

# Tasarımcı ve Araştırmacılar için Uzaktan Gözlem Araçları İncelemesi

Hande Işık

Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Global düzeyde ürün geliştiren bazı şirketler, gerek sosyal sorumluluk gerekse yeni bir pazar olması bakımından gelişmekte olan ülkelerdeki insanların hayat kalitesini artıracak ürünler tasarlamayı amaçlamaktadırlar. Bu açıdan tasarımcı ve araştırmacıların, farklı coğrafyalardaki insanların problemlerini, ürün geliştirmeye uygun çalışma sahalarını ve market analizini yapması beklenmektedir. Ancak, ekonomik ve yönetsel kısıtlar nedeniyle kimi zaman yerinde gözlem yapılamamakta dolayısıyla tasarımcı ve/ya tasarım araştırmacılarının uzaktan bilgi edinmesi ve yorumlaması gerekmektedir. Bu çalışmada, bahsedilen bağlamda yararlanılabilecek yöntemlere yer verilmiş ve tasarım sürecine olası etkileri tartışılmıştır.



Şekil 1

## Giriş

Ürün geliştirme sürecinin önemli bir kısmı olan araştırma safhasında bilgiye erişim şarttır. Öte yandan, gelişmekte olan ilke ve pazarlara dair bilgi ve bu pazarlar için geliştirilmiş araştırma yöntemleri oldukça kısıtlı durumdadır. Sayısal analiz ve tahminler bulunmakla beraber, endüstri ürünleri tasarımı için elzem olan nitel veriye erişim oldukça zorludur. Bunun için kullanıcıların gözlemi gerekmede ancak ekonomik ve yönetsel kısıtlar nedeniyle mümkün olmayabilmektedir.

## Yöntem

Bu çalışmada, küresel düzeyde yenilikçi ürün geliştiren bir beyaz eşya firması için Şubat-Mayıs 2016 tarihleri arasında yapılan endüstriyel tasarım araştırması sürecince takip edilen araştırma yöntemi ve araçları sunulmaktadır. Araştırmanın amacı uzak coğrafyalardaki olası kullanıcı kesimlerini tespit etmek ve kullanıcıların problem ve ihtiyaçlarını analiz edebilmektir. Bu amaçla önce masa başı araştırma gerçekleştirilmiş, ardından bulguların gerçekliği sahada test edilmiştir. Bu posterde, masa başında gerçekleştirilen araştırma ve yöntemleri sunulmaktadır.

Çalışma Nijerya temel alınarak gerçekleştirilmiş olup iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada ihtiyaç tespiti ve tespit edilen fikirlerin doğrulaması yapılmıştır. Bununla ilgili olarak takip edilmes planlanan süreç aşağıda verilmiştir:

- Uzman görüşmeleri (Yerlilere/yetkili kişilere erişim)
- Sivil kumullarla görüşmeler
- Girişimcilik fikir ve ürünlerinin analizi
- Resmî ve gayresmî veritabanlarının analizi

Bu aşamada talep edilen uzman ve sivil kuruluşlarla görüşmeler mümkün olamamış; ancak fikir, ürün, resmî ve gayresmî veritabanlarının analizi sonucunda kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik veriler elde edilebilmiştir.

İkinci aşamada ise nitel veri elde etmek amacıyla görsel kanallara (ör. Youtube, Vimeo) ek olarak harita uygulamaları (ör. Google Earth) kullanılmıştır (Şekil 1, Şekil 2). Bu çalışma sonucunda temel olarak üç tip veriye erişilmiştir. Bunlar 1. Ev/yaşam tipleri, 2. Ulaşım yöntemleri ve ağı, 3. Şehir dokusu (gözlemlenebilir insan, mekan, eşya özellikleri) şeklindedir. Bu aşamada elde edilen veriler kullanıcı segmentlerini belirlemede anahtar rol üstlenmiştir.



Şekil 2

## Tartışma ve Sonuç

Günümüz teknolojik araçları, uzaktaki kültürlerin gündelik yaşantısına dair bilgiyi erişilebilir hale getirmektedir. Kültürün çok katmanlı olduğu bir gerçekdir. Masa başından yapılan araştırma ile kültürün her katmanına yönelik bilgi almak güç olsa da geliştirilecek ürünün niteliğine göre belli katmanlarına yönelik araştırma yapmak mümkündür. Bu çalışmada yaygın teknolojik araçlarla kültürün fiziksel katmanına erişimin mümkün olabildiği görülmüştür. Araştırmanın ilk safhasında tespit edilen nitel bilginin saha doğrulaması sırasında büyük oranda doğruluk taşıdığı gözlemlenmiş, olası kullanıcı kesimleri doğrulanmıştır. Bundan sonraki çalışmaların, kültürün uzaktan gözlem araçlarıyla erişilebilir katmanlarını ortaya koyması faydalı olacaktır.

## **TASARIMCI VE ARAŞTIRMACILAR İÇİN YARATICI UZAKTAN GÖZLEM ARAÇLARI İNCELEMESİ**

Hande IŞık, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü

Global düzeyde ürün geliştiren bazı Şirketler, gerek sosyal sorumluluk gerekse yeni bir pazar olması bakımından az geliŐmiŐ ülkelerdeki insanların hayat kalitesini artıracak ürünler tasarlamayı amaçlamaktadırlar. Bu açıdan tasarımcı ve/veya tasarım araştırmacılarının, farklı coğrafyalardaki insanların problemlerini, ürün geliştirmeye uygun çalışma sahalarını ve market analizini yapması beklenmektedir. Ancak, ekonomik ve yönetimsel kısıtlar nedeniyle kimi zaman yerinde gözlem çalıŐmaları yapılamamakta dolayısıyla tasarımcı ve/veya tasarım araştırmacılarının uzaktan bilgi edinmesi ve yorumlaması gerekmektedir. Bu çalışmada, bahsedilen bağlamda yararlanılabilecek yaratıcı yöntemlere yer verilmiş ve tasarım sürecine olası etkileri tartışılmıştır.