

“ATSAN ATILMAZ SATSAN SATILMAZ”: EVDEKİ VAZGEÇİLMEZ NESNELERİ KEŞFETMEK

Rengin Gürel, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İç Mimarlık Bölümü; İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, rengurel@gmail.com

Özge Merzalı Çelikoğlu, İstanbul Teknik Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, ozgecelikoglu@itu.edu.tr

Tasarlanan nesne kullanıcıyla buluştuktan sonra söz konusu tasarımın kullanım durumları tasarımcının bilgisi ve kontrolü dışına çıkar. Öte yandan söz konusu kullanımlar tasarımcılar için kıymetli veriler sunmaktadır. Çalışma kullanıcıların evlerindeki eşyalarla ilişkisini anlamaya çalışmak ve topladığı veriyle tasarımcıya yol gösterme amacı taşımaktadır. Araştırma kullanıcıların en özel mekânı olan evde yürütebilmek için altı katılımcı ile günlük çalışması (*cultural probes*) yapılmış, çalışma ile toplanan veriler yarı yapılandırılmış görüşmelerle desteklenmiş ve katılımcıların ev yaşamlarının yanı sıra evlerindeki eşyalarla ilişkileri keşfedilmiştir. Kullanılmayanı anlamlandırmak için kullanılan nesneyi de anlamak kıymetli olduğundan araştırmanın odağı ev içinde kullanılan ve kullanılmayan nesnelere kapsayacak şekilde geniş tutulmuştur. Araştırma göstermiştir ki kullanıcıların bir eşyayı kullanma durumu ve o eşyayı elden çıkarıp çıkarmaması çok katmanlıdır. Verilerin tematik analizine göre kullanıcıların evlerindeki eşyaları kullanıp kullanmama ve bu eşyaları elde tutma/ elden çıkarma kararlarında etkili dört kategori bulunmuştur: kullanıcıya uygunluk, ortama uygunluk, duygusal bağ ve ekonomik kaygılar. Sonuç olarak kullanıcıların eşyalarını kullanım durumları bu kategoriler içinde dallanan farklı etkenlere göre belirlenmektedir. Aynı şekilde kullanmadıkları eşyaları elden çıkarıp çıkarmayacakları veya nasıl elden çıkaracakları da benzer faktörlerle karara bağlanmaktadır. Bu bağlamda kullanım durumu çeşitlenen nesnelere, dolayısıyla kullanıcıyı anlamak tasarım disiplinine ışık tutması anlamında önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Ev; kullanılmayan eşyalar; günlük çalışmaları; *cultural probes*; tasarım.

GİRİŞ

Tasarlanan nesne kullanıcıyla buluştuğunda, söz konusu tasarımın kullanım durumları tasarımcının bilgisi ve kontrolü dışına çıkmaktadır. Öte yandan bu kullanım durumları tasarımcılara kullanıcıyı anlamak ve tasarım kriterlerini belirlemek adına kıymetli veriler sunmaktadır. Bu noktada evlerde kullanılan eşyaların kullanım durumlarını okumak tasarıma kaynaklık edebilecek niteliktedir.

Bu araştırma kapsamında kullanıcıyı en özel mekânı olan evde anlayabilmek için altı katılımcı ile günlük çalışması (*cultural probes*) yapılmış, çalışma dosyaları ile toplanan veriler yarı yapılandırılmış görüşmelerle desteklenmiş ve katılımcıların ev yaşamları ve evlerindeki eşyalarla ilişkileri keşfedilmiştir. Kullanılmayan nesnelere anlamlandırabilmek için kullanılan nesnelere de anlamak gerekir. Bu sebeple araştırmanın odağı ev içinde kullanılan ve kullanılmayan nesnelere kapsayacak şekilde geniş tutulmuştur. Çalışmada ev nesnelere kullanım durumlarını etkileyen etmenler anlaşılmasına çalışılmış, kullanıcının kullanmadığı eşyaları elinde tutma ve elden çıkarma kararları incelenmiştir. Söz konusu kullanıcı-eşya ilişkileri tematik kategorilerle açıklanarak bu etmenlerin tasarıma yol göstermesi amaçlanmıştır.

MADDİ KÜLTÜR VE EV NESNELERİ

Maddi kültür çalışmaları nesneyi, kullanıcıyı ve ikisi arasındaki dinamikleri anlamakta büyük rol oynamaktadır. Kullanıcıyı kendisi olabildiği en mahrem yerinde, evinde anlamak için maddi kültür yaklaşımından yararlanmak faydalıdır.

Evin birey için anlamı büyüktür; çünkü “sanayileşmiş toplumlarda, insanlar için önemli şeylerin çoğu kapalı kapılar ardında gerçekleşir” (Miller, 2001, s. 1). Evin önemli olmasının yanında insanların evlerine almayı, evlerinde tutmayı ve sergilemeyi seçtiği nesnelere de kullanıcı adına söyledikleri anlamında değerlidir. Csikszentmihalyi ve Halton (1981) bireylerin ne olduklarını ve ne

olabileceklerini anlamak için, insanlarla nesnelere arasında neler olup bittiğini anlamak gerektiğine dikkat çeker. Neye ve neden değer verildiği insanınluna ilişkin bilgimizin bir parçası haline gelmelidir (Csikszentmihalyi ve Halton, 1981). Miller'a göre ev bireylerin "kendileriyle yüzleştikleri yer" olma özelliği taşır ve bu sebeple "insanların evlerine, evlerinin yapısına, dekorasyonuna, donatılarına ve mekânı dolduran nesnelere yerleşimine giderek daha fazla dikkat etmeleri ve bu durumun onların failliğini veya güçsüzlüğünü yansıması muhtemeldir" (2001, s. 1). Bireyler ev dışında karşılaşılan şeyler üzerinde çok az kontrole sahip olsa da seçilen ve özgürce atılabilen ev eşyaları, sahibinin benliğinin modelini hem yansıtan hem de şekillendiren bir işaretler ekolojisi oluşturur (Csikszentmihalyi ve Halton, 1981).

