

**TÜRKİYE’DE SERBEST ÇALIŞAN ENDÜSTRİ
ÜRÜNLERİ TASARIMCILARININ TASARIM
METOTLARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Endüstri Ürünleri Tasarımcısı Ferhan Egemen SUNAL
(502041957)

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 5 Mayıs 2008
Tezin Savunulduğu Tarih : 9 Haziran 2008

Tez Danışmanı : Prof.Dr. Nigan BAYAZIT
Diğer Jüri Üyeleri Prof.Dr. Hamit Alpay ER (İ.T.Ü.)
Prof.Dr. Nur ESİN (İ.T.Ü.)

HAZİRAN 2008

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimimin ilk dersinde bile kafamı sürekli kurcalayan soru ‘Tasarım nasıl yapılır?’ idi. Mesleğimin kuramsal temellerini anlamadan, diğer konularda çalışmaya kendimi hazır hissetmedim. Bu nedenle yüksek lisans eğitimim boyunca ve tez çalışmamda da, kendimi tasarım süreci ve tasarımcıların çalışma şekilleri üzerine araştırmalar yaparken buldum.

‘Türkiye’de Serbest Çalışan Endüstri Ürünleri Tasarımcılarının Tasarım Metotları’ başlıklı bu çalışma da, mesleğimizin işleyiş sürecine dair bu ilginin sonucunda ortaya çıktı. Tasarımcıların çalışma/tasarım yapma aktivitelerini inceleyerek, tasarlama metotları ışığında, hem gözlemler yapmaya, hem de Türk tasarımcılarını tanımaya çalıştım.

Tasarlama sürecinin anlaşılması adına yeni gözlemler yapabilmiş olmayı umuyorum. Bu çalışmada beni yönlendiren, doğru metodu bulmama yardım eden ve çeşitli sorunlar nedeniyle uzayan tez sürecimde bana sabır gösteren danışmanım ve hocam Prof. Dr. Nigan Bayazıt’a, ve tez çalışmasında görüştüğüm tüm tasarımcılara teşekkür etmek isterim.

Mayıs 2008

Ferhan Egemen Sunal

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR LİSTESİ	vii
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
ÖZET	xi
SUMMARY	xii
1. GİRİŞ	1
1.1. Tezin amaçları, ele alınan problem ve tezin hipotezleri	1
1.2. Tezde yararlanılan metot	2
1.3. Tezde elde edilen ilginç bulgulardan örnekler	4
2. TASARLAMA METOTLARI ÜZERİNE	6
2.1. Tasarlama metotlarının temelleri	6
2.1.1. Tasarlama metotlarının doğuşu	6
2.1.2. Günümüzde tasarlama	11
3. UYGULANAN ARAŞTIRMA METODU	15
3.1. Akış Şeması	15
3.1.1. Görüşülecek tasarımcıların belirlenmesi	15
3.1.2. Soru kağıdının hazırlanması	17
3.1.3. Tasarımcılardan randevu alınması	18
3.1.4. Tasarımcıyla görüşme	19
3.1.5. Ses Kaydının Deşifresi	19
3.1.6. Görüşmenin tasarımcıya gönderilmesi ve düzeltmelerin yapılması	19
3.1.7. Görüşme sonucunda elde edilen bilgiler ile tasarımcı hakkında tabloların oluşturulması	20
3.2. Soru Kağıdı	20
4. BULGULAR	23

4.1. Tanju Özelgin	23
4.1.1. Tasarımcının özgeçmişi	23
4.1.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	23
4.2. Armağan Birgil	26
4.2.1. Tasarımcının özgeçmişi	26
4.2.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	27
4.3. Kunter Şekercioğlu	29
4.3.1. Tasarımcının özgeçmişi	29
4.3.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	29
4.4. Yılmaz Zenger	31
4.4.1. Tasarımcının özgeçmişi	31
4.4.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	31
4.5. Oya Şenocak	33
4.5.1. Tasarımcının özgeçmişi	33
4.5.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	33
4.6. Gamze Güven	36
4.6.1. Tasarımcının özgeçmişi	36
4.6.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	36
4.7. Hatice Armağan	38
4.7.1. Tasarımcının özgeçmişi	38
4.7.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	39
4.8. Ela Cindoruk	41
4.8.1. Tasarımcının özgeçmişi	41
4.8.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	41
4.9. Nazan Pak	44
4.9.1. Tasarımcının özgeçmişi	44
4.9.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	44
4.10. İnci Mutlu	46
4.10.1. Tasarımcının özgeçmişi	46
4.10.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	46
4.11. Ahmet Kaleli	49
4.11.1. Tasarımcının özgeçmişi	49
4.11.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	49
4.12. Koray Malhan	52
4.12.1. Tasarımcının özgeçmişi	52

4.12.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	52
4.13. Orhan Irmak	55
4.13.1. Tasarımcının özgeçmişi	55
4.13.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	55
4.14. Aysun Altındağ	58
4.14.1. Tasarımcının özgeçmişi	58
4.14.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	58
4.15. Zafer Uluçay	60
4.15.1. Tasarımcının özgeçmişi	60
4.15.2. Tasarımcı ve tasarım süreci	60
5. KARŞILAŞTIRMA VE TARTIŞMA	64
5.1. Genel Değerlendirme	64
5.2. Tasarımcıların ofisleri hakkında bilgiler ve karşılaştırılması	67
5.3. Tasarım süreci adımları ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması	69
5.4. Tasarım sürecinde metot: Var mı, yok mu, olmalı mı?	73
5.5. Araştırma süreci adımları ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması	74
5.6. Fikir üretimi aşaması ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması	76
5.7. Üretilmiş ürünlerde tasarım süreci adımlarının karşılaştırılması	77
5.8. Endüstri ürünleri tasarımı nasıl yapılır?	80
5.9. Üretilmiş ürünlerde araştırma süreçlerinin karşılaştırılması	81
5.10. Üretilmiş ürünlerde fikir üretimi aşamasının karşılaştırılması	82
5.11. Kişisel pırıltının yarattığı farklılık standart endüstri ürünleri tasarımcısının metodu ne olmalı?	83
5.12. Tasarlama metotları hakkında	84
6. SONUÇLAR	85
6.1. Tasarlama metotlarında ortak adımlar	85
6.1.1. İş tanımı, problemin anlaşılması, problemin tanımlanması	86
6.1.2. Araştırma, Analiz, Sentez	87
6.1.3. Fikir Üretimi	88
6.1.4. Yardımcı araçlar	88
6.1.5. Sunum ve revizyon	89
6.2. Gözlemlenen ortak adımlar ve tasarım metodu	90
6.2.1. Ortak eylemlerin varlığı	90
6.2.2. Tasarım sürecinin iki boyutlu bir özeti	90
6.2.3. Tasarım süreci ve tasarlama metotları hakkında bir yaklaşım	93

KAYNAKLAR	99
EKLER	101
ÖZGEÇMİŞ	200

KISALTMALAR

A	: Az
B	: Bazen
Ç	: Çoğunlukla
E	: Evet
EO	: Ev-Ofis
H	: Hayır
M	: Mağaza
N	: Normal
O	: Ofis
Y	: Yoğun
-	: Bilgi alınamadı

TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 4.1 Tanju Özelgin; tasarım süreci adımları	23
Tablo 4.2 Tanju Özelgin; tasarım sürecinde araştırma	25
Tablo 4.3 Tanju Özelgin; fikir üretimi aşaması	26
Tablo 4.4 Armağan Birgil; tasarım süreci adımları	27
Tablo 4.5 Armağan Birgil; tasarım sürecinde araştırma	28
Tablo 4.6 Armağan Birgil; fikir üretimi aşaması	29
Tablo 4.7 Kunter Şekercioğlu; tasarım süreci adımları	30
Tablo 4.8 Yılmaz Zenger; tasarım süreci adımları	32
Tablo 4.9 Yılmaz Zenger; tasarım sürecinde araştırma	32
Tablo 4.10 Yılmaz Zenger; fikir üretimi aşaması	33
Tablo 4.11 Oya Şenocak; tasarım süreci adımları	34
Tablo 4.12 Oya Şenocak; tasarım sürecinde araştırma	35
Tablo 4.13 Oya Şenocak; fikir üretimi aşaması	35
Tablo 4.14 Gamze Akay; tasarım süreci adımları	37
Tablo 4.15 Gamze Akay; tasarım sürecinde araştırma	37
Tablo 4.16 Gamze Akay; fikir üretimi aşaması	38
Tablo 4.17 Hatice Armağan; tasarım süreci adımları	39
Tablo 4.18 Hatice Armağan; tasarım sürecinde araştırma	40
Tablo 4.19 Hatice Armağan; fikir üretimi aşaması	40
Tablo 4.20 Ela Cindoruk; tasarım süreci adımları	42
Tablo 4.21 Ela Cindoruk; tasarım sürecinde araştırma	43
Tablo 4.22 Ela Cindoruk; fikir üretimi aşaması	43
Tablo 4.23 Nazan Pak; tasarım süreci adımları	44
Tablo 4.24 Nazan Pak; tasarım sürecinde araştırma	45
Tablo 4.25 Nazan Pak; fikir üretimi aşaması	46

Tablo 4.26	İnci Mutlu; tasarım süreci adımları	47
Tablo 4.27	İnci Mutlu; tasarım sürecinde araştırma	48
Tablo 4.28	İnci Mutlu; fikir üretimi aşaması	48
Tablo 4.29	Ahmet Kaleli; tasarım süreci adımları	49
Tablo 4.30	Ahmet Kaleli; tasarım sürecinde araştırma	50
Tablo 4.31	Ahmet Kaleli; fikir üretimi aşaması	51
Tablo 4.32	Koray Malhan; tasarım süreci adımları	53
Tablo 4.33	Koray Malhan; tasarım sürecinde araştırma	53
Tablo 4.34	Koray Malhan; fikir üretimi aşaması	54
Tablo 4.35	Orhan Irmak; tasarım süreci adımları	55
Tablo 4.36	Orhan Irmak; tasarım sürecinde araştırma	57
Tablo 4.37	Orhan Irmak; fikir üretimi aşaması	57
Tablo 4.38	Aysun Altındağ; tasarım süreci adımları	59
Tablo 4.39	Aysun Altındağ; tasarım sürecinde araştırma	59
Tablo 4.40	Aysun Altındağ; fikir üretimi aşaması	60
Tablo 4.41	Zafer Uluçay; tasarım süreci adımları	61
Tablo 4.42	Zafer Uluçay; tasarım sürecinde araştırma	62
Tablo 4.43	Zafer Uluçay; fikir üretimi aşaması	62
Tablo 5.1	Tasarımcıların ofis bilgileri	68
Tablo 5.2	Tasarım süreci ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması	70
Tablo 5.3	Tasarımcıların araştırma sürecinde eylemleri ve karşılaştırılması	75
Tablo 5.4	Fikir üretimi aşaması ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması	76
Tablo 5.5	Örnek ürünlerin tasarım süreçleri	78
Tablo 5.6	Örnek ürünler ve araştırma süreçleri	81
Tablo 5.7	Örnek ürünler ve fikir üretimi aşamaları	82

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 4.1 : Ürün 1; ‘TO’ kanepesi.....	24
Şekil 4.2 : Ürün 2, Isuzu için yapılan midibüs.....	28
Şekil 4.3 : Ürün 3; Ürün 3, <i>Smart</i> kalemlik.....	30
Şekil 4.4 : Ürün 2; Ürün 4, Attached to	31
Şekil 4.5 : Ürün 5, <i>Bembeyaz</i> bardak.....	34
Şekil 4.6 : Ürün 6, <i>Yeni Rakı</i> şişesi.....	36
Şekil 4.7 : Ürün 7, Masaüstü Düzenleyici.....	41
Şekil 4.8 : Compass Roses Kolye/Broş.....	41
Şekil 4.9 : Floral Geometry yüzük.....	45
Şekil 4.10 : Ürün 10, <i>Connect</i>	47
Şekil 4.11 : Ürün 11, Tiki koltuk.....	50
Şekil 4.12 : Ürün 12, Ada çalışma masası.....	54
Şekil 4.13 : Ürün 14, <i>İstanbul</i> ambalaj.....	56
Şekil 4.14 : Ürün 15, Tümosan traktör.....	62
Şekil 6.1 : Tasarım sürecinin iki boyutlu bir ifadesi.....	92
Şekil 6.2 : Tasarım sürecinin ilerleyişi.....	93
Şekil 6.3 : Kullanılan araçlar ve tasarım sürecinin.....	95
Şekil 6.4 : Tasarım süreci ve bir tasarım probleminin çözülmesi.....	96

TÜRKİYE’DE SERBEST ÇALIŞAN ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMCILARININ TASARIM METOTLARI

ÖZET

Bu çalışmada, endüstri ürünleri tasarımcılarının uyguladıkları metotların araştırılması ve bu süreçlerin gözlemlenmesi amaçlanmıştır. Piyasada çalışan ve uygulama yapan tasarımcıların eylemleri sorgulanarak, tasarım sürecine ait ipuçları elde edilmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışmanın amacı, tasarlama eyleminin, tasarım süreci ve bu süreçte kullanılan metotların, karmaşık yapılarının anlaşılmasına dair gözlemler yapabilmektir.

Bu araştırmada, kendi ofisi olan Türk tasarımcılarla, tasarım süreçleri üzerine röportajlar yapılmıştır. Bu görüşmelerde, öncelikle tasarımcının çalışma şartlarını, daha sonra tasarım süreciyle ilgili genel anlayışını, son olarak ise üretilmiş bir üründe bu sürecin nasıl yaşandığını inceleyen bir metot kullanılmıştır. Ayrıca görüşmenin son kısmında, tasarımcıların, tasarlama metotları hakkındaki fikirleri ve genel tasarım anlayışları ile ilgili bilgiler alınmaya çalışılmıştır.

Sonuç olarak, yapılan çalışmada, tasarımcıların kullandıkları yöntemler arasındaki ortak ve farklı noktalar belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı, tasarlama eyleminin, düşünsel aşamasını sorgulamak değil, gözlemlenebilen fiziksel adımlarını görebilmektir. Çalışmanın sonunda, kuramsal metotlarla, uygulamadaki metotlar karşılaştırılmış ve tartışılmıştır. Tasarlama sürecindeki adımlar, çeşitli tablolarla yorumlanmış, tasarım nasıl yapılır sorusuna cevap bulmaya yardım edebilecek sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonunda, tasarım sürecinin belirli ve değişken adımları, tasarım sürecinin farklı durumlara uyarlanırken ne oranda değişmez ya da değişir olduğu hakkında sonuçlar ve öneriler elde edilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda son bölümde bulgular değerlendirilerek tasarım sürecinin ortak adımları belirlenmiş ve tasarım sürecine ifade etmek üzere yeni bir öneri sunulmuştur. Bu öneriyi şekillendiren iki temel sebep ise, tasarım sürecinin belirli adımlarının her tasarım probleminde benzerlik göstermesi, diğer yandan ise her tasarım sürecinin birbirinden farklı ve kendine özgü bir problem çözümü olmasıdır.

TURKISH INDUSTRIAL DESIGNERS AND THEIR DESIGN METHODS

SUMMARY

The purpose of this research is to search about the methods that industrial product designers use, and observe those processes. By analyzing the activities of designers working in the field, it is intended to get clues about the ‘design process’.

In this research, interviews are done with Turkish industrial designers, who have their own design offices. During those interviews, this method that analyses and asks about, firstly the physical work environment of the designer, then the designer’s general ideas about the design process, and lastly, the design process applied with a produced product, has been used. Also, in the last part of the interview, it has been intended to take information about the designers’ general ideas about design methodology and product design.

At the end of the research, the methods used in theory and application has been compared and discussed. The steps are tried to be interpreted with tables, and finally it is aimed at to get some information, which may be able to help us answer the question; ‘How do we design?’. Another goal of the research has been to see the different steps of the process which are stable and variable, and make suggestions about how flexible is the design process in different situations.

In the last section, the information gathered through the research is analyzed in order to specify the common steps of the process, and an alternative expression for the design process is proposed. The two main observations that shape this proposal are, the common steps of the process which stay the same for almost every design problem and the individuality of every design process in itself.

1. GİRİŞ

1.1. Tezin amaçları, ele alınan problem ve tezin hipotezleri

Bu çalışmada endüstri ürünleri tasarımcılarının, tasarım süreçleri, tasarım yaparken nasıl bir yol izledikleri, nelerden ilham aldıkları ve genel tasarım kültürleri incelenerek, tasarlama süreçlerine ilişkin gözlem yapılmıştır.

Çalışmanın amacı çok fazla tartışılan ‘tasarım nasıl yapılır?’ ‘tasarım sürecinin bir teorisi var mıdır?’ ‘tasarlama metodu var mıdır, tanımlanabilir mi?’ ‘Bilimsel olarak tasarımın doğasını keşfetmek mümkün müdür?’ ‘Tasarım öğretilir ve öğrenilir bir olgu mudur?’ gibi soruların cevaplanmasında yardımcı olabilecek gözlemler yapmaktır. Hodnett’in (1955) dediği gibi, ‘problem çözmek çok genel bir etkinliktir’ Gregory (1966) Bu doğrultuda çalışmada sorulan soru şudur; endüstri ürünleri tasarımının özel bir problem çözme yöntemi var mıdır?

Tasarlama metotlarının tasarım sürecinin ayrılmaz bir parçası olduğunu belirten Design Council resmi ağ sayfasında metotların faydalarını, süreci yapılandırmak, ekibi bir arada tutmak, iletişimi sağlamak ve disiplinlerarası farklı görüşleri paylaşmak olarak sıralamıştır. (Design Council, 2008). Metotların, öngörülen bu ve benzeri avantajlarını ya da dezavantajlarını görebilmek amacıyla, çalışmada ele alınanlar, görüşülen tasarımcıların, tasarım anlayışları ve çalışma metotları, ürün tasarlama süreçleri ve yöntemleri, ve tasarım kültürleri olarak sıralanmıştır. Öncelikle, endüstri ürün tasarımı sürecine genel olarak bakışları anlaşılmaya çalışılmıştır. Sonrasında, ürün tasarlama süreçleri üzerinde durulmuştur. Son olarak ise, tasarım anlayışları ve kültürleri üzerine bilgiler alınmıştır. Sonuçta, ele alınan bu konulardaki verileri birleştirerek, tasarlama metotları adına çıkarımlar yapmak hedeflenmiştir.

‘Tasarım metodu, belli başlı problemleri çözme yöntemi, bir başka deyişle ‘ürünü, kullanıcıya tatmin verecek şekilde durumla ilişkilendirmek’tir. Gregory (1966) Bu çalışmada da, kullanıcıyı memnun etmeyi başaran ürünlerle Türk tasarım dünyasında öne çıkan tasarımcıların, ürünü durumla nasıl ilişkilendirdikleri ele alınmıştır. Bu

ilişkilendirme ve sonuç ürüne ulaşma yöntemleri, kişilerin tasarlama metotlarını anlamak üzere incelenmiştir. Çalışmadaki gözlemler sonucunda, başarılı adledilen ve farklılığı yakalayarak öne çıkan bir ürünün nasıl tasarlandığı; tasarım sürecinin nasıl ilerlediği görülmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda ayrıca, bir adım geriye giderek tasarım metodunun varlığı sorgulanmıştır. Ürünleri tasarlarken ve tasarlama kararları verilirken, izlenebilecek belli bir metot var mıdır, yoksa tasarlama süreci her tasarımcıya göre değişen kişisel bir yöntem midir? Bunun ardından da, gözlemlenen kişisel süreçlerde, referans alınabilecek ortak adımların varlığı araştırılmıştır.

Sonuç olarak, yapılan çalışmada, tasarımcıların kullandıkları yöntemler arasındaki ortak ve farklı noktalar belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı, tasarlama eyleminin, düşünsel aşamasını sorgulamak değil, gözlemlenebilen fiziksel adımlarını görebilmektir. Cross, tasarım yeteneği ile ilgili bir makalesinde şunu ifade etmiştir;

‘ Tasarlamanın gizemli ve anlaşılması zor olduğunu ima etmek istemiyorum, fakat, karmaşık olduğunu göstermek istiyorum.’ (Cross, 1999)

Bu ifade ile benzer olarak, yapılan çalışmanın amacı, tasarlama eyleminin, tasarım süreci ve bu süreçte kullanılan metotların, karmaşık yapılarının anlaşılmasına dair gözlemler yapabilmektir. Çalışmanın başında, tasarım sürecinin nasıl olması gerektiği ile ilgili bir hipotez öne sürülmemiştir. Araştırmanın sonunda, tasarım sürecinin belirli ve değişken adımları, tasarım sürecinin farklı durumlara uyarlanırken ne oranda değişmez ya da değişir olduğu, hakkında sonuçlar ve öneriler elde edilmesi amaçlanmıştır.

1.2.Tezde yararlanılan metot

Bu çalışmada, belirli kriterlere göre seçilen tasarımcılarla tasarım süreçleri ve kullandıkları metotlar üzerine görüşmeler yapılmıştır. Öncelikle, görüşülen kişilerin serbest çalışan tasarımcılar olmasına karar verilmiştir. Böylece, bir organizasyon içinde gerçekleşen tasarlama sürecine etkiyen karmaşık yapı elenerek, kişisel tasarım süreci üzerine yoğunlaşmak amaçlanmıştır. Bu görüşmeler, çoğunlukla birebir, bazı durumlarda internet üzerinden yapılmıştır. Çalışmanın başında internet üzerinden yabancı tasarımcılarla görüşülmesi de düşünülmüştür. Daha sonra ise, tasarım

kültürlerinin, metotlar üzerinde farklı etkileri olacağı göz önüne alınarak, Türk tasarımcılarla görüşülmesine karar verilmiştir. Sonuç olarak, çalışmanın temel aldığı kişiler ‘Türk Endüstri Ürünleri Tasarımcıları’ olmuştur.

Araştırma için seçilen tasarımcılarla bir soru kağıdı üzerinden görüşülmesine karar verilmiştir. Tüm görüşmelerde aynı soru kağıdı kullanılmıştır. Bu soru kağıdı, görüşmenin ana hatlarını ve akışını belirleyen soruları içermektedir. Soru kağıdındaki soruların sıralaması, çalışmanın amacına paralel olarak hazırlanmıştır.

Soru kağıdında öncelikle tasarımcının şu andaki durumu ve fiziksel çalışma şartlarıyla ilgili sorular yer almıştır. Daha sonra tasarım sürecine bakışları ve tasarım sürecinin adımlarını hakkındaki genel fikirleri alınmıştır. Bir sonraki adımda, ikinci bölümdeki sorular üretilmiş bir ürünlerinin gerçekleşmiş tasarım süreci üzerinden tekrarlanmıştır. Soruların bu sıralamada sorulmasının amacı, tasarımcıların idealize ettikleri tasarım süreciyle uygulamadaki farkları ve benzerlikleri görebilmektir. Dördüncü adımda, tasarım anlayışı, ilham kaynakları ve tasarım kültürü üzerine sorular yer almıştır. Bu bölümde, tasarımcıların tasarıma bakış açısıyla, kullandıkları yöntemler arasında bağlantıları görmek amaçlanmıştır. Son bölümde ise, tasarımcıların aldıkları tasarlama metotları eğitimi üzerine konuşulmuştur. Bu bölümde alınan bilgilerle, alınan eğitim ve uygulamasının karşılaştırılması amaçlanmıştır.

Tasarımcılarla yapılan görüşmelerde, soru kağıdının dışına çıkılmamıştır. Fakat soruların cevaplama sırası, ve tasarımcıların açıklamayı gerekli gördüğü noktalar göz önüne alınarak, soru kağıdı yarı açık olarak uygulanmıştır. Bazı noktalarda, tasarımcıların, daha sonraki adımlardaki sorulara daha önce cevap vermelerine izin verilmiştir. Örneğin, tasarımcılar, tasarım süreci hakkında, genellikle bir örnek üzerinden konuşmayı tercih etmişlerdir. Bazı soruların cevapları ise daha sonraki adımlarda alınmıştır. Bu gibi durumlarda, sorular tekrarlanarak, akış mümkün olduğunca korunmaya çalışılmıştır.

Rastlanılan bir diğer sorun, tasarımcıların, tasarım anlayışlarıyla ilgili son bölümdeki soruları cevaplamakta gösterdiği isteksizlik olmuştur. Genellikle, tasarım anlayışını oluşturan veya besleyen kaynaklarla ilgili belirgin cevaplar alınamamıştır. Bunun sebebi, tasarımcıların önemli ölçüde düşün adamları olmaları ve çok çeşitli kaynaklardan beslenmeleri olarak görülebilir.

Tasarımcılarla, randevu alınarak görüşülmüştür. Görüşmeler genel olarak tasarımcıların ofislerinde gerçekleştirilmiştir. İnternet üzerinden cevaplanan soru kâğıtlarında, sorulara açıklamalar eklenmiş, tasarımcıların kararsızlık çektiği sorularda telefon ile açıklamalar yapılmıştır.

Çalışmada en çok vakit alan adım, tüm bu görüşmelerin bitirilmesi olmuştur. Tasarımcılarla genelde, ilk telefon görüşmesi ya da e-posta ile iletişimden, en az 2 hafta sonra görüşülebilmektedir.

Tüm görüşmeler, döküm edildikten sonra, görüşülen tasarımcıya gönderilmiş ve fikirleri alınmıştır. Görüşmeler sonunda, tüm konuşmaların dökümü yapılarak bulgular kısmındaki tablolar hazırlanmıştır. Tasarımcıların verdikleri bilgiler, kendi içlerinde ve diğer tasarımcılarla ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Çalışmanın sonunda, görüşmelerin analiz edilmesiyle, elde edilen sonuçlar sıralanmıştır.

1.3. Tezde elde edilen ilginç bulgulardan örnekler

Tez çalışması süresince, tasarımcıların, alışlagelmiş tasarım sürecine beklenenden daha çok bağlı kaldıkları gözlemlenmiştir. Araştırma, eskiz hazırlama, eskiz model yapma gibi adımların yoğun olarak kullanıldığı görülmüştür. Fakat belirli adımları koruyan tasarımcılar, projelere göre ise farklı yöntemler geliştirmişlerdir.

Kişiyeye göre, ve ürün grubuna göre tasarlama sürecinin adımları yer değiştirmekte, bazıları hiç kullanılmamaktadır. Ayrıca, süreçlerin her projeye göre farklılık gösterdiği, aynı tasarımcının farklı projelerde farklı yöntemler benimsediği tasarımcılar tarafından da belirtilmiştir. Tasarımcıların çoğu, metodun ve sürecin, projeye göre değiştiğinin üzerinde özellikle durmuşlardır.

Araştırma süreci, her tasarımcı tarafından, tecrübeli oldukları bir ürün grubu için kısa süreli de olsa, mutlaka uygulanmaktadır. Fakat araştırmada öne çıkan bir bulgu, araştırma süreci ile eskiz süreci arasında sınırları çok net olmayan bir fikir aşamasıdır. Ürünle ilgili konsepti oluşturan ve farklılığın yakalanmasını sağlayan fikirlerin oluştuğu bu adım görüşülen çoğu tasarımcıda gözlemlenmiştir. Bazı tasarımcıların bu fikir aşamasını daha çok araştırma sırasında, bazılarının ise bilgisayar veya elle eskiz aşamasında geçirdikleri gözlemlenmiştir.

‘İyi tasarımcı’ olmanın, ürünü tasarlamamanın dışında, problemi iyi anlamamanın ve ürüne doğru yöntemi hızlı bir şekilde uygulamanın da bir sonucu olduğu gözlemi ağırlık kazanmıştır. Bu çalışma sürecinde, belli başlı değişmez adımlar yanında, her an değişen ve uygulandığı ana adapte olan, tasarlama metotları gözlemlenmiş, tasarım sürecinin her üründe yeniden oluştuğu ve sürekli devinim içinde olduğu gözlemi ağırlık kazanmıştır.

Araştırmanın bulgularından bir diğeri, bir tasarım metodunun varlığındansa, her üründe o ürüne uygun tasarlama sürecini oluşturmaya yardım eden bir metodun varlığıdır. Özellikle ürün grubundaki tecrübeye göre, projenin sonuca nasıl ulaşacağını anlamamanın da önemli olduğu görülmüştür. Her endüstriyel tasarım projesine aynı metodu uygulamak yerine, projeye göre uygun yöntemi bulmanın üzerinde durulmuştur.

Sonuç olarak araştırmada, tasarlama sürecinin hem evrenselliğine hem değişkenliğine dair ilginç gözlemler yapılmıştır. Tasarlama yöntemlerinin öğrenildiği, fakat aynı zamanda tasarımcının kişisel tecrübe ve yetilerine göre, zaman içinde, temel adımlarını koruyarak, devindiği ve değiştiği gözlemlenmiştir.

2. TASARLAMA METOTLARI ÜZERİNE

2.1. Tasarlama Metotlarının Temelleri

2.1.1 Tasarlama Metotlarının Doğuşu

19. yy. ve 20. yy'ın ilk yarısındaki sosyal, politik ve ekonomik değişimler, sosyal hayatta ve çalışma hayatında yeni ihtiyaçları ve kısıtlamaları beraberinde getirmiştir. Reuleaux 1856'da, belirmeye başlayan bu yeni ihtiyaçlara dair şunları söylemiştir, 'Mekanik bilimden ödünç aldığımız bilgiler, artık hiçbir şekilde bir makinenin genel yapısını oluşturmaya yetmemektedir.' (Hubka ve diğ., 1996).

Bu dönemdeki endüstriyel ve ekonomik kırılma noktaları, yeni ve karmaşık problemler oluşturmuş, bu problemlerin anlaşılması ve çözümü için, mimarlık, şehir planlama, mühendislik gibi disiplinler yeni yollar aramaya başlamışlardır. Üretim süreçlerine ve ürünlere daha bilinçli ve ayrıntılı yaklaşımlar geliştirme ihtiyacı doğmuştur. '1920lerde bilimsel tasarım ürünleri için, 1960larda ise tasarım sürecini bilimselleştirmek için arayışlar gündeme gelmiştir.' (Cross, 2001).

19. yy'da, sanayi devriminin verdiği coşkuyla yapılan aşırı ve bilinçsiz üretim, ürünlerin farklı biçimde sorgulanmasına yol açtı. Sanayi devrimi öncesinde, nesneler, geleneksel tasarlama metotlarıyla ortaya çıkıyordu. Nesne, önce bir zanaatkar tarafından yapılıyor, daha sonra kullanıcı tarafından deneniyordu. Bu şekilde, uzun bir zamana yayılan ve bir çok kullanıcı ve zanaatkârın eleğinden geçen bir nesne oluşuyordu. Oluşan yeni şartlarda ise tüketiciyi bu kadar uzun bir süre bekletmek mümkün değildi. Ayrıca, tüketicinin seçenekleri, ihtiyaçları, nesneyle kurduğu iletişim çeşitlenmişti. 'Çağdaş yaşamın koşulları, tasarımcıyı bilmediği tanımadığı kişiler için tasarlama yapmaya zorlamaktaydı.' (Bayazıt, 1994)

Tüketicinin çeşitli ve çok sayıda ürün ihtiyacının yanında, sanayi devrimi ve daha sonraki dönemde, teknolojik yenilikler ve üretim hızı da artmıştı. Bu yeniliklere uyum sağlamak, yeni üretim yöntemlerine göre tasarımlar yapmak için geleneksel tasarlama metotları yetersiz kalmaktaydı.

Tüm bu nedenlerle, yeni tasarlama metotları için arayışlar başladı. En önemli motivasyonlardan biri, daha hızlı, daha fazla ve daha doğru üretim yapabilmektir. Bunun yanında, çok fazla sayıda ve tipte kullanıcı için tasarlama ihtiyacı vardı.

Firmaların mühendislik bölümlerinde üretim süreciyle ilgili araştırmalar yapılırken, diğer yandan, üretim sürecini analiz etmek, birimler ve adımlar arasındaki bağları kurmak, verimliliği arttırmak üzere, farklı bir çok disiplinde de çalışmalar yapılmıyordu.

Rittel 1972’de şöyle söylemiştir; ‘50’lerin sonunda ve 60’ların başında tasarlama metotlarının ortaya çıkması fikrinin arkasındaki neden, büyük ölçekli NASA ve askeri tipte teknolojik problemlere yaklaşımların kamu ya da diğer tasarım alanlarına yararlı bir şekilde transfer edilmiş olmasıdır.’ (Bayazıt, 2004).

Tasarlama eylemlerindeki değişimler ve bu konularda bilinçlenme, ileri endüstriye sahip ülkelerde 1920’lerde Le Corbusier, Gropius ve sonra Bauhaus hareketleriyle görülmeye başlamıştır (Bayazıt, 1994). ‘1920’lerden bu yana birçok disiplindeki tasarım araştırmalarının kökleri, tasarım eğitime metodolojik bir temel oluşturmak üzere kurulmuş olan Bauhaus’tadır.’(Bayazıt, 2004). Nigel Cross gibi bir çok araştırmacı De Stijl’i 1920’lerin başlarında tasarımı bilimselleştirme arzusuna bir örnek olarak gösterirler, (Bayazıt 2004). Tasarım sürecini bilimselleştirmekle ilgili ilk açıklamalardan birini De Stijl akımının öncüsü Theo Van Doesburg’dan duyarız. ‘ Bizim yaklaşımımız, sanat, bilim ve teknolojiye her türlü öznel spekülasyona karşıdır....Yeni bir nesne yaratmak için, bir metoda, nesnel bir sisteme ihtiyacımız var diyebiliriz’ (Cross, 2001). Diyebiliriz ki, 1960’lı yıllarda tasarımcıların yalnız kendi yeteneklerini merkez alarak tasarım yapmalarının mümkün olmadığı ortaya çıktı. (Bayazıt, 2004)

1962 senesinde John Chris Jones ve D.G. Thornley tarafından ‘The Conference on Design Methods’ başlıklı bir konferans düzenlendi. Bu toplantı, tasarlama metodolojisinin bir araştırma konusu olarak kabul edildiği toplantı olarak kabul edilir. (Cross, 2001) Bu tarihe kadar yapılmış çalışmaları değerlendiren ve bir başlık altında buluşturan bu konferansta, o tarihe kadar uygulanan zanaat ürünleri üretim yöntemlerinin, endüstri ürünlerinin ihtiyaçlarının karşılayamayacağı kaygıları gündeme getirilmiş, ve tasarımcıların farklı disiplinlerle çalışarak , problemlere çözüm üretmesi gerektiği önerilmiştir. Bu görüşlerin vurgulanması, tasarımı ilk defa bağımsız bir süreç, profesyonel bir disiplin olarak öne çıkarmıştır.

J.C. Jones bu konferanstaki çalışmasında tasarım için sistematik bir metot önermiştir. Jones (1962) Bu yöntem, Analiz, Sentez ve Değerlendirme adımlarından oluşmaktaydı. Aynı konferansta, Gosling Sistem mühendisliği ile ilgili bildirisinde, bir ürünün altında bir araya gelmiş elemanlardan oluşan bir sistem olduğunu belirtirken, (Gosling 1962); Thornley, mimarlık eğitimi için, planlama, araştırma, yaratım ve rötuş başlıklı 4 aşamadan oluşan bir tasarım yöntemi önermiştir. (Thornley 1962)

Önerilen bu yöntemler ve yaklaşım değerlendirildiğinde, bir problemi alt problemlere ayırarak ve her adımda bir problemi çözerek ilerleyen, geleneksel problem çözme yönteminin benimsendiğini görebiliriz. ‘Bu kongrede sunulan metotlar genel olarak çok basitti. Herkes tasarıma kendi yaklaşımını sistematize etmeye çalışıyordu ve onu tasarlama metodu olarak dışlaştırıyordu.’ (Bayazıt 2004)

Bu dışlaştırmaya başka bir örnek olarak tasarlama eyleminin, 1960 ve 70’li yıllarda yapılmış çeşitli tanımlarına göz atabiliriz.(Jones, 1970)

Belirsizlik karşısında ve hata halinde cezası büyük, bir karar verme işlemi (Asimow, 1962).

Mevcut durumdan, gelecek olasılıklara, yaratıcı bir atlama (Page, 1964).

Fiziksel bir yapıya uygun fiziksel bileşenleri bulmak (Alexander, 1964).

Belirli amaca için yapılan problem çözme eylemi (Archer, 1965).

Ürünü, durumla, tatmin verecek şekilde ilişkilendirmek. (Gregory, 1966).

Bir inancı karmaşık biçimde gerçekleştirme eylemi (Jones, 1970).

Bu tanımları gözden geçirdiğimizde, tasarımı algılama ve tanımlamadaki çeşitliliği görebiliriz. Tasarlama metotları, bu dönemde, keşfedilmemiş, ilgi çeken yeni bir alandı. Bu nedenle, bu konuda çalışan kişilerin sayısı kadar, farklı tanım, metot ve arayış vardı. Bu yoğun çalışmalar, ‘Tasarlama Metotları Hareketi’(Design Methods Movement) olarak literatüre geçmiştir.

1960’lı yıllarda bu hareketin etkisiyle konferanslar düzenlendi. ‘1965’te, Birmingham’da, ‘The Design Method’(Gregory, 1966), ve 1967’de, Portsmouth’da ‘Design Methods in Architecture’(Broadbent ve Ward, 1969) başlıklı konferanslar gerçekleşti.’(Cross, 2007).

1960’lı yıllar problem çözme ile ilgili bilgisayar programları çalışmalarına şahit olurken, tasarlama yöntemleri ile ilgili ilk kitaplar yayınlanmaya başladı. 1962’de

Asimow 'Introduction to Design', 1964'te Alexander 'Notes on the Synthesis of Form', 1965'te Archer 'Systematic Methods for Designers', 1970'te Jones 'Design Methods: Seeds of Human Nature' kitaplarını yayınladı.

1965'te Gregory, The Design Method başlıklı kongrede, kendi tebliğinde ilk defa, 'design science' kavramını ortaya atmıştır (Bayazıt 2004). 1968 yılında ise, Herbert A. Simon, Karl Taylor Crompton Konferansları'nda MIT'de gerçekleştirdiği tez çalışmasını sundu. 'Bu konferanslar aynı yıl 'The Sciences of the Artificial' başlığı altında basılmıştır.' (Bayazıt 2004). Diğer yandan, Jones, 1970'deki kitabında, teknolojiadaki gelişmelerin daha da ilerleyerek, tasarımcıların farklı disiplinlerle daha çok çalışacak kişiler olduğunu belirtmiştir. Disiplinlerarası çalışmaların önemi anlaşılırken, gelişen bilgisayar teknolojisinin, tasarlama yöntemleri üzerindeki etkileri de göz önüne alınmaya başlamıştır. 'Sonuç olarak, günümüzde tasarım, birden fazla sayıda tasarımcıyı içeren, kar ve sermaye ortaklarını, müşteriye, üretici ve dağıtımçıları, kaynak sağlayanları, kullanıcıyı ve kitleleri ilgilendiren, bir sosyal süreçtir.' (Jones 1970)

1970'lerde, tasarlama metotları üzerine çalışmalar yoğunlaşırken, bir yandan da bu konu öncülerini de içeren bir grup tarafından reddediliyordu. C. Alexander bir açıklamasında şöyle demektedir; '...Yapılanların büyük bir kısmının entellektüel bir oyun haline dönüştüğünü hissediyorum ve bu nedenle bu alanla olan ilgimi kesiyorum...' (Bayazıt, 2004).

Christopher Jones ise daha sonraki dönemlerde şöyle bir açıklama yapmıştır; '1970'lerde tasarlama metotlarına karşı tepki verdim. Makine dilinden, davranışçılıktan, ve hayatın tümünü mantıklı bir çerçeveye sokmak için süregelen çabadan hoşlanmıyorum.' (Jones, 1977), (Cross, 2007).

Herbert Simon, The Sciences of the Artificial, çalışmasında, tasarım problemlerini, 'wicked problems', yani kötü problemler olarak tanımlamıştı. (Simon, 1996) '..bu problemlere çözüm bulmanın çok güç olduğunu ve bulunan her çözümün çözülmesi gereken başka problemleri yarattığını belirtmiştir.' (Bayazıt, 2004). Bu gelişmeler ve fikir ayrılıkları sürerken, 'tasarlama metodolojisi Horst Rittel'in (1973) 'nesiller' önerisiyle kurtarılmıştır.' (Cross, 2007). Rittel, o döneme kadar gerçekleşen çalışmaları, 'birinci nesil tasarlama metotları' olarak adlandırıyor, yeni tartışmalarla gelişen çalışmalara ise 'ikinci nesil metotlar' diyordu. 'İlk nesil tasarlama metotçuları yöneylem araştırmasının modellerini ve sistem kuramını çok soyut bir şekilde her

tasarım problemine uygulamaya çalışıyorlardı. İlk nesil tasarım metotları bilim adamları ve tasarımcılar tarafından formüle edip uygulandı...Başlangıçta bu basit metotlara gereksinim vardı.’ (Bayazıt, 2004)

1979 senesinde Design Research Society, Design Studies dergisini yayınlamaya başlarken, 1980’lerde mühendislik tasarlama metotlarıyla ilgili bir çok kitap yayınlandı. ‘1980’ler ve 1990’lar tasarım araştırmalarında yeni bir çağ başlatmıştır.’(Bayazıt, 2004). ‘Principles of Engineering Design’ (Hubka, 1982), ‘Engineering Design’ (Paul and Beitz, 1984), ‘Conceptual Design for Engineers’ (French, 1985), ‘Engineering Design Methods’ (Cross, 1989), ‘Total Design: Integrated Methods for Product Engineering’ (Pugh, 1991), 1980’li yıllarda İngilizce yayınlanan önemli kitaplardan bazılarıdır. Diğer yandan, Design Methods Group yayınları ve çalışmalarına devam ederken, EDRA (Environmental Design Research Association) ve ASME (The American Society of Mechanical engineers) mühendislik tasarlama metotları hakkında çeşitli konferanslar düzenliyordu.

‘1970’li yıllardaki şüphelerden sonra, 1980’ler doyurucu bir birleşmenin yaşandığı bir dönem gördü. Bu yapıcı bağlantı 1980 senesinde Design Research Society tarafından düzenlenen ‘Design: Science: Method’ başlıklı konferansla sağlandı. (Jacques and Powell, 1981)’ (Cross, 2007).

Tasarlama metotlarıyla ilgili, 1984 senesinde Design Issues, 1989 senesinde ise Research in Engineering Design, dergileri periyodik olarak yayınlanmaya başladı. 1980’li yılların sonuna doğru gerçekleşen bir diğer önemli gelişme ise, ‘design cognition’ kavramının yavaş yavaş ortaya çıkması ve tasarımla ilgili düşünsel çalışmaların başlamasıdır. ‘Protokol analizi (protocol analysis), psikolojik araştırmaların bir yöntemi olarak 1920’lerde kullanılmaya başlamıştır.’ (Cross ve diğ., 1996). 1996’da yayımlanan Analysing Design Activity başlıklı kitapta, protokol analizlerinin anlatılırken, bu çalışmaların 1980’lerin sonunda mühendislik tasarımı alanında görülmeye başlandığı ifade edilmiştir. (Cross ve diğerleri, 1996). 1980’de Lawson, ‘How Designers Think’, 1987’de Rowe ‘Design Thinking’ isimli kitapları yayınlamış, tasarlama eyleminin kavramsal yanı sorgulanmaya başlamıştır. Protokol analizi çalışmaları 1980’lerin sonundan itibaren yoğun bir şekilde kullanılmış, tasarımla ilgili bir çok disiplin için popüler hale gelmiştir. Bu yoğun araştırmaların sonucunda, ‘..tasarım metodolojisine yoğunlaşmak ve tasarlama eylemini analiz

etmek için daha koordineli bir gelişmeyi sağlamak için..' (Cross ve diğ., 1996), 1994 Delft Protocols Workshop düzenlenmiştir.

'Design cognition' kavramının incelenmesi ve tasarlama sürecinin bilişsel olarak analiz edilmesiyle beraber, 1990'lardan günümüze kadar, tasarlama metotları ile ilgili araştırmalar giderek artmıştır. '1990'larda tasarım araştırmalarının tümünde önemli ilerlemeler olmuştur...Tasarım felsefesi ve kuramları popüler tartışma konuları oldu. Tasarım araştırması temelleri ve metotları yeniden değerlendirildi.'(Bayazıt, 2004).

2.1.2. Günümüzde tasarlama metotları

'Tasarlama metodu, belli bir çalışma prosedürünü, gerçekleştirilecek eylemleri ve bu eylemlerin sırasını, detaylı bir biçimde belirleyen düzenli bir şemadır.'(Gedenryd, 1998).

1990'lı yılların son döneminde, Gedenryd bilişsel tasarım kavramına değindiği, 'How Designers Work?' adlı kitabında bu tanıımı yaparken, aynı zamanda, tasarlama eyleminin açıklanmasında şema ve diyagramlarının eskiden beri kullanıldığını belirtmiştir. Jones, Design Methods isimli kitabında şunu söylemiştir.

'Büyük olasılıkla, tasarlama metotları literatüründeki en önemli özellik, blok diyagramların, matriks ve çeşitli tür ağ örgülerinin, diyagram ve bilgisayar programlarının kullandığı hesaplamaların, hüküm sürmesidir.' (Jones, 1992)

Dolayısıyla tasarım problemlerini çözme mirasında, 1960-1970 seneleri arasında gelişen yoğun çalışmaların etkilerini halen görebiliriz. 1990'lı yıllarla beraber, bilişsel çalışmaların artmasıyla, tasarlama metotları araştırmaları çok farklı yönlerle ilerlese de, bazı temel kavramlar ya da şemaların kullanılması gibi ilkeler varlığını sürdürmüştür. Gedenryd (1998), hem 1960'lardan gelen tasarlama metotları mirasının hem de güncel bilişsel araştırmaların, tasarlama süreci üzerine büyük miktarda veri biriktirdiğini, fakat halen büyümekte olan bu bilgi birikiminin arkasında duracak teorik alternatiflerin eksikliğinin hissedildiğini belirtmiştir. 'Her iki alandaki ortak problem, işlerin nasıl yürümesi gerektiği hakkındaki teorik bilgiyle, gerçekte nasıl yürüdükleri arasındaki uyumsuzluk, 'ideal' ile 'gerçek' arasındaki boşluktur.'(Gedenryd, 1998).

Cross, Seul’de gerçekleşen *5th Asian Design Conference* isimli konferanstaki bildirisinde, tasarlama metotlarının 1960’lardan itibaren geçirdiği evreler için şunu söylemiştir.

‘Tasarım ve bilim arasındaki ilişki hakkındaki merak, tasarım tarihi tarihinde güçlü olarak iki periyotta ortaya çıkmıştır; 1920’lerde, bilimsel tasarım ürünlerinin arayışı ile, ve 1960’larda bilimsel bir tasarım sürecinin arayışı ile. Bu arayışlardaki 40 senelik döngü, tekrar geri dönüyor gibi gözüküyor, ve 2000’lerde tasarım ve bilim kaygılarının tekrar oluştuğunu görmeyi bekleyebiliriz.’(Cross, 2001). Dolayısıyla, günümüzde tasarlama metotları hakkında çok geniş bir literatüre sahip olmamıza rağmen, bu süreçle ilgili kaygılarımızın ve arayışlarımızın devam ettiğini söyleyebiliriz.

Gedenryd, tasarlama metotları mirasından gözlemlediği ortak noktaları bilişsel bir bakış açısıyla birleştirerek tasarım sürecini aşağıdaki gibi tanımlamıştır (Gedenryd, 1998).

- 1- Ayırma: Tasarım sürecinin, her eylemin birbirinden ayrı ve yalıtılmış biçimde gerçekleştirildiği, bağımsız bölümlere ayrılması
- 2- Mantıksal sıra: Bu eylemlerin gerçekleştirileceği kesin bir sıra belirlenmesi
- 3- Planlama: Bu aktivileri aşamalarla gerçekleştirmek için yapılacak sıranın ön belirlenmesi
- 4- Ürün-süreç simetrisi: Bu planlamanın, tasarım sürecinin yapısının, sonuç ürünün alt bileşenlerini yansıtmasını sağlayacak biçimde organize edilmesi

Güncel tasarlama metotları önerilerinden biri de Design Council tarafından 2005 senesinde önerilen ‘Double Diamond’ tasarım süreci modelidir. 2007 senesinde, Design Council, dünyanın önde gelen firmalarıyla, tasarım sürecinin incelendiği bir araştırma çalışması yapmıştır. Bu çalışmada tasarlanmış ürünler satan ya da tasarımı firma kimliğinde çok ağırlıklı olarak kullanan, Alessi, Starbucks, Whirlpool, Sony, Lego, Yahoo gibi firmalarla çalışılmıştır. Bu çalışmada cevabı aranan sorular aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Tasarımı kullanan büyük firmalarda uygulanan tasarım süreci nasıldır?
- Bu süreç nasıl yönetilmektedir?
- Tasarım sürecinin getirdiği faydalar nedir?

- Bu firmaların uyguladığı tasarım süreçlerinin arasındaki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?

- Bu tasarım süreçleri içinde, en iyi sonuç verdiği söylenebilecek eylem ya da metotlar var mıdır? (Design Council, 2007).

Design Council bu çalışmasında, 2005 senesinde önerdiği metodoloji üzerinden ilerlemiştir. Bu metodun önerilen dört ana adımı aşağıdaki gibi sıralandırılmış ve detaylandırılmıştır.

1- Keşfetme: Pazar araştırması; Kullanıcı araştırması; Bilgiyi düzenleme; Tasarım araştırma grupları

2- Tanımlama: Proje geliştirme; Proje yönetimi; Projenin sonlanması

3- Geliştirme: Disiplinlerarası çalışma; Görsel yönetim; Geliştirme metotları; Test etme

4- Teslim: Final testler, onay ve kurulum; Hedefler, değerlendirme ve geri besleme (Design Council, 2007).

11 firma ile görüşülen bu kapsamlı çalışmada, tasarım sürecinin ortak adımları yukarıdaki gibi belirlenmiş, ve firmaların tasarım süreçleri bu adımlar üzerinden sorgulanarak, tasarım metotları detaylandırılmıştır. Dolayısıyla, günümüze geldiğimizde, tasarım problemlerini çözmek için geçirilen en yaygın sürecin, öncelikle problemi anlama, daha sonra araştırma, araştırmanın ışığında fikir geliştirme ve çözüm, ortak adımlarından oluştuğu söylenebilir. Bu araştırma da kullanılan soru kağıdı da, bu temel adımlara bağlı kalarak oluşturulmuştur.

Günümüzde, tasarım ve sonuç ürüne ulaşma süreci ile ilgili çok fazla bilgi kaynağımız bulunmaktadır. Basit problem çözme tekniklerinden, günümüz bilişsel çalışmalarına kadar, çok fazla gelişme olmasına rağmen, tasarım sürecinin algılanmasında değişmez ortak noktaların olduğunu gözlemleyebiliriz. Bunu, ‘ürünler için bilimsel bir süreç arayışı’ başlığı altında değerlendirdiğimizde ise, ilk nesil tasarlama metotlarının günümüz tasarım problemleri ve tasarım araştırmaları için yetersiz gözüktüğünü, fakat aynı zamanda , çoğu tasarımcının da bu gelenekten referans alarak hareket ettiğini görmekteyiz. Günümüzde ele alınan tasarım problemleri, her aşamada disiplinler arası çalışmayı ve tecrübe alışverişini

gerektirmektedir. Fakat bu karmaşık yapının temelinde de, problemi alt birimlere ayırarak, bu alt problemlerle teker teker mücadele eden yöntemi görebiliriz.

3. UYGULANAN ARAŞTIRMA METODU

3.1. Akış şeması

Tez çalışmasının ana amacı tasarım sürecini gözlemleyerek, kullanılan tasarlama metotları üzerine araştırma yapmaktır. Bu amaçla tez çalışmasında kullanılan metot bu bölümde açıklanmıştır.

3.1.1. Görüşülecek Tasarımcıların Belirlenmesi

Çalışmada tasarımcıların kullandıkları tasarlama metotları hakkında bilgiler almak amaçlanmıştır. Bu nedenle, tez çalışmasında endüstri ürünleri tasarımcıları ile görüşmeler yapılmasına karar verilmiştir. Bu görüşmelerden sağlıklı bilgiler alınması için, görüşülecek tasarımcılar belli kriterlere göre seçilmiştir. Bu kriterlerden birincisi, tasarımcının endüstri ürünleri tasarımı alanında aktif olarak çalışmakta olmasıdır. Bu kriter, tüm tasarımcılarla güncel piyasa şartları üzerinden konuşulmasını sağlamıştır. İkinci olarak görüşülecek tüm tasarımcıların kendi ofisleri olmasına karar verilmiştir. Bir firmanın endüstriyel tasarım departmanında çalışan bir tasarımcının bir ürünle ilgili geçirdiği tasarım sürecinde, firmanın stratejileri, diğer departmanlarla olan ilişkiler gibi çok farklı etkenler olmaktadır. Kendi firması çatısı altında çalışıp, dışarıdan müşterilerle çalışan tasarımcılar ise, tasarım sürecini daha bağımsız yönetebilmektedirler. Kendi firma, marka ya da mağazaları olan tasarımcıların, tasarım süreçlerinde kullandıkları metotlar hakkında daha net gözlemler yapılmasının mümkün olduğu düşünülmüştür.

Üçüncü kriter, görüşülen tüm tasarımcıların seri olarak üretilmiş, satılmış, ya da satılacak olan ürünleri olmasıdır. Sektörde, üretilerek satışa çıkmış ürünleri olan tasarımcıların, tasarım sürecinin gerçek hayatta nasıl yaşandığına dair daha güvenilir bilgiler verebileceğine karar verilmiştir.

Sonuncu olarak, görüşülecek tasarımcıların Türk tasarımcılar olmasına karar verilmiştir. Farklı ülkelerde endüstri ürünleri tasarımı meslek pratiğini gerçekleştiren tasarımcıların çalışma şartları farklı olacağı için, karşılaştırmaların sağlıklı olması

amacıyla, Türkiye’de endüstri ürünleri tasarımı yapan tasarımcılar seçilmiştir. Bu kriter, ayrıca, tasarımcılarla internet aracıyla görüşmek yerine, yüzyüze görüşmeler yapma şansını arttırmıştır.

Belirlenen kriterler doğrultusunda, görüşülmek üzere bazı tasarımcı isimleri belirlenmiştir. Bu liste, çalışma süresince ve görüşmeler devam ettikçe, değişikliklere uğramıştır. Görüşülmek istenen bazı isimlerden randevu alınamamış, yeni isimler belirlenmiştir. Çalışma süresince, yeni isimlerin araştırması sürekli yapılmış, birçok tasarımcıyla iletişime geçilmiştir. Yaklaşık 30 tasarımcıya randevu talebinde bulunulmuştur. Bu tasarımcılardan bazıları, görüşme talebini kabul etmelerine rağmen, çalışmalarının yoğunluğu nedeniyle görüşmeler gerçekleşmemiştir. Bazı tasarımcılar ise, doğrudan görüşme talebini reddetmişlerdir. Bu çalışmalar sonunda görüşülen tasarımcılar, görüşme tarihlerine göre, aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

1. Tanju Özelgin , 15/10/2007
2. Armağan Birgil, 22/10/2007
3. Kunter Şekercioğlu, internet üzerinden
4. Yılmaz Zenger, 27/11/2007
5. Oya Şenocak, 10/12/2007
6. Gamze Akay, 09/11/2007
7. Hatice Armağan, 17/01/2008
8. Orhan Irmak, 07/03/2008
9. Ela Cindoruk, 12/03/2008
10. Nazan Pak, 12/03/2008
11. İnci Mutlu, 12/03/2008
12. Ahmet Kaleli, 15/03/2008
13. Koray Malhan, 19/03/2008
14. Aysun Altındağ, 21/03/2008
15. Zafer Uluçay, 31/04/2008

3.1.2. Soru Kağıdının Hazırlanması

Tasarımcılarla yapılacak görüşmelerde bir soru kağıdı üzerinden ilerlenmesine karar verilmiştir. Tasarımcıların, tasarım sürecindeki adımları ve sınırları çok net biçimde belirleyemeyeceği ve bir ürünü nasıl tasarladıklarını açıklamakta zorluk çekecekleri düşünüldükçe, yönlendirici bir soru kağıdı hazırlama ihtiyacı duyulmuştur. Bu soru kağıdının, araştırmada öğrenilmesi amaçlananları ortaya koyacağı ve tasarımcıların farklı konularda yapacağı açıklamaları en aza indireceği düşünülmüştür.

Soru kağıdını hazırlamak üzere iki ana başlıkta çalışmalar yapılmıştır. İlk olarak, tasarım süreci hakkında öğrenilmek istenenler belirlenmiştir. Bu noktada çalışmanın daha önceki bölümünde özetlenen literatür araştırması yapılmıştır. Tasarlama metotlarının hangi noktaya geldiği araştırılarak, soru kağıdının güncel bir tasarım sürecinin adımları üzerinden düzenlenmesi amaçlanmıştır. Soruların sıralanmasında, ideal kabul edilebilecek tasarım sürecinin adımları referans olarak kullanılmıştır. Bu sıralama, iş tanımının alınması, planlama, araştırma, fikir üretimi, model çalışması, sunum ve revizyonlar olarak özetlenebilir. Görüşmeler sırasında, bu adımların, öncelikle uygulanıp uygulanmadığı, eğer uygulanıyorsa detayları sorulmuştur. Görüşmelerin soru kağıdındaki sıralamaya göre ilerlemesine dikkat edilmiş, fakat tasarımcılar anlatmak istedikleri konularda serbest bırakılmıştır. Soru kağıdında öngörülen tasarım süreci adımları dışında, farklı uygulamaların olup olmadığı, varsa detayları öğrenilmeye çalışılmıştır. Soru kağıdında ayrıca, tasarımcıların tasarım sürecinde kullandıkları farklı yöntemlere dair sorular bulunmaktadır. Sorular, tasarımcılara, tasarım sürecinin adımlarını hatırlatacak şekilde sıralanmış fakat herhangi bir şekilde yönlendirilmemelerine dikkat edilmiştir.

Soru kağıdının hazırlanması için araştırılan ikinci konu, tasarımcılarla görüşmelerin nasıl yapılacağıdır. Bu amaçla, tasarım, mimarlık dergilerinde ve internet sitelerinde, tasarımcılarla yapılan röportajların taraması yapılmıştır. Tasarımcılara yöneltilen hangi soruların daha başarılı ve detaylı cevaplar alabileceği öğrenilmeye çalışılmıştır. Bu araştırma sonucunda, soru kağıdına, tasarım anlayışı ve kültürü ile ilgili sorular eklenmiştir.

Soru kağıdı hazırlandıktan sonra, piyasada çalışan bir tasarımcı ile deneme görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bu görüşme sonucunda çok verimli olmadığı görülen sorular düzeltilmiş ya da soru kağıdından çıkarılmıştır. Tasarımcının anlatma ihtiyacı

duyduğu görülen konularla ilgili bazı sorular eklenmiştir. Böylece soru kağıdı revize edilerek, asıl görüşmelere başlanmıştır.

Soru kağıdı beş bölümden oluşmaktadır. Tasarımcının kısa özgeçmiş bilgisi alındıktan sonra birinci bölümde tasarımcının ofisi hakkında sorular sorulmuştur. İkinci bölümde, tasarım sürecinin adımları sıralanmış, tasarımcıya, bu adımları uygulayıp uygulamadığı, uyguluyorsa nasıl uyguladığı ve bu adım hakkındaki fikirleri sorulmuştur. Üçüncü bölümde, tasarımcılarla üretilmiş bir ürünleri hakkında konuşulmuştur. Bu ürün tasarımcıların kendi önerileriyle seçilmiştir. Tasarım sürecinin adımları ve uygulamaları hakkındaki sorular bu ürün için tekrarlanmıştır. Bir sonraki bölümde, tasarımcılara, tasarım anlayışları, etkilendikleri kitaplar, yayınlar, takip ettikleri dergiler gibi, genel bir profil oluşturabilecek sorular yöneltilmiştir. Beşinci bölümde ise kısa bir şekilde, aldılarsa, aldıkları tasarlama metotları eğitimi hakkında sorular sıralanmıştır.

Yapılan görüşmelerde, soru kağıdındaki sıralamaya sadık kalınmış, fakat tasarımcıların anlatmak istedikleri kesilmemiş ve esnek davranılmıştır. Çalışmada kullanılan soru kağıdı Ek O'da verilmiştir.

3.1.3. Tasarımcılardan Randevu Alınması

Görüşülmesi planlanan tasarımcılar belirlendikten ve soru kağıdı hazırlandıktan sonra kendileriyle irtibata geçilmiştir. İletişim, telefon ve e-posta yoluyla sağlanmıştır. Tasarımcılardan yedisi ile e-posta yolu ile, dokuzu ile telefon ile görüşerek randevu alınmıştır. Görüşme isteğini kabul eden tasarımcılarla, programlarına uygun randevu saatleri belirlenmiştir. Bu randevunun tarih ve zamanını belirlemek çoğunlukla, iş yoğunluğu gibi sebeplerle, vakit almıştır. Karar verilen randevu tarihlerinde, genellikle ertelemeler olmuştur. Çalışmanın genelinde, bir tasarımcıyla irtibata geçildikten en az iki hafta sonra görüşülebildiği söylenebilir. Bu nedenle çalışmada en çok vakit alan kısımlardan biri, tüm görüşmelerin tamamlanması olmuştur. Bazı tasarımcılarla ise, yine iş yoğunluğu nedeniyle internet aracılığıyla görüşülmüştür. İnternet üzerinden yapılan görüşmelerde, soru kağıdı tasarımcılara açıklamalı olarak gönderilmiştir. Ayrıca bazı sorularla ilgili telefonda açıklamalar yapılmıştır.

3.1.4.Tasarımcıyla Görüşme

Tasarımcılardan randevu alındıktan sonra, belirlenen tarih ve saatlerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İnternette uygulanan soru kağıtları dışında, tüm görüşmelerde ses kaydı yapılmıştır. Görüşmeler, en az 45 dakika en çok 2 saat sürmüştür. Tasarımcının katılım isteğine göre, sorulara cevap süresi açık bırakılmış, farklı sorulara farklı vakit ayrılmıştır. Görüşmenin başında, her tasarımcıya yapılan çalışma hakkında bilgiler verilmiş, görüşmenin amacı ve ne beklendiği açıklanmıştır.

İnternet üzerinden gerçekleştirilenler dışında, görüşmeler tasarımcıların ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Ofis dışında, Armağan Birgil ile, öğretim görevlisi olarak çalıştığı okulda, Yılmaz Zenger ile ise stand kurduğu fuar alanında görüşülebilmektedir. Tasarımcıların iş yoğunluğu nedeniyle, görüşmeler kısa zaman aralıklarında gerçekleştirilmiştir. Bazı görüşmeler bu nedenle yarım kalmıştır. Bu görüşmelerde tasarımcılara öncelikle tasarım süreci ile ilgili sorular yöneltilmiştir ve tasarım kültürü ile ilgili sorulara vakit kalmamıştır. Bu sorular daha sonra, tasarımcılar tarafından internet üzerinden cevaplanmıştır.

Tasarımcılarla yapılan görüşmelerde, ayrılan vaktin az olması, iş ortamında görüşülmesi nedeniyle, arada kesintilerin olması, ve bu kesintiler nedeniyle tasarımcıların dikkatinin dağılması gibi zorluklar yaşanmıştır. Fakat, soru kağıdı tüm aksamalara rağmen, öncelikli tasarım süreciyle ilgili sorular olmak üzere tamamlanmıştır.

3.1.5.Ses Kaydının Dökümü

Görüşmelerden sonra ses kayıtları, çalışmayı hazırlayan tarafından dökümlenmiştir. Tasarımcıların, bazı sorulara farklı yerlerde cevap vermesi nedeniyle, orijinal ses kaydının dökümü ile soru kağıdına uygun sıralamada aktarımı, farklı olabilmektedir. Görüşmelerin dökümleri eklerde verilmiştir.

3.1.6.Görüşmenin dökümünün tasarımcıya gönderilmesi ve düzeltmelerin yapılması

Görüşmelerin dökümleri, soru kağıdına aktarılmış hali ile tasarımcılara gönderilip, fikir ve onayları alınmıştır. Çoğunlukla tasarımcılardan düzeltme gelmemiş, gelen düzeltmeler, imla hataları hakkında olmuştur. Düzeltmelerde, görüşme sırasında

tasarımcının dikkatini dağıtmamak için, ya da zaman kısıtlaması nedeniyle atlanan bazı sorular da tasarımcılar tarafından cevaplanmıştır.

3.1.7.Görüşme sonucunda elde edilen bilgiler ile tasarımcı hakkında tabloların oluşturulması

Soru kağıtları cevaplarıyla birlikte her tasarımcı için tamamlandıktan sonra, bilgiler hazırlanan tablolara aktarılmıştır. Tablolarda tasarım süreci adımları sıralanarak, bilgilerin daha kolay anlaşılması ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmanın tüm verilerini kapsayan tablolar, bulgular kısmında yer almaktadır.

3.2 Soru Kağıdı

Görüşmelerde kullanılan soru kağıdı Ek O'da verilmiştir. Bu bölümde soru kağıdında, kullanılan sorular ve sıralanmaları, cevabı aranan sorular açıklanacaktır.

Soru kağıdının başında, görüşülecek tasarımcıya, çalışma ile ilgili bilgi verilmiştir. Sorulardan önce, kısaca tasarımcının özgeçmiş bilgisi alınmıştır. Tasarım süreciyle ilgili sorulardan önce, tasarımcının varsa ofisiyle ilgili kısaca bilgi alınmıştır. Bu bölümde sorulan sorular aşağıdaki gibidir:

Ofisiniz var mı? Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Bu bölümdeki soruların amacı, tasarımcının çalışma yoğunluğunu ve ofisin/firmanın iş kapasitesini görmek, kişisel ve iş tecrübesi hakkında bilgi sahibi olmaktır.

Tasarım süreciyle ilgili sorulara geçildiğinde, öncelikle süreç hakkında tasarımcının genel görüşleri alınmıştır. Bu bölümdeki sorular aşağıdaki gibi sıralanmıştır.

1) Bir iş tanımı aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz? Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı? Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Bu noktaya kadar olan sorularda tasarımcının bir iş tanımı aldıktan sonraki projeyi anlama ve araştırma sürecinin anlaşılması, bu amaçlar için ne eylemlerde bulunduğu görülmüş amaçlanmıştır.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz? Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı? Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Devamında gelen yukarıdaki sorularla ise, anlama, analiz ve araştırmadan sonra gelen, fikir üretme aşamasında yapılanları sorgulamak amaçlanmıştır.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıklar mısınız?

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıklar mısınız?

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıklar mısınız?

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Fikir üretme aşamasından sonra gelen adımlarla ilgili sorularda ise, öncelikle eskiz model ve prototip çalışmalarının süreçteki yeri sorulmuştur. Daha sonra ise, karar verme, imalat ve sonuç ürün değerlendirilmesi aşamaları incelenmiştir.

Soru kağıdının bu şekilde hazırlanmasının amacı, tasarım sürecinde genel geçer ortak adımlarla görüşmeye tasarımcının kaybolmayacağı biçimde yön vermektir. Bu adımlarla tasarımcıya dikte edilmemiş, tasarımcı tek bir yöne odaklamaktan kaçınılmıştır. Tasarımcıların kendi metotlarını anlatmaları için soruların ucu açık bırakılmış, yarı açık görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Tanju Özelgin

4.1.1. Tasarımcının özgeçmişi

1962 İstanbul doğumlu olan Tanju Özelgin, 1984 senesinde Marmara Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun oldu. 1987'de kendi tasarım ofisi Scala Design'ı kurdu. 1996 senesinde Ertan Binme ile Parlak Kırmızı'yı, 2007 senesinde ise Tanju Özelgin Stüdyo'yu kurdu. Tüm çalışmalarına TO bünyesinde devam etmektedir.

4.1.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 15/10/2007 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü 'To' isimli kanepedir. (Şekil 4.1) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek A'da verilmiştir.

Tablo 4.1: Tanju Özelgin; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün I</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	Ç	E
Tasarım kararı (kişisel)	B	H
Planlama	H	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	H	H
Sunum	E	E
Prototip	B	E
İmalat/ geri beslemeler	B	E

Yapılan görüşmede, tasarımcının süreçle ilgili anlattıkları Tablo 4.1'de özetlenmiştir. Tasarımcı, ürün tasarlamaya firmaların iş tanımlarıyla başladığını belirtmiştir. Sürecin planlamasında toplantılarda işveren tarafından verilen

tarihlerin belirleyici olduğunu anlatmıştır. Tasarımcı bir araştırma süreci geçirdiğini, fakat bu adımda, tasarımcının, piyasa araştırması yanında ürün analizini ve gözlemi birleştirdiği anlaşılmaktadır. Tasarımcı, piyasada olanları ve olmayanları araştırmadan önce, ürünü çok iyi anlamaya çalıştığını özellikle belirtmiştir.



Şekil 4.1: Ürün 1, TO Kanepe

Tasarımcı fikir üretimi aşamasını detaylı olarak anlatmasına rağmen, araştırma ile arasında net sınırlar ifade etmemiştir. Tasarımcı, tasarlama ve farklılığı yakalama sürecinin tümüyle zihninde geçtiğini, ve düşünsel bir süreç olduğunu ifade etmiştir. Tasarım problemine çözüm ararken, problemle ilgili kriter ve kısıtlamaları zihninde taradığı ve bu şekilde yoğunlukla çözüme giden ürün fikirlerinin ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Ürün fikri zihninde oluştuktan sonra, ürünü hemen bilgisayar ortamında modelleyerek, çeşitli alternatifleri de orada denediğini, bazı ürün örnekleriyle göstermiştir. Bu yöntem, bir tür eskiz süreci sayılabilir. Fakat tasarımcı, farklı alternatifleri ya da denemeleri kağıda dökmemekte, bu süreci zihinsel yaşamaktadır. Uygulamaya karar verdiği tasarımı ilgili renk, boyut gibi denemeleri ise yine kağıt üzerinde değil, bilgisayar ortamında yapmaktadır. Tasarımcının bu çalışma metoduna gösterdiği örnekte gözlemlenen ilginç nokta, her ne kadar ürünün konseptine büyük oranda karar verilmişse de, bilgisayar ortamında yapılan bu denemelerde ürüne yeni özellikler katılmasıdır. Dolayısıyla, tasarımcının, bilgisayar ortamında, sadece 3 boyutlu çizim yapmadığı kağıt kalemle yapılan eskiz çalışması gibi bir yandan ürünle ilgili düşündüğü, kanısına varılabilir.

Tasarımcı, çalıştığı ürün gruplarıyla ilgili tecrübesi nedeniyle, eskiz model çalışması yapmadığını söylemiştir. Tasarımcı sunum yapacağı toplantılarında, bilgisayar

modellemelerini, çıktı olarak ya da direk bilgisayardan sunduğunu anlatmıştır. Bu nedenle, tüm süreç içinde sunum çalışmasına ayrı ve fazla bir zaman harcamadığı anlaşılmaktadır. Yine imalat tecrübesi nedeniyle, imalat öncesi prototip çalışmasını da genellikle bir kere yaptığını ya da yapmadığını, imalattan geri dönüşlerin de olmadığını belirtmiştir.

İlk aşamada genel anlamda konuşulan tasarım süreci, daha sonra tasarımcının ‘To’ isimli kanepe tasarımı üzerinden konuşulmuştur. Bu ürünün tasarım sürecinde, tasarımcının ilk aşamada açıkladığı adımları benzer şekilde uyguladığı görülmüştür. Bu üründe tasarımcı, genel metoduna paralel olarak, ürüne zaten hazırlıklı olduğunu ve konsept ve fikir aşamasının tümüyle zihinsel geliştiğini, bu aşamadan doğrudan bilgisayarda modellemeye geçtiğini belirtmiştir. Tasarımcı, tasarlama sürecinde, en yoğun olarak araştırma sürecini uygulamaktadır. Tasarımcının araştırma eylemleri Tablo 4.2’de özetlenmiştir. Klasik araştırma eylemlerinden farklı olarak, ürünle ilgili fikir geliştirme, sınırlayıcı ve belirleyici kriterleri değerlendirme ve gözlem gibi, ürünün tasarımını önemli ölçüde etkileyen süreçleri de, araştırma ile harmanladığı gözlemlenmiştir.

Tablo 4.2: Tanju Özelgin; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün1</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	H
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	H
Dergiler	N	H
Ödüllü tasarımlar	N	H
İlgili önceki tasarımlar	N	H
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Araştırma sürecinde, tasarımcının önemle belirttiği konulardan biri, herhangi bir çalışmaya başlamadan önce ürünü iyice anlama çabasıdır. Piyasa ve ürün ile ilgili araştırmalarda ise, özellikle, olmayanı yakalamak ve vizyonu görmek amacıyla, daha önceki tasarımları ve ödül alan tasarımları incelediğini belirtmiştir. Tasarımcı, fikir üretimi süreciyle ilgili çok detaylı bilgi vermiştir. Fakat bu adımı, bir önceki araştırma aşamasından kesin çizgilerle ayırmak mümkün değildir.

Tablo 4.3.: Tanju Özelgin; fikir üretimi aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün1</i>
Zihinsel	Y	Y
Eskiz (çizim araçları)	A	H
Eskiz (bilgisayar)	N	A
Eskiz (Maket)	H	H
Beyin fırtınası (kişisel)	Y	Y
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Tablo 4.3.'te tasarımcının, fikir üretimi eylemleri, genel bakış ve To kanepesi için uygulaması olarak karşılaştırılmıştır.

Tasarımcı, birinci aşamada anlattığı gibi, ürünün tasarlanırken yoğun bir zihinsel süreç geçirmiştir. Genelde bazı detayları not almak için eskiz çizdiğini söylerken, üründe bunu uygulamamıştır. Bilgisayarda ürünü modellerken, genelde ürüne bir şeyler katarken, bu üründe, zihinsel aşamada ürünü büyük oranda çözdüğü görülmüştür.

Sonuç olarak tasarımcı, tasarım sürecinin büyük kısmını zihinsel eylemlere ayırdığı bir metot uygulamaktadır denilebilir.

4.2. Armağan Birgil

4.2.1. Tasarımcının özgeçmişi

Devlet Güzel Sanatlar Akademisi mezunu tasarımcı, Londra, Royal College of Art kısa süreli yüksek lisans öğrencisi olduktan sonra, doktorasını Mimar Sinan Üniversitesi'nde tamamladı. Koç Holding Araştırma Merkezi, Jan ve Claude Nahum yanında danışman tasarımcı olarak çalıştı.

1987 ve 2000 yılları arasında, Gainesville, FL. Alarko, Banat, Demirdöküm, Eka, Endiksian, General Electric, Isuzu, Iveco Otayol, Kav Ambalaj, Otokar, Profilo, Simko, Simtel gibi firmalara bağımsız tasarım projeleri yapan tasarımcı, Mimar Sinan Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalıştı ve halen Doğu Üniversitesi'nde çalışmaktadır.

4.2.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

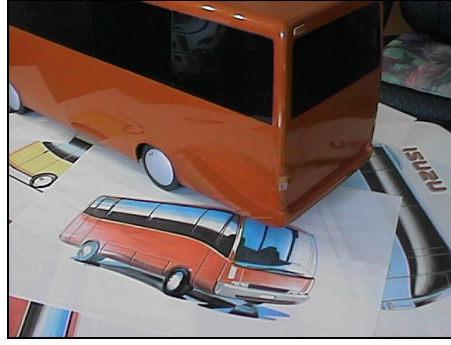
Görüşme 22/10/2007 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Isuzu firması için yapılan midibüs projesidir.(Şekil 4.2) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek B’de verilmiştir.

Tasarımcının tasarım süreci ile ilgili genel uygulaması Tablo 4.4’te verilmiştir. Tasarımcı, araştırma ve planlama sürecini mutlaka uygulamakta, kişisel tasarım sürecinde ise yine Tablo 4.4’te görüleceği gibi, yoğun olarak eskiz çalışması yapmaktadır. Tasarım süreci genelinde eskiz maket uygulamasını çok yoğun kullanırken, çalıştığı ürün grupları nedeniyle mutlaka prototip çalışması yaptığını ve imalattan geri dönüşler aldığını belirtmiştir.

Tablo 4.4: Armağan Birgil; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün2</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	H	H
Planlama	E	E
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	H	H
Eskiz maket	B	E
Sunum	E	E
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	E	E

Tasarımcı, örnek ürünün tasarım sürecinde, öngördüğü metoda yakın bir süreç yaşamıştır. İş tanımı alındıktan sonra, araştırma süreci geçirdiğini ve firmanın verdiği verileri incelediğini belirtmiştir. Kişisel tasarlama sürecinde, sadece eskiz çizen tasarımcı, ürünün konseptinin oluşumunun, eskiz çizerken kendiliğinden çıktığını anlatmıştır. Bu noktada ilginç bir gözlem, tasarımcının, ürün konseptinde, tasarımcı konsepti değil, firmanın verileriyle oluşan ortak bir konsept olduğunun, ürün konseptlerinin anonim olduğunun üzerinde özellikle durmasıdır. Tasarımcının firmadan gelen iş tanımına ve verilere çok önem verdiği gözlemlenmiştir. Tablo 4.5’te görüldüğü gibi, araştırma sürecinde çoğunlukla, dünyadaki örneklerle bakmaya, ve firmanın verdiği bilgilerden yararlanmaya çalıştığı görülmüştür.



Şekil 4.2: Ürün 2, Isuzu için yapılan midibüs

Tablo 4.5: Armağan Birgil; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün2</i>
Gözlem	N	A
Piyasa Araş. (İnternet)	A	H
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	H
Dergiler	N	H
Ödüüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	N	N
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Tablo 4.6’te ise tasarımcının fikir üretim sürecindeki eylemleri, yöntem ve uygulama olarak karşılaştırıldığında, eskiz çizerek çalışma alışkanlığının baskın olduğu görülmüştür.

Tasarımcı ayrıca, tasarlama sürecinde, ofisteki diğer tasarımcıların da çizimler yaptığını anlatmıştır. Tasarımcı, tasarlama kararlarını yoğun olarak çizimler, eskizler sırasında almaktadır.

Sonuç olarak, Armağan Birgil, genel olarak tasarım sürecinde çizime çok önem verdiğini belirtmiştir. Endüstri ile çok fazla çalışma tecrübesi olan tasarımcı, fikir üretme aşamasında, firmanın verdiği bilgilerin çok önemli olduğunu ve bu bilgiler doğrultusunda, yoğun çizimlerle ürünün ortaya çıktığını anlatmıştır.

Bu görüşmede, üretim kısıtlamalarının daha baskın olduğu projelerde, konsept oluşturma, fikir üretme gibi adımların daha geri planda kaldığının gözlemlendiği söylenebilir.

Tablo 4.6: Armağan Birgil; fikir üretimi aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün2</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	Y	Y
Eskiz (bilgisayar)	H	H
Eskiz (Maket)	B	H
Beyin fırtınası (kişisel)	A	A
Beyin fırtınası (grup)	B	N

.4.3. Kunter Şekercioğlu

4.3.1. Tasarımcının özgeçmişi

1996 senesinde ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun olan tasarımcı, 2002-2004 seneleri arasında ETMK Yönetim Kurulu Üyesi olarak Genel Sekreterlik görevini gerçekleştirmiştir. İyi tasarımın ayırteci, yenilikçi, eğlenceli, kullanışlı ve ekonomik olarak ulaşılabilir olması gerektiğine inanan Kunter Şekercioğlu, çalışmalarına Kilittaşı Tasarım Mimarlık firması kapsamında devam etmektedir.

4.3.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Tasarımcıyla röportaj, internet üzerinden yapılmış, sorular hakkında tasarımcının istediği açıklamalar telefon görüşmeleri ile sağlanmıştır. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Bonus Kart için yaptığı kasa yanı kalemliklerdir. (Şekil 4.3) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek C'de verilmiştir.

Tasarımcının verdiği bilgiler ışığında, tasarlama metodu ve uygulaması Tablo 4.7'de değerlendirilmiştir. Fakat röportajın internet üzerinden olması nedeniyle, bazı soruların cevabının alınmasında zorluk yaşanmıştır. Tasarımcının yaptığı açıklamalar doğrultusunda, genel olarak tasarımcının metoduyla uygulaması arasında bir paralellik gözlemlenmiştir. Tasarımcı araştırma sürecinde araştırdığı konuları açıklamış, fakat kullandığı yöntemler hakkında bir bilgi vermemiştir. Araştırma sürecinde, proje ve ürün grubundaki tecrübeye göre, pazar araştırmasına önem verdiğini belirtmiştir.

Tablo 4.7: Kunter Şekercioğlu; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün3</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	-	-
Planlama	E	E
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	B	E
Sunum	E	E
Prototip	B	E
İmalat/ geri beslemeler	E	E



Şekil 4.3: Ürün 3, Smart kalemlik

Kişisel tasarlama süreci ile ilgili ise, tasarımcıdan bilgi alınmakta zorluk çekilmiştir. Örneğin tasarımcı, fikir üretimi aşamasında gerçekleştirdiği eylemler hakkındaki soruya, mesleğinin gereklerini yaptığı şeklinde cevap vermiş, bu eylemleri detaylı açıklamamıştır.

Daha ilginç olarak, ürün uygulamasındaki fikir üretimi hakkındaki soruya, tasarımcı, tasarlama sürecinin adımlarını saydığı soruları referans göstererek cevap vermiştir. Bu noktada, fikir üretimi aşamasının tasarım sürecine ne denli yayıldığı gözlemlenebilir.

Bu röportajla ilgili bir diğer gözlem, tasarımcının görüşülen diğer tasarımcılara benzer olarak, her adımın proje ve iş tanımına göre değiştiğini sık sık tekrarlamış olmasıdır.

4.4. Yılmaz Zenger

4.4.1. Tasarımcının özgeçmişi

Yılmaz Zenger 1958 tarihinde İTÜ Mimarlık Fakültesinden mezun olduktan sonra yüksek lisansını aynı okulda kürsüsünde tamamladı. 1962-63'de üniversite tarafından Londra'ya gönderildi. Bu tarihten sonra günümüze dek çeşitli üniversite ve kurumlarda dersler vermeye devam etmesine karşın, onu proje ve tasarım alanında çalışmalarıyla tanımaktayız. Çeşitli üniversitelerde endüstri tasarımı ve "Görüntü Dili" üzerine konferanslar verdi. Çeşitli dergilerde çok sayıda makaleleri yayınlanan Yılmaz Zenger'in 200 ü aşkın özgün tasarımı, çeşitli resim heykel, dekoratif obje, mücevher tasarım ve uygulaması, bulunmaktadır.

4.4.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 27/11/2007 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü 'Attached to..' isimli çalışmasıdır. (Şekil 4.4) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek D'de verilmiştir.



Şekil 4.4: Ürün 4, Attached to

Yılmaz Zenger, endüstri ürünleri tasarımı disiplini içinde farklı bir noktada değerlendirilebilecek çalışmalar yapmaktadır. Mobilya ürün grubundaki çalışmaları ile birlikte, tasarımcı matematik ve geometriyi kullanarak, formlar ve malzeme üzerine çalışmalar da yapmaktadır. Tasarımları mekanlarda ürün olarak kullanıldığı gibi, ünlü sanat galerilerinde de sergilenmektedir. Bu nedenle, tasarımcının, tasarım sürecinde daha serbest olduğu göz önüne alınmalıdır. Tasarım kararını çoğunlukla kendisinin verdiğini belirtmiştir. İmalat kendi denetiminde olduğu için, imalatla ilgili kısıtlamalarda da inisiyatif kullanabilmektedir. Tablo 4.8'de görüldüğü gibi, tasarımcı iş tanımı ve sunum gibi adımlarda kendi adına karar verebilmektedir. Fikir üretme

aşamasında ise, tasarımcı, bilgisayar modellemesini yoğun bir şekilde kullandığını belirtmiştir. Tasarımcının, ‘attached to’ çalışmasının tasarım sürecinde de genel alışkanlıklarına bağlı kaldığı görülmüştür. Sürecin tümünü kendi yönettiği için, sunum çalışması yapmamış ve de imalattan geri dönüşler almamıştır.

Tablo 4.8: Yılmaz Zenger; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün4</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	B	H
Tasarım kararı (kişisel)	B	E
Planlama	B	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	B	E
Sunum	H	H
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	H	H

Tablo 4.9: Yılmaz Zenger; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün4</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	A	-
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	A	-
Dergiler	A	-
Ödüllü tasarımlar	A	-
İlgili önceki tasarımlar	N	-
İş tanımı(varsa)	Y	H

Tablo 4.9’da tasarımcının araştırma aşamasındaki eylemleri görülmektedir. Tasarımcı, çalıştığı konularla ilgili araştırmaları tüm hayatına yaymış ve sürekli hale getirmiştir. Bu nedenle, süreç içinde yaptığı araştırma çok uzun sürmemektedir. Bu ön hazırlığın fikir üretimi aşamasına da yansıdığı söylenebilir. (Tablo 4.10) Tasarımcı çalıştığı konuyla ilgili öncelikle zihninde imajların oluştuğunu ve daha sonra bunları tasarlamaya başladığını ifade etmiştir.

Tablo 4.10: Yılmaz Zenger; fikir üretimi aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün4</i>
Zihinsel	Y	Y
Eskiz (çizim araçları)	A	-
Eskiz (bilgisayar)	N	-
Eskiz (Maket)	H	-
Beyin fırtınası (kişisel)	Y	-
Beyin fırtınası (grup)	H	-

Sonuç olarak, bu görüşmede tasarımcının, uyguladığı metotta, zihinsel aşamanın daha fazla yer kapladığı söylenebilir. Diğer yandan ise, iş tanımını çoğu zaman kendi belirlemesine rağmen, tasarım sürecinin genel adımları ve bunların sırasından çok fazla kopmadığı gözlemlenmiştir.

4.5. Oya Şenocak

4.5.1. Tasarımcının özgeçmişi

Mimarsinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı ve İç mimarlık Bölümü'nden mezun olan tasarımcı, 1977 senesinde aynı bölümde yüksek lisansını bitirdi. 1992 senesinde ise yine aynı bölümde kurumsal kimlik üzerine doktora çalışmasını tamamladı.

İstanbul Teknik Üniversitesi ve Mimarsinan Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak birçok ders veren tasarımcı aynı zamanda, 1983 senesinden beri aktif olarak Gorbun, Şişecam gibi birçok firmada çalışmıştır. Bu süre içinde kişisel çalışmalarını da sürdüren Oya Şenocak, bir çok tasarım ödülü almıştır. Çalışmalarını 'Oya Design' kapsamında devam ettirmekte, halen Anadolu Cam firmasına danışmanlık hizmeti vermektedir.

4.5.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 10/12/2007 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü 'Bembeyaz' isimli bardaktır. (Şekil 4.5) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek E'de verilmiştir.

Tablo 4.11: Oya Şenocak; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün5</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	B	H
Tasarım kararı (kişisel)	B	E
Planlama	B	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	E	H
Sunum	E	H
Prototip	B	H
İmalat/ geri beslemeler	H	H

Oya Şenocak, ev ofis ortamında, projeye göre işe dahil olan elemanlar kullanarak çalışmaktadır. Çoğunlukla özelleştiği belirli ürün gruplarında projeler yapması nedeniyle, ürün gruplarındaki tecrübesi ve birikimi çok fazladır. Tasarımcının, , araştırmada öngörülen sıralamaya paralel bir metot uyguladığı söylenebilir. Tasarım süreci için genel olarak belirlediği bu metodu, üzerinde konuşulan üründe de benzer biçimde uyguladığı görülmüştür. (Tablo 4.11) Fakat, bu üründe ön hazırlığı çok kuvvetli olduğu için, genel metodundan farklı olarak, çok fazla eskiz model çalışması yapmamıştır. Ayrıca tasarım kararını kendi vermesi, dolayısıyla da üretimi birebir takip etmesi nedeniyle, prototip yapımı olmamıştır. Tasarımcı, uyguladığı metotta, son ürüne varılana kadar üretim kısıtlamalarını çok iyi analiz ettiği için imalatı geri dönüşler yaşanmadığını belirtmiştir.



Şekil 4.5: Ürün 5, *Bembeyaz* bardak

Tablo 4.12: Oya Şenocak; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün5</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	Y
Dergiler	N	N
Ödüüllü tasarımlar	N	N
İlgili önceki tasarımlar	Y	Y
İş tanımı(wards)	Y	H

Üzerinde konuşulan ürünle ilgili olarak ilginç bir gözlem ise, tüm tasarımcıların üzerinde önemle durduğu piyasayı araştırarak boşlukları görme ve farklılığı yakalama kriteri, bu üründe tasarımcının kendisi tarafından uygulanmış olmasıdır. Tasarımcı, çalıştığı ürün grubuyla ilgili uygulanmamış bir malzemeyi deneyerek başarılı bir sonuca ulaşmıştır. Tasarımcı, fikir üretimi aşamasında, zihinsel sürecin ve konsantrasyonun önemini belirtmiş, bir ürün tasarlama kararı alındığında, ürünle ilgili çoğu kriterin zihinde oluştuğunu anlatmıştır. (Tablo 4.13) Tasarımcı, eskiz sürecini, kâğıt-kalem ve bilgisayar olarak eşit ağırlıkta uygulamaktadır. Ayrıca görüşülen diğer tasarımcılara göre, daha yoğun eskiz maket kullanmaktadır.

Tablo 4.13: Oya Şenocak; fikir üretimi aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün5</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	N	A
Eskiz (bilgisayar)	A	A
Eskiz (Maket)	B	H
Beyin fırtınası (kişisel)	Y	Y
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Sonuç olarak, tasarımcının, yerleşmiş bir tasarlama metodu olduğu, ve bunu her projede benzer biçimde uyguladığı söylenebilir. Diğer yandan, çalıştığı ürün gruplarında özelleşmiş olmasına rağmen, uyguladığı metot görüşülen diğer tasarımcılarla benzerlikler göstermektedir.

4.6. Gamze Güven

4.6.1. Tasarımcının özgeçmişi

ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden 1987'de mezun oldu. 1990'da yüksek lisans derecesini tamamladıktan sonra serbest olarak çalışmaya başladı. 1997 yılında ortağı ile İdol Tasarım Limited Şirketi'ni kurdu; 2000 yılında şirketi devralarak adını Tasarım Üssü olarak değiştirdi. Halen çalışmalarını bu isim altında sürdürüyor. Bilkent, İTÜ ve Bilgi Üniversitesi'nde eğitimlik yapmakta. ETMK'nın çeşitli dönemlerinde yönetim kurullarında çalışmalar yürütmüş, bir dönem İstanbul Şube Başkanı olarak görev almıştır. Çeşitli ulusal tasarım yarışmalarında ödülleri ve jüri üyelikleri de bulunan Güven'in, 20'den fazla ulusal ve uluslararası tasarım ve faydalı model tescili bulunmaktadır.

4.6.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 09/11/2007 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Yeni Rakı için tasarladığı şişedir. (Şekil 4.6) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek F'de verilmiştir.

Gamze Güven'in, değişken olmakla beraber üç veya dört kişiden oluşan, endüstri ürünleri tasarımcıları ve bir sekreterin oluşturduğu bir tasarım ofisi bulunmaktadır. Tasarımcının evi ve ofisi aynı binada bulunmaktadır, bunun tasarım sürecini mümkün olduğunca kesintiye uğratmamak için yapıldığını belirtmiştir. Tasarımcı, Tablo 4.14'te görüldüğü gibi, tasarım sürecinde öngörülen tüm adımları uyguladığını söylemektedir. Görüşülen çoğu tasarımcıda olduğu gibi uygulamaların 'projeye göre' değişeceğini belirten tasarımcı, üzerinde konuşulan örnek üründe de çoğu adımı uygulamıştır.



Şekil 4.6: Ürün 6, Yeni Rakı şişesi

Tablo 4.14: Gamze Güven; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün6</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	B	H
Planlama	E	E
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	E	H
Sunum	E	E
Prototip	B	E
İmalat/ geri beslemeler	B	E

Tasarımcı, iş tanımı, firmadan gelen bilgiler ve araştırma hazırlık dönemine çok önem verdiğini belirtmiştir. Kendisi için tasarım sürecinin ilk adımının sektör analizi ve rakipleri tanımak olduğunu ifade etmiştir. Sürecin adımlarını tanımlarken ‘fikir tasarımı’ kavramını kullanan tasarımcının, analiz ve araştırma adımı ile fikir bulma adımını birleştirdiği gözlemlenebilir. Bu aşamada aradığı en önemli kriterin ise yenilikçilik olduğunu ifade etmiştir. Tasarımcı tasarlama eylemi olarak her zaman çizim yapmadığını ama mutlaka yazarak analiz yaptığını belirtmiştir. Tasarımcı diğer tasarımcılardan farklı olarak beyin fırtınası yöntemini bilinçli olarak uygulamaktadır. Devam eden süreçte ise küçük bir ürünse mutlaka eskiz model çalışması yaptıklarını, büyük ürünlerde firma ile olan ilişkilere göre prototip tercih ettiklerini anlatmıştır.

Tablo 4.15: Gamze Güven; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün6</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	A
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	A
Dergiler	N	A
Ödüüllü tasarımlar	A	A
İlgili önceki tasarımlar	Y	N
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Tablo 4.16: Gamze Güven; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün6</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	N	N
Eskiz (bilgisayar)	A	N
Eskiz (Maket)	B	A
Beyin fırtınası (kişisel)	Y	Y
Beyin fırtınası (grup)	N	N

Sektör analizine çok önem verdiğini belirten tasarımcı, araştırma süresince de bu doğrultuda, internet ve katalog taramasına ve fuar gezilerine ağırlık vermektedir. Bunu dışında ilgilendiği konuyla ilgili kitapları alıp okumalar yaptığını söyleyen tasarımcı, piyasada bulunanları ve trendleri farklılığı yakalamak adına takip ettiğini ifade etmiştir.(Tablo 4.15) Tasarlama eylemleriyle ilgili olarak, tasarımcı öncelikle yazarak çalıştığını belirtmiştir. Öncelikle kriterleri sıraladığını çeşitli şemalar (bubble diagram) yaptığını belirten tasarımcı, kendi kendine ya da tasarım ekibiyle gerçekleştirdiği beyin fırtınasından sonra, formla ilgili arayışlarda çizime geçtiğini anlatmıştır. (Tablo 4.16)

Sonuç olarak, tasarımcının, projeye göre kullandığı yöntemler değişse de, öngörülen sürecin adımlarına genelde uyduğu gözlemlenmiştir. Tasarımcı, tasarım sürecindeki adımlar dışında, bu süreci yönetmenin de ayrıca önemli olduğunu belirtmiştir. Tasarımcının sadece ürünle ilgilenmekle kalmayıp, ayrıca müşteri, üretici, kullanıcı gibi birimler arasında iletişimi de sağlayan bir rolü olduğunu ifade etmiştir.

4.7. Hatice Armağan

4.7.1. Tasarımcının özgeçmişi

2000 yılında İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı’ndan mezun olan tasarımcı; eğitiminin son yılında Eczacıbaşı Artema ile çalışmaya başladı. 2003-2005 yılları arasında Bilgi Üniversitesi “Tasarım Kültürü ve Yönetimi” programını tamamlamış; 2004-2005 yılları arasında T-Design tasarım şirketinde

çalışmıştır. 2005-2006'da dDf firmasında Tasarım Direktörlüğü görevini yürüterek başta “İstanbul Design Week 2006” olmak üzere pek çok projenin tasarım direktörlüğünü yapmıştır. Kasım 2006 yılından itibaren freelance çalışmaya başlayan Hatice Armağan; Japon bir üretici firması olan Plus One Co.,Ltd şirketi için ev, banyo ve mutfaklar için objeler tasarlamaya başlamıştır. Şu anda, designRain firmasıyla tasarım ve tasarım danışmanlığı yapmakta ve Türkiye’den banyo firması Adell ve kırtasiye firması Mas Büro ile birlikte tasarım çalışmalarına devam etmektedir.

4.7.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 17/01/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Mas firması için tasarladığı masaüstü düzenleyicilerdir. (Şekil 4.7) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek G’de verilmiştir.

Hatice Armağan, açık ofis ortamında, bir tasarımcı, bir ofis elemanı ve bir sekreterin oluşturduğu bir ekiple çalışmaktadır. Çalışma saatlerini gün içinde tutmaya çalışan tasarımcı, yabancı müşterileri nedeniyle farklı saatlerde de çalışabildiğini belirtmiştir.

Tablo 4.17: Hatice Armağan; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün7</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	Y	E
Tasarım kararı (kişisel)	B	H
Planlama	E	E
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	E	E
Sunum	E	E
Prototip	B	E
İmalat/ geri beslemeler	B	E

Tasarım sürecinde öngörülen adımları uygulamayı genelde tercih ettiğini belirten tasarımcı, bu fazların projeye göre değişebileceğini belirtmiş, fakat analiz, ve sonuçlandırma doğrultusunda ilerleyen klasik sürecin doğru olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Tablo 4.17’de özetlendiği gibi, tasarım sürecine, müşterinin verdiği iş

tanımı odaklı olarak, problemi anlamaya çalışarak başlamaktadır. Fikir oluşturmaya ayrıca önem verdiğini belirten tasarımcı, çizimlere geçmeden önce ürünün hikayesinin oluşması gerektiğini düşünmektedir. Bunu araştırma süreci ile eskizlere başlama arasında bir adım olarak gördüğünü ifade etmiştir.

4.18: Hatice Armağan; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün7</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	Y
Dergiler	N	H
Ödüüllü tasarımlar	N	H
İlgili önceki tasarımlar	Y	Y
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Araştırma aşamasında (Tablo 4.18), firmanın iş tanımına, ürün gamına, beklentilerine önem veren tasarımcı, farklı bir yöntem olarak, konuyla ilgili başarı yakalamış, yarışmalarda öne çıkmış tasarımları incelediğini ve farklılığı nerede yakaladıklarını incelediğini belirtmiştir

Tablo 4.19: Hatice Armağan; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün7</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	N	A
Eskiz (bilgisayar)	Y	A
Eskiz (Maket)	B	H
Beyin fırtınası (kişisel)	Y	Y
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Tasarlama eylemlerini gerçekleştirdiği aşamada, çizimler yapmakta fakat bilgisayarı daha yoğun olarak kullanmaktadır.(Tablo 4.19) Projeye göre çeşitli araçlar kullanan tasarımcı, eskiz modeli yine ürüne göre yapmaktadır. Üretimden önce ise mutlaka 1/1 model görmek istediğini söylemiştir. Tasarımcının örnek üründe geçirdiği süreç

ile öngördüğü sürecin paralel olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak tasarımcı, araştırmada öngörülen tasarım süreci adımlarını büyük oranda uygulamakta, ürüne göre ise araçların kullanım yoğunluğunu değiştirmektedir. Bunun dışında, tasarımcı, müşteriye ve sektörü anlamanın, gerektiğinde müşteriye yeni bir vizyon sunmanın gerekliliğini belirtmiştir. Tasarımcının müşterinin beklentilerini karşılamak dışında zaman zaman onlar adına yenilikçi adımlar atması gerektiğini de düşünmektedir.



Şekil 4.7: Ürün 7, Masaüstü Düzenleyici

4.8. Ela Cindoruk

4.8.1. Tasarımcının özgeçmişi

1963'te Ankara'da doğdu. 1984 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun olduktan sonra New York'ta Parson's School of Design'da mücevher tasarımı eğitimi aldı. 1988-1989 yılları arasında Urart'ta mücevher tasarımcısı olarak çalıştı. 1989'dan bu yana birçok kişisel ve karma sergide çalışmaları yer alan Cindoruk, Elna Jewel isimli markası kapsamında çalışmalarına devam etmektedir.

4.8.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 12/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü 'compass roses' takı serisidir. (Şekil 4.8) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek H'de verilmiştir.



Şekil 4.8: Ürün 8, Compass Roses Kolye/Broş

Ela Cindoruk, Bölüm 4.9’da görüşme bilgileri verilen Nazan Pak ile birlikte kendi markaları altında çalışmaktadır. Tasarımcı, takı tasarımı alanında özelleşmiştir, fakat görüşmede kimi zaman, masaüstü ürünleri gibi farklı tasarımlar yaptığını da belirtmiştir.

Tasarımcı, kendi mağazası ve markası için çalıştığından tasarım sürecinin idaresinden daha serbest davranabilmektedir. Ayrıca, üretimi kendi bünyelerinde çözdüklerinden, üretimle ilgili kısıtlamalar ve imkanlarla ilgili de daha çok özgürlüğü olduğu söylenebilir. Tüm bunların yanında, çalıştığı ürün grubu, zanaat ile iç içe olduğundan, tasarım sürecinde, serbest olacağı ve metot kullanmayacağı öngörülebilir.

Tablo 4.20: Ela Cindoruk; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün8</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	H	H
Tasarım kararı (kişisel)	E	E
Planlama	H	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	H	H
Eskiz maket	H	H
Sunum	H	H
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	E	E

Fakat tablo 4.20’de özetlendiği gibi, tasarımcı, tasarım süreci için öngörülen çoğu adımı uygulamaktadır. Ürün grubuna bağlı olarak, daha yoğun olarak üç boyut üzerinden çalışmaktadır. Tasarımlarını kendi firması için yapması sebebiyle de, sunum çalışması yapmamaktadır.

Tasarımcı, diğer tasarımcılara göre üretimden geri dönüşleri daha çok yaşamaktadır. Bunun sebebi, üretim kendi denetiminde olduğu için ürünle ilgili yaptığı denemeler ve arayışlardır. Tasarımcının, tasarım metodunun, örnek verdiği üründe de benzer biçimde gerçekleştiği söylenebilir. Araştırma aşamasında yapılan eylemler Tablo 4.21’de özetlenmiştir. Tasarımcı, ürün grubundaki tecrübesi nedeniyle, sadece

projelere özel olarak değil, her an konuyla ilgili bilgi biriktirmekte ve gözlem yapmaktadır.

Tablo 4.21: Ela Cindoruk için tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün8</i>
Gözlem	Y	Y
Pivasa Aras. (İnternet)	N	A
Pivasa Aras. (Fuar/Katalog)	Y	N
Dergiler	N	A
Ödüüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	Y	H
İs tanımı(varsa)	-	-

Tablo 4.22: Ela Cindoruk; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün8</i>
Zihinsel	N	Y
Eskiz (çizim araçları)	N	A
Eskiz (bilgisayar)	H	H
Eskiz (Maket)	H	A
Beyin fırtınası (kişisel)	N	Y
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Tasarımcının fikir üretim aşamasını (Tablo 4.22), tüm tasarım sürecine yaydığı söylenebilir. Sürekli aynı ürün grubunda çalışması nedeniyle bu konudaki yoğun konsantrasyonu, ve ürün grubunun gerekleri nedeniyle doğrudan üç boyutlu olarak çalışması, ürün fikirlerinin süreç içinde oluşmasına sebep olmaktadır.

Sonuç olarak, yapılan görüşmede tasarımcının, zanaat ve sanata daha yakın görülebilecek bir ürün grubunda çalışmasına rağmen, endüstri ürünleri tasarımı disiplinin metotlarından çok uzaklaşmadığı gözlemlenmiştir. Tasarımcı, tasarlama sürecinin öngörülen adımlarını çalıştığı ürün grubunda uygulamaktadır.

4.9. Nazan Pak

4.9.1. Tasarımcının özgeçmişi

Nazan Pak 1963 senesinde Eskişehir’de doğdu. ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nden mezun olan tasarımcı metal işmeciliği üzerine, Kapalı Çarşı, Levon-Raffi Savdan Atelier’de eğitim aldı. Ankara’da serbest tasarımcı olarak çalıştıktan sonra, 1989’da kendi atölyesini kurdu. 1993 senesinden beri ortağı Ela Cindoruk ile kendi atölye/mağazası kapsamında çalışmalarına devam etmektedir.

4.9.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 12/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü ‘floral geometry’ takı serisidir. (Şekil 4.9) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek H’de verilmiştir.

Tasarımcı, görüşme bilgileri bölüm 4.8’de verilen Ela Cindoruk ile beraber kendi markaları altında çalışmaktadır. İki tasarımcının çalıştıkları ürün grupları aynıdır. Uzun süredir beraber çalışmaktadırlar ve, tasarım sürecinde kullandıkları metot da benzerlik göstermektedir. Tasarımcının tasarım süreci hakkında verdiği bilgiler Tablo 4.23’te özetlenmiştir. Aynı ürün grubunda çalışması nedeniyle, tasarım sürecinin de, sadece projelerde değil, sürekli devam ettiği gözlemlenmiştir.

Tablo 4.23: Nazan Pak; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün9</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	H	H
Tasarım kararı (kişisel)	E	E
Planlama	H	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	H	H
Eskiz maket	H	H
Sunum	H	H
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	E	E



Şekil 4.9: Ürün 9, Floral Geometry yüzük

Tasarım kararını kendi veren tasarımcı, dolayısıyla iş tanımını da, markasının ihtiyaçları ya da kendi isteklerine göre kendisi belirlemektedir. Yine, bir işverenle çalışmadığı için projelerinin zaman kısıtlamaları diğer tasarımcılara göre daha az olmaktadır. Ürün ile ilgili araştırmalarını da projeye özel değil sürekli yapan tasarımcı, çoğunlukla doğrudan üç boyutlu modeller üzerinden ürünü geliştirmektedir.

Örnek olarak verdiği ürünün tasarım sürecinde de benzer eylemlerde bulunduğu gözlemlenmiştir. Araştırma aşaması kapsamında, tasarımcının piyasayı zaten sürekli takip ettiğini, bunun dışında da, tasarım ve ürün grubu ile ilgili sürekli arayış içinde bulunduğu söylenebilir. (Tablo 4.24)

Fikir üretimi aşamasında ise, yoğunlukla eskiz modeller, hatta doğrudan ürünün prototipleri üzerinde çalıştığı söylenebilir. (Tablo 4.25) sonuç olarak tasarımcı, beraber çalıştığı ortağı ile benzer olarak, zanaat ve sanata yakın bir ürün grubunda çalışmaktadır, fakat diğer yandan, endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin metotlarına yakın tasarım süreçleri izlediği söylenebilir.

Tablo 4.24: Nazan Pak için tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün9</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	N	A
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	N
Dergiler	N	A
Ödüüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	Y	H
İş tanımı(varsa)	-	-

Tablo 4.25: Nazan Pak; fikir üretimi aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün9</i>
Zihinsel	N	Y
Eskiz (çizim araçları)	N	A
Eskiz (bilgisayar)	H	H
Eskiz (Maket)	H	A
Beyin fırtınası (kişisel)	N	Y
Beyin fırtınası (grup)	H	H

4.10. İnci Mutlu

4.10.1. Tasarımcının özgeçmişi

Lisans ve yüksek lisans eğitimini ODTÜ’de tamamlayan tasarımcı, 1998-2000 seneleri arasında İstanbul’da serbest tasarımcı olarak çalıştı. İtalya’ya taşınıp, Isao Hasao Design’da çalıştıktan sonra, Luca Milano ile Mutlu+ Milano Tasarım Ofisi’ni kurdu. Müşterileri arasında Vitra, Nurus, Arçelik, Koziol, Droog Design, Winston gibi firmaların olduğu tasarımcı, İtalya ve İstanbul’da çalışmalarına devam etmektedir.

4.10.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 12/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü ‘Connect’ oturma elemanıdır.(Şekil 4.10) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek I’da verilmiştir.

Görüşülen tasarımcı çok farklı ürün gruplarında çalışmaktadır. Farklı ürünlerle çalışmaya çok önem verdiğini görüşmede kendisi de özellikle belirtmiştir. Bu nedenle, tasarım sürecinin her ürün için farklı olacağının üstünde durmuştur. Çalışma şartlarıyla ilgili sorularda da tasarımcı bu yönde bilgi vermiştir. Örneğin diğer tasarımcılardan farklı olarak, ofisinin çalışma saatlerinin tamamen serbest olduğunu belirtmiştir. Diğer tasarım ofislerinden farklı olarak tasarımcı maaşlı eleman çalıştırmamaktadır.

Tasarımcı, sonsuz esnekliğin ürün tasarımında daha verimli sonuç verdiğine inandığını söylemiştir. Tasarımcı, tasarım süreci hakkında genel olarak

konuşmaktansa, görüşme boyunca ürünler üzerinden örnek vermeyi tercih etmiştir. Ayrıca, farklı ürün gruplarında çalışan tasarımcıların da farklı yöntemleri olacağını ve bunları karşılaştırmanın zor olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.26: İnci Mutlu; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>rn10</i>
Tasarım kararı (iş tanımlı)	E	H
Tasarım kararı (kişisel)	E	E
Planlama	H	H
Araştırma	E	E
Fikir retimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	-
Eskiz maket	E	-
Sunum	E	-
Prototip	E	-
İmalat/ geri beslemeler	E	-

Tasarım sürecinde her üründe mutlaka uyguladığı adımlardan biri, hazırlık ve araştırma olarak gözlemlenmiştir. Tasarımcı projenin başında müşteriyi anlamaya, onları konuşturmaya çalıştığını anlatmıştır. Proje başlangıcında ürünle ilgili yapılan yazışmalara özellikle önem verdiğini söylemiştir. Tablo 4.26'da görüleceği gibi, tasarımcı tasarım sürecinde uygulanabilecek tüm adımları ihtimaller içinde tutmaktadır fakat projeye göre kullanılacak adımların değişeceğini belirtmiştir. Farklı projelerde, eskiz model ya da eskiz çizimleri yapılabileceğini söylerken, üzerinde konuşulan örnek üründe fikre karar verdikten sonra, direk prototipe geçtiğini anlatmıştır.



şekil 4.10: rn 10, *Connect*

Tablo 4.27: İnci Mutlu; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün10</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	N	A
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	N	A
Dergiler	N	H
Ödüllü tasarımlar	Y	H
İlgili önceki tasarımlar	N	A
İş tanımı(varsa)	Y	-

Bu görüşmede öne çıkan gözlemlerden biri de, tasarımcının araştırma sürecinde kullandığı yöntemdir. Piyasa araştırması, katalog tarama gibi eylemlerdense tasarımcı bunların çoğunu işverenle iletişim içinde bulunarak ortaya çıkardığını anlatmıştır. Projeye hazırlık ve araştırma döneminde, müşteriyle karşılıklı yazışmayı tercih ettiğini, bu yöntemin, taraflara düşünme süresi vererek, ürünle ilgili çoğu kriterin belirlenmesine yardım ettiğini söylemiştir. Araştırmanın sadece projenin başlangıcında ürüne özel olarak yapılmadığını belirten tasarımcı, araştırmayı sürekli devam eden bir eylem olarak görmektedir.

Tablo 4.28: İnci Mutlu; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün10</i>
Zihinsel	Y	Y
Eskiz (çizim araçları)	A	A
Eskiz (bilgisayar)	A	H
Eskiz (Maket)	B	H
Beyin fırtınası (kişisel)	A	H
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Tasarımcı ürünle ilgili tasarlama eylemlerini, ürün fikrini bulmaktan ayırmaktadır. Ürünle ilgili fikrin, araştırma, hazırlık döneminde oluştuğunu, daha sonra ise bu fikrin tasarlandığını belirtmiştir. Dolayısıyla, bu çalışmada kişisel tasarım süreci olarak ayrılan adımda tasarımcı fikri ürünleştirme eylemlerini gerçekleştirmektedir. Bu sırada da, projenin gerektirdiği araçları kullanmaktadır. Diğer tasarımcılardan

bazıları, bu adımda sadece çizim yaptıklarını ifade ederken, bu görüşmede tasarımcı, ürüne göre, çizim araçları, bilgisayar ya da eskiz model kullanabileceğini söylemiştir.

Sonuç olarak, bu görüşmenin gerçekleştirildiği tasarımcı, tasarım sürecinde çalışmadaki diğer örneklerle göre daha serbest davranmakta, tasarım süreci için genel adımlar belirlemeyi doğru bulmamaktadır. Hazırlık, müşteriye ve projeyi anlama, müşteri ile iletişime çok önem veren tasarımcı ayrıca, tasarımcının görevinin, müşteriye uymak değil müşteriye doğruyu göstermek olduğunu belirtmiştir. Görüşülen diğer tasarımcılardan bazıları, müşterinin beklentilerine uymayı tercih ettiklerini açıklamışlardır. Fakat iki bakış açısıyla da, müşterinin istediğini anlatmakta çok başarılı olmadığı ve tasarımcının görevlerinden birinin de onu konuşturmak ve vizyon göstermek olduğu gözlemi bu görüşme ile de güçlenmiştir.

4.11. Ahmet Kaleli

4.11.1. Tasarımcının özgeçmişi

Tasarımcıdan özgeçmiş bilgisi alınamamıştır.

4.11.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 15/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü ‘tiki’ oturma elemanıdır. (Şekil 4.11) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek J’de verilmiştir.

Tablo 4.29: Ahmet Kaleli; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün11</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	H	H
Tasarım kararı (kişisel)	E	E
Planlama	H	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	H	H
Eskiz maket	B	E
Sunum	H	H
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	E	E

Ahmet Kaleli, çalıştığı ürün grubuyla ilgili bir mağazaya sahip olup, ofis ortamını bu mağaza içinde barındırmaktadır. Çalışma saatleri mağaza ile belirlenmiştir, hem satış hem de tasarım ekibi bu ortamda çalışmaktadır. Tasarımcının ayrı bir üretim atölyesi bulunmakta, üretim elemanları ise bu atölyede çalışmaktadır.

Tasarımcı, ürün tasarımı ile ilgili kararları kendi markasının ihtiyaçlarına göre kendi belirlediği için, tasarım sürecinde daha serbest davranabilmektedir. Örneğin, ürün gamının ihtiyaçlarına göre bir ürün tasarlama kararı verildiğinde, planlama yapılmamaktadır. Araştırma tasarımcı için devamlı süregelen bir süreçtir. Çalıştığı ürün grubunda piyasayı ve yenilikleri takip eden tasarımcı, markasının ihtiyaçlarına göre tasarım kararları vermektedir.

Ürünle ilgili fikri önce zihninde oluşturduğunu belirten tasarımcı, ürünü tasarlarken ise yoğunlukla elle çizim yaptığını belirtmiştir. Bilgisayar modellemesi yapılan durumlarda, bunu yanında çalışan tasarımcılara yaptırmaktadır. Bilgisayar modellemelerini zihnindeki ürünü görmek için kullandığını ve ‘bilgisayarın ona kendi ürününü sunduğunu’ ifade etmektedir.



Şekil 4.11: Ürün 11, Tiki koltuk

Tablo 4.30: Ahmet Kaleli için tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün11</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	A	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	A	A
Dergiler	Y	A
Ödüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	N	A
İş tanımı(varsı)	-	-

Çok yoğun olmamakla beraber zaman zaman eskiz model kullandığını belirten tasarımcı, prototip yapımını kendi atölye imkanlarında çözmektedir. Her zaman prototip üzerinde değişiklikler olduğunu ve mağazaya koymadan önce mutlaka bir prototip yaptırdığını ifade etmektedir.

Araştırma aşamasında tasarımcı konuya özel bir araştırma yapmamaktadır. Piyasada bulunanları zaten takip eden tasarımcı, daha çok kendi mağazasının ihtiyaçlarına göre davranmaktadır.

Kendi markası altındaki ürünleri ve mağazayı ‘mix’ olarak adlandıran tasarımcı, yeni ürün kararları verirken, ‘mix’ ile akraba olacak fakat farklılığı yakalayacak ürünler oluşturmak istediğini belirtmiştir. Örnek olarak konuşulan üründe, tasarımcının piyasanın durumuyla ‘mix’ in ihtiyaçlarını nasıl birleştirdiğini gözlemleyebiliriz. Bu oturma elemanının tasarımında, tasarımcı kendi ürün gamlarında ‘lounge’ sınıfına girecek bir kanepenin olmadığını gözlemlemiş, ve biraz gençleşmeye ihtiyaçları olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında, tasarımcının güçlü grafik anlatımı olan bir ürün tasarımı yapma isteği ürün fikrini oluşturmuştur. Son olarak ise, ‘mix’te bulunan diğer kanepelerin işlevsel ve biçimsel özellikleri analiz edilerek yeni üründe olması gereken özellikler belirlenmiştir.

Bu örnekte, tasarımcının çizim aşamasına geçmeden önce ürünle ilgili çoğu kriteri belirlediği diğer tasarımcılara göre daha net görülebilir.

Tablo 4.31: Ahmet Kaleli; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün11</i>
Zihinsel	Y	Y
Eskiz (çizim araçları)	A	A
Eskiz (bilgisayar)	A	H
Eskiz (Maket)	B	H
Beyin fırtınası (kişisel)	A	H
Beyin fırtınası (grup)	H	H

Tasarlama eylemleriyle ilgili olarak tasarımcı öncelikle zihninde bir imajın oluştuğunu ve daha sonra bunla ilgili çok sayıda eskiz yaptığını ifade etmiştir.

Öğretim üyesi olarak çalıştığı zamanlarda, ürünle ilgili kriterleri ve ihtiyaçları değerlendirdiği bir tablo oluşturma çalışmalarının olduğunu, fakat bunun çok kısıtlayıcı olduğunu belirtmiştir. Şu anda ürünle ilgili kararları ağırlıklı olarak öncelikle zihinsel aşamada vermektedir.

Sonuç olarak, tasarımcı, diğer tasarımcılarla paralel olarak, tasarım sürecinin belli başlı adımları olabileceğini fakat bu adımların projeye göre kullanım yoğunluklarının değiştiğini ya da kullanılmadığını belirtmiştir. Belirli bir ürün grubunda uzun senelerdir çalışmasına rağmen, belli bir yöntem geliştirmediği sadece referans noktaları belirlediği söylenebilir. Farklı ürün gruplarında çalışan tasarımcılarla ortak adımlar uygulamakta, kendi ürün grubuyla ilgili belli noktalarda özelleşmektedir.

4.12. Koray Malhan

4.12.1. Tasarımcının özgeçmişi

1972’de Ankara’da doğdu. 1990-92 yılları arasında Mimar Sinan Üniversitesi (b. MSGSÜ) Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde eğitimine başladı. 1992-95 yılları arasında Londra’da, Kraliyet Sanat Okulu Ravensbourne Tasarım ve İletişim Bölümü’nde mobilya tasarımı üzerine eğitimini tamamladı. 2000 yılına kadar tasarım projelerinde görev aldığı Koleksiyon Mobilya’da daha sonra iki yıl boyunca marka ve tasarım direktörlüğünü üstlendi. 2002’den bu yana tasarım projelerinin geliştirilmesi, yabancı tasarımcı ve stüdyolarla uygulamalar ve markanın iletişimi ile ilgili konularda çalışmalarını sürdürmektedir.

4.12.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 19/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü ‘Ada’ isimli çalışma masasıdır.(Şekil 4.12) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek K’da verilmiştir.

Koray Malhan Koleksiyon Mobilya çatısı altında, markanın ekipleriyle beraber çalışmaktadır. Firmada bir tasarım ekibi olmayıp, dışarıdan tasarımcılarla çalışılmaktadır. Tasarımcı da firma çatısı altında idari görevleri dışında tasarımcı kimliğiyle bulunmaktadır. Tasarımla ilgili iş tanımları firmanın profesyonel departmanından aldığını belirten tasarımcı, tasarım sürecine ihtiyacı inceleyerek başlamaktadır. (Tablo 4.32)

Tablo 4.32: Koray Malhan; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün12</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	B	H
Planlama	E	E
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	H	H
Eskiz maket	E	E
Sunum	E	H
Prototip	E	H
İmalat/ geri beslemeler	B	H

Bir üründen önce bir fikir önermeyi savunduğunu belirten tasarımcı, daha sonra fikrin ürüne dönüşeceğini söylemektedir. Tasarım sürecinde konu belirlendikten sonra kabaca bir planlama yapmaktadır. Araştırma ve hazırlık aşamasını yoğun şekilde, öngörülen diğer adımları projeye göre farklı yoğunluklarda uygulamaktadır.

Tablo 4.33: Koray Malhan; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün12</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	N	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	N	A
Dergiler	N	H
Ödüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	N	Y
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Araştırma aşamasında tasarımcı önce ihtiyacı anlamaya yoğunlaştığını ifade etmiştir. (Tablo 4.33) Ürünün nasıl kullanıldığı, kimler tarafından kullanıldığı, nerede yer aldığı gibi senaryoları incelemektedir. Sadece güncel kullanımlara değil,

kullanıcıların ya da müşterinin ifade etmediği ihtiyaç ve kullanım şekillerine önem verdiğini özellikle belirtmiştir.



Şekil 4.12: Ürün 12, Ada çalışma masası

Tasarım sürecinin başında hiçbir zaman var olanlara bakarak başlamadığını söyleyen tasarımcı, daha sonra benzerlerin olup olmadığını taramaktadır. Fikir üretimi aşamasında tasarımcı bilgisayar kullanmamaktadır. (Tablo 4.34)

Her zaman elle çizim yaparak çalıştığını bu şekilde daha iyi görebildiğini belirtmiştir.

Sonuç olarak, tasarımcı, diğer tasarımcılarla benzer olarak, ürün fikrini bulma ile ürünü tasarlama aşamalarını ayırmaktadır. Öngörülen tasarım sürecinin diğer adımlarını ise genelde uygulamaktadır.

Tablo 4.34: Koray Malhan; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün12</i>
Zihinsel	Y	Y
Eskiz (çizim araçları)	Y	Y
Eskiz (bilgisayar)	H	H
Eskiz (Maket)	B	N
Beyin fırtınası (kişisel)	N	H
Beyin fırtınası (grup)	H	H

4.13. Orhan Irmak

4.13.1. Tasarımcının özgeçmişi

2000 yılında ODTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden birincilikle mezun oldu. 2003 yılında Bilkent Üniversitesi'nde yüksek lisans eğitimini tamamladı. 2004 yılında Gökhan Irmak ile beraber Orhan Irmak Tasarım şirketini kurdu. İTÜ, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nde doktora eğitimine devam eden Orhan Irmak, birçok panel ve konferansa konuşmacı olarak katılmakta, tasarım yarışmalarında jüri üyesi olarak yer almaktadır. Kendisi Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu (ETMK) Genel Sekreteri ve Design Management Institute (DMI) üyesidir. Orhan Irmak Tasarım'da kurucu ortak ve tasarım yönetmeni olarak görev almaktadır.

4.13.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 07/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Faruk Malhan'ın İstanbul isimli tasarımı için yaptığı ambalaj tasarımıdır.(Şekil 4.13) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek L'de verilmiştir.

Orhan Irmak, endüstri ürünleri tasarımcısı, grafik tasarımcı, sanat yönetmeni ve işletmecilerden oluşan bir ekiple beraber çalışmaktadır. Ofisin alt katında model atölyesi bulunmakta, tasarımcı belirli saatlerde çalışmakta ve ofisin bu saatleri korumasına özen göstermektedir.

Tablo 4.35: Orhan Irmak; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün13</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	H
Tasarım kararı (kişisel)	B	E
Planlama	E	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	E	E
Sunum	E	E
Prototip	B	E
İmalat/ geri beslemeler	B	H

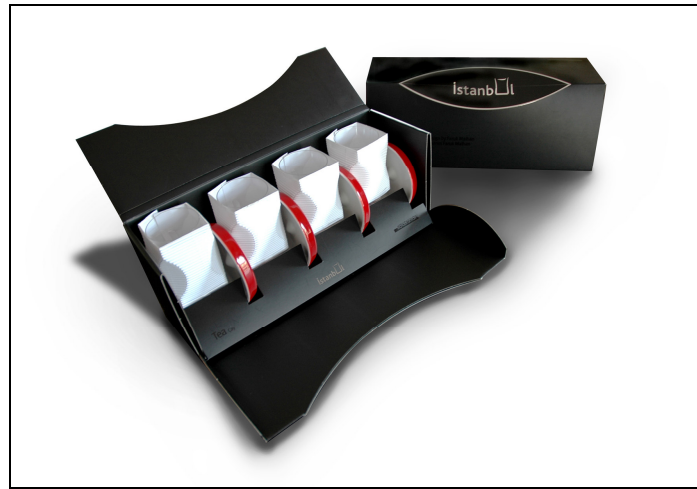
Tasarımcı, tasarım sürecinde öngörülen adımların hemen hemen tümünü uygulamaktadır.(Tablo 4.35) Tasarım sürecine öncelikle iş tanımını ve müşteriye çok iyi anlamaya çalışarak başlamaktadır. Araştırma sürecinin mutlaka olması gerektiğini belirten tasarımcı, diğer aşamalarda tüm araçları beraber kullanarak ilerlediğini belirtmiştir.

Yoğunlukla ambalaj sektöründe çalışan tasarımcı eskiz model ve prototip yapımına çok önem vermektedir. Konuşulan örnek üründe geçirilen süreçte tasarımcının genel anlayışıyla paralel olduğu gözlemlenmiştir.

Tasarımcı, tasarım fikrini bulma aşamasının araştırma ve analiz sonuçlarından sonra eskizler beraber oluştuğunu söylemektedir. Bu fikirleri, tasarım ekibiyle beraber yeniden değerlendirmekte, tasarım fikrine karar verildikten sonra bunun üstünde, hem eskizler çizerek, hem bilgisayar imkanlarını kullanarak hem de eskiz model çalışmaları yaparak yoğunlaşmaktadır.

Araştırma aşamasında tasarımcı, piyasa analizine önem vermektedir. (Tablo 4.36) Kendi deyimiyle, 'projenin hedeflediği noktada' pazar araştırması , varolan ürünlerin ve trendlerin incelenmesi gerçekleştirilmektedir.

Bu bilgilerin toplanmasını tasarım fikrinin oluşması açısından da önemli bulan tasarımcı, zaman zaman yurtdışında ortak çalıştıkları birimlerden de pazar analizi ile ilgili destek alabildiklerini belirtmiştir.



Şekil 4.13: Ürün 13, *İstanbul* ambalaj

Tablo 4.36: Orhan Irmak; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün13</i>
Gözlem	Y	Y
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	N	A
Dergiler	N	H
Ödüllü tasarımlar	A	H
İlgili önceki tasarımlar	N	N
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Fikir üretimi aşamasında, çalıştığı ürün grubuna paralel olarak tasarımcı yoğun olarak eskiz model kullanmaktadır. (Tablo 4.37) Bu sırada, el çizimlerini ve bilgisayar imkanlarını da paralel olarak kullandığını belirtmiştir. Ayrıca, tasarım ekibiyle çeşitli aşamalarda toplanarak, fikirler üzerine beyin fırtınası yapmaktadır.

Tablo 4.37: Orhan Irmak; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün13</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	N	N
Eskiz (bilgisayar)	N	N
Eskiz (Maket)	N	Y
Beyin fırtınası (kişisel)	N	N
Beyin fırtınası (grup)	Y	N

Sonuç olarak, tasarımcı, çalışmada öngörülen tasarım süreci adımlarını çoğunlukla uygulamaktadır. Araştırma ile fikir bulma adımlarını kesin çizgilerle ayırmamakla beraber, ürün fikrinin eskizlerle ortaya çıktığını belirtmiştir.

Tasarım ekibini verimli bir biçimde kullanmakta ve tasarım sürecinin çeşitli adımlarında ekibini sürece dahil etmektedir. Ofis kapsamında bulunan maket atöyesi de verimli olarak kullanılmakta ve tasarım sürecinde yoğun olarak model yapılmaktadır.

4.14. Aysun Altındağ

Görüşme 21/03/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü özel bir firma için yaptıkları, mobilyaya entegre aydınlatma ürünleri serisidir. Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek M’de verilmiştir.

4.14.1. Tasarımcının özgeçmişi

Aysun Altındağ 1980’de Bolu’da doğdu. 2002’de İTÜ Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümü’nden mezun olan tasarımcı, 2006 senesine kadar ICM’ firmasında tasarımcı olarak çalıştı. 2006 senesinde kurduğu Omlet İstanbul tasarım ofisinde çalışmalarına devam etmektedir.

4.14.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Aysun Altındağ, tasarımcı olan ortağı ile beraber çalışmaktadır. Aldıkları projelerde de süreci çoğunlukla iki tasarımcı olarak geçirdiklerini ifade etmiştir. Tasarımcının tasarım süreci hakkındaki genel görüşleri ve örnek üründe geçirilen sürecin özeti Tablo 4.38’de özetlenmiştir.

Tasarımcı, araştırmada öngörülen tasarım süreci adımlarını benzer biçimde uygulamaktadır. Fakat, iş tanımı alındıktan sonra, müşterinin istediklerini ifade etmesi üzerine ayrıca çalıştıklarını da ifade etmiştir.

Tasarımcının tasarım süreci hakkındaki görüşleri ile uygulamadaki eylemlerinin benzer olduğu gözlemlenmiştir. Üzerinde konuşulan örnek üründe de, tasarımcı iş tanımını firmadan almış, iş tanımı doğrultusunda araştırmalar ve analiz yaptıktan sonra, fikir üretimi aşamasına geçmiş, ve ürünü detaylandırarak prototip çalışmalarıyla çözüme ulaşmıştır.

Fikir üretim aşamasını, net çizgilerle ayırmayan tasarımcı, ürün fikrinin süreç içinde herhangi bir yerde çıkabildiğini belirtmiştir.

Tablo 4.39’da araştırma aşamasında yaptığı eylemler özetlenen tasarımcı, bu adımda, yarışma vb. alanlarda, farklılığı yakalayarak öne çıkmış ürünlerin, etkileyici olduğunu belirtmiştir.

Bunun dışında piyasa araştırmasına önem vermekte, bu amaçla, fuar ve internet imkanlarını değerlendirmektedir. Araştırma aşamasında en yoğun kullandığı kaynaklardan biri iş tanımı ve müşteriden aldığı bilgilerdir.

Tablo 4.38: Aysun Altındağ; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün14</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	H	H
Planlama	B	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	E	E
Eskiz maket	B	E
Sunum	E	E
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	A	A

Fikir üretimi aşamasında, kullandığı metot ve araçların projeye göre değiştiğini belirten tasarımcı, kimi zaman eskiz modellerle kimi zaman doğrudan bilgisayarda çalışılabildiğini ifade etmiştir. Ayrıca, ortağı ile beyin fırtınası çalışmaları yapmaktadırlar.

Tablo 4.39 : Aysun Altındağ için tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün14</i>
Gözlem	N	A
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	N	A
Dergiler	N	A
Ödüllü tasarımlar	Y	A
İlgili önceki tasarımlar	Y	Y
İş tanımı(varsa)	Y	Y

Sonuç olarak, tasarımcı, çeşitli ürünler için geçirilen tasarım süreçleri adımlarının genelde benzer olduğunu, fakat uygulamaların projeye göre değiştiğini ifade etmiştir. Tasarımcının tasarım sürecinde soru kağıdında öngörülen tasarım süreci adımları ile

örtüşen bir metot uyguladığı, fakat çözülmesi amaçlanan tasarım problemine göre araçlarını değiştirdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 4.40: Aysun Altındağ; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün14</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	N	N
Eskiz (bilgisayar)	N	Y
Eskiz (Maket)	A	A
Beyin fırtınası (kişisel)	N	N
Beyin fırtınası (grup)	Y	Y

4.15. Zafer Uluçay

4.15.1. Tasarımcının özgeçmişi

1974 Ankara doğumludur. 1996 MÜ GSF Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü'nden mezun oldu. 1996-1997 yılları arasında DemirDöküm A.Ş.'de çalıştı. 1997-2002 yılları arasında çalıştığı ve okul olarak gördüğü Arçelik A.Ş.'den uzman tasarımcı olarak ayrıldı. Çalıştığı firmalarda birçok tasarım tescili, faydalı model ve patent aldı. 2003 yılında kurduğu Zulu Design tasarım ofisinde çalışmalarına devam etmektedir.

4.15.2. Tasarımcı ve tasarım süreci

Görüşme 31/04/2008 tarihinde gerçekleşmiştir. Tasarımcının üzerinde konuşulan ürünü Tümosan firması için yaptığı traktör tasarımıdır. (Şekil 4.14) Tasarımcı ile yapılan görüşmenin dökümü Ek N'de verilmiştir.

Zafer Uluçay'ın tasarım ofisi, mühendislik ve prototip yapımı firmalarından oluşan bir şirketler grubunun endüstri ürünleri tasarımı hizmeti veren koludur. Ofis içinde, dört endüstri ürünleri tasarımcısıyla beraber çalışan tasarımcı, mühendislik vb konularda grubun diğer firmaları ile işbirliği içinde çalışmaktadır. Tasarımcı, öngörülen tasarım sürecini benzer sırayla uygulamaktadır. (Tablo 4.41) Tasarım

sürecine müşterinin isteklerini analiz ederek başlayan tasarımcı, müşterinin hedeflerine göre tasarım yapmanın çok önemli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.41: Zafer Uluçay; tasarım süreci adımları

<i>Tasarım süreci</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün15</i>
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E
Tasarım kararı (kişisel)	H	H
Planlama	E	H
Araştırma	E	E
Fikir üretimi	E	E
Modelleme(bilgisayar)	B	E
Eskiz maket	E	E
Sunum	E	E
Prototip	E	E
İmalat/ geri beslemeler	B	E

İş tanımını, ofisteki diğer tasarımcılarla beraber değerlendirdikten ve müşterinin kendini anlattığından emin olduktan sonra bu doğrultuda araştırma aşamasına geçmektedir. (Tablo 4.42)

Sektör araştırması, yeni teknolojiler ve kullanıcı beklentilerine önem veren tasarımcı, araştırmalarında da bu yönde yoğunlaşmaktadır. Kavramsal çalışmaların, araştırma ile başladığını belirten tasarımcı daha sonra eskizlere geçtiklerini ifade etmiştir. Ara değerlendirmelerle tasarım fikrine ulaştıktan sonra model aşamasına geçilmektedir. Çalıştığı ürün gruplarında modelin önemli olması etkisiyle de, tasarımcı model çalışmalarına önem vermektedir. Ürünler için eskiz model dışında, görünüş prototipi, ve fonksiyonel prototip uygulaması yapmaktadır.

Üzerinde konuşulan ürün örneğinde de tasarımcı paralel bir süreç geçirmiştir. Müşterinin istekleri analiz edildikten sonra sektörle ilgili yoğun bir araştırma yapılmış ve çizimlere geçilmiştir. Ofis çalışanları arasında ve müşterilerle ara değerlendirmeler yapılmış ve bu değerlendirmeler sonucunda prototip aşamasına geçilmiştir.

Tasarım grubunun mühendislik gruplarıyla ortak çalışmalarının sonucu olarak tasarım süreci, üretim imkanları ve kısıtlamalarıyla kontrollü biçimde ilerlemiştir. Son prototip ürünün deneme üretiminin kalıplarını oluşturmuştur. Tasarım sürecinin

üretimle bu paralel ve kontrollü ilerleyişi sonucunda, projede imalat sürecinde revizyon yaşanmamıştır.

Tablo 4.42: Zafer Uluçay; tasarım sürecinde araştırma

<i>Araştırma Yöntemleri</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün15</i>
Gözlem	N	N
Piyasa Araş. (İnternet)	Y	Y
Piyasa Araş. (Fuar/Katalog)	Y	Y
Dergiler	Y	N
Ödüllü tasarımlar	A	N
İlgili önceki tasarımlar	Y	Y
İş tanımı(varsa)	N	Y

Tablo 4.43: Zafer Uluçay; fikir üretim aşaması

<i>Fikir Üretimi</i>	<i>Genel</i>	<i>Ürün15</i>
Zihinsel	N	N
Eskiz (çizim araçları)	Y	Y
Eskiz (bilgisayar)	A	A
Eskiz (Maket)	Y	Y
Beyin fırtınası (kişisel)	A	A
Beyin fırtınası (grup)	Y	Y



Şekil 4.14 : Ürün 15 Tümosan Traktör

Tasarımcı elle çizime çok önem verdiği belirtmiştir. Müşteriyi anlama aşamasındaki konuşmalarda bile, çizimlerle ifadelere başladıklarını belirten tasarımcı buna rağmen kavramsal sürecin araştırma süreciyle beraber başladığını da ifade etmektedir. (Tablo 4.43) Sonuç olarak, tasarımcı, çalışmada öngörülen tasarım sürecine çok benzer bir metodu tüm adımlarıyla uygulamakta ve endüstri ürünleri tasarımı mesleği disiplinini tüm aşamaları ve araçlarıyla uygulamaktadır denilebilir.

5. KARŞILAŞTIRMA

Bu bölümde, tasarımcılarla yapılan görüşmelerden alınan bilgiler tablolara dökülerek karşılaştırılmıştır. Bulgular bölümünde, her tasarımcı için kendi görüşmesinde alınan bilgiler verilmiştir. Bu bilgiler, aynı konu başlıkları altında, yan yana getirilerek, tasarımcıların tasarım süreçleri arasındaki, benzerlikler ve farklılıklar gözlemlenmeye çalışılacaktır.

Öncelikle, çalışmanın ilk kısmını oluşturan tasarımcıların çalışma şartlarıyla ilgili alınan bilgiler değerlendirilmiştir. buradaki amaç, benzer ya da farklı ortamlarda çalışan tasarımcıların süreçleri arasında gözlemler yapabilmektir.

Daha sonra, tasarımcıların tasarım süreçleri hakkındaki genel fikirleri yan yana koyarak gözlemlenmeye çalışılmıştır. Tasarım süreci içinde, araştırma sırasında ve fikir üretme sırasındaki kişisel eylemleri ayrıca tablolara dökülmüştür. Böylece tasarım sürecinde, tasarımcıların uyguladıkları ortak ve farklı adımları görmek amaçlanmıştır.

Aynı tablolar, tasarımcıların üretilmiş ürünleri için geçirdikleri tasarım süreçleri hakkında da hazırlanmıştır. Bu tablolarda, uygulanmış tasarım süreçlerinde, hangi adımların ağırlık kazandığı, ortak ve farklı adımların neler oldukları görülmeye çalışılmıştır.

Son olarak, tasarımcıların tasarım eğitimlerinin dökümü yapılarak bir arada görülmesi sağlanmıştır. Bu tablonun amacı, tasarımcıları ve tasarım süreçlerini değerlendirirken bir kontrol mekanizması oluşturmaktır.

5.1. Genel Değerlendirme:

Bu çalışmanın amacı tasarlama sürecini gözlemlemektir. Yapılan bu gözlemler, tasarım fikrinin nasıl oluştuğunu anlamaya çalışmaktan çok, tasarım sürecindeki fiziksel eylemleri ve somut adımları görmeyi amaçlamaktadır.

Bu nedenle, çalışma süresince gözlemlenenler bu bölümde değerlendirilmeye çalışılacaktır. Bu değerlendirmenin amacı, tez çalışmasının başında sorulan; ‘tasarım

metodu var mıdır?, endüstri ürünleri tasarımı disiplininin özel bir problem çözme metodu var mıdır?’ gibi sorulara dair ipuçları elde etmektir.

Tasarlama eylemi, bir sonuca ulaşmak üzere bir planın yapılmasıdır. Endüstri Ürünleri Tasarımı mesleğinde ise tasarlama süreci sonunda sonuç ürüne ulaşılır. Bu sonuçlara ulaşmak için kullanılan yöntemler sınırsız sayıda çoğaltılabilir. Tasarımcılarla yapılan görüşmelerde, ürün tasarlama süreci ya da adımları ile ilgili açıklamalarda en çok kullanılan anlatımlardan biri ‘projeye göre’ olmuştur. Tasarımcılar, sürecin her farklı ürün ve projeye göre değiştiğini belirtmişlerdir. Bu tanımın, soru kağıdında yönlendirme olmaksızın bir çok tasarımcı tarafından tekrarlanması ilgi çekicidir.

Tasarım sürecinin bu değişkenliği, farklı boyutlarda değerlendirilebilir. Tasarımcının kişisel tecrübesi bu kriterlerden biridir. Tasarımcının, tasarlama ile ilgili tecrübesi her projede arttıkça, sürece ve projeye olan yaklaşımı farklılaşacaktır. Bir ürün grubuyla ilgili çok defa çalışan bir tasarımcının geçirdiği süreç de her seferinde daha farklı olacaktır. Tam tersine, bir ürün grubunda belli bir metodu olan tasarımcı, farklı bir ürün grubunda tasarım süreci ve adımlarını farklı şekillerde uygulayabilir.

Çalışılan ürün tasarım sürecini yönlendiren en önemli etkidir diyebiliriz. Tasarım sürecinin tüm adımları, ürüne göre biçimlenmekte, süreç içinde yerini almakta ya da kullanılmamaktadır. Görüşmelerde gözlemleyebileceğimiz gibi, çalışılan ürüne göre bazen eskiz model yapılmakta, bazen sadece elle çizim uygulanmaktadır. Bazı durumlarda ürün grubundaki tecrübe nedeniyle, araştırma sürecinin bile uygulanmadığı belirtilmiştir.

Bir diğer etken, işveren ve verilen projenin kısıtlamalarıdır. Tasarımcı, imalat ya da zaman gibi kısıtlamalarda serbest bırakıldığında farklı yöntemler, kısıtlandığında farklı yöntemler uygulamaktadır. Örneğin, üretim yöntemi işveren tarafından belirlendiğinde araştırma süreci farklı ilerleyebilir diyebiliriz. Üretim yöntemi ile ilgili serbestlik tanındığında ise, bu tasarımcıyı daha büyük bir araştırmaya yönleltecek ve tasarım sürecini temelden etkileyecektir. Bu noktada düşünülebilir ki, bu ve benzeri etkenler, sadece sözü geçen süreci değil, tasarımcının birikimi de etkilediği için, ileride uygulanacak metodları da şekillendirmektedir.

Tasarım sürecinin ‘projeye göre’ değişkenliği üzerinde bu kadar durulmasına rağmen, diğer taraftan belli başlı bazı adımların, teoride de olsa mutlaka göz önüne

alındığını gözlemlemekteyiz. Yöntemleri ve uygulamaları farklılıklar gösterse de, mutlaka uygulanması ihtiyacı duyulan adımlar vardır. Bunlardan biri araştırma sürecidir. Tüm tasarımcılar araştırma sürecinin üzerinde önemle durmuşlardır. Araştırmanın projeye özel uygulanması dışında, hem mesleki hem meslek dışı bir çok alanda süregeldiği gözlemlenmiştir. Örneğin, çoğunlukla mobilya üzerine çalışan bir tasarımcı, belli bir projede araştırma adımını uygulamaz ya da kısaca geçerken, konuyla ilgili ürün, teknoloji ve malzemeleri, proje dışında da sürekli takip etmektedir. Araştırma adımı uygulanan yöntemler ise bulgulara anlatılmıştır.

Mutlaka uygulandığı söylenebilecek bir diğer adım ise, kişisel tasarlama eylemlerinin gerçekleştirildiği adımdır. Bu adımdaki zihinsel faaliyetler bu çalışmanın konusu dışında kalmaktadır. Fiziksel eylemler ile ilgili gözlemler ise bulgular kısmında sıralanmıştır. Genel değerlendirmede ise, tasarımcının problemle baş başa kaldığı ve topladığı verilerle bu problemle ilgili farklılık yaratabilecek çözümü bulmaya çalıştığı bir anın mutlaka olduğu söylenebilir. Problemi çözme çabası, tüm süreç boyunca devam etmektedir fakat, tasarımcılar sadece probleme odaklandıkları bir sürenin de ayrıca varolduğunu belirtmişlerdir. Tasarım süreciyle ilgili, değişken ve değişmez bu adımların varlığı göz önüne alındığında, üründen sonra en önemli diğer etken olan tasarımcının kendisi değerlendirilmelidir. Problemi çözerek sonuç ürüne ulaşan, süreci yöneten ve uygulayan tasarımcıdır. Tasarım sürecindeki adımlar ve yöntemler tasarımcının hizmetindedir. Tasarımcılar bu yöntemleri problemi çözmek üzere kullanırlar. Yöntemde ve sonuçta farklılığı yaratan ise her tasarımcının kendisidir. Bu, tasarımcıya bir bilinmezlik ve tahmin edilmezlik etiketi yapıştırabilir.

Tasarımcı, verileri, imkanları ve yöntemleri çeşitli yoğunluklarda kullanarak ortaya bir ürün çıkartmaktadır. Tüm girdileri önce içselleştirmekte, daha sonra ise problemin çözümünü işverene sunmaktadır. Girdileri değerlendirmesiyle, sonuç ürünün gözükmesi arasındaki adım her ne kadar karanlık gözükse de, buna tasarım sürecinin kişiselleştirilmesi gözüyle bakılabilir. Araştırmada yapılan en ilgi çekici gözlemlerden biri, farklılığı yakalayan ‘başarılı’ tasarımcıların, bu içselleştirmeyi uygulama verimlilikleridir. Tasarımcının zihinsel faaliyetleri her ne kadar somutlaştırılması zor olsa da, zihninde işlediği veriler somuttur. Bunlar, ürünle ilgili yada ilgisiz geçmiş tecrübe, proje iş tanımında belirlenenler, araştırma ve analizlerden elde edilenler ve farklılığı yakalama isteği olarak sıralanabilir.

Tasarımcı bu etkenleri, belirli oranlarda karıştırarak, birbirleriyle etkileşimlerini değerlendirerek bir çözüm ortaya çıkarmaktadır. Bu karışımı ne oranlarda yaptığı ise tasarımcının projeye ilgili kişisel yorumudur. Tasarım problemini çözmenin belli bir metodu vardır ve bu metodun adımları sıralanabilir. Tasarımcı her projede, bu metodu yeniden değerlendirerek o projeye özel bir süreç geçirir.

Görüşülen tasarımcılarda, bu kişiselleştirmeye ilgili farkındalığın yüksek oranda olduğu gözlemlenmiştir. Tasarımcılar her projede, projenin gerekliliklerini analiz ederek, uygulanacak süreçle ilgili hızlı ve doğru adımları belirlemektedirler. Dolayısıyla, tasarım sürecindeki metodun varlığından çok uygulanabilirliği önem kazanmaktadır.

Tasarımcılarla yapılan görüşmelerin ışığında denilebilir ki, tasarımcılar bir sürecin varlığından çok, sürecin projeye uyumuyla ve verimliliğiyle ilgilidirler. Bir tasarım probleminin çözümünde, endüstri ürünleri tasarımı mesleğine ait bir metodun varlığından çok, endüstri ürünleri tasarımının problem çözme metotlarının birlikte kullanılarak sonuca ulaşılması söz konusudur. Tasarımcılar, tasarlama eylemindeki başarıları dışında, projede uygulanacak doğru metodu belirlemeleriyle de öne çıkmaktadırlar.

Bu noktada denilebilir ki, endüstri ürünleri tasarımcılarının kullandığı ortak metot, teorideki metodu her projeye ve her defada uygun bir şekilde uyarlayabilmektir. Endüstri ürünleri tasarımcılarının belirli bir yöntem uygulaması değil, projeye uygun yöntemi algılaması ve uyarlaması söz konusudur. Yapılan görüşmelerde, tasarım sürecindeki adımların tek başına ne kadar önemli, çözüme ulaşmada ise ne kadar hareketli ve uyarlanabilir oldukları gözlemlenmiştir.

5.2 Tasarımcıların ofisleri hakkında bilgiler ve karşılaştırılması

Görüşülen tasarımcıların tümünün kendi firmaları ve ofisleri vardır. İçlerinde bazıları daha büyük çaplı ve daha çok çalışana sahip olmalara beraber, tüm tasarımcıların profesyonel bir çalışma ortamı olduğu görülmektedir.

Tasarımcılardan üçü çalışma ortamları ile evlerini birleştirmeyi tercih etmiştir. Bu tercihi yapan tasarımcılar daha bağımsız çalışmayı tercih etmektedirler. Ev-ofis ortamını tercih eden tasarımcılar da yine, çalışma ve toplantı mekanlarını, yaşam alanından ayırmışlardır.

Tablo 5.1: Tasarımcıların ofis bilgileri

Ofis bilgileri	T. Özelgin	A. Birgil	K. Şekerioğlu.	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. Irmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Malhan	A. Altındağ	Z. Uluçay
Çalışma ortamı	O	EO	O	EO	EO	O	O	O	O	M	M	M	O	O	O
Toplam çalışan	9	5	3-6	12	0	3-4	3	8	0	4	4	18	12	2	14
Çalışan tasarımcı	2	2	-	0	0	1-2	1	1	0	1	1	0	0	1	4
Ürün grubu sayısı	1-5	10-15	1-5	1-5	1-5	5-10	5-10	1-5	10-15	1-5	1-5	1-5	1-5	1-5	1-5

Bu üç tasarımcıdan Armağan Birgil evini, ev ve ofis olarak böldüğünü belirtmiştir. Yılmaz Zenger kişisel çalışmalarını evindeki çalışma bölümünde gerçekleştirmektedir, fakat üretim için ayrı bir atölyesi vardır ve burada da çalışmalarını devam ettirmektedir. Oya Şenocak ise, evinin bir kısmını kendi çalışma alanı olarak, giriş katını ise sadece toplantı alanı olarak ayırmıştır. Mağaza sahibi olan tasarımcılardan, Ela Cindoruk ve Nazan Pak tasarım çalışmalarını ayrı bir yerde olan üretim atölyelerinde gerçekleştirmektedirler. Ahmet Kaleli ise, ofis ortamını da mağaza ile kaynaştırmıştır.

Tasarımcıların çalışan sayıları benzerlik göstermektedir. Ortak olan nokta çoğu tasarımcının sürekli eleman çalıştırmaktansa, ihtiyaç duyduklarında eleman sayısını arttırmayı tercih etmeleridir. İnci Mutlu ve Koray Malhan, 9-5 çalışma saatlerinde tasarımcı çalıştırmanın verimli olmadığını düşündüklerini ifade etmişlerdir. Diğer yandan Orhan Irmak ve Gamze Akay'ın yanlarında çalışan endüstri ürünleri tasarımcılarıyla, ürün adına iletişim içinde bulundukları gözlemlenmiştir. Diğer tasarımcılar, ürünle ilgili kararları kendileri vermekte ve süreçle ilgili diğer işler için çalışanlarından faydalanmaktadırlar.

Ortak bir diğer özellik ise tasarımcıların, toplam sayıya oranlandığında yanlarında çalışan tasarımcı sayısının düşük olmasıdır. Bu noktada farklılaşan tek örnek dört endüstri ürünleri tasarımcısı ile çalışan Zafer Uluçay'dır.

Bu noktada, endüstri ürünleri tasarımcılarının, genelde, bir projeyle ilgili tüm süreci yönetme ve ürünle ilgili kararları verme yetisine sahip olduğunu ve bunu tercih

ettikleri söylenebilir. Tasarımcılar, sadece, bilgisayarda modelleme, sunum yada üretimle ilgili konularda destek almaktadırlar.

Kendi ofisleri olan bu tasarımcıların çalıştıkları ürün grubu sayısının en fazla beş civarında olduğu görülmüştür. Bu değerlendirmede Armağan Birgil, İnci mutlu ve Gamze Akay'ın çalıştığı farklı ürün grubu sayısının diğerlerinden daha fazla olduğu söylenebilir. Fakat, farklı ürün gruplarında çalışmanın, tasarımcıların tasarım süreci hakkındaki görüş ve uygulamalarında farklılık yarattığı gözlemlenmiştir. Ek olarak, az veya çok sayıda ürün grubunda çalışan tasarımcıların tasarım süreci hakkında benzer uygulamalar yaptıkları görülmüştür.

Çalışmada bu değerlendirmenin yapılmasının amacı, tasarımcıların çalışma ortamlarının tasarım süreciyle ilgisini görebilmektir. Tasarımcının içinde bulunmak istediği fiziki ortam bu çalışmanın araştırma konusu dışındadır. Fakat, ofis veya diğer çalışma ortamlarının tasarım sürecini direk olarak etkilemediği ya da tasarım sürecinde uygulanan bir yöntemin belirtisi olmadığı gözlemlenmiştir.

5.3. Tasarım süreci adımları ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması

Tablo 5.2'de çalışmada görüşülen tüm tasarımcıların, tasarım sürecindeki adımlar hakkındaki genel uygulamaları, toplu biçimde gösterilmiştir.

Kendi ofisi olan tasarımcıların çoğu, ürün tasarlama kararını, ofis dışı bir müşteriden almaktadırlar. Bu genellemeyi, kendi mağazası olan tasarımcılar değiştirmektedir. Bu tasarımcılar, kendi markaları adı altında satılacak ürünler tasarladıkları için, yeni ürün kararını kendi markalarının/mağazalarının şartlarına göre belirlemektedirler.

Tasarım sürecinin bu şekilde başlamasının yarattığı en önemli farklılık tasarımcı aynı zamanda iş tanımını belirleyen kişi olduğu için, 'müşteri' nin ihtiyaçlarını çok daha iyi bilmesi, ve planlama, araştırma gibi ileriki adımlarda daha hızlı ilerleyebilmesidir. Ürün tasarlama sürecine müşteri isteği ile başlayan tasarımcılar ise, sürecin başında müşteriyi anlamak, doğru iletişim kurmak ve iş tanımını doğru belirleyebilmek için belli bir zaman ayırmaktadırlar.

Ürün tasarlama sürecine, müşterinin teklifiyle başlayan tasarımcılar da, zaman zaman yeni bir ürün kararını bağımsız olarak verdiklerini ifade etmişlerdir. Sektörde tespit edilen bir ihtiyaç, bir firma için doğru olduğu tespit edilen bir ürün önerisi, yeni bir

malzeme yada üretim tekniğinin denenmesi veya yarışmalar bu kararın verilmesindeki sebepler olarak sıralanabilir.

Tablo 5.2: Tasarım süreci ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması

Tasarım Süreci	T. Özengin	A. Birgül	K. Şekerioğlu	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. Irmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleb	K. Malhan	A. Altındağ	Z. Uluçay
Tasarım kararı (işveren)	Ç	E	E	B	B	Ç	Ç	Ç	E	H	H	H	E	E	E
Tasarım kararı (tasarımcı)	B	H	-	B	B	B	B	B	E	E	E	E	B	H	H
Planlama	H	E	E	B	B	E	E	E	H	H	H	H	E	B	E
Araştırma	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Fikir üretimi	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Modelleme (bilg.)	E	H	E	E	E	E	E	E	E	H	H	H	H	E	B
Eskiz maket	H	B	B	B	E	E	E	E	E	H	H	B	E	B	E
Sunum	E	E	E	H	E	E	E	E	E	H	H	H	E	E	E
Prototip	B	E	B	E	B	B	B	B	E	E	E	E	E	E	E
İmalat /Revizyon	B	E	E	H	H	B	B	B	E	E	E	E	B	A	B

Araştırmada öngörülen tasarım süreci doğrultusunda, tasarımcılara, iş tanımı alındıktan sonra geçirilecek süreçle ilgili kabaca bir planlama yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Bu soruda kastedilen tasarımcıların, iş tanımında verilen tarihler doğrultusunda, süreç hakkında kendilerine belirledikleri hedef tarihler olup olmadığıdır. Tabloda görüldüğü gibi, bu soruya verilen cevap evet ya da bazen ağırlıklı olmuştur. Fakat görüşmeler sırasında, tasarımcıların, müşterilerle yapılan tanışma toplantılarındaki tarihlere odaklandıkları ve kendilerine rehber olacak bir planlamayı çok net bir şekilde yapmadıkları gözlemlenmiştir. Tasarımcıların, planlama ile anlatmaya çalıştıkları, ürün tasarım alternatiflerini belirlenen tarihlere yetiştirmektir. Bu süre içinde kendilerine, araştırma ya da fikir üretimi için çok net süreler belirlememektedirler. Bunun yanında, kabaca bir planlama yaptığını ifade eden tasarımcılar ise, bu planlamaya genelde uyamadıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma aşaması, tüm tasarımcıların mutlaka uyguladıkları ortak adımlardan biridir. Araştırma için kullandıkları yöntemler bu çalışmada ayrıca analiz edilmiştir. Bu tabloda öne çıkan ise, farklı ya da benzer ürün gruplarında çalışan, farklı ya da benzer çalışma ortamları olan, genel bir bakış açısıyla ise tasarım süreci hakkındaki görüşleri ve uygulamaları benzerlik gösteren ya da göstermeyen, tüm bu tasarımcıların bir ürün tasarlama problemini çözmeye başladıklarında ürün ve ilişkili kavramlar hakkında araştırma yapmalarınıdır.

Proje ile ilgili araştırma aşaması, tasarımcılar tarafından genellikle fikir üretimi aşaması ile birlikte anılmaktadır. Müşteri ile doğru iletişim kurulduktan sonra, bu iletişimin ışığında ürünle ilgili araştırılan konular, sonuç ürünle ilgili ilk fikirlerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu fikirler biçime ya da işleve dair olabilir. Bu çalışmada görülen, iş tanımı ile başlayan analizin, araştırma ile beraber sentezi de içine aldığıdır. Tasarımcılar, analiz ve sentez, yani araştırma ile fikir üretimi aşamalarını birbirinden net çizgilerle ayırmamaktadırlar. Bu noktada, ürünle ilgili verilerin belirlendiği analiz ile, bu verilerden sonuca gitmek için yapılan sentezin paralel ilerlediği söylenebilir. Birçok tasarımcı kavramsal çalışmaların , araştırma aşamasında başladığını belirtirken, ürünle ilgili kriterlerin, araştırma sürecinde de sürekli kendileri tarafından sentez edildiğini ifade etmiştir.

Araştırma aşaması, analiz olarak değerlendirilirse, genel problem çözme eyleminin doğal ilk adımı olarak görülebilir. Bu çalışmada, araştırmanın, endüstri ürünleri tasarımı mesleği pratiğinin, sentezi de içeren özel bir aşaması olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmadan sonra gelen ürünle ilgili fikir üretim süreci, tasarımcının endüstri ürünleri tasarımı problemine çözüm alternatifleri getirdiği aşamadır. Bu aşamadaki düşünsel etkinlikler bu araştırmanın konusu dışındadır. Bu araştırmada gözlemlenen ise, fikir üretme aşamasının, farklı ortamlarda ve farklı araçlarla da olsa, endüstri ürünleri tasarımı meslek pratiğinde değişmez bir yeri olduğudur.

Fikir üretme aşaması, araştırmaya benzer biçimde, tüm süreçte, diğer çalışmalarla eş zamanı olarak devam etmektedir. Fakat aynı zamanda, yine araştırma aşaması gibi, süreç içinde öne çıktığı belli bir sırası vardır. Bu sıralama, çalışmada görüşülen tüm tasarımcılar tarafından ifade edilmiştir. Bu aşamada kullanılan araç ve yöntemler ileriki bölümlerde ele alınmıştır. İlginç bir gözlem ise, düşünsel süreç ne kadar bilinmez ve karmaşık olsa da, bu süreçte kullanılan araç ve yöntemlerin çok çeşitli olmamasıdır. Çalışmada, Endüstri ürünleri tasarımı mesleğinde, ürüne dair özellikleri belirlemek için belli araçlar önerilmiştir. Görüşülen tasarımcılar, bu araçlar dışında kullandıkları farklı bir alternatif önermemişlerdir. Analiz edilen tasarım süreçleri beraber değerlendirildiğinde, araştırma ve fikir üretimi aşamalarının, tasarım sürecinin değişmez iki adımı, ve endüstri ürünleri tasarımcısının sabit uygulamaları olduğu gözlemlenebilir.

Bir sonraki adım olan, ürün önerisinin üç boyutlu hale getirilmesi, bilgisayarda modelleme ve eskiz model olarak ele alınmıştır. Bilgisayarda modelleme, bir ürünü hızlı biçimde üç boyutlu görebilmek için tasarımcılar tarafından yoğun biçimde kullanılmaktadır, bu açıdan eskiz model çalışmasıyla benzer bir amacı olduğu söylenebilir. Diğer yandan, eskiz model çalışmalarının, fikir üretim sürecinde yardımcı araç olarak daha yoğun kullanıldığı gözlemlenmiştir. bu adımların tasarım sürecinde yeri ve uygulama biçimi değişken adımlar olduğu söylenebilir. Ürünü üç boyutlu görmek istediklerinde, tasarımcılar projeye göre bilgisayar ya da model malzemeleri, ya da iki yöntemi beraber kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ürünün üç boyutlu modellemesi, ürünle ilgili kararlar tam olarak verildikten sonra revizyon yapmak amacıyla değil, kararlar verilirken yardımcı olması amacıyla yapılmaktadır denilebilir. Tabloda görüldüğü gibi, görüşülen tasarımcıların bu adımları uygulamadaki görüşleri çeşitlidir.

Bu adımlardan sonra, tasarımcılara ürün önerisinin sunum çalışmasıyla ilgili eylemleri sorulmuştur. Bu noktada, kendi mağazaları/markaları olan kesin bir şekilde ayrılmışlardır. Yılmaz Zenger, Ela Cindoruk, Nazan Pak ve Ahmet Kaleli kesinlikle bir sunum çalışması hazırlamazken, Koray Malhan ise, firmasındaki diğer departmanlarla iletişim kurmak amacıyla ürün alternatiflerini sunmaktadır. Bu tasarımcılar, kendi mağaza ya da markaları dışında müşterilerle çalışırken ise sunum çalışması hazırladıklarını belirtmişlerdir.

Görüşülen tüm tasarımcılar, müşteri ile iletişim kurma açısından sunum çalışmasına büyük önem vermektedirler. Sunum çalışması, tasarımcılar için, işverene tüm projenin, çıkış noktasından, hedeflenenlere kadar tüm hikayesinin anlatıldığı adımdır. Bu adımda, tasarımcıların müşteriye iletmek istedikleri, yeni vizyon, ürünle ilgili his, form, ya da hedeflenen müşteri gibi, sonuç ürünü tamamlayan tüm noktalar ifade edilmektedir.

Tasarımcıların genelde, sunum çalışmaları için firmalarına özel bir format oluşturdukları gözlemlenmiştir. Sunumlarda çoğunlukla, Powerpoint programı kullanılmaktadır. Bu programda ürünün bilgisayarda hazırlanmış üç boyutlu modelleri ile beraber projeyi ifade eden, görseller kullanılmaktadır. Tasarımcılar bunun yanında projeye göre, sunuma el eskizlerinin, eskiz modellerin ya da prototiplerin de götürülebileceğini belirtmişlerdir. Sunum çalışması da, tasarım sürecinin diğer adımları gibi, ürüne göre uyarlanabilmektedir.

Prototip hazırlanması tüm tasarımcılar için olmazsa olmaz bir adım olarak gözlemlenmiştir. Firmanın çalışma şartlarına ve imkanlarına göre tasarımcılar, üretimden önce mutlaka prototip görmek istemektedirler. Ürüne göre, eğer imkanları varsa prototipi tasarımcılar kendileri yaptırmaktadırlar. Prototip hazırlanması tasarımcılar için sadece ürün onaylandıktan sonra değil, fikir üretimi aşamasında ya da sunum için de uygulanmaktadır. Fikir üretimi aşamasında eskiz modeller daha yoğun kullanılırken, ürünle ilgili kritik kararların verilmesinde, prototip yapılması gerektiği tasarımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Görüşülen tüm tasarımcıların, ürün üretim aşamasına gelene kadar, süreci çok kontrollü yönettikleri gözlemlenmiştir. Bu nedenle, tüm tasarımcılar üretimden çok az geri dönüş almaktadırlar. Üretimle ilgili üründe çıkacak sorunları, tasarımcılar, fikir üretimi aşamasından bile önce, araştırma aşamasında minimize etmeye çalışmakta ve ürünü üretim imkanlarını ya da kısıtlamalarını göz önünde bulundurarak geliştirmektedirler. Teoride, son ürüne karar verildikten sonra, üründe meydana gelebilecek değişiklikler, prototip aşamasına bile gelmeden çözülmektedir. Ürün grubu fark etmeksizin, tüm tasarımcılar, üretimi çok ciddiye almakta, ve tasarım sürecini, üretimle ilgili sorunlar yaşamadan sonlandırmaktadırlar.

5.4. Tasarım sürecinde metot: Var mı, yok mu, olmalı mı?

Yukarıda açıklanan gözlemler nedeniyle, tasarım sürecinde uygulanan metodun incelenmesinden önce, metodun varlığı sorgulanabilir.

Tasarımcılar bir iş tanımı aldıklarında , çeşitli eylemlerde bulunarak sonuç ürüne doğru ilerlemektedirler. Fakat bu eylemler bilinçli midir, yoksa problemin çözümünü ararken rastgele bir eylemler bütünü müdür? Tasarım eğitiminde, tasarımcılara çeşitli yöntemler öğretilmiştir. Ama tasarımcılar bu yöntemleri, gerçek örneklerle ne kadar taşımaktadırlar? Tasarım sürecinin içindeyken bu sürecin varlığının ve uygulanan metodların ne kadar farkındadırlar? Eğer tasarımcı, geçirdiği tasarım sürecinin ve uyguladığı metotların farkında değilse, endüstri ürünleri tasarımı disiplinine ait bir sürecin varlığından bahsetmek zorlaşacaktır. Bir problem için bir yöntem dikte edip sonucunu kontrol etmek kabul edilebilirdir. Fakat tasarım problemleri gibi, bir çok değişkeni olan problemlerde dışarıdan bir metot önermek daha zordur. Tasarım problemlerini çözüme ulaştıran sürecin anlaşılmasında, tasarımcının bu süreci algılaması önem kazanmaktadır.

Yapılan görüşmelerde tasarımcılar, zaman zaman tasarım problemi çözmek için bir metodun olamayacağını belirtmişlerdir. Fakat diğer yandan, soru kağıdında önerilen adımların çoğunu hem de benzer sırada uyguladıkları gözlemlenmiştir. Çalışmanın başında da belirtildiği gibi, tasarlama süreci için önerilen metotlar, bu konuda çalışanların sayısı kadar çok olabilir. Tüm bu çalışmalar, ‘tasarım nasıl yapılır?’ sorusunun cevabını aramaktadır. Tasarım süreci yaşamla paralel ilerleyen bir kavram olduğu için, tasarım sürecine kalıcı bir metot atamak mümkün gözükmemektedir. Bu çalışmada tasarımcıların tasarım metotlarını bir yöntem olarak değil daha çok bir rehber olarak kullandıkları gözlemlenmiştir. Bu rehber eşliğinde, her projeye göre yöntemlerini belirlemektedirler. Tasarım yapmak için bir yöntem olduğu söylenebilir. Fakat bu çalışmada, bu yöntemin bir formül değil, tasarımcıyla beraber var olan, sürekli devinen bir yardımcı olduğu gözlemlenmiştir. Tasarlama metodu sadece projeden projeye değil, bir projenin içinde bile değişim ve gelişim göstermektedir. Böylece hem kendi niteliklerini, hem de tasarımcının problem çözme yetisini ilerletmektedir.

Sonuç olarak, yapılan görüşmelerde, öncelikle tasarımcıların meslekleriyle ilgili bir yöntemin varlığını sorguladıkları ve aradıkları görülmüştür. Bu nedenle, görüşülen tasarımcıların hepsi, bir tasarım problemini çözerken geçirdikleri evrelerin farkındadırlar. Bu evrelerin açıklamalarında, belli başlı ortak adımları olan bir sürecin varlığı gözlemlenmektedir. Fakat, bu adımların kesin bir metot değil bir yardımcı, bir rehber olduğu da söylenebilir.

Dolayısıyla, tasarım sürecinde bir tasarlama metodunun varlığı inkâr edilemez. Ama bu metotların varlığı, örneğin matematik biliminde olduğu gibi, bir yerden alınarak aynen uygulanmamakta, fakat her tasarımcı tarafından kendine ve ürüne özel oluşturulmaktadır.

5.5. Araştırma süreci adımları ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması

Araştırma aşaması, tasarım sürecinde önemli bir adım olduğu ve görüşülen tüm tasarımcılar tarafından özenle uygulandığı için kendi içinde tekrar değerlendirilmiştir. Tablo 5.3’te tüm tasarımcıların araştırma eylemleri beraber görülmektedir. Tasarımcılar için gözlem çok önemli bir araçtır. Belli bir proje ya da bir ürüne özel olmaksızın, tüm tasarımcılar, günlük hayatı, kullanıcıları ve kullanım biçimlerini yoğun biçimde gözlemlediklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanında ise,

bir projeye başladıklarında, tasarlanacak ürünle ilgili olduğunu düşündükleri tüm alanlarda gözlemler yapmaya başlamaktadırlar. Söz konusu olan ürünü ve nasıl kullanıldığını gözlemlemenin dışında, kullanıcılarla konuşarak ve onlardan fikirlerini alarak da veriler elde etmektedirler. Gözlemler sadece ürünün özelliklerini açığa çıkartmamakta, ayrıca yeni kullanım biçimleri ve ihtiyaçları anlamaya yardımcı olmaktadır. Bir ürüne özel yapılan gözlemler, tasarımcılar tarafından mesleki bir özellik olarak tüm hayatlarında devam ettirdikleri gözlemlerin sonuçlarıyla da birleşmektedir.

Tablo 5.3: Tasarımcıların araştırma sürecinde eylemleri ve karşılaştırılması

Araştırma	T. Özengin	A. Birgil	K. Şekercioğlu	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. İrmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Malhan	A. Altındağ	Z. Uluçay
Gözlem	Y	N	-	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	N	N
İnternet	Y	A	-	A	Y	Y	Y	Y	N	N	N	A	N	Y	Y
Fuar/Katalog	Y	Y	-	A	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	A	N	N	Y
Dergiler	N	N	-	A	N	N	N	N	N	N	N	Y	N	N	Y
Ödüllü tasarım	N	A	-	A	N	A	N	A	Y	A	A	A	A	Y	A
Önceki tasarım	N	N	-	N	Y	Y	Y	N	N	Y	Y	N	N	Y	Y
İş tanımı	Y	Y	-	Y	Y	Y	Y	Y	Y	-	-	-	Y	Y	N

Ürünü ve tasarım problemini anlayanın büyük bir kısmı olan gözlemin yanı sıra, tasarımcılar, ürünle ilgili pazar araştırması için internet imkanlarını kullanmaktadırlar. Ulaşılması internete kıyasla daha zor olmasına rağmen, tasarımcılar fuarları da yoğun bir biçimde takip ettiklerini ve bu fuarlardan aldıkları katalog vb. kaynaklardan faydalandıklarını ifade etmişlerdir.

Görüşülen çoğu tasarımcı, piyasada yapılan benzer işleri, farklılığı yakalamak amacıyla araştırdıklarını, özellikle belirtmişlerdir. Bazı tasarımcılar ise yapılan işlere kesinlikle bakmadıklarını, sadece daha sonradan benzer işler olup olmadığını kontrol amaçlı bir tarama yaptıklarını anlatmışlardır. Aynı zamanda, başarı kazanmış tasarımların, ne konularda farklılığı yakaladıklarını anlamak için araştırıldıkları ifade edilmiştir. Araştırma sürecinde, gözlemler ve Pazar araştırması kadar yoğun kullanılan bir kaynak ise kapsamlı olsa da olmasa da, firma tarafından verilen iş

tanımıdır. Tasarımcılar, bir yandan ürünle ilgili olarak vizyonu genişletmek için Pazar araştırması yapsalar da, diğer yandan firmanın isteklerinden uzaklaşmamak için iş tanımıyla kontrollü ilerlemektedirler. Firmadan tasarımcıya gelen bilgiler, bazen Pazar araştırması, üretim yöntemleri gibi konuları da içermektedir. Tasarımcılar, buna rağmen kendileri de bu konularda araştırma yaptıklarını ifade etmişlerdir. İş tanımında verilen bilgilerin yanında, proje hedeflerine uygun olacak biçimde, yeni öneriler getirebilmek amacıyla tasarımcılar araştırma sürecine çok önem vermektedirler. Araştırma aşamasının, tasarımcılar tarafından, ürün fikrinin tohumunun atıldığı bir süreç olarak görüldüğü gözlemlenmiştir. Araştırma aşamasında, tasarımcılar, hem işvereni ve isteklerini, hem ürün için olasılıkları hem de ürün için kendi bakış açılarını, analiz etmekte ve ürün fikrinin oluşmasındaki en önemli adımları atmaktadırlar.

5.6 Fikir üretimi aşaması ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması

Fikir üretimi aşaması, tasarlama probleminin çözüldüğü adım olarak görülebilir. Tasarımcının bu aşamadaki zihinsel faaliyetleri bu araştırmanın konusu dışındadır. Fikir üretimi aşamasının kendi içinde tekrar değerlendirilmesinin amacı, tasarımcıların bu aşamada kullandıkları yöntemleri görebilmektir (Tablo 5.4). Fikir üretimi aşamasının gözlemlenmesini zorlaştıran en önemli etkenlerden biri, belli bir zamanda başlayıp bitmemesidir. Çoğu tasarımcı iş tanımını aldıkları andan itibaren, ürünle ilgili kriterlerin sentezine zihinsel olarak başladıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 5.4: Fikir üretimi aşaması ve tüm tasarımcıların karşılaştırılması

Fikir Üretimi	T. Özgelgin	A. Birgöl	K. Seker	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. İrmak	I. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Malhan	A. Alındag	Z. Uluçay
Zihinsel	Y	N	-	Y	N	N	N	N	Y	N	N	Y	Y	N	N
Eskiz (el)	Y	Y	-	A	N	N	N	N	A	N	N	Y	Y	N	Y
Eskiz (bilg.)	Y	H	-	N	A	A	Y	N	A	H	H	A	H	N	A
Eskiz (Maket)	N	B	-	H	B	B	B	N	B	H	H	B	B	A	Y
Beyin	N	A	-	Y	Y	Y	Y	N	A	N	N	Y	N	N	A
Beyin firt.	N	B	-	H	H	N	H	Y	H	H	H	H	H	Y	Y

Buna rağmen, tasarımcılar sade tasarım problemine odaklandıkları bir zaman ayırdıklarını da belirtmişlerdir. Ürün tasarımı, tüm tasarım süreci boyunca ilerlese de, tasarımcılar bir noktada, odaklanıp, tüm bilgileri değerlendirme ve sonuca ulaşma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu aşamada, daha önceden ürünle ilgili zihinde belirmiş imajlar ya da fikirler olabilir, ya da elde sadece bilgiler vardır. İki durumda da, tasarımcılar, araştırma ile başlayan ve eşzamanlı ilerleyen analiz ve sentezi, bir noktada durdurup sadece senteze yoğunlaşmaktadırlar.

Bunu yaparken kullandıkları araçların, ürüne ve tasarımcının geçmişine göre değiştiği gözlemlenmiştir. İlk olarak, tasarlanan ürüne göre, fikir üretimi aşamasında da üç boyutlu olarak çalışabilmekte, ya da sadece el çizimleri yapılmaktadır. İkinci olarak ise tasarımcıların alışkanlıkları ağırlık kazanmaktadır. Bu aşamayı, tasarımcılar, çalışma alışkanlıkları, aldıkları eğitim vb gibi etkenler nedeniyle kişiselleştirmişlerdir. Örneğin bazı tasarımcılar, kesinlikle bilgisayar çizimi kullanmadıklarını, sadece el ile eskizler çizdiklerini belirtmişlerdir. Bazı tasarımcılar ise, zihinlerinde canlanan fikirleri doğrudan bilgisayarda modelleyerek eskiz çalışması yapmaktadırlar. Eskiz modeller tüm tasarımcılar tarafından zaman zaman kullanılmaktadır. Beyin fırtınası yöntemi çoğu tasarımcı tarafından kullanılmamaktadır. Bazı tasarımcılar ise, yanlarında çalışan tasarımcılarla beyin fırtınası yöntemini uygulamaktadırlar.

Çalışmada, fikir üretimi aşamasının, tasarım problemini çözmede en önemli adımlardan biri olmasına rağmen diğer adımlara göre daha kısa sürdüğü gözlemlenmiştir. Bu gözlem sonucunda, tasarımcıların ürün fikrini önceden oluşturdukları, fikir üretimi aşamasında ise bunu somutlaştırarak rafine ettikleri söylenebilir. Çalışmada görüşülen tasarımcıların çoğu, asıl önemli kısmın ürünü ve müşteriyi iyi anlamak olduğunu, fikir bulunduktan sonra, fikrin bir şekilde ürüne dönüşeceğini ifade etmişlerdir.

5.7 Üretilmiş ürünlerde tasarım süreci adımlarının karşılaştırılması

Yapılan çalışmanın öncelikli amaçlarından biri, tasarımcıların, tasarım sürecine bakış açılarıyla, tasarım sürecini nasıl uyguladıkları arasında karşılaştırmalar yapabilmektir. Bu nedenle, görüşülen tasarımcıların üretilmiş bir ürünlerinde gerçekleşen tasarım süreci bu bölümde, tüm tasarımcılar bir arada olarak tekrar ele alınmıştır (Tablo 5.5).

Yapılan çalışmada tasarımcıların, tasarım sürecindeki metotlar hakkında çok net fikirleri olmadığı gözlemlenmiştir. Tasarımcıların metotlar hakkındaki görüşleri, ürün örnekleri üzerinden konuşulduğunda netlik kazanmaya başlamaktadır.

Tablo 5.5: Örnek ürünlerin tasarım süreçleri

Tasarım Süreci	T. Özengin	A. Birgil	K. Şekerioğlu	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. İrmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Malhan	A. Altındağ	Z. Uluçay
Tasarım kararı (iş tanımı)	E	E	E	H	H	E	E	H	H	H	H	H	E	E	E
Tasarım kararı (kişisel karar)	H	H	-	E	E	H	H	E	E	E	E	E	H	H	H
Planlama	H	E	E	H	H	E	E	H	H	H	H	H	E	H	E
Araştırma	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Fikir Üretimi	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E
Modelleme (bilgisayar)	E	H	E	E	E	E	E	E	-	H	H	H	H	E	E
Eskiz maket	H	E	E	E	H	H	E	E	-	H	H	E	E	E	E
Sunum	E	E	E	H	H	E	E	E	-	H	H	H	H	E	E
Prototip	E	E	E	E	H	E	E	E	-	E	E	E	H	E	E
İmalat / Revizyon	E	E	E	H	H	E	E	H	-	E	E	E	H	A	H

Tasarım süreci ürün örnekleri üzerinden gözden geçirildiğinde, tasarımcıların genel olarak benimsedikleri süreçle paralellik gösterdikleri görülmektedir. Örnek ürünlerde de, iş tanımının analiz edilmesi, hem tasarımcı hem de işveren arasında, projenin hedefleri hakkında görüş birliği sağlanması ve iyi bir iletişimin kurulması önemli yer almıştır. Tasarımcıların, örnek ürün üzerinden konuşurken, ürünü ve ürünün amaçlarını işveren firma kadar hatta daha çok benimsedikleri gözlemlenmiştir. Ürün kararını kendi veren tasarımcıların dahi bu noktada, iş tanımını kendilerinden bağımsız hale getirdikleri ve mümkün olduğunca net hale getirmeye çalıştıkları görülmüştür. Proje hakkındaki planlama çalışmaları, öngörüldüğü gibi, kabaca uygulanmıştır. Planlama, öncelikle müşteriyle yapılan görüşmede belirlenen tarihlere sadık kalmak olarak görülmektedir. Firmalarda, bunun dışında, tasarım süreci ile ilgili çok sıkı bir planlama yapıldığı gözlemlenmemiştir. İş tanımının alınması ile beraber, tasarımcıların ilk sunum tarihine odaklandıkları ve yoğun bir araştırma ve fikir üretimi aşamasına geçtikleri görülmüştür. Tasarım süreci hakkında genel olarak

konusulduğunda, tasarımcılar, araştırma ile fikir üretimi arasına net olmasa da sınırlar çizmiştir. Fakat örnek ürünlerde bu sınırların olmadığı ve ürün fikirlerinin araştırma sırasında oluşmaya başladığı görülmektedir. Fikir üretimi aşamasında, aslında belirli ürün fikirlerinin analiz edildiği söylenebilir.

Örnek ürünlerdeki araştırma süreçleri kendi içlerinde ele alındığında, yöntemlerin tasarımcılara ve projeler göre farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Ürün grubunda deneyimli olan tasarımcılar, sektör analizinden çok ürünün nerelerde farklılaşacağı ve hangi ihtiyaçları gidereceği konusuna yoğunlaşmışlardır. Yeni bir ürün grubuyla çalışan tasarımcılar firmanın verdiği bilgilere ve sektör analizine yönelmişlerdir. Bunun dışında araştırma konuları, projenin ihtiyaçlarına göre, malzeme, üretim yöntemi, kullanıcı ihtiyacı ya da firmanın ürün gamı gibi farklı konularda yönelmiştir. Ürün fikirlerinin görselleştirilmesinde, projeye göre farklı uygulamalar yapılmıştır. Kendi mağaza ya da markası olan tasarımcılar bilgisayarda üç boyutlu modelleme yapmamışlardır. Diğer tasarımcılar ise, ürünü geliştirme ya da sunum çalışması için bilgisayar programlarını kullanmışlardır.

Küçük boyutlardaki ürünlerde mutlaka eskiz model uygulaması yapıldığı görülmüştür. Atölye imkanları olan ya da daha büyük ölçülerdeki ürünler tasarlayan tasarımcılar ise, ölçekli prototip çalışmasına geçmişlerdir. Tasarımcıların, ürün boyutları uygun olduğunda fikir üretimi aşamasında hemen eskiz modeller yaptıkları gözlemlenmiştir. Ürün tasarımı kararını kendi veren tasarımcılar sunum aşamasını atlarken, işverenle çalışan tasarımcılar detaylı bir sunum çalışması yapmışlardır. Bu sunum çalışmalarında daha önce bahsettikleri gibi, ürünün tüm hikayesini, iş tanımının hedefleri ile birleştirerek anlatmaya çalışmışlardır. Müşterisi ile daha önceden çalışmaları olan tasarımcılar ise, örneğin Tanju Özelgin ve İnci Mutlu, sunumda sadece ürüne yoğunlaşmışlardır. Sunum çalışmalarında, bilgisayar ortamında hazırlanmış görseller mutlaka bulunmaktadır. Bazı tasarımcılar, sunum toplantısında, ölçekli prototip ya da mock-up çalışmaları da kullanmışlardır.

Tabloda, örnek ürünlerde imalattan geri dönüşlerin olduğu görülmektedir. Tasarımcılar, süreç hakkındaki konuşmalarda, imalattan geri dönüşleri çok az yaşadıklarını ya da yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Örnek ürünlerde bu aşamanın yaşanmış olması, aslında tasarımcıların öngörüsüyle ters düşmemektedir. Çünkü üretimden geri gelen değişiklikler, minimum düzeyde ölçü değişiklikleri sınırında kalmıştır. Örnek ürünlerin hiçbirinde, ürünün ana fikrini, konseptini ya da

malzemesini değiştirmek değişiklikler gerçekleşmemiştir. Bunun nedeni, tasarımcıların daha önce belirttiği gibi, araştırma aşamasında, işveren imkanlarının, üretim yöntemlerinin, malzeme ve teknolojilerin çok kapsamlı analiz edilmesidir.

Sonuç olarak, örnek ürünlerde, tasarımcıların öngördükleri tasarım süreçlerine benzer süreçlerin yaşandığı gözlemlenmiştir. Tasarımcılar belirttikleri gibi, iş tanımlı ve ihtiyaın analizi, araştırma ve fikir üretimi aşamalarına çok önem vermekte, daha sonra ise, fikrin tasarıma dönüştürülmesinde projeye göre değişen araçlar kullanarak, tasarım probleminin çözümüne ulaşmaktadırlar.

5.8 Endüstri rnleri tasarımı nasıl yapılır?

Çalışmanın giriş bölümünde sıralandığı gibi, endüstri ürünleri tasarımcılarının çalışmalarının ilerleme şekilleri hakkında çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı da, bu mesleğin problem çözme yöntemlerini incelemektir. Endüstri rnleri tasarımı yapmanın belli bir formülü olduğu söylenemez, fakat bir önceki bölümde açıklandığı gibi, bir tasarım problemi çözmek için uygulanmasına mutlaka gerek olan adımlar olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada endüstri ürünleri tasarımcılarının içlerini nasıl yaptıklarına dair gözlemlerden biri, bu mesleğinin uygulanış biçiminin sürekli devinim ve değişim içinde olduğudur.

Bu gözlem tasarlama metodunun belirlenemez olduğu anlamına gelmez. Çalışma süresince, tasarım problemlerini çözme adına birçok ipucu, ortak yöntem ve uygulama gözlemlenmiştir. Ortak adımlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- iş tanımının alınmasından sonra ihtiyaçla ilgili analiz
- araştırma
- konsept arayışı
- kişisel tasarlama eylemleri
- eskiz model çalışmaları
- prototip çalışmaları ve imalatla ilgili çalışmalar
- sunum alışmaları

Farklı yöntemleri uygulayan bu tasarımcıların, aynı zamanda tasarım süreciyle ilgili ortak noktalara da sahip çıkmaları, bu mesleği yapmanın bir metodu olduğunu desteklemektedir.

Fakat, bu çalışma sonucunda, şu kanıya varılabilir. Endüstri ürünleri tasarımı yapmanın bir metodu vardır. Fakat bu metodun zorluğu, bir problemi çözmek için gerekli araçları çok iyi bilme gerekliliğinin dışında, her problem için bu araçları doğru şekilde bir araya getirme zorunluluğudur. Çünkü tasarım problemlerini çözmek için kullanılacak formül durağan bir harfler sayılar dizisi değil, devinim içinde bir oluşumdur.

5.9. Üretilmiş ürünlerde araştırma süreçlerinin karşılaştırılması

Tablo 5.6: Örnek ürünler ve araştırma süreçleri

Araşt. Yönt.	T. Özeln	A. Birgil	Şekerioğlu	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. İrmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Malhan	A. Alındağ	Z. Uluçay
Gözlem	Y	A	-	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	A	N
İnternet	H	H	-	-	Y	A	Y	Y	A	A	A	Y	Y	Y	Y
Fuar	H	H	-	-	Y	A	Y	A	A	N	N	A	A	A	Y
Dergiler	H	H	-	-	N	A	H	H	H	A	A	A	H	A	N
Ödüllü	H	H	-	-	N	A	H	H	H	H	H	H	H	A	N
önceki	H	N	-	-	Y	N	Y	N	A	H	H	A	Y	Y	Y
İş tanımı	Y	Y	-	H	H	Y	Y	Y	-	-	-	-	Y	Y	Y

Tablo 5.6’da tasarımcıların örnek ürünlerin araştırma aşamasında gerçekleştirdikleri eylemler sıralanmıştır.

Ürün grubunda daha önce çalışılmış olsa da, ürün ve kullanıcılarla ilgili yoğun gözlemler yapıldığı görülmektedir. Ürün fikrinin ve hikayesinin oluşmasında, bu gözlemlerin büyük payının olduğu kanısına varılabilir. Tasarımcılar, sektör hakkında bilgileri olsa da, sektör hakkında güncel bilgileri takip etmek için internetten faydalandıklarını ifade etmişlerdir. Daha önce gezilen fuarlarda alınan bilgiler ve toplanan katalog vb kaynaklar yoğun biçimde değerlendirilmektedir. Ürünle ilgili önceki tasarımlar, benzerliğe düşmemek için taranmaktadır. Araştırma aşamasında,

işverenden iş tanımı alan tasarımcılar, firmanın verdiği bilgilere önem vermiş ve araştırmalarını yönlendirmişlerdir.

5.10. Üretilmiş ürünlerde fikir üretimi aşamasının karşılaştırılması

Araştırma aşamasıyla sınırları çok net ayrılmayan fikir üretimi aşamasında tasarımcılar tarafından gerçekleştirilen eylemler, tablo 5.7’de görülmektedir. Tüm tasarımcılar, ürün fikrinin zihinde şekillendikten sonra kendileri tarafından somutlaştırıldığını ifade etmişlerdir. Ürün fikrini ağırlık olarak çizimlerle oluşturduğunu belirten tek tasarımcı Armağan Birgil olmuştur.

Tablo 5.7: Örnek ürünler ve fikir üretimi aşamaları

Fikir Üretimi	T. Özelgin	A. Birgil	K. Şeker.	Y. Zenger	O. Şenocak	G. Akay	H. Armağan	O. İrmak	İ. Mutlu	E. Cindoruk	N. Pak	A. Kaleli	K. Mahan	A. Altındağ	Z. Uluçay
Zihinsel	Y	N	-	Y	N	N	N	N	Y	Y	Y	Y	Y	N	N
Eskiz (el)	H	Y	-	-	A	N	A	N	A	A	A	Y	Y	N	Y
Eskiz (bilg.)	A	H	-	-	A	N	A	N	H	H	H	H	H	Y	A
Eskiz (Maket)	H	H	-	-	H	A	H	Y	H	A	A	A	N	A	Y
Beyin fırt.(kişisel)	Y	A	-	-	Y	Y	Y	N	H	Y	Y	N	H	N	A
Beyin fırt. (grup)	H	N	-	-	H	N	H	N	H	H	H	H	H	Y	Y

Tasarımcılar, zihinlerinde beliren ürün fikirlerini somutlaştırmak için çeşitli araçlar kullanmaktadırlar. En öncelikli araç el çizimi olara gözlemlenmiştir, fakat aynı zamanda el çizimlerinin çok detaylı yapılmadığı, çoğu zaman akla gelen fikirleri not almak ya da ürünle ilgili detayları çözmek için yapılan eskizler olduğu görülmektedir. Bazı tasarımcılar ise, örneğin Tanju Özelgin, ürün fikrini doğrudan bilgisayarda modelleyerek ürün üzerinde çalıştığını ifade etmiştir. Eskiz modellerin, çoğu zaman eskiz ya da bilgisayar modelleme çalışmalarında yardımcı olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Tasarımcılardan hiçbiri konuyla ilgili bilinçli olarak beyin fırtınası metodu uyguladıklarını ifade etmemişlerdir. Fakat, ürünle ilgili kriterleri, kısıtlamaları ve olasılıkları değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Bu noktada, tasarımcıların ürünle ilgili alternatifleri değerlendirdikleri bir beyin fırtınası çalışması

geçirdikleri hatta bunu birkaç kere yaptıkları söylenebilir. Beyin fırtınası metodunu diğer çalışanlarla gerçekleştirdiğini ifade eden tasarımcılar ise, Gamze Akay ve Orhan Irmak olmuştur.

Sonuç olarak, fikir üretimi aşamasında, tasarımcılar ürüne göre farklı araç ve yöntemler kullanmaktadır. Fakat bu araçların, endüstri ürünleri tasarımı disiplini için öngörülen belirli araçlardan çok fazla ayrılmadığı ve farklı yöntemlerin geliştirilmediği gözlemlenmiştir.

5.11. Kişisel pırıltının yarattığı farklılık: standart endüstri ürünleri tasarımcısının metodu ne olmalı?

Tasarım problemlerini çözmeyi sağlayacak metotların olması, endüstri ürünleri tasarımcısının çözümlere getirdiği kişisel farