

NESNELERİN TATLI TELAŞI: SENARYO ANALİZİ YÖNTEMİ İLE YEMEK SUNUMLARINDA KULLANILAN OBJELERE DAİR BİR İNCELEME

Tuęba Tok, Özyeęin Üniversitesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü,
tugba.tok@ozyegin.edu.tr

Bu çalışmanın hedefi, gündelik nesnelere ile kullanıcıların, tasarımcıların ve üreticilerin karşılıklı ve çok yönlü etkileşimlerini, gündelik hayat pratiklerinden örneklerle, tasarımcı merkezli ya da iyi tasarım odaklı yaklaşımların aksine, çok yönlü bir tartışma olarak değerlendirebilmektir. Seçilen örnekler ise, kullanıcıların nesnelere yeniden tanımlama, işlevsel ve anlamsal boyutlar üretme, kendilerini de yeniden yorumlama süreçlerini analiz etmek için, onların kendi ev ortamlarında hazırladıkları yiyecek sunumlarına ait görsellerdir. Zira son yıllarda bir sosyal medya fenomenine dönüşen yemek sunumu örnekleri, ürünlerin belirlenmiş öncül senaryolarının, kullanıcılar tarafından nasıl değiştirildiklerine, dönüştürüldüklerine, yeniden tanımlandırıldıklarına dair bir kapsamlı tasarım araştırması söylemi ortaya koymaktadır. Nesnelere sahip oldukları materyal özelliklerinin ve temsil ettikleri kültürel değerlerin bir bütün olarak ele alınması adına, bu etkileşimler materyal-semiyotik diyebileceğimiz bir yaklaşımla irdelenmiştir. Dolayısıyla, kullanıcıların ve nesnelere karşılıklı uzlaşmalarını ve çatışmalarını daha kapsayıcı bir biçimde keşfedebilmek adına, çatışmalı bir kültürel temsil ve beğeniye işaret eden- ve çoğunlukla uzmanlıkla tasarlanmış bir nesne olarak görülmeyen- örnekler seçilerek çok katmanlı bir bağlam oluşturulması amaçlanmıştır. Madeleine Akrich'in Bilim ve Teknoloji çalışmalarına dayanan Senaryo Analizi yaklaşımı, yemek sunumu örneklerindeki nesne-kullanıcı ilişkisini incelemek için bir çerçeve olarak kullanılmıştır. Tasarım araştırmalarında kolayca göz ardı edilebilecek ürünlerin, kullanıcılarla beraber oluşturdukları pratikleri ve anlamları inceleme fırsatı sunan bir tasarım ve maddi kültür araştırması ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Maddi kültür; tasarım kültürü; gündelik nesnelere; ürün-kullanıcı etkileşimi; senaryo analizi.

GİRİŞ

Tasarımcılar için, senaryo kavramı aslında oldukça tanıdık bir kavramdır. Yine de nesne ve kullanıcı arasındaki ilişkiyi anlamak için yalnızca tasarımcının veya üreticinin öngördüğü senaryolara odaklanmak, araştırmacıları tek taraflı bir yorumla karşı karşıya bırakmaktadır. Ürün ile kullanıcı arasındaki veya kullanıcının eylemleri ile tasarımcının niyetleri arasındaki karşılıklı ilişkiye bakmak, bizi farklı aktörleri tanımlamaya götürecektir. Bruno Latour'un (1992) belirttiği gibi, tüm aktörler, insanlar ve insan olmayanlar, ağlar oluştururken anlam oluşturulmasına aracılık edebilir (*mediation*) ve anlamları değiştirebilirler (*translation*). Madeleine Akrich de ürün senaryolarını kavramsallaştırırken benzer bir yaklaşımla yola çıkar ve teknoloji transferinde farklı aktörlerin, teknolojinin kendisiyle birlikte karşılıklı etkileşimlerini inceler. Tıpkı Akrich'in hem kullanıcıları hem de nesnelere aracı olarak kabul edip, teknik ve sosyal alanlar arasında gidip geldiği gibi, günümüzde farklı bir tasarım tarihi örneklendirmesi ortaya koymak adına karşılıklı kurulan ilişkilere, uzlaşmalara veya çatışmalara odaklanmak gerekmektedir (Fallan, 2008, s.61). Dolayısıyla, bu araştırmanın dayandırıldığı Bilim ve Teknoloji Çalışmaları, tasarım araştırmalarında benimsenebilecek bazı kuramsal çerçeveler ve araştırma yöntemleri sunmaktadır.

Bilim ve Teknoloji Çalışmalarında ön plana çıkan önermelere bakıldığında, teknolojilerin, gerek diğer teknolojiler ya da kullanıcılar tarafından farklı anlaşılabilmesi "yorumsal esneklik" (*interpretative flexibility*) terimine işaret etmektedir (Bijker vd., 1989). Bu tür bir esneklik, ürünler ve kullanıcılar arasında da ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar ve nesnelere etkileşime girdiğinde, nesnelere reaksiyonları ve sosyokültürel geçmişleri bu etkileşimde rol oynar (Sørensen, 1996, s.8). Akrich'in yaklaşımı, Bilim ve Teknoloji Çalışmalarının temel teorilerinin diğer ilkelerini de yani simetri (*symmetry*) ve tarafsızlık ilkelerini de (*impartiality*) kapsar (Bloor, 1976). Aktör-Ağ teorisinde, bu simetri kavramı, "süper simetri" olarak ortaya çıkar ve bir ağ içinde, sadece insanları değil, insan olmayan aktörleri de ele alır (Callon ve Latour, 1992). Sonuç olarak, Akrich'in yaklaşımı teknolojik sistemlerin hem

başarılı hem de tartışmaya açık uygulamalarını analiz etmekte ve hem planlanan şekilde ilerleyen hem de programından sapmış etkileşimleri ele almaktadır. Dolayısıyla, Akrich'in (1995) "senaryo" (*script*) metaforu, bu çalışmadaki teorik ve metodolojik aracımız olarak, istenilen esnekliği, eşitliği ve tarafsızlığı sağlayarak, bahsedilen tasarım-dışı nesnelere ya da tasarım altyapısı bulunmayan kullanıcıların, önceden belirlenmiş senaryolarından bu denli farklılaşmaya uygun pratiklerini incelemek için uygun bir yaklaşımdır.

Öncelikle bu çalışmanın çıkış noktası, "Nesnelerin Tatlı Telaşı" başlığından da anlaşılacağı gibi, Türkiye'de "Gelinlerin Tatlı Telaşı" isimli Facebook grubuyla başlayan ve gitgide büyüyerek bir sosyal medya fenomeni haline gelen, bahsi geçen yeni gelinlerin yemek sunumları meselesidir. Sosyal medya platformlarında, yemek sunumu fotoğraflarını tavsiye almak ya da örnek göstermek amaçlı paylaşan evli kadınların yanı sıra, bu kişileri yeren şakalar yaparak görselleri taklit eden diğer kullanıcılarla birlikte, bu akım gittikçe büyümüş ve popüler kültür ögesi haline gelmiştir. Sosyal medya sayfalarına ek olarak, ana akım medyada yer alan "Gelinim Mutfakta", "Gelin Evi" gibi televizyon programları ile, yemek sunumu hazırlamak, yeni evli kadınların gündelik hayatlarında olmazsa olmaz bir aktivite haline gelmiş ve bir sosyal statü sembolü olmuştur. Nitekim bu yarışma programlarında, yeni gelinler yemek ve içecek ikramları için sunumlar hazırlamakta, eşlerinin annelerine ve diğer gelinlere yemeklerini, ev dekorasyonlarını ve çeyiz eşyalarını gösterip, onların beğenisini kazanmaya çalışmaktadır.

Ev halkı ya da misafirler için, aslında yeme-içme sektöründe profesyonel olarak yer almayan kadınlar tarafından hazırlanan bu sunum örnekleri, kullanıcılar ve nesnelere arasında güçlü bir bağ kurmaya hali hazırda elverişli bir zemin sağlayan ev ortamında hazırlanmakta ve servis edilmektedir. Daha önce belirtildiği gibi, "tarafsız" ve "simetrik" bakabilme hedefi doğrultusunda, olağan kullanıcıların oluşturduğu bu olağan dışı örnekler, bahsi geçen karşılıklı etkileşimleri keşfetmek adına büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Bu nedenle, bu çalışma kullanıcılar ve tasarımcılar arasında bir ikilik yaratmayı amaçlamamaktadır.

Benzer şekilde, bahsi geçen kullanıcılara, kötü bir zevke sahibi olmak, ürünleri yanlış kullanmak, gelişigüzel kullanımlar türetmek gibi temelsiz eleştiriler de yöneltmemektedir.

Bahsedilen tarafsızlığın ve eşitliğin, analiz kısmında da uygulanabilmesi adına, ürünlerin materyal, işlevsel ya da kültürel özelliklerini bir arada yorumlamak gerekmektedir. Bu yemek sunumu düzenlemeleri, bazen sembolik ve kültürel değerlerle dolu ürünlerin yaratıcı bir kullanımını göstermektedir. Bu nesnelere, kullanıcıların kendilerini belirli bir kimlik, yetkinlik veya yaratıcılıkla ifade etmelerini sağlamaktadır. Bu nesnelere ayrıca kendilerine özgün kullanım şekilleri talep edebilir hale gelmekte, kendi ritüellerini oluşturmaktadırlar. Aynı şekilde, kullanıcılar tasarımcıların ve üreticilerin ilk olarak önerdiği ürün senaryolarını (*pre-inscription*) özgürce bozabilmekte (*de-scription*) ve bu şekilde, üreticileri ürünlerin senaryolarını yeniden oluşturmasına (*re-inscription*) aracılık etmektedir.

Akrich, eserlerin tasarımcılar, mühendisler, üreticiler veya pazarlamacılar tarafından (kılavuzlar veya tarifler gibi) senaryolarla yazıldığını belirtir. Bu senaryo, tüketicilere ürünün kullanımına ve anlamına dair bir nevi aracılık eder. Kullanıcılar bu ilk senaryoyu takip etmeyi seçtiklerinde, bu senaryoya farklı seviyelerde katılmayı tercih edebilirler. Bir başka ihtimal ise, bir yanlış anlama veya anlaşmazlıktan dolayı, bu önceden belirlenmiş senaryoyu reddetmeleridir (Akrich ve Latour, 1992). Bu önermeler, kullanıcıların bir bütün olarak sisteme dâhil olmalarını sağlamak ya da tam tersi bu sisteme girişlerini yasaklamak için üretilen senaryolara da dönüştürülebilirler. Akrich, insanlarla, teknik ürünlerle veya ekonomik konularla karmaşık bir bağlam oluşturdukları için teknolojik cihazların ve makinelerin heterojen doğasını vurgular. Bu nedenle, sıradan nesnelere içinde karmaşık arka planların ve çeşitli güçlerin gömülü olduğunu belirtir. Bu nesnelere rolünü keşfetmek için hem insan hem de insan olmayan aktörlerle bu heterojen ağları analiz eder. Bu yaklaşım, tasarımcıların kasıtlı olarak nesnelere yüklediği anlamlar ya da delege ettiği fonksiyonları ortaya çıkarmaktadır. Beklenen neden sonuç ilişkisine rağmen, ürünlere yüklenmiş bu beklentilere kullanıcılar bazı hususlarda itiraz edebilmekte ya da tamamen

direnebilmektedir. Çünkü tasarımcının ön-senaryosu aslında, önceden tanımlanmış zevklere, isteklere, önyargılara, motivasyonlara sahipli, belirlenmiş aktörleri hedeflemektedir. Akrich, bu önceden belirlenen vizyonun tamamını, senaryo kavramıyla ifade etmiştir. Ancak, teknik nesnelere farklı sonuçlar doğurabilir, yeni bilgi türleri ya da ahlaki göstergeler üretebilir (1992, s.207). Akrich bu terminolojiyi teknik içerik için uygulamış olsa da bazı değişikliklerle, tasarım nesnelere ve ürünlerin senaryosunu analiz etmek için, onun ortaya attığı kuramsal sözlük takip edilebilmektedir (Fallan, 2008, s.61). Bu çalışmanın metodolojisi olarak senaryo analizi yöntemi (*script analysis*), nesnelere anlamlarının nasıl oluşturulduğu, nesnelere bu anlamları nasıl başka anlamlara çevirdiği, dönüştürdüğü ya da bu dönüşümlere aracılık ettiğini anlamak için kullanılacaktır.

Tasarımcıların tüm ürün ve kullanıcı arasındaki ilişkiyi şekillendirme çabalarına rağmen, tasarımcının vizyonundan, kullanıcının realitesine geçiş her zaman pürüzsüz değildir. Kullanıcılar ya bu ilk rolleri takip edebilir, kendi uyarlamalarını yapmayı seçebilir, veyahut tamamen doğaçlama kullanımlar yaratabilir. Bu nedenle senaryo analizi, tüketim ve üretim süreci arasındaki bu boşluğu doldurabilen bir perspektif sunmaktadır (Fallan, 2008, s.63). Tasarım tarihçisi Kjetil Fallan, ürünün sosyal ve fiziksel özelliklerini farklı boyutlar olarak ayırmaz. Fallan'a göre, "sosyoteknik senaryolar", bir nesnenin hem materyal hem de sosyokültürel karakterini içerir. Bir ürünün bu çok boyutlu anlam dünyası, marka kimliği, itibar ve imaj oluşumu, pazarlama seçimleri veya kültürel olanaklar gibi çeşitli iletişim yönlerini kapsar (s.65). Fallan'ın da belirttiği gibi, anlamın ortak üretimine ilişkin bulgular elde etmek için, tasarımcıların ön gördüklerinde farklı niteliklere sahip kullanıcıları içeren tüketim alanlarına da odaklanılmalıdır. Tüketim sürecinde kullanıcıları pasif bir şekilde konumlandırmak yerine, kullanıcıların nesnelere yaratıcı bir şekilde etkileşim kurmadaki aktif rolleri dikkate alınmalıdır. Benzer şekilde, nesnelere kendi isteklerine göre değiştirme, ya da onları reddetme gücü de sadece kullanıcılara ait değildir. Ürünlerin de kullanıcının duygularını etkilediği, yeni davranış kalıpları oluşturduğu belirtilmelidir (s.68). Bu tür bir dönüşüm hem

sembolik hem de materyal düzlemde gerçekleşebilir, böylelikle nesnelere etrafında şekillenen kimlik oluşumu ve duygusal bağlanmalar hakkında sayısız soruyu gündeme getirebilir. Bu sorular- ve sorunlar- tasarım tarihi ve kültürü çalışmaları için, oldukça verimli tartışma konuları sunabilme potansiyeline sahiptir.

GÜNDELİK NESNELER VE GÜNDELİK SENARYOLAR: YEMEK SUNUMLARINDA KULLANILAN OBJELERİN SENARYO ANALİZİ

Postmodern tüketim kültüründe ürünler aynı zamanda bir yaşam tarzını, belirli bir görüşü ve kültürel değerleri ifade edebilmekte ve sadece işlevsel özellikleri için satın alınmamaktadır. Objeler, işlevsel değerlerinin ötesine geçerek, gösterge değerleriyle birlikte, tüketim yoluyla kimlik inşası ve sosyal ilişkilerin kurulmasından da sorumludurlar. Göstergebilim yazınının önde gelen isimlerinden Umberto Eco, göstergebilimin doğal ve kendiliğinden gelişen iletişim sistemlerinde, karmaşık kültürel ağlara uzanan bir spektrum olduğunu belirtmektedir (1991). Tüketim yoluyla da yeni bir iletişim dili geliştirilmiş, ürünler farklı anlamlarla donatılmıştır. Böylelikle asıl tüketilen şey, yalnızca fonksiyonel özellikler değil, objelerin gösterge değeri, yani gerçekliğin bir temsilidir. Ürünlerin, maddesel varlıklarına işlenmiş işaretler vasıtasıyla, tüketiciler kendi kimliklerini yansıtmaktadır (Baudrillard, 2005, s.94).

Her ne kadar, bu yaklaşımlarla birlikte ürünler artık sadece göstergelere indirgenmiş gibi gözükse de bütüncül bir tasarım araştırması yaklaşımı oluşturabilmek adına ürünlerin materyal karakteristikleri de dikkate alınmalıdır. Bu özellikler, yalnızca ürünlerin kullanım senaryolarındaki işlevlerle kısıtlı değildir. Teknoloji felsefesi alanında çalışan Peter-Paul Verbeek'e göre, ürünler materyal varlıklar olarak görülmeli ve ürünlerin anlamları, işaret ettikleri sembolik anlamlarla birlikte, bu materyal özelliklerin bir bileşimi olarak okunmalıdır (2005, s.128). Örneğin, tasarım araştırmacısı Tom Fisher (2004), bir çalışmada bu etkileşimleri ve kullanıcıların nesnelere karşı nasıl tutum geliştirdiklerini anlamak için materyal özelliklere odaklanmıştır.

Kullanıcıların belirli malzemelere, çalışma özelinde plastik malzemeye karşı olan tepkilerinin hem kültürel fikirlerle hem de ürünlerin maddesel özellikleriyle birlikte şekillendiğini belirtmektedir (s.29). Sonuç olarak, nesnelerin işlevsel amaçları ve sembolik anlamları bütünleşik bir ilişkiyle, ürünlerin kullanıcılarda uyandırdığı izlenimleri belirlemektedir (s.30). Tasarımcılar ve kullanıcılar arasında dramatik bir sapma yaratmaktansa, kullanıcıların kendi ürün senaryolarını ve tüketici kültürünü nasıl oluşturabileceklerini anlamak için, tasarımcıların önyargılarını ortadan kaldırmak gerekmektedir. Günümüzdeki heterojen tüketim sahnesi dikkate alındığında, kullanıcılar aynı zamanda birer tüketici, vatandaş, farklı inançlara, sosyal geçmişe, politik ideolojilere veya profesyonel becerilere sahip aile üyeleri gibi karmaşık kimlikleri ve rolleri temsil eder (Akrich, 1995, s.167). Bu nedenle, sadece tasarımcıların öngörülerine tek taraflı odaklanan bir yaklaşım, bazı eksiklikler taşımakta ve ürünlerin ilk senaryolarıyla kullanıcıların bu senaryoya uyumluluğu arasındaki farklılıkları kaçınılmaz hale getirmektedir. Uyumsuzluklara değinildiğinde, Akrich ve Latour'un tanımında, "anti-program" kavramı bir anlaşmazlığı ve çatışmayı tanımlar; ancak bu göreceli bir tanımdır (1992, s.161). Bu nedenle, bu çalışma tüm bu "yeniden tanımlanan" senaryoları anti-programlar olarak değerlendirmemektedir.



Resim 1. Minyatür sunum nesneleriyle hazırlanmış bir kahve sunumu (Kaynak: <https://www.posta.com.tr/yeni-gelinlerin-iliginc-sunumlari-haber-fotograf-1229070>)



Resim 2. Farklı nesnelere hazırlanmış çay sunumu (Kaynak: <https://www.posta.com.tr/yeni-gelinlerin-iliginc-sunumlari-haber-fotograf-1229070>)

Resim 1, şekerlemelerle doldurulmuş minik market arabaları gibi bazı ilginç nesnelere içeren bir Türk kahvesi sunumunu göstermektedir. Bu mini market arabaları, gerçek bir market arabasının taşıma işlevini yerine getirmez: bu nesnelere ağır yüklerle karşı dayanıklılığa sahip değildir. Ayrıca sofrada yemek taşımak için de kullanılmazlar. Bu mini arabaların gerçeğine yakın şekilde tekerlekleri bulunmaktadır ancak, herhangi bir yere sürülmeleri gerekmemektedir. Bu mini kopyalar, gerçeklerinin aksine sağlam, endüstriyel bir görünümü temsil etmemekte, yumuşak renkler ve dayanıksız malzemelerle üretilmektedir. Dikkat çeken bir diğer nesne ise plastik küçük kadehlerdir. Bir evcilik setinden çıkma oyuncak kadehler olması muhtemelen bu nesnelere, camdan üretilmiş değildir. Nostaljik bir tasarım diline sahip olsalar da yeni üretilmiş plastik kopyalardır. Genellikle alkollü içeceklerin servisinde kullanılan kadehler, bu sefer Türk kahvesinden sonra içilecek su ile doldurulmuştur. Özetlemek gerekirse, bu nesnelere, emsallerinin ve gerçek ölçüdeki öncüllerinin senaryolarından sapmıştır. Kullanıcılar tarafından ön-senaryoları bozulan (*de-inscription*) ve yeniden senaryolandırılan (*re-inscription*) ürünler, kullanıcılarla birlikte yeni tanımlar, tasarımlar ve anlamlara çevrilmiştir. Kullanıcıların aracılığı ile dönüşen ve çevrilen anlamlar, üreticilerin bu yeni senaryolara denk gelebilecek minyatür replikalar üretmelerine neden olmuştur. Ürünlerdeki anlam çevirisi, sadece sembolik düzlemde gerçekleşmemiştir, bu yeniden senaryolandırma sürecinde, ürünlerin maddesel varlıkları da yeniden kurgulanmış, malzeme tercihleri ve ürünlerin boyutları da değişmiştir (*translation*).

Resim 2, bir çay sunumu olarak, başlangıç senaryolarından son derece sapmış birçok nesneye ev sahipliği yapmaktadır. Bir önceki görselde (Resim 1) bahsedilen mini market arabalarının yanı sıra genellikle dış mekân ürünleri olan galvanizli kova ve su kovalarının küçük kopyaları görülmektedir. Üstelik ham maddesi nedeniyle sağlam bir görünüme sahiptir. Ancak kopya olanlar pastel renklere boyanmıştır ve herhangi bir dış mekân aktivitesine hizmet etme olanakları yoktur. Öncül ürünün ön-senaryosunun (*pre-inscription*) bazı kısımları korunurken, malzeme seçimi gibi, fonksiyonel özellikleri ve görsel özellikleri değişime uğramıştır. Gerçek

ölçüdeki örnekleri yangın söndürmek için kullanılabilen kovaların mini versiyonları abur cuburla doldurulurken, bahçe suluklarının mini kopyaları ise küp şeker taşımaktadır. Bu ürünlerin ön senaryoları tamamıyla reddedilmiş, yeniden anlam ve işlev senaryolarının parçası olmuşlardır. Ferforje sandalyelerin küçük kopyaları, oturmak için bir yüzey sağlayarak orijinal amaçlarına hizmet eder; ama bu oturma yüzeyi insanları için değil bisküviler için oluşturulmuştur. Böyle bir gereksinime işlevsel olarak ihtiyaç bulunmamaktadır. Aynı zamanda, bu tarz sunumlar, geleneksel bir anlam da taşımamaktadırlar. Ancak, yukarıda bahsedildiği üzere, sunum hazırlama pratiği, kendi kültürünü inşa etmiş ve pratik için kullanılan objeler etrafında yeni ritüeller gelişmesine platform hazırlamıştır.

Son olarak, geleneksel çay kaşıklarının yerini küçük çırpıcılar almıştır. Bu çırpıcılar çayı karıştırabilme özelliğine sahip olsa da kaşıkların aksine çırpıcılarla şeker eklemek mümkün değildir. Bir sağlamlık (*affordance*) örneği olarak bu fonksiyonel eksiklik, kullanıcının toz şeker yerine küp şekeri tercih etmesine neden olmuş olabilir. Şimdiye kadar bahsedilen ürünlerin, anlamın dönüşmesi ve çevrilmesi süreci, oldukça çok katmanlıdır. Zira, ilk aşamada bu replika ürünler, orijinal ve fonksiyonel tasarımlarla kıyaslanarak bu süreç incelenmiştir. Oysa artık bu ürünlerin gerçek işlevi, yemek sunumlarında kullanılmaktadır. Yukarıdaki bahsedilen dönüşüm süreci artık arka planda kalmakta, kullanıcılar ve bu yeniden boyutlandırılmış, işlevlendirilmiş, anlamlandırılmış ya da stilize edilmiş eşyalar aralarında artık başka etkileşimler kurmakta, başka senaryolar oluşturmakta, başka temsiller yaratmaktadır.



Resim 3. Minyatür sunum sandalyeleri (Kaynak: <https://yemek.com/gelin-evi-detaylari/>)

Resim 3'te, "sunum sandalyesi" olarak satılan plastik minyatür sandalyelerle birlikte bir Türk kahvesi sunumu gösterilmektedir. Kahve fincanı ve ikram kasesi, sandalyelerin üzerine oturtularak servis edilmektedir. Sosyal medyada yer alan bazı örneklerde [1] kullanıcılar, sunumlarını zenginleştirmek adına, daha önceleri küçük oyuncak sandalyelerden yararlanmaktaydılar. Sunum aktivitesinin popülerliği arttıkça, üreticiler bu sunumlara hitap eden minyatür ürün seçeneklerini arttırmışlardır. Senaryo

analiziyle durum incelendiğinde, oyuncak minyatür sandalyelerin hitap ettikleri kitle olan çocuklar tarafından değil, yetişkinler tarafından kullanılması, ön-senaryonun kullanıcılar tarafından bozulması örneğidir. Belki de ironik bir şekilde, büyüklerin yemek servisi pratiğini taklit etmek için oynanan evcilik oyunu için kullanılan bu oyuncak sandalyeler, artık büyüklerin yemek sunumlarında farklı bir anlam kazanmış, yetişkinlerin gerçekdışı temsiliyetlerinin bir parçası olmuştur. Ürünler, kullanıcılar ve üreticiler arasındaki etkileşimler doğrultusunda, üreticiler artık yetişkinlerin yemek sunumlarında kullanılmak üzere minyatür sandalyeler üretmektedir. Materyal ve boyutlar hususunda, oyuncak sandalyelerden çok fazla farklılık göstermeseler dahi, yeniden senaryolandırılmış bu mini sunum sandalyeleri, yetişkinlerin gündelik hayatında kendilerine yer bulmuştur.

Yeni ortaya çıkan tüketim alışkanlıkları ve sosyal fenomenler kadar, tarihsel birikimin ve toplumsal beğenilerin değişmesi de bu yeni etkileşimlerin doğmasında önemli motivasyonlardandır. Popüler kültürün etkisiyle, tarihi kurgu dizi ve filmlerle beraber yaygınlaşan yeni-Osmanlıcı kültür, aslında yeniden üretilen bir görsel stilin oluşmasına yol açmıştır. Osmanlı döneminden kalma kahve servisi geleneklerinden esinlenerek üretilen bu nesnelere birlikte, kahve tüketimindeki tarihsel temsiller Türk toplumunda oldukça popülerdir. Bazı kullanıcılar, ürünlerin tarihsel olarak özgünlüğünü değerlendirmeksizin, bu stili gündelik yaşamlarının bir parçası haline getirmiştir. Resim 4'te, miğfer analogisi ile tasarlanmış püsküllü kahve fincanı zarfları ile lokumluk ve tepsi yer almaktadır. Gerçek altın veyahut gerçek elmas yerine, yapay süsler ve malzemelerle oldukça süslenmiş bir Türk kahvesi fincanı seti bulunmaktadır.



Resim 4. Türk kahvesi fincanı takımı (Kaynak: <https://www.kadincasayfa.com/72310-2/pembe-puskullu-inci-suslemeli-kahve-fincan-takimi/>)

Osmanlı Sarayı'na ait eşyalar incelendiğinde [2], o dönemde kullanılan kahve fincanı zarflarının, püskül detayı barındırmadığı fark edilmektedir. Saray elitlerine ait kahve aksesuarlarında, geleneksel Türk motifleri kadar, Batılı bir görünüm taşıyan dekoratif elementler de kullanılmaktadır. Tarihselci temsiliyetin son yıllardaki yükselişinden doğan bu ürünler, tarihteki olası karşılıklarının aksine, değerli madenler, değerli taşlar ya da ince bir işçiliğiyle üretilmemektedir. Seri üretim yoluyla, erişilebilir fiyatlardaki endüstriyel malzemelerle üretilmekte olan bu ürünler, abartılı dekoratif elementleriyle, tarihsel bir özgünlük taşımayan bir görsel karaktere sahiptir. Bu da göstermektedir ki, kullanıcılar ürünlerin sadece işlevsel senaryolarını değiştirmekle kalmamaktadır. Ürünlerin ilettikleri sembolik ve kültürel değerleri de yeniden yazmakta, yeni kültürel senaryolar türetmekte ve tarihsel gerçekliğe dayanan senaryoları reddederek, kendilerince alternatif bir tasarım tarihi oluşturmaktadırlar. Materyal-semiyotik bağlamın, üretim, tüketim ve kullanım pratikleriyle

birlikte toplumsal ölçekte nasıl dönüştürüldüğünü, bu örnekler gözler önüne sermektedir. Örneğin, benzer görsel stilde üretilmiş Osmanlı esinlenmeli çay setleri de bulunmaktadır. Oysa çay sunumu için Anadolu tarihinde böyle bir karşılık yoktur. Kahve fincanının tutulma biçimi sebebiyle, içen kişinin parmaklarının yanmasını ve kahvenin sıcak kalmasını sağlaması için üretilen “zarf” denen bu kabuk yapı, çay bardağının tutulma biçimi, sıcaklık ve hacim farkı gibi sebeplerle işlevsiz hale gelmektedir. Yeniden üretilen anlamlar ve haliyle senaryolar doğrultusunda, yeni tasarımlar oluşmakta, yeni ürünler üretilmekte ve gündelik hayatta karşılık bulmaktadırlar.

SONUÇ

Tüketiciler ve nesnelere arasındaki ilişkinin derinlerinde güçlü bağdaştırmalar ve anlamlandırmalar yatmaktadır. Bu çalışma da bu bağlamın, akademik çevreler tarafından ekseriyetle göz ardı edilmiş katmanlarına göz atmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada seçilen örnekler, başlangıçta planlanan üretim ve tüketim sürecini aşan, kullanıcılar ve piyasadaki diğer aktörler tarafından yeniden tanımlanmakta olan gündelik nesnelere içermektedir.

Sayırsız kullanıcı profili ve ürün tasarımının var olması sebebiyle, birçok özgün yorumlama ve anlamlandırma olasılığı da doğmaktadır. Nesnelere materyal özellikleri, kültürel değerlerle birlikte nesnenin failliğinin bir parçası olarak düşünölmelidir. Kullanıcının ürönlere aracılık etmesi kadar nesnelere kullanıcıları dönüştürme gücü de dikkate alınmalıdır. Bilim ve Teknoloji Çalışmaları alanından bir diğere araştırmacı Knut Sørensen (1996), tasarımın kavramsallaştırılması ve tüketiminin farklılaştırılması yoluyla tüketici algısının pasif kullanıcılardan aktif kullanıcılara doğru kaymış olduğunu belirtmektedir. Sørensen, kullanıcıları bu çerçevede nihai karar vericiler olarak tanımlarken, sosyal öğrenmeyi bir çeviri eylemi olarak (*translation*) önermektedir. Ancak bu tür bir öğrenme, kullanıcılara dayatılan tek taraflı bir süreç değildir. Üreticiler ve tasarımcılar, kullanıcı talebine göre farklı aktörlerle kurdukları ağı genişletirken, kullanıcıları çekmek

için yeni senaryolar da geliştirmektedir (s.7-8). Anlamanın birlikte inşa edilme süreci, tüketicilerin etnik köken, yaş, cinsiyet ve sosyal sınıf gibi farklı özelliklerinden de etkilenmektedir (s.10-11). Somut maddi varlıklar olarak nesnelere “nesnel varlığı”, işlevsel veya üslup özelliklerinden ayrı olarak kullanıcılara da aracılık eder. Fiziksel nesnelere ayrıca kullanıcıları etkinleştirebilir, kullanıcı ve çevre arasında belirli bir ilişki kurabilir ve gerçek işlevlerinin yanı sıra ek etkileşime izin verebilir (Verbeek, 2005, s.129).

Sonuç olarak, nesnelere ve insanlar arasındaki ilişki sadece nesnenin stiline veya işlevine dayanmaz. Bireysel düzeyde nesnelere ve kullanıcının materyal varlığına odaklanırsak, benzer görünüm ve işlevsellikteki ürünlerle değiştirilemeyecek farklı dolaylılar (*mediations*) keşfedebiliriz. Nesnelere kendi ritüellerini, bir bakım ve saklama biçimini veya sunumunu talep edebilirler (s.131-132). Nesnelere aynı zamanda olayları ve etraflarındaki deneyimleri aktif olarak yapılandırdığını gözlemlemek önemlidir (s.134). Bu nedenle, ev ortamında kadın kullanıcılar tarafından yapılan amatör yemek sunumlarında yer alan nesnelere senaryo analizinde, sembolik ve işlevsel ifadelerle yönelik kültürel nüansları kavramak için nesnelere hem materyal hem de semiyotik yorumlarını incelemek gerekmektedir. Nihayetinde bu çalışma, bir çeşit vaka çalışması olarak değerlendirebilecek incelemelerle, çok boyutlu materyal ve kültürel bağlamlara sahip olan dinamik ürün-kullanıcı ilişkilerini ve çevre süreçlerinin, yeni ürünlerin geliştirilmesine nasıl öncülük edebileceğini göstermektedir.

NOTLAR

[1] Bahsedilen sunum örneklerinden biri ne 22.05.2022 tarihinde <https://cdn.yemek.com/uploads/2018/10/cay-masa-gelin.jpg> adresinden erişildi.

[2] Bahsedilen tarihsel örneklere 22.05.2022 tarihinde <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/kahve-molasi/160> adresinden erişildi.

KAYNAKÇA

Akrich, M. (1992). The De-description of Technological Objects. Bijker, W. E. ve Law, J. (Ed.), *Shaping technology/building society: Studies sociotechnical change* içinde (205-224). Cambridge: MIT Press.

Akrich, M. ve Latour, B. (1992). A Summary of a Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies. Bijker, W. E. ve Law, J. (Ed.), *Shaping technology/building society: Studies sociotechnical change* içinde (259-264). Cambridge: MIT Press.

Akrich, M. (1995). User Representations: Practices, Methods and Sociology. Rip, A., Misa, T. ve Schot, J. (Ed.), *Managing technology in society: The approach of constructive technology assessment* içinde (167-184). London: Pinter Publishers.

Baudrillard, J., (2005). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bijker, W. E., Hughes, T. P., & pinch, Trevor j. (Ed.). (1987). *The social construction of technological systems: New Directions in the sociology and history of technology*. Cambridge: MIT Press.

Bloor, D. (1976). *Knowledge and Social Imagery*. London: Routledge.

Callon, M., B. Latour (1992) 'Don't Throw the Baby Out with the Bath School! A Reply to Collins and Yearley', Pickering, A. (ed.) *Science as Practice and Culture* içinde (343-368). Chicago: University of Chicago Press.

Eco, U. (1991). *Alımlama Göstergelimi* (S. Rifat, Çev.) İstanbul: Düzlem Yayınları.

Fallon, K. (2008). De-scribing design: Appropriating script analysis to design history, *Design Issues*, 4(4), 61-75.

Fisher, T. H. (2004). What we touch, touches us: Materials, affects, and affordances, *Design Issues*, 20(4), 20-31.

Latour, B. (1992) Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. Bijker, W. E. ve Law, J. (Ed.), *Shaping technology/building society: Studies sociotechnical change* içinde (205-224). Cambridge: MIT Press.

Sørensen, K. H. (1996). Learning technology, constructing culture: Sociotechnical change as social learning (18/96) içinde (1-22). Trondheim: Norwegian University of Science and Technology.

Verbeek, P. P. (2005). Artifacts and Attachment: A Post-Script Philosophy of Mediation. Harbers, H. (Ed.) *Agency and normativity in the co-production of technology and society* içinde (125-146), Amsterdam: Amsterdam University Press.