazarlar sadece Avrupa ile sınırlanmış bir projeler dizini vermek istememişlerdir. Dünya ölçeğinde erişebildikleri örnekleri sıralamışlardır.

Thinkpublic firmasının altında Szebeko ve ekibi Alzheimer100 projesinde birlikte tasarım yöntemleri ile alzheimer hastaları problemlerine çözüm aramışlardır (Tan ve Szebeko, 2009). Cottam ve Leadbeater (2004), *British Medical Journal*’dan alıntı yaparak ‘başarılı bir doktor-hasta ilişkisinin anahtarının hastaların da uzman olduğunu kabul etmek’ olduğunu söylerler ve hastaların kendi deneyimlerinin uzmanı olduğunu iddia ederler. Hastaların sosyal çevresi, alışkanlıkları, riske karşı tavırları, değerleri ve tercihleri onların uzmanlık alanlarıdır. Birlikte tasarım sürecinde bu bilgiler de önemlidir. Cottam ve Leadbeater’ın (2004) gerçekleştirdikleri projedeki amaç, yaşlılara sağlık sektöründe, onların sosyal çevrelerine daha aktif bir şekilde katılmalarını sağlayacak hizmet konseptleri üretmektir.

Miettinen (2007a), doktora tezinde Afrika’daki bir bölge için yaratıcı turizm deneyimini hedefleyen bir hizmet tasarlamıştır. Daha sonra da tasarladığı hizmeti, hizmet tasarımının yöntemleri ile test etmiştir. Yine Miettinen’in editörlüğünde oluşturulan *Design Your Action* adlı kitapta da tasarımcıların geliştirdiği sosyal tasarım pratiklerinden örnekler inceleyebilmekteyiz (Miettinen, 2007b).

Devlet kurumları ile tasarımın ilişki içinde olması aslında Türkiye için de yeni sayılmaz. Taylor (2014), 2000 yılından bu yana Türkiye’nin kalkınma planları kapsamında, endüstriyel tasarım disiplini özelinde, tasarım hakkında politikalar geliştirdiğinden bahseder. UNDP Türkiye’nin tasarım odaklı bakış açısı ve politika oluşturma ve geliştirme ile ilgili düzenlediği etkinlik SHIFT Türkiye (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Türkiye, 2014), belediyeler bünyesindeki yaşam laboratuvarları, tasarım atölyeleri (Tasarım Atölyesi Kadıköy gibi), Türkiye’de tasarım-devlet etkileşimine verilebilecek örneklerdir.

Dünya’da ise Avrupa ülkelerinin liderliğinde konu ile ilgili birçok çalışmaya imza atılmaktadır. Junginger (2014) Yeni Zelanda’dan Singapur’a birçok ülkede devletin tasarıma yakınlaştığına değinmektedir. Hong Kong’da devlet temsilcileri ile Hong Kong Politeknik Üniversitesi birlikte çalışarak, tasarım süreçlerini ve metotlarını kullanıp, Hong Kong’da iş bulma, iş arama deneyimini iyileştirecek birçok fikir üretmişlerdir (Allio, 2014).

Aktif Yaşlanma için Tasarım Kaynaklı İnovasyonlar (*DAA Design-led Innovations for Active Aging*) projesinde ise, yaşlanan Avrupa’nın problemlerine çözüm bulabilmek için yine Avrupa’nın Antwerp, Barselona ve Berlin gibi çeşitli şehirlerinde birçok proje geliştirilmiştir. Bu projede ve ilerleyen bölümlerde bahsedil-

lecek olan SPIDER projesinde, özellikle kamu hizmetleri hakkında özelleşmiş tasarım firmalarından yardım alındığı görülmektedir (DAA, 2012).

2007'den bu yana Kenneth Balfalt önderliğinde Nijerya'daki hapishanelerdeki mahkumların topluma kazandırılması için tasarım odaklı bakış açısı kullanılarak projeler geliştirilmektedir. Vietnam'da ise sağlıklı beslenme sorunu yaşayan küçük çocukların bu probleminin kaynağını öğrenmek için tasarım metotları uygulanmıştır. Problemin derinine inildiğinde, ebeveynlerin yanlış bilgilere sahip olduğu anlaşılmış ve onların eğitilmesi için çalışmalara başlanmıştır (Allio, 2014). Peru'da ise devlet ve IDEO'nun iş birliği ile sistemi tasarlanmış bir okul projesini incelememiz mümkündür. Tasarım sayesinde oluşturulmuş bu okul sistemi, o kadar başarılı olmuştur ki ülkenin birçok yerinde aynı sistemin benimsendiği okullar açılmıştır (Brown ve Martin, 2015).

### **ALAN ARAŞTIRMASI VE ÖRNEKLEM: DENİZLİ VE DEGEM**

Ege Bölgesi'nin güney doğu kısmında bulunan Denizli, 2015 yılı itibarı ile 993,442 nüfusa sahiptir. Denizli'nin hem Ege hem de Akdeniz bölgesinde top- rakları vardır. Aslında iki bölge arasında geçit konumundadır. Araştırma için şehir olarak Denizli'nin seçilmesinin nedenlerine ve amaçlarına aşağıda değinilmiştir.

- Doktora öğrencisinin tanıdığı bir coğrafya olması. Üniversite yıllarına kadar olan hayatının burada geçmesi, insanları tanıyor olması. Şehirde sözü geçen mevkilerde tanıdığı insanların olması. Bu durum, ilgili kişilere ulaşmasını kolaylaştırmış ve kolaylaştıracaktır.
- Öğrencinin doktora sonrası akademik hayatına bu şehirde devam etmek istemesi diğer bir motivasyonudur.
- Tasarım odaklı düşünme kavramına aşina olmayan bir yer olması. Büyük ve güçlü şehirler gibi birçok tasarım faaliyetinin olmaması ve böyle çalışmalara bakir bir coğrafya olması araştırmacının yaptığı projenin özgünlüğüne katkı sağlayacaktır.
- İdeal büyüklükte bir şehir olması nedeniyle atölye çalışmalarını organize etmek ve insanlara ulaşmak daha kolay olmuş ve olacaktır.

Şehrin tek üniversitesi olan Pamukkale Üniversitesinde 50,000'i aşkın öğrenci bulunmaktadır. Denizli Büyükşehir Belediyesi Kent Konseyi Gençlik Meclisi DEGEM'deki katılımcılar, ana hedef kitesini üniversite öğrencileri olarak tanım- lamıştır (Yılmaz, 2016). Gençlik Meclisi, Kent Konseyine bağlı, şehir için alınan kararlarda gençlerin de söz sahibi olmasını hedefleyen Birleşmiş Milletler'in desteklediği bir STK'dır. Gençlik Meclisinin bağlı olduğu Kent Konseyi ise Belediye- yeye bağlıdır. Gençlik Meclisinin aynı zamanda Gençlik ve Spor Müdürlüğü ile ilişkisi vardır (İBB, 2006). DEGEM'in yönetim kurulu üyesi Yılmaz, kuruluşla- rının Türkiye genelinde İstanbul ve Konya Gençlik Meclisleri ile birlikte en aktif kuruluş olduğuna değinmektedir (Yılmaz, 2016).

## SPIDER Organizasyonu ve Kamu için Hizmet Tasarımı Yaklaşımı

SPIDER (*Supporting Public Service Innovation using Design in European Regions*) adlı proje, 2013 yılında hayata geçmiş ve 2015 yılına kadar çalışmalarını sürdürmüştür (SPIDER, t.y.). Projenin amacı Avrupa'nın çözülmesi zor sosyal problemleri için kamu hizmetlerini tasarlama ile çözümler aramadır. Projenin gerçekleştirdiği etkinliklerin hepsi web sitelerinde raporlanmıştır. Bunun yanında oluşum, kullandıkları süreci ve metotları herkesin kullanımına açmıştır. Metotlara ait tüm posterler kendi İnternet siteleri üzerinden paylaşımına açıktır (<http://www.thespiderproject.eu/>). Posterin birinde anlattıkları sekiz aşama ve bu aşamalarda kullanılan metotlar aşağıdaki gibidir (Resim 1).

SPIDER'in aşamalarının detaylı bir açıklamasına erişilememiştir. Bu yüzden araştırmacı süreçleri dört ana aşamaya ayırmış olsa da Design Council hizmet tasarım sürecini incelemiş, bu bağlamda SPIDER projesinin süreçlerini sorgulamıştır.

### *Tasarım süreci*

Analiz etme süreci: Bu süreçte kullanılan metotlar, video, ses, resim ya da yazı gibi farklı medya araçlarını kullanarak, kavramsal bilgileri toplamaya, kaydetmeye ve paylaşmaya yardımcı olur. Kullanıcılara erişilmesini ya da onlarla iletişim kurulmasını sağlarlar. Proje katılımcılarının bakış açılarını ve deneyimlerini keşfetmeye yararlar (Design Council, 2015). Bu süreçte karşılık SPIDER projesinde 'çerçeveleme' (*framing*), 'kullanıcı araştırmaları' (*user insight*), 'persona oluşturma' (*personas*), ve 'tasarımın amacını belirleme' (*design scope*) süreçlerini izleyebiliriz.

Kullanılan metotlar karakter oluşturma (*persona*), müşteri yolculuk haritası (*customer journey*), yönlendirilmiş hikaye anlatımı (*directed story telling*), duyguları haritalama (*emotional map*), kullanıcı günlükleri (*user diary*), benzerlik diyagramı (*affinity map*) ve akıl haritasıdır (*mind map*). SPIDER'in kendine özgü metotları ise araştırma soruları (*research questions*), bağlam ve amaç (*context and objectives*), görüşme: aktör haritası (*interview: actors map*) görüşme: kullanıcı deneyimi (*interview: user experience*), persona, personaların farklı boyutları (*persona dimensions*), tasarım problemi (*design challenge*) ve tasarım gereklilikleridir (*design requirements*).

Yaratım süreci: Bu süreçteki araçlar, katılımcılar ile yapılan çeşitli görüşmeler ve araştırmalarla ortaya çıkan fikirleri, deneyimleri düzenlemeye ve görselleştirmeye yardımcı araçlardır. Farklı şekillerdeki görselleştirme detayları ile hizmet fikirleri, estetikleri ve hikayeleri önerirler (Meroni ve Sangiorgi, 2011). Bu aşamaya ise SPIDER'in metot kitinden 'fikir oluşturma' (*ideation*) aşaması karşılık gelmektedir.

Kullanılan metotlar beyin fırtınası (*brainstorming*), fikir eskizleri (*idea sketching*), hizmet fikir panosu (*service mood board*) ve konu kartlarıdır (*issue cards*).



SPIDER firmasına özgü metotlar ise fikir seçme (*idea selection*) ve lotus çiçeğidir (*lotus blossom*).

Geliştirme süreci: Tasarımın bu aşaması, önceki kısımlarda oluşturulan ve seçilen fikirlerin geliştirilip bir şekilde sunulacak hale getirilmesinden oluşmaktadır. Tasarlanan hizmete ait detayların üzerinde düşünmeyi amaçlamaktadır. Bu süreç için farklı metotlar kullanılmaktadır. ‘Hizmetin bağlamı’ (*service concept*) aşaması, bu aşama ile örtüşmektedir.

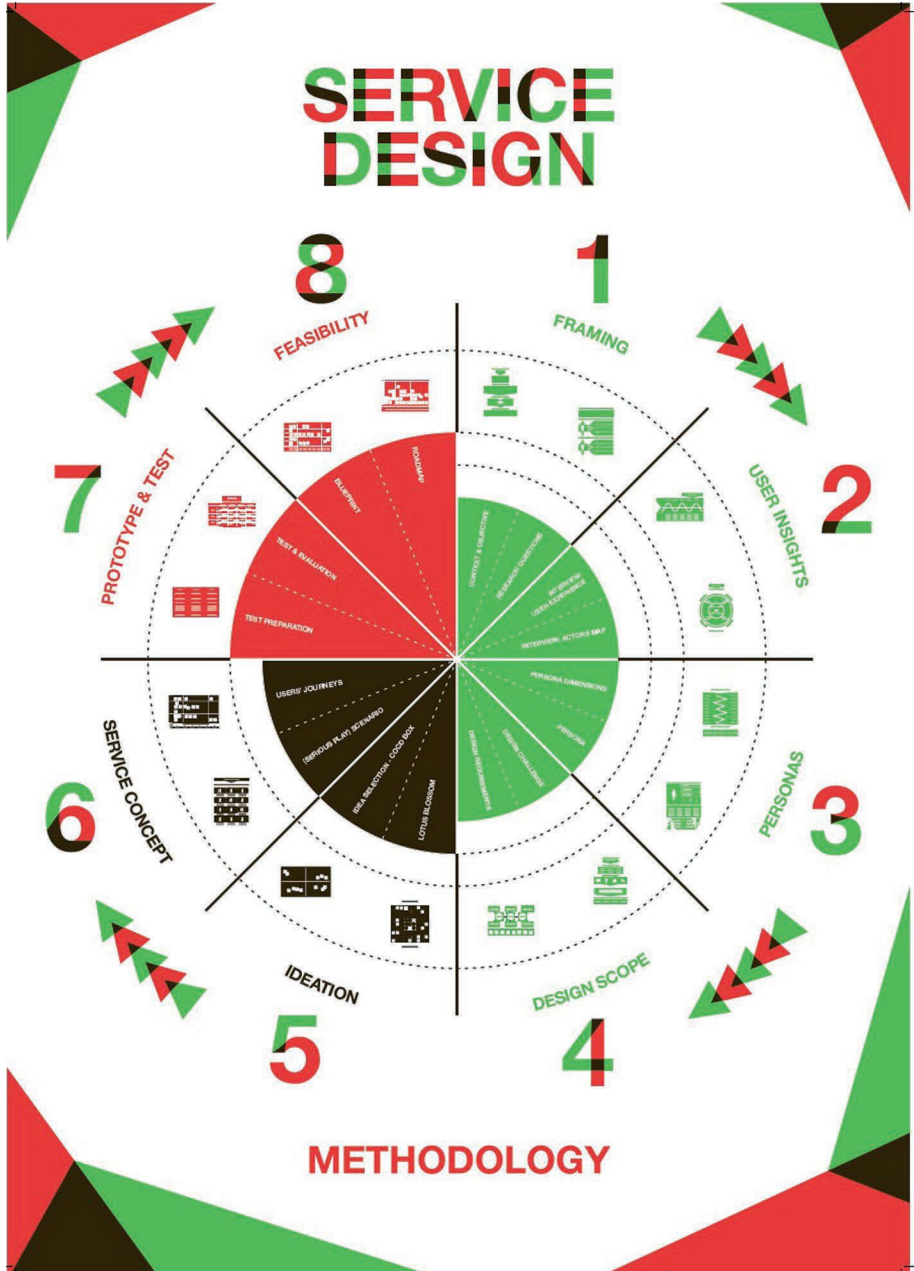
Kullanılan metotlar: deneyim prototipleme (*experience prototyping*), görsel senaryo taslağı (*story board*), hizmet planı (*service blueprinting*), aktörler haritası (*actors map*) ve kanvas iş modelidir (*business canvas model*). Spider’in metotları ise kullanım senaryosu (*scenario*) ve kullanıcı yolculuğu (*user journeys*) olarak gösterilebilir.

Sunma ve test etme: Hizmet tasarımının her aşaması birlikte yaratmaya yöneliktir. Verilen her karar, yapılan her değişiklik kullanıcıyla, hizmet sağlayıcısı ile ya da hizmetin sahipleri ile sınıranır. Bu şekilde daha kullanılabilir, daha sürdürülebilir hizmetler üretilebilir. Bu bölümde bulunan metotlar oluşturulan hizmetin test edilmesi ya da sunulması için üretilmiş daha çok hizmetleri görselleştirmeyi ve böylece iletişim kurmayı kolaylaştırıcı karakterlerdedir. SPIDER’in aşamalarından prototipleme ve test etme (*prototype and test*) ve yapılabirliğini ölçme (*feasibility*) burada kendine yer bulabilir.

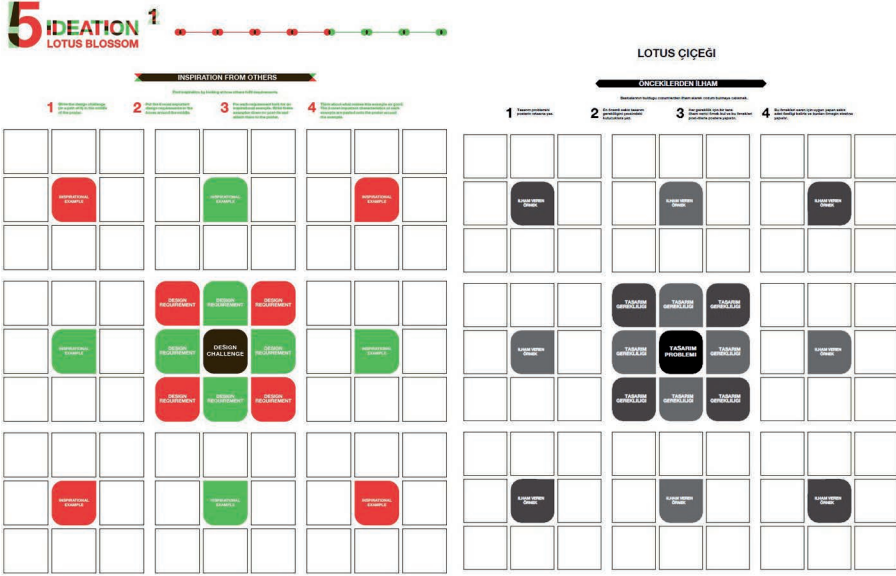
Kullanılan metotlar senaryo oluşturma (*design senarios*) ve rol yapmadır (*role playing*). Prototipleme (*prototype-test*), test süreci için hazırlık (*test-preparation*), servis kılavuzu (*service blueprint*) ve yol haritası (*road map*) ise SPIDER’in bu aşamada önerdiği metotlardır.

**Tablo 1.** SPIDER oluşumunun kullandığı tüm yöntemlerin Türkçeye çevrilmiş hali

Aşama	Yöntem	Yöntem
1.Çerçeveleme	Araştırma Soruları	Bağlam ve Amaç
2.Kullanıcı Araştırmaları	Görüşme: Aktör Haritası	Görüşme: Kullanıcı Deneyimi
3.Persona Oluşturma	Persona	Personalanın Farklı Boyutları
4.Tasarımın Amacını Belirleme	Tasarım Problemi	Tasarım Gereklilikleri
5.Fikir Oluşturma	Fikir Seçme	Lotus Çiçeği
6.Hizmetin Bağlamı	Kullanım Senaryosu	Kullanıcı Yolculuğu
7.Prototipleme ve Test Etme	Prototipleme	Test Süreci için Hazırlık
8.Yapılabirliğini Ölçme	Servis Kılavuzu	Yol Haritası



Resim 1. SPIDER adlı topluluğun metotları ve süreci için oluşturduğu poster ([www.thespiderproject.eu/](http://www.thespiderproject.eu/))



**Resim 2.** Lotus Çiçeği Metodu posterinin orijinal (sol; kaynak [www.thespiderproject.eu/](http://www.thespiderproject.eu/)) ve dönüştürülmüş halleri (sağ)

Araştırmacı SPIDER projesinin web sitesinden indirdiği posterleri, Denizli’de kullanabileceği hallerine getirmeye çalışmıştır. Öncelikle posterlerin İngilizce olan dillerini Türkçeye çevirmiştir. Resim 1, Resim 2 ve Resim 4’te görüleceği üzere, parlak renkli ve birçok bezemeye sahip orijinal posterler, Resim 2 ve Resim 4’te görüleceği gibi siyah-beyaz tonlamalı hale getirilmiştir. Projenin daha büyük boyutlarda basılmasını öngördüğü söz konusu posterler, ozalit maliyetleri de düşünülerek standart şekilde A2 boyutunda basılmıştır.

#### *Vaka analizinde kullanılan metotlar*

Lotus çiçeği metodu: Yönetim bilimleri alanında yaratıcı düşünmeyi desteklemek için kullanılan, Yasuo Matsumara tarafından yaratılan bir tekniktir. Beyin fırtınası etkinliklerinde kullanıldığına değinilir. Michalko (2006), lotus çiçeği metoduyla fikirlerin belirli temalar kapsamında üretilebileceğini iddia eder. Michalko’ya göre bu yöntem sayesinde katılımcılar daha fazla farklı fikir üretebilir. SPIDER projesinde bu metot fikir üretme aşamasında kullanılır. Metot şu şekilde gerçekleştirilir:

- Belirlenen problem posterin ortasındaki kutucuğa yazılır.
- Problemin çözümü için gerekli sekiz adet çözüm problemin etrafındaki sekiz adet kutucuğa yazılır.

**Kanvas İş Modeli**

Kim için hazırlandı: \_\_\_\_\_ Tasarlayan: \_\_\_\_\_

Tarih: \_\_\_\_\_ Tarihi: \_\_\_\_\_

**Kilit Ortaklar**

Kilit Ortaklar kimlerdir?  
Kilit Ortakları nasıl buluruz?  
Hangi Kilit Ortakları en önemlilerdir?  
Hangi Kilit Ortakları en pahalıdır?  
Hangi Kilit Ortakları en kolaydır?

**Kilit Etkinlikler**

Değer Önerilerini hangi Kilit Etkinliklerle oluşturabiliriz?  
Hangi Kilit Etkinlikler en önemli?  
Hangi Kilit Etkinlikler en pahalıdır?  
Hangi Kilit Etkinlikler en kolaydır?

**Değer Önerileri**

Müşterilerimize hangi değerler sunuyoruz?  
Müşterilerimiz hangi sorunları çözüyoruz?  
Hangi sorunları çözüyoruz?  
Hangi sorunları çözüyoruz?  
Hangi sorunları çözüyoruz?

**Müşteri İlişkileri**

Müşterilerimizle nasıl ilişki kuruyoruz?  
Müşterilerimizle nasıl ilişki kuruyoruz?  
Müşterilerimizle nasıl ilişki kuruyoruz?  
Müşterilerimizle nasıl ilişki kuruyoruz?  
Müşterilerimizle nasıl ilişki kuruyoruz?

**Müşteri Kesitleri**

Kimler için değer sunuyoruz?  
Kimler için değer sunuyoruz?  
Kimler için değer sunuyoruz?  
Kimler için değer sunuyoruz?  
Kimler için değer sunuyoruz?

**Kilit Kaynaklar**

Değer Önerilerini hangi Kilit Kaynaklarla oluşturabiliriz?  
Hangi Kilit Kaynaklar en önemli?  
Hangi Kilit Kaynaklar en pahalıdır?  
Hangi Kilit Kaynaklar en kolaydır?

**Kanallar**

Değer Önerilerini nasıl ulaştırıyoruz?  
Değer Önerilerini nasıl ulaştırıyoruz?  
Değer Önerilerini nasıl ulaştırıyoruz?  
Değer Önerilerini nasıl ulaştırıyoruz?  
Değer Önerilerini nasıl ulaştırıyoruz?

**Maliyet Yapısı**

Maliyetlerimiz nelerdir?  
Maliyetlerimiz nelerdir?  
Maliyetlerimiz nelerdir?  
Maliyetlerimiz nelerdir?  
Maliyetlerimiz nelerdir?

**Gelir Kaynakları**

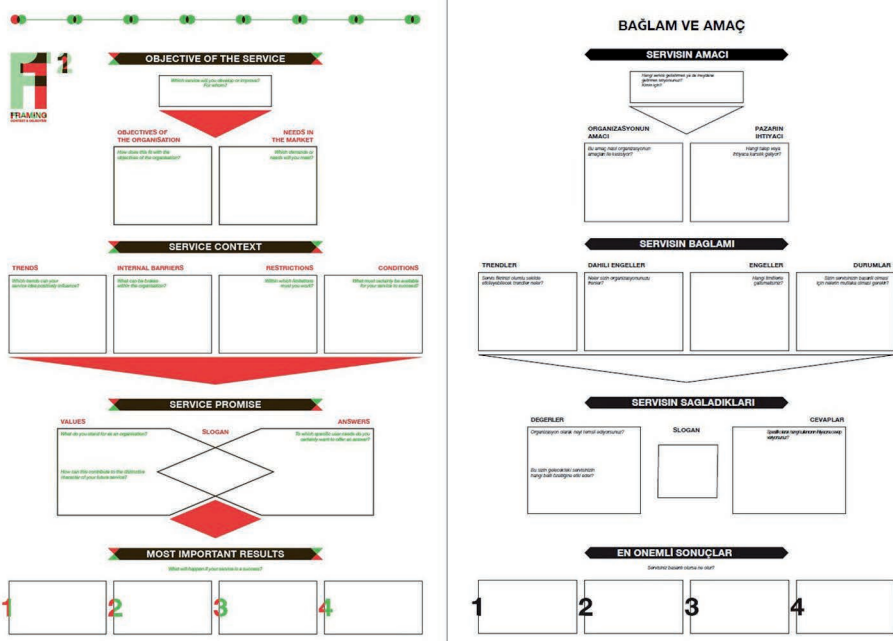
Müşterilerimizden nasıl gelir sağlıyoruz?  
Müşterilerimizden nasıl gelir sağlıyoruz?  
Müşterilerimizden nasıl gelir sağlıyoruz?  
Müşterilerimizden nasıl gelir sağlıyoruz?  
Müşterilerimizden nasıl gelir sağlıyoruz?

**Resim 3.** Kanvas iş modelinin Türkçeleştirilmiş uyarlaması (çevirerek uyarlayan: Adil Oran, [www.adiloran.com/kanvas](http://www.adiloran.com/kanvas))

- Belirlenen sekiz adet çözümün her birinin yakınındaki dokuzlu kutucuğun en ortasına, o çözümün gerçek hayattaki başarılı bir örneği yazılır.
- Seçilen başarılı örneğin etrafındaki sekiz adet kutucuğa, bu örneğin başarılı olmasının arkasındaki etkenler yazılır.

Kanvas iş modeli: Alex Osterwalder tarafından tasarlanan metot (<https://strategyzer.com/>), Oran (Oran, t.y.) tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Girişimcilerin iş fikirlerini planlara dönüştürmek için oluşturulan bir metot olarak bahsedilir. Metotta kuruluşlar -kar amaçlı olsun olmasın- kilit ortaklar, kilit etkinlikler, değer önerileri, müşteri ilişkileri, müşteri kesitleri gibi birçok detayımı posterdeki boşluklara yazar. Design Council hizmet tasarımı ile ilgili bir raporunda, bu metodun fikir geliştirme aşamasında kullanılmasını önermiştir. Bunun yanında keşfetme aşamasında da tasarımcılara yardımcı olabileceğine değinmişlerdir. Metodun amaçları ise aşağıda verilmiştir:

- Önemli etkileşimleri ve temas noktalarını tasarlamak ve test etmek.
- Hizmetin, kullanıcının ihtiyaçlarına uygun olup olmadığını tespit etmek.
- Hizmetin gerçekleşmesi için gereken bütün paydaşların hizmetten aldıkları fayda ve deneyimleri anlayabilmek.



**Resim 4.** Bağlam ve amaç metodunun orijinal (sol; [www.thespiderproject.eu/](http://www.thespiderproject.eu/)) ve dönüştürülmüş (sağ) hali

- Potansiyel kullanıcıların hizmet hakkındaki düşüncelerini öğrenebilmek (Design Council, 2015).

Bağlam ve amaç metodu: SPIDER projesine özel oluşturulmuş bir metod olduğu tahmin edilmektedir. Araştırmalar sonucu, araştırmacı bu metoda ya da benzerine rastlamamıştır. Bu metodun görevini hizmetin amacını ve oturduğu bağlamı anlamak olarak özetleyebiliriz. Çerçeveleme aşamasında kullanılması önerilen bu metod, organizasyonun sağladığı hizmetlerin pazarın ihtiyacı ile örtüşüp örtüşmediğini sorgular. Hizmetin hangi bağlama oturduğunu keşfetmeye yardımcı olur. Metod aşağıdaki soruların paydaşlarla birlikte cevaplanmasını sağlar:

- Hangi mevcut trendler hizmetin daha çok kullanılmasını sağlayacak?
- Hangi organizasyon içi engeller hizmetin sürecini negatif etkileyecek?
- Hangi bariyerleri aşmak için çalışmak gerekir? Hizmetin gerçekleşmesi için gereken en önemli detaylar nelerdir?
- Şirketin sağladığı değerler, cevap verdiği sorunlar ve sloganları nelerdir?

## **PİLOT ÇALIŞMA**

Kamu için hizmet tasarımı metotlarını Denizli ilinden katılımcılar ile denemek isteyen araştırmacı, bu konuda ona yardımcı olabilecek söz sahibi kişilerle görüşmüştür. Pamukkale Üniversitesinden öğretim görevlileri ile, Pamukkale ve Merkezefendi Belediyesinden çalışanlarla görüşmeler gerçekleştirmiştir. Kamu için hizmet tasarımı, tasarım odaklı düşünce konuları ile ilgili küçük bir sunum yapıp, yapmak istediği uygulamayı ilgili kişilere anlatmıştır. Ancak istediği ilgiyi bu kurumlarda bulamamıştır. Junginger ve Terrey (2014)'in bahsettiği ekonomik ve zaman kısıtı araştırmacının bu alanda çalışmasını zorlaştırmıştır.

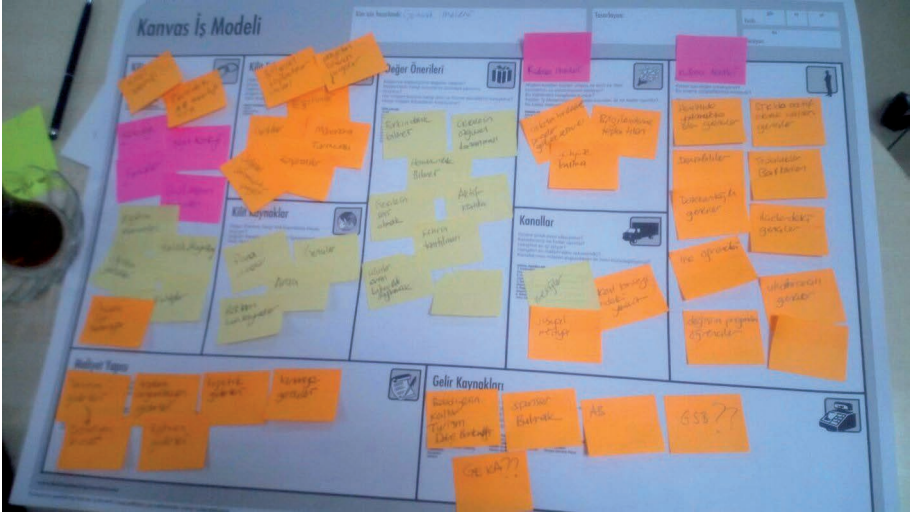
Pamukkale Belediyesinden bir bağlantının araştırmacıyı DEGEM'in başkanı olan Yılmaz ile tanıştırması bir dönüm noktası olmuştur. DEGEM adlı STK, araştırmacının uygulamalarına daha hevesle yaklaşmıştır. Araştırmacı da bu kurumla çalışmayı birçok açıdan uygun bulmuştur. Yazarların bu grupla çalışmayı uygun bulma nedenlerini sıralayacak olursak:

- STK'nın üyelerinin bu gibi atölye çalışmalarına açık ve aşına olması.
- Katılımcıların belirli bir yaş grubunda olması ve tasarımcının bu yaş grubundaki insanlarla akademisyen kimliği dolayısı ile daha kolay iletişim kurabilmesi.
- STK'ların temelinde paylaşım, gönüllülük ve birlikte çalışma kavramlarının olması.
- Kurumun katı olmayan, daha esnek kurallara sahip bir yapısının olması.

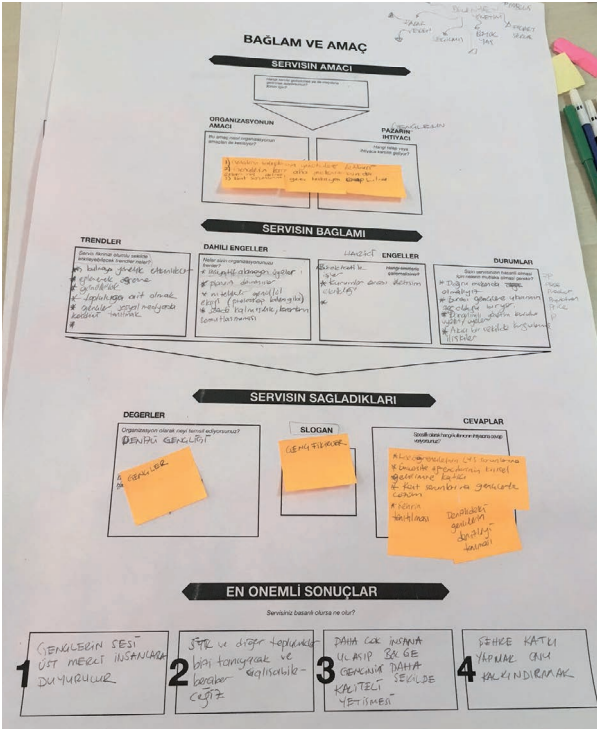
Araştırmacı DEGEM ile çalışmalarına, başkanı olan Yılmaz ile bir görüşmenin ardından başlamıştır. Bu görüşmenin amaçları kurumun temsilcisine kendini tanıtmak ve DEGEM için ne yapabileceğini anlamaya çalışmaktır. Bahsedilen görüşme ile ulaştığı veriler, araştırmacının yapacağı ilk atölye çalışması için seçeceği metotlar konusunda ona yol göstermiştir.

Yılmaz, DEGEM'in iki sorunu için çözüm üretmeyi talep etmiştir. İlk problem DEGEM'in gençler tarafından bilinmediğidir. Kuruluş olarak bu durum için bir strateji belirlemek istemektedirler. İkinci üzerinde düşünmek istedikleri durum ise, kurumsallaşma meseleleridir. Yılmaz'a göre DEGEM'in oturmuş bir yapısı yoktur. Şu anki yönetim kurulu yerini yeni kişilere bıraktığında gelecek kişilerin kuruluşun işleyişini öğrenecekleri herhangi bir kaynak olmadığından bahsedilmiştir.

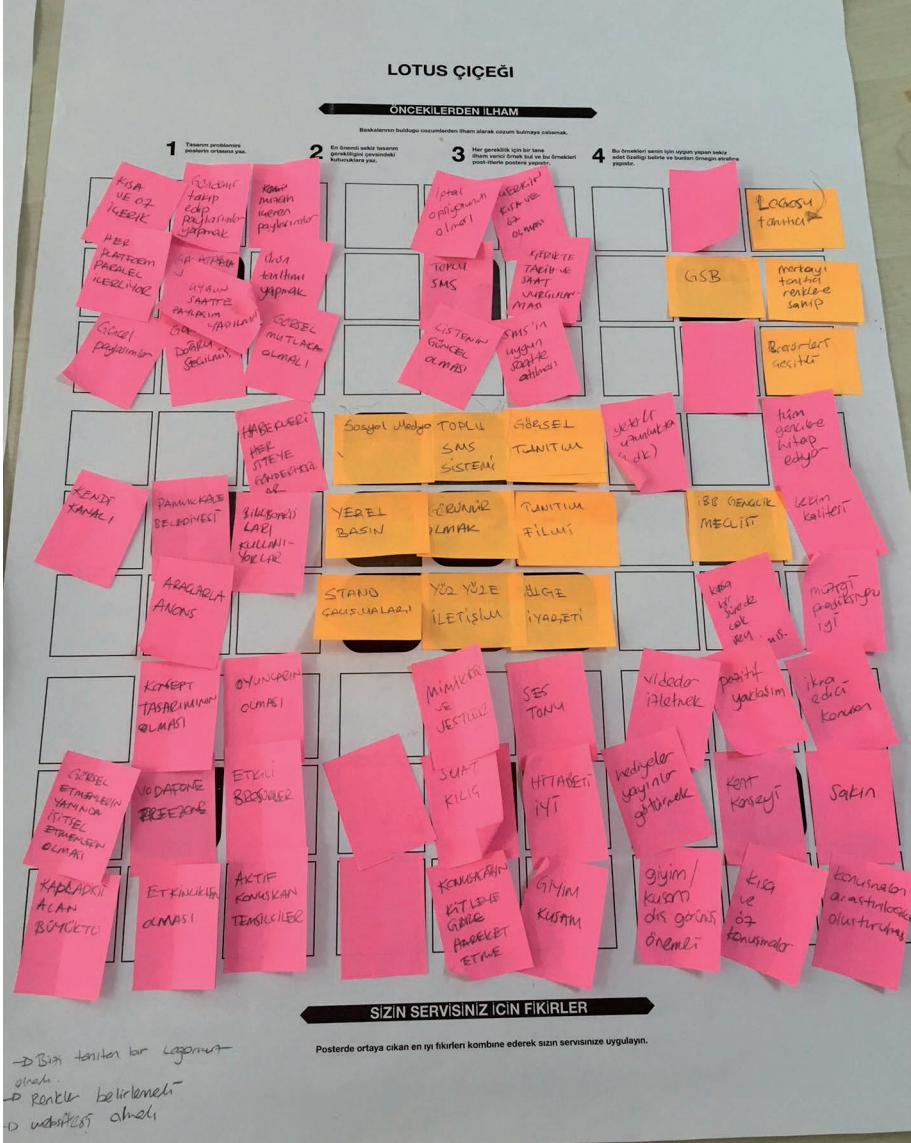
Görünürlükleri için bir yol haritası çizebilmeleri için ilk olarak neler yapabileceklerine birlikte fikir üretebilecekleri lotus çiçeği yönteminin kullanılması öngörülmüştür. Kurumsallaşmaları için de ilk adım olarak kilit detaylarının hepsini bir arada görebilecekleri bağlam ve amaç yöntemi ile kanvas iş modeli yönteminin kullanılması uygun görülmüştür.



Resim 5. Kanvas iş modeli metodunun A2 boyutundaki posterinin atölye çalışması sırasında doldurulmuş hali



Resim 6. Bağlam ve amaç metodunun A2 boyutundaki posterinin atölye çalışmasından sonraki hali



Resim 7. Lotus çiçeği adlı metodun uygulanmış hali

Pilot çalışma için oluşturulan grup, toplamak istenilen katılımcı sayısından biraz daha düşük bir sayıda katılımcıya sahiptir. Kısa bir sürede toplanabilen bu grup içinde, en azından bir katılımcının potansiyel kullanıcı olması istenmiştir. Ancak bu mümkün olmamıştır. DEĞEM'in yönetim kurulundan dört katılımcı, bu süreçte yürütücü ile birlikte çalışmıştır. Bu katılımcılar 18-25 yaş aralığında iki kadın ve iki erkek üniversite öğrencisinden oluşmaktadır.



Yapılacak uygulamalardan önce katılımcılara konu hakkında kısa bir sunum yapılmıştır. İlk olarak grubun kurumsallaşmasını sağlamak için kullanılacak metotlar denenmiştir. Kanvas iş modeli posterleri üzerinden fikirler üretmekle başlanmıştır. Bu metot ile DEGEM'in Gençlik ve Spor Müdürlüğü gibi kilit paydaşları, 'öğrencilere ücretsiz LYS kursu' gibi kilit hizmetleri, kilit gelir kaynakları, para akışları gibi sorulara grup hep birlikte düşünerek cevaplar vermiştir. Kendi aralarında hep konuştukları, bildikleri ama yazıya dökmedikleri bu detaylar bir poster üzerinde toplanarak önlerine serilmiştir (Resim 5). Zaman zaman zorlansalar da bu posterin onlar için oldukça yararlı olduğunun farkına varmışlardır.

Kısa bir moladan sonra, kurumsallaşma için uygun olduğu düşünülen ikinci metoda geçilmiştir. Bağlam ve amaç metodu denenmiştir (Resim 6). İlk metottaki kadar akıcı bir süreç yaşanmamıştır. İlk metotla tekrara düşülmüş, söz konusu probleme tam olarak uyuşmayan bir metot olmuştur. Bu metot layığı ile gerçekleştirilemeden ikinci probleme geçilmiştir.

Kısa bir aradan sonra lotus çiçeği metoduna geçilmiştir. İlk önce DEGEM'in görünürlüğünü artıracak yerel basın, sosyal medya ve bölge ziyareti gibi, sekiz adet kanal belirlenmiştir. Daha sonra da bu kanalların doğru şekilde kurgulandığı Pamukkale Belediyesi, Galatasaray Facebook Hayran Sayfası ve Kent Konseyi gibi, başka örnekler bulunmuştur. Bulunan örneklerin de kısa ve öz içerik, pozitif yaklaşım ve etkili broşürler gibi, sekizer adet iyi özelliği bulunmaya çalışılmıştır. Bir örnekle açıklamak gerekirse; görünürlüklerini artırmak için yapılması gereken işlerden biri kısa film hazırlamaktır. Örnek alabilecekleri kısa film, İstanbul Büyükşehir Belediyesinin tanıtım videosudur. Bu videonun iyi yönleri ise yeterli bilgiye sahip olması, kısa olması, iyi bir senaryosunun olması ve çekim kalitesinin iyi olması gibi özellikleridir. Bu metot genel olarak işlese de, yetersiz katılımcı sayısı nedeniyle her iyi örnek için sekiz adet iyi özellik bulmak grup için zor olmuştur. Yine de görünürlük için gerçekleştirecekleri yol haritası için oldukça yeterli sayıda veriye ulaşmış sayılabilirler (Resim 7).

Araştırmacı, yapılan çalışmadaki katılımcı sayısının daha çok olması ile araştırma çıktılarının daha zengin olabileceğini öngörmüştür. Bu atölye çalışması katılımcıları birbirini tanıyan ve amaçları ortak olan bir ekiptir. Bu karar verme sürecini kolaylaştırırsa da, birçok ortak yönü olan bu ekibin metoda odaklanması bazı zamanlarda zor olmuştur. Akıllı telefonların varlığı, atölye çalışması boyunca araştırmacının da izin vermesi sebebiyle, birçok kez katılımcıların dikkatini dağıtmıştır.

Metotların birçok konuda olabildiğince fazla fikir bulmayı katılımcılara zorlaması, böyle uygulamalara aşına olmayan ekibin zorlanmasına neden olmuştur. Birbirine benzer metotların aynı konu için birbiri ardına uygulanması bazı soruların tekrarlanmasına neden olmuştur. Aynı sorunun birçok kez tekrarlanmasını katılımcılar bizzat eleştirmiştir.



Resim 8. Atölye çalışması esnasında çekilmiş bir fotoğraf

Doğru problem için doğru metot ve süreçlerin uygulanması, tasarım sürecinin uygulanması için önemli bir detay olarak görölmektedir. Araştırmacı metotların ancak uygulanarak detaylı bir şekilde öğrenilebileceğini tekrardan keşfetmiştir. DEĞEM'deki süreç hem katılımcılar hem de araştırmacı için verimli ve keyifli geçmiştir (Resim 8).

## SONUÇLAR

Tasarım odaklı bakış açısı yöntemlerini kullanmakta yeni olan araştırmacı için, katılımcıların gençlerden seçilmesi onun için bir avantaj haline gelmiştir. Bu süreçte araştırmacının en önemli özelliğinin iyi bir moderatör olması gerektiği keşfedilmiştir. Konuya oldukça hakim görünen, kendine güvenen, samimi, profesyonel görünümlü bir imaj katılımcıları doğru şekilde yönlendirebilmek için mutlaka gereklidir. Gruba daha iyi hakim olabilmek için belki de sürecin başında belirli kurallar belirlenebilir (telefonun yasaklanması, ve yapılan alıştırmalara saat kısıtlaması getirmek, gibi).

Tasarım süreçlerinin gerçekleşeceği topluluğun doğru seçilmesi gerekmektedir. Kemikleşmiş şirket politikalarına sahip olmasalar da devlet kurumlarının sahip olduğu bürokratik yapı, tasarımın karar verme mekanizmalarında kendine yol bulmasını ekonomik kısıtlar ve zaman kısıtlamaları nedeniyle zorlaştırmaktadır diyebiliriz. Bu yüzden stratejik bakımdan, daha çok sivil toplum kuruluşlarına yönelmek daha doğru olabilir (DEĞEM gibi).

Problemlerin çözümü için gereken metotlar doğru şekilde seçilmelidir. Süreç daha önceden planlanmalıdır. Örneğin, tasarım süreçlerinde kullanılan metotların, birbirini tekrar eden sorular içermediğinden emin olmak gerekmektedir. Bu katılımcıların süreçte yorulmasına neden olabilmektedir.

Uygulanan çalışmalardaki katılımcılar, sadece kurum çalışanları idi. Kurumdan katılımcıların yanında, kurumun potansiyel kullanıcılarının da sürece katılması, bu araştırmanın amaçlarını tam olarak gerçekleştirmek için kesinlikle gereklidir. Gönüllülük esasına dayanan bu katılımların, Denizli'de daha kolay çözüleceğini öngörülmektedir. Yine de birlikte fikir üretme eylemi yüzde yüz bağlanmayı gerektirmektedir. Bu da doğru katılımcıları bulmanın zor olacağını bir göstergesi olabilir. Atölye çalışmasının gerçekleşeceği mekanın uygunluğu da bir diğer dikkat edilmesi gereken etkidir.

Şu anda tasarımcı-araştırmacının kullandığı metotlar, başka ülkelerdeki başka kültürden insanlar için oluşturulmuş metotlardır. Araştırmacı daha çok vaka çalışması yaparak, kullandığı metotları bu coğrafyaya uygun hale getirmeyi planlamaktadır.

#### **KAYNAKÇA**

Allio, L. (2014). *Design Thinking for Public Service Excellence*. Singapur: UNDP Global Centre for Public Service Excellence. [http://www.undp.org/content/dam/uspc/docs/GPCSE\\_Design%20Thinking.pdf](http://www.undp.org/content/dam/uspc/docs/GPCSE_Design%20Thinking.pdf) adresinden erişildi.

Bannon, L.J. ve Ehn P. (2012). Design. J. Simonsen ve T. Robertson (Ed.), *Routledge International Handbook of Participatory Design* içinde (37-63). Abingdon: Routledge.

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, June, 84-92.

Brown T. ve Martin R. (2015). Design for Action. *Harvard Business Review*, September, 54-60.

Cottam, H. ve Leadbeater, C. (2004). *Red Paper 01 Health: Co-creating Services*. Londra: Design Council. <http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/red-paper-health.pdf> adresinden erişildi.

DAA Design Led Innovations for Active Ageing (2012). *Making Ageing Better*. 14 Haziran 2015 tarihinde <http://daaproject.eu/assets/files/downloads/downloads/DAAbooklet100414.pdf> adresinden erişildi.

Deserti, A. ve Rizzo, F. (2014). Design and Organisational Change in the Public Sector. *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference Design Management in an Era of Disruption*. Londra.

Design Council (2013). *Design for Public Good*. 14 Haziran 2015 tarihinde <http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20for%20Public%20Good.pdf> adresinden erişildi.

Design Council (2015). *Design Methods for Developing Services*. <http://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf> adresinden erişildi.

Hollins, W. (1991). *Total Design: Managing the Design Process in the Service Sector*. Londra: Financial Times / Prentice Hall.

İBB İstanbul Büyükşehir Belediyesi (2006). *Kent Konseyi Yönetmeliği*. 14 Haziran 2015 tarihinde <http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Pages/Haber.aspx?NewsID=13702#.V2bTr7iLShd> adresinden erişildi.

Junginger, S. (2014). Participatory Government - A Design Perspective. *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference Design Management in an Era of Disruption*. Londra.

Junginger, S. ve Terrey, N. (2014). Editoria: The Public Side of Design Management: Public Policy and Services Informed by A Design Approach. *Proceedings of the 19th DMI: Academic Design Management Conference Design Management in an Era of Disruption*. Londra.

Meroni, A. ve Sangiorgi, D. (2011). *Design For Services*. Surrey: Gower Publishing.

Miettinen, S. (2007a). *Designing the Creative Tourism Experience: A Service Design Process with Namibian People*. Publication series of University of Art and Design Helsinki A 81. Doctoral Dissertation. Gummerus kirjapaino oy. Jyväskylä.

Miettinen, S. (2007b). *Design Your Action: Social Design in Practise*. Publication Series of The University of Art and Design Helsinki, B. Helsinki: University of Art and Design.

Michalko, M. (2006). *Thinkpak: A Brainstorming Card Deck*. New York: Ten Speed Press.

Oran, A. (t.y.). *Kanvas İş Modeli*. 26 Ağustos 2016 tarihinde <http://www.adiloran.com/kanvas/> adresinden erişildi.

Press, M. ve Cooper, R. (2003). *The Design Experience: The Role of Design and Designers in the Twenty-First Century*. Burlington: Ashgate Publishing Company.

Sanders, E.B.N. ve Stappers, P.J. (2008). Co-creation and the New Landscapes of Design. *Co-Design*, 4(1), 5-18.

Sanders, E.B.N. ve Stappers, P.J. (2014) Probes, Toolkits and Prototypes: Three Approaches to Making in Codesigning. *CoDesign*, 10(1), 5-14.

Schön, D.A. (1983). *The Reflective Practitioner*. ABD: Basic Books.

SDN Service Design Network (t.y.). *What is Service Design?* 14 Haziran 2015 tarihinde <http://www.service-design-network.org/intro/> adresinden erişildi.

Birleşmiş Milletler Kalınma Programı Türkiye (2014). *SHIFT Türkiye: En Son Ne Zaman İlk Defa Bir Şey Yaptınız?* 14 Haziran 2016 tarihinde <http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/new-horizons/design-thinking-in-policy-making-and-development.html> adresinden erişildi.

Shostack, G.L. (1984). Designing Services that Deliver. *Harvard Business Review*, January, 133-139.

SPIDER (t.y.). *Project Overview*. 14 Haziran 2016 tarihinde <http://www.thespiderproject.eu/welcome-to-the-spider-project/> adresinden erişildi.

Steen, M. (2011). Tensions in Human-Centred Design. *CoDesign*, 7(1), 45-60.

Steen, M., Manschot, M. ve de Koning, N. (2011). Benefits of co-design in service design projects. *International Journal of Design*, 5(2), 53-60.

Strategyzer (t.y.). *The Business Model Canvas*. 26 Ağustos 2016 tarihinde <http://businessmodelgeneration.com/canvas/bmc> adresinden erişildi.

Tan, L ve Szebeko, D: Co-Designing for Dementia: The Alzheimer100 project. *Australasian Medical Journal*, 1(12), 185-198.

Taylor, F.E. (2014). Küreselleşmenin Türkiye’de Endüstriyel Tasarımın Gelişimine Etkileri. *Mimarlık*, 375, Ocak-Şubat. 14 Haziran 2015 tarihinde <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=389&RecID=3302> adresinden erişildi.

Yılmaz, Ş. (2016). *Yüz yüze görüşme*. Denizli Gençlik Meclisi, DEGEM, Denizli.