Türkiye'deki ev deneyimini anlamak adına Aytaç ve Öğüt (2016) banyo pratiklerini araştırmış, Coşkun ve Şener (2018) ise ev teknolojilerine yönelik bilgi edinmek adına geleceği düşünme isimli alternatif bir yöntem ile ev deneyimini araştırmıştır. Çelikoğlu ve arkadaşları (2016, 2017) *cultural probes* yöntemi ile evdeki ütü pratiğini araştırmış ve toplanan verinin tasarımcılar tarafından kullanımını analiz etmiştir.

Evlerdeki nesnelere statü, stil veya zevk göstergesi olabildiği gibi öz kimliği, aile ilişkilerini ve özsaygıyı gösterebildiğinden (Woodward, 2001) evlerde kullanılan nesnelere kadar kullanılmayan nesnelere de araştırmak kullanıcıya dair bilgi verebilir. Kullanılmayan nesnelere ve bu nesnelere elde tutulma, elden çıkarılma kararları alanında kısıtlı araştırma olmakla beraber bu konular araştırmacıların merak konusu olmuştur. Kullanılmayan nesnelere bağışlama, satma karar ve pratikleri (Cerio ve Debenedetti, 2021), kullanıcıların ellerindeki ürünü tutma ve yenisi ile değiştirme ikilemini etkileyen faktörler (van den Berge ve Mugge, 2021) araştırılmıştır. Bunun yanında kullanıcıların nesnelere elden çıkarmaları sırasında duygusal bağın oynadığı rol de tartışılmıştır (Dommer ve Winterich, 2021).

YÖNTEM

Bu çalışma, kullanıcıların en özel alanları, evlerinde kullandıkları ve kullanmadıkları nesnelere ve kullanıcıların bu nesnelere ilişkilerini anlamayı amaçlamaktadır. Kullanıcıların ev yaşantısı ve eşya kullanımlarını anlamak için öncelikle günlük çalışması (*cultural probes*) yöntemi uygulanmış, sonrasında ise yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Gaver ve arkadaşları (1999) tarafından kurgulanan *cultural probes* yöntemi kullanıcının gündelik yaşamını anlamayı amaçlayan bir araç niteliğindedir. Bu yöntem tasarım odağında yeniden ele alınmış ve tasarımda yaratıcılığa katkı sağlayabileceği ortaya konmuştur (Mattelmäki, 2006). *Cultural probes* yöntemi araştırmacı ile katılımcıların aynı ortamda bulunmaması sonucu katılımcılara özgür cevap hakkı tanır (Çelikoğlu vd., 2016). Bu yöntemle edinilen kullanıcı verisi genelleme amacı taşımaz, öznel ve tasarım süreçlerine katkı sağlayabilmektedir (Mattelmäki, 2008). Toplanan verinin derinlik içermesi ise yöntemin az sayıda katılımcıyla yapılmasıyla tutarlı görülmektedir.

Cultural probes yöntemi, katılımcıların fotoğraflar ve anlatılar aracılığıyla kendi kendilerini belgelemelerine dayanır. Ev özel bir alan olduğu için, kendimiz olabildiğimiz evleri ve içindeki samimi ilişkiyi inceleyen bir araştırma müdahaleci görünebilir (Miller, 2001). Bu yöntem, özellikle hastaneler veya ev içi alanlar gibi, bir gözlemcinin varlığının katılımcıların günlük davranışlarından dikkatini dağıtabileceği ortamlarda faydalı olduğundan (Çelikoğlu vd., 2016) ev eşyalarının kullanımlarının araştırılmasına uygun görülmüştür.

Günlük dosyalarının içeriği araştırma konusundan daha kapsamlı kurgulanmış (Visser vd., 2005) ve “zaman ilerledikçe katılımcıların yaşamlarına dair derinlemesine düşünmeye başlamasını” hedeflemiştir (Çelikoğlu vd., 2016, s. 236). Bu çalışma kapsamında katılımcılar ev yaşantılarında eşyaları üzerine düşünmeye sevk edilmiştir. Günlük çalışması yönteminde toplanan veriler ışığında belirli konuları anlamak adına (Bryman, 2016) yarı yapılandırılmış görüşmeler (Hanington, 2003) yapılmıştır.

Ön Hazırlık

Çalışma için yapılan hazırlıklar: katılımcıların belirlenmesi (Tablo 1), günlük dosyalarının hazırlanması (Resim 1) ve dosyaların katılımcılara ulaştırılmasını kapsamıştır. Katılımcılarla çalışma öncesi görüşülerek onlara yöntem ve konuya dair bilgi verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların profili

	Ev sahibi/ kiracı	Yaş	Meslek	Eğitim Durumu	Hane Halkı
Katılımcı 1	Kiracı	29	Endüstriyel tasarımcı, araştırma görevlisi	Üniversite	2 (ev arkadaşı var)
Katılımcı 2	Kiracı	24	Psikolog, yüksek lisans öğrencisi	Üniversite	4 (anne, baba ve kardeş)
Katılımcı 3	Ev sahibi	59	Emekli muhasebeci, ev hanımı	Lise	2 (evli)
Katılımcı 4	Ev sahibi	61	Emekli Hava Astsubayı	Üniversite	2 (evli)
Katılımcı 5	Ev sahibi	53	Emekli öğretmen (İngilizce branşı, ortaöğretim)	Üniversite	1 (boşanmış, oğlu şehir dışında yaşıyor)
Katılımcı 6	Ev sahibi	52	Öğretmen (Türk Dili ve Edebiyatı branşı, ortaöğretim)	Üniversite	2 (evli, kızı şehir dışında yaşıyor)

Günlük dosyaları yarı yapılandırılmış görev kağıtları, ihtiyaca göre kullanılacak boş kağıtlar, gerekli araç-gereçler ve araştırmacı tarafından yazılmış teşekkür ve açıklama içerikli bir mektubu içerecek şekilde hazırlanmıştır (Resim 2).



Resim 1. Günlük dosyası (probe kit)



Resim 2. Günlük dosyası içerikleri

Dosyalar içinde altı günü kapsayacak şekilde kurgulanan görevler: kullanıcıların ev yaşamının yanında kullandıkları, kullanmadıkları, elden çıkarmak istedikleri ve vazgeçemedikleri eşyalar kapsamında duygu ve düşüncelerini yazarak, fotoğraf çekerek ve çıkartma, yapışkan not kağıtları yapıştırarak aktarmaları istenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Probe dosyasındaki günlük görevler ve amaçları

Gün	Amaç	Soru
1. Gün	Evi ve mekânları anlamak	Evinizdeki odaların isimlerini yapışkan not kağıtlarına yazın ve bu kağıtları odaların ev içindeki yerleşimini yansıtacak şekilde yapıştırın. Ev içinde en çok vakit geçirdiğiniz yerlere "gülen yüz" çıkartmaları yapıştırın. Evinizde vakit geçirmekten en çok keyif aldığınız yerlere "kalp" çıkartmaları yapıştırın.
2. Gün	Sıkça kullanılan ve keyifle kullanılan eşyaları anlamak	Evinizde keyifle ve sıkça kullandığınız eşya hangisi? Neden bu eşyayı seçtiniz? Bu eşyaya kalp çıkartması yapıştırın ve bana fotoğrafını gönderin.
3. Gün	Eşyaların kullanım durumlarını sıklık ve keyif ile ilişkili çeşitlilikte anlayabilmek	Evinizde en çok kullandığınız eşyaları düşünün ve aşağıdaki boşlukları doldurun. Evimde'yı sıkça kullanıyorum; ama mecbur olmasam kullanmazdım. Çünkü... Evimde'yı seviyorum ama pek de sık kullanmıyorum. Çünkü... Evimde'yı kullanıyorum; ama memnun değilim. Çünkü... Evimde'yı kullanmaya kıyamıyorum. Çünkü...
4. Gün	Evde varlığı unutulmuş nesnelerin kullanım sıklığını anlamak	Evinizdeki eşyaları düşünün. Varlığını nedensizce unuttuğunuz, üstüne düşününce hatırladığınız eşyalar neler? Sizce neden varlığını unutuyorsunuz?
5. Gün	Elden çıkarılabilir görülen eşyaları ve elden çıkarma tiplerini anlamak	Aşağıdaki boşlukları kendinize ve eşyalarınıza göre doldurun. "Evimde bulunan ve kullanmadığım eşyalardan... ...'ları atmak isterim. ...'ları satmak isterim. ...'ları hediye etmek isterim. ...'ları bağışlamak isterim. ...'lardan vazgeçemem. Çünkü..."
6. Gün	Değerli görülen eşyaları ve kullanım durumlarını anlamak	Nazar boncuğunun bizi koruduğuna inanırız. Peki evinizdeki hangi eşyaya nazar boncuğu takardınız? Neden? Bu eşyaya "nazar boncuğu" çıkartması yapıştırıp fotoğrafını benimle paylaşır mısınız?

Günlük dosyalarının tamamlanması sonrasında katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler pandemi sürecinde Zoom uygulaması üzerinden çevrimiçi gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, günlük dosyalarından elde edilen yanıtlara göre kişiselleştirilmiş ve anlaşılmayan, daha çok bilgi istenen noktalara yoğunlaşmıştır.

Bulgular

Günlük dosyalarının ilk sorusu ile katılımcıların ev yaşamına dair bulgular elde edilmesi ve kullandıkları eşyalarla mekanların kesişip kesişmediğini görmek amaçlanmıştır. Kullanıcılar sıklıkla kullandıkları ve keyifle vakit geçirdikleri mekanları çıkartmalarla işaretlemiştir. Katılımcıların bazılarının sık kullandığı nesnelere sık vakit geçirdikleri mekanlarda yer aldığı ve neredeyse hiç kullanmadıkları nesnelere ise az uğradıkları mekanlarda bulunduğu görülmüştür. Örneğin: Katılımcı 6 salonda az vakit geçirdiğinden bahsetmiştir. Kullanmadığı yemek masası ve mecbur olmasa kullanmayacağı eşyaların da salonda yer aldığı anlaşılmıştır. Katılımcı 5 ise yatak odasında çokça vakit geçiriyor oluşunu anlatırken dikiş makinesinin orada olmasını buna bir neden olarak göstermiştir.

Günlük dosyasının ikinci gününde katılımcıların sıkça ve keyifle kullandıkları eşyalar sorulmuştur. Katılımcılar “zaman kazandıran”, “severek ve isteyerek aldıkları” ve “kullanışlı” eşyalardan bahsetmiştir.

“Evimde sıkça ve keyifle kullandığım eşya kanepedir. Çünkü... gün boyu ayakta çalışıyorum. Eve geldiğimde rahatça oturuyor, uzanıyorum. ... Çok rahat, ergonomik. Hafif ve temizliği kolay bir kanepedir. Üstelik tüm bunları düşünerek, planlayarak ve severek aldığım bir ürün.” (Katılımcı 6)

Bahsedilen diğer eşyalar ise “ritüel”lerinin bir parçası, “her duyguyu yaşarken” kullanılan ve “güzel vakit” geçirmeyi sağlayanlar olmuştur.

“(kahve demliği) zamanla ... kapağı tamamen ayrıldı. ... üstte kapak olmadığı için köpüğün de kaybolduğunu gördüm ve çok hoşuma gitti. O köpüğü gördükçe kahve demleme ritüelim daha keyifli hale gelmeye başladı.” (Katılımcı 1) (Resim 3,4)



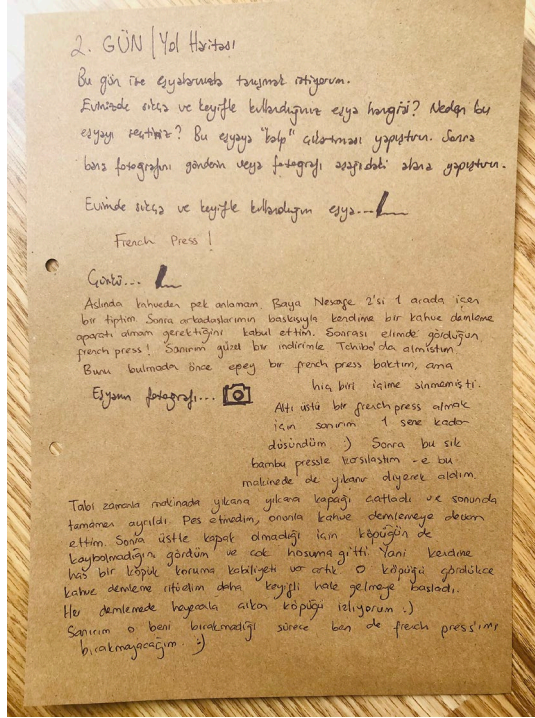
Resim 3. Katılımcı 2'nin kapağı kırık kahve demliği

Evdeki eşya kullanımlarında çeşitlenen kullanımları anlamak üzere hazırlanan üçüncü gün görevinde katılımcılar mecbur olmasalar kullanmayacakları eşyalardan bahsettiler. Katılımcıların anlattıklarına göre bu eşyalar onlara “ait değil”, katılımcılara “yetersiz geliyor”, evlerinde “çok yer kaplıyor” ve eşyaları kullanmak “tam bir eziyet” olabiliyor.

“Kitaplık ... bana yetersiz geliyor. Daha büyük ve odaya daha uygun bir kitaplık olsun istiyorum. ... Oturma odasında odanın ebadına uygun ve işlevsel bir kitaplık istiyorum.” (Katılımcı 6)

Üçüncü günde yine boşluklu ifade ile sorularak katılımcıların “kullanmaya kıyamadıkları” eşyalar sorulmuştur. Katılımcıların bahsettikleri eşyalarla ilgili kullandıkça “bitme”, “bozulma”, “eksilme” ve “mahvolma” gibi durumlara karşı hassasiyetleri olduğu görülmüştür. Katılımcı 1 severek aldığı marker kalemlerinin bitmesini istemez, Katılımcı 5 ise şekillerini çok

beğendiği mumlarının eriyip bozulmasını istemez. İki katılımcı da bu eşyaları kullanmaktan imtina eder.



Resim 4. Katılımcı 2'nin ikinci günün görevine yazdığı yanıt

Çalışmanın beşinci gününde katılımcılara evlerinde olan ama unutulmuş nesnelere sorulmuştur. Katılımcıların yanıtları "kullanmadıkları" eşyalara işaret etmiştir. Bu eşyaların kimisi kullanım alışkanlığı oluşmamış nesnelere iken (şarap bardakları, katılımcı 6) kimisi teknolojik gelişmeyle birlikte kullanımı azalan nesnelere (Canon marka kamera, katılımcı 4). Kullanılmayan diğer nesnelere ise "atsan atılmaz, satsan satılmaz" ifadesiyle tanımlanmış ve "duygusal bağ" kurulmuş nesnelere.

"Benim varlığını unuttuğum şeyler genelde şunlar: genelde geçmişle bağımızı koparamadığımız, 'aman saklayayım' yani elim gidip bir türlü elden çıkarmadığım şeyler veremediğim şeyler. ... Hayatımda değil artık, ama duygusal bağım var. ... Sonra unutuluyorsun doğal olarak,

kullanmıyorsun. Şu ana, bu gününe hiçbir faydası yok. Ama işte öyle bir atsan atılmaz satsan satılmaz bir durum var.” (Katılımcı 5)

Çeşitli şekillerde elden çıkarmak (atmak, satmak, hediye etmek, bağışlamak) istedikleri eşyaları yazan kullanıcılar her bir seçimi neye göre yaptıklarını görüşmelerde açıkladılar. Katılımcılar eşyalarının eski/yeni olmalarını, kullanım sürelerini, sağlımlıklarını, işlevlerini koruma/kaybetme gibi kriterleri göz önünde bulundurarak eşyaları atılabilir, satılabilir veya bağışlanabilir görmüşlerdir. Katılımcılar “yer kaplayan”, “gereksiz”, “işlevsiz” buldukları nesnelere atmak istediklerinden bahsetmiştir. Bu eşyaları neden atmadıkları sorulduğunda eşyaların “biraz da olsa işlevini yerine getiriyor” olmaları”, “atmanın doğru gelmemesi” ve “yerine konacak bir şeyin olmaması” vurgulanmıştır.

Katılımcılar, hediye edilebilir gördükleri eşyalarda ise “hediye verilecek kişiye uygun olduğunu düşünmek”, “kendi yaptığım bir şeyi vermek” gibi farklı öncelikler ortaya çıkmıştır. Bu noktada “hediye etmek”, “eşyayı elden çıkarmak” kapsamında “atmak” “satmak” ve “bağışlamak”tan ayrılmıştır.

Katılımcılar satmak istedikleri eşyalarla ilgili “yeni”, “temiz”, “kullanılmama” durumlarını vurgularken bu eşyanın onlar için “önemsiz” ve “kullanılmıyor” olması gerektiğini de belirtmiştir. Bunun yanında söz konusu eşyanın potansiyel alıcısının olması da satmak istedikleri eşyaları belirlemede önemli bir etmen olmuştur.

Vazgeçemedikleri eşyalar sorulduğunda ise katılımcılar “nesilden nesile geçebilir”, “el emeği” eşyalardan ve “kendilerine verilen hediyeler”den vazgeçemeyeceklerini belirtmişlerdir. Kendisiyle uzun süredir birlikte olan eşyalar onunla “büyümüş” ve “ortak hafızaya” sahipler.

Son görevde ise katılımcılara nazar boncuğunun bizleri koruduğuna olan inanç hatırlatılarak hangi eşyalarına nazar boncuğu takmak istedikleri sorulduğunda “hep yanlarında” olan ve “yaşamı kolaylaştıran” eşyalardan bahseden katılımcılar bu eşyalara bir şey olmamasını istediklerini vurgulamışlardır. Bu noktada bahsi geçen eşyalar katılımcıların hayatının birçok

alanında yer bulan (Katılımcı 1 ve 2 için bilgisayar), sıkça kullanılan (Katılımcı 5 için dikiş makinesi) olabildiği gibi zor işleri katılımcı yerine getiren eşyalar da (Katılımcı 3,4,5 için çamaşır makinesi) olmuştur.

BULGULARIN TARTIŞILMASI

Ev nesnelerin kullanım durumları çok katmanlıdır ve birçok farklı etken ile çeşitlenmektedir. Günlük dosyaları ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden toplanan veriler ışığında eşyaların kullanımlarını açıklayan temalara ulaşılmıştır. Kullanıcıların bir eşyayı kullanma, elinde tutma ve elden çıkarma pratikleri aşağıdaki kategorilerle açıklanabilir:

1. Kullanıcıya Uygunluk
2. Ortama Uygunluk
3. Duygusal Bağ
4. Ekonomik Kaygılar

Kullanıcıya Uygunluk

Eşyaların kullanımını anlamak için eşyanın kullanıcıya uygunluğuna yakından bakmak yararlıdır. Kullanıcıya uygunluk kavramı üç görevi kapsar: ihtiyacı giderme görevi, estetik ve sosyal görev. Buradaki kavramların niteliği ise kullanıcı etrafında şekillenir. Kullanıcıya has ihtiyaçları gidermek, onu estetik olarak tatmin etmek ve ortaya çıkan sosyal gerekliliklere cevap vermek bir eşyanın kullanıcıya karşı görevlerini oluşturur.

İhtiyaca Cevap Verme

Eşyanın sık kullanımı o nesnenin işlevsel olması ve kullanıcı ihtiyacına cevap vermesine bağlıdır. Çalışmaya göre katılımcıların sıklıkla kullandıkları eşyaların tamamı ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Örneğin Katılımcı 5 “c sehpa”nın onun ihtiyaçlarına nasıl cevap verdiğini “her yere götürebiliyorum”, “istediğim şekilde kullanabiliyorum” sözleriyle anlatmıştır (Resim 5).



Resim 5. Katılımcı 5'in c sehпасı

İhtiyaç ve eşyadan beklentiler kullanıcıya göre değişmektedir. Dolayısıyla bir kullanıcının ihtiyacına cevap veren, işlevsel bir ürün başka bir kullanıcı için "gereksiz", "işlevsiz" bir nesne haline gelebilir. Örneğin, Katılımcı 6 oturma odasında kullandığı kitaplıktan bahsederken kitaplığın kendisine "yetersiz" geldiğini ve "işlevsel" bir kitaplık istediğini belirtmiştir. Öte yandan aynı kitaplığı "satılabilir" bulmaktadır. Bu noktada eşyanın şu anki kullanıcısının ihtiyacına cevap veremediği; fakat potansiyel bir alıcı için işlevsel olabileceği görülür.

Estetik Görev

Eşyalar yalnızca ihtiyaca yönelik olmayıp kullanıcıları estetik olarak da tatmin eder. Bu çalışma boyunca katılımcıların eşyalarına dair anlatılarda eşyanın estetik değerine, kullanıcının zevkini yansıtmaya durumuna dair ifadeler yer almıştır.

“(Konsolumun) görsel olarak malzemesinin bana verdiği his çok hoş. Çünkü ağaç. O yüzden çok seviyorum.” (Katılımcı 5)

Sosyal Görev

Ev eşyalarının kullanımı fonksiyonları ile olduğu kadar sosyal görevleri ile de ilintilidir. Bu görevler hem bireyin topluma sunumu ve toplum ile etkileşimi bağlamında anlaşılabilir. Araştırmanın bulgularına göre eşyalar alınırken kullanıcının “rahatına” ve “tarzına” hitap etmesi önemli görülür ve eşyalar kullanıcılarının birer yansıması olur. Eşyalar aracılığıyla kullanıcı kendini topluma tanıtır.

Öte yandan ev eşyaları kullanıcının toplum ile misafirleri aracılığıyla etkileşiminde rol oynar. Çalışmanın bulgularının da işaret ettiği gibi eşyaların yerine cevap verdiği ihtiyaçlar hem eşyanın sahibi hem de diğer kullanıcılar, misafirler ile ilgilidir. Bunun sebebi eşyaların kullanımının her zaman bireysel olmaması ve kullanım senaryolarının birçok aktörü kapsamasıdır. Eşyaların edinimi ve kullanımında potansiyel misafir de göz önünde bulundurulur. Örneğin Katılımcı 6 kanepesini alırken “Yatak olabilsin, misafirim geldiğinde kullanabileceğim” demiştir ve on iki kişilik yemek takımını “misafir geldiğinde” kullandığını belirtmiştir. Katılımcının salondaki yemek masası pandemi sürecinde misafir gelmemesi sebebiyle yoğun kullanılmamış, “boyunu bükük” kalmıştır. Kimi eşyalar ise evin ziyaretçisiyle kullanılmak üzere vardır. Örneğin Katılımcı 3 filtre kahve makinesini kullanmak için “misafir beklediğini” ifade etmiştir ve ona göre “çaylar, filtre kahveler daha bir kalabalık istiyor”. Sonuç olarak ev eşyaları hem ev sahibini yansıtmaya hem de misafirleri ağırlama anlamında sosyal görevler yerine getirir.

Ortama Uygunluk

Bir eşyanın kullanılması kullanıcıya olduğu kadar bulunduğu ortama da bağlıdır. Ortama uygunluk nesnenin zamanının teknolojisine uygunluğu ve mekâna uygunluğu özelinde şekillenir.

Teknoloji

Eşyaların kullanılması varlık gösterdikleri zaman diliminde gelişen ve değişen teknolojiyle yakından ilişkilidir. Bir ihtiyacın gelişen teknoloji ile çözüme kavuşturulması, ihtiyacı çözen eşyayı kıymetli hale getirebilir. Örneğin, çamaşır makineleri bir ihtiyaca cevap olarak üretilmiştir ve “hayatı kolaylaştırması” sebebiyle Katılımcı 3, 4 ve 6 tarafından önemsenmiştir. Özellikle çamaşır makinesi ve bulaşık makinesi gibi eşyalar ellili ve altmışlı yaşlarında olan katılımcılar tarafından kıymetli görülmüştür. Nedeni sorulduğunda katılımcılar bu eşyaların yokluğunda bu işleri yapmanın zorluğundan bahsetmişlerdir.

Gelişen teknolojiyle yeni üretilen ürün bir öncekinin yerini alabilir ve önceki eşyayı kullanılmaz yapabilir. Bu noktada Katılımcı 4 bilgisayarın ve kameraların yerini alan telefondan bahseder. Yerini yeni ve farklı alternatifler alan eşyalar böylelikle kullanılmaz olur.

Mekân

Mekân ve eşyanın fiziksel, fonksiyonel, estetik uyumu kullanıcıların onu etkin kullanımında önemli rol oynar. Özellikle mobilya özelinde belirginleşen bu durumu katılımcıların eşyalarında okumak mümkündür. Bunun yanında eşyanın bulunduğu yerde görünür olup olmaması da kullanımla yakından ilişkilidir.

Eşya ve mekânın fiziksel olarak uyumlu olması eşyanın mekâna sığmasını ve etkin kullanımı sağlar. Diğer yandan eşya-mekân uyumsuzluğu hem eşyanın hem de mekânın kullanımını engelleyebilir. Örneğin, Katılımcı 5 dar ve ince uzun olan balkonuna sığmadığından balkonu da masayı da etkili biçimde kullanamamaktadır.

Eşya-mekân arasındaki fonksiyonel uyum da bu ikilinin kullanımına katkı sağlamakta ve eşyanın önemini arttırmaktadır. Örneğin, Katılımcı 1 çalışma masasını çok kullanmasa bile onu “odanın çalışma alanını temsil eden, kitaplığımdan sonraki en önemli eşya” şeklinde tanımlamıştır.

Eşyanın mekân ile estetik uyumu da kullanıcılar için önemlidir ve elde tutulmalarında rol oynar. Katılımcılar eşyalarını değerlendirirken malzeme ve tarzının mekân ile uyumunu vurgulamıştır.

Ek olarak eşyanın mekândaki görünürlüğü de kullanıcılar için önem arz etmektedir. Örneğin, Katılımcı 5 “âşık oldum” dediği hasır sepetini “görünen” bir yere koyamadığı için mutsuz olduğunu dile getirirken odada “çok yer kaplayan” konsolunu “en az dikkat çekecek yere” konumlandırıldığını dile getirmiştir. Eşyaların mekândaki görünürlüğü onların kullanım sıklığı ile de ilişkilendirmiştir. Bazı eşyalar “göz önünde” olmadığından kullanılmazken diğerleri görünmemesi için buldukları yerlere konmaktadır. Örneğin, Katılımcı 6 kullanmadığı ve salonun vitrininde duran şarap bardakları için “Çünkü bunlar, mutfakta göz önünde değil.” diyerek eşyanın farklı bir mekânda ve görünür olması durumunda daha kullanılabilir olabileceğini belirtmiştir. Diğer yandan Katılımcı 1 “çok çirkin” olarak tanımladığı fener için “gözümle görmeye de katlanamadığım için çekmeceye koydum” demiştir. Sonuçta eşyalar mekândan bağımsız düşünülmemelidir.

Duygusal Bağ

Bu araştırmanın bulguları ışığında eşyalarla kurulan duygusal bağ, onunla ilişkilenen anı ve öykülerin varlığı, eşyanın hediye olması, onu uzun süre kullanmak ile “yıllanmak” ve kullanıcının eşyayı “sahiplenmesi” gibi kavramlarla anlaşılabilir. Kurulan bağ, eşyaya verilen kıymeti ve onun kullanım sıklığını farklı şekillerde etkileyebilir.

Kullanılmayan, varlığı unutulmuş eşyalar duygusal bağ sebebiyle değerlendirilebilir. Katılımcı 2 kullanmadığı ve “varlığını unuttuğu” bir eşya olan daktilosundan vazgeçemeyeceğini belirtmiştir.

Duygusal bağ kullanıcıların eşyalardan vazgeçmesinin önünde durabilir. Örneğin, Katılımcı 1 babasının ona hediye ettiği bibloyu “saçma” bularak görülmeyecek bir yere koysa da ondan vazgeçemeyeceğini belirtmiştir. Bu noktada kullanıcılar kullanmasa bile hediyeleri vazgeçilmez görmüştür.

Ekonomik Kaygılar

Ekonomik kaygıları kullanıcıların eşyalarıyla ilgili kararlarında önemli rol oynar. Bu kaygılar eşyaların atılmasının önüne geçebilir. Örneğin, Katılımcı 1 işlevini kısmen yerine getirebilen çamaşırılık için “Çalışan bir şeyi atmak da çok doğru gelmiyor; çünkü bir şeyleri israf ediyormuşum gibi.” demiştir ve yerine yenisini koymadığı bu eşyaya dair “yeni kurutmalık fiyatlarına bir baktık, tel parçası bu, buna verilir mi” diyerek ekonomik kaygıların bir eşyadan vazgeçip vazgeçmeme kararında oynadığı rolü ortaya koymuştur.

Ekonomik kaygılar eşyaların kıymetini arttırabilir ve kullanmaya kıyamadığımız durumlar yaratabilir. Eşyanın maddi değeri ile kullanıcının eşyaya verdiği kıymet yer yer örtüşmektedir. Örneğin, Katılımcı 4, “kullanmaya kıyamadığı” “oturma odası” takımından bahsederken “sürekli oturulduğu için çabuk yıprandığını” belirtirken koltuk takımlarının pahalılığını da vurgulamıştır.

SONUÇ

Nesne kullanıcıyla buluştuğunda o nesnenin kullanımı tasarımcının bilgisi ve kontrolü dışına çıkar. Tasarımcılar için kıymetli veriler sunabilecek bu kullanım durumlarını araştırmak ve anlamlandırmaya çalışmak önemlidir. Bu araştırmada katılımcıların ev eşyalarını kullanım durumları ve elden çıkarma yaklaşımları incelenmiştir. Sonuç olarak kullanıcıların ev eşyalarını kullanım kararları eşyanın işleve dayalı ihtiyaçlara, estetik ve sosyal görevlere cevap verip vermemesine bağlıdır. Bunun yanında eşyanın ortam ile teknolojik ve mekânsal bağlamda ilişkisi, eşyanın kullanıcısı ile kurduğu duygusal bağ ve kullanıcının ekonomik kaygıları o eşyanın kullanımını etkiler. Bu ilişkiler ağı aynı zamanda kullanıcının bir eşyayı atılabilir, satılabilir, vazgeçilmez ya da “atsan atılmaz satsan satılmaz” yapabilir.

Bu araştırma sonucunda ev eşyası ve tasarım bağlamında şunlar söylenebilir:

1. Ev eşyaları kullanıcı ihtiyaçlarını yeterince karşılamadığında dahi evdeki yerini koruyabilir. Eşyanın sosyal görevini yerine getirmesi

(kullanıcıyı temsil etmesi, misafirle ilişkilenebilmesi), kullanıcı ile duygusal bağ kurması ve kullanıcının ekonomik kaygıları (atmaya kıyamamak) eşyanın elden çıkarılmasının önüne geçebilir.

2. Ürünler mekânsal temsillere dönüşebildiği gibi o alanlara uyum sağlamadığında elden çıkarılabilir görülebilir. Ev eşyaları da mekândan bağımsız düşünülmemelidir; çünkü eşya o mekâna özgü veya uygun olduğunda uzun ömürlü bir tasarıma dönüşebilir.
3. İhtiyaca cevap veremeyen eşya evdeki yerini koruyorsa ürünün uygun bir alternatifi olmayabilir veya ürünü değiştirmek kullanıcı için ciddi bir zaman ve para kaybı olabilir.
4. Ev eşyalarını sıkça kullanılıyor olması onun elden çıkarılmayacağı anlamına gelmez. İhtiyaca cevap veremeyen ürünler zaman ve para kaybı göze alınabildiğinde bir alternatif ile yer değiştirebilir.

Eşyaların elden çıkarılmasının önüne geçen senaryolar tasarımcılara ilham olabilir. Tasarımcılar yukarıda bahsedilen sosyal görevleri yerine getiren, mekânla anlamsal ve fiziksel anlamda uygun ilişki kuran ürünler tasarlayabilir. Son olarak, “tükenen”, “bozulan” ürünler yerine sürekliliği olan veya zamanla farklı kullanım durumları sağlayacak ürünlerin tasarlanması olumlu olabilir.

KISITLAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR

Günlük çalışmaları yapısı gereği katılımcıların gün be gün vakit ayırmasını gerektirdiğinden tamamlanması zor olabilmektedir. Bu sebeple de katılımcı sayısını arttırmak zor olmaktadır ve araştırmaya bir kısıt oluşturmaktadır. Fakat bu araştırmada katılımcılar sayıca az olmakla beraber tüm görevleri tamamlayarak ve görüşmelere katılarak toplanan bilginin derin olmasını sağlamıştır. *Cultural probes* yöntemi vakit ve emek istemekle birlikte katılımcıların duygu ve deneyimlerini kendi zaman ve mekân tercihlerine göre paylaşabilecekleri bir deneyim sunması bakımından avantajlıdır.

Araştırmanın katılımcılarının sayıca az ve sosyo-ekonomik anlamda çeşitli olmayışı çalışmanın diğer bir kısıtıdır. Ev eşyalarının kullanım durumlarının başka yöntemlerle, sayıca fazla ve daha çeşitli katılımcılarla araştırılması farklı bulgulara ulaştırabilir. Bu çalışma sınırlı sayıda katılımcı ile yapıldığından sonuç ve bulgular genellenemez; fakat *cultural probes* yöntemi de

istatistiksel çıkarım yapmaktansa özelleşmiş bir konuyu derinlemesine anlamlandırmaya yöneliktir (Çelikoğlu vd., 2016). Bu çalışmada toplanan veri tematik olarak analiz edilmiş, başka çalışmalarda verinin tasarımcılara verilmesiyle tasarımı yönlendirmesi gözlenebilir.

NOTLAR

Çalışmaya katkı sağlayan tüm katılımcılara teşekkür ederiz. Bu araştırma İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans programı dahilinde 2021-2022 Güz döneminde Prof. Dr. Şebnem Timur'un yürüttüğü "Tasarımda Kültürel Yaklaşımlar" (*Cultural Approaches to Design*) dersi kapsamında yapılmıştır.

KAYNAKÇA

Aytaç, A. ve Ögüt, S. T. (2016). Banyo pratikleri: gündelik hayat ve tasarım perspektifinden bir inceleme. N. A. G. Z. Börekçi, D. Ö. Koçyıldırım, A. Günay (Ed.), *UTAK 2016 İkinci Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı: Sorumluluk, Bağlam, Deneyim ve Tasarım Bildiri Kitabı* içinde (275-292). Ankara: ODTÜ Basım İşliğı.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.

Cerio, E. ve Debenedetti, A. (2021). "Should I give it away or sell it?" A strategic perspective on consumers' redistribution of their unused objects. *Journal of Business Research*, 135, 581-591. <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2021.06.053>

Coşkun, A. ve Şener, B. (2018). Ev teknolojilerine yönelik kullanıcı beklentilerinin geleceğı düşleme yöntemi ile toplanması. G. T. Yargın, A. Karadoğner, D. Oğur (Ed.), *UTAK 2018 Üçüncü Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı: Tasarım ve Umut Bildiri Kitabı* içinde (219-234. ss.). Ankara: ODTÜ Basım İşliğı.

Csikszentmihalyi, M. ve Halton, E. (1981). *The meaning of things*. Cambridge University Press.

Çelikoğlu, Ö. M., Ögüt, S. T. ve Krippendorff, K. (2016). Tasarımda bir veri toplama aracı olarak cultural probes yönteminin incelenmesi. N. A. G. Z. Börekçi, D. Ö. Koçyıldırım, A. Günay (Ed.), *UTAK 2016 İkinci Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı: Sorumluluk, Bağlam, Deneyim ve Tasarım Bildiri Kitabı* içinde (231-243. ss.). Ankara: ODTÜ Basım İşliğı.

Çelikoğlu, Ö., Ögüt, S. T. ve Krippendorff, K. (2017). How do user stories inspire design? A study of cultural probes. *Design Issues*, 33(2), 84-98.

- Dommer, S. L. ve Winterich, K. P. (2021). Disposing of the self: the role of attachment in the disposition process. *Current Opinion in Psychology*, 39, 43–47. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.016>
- Gaver, B., Dunne, T. ve Pacenti, E. (1999). Design: Cultural probes. *Interactions*, 6(1), 21-29.
- Hanington, B. (2003). Methods in the Making: A Perspective on the State of Human Research in Design. *Design Issues*, 19(4), 9–18. <https://doi.org/10.1162/074793603322545019>
- Mattelmäki, T. (2006). *Design probes*. Aalto University.
- Mattelmäki, T. (2008). Probing for co-exploring. *Co-Design*, 4(1), 65-78.
- Miller, D. (1998). *Material Cultures: Why Some Things Matter* (1st ed.). University of Chicago Press.
- Miller, D. (2001). Behind closed doors. In D. Miller (Ed.). *Home Possessions* içinde (1-19). United Kingdom, Oxford: Berg.
- van den Berge, R., Magnier, L. ve Mugge, R. (2021). Too good to go? Consumers' replacement behaviour and potential strategies for stimulating product retention. *Current Opinion in Psychology*, 39, 66–71. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.014>
- Visser, F. S., Stappers, P. J., Van der Lugt, R. ve Sanders, E. B. (2005). Contextmapping: experiences from practice. *CoDesign*, 1(2), 119-149.
- Woodward, I. (2001), "Domestic objects and the taste of epiphany", *Journal of Material Culture*, 6(2), 115-36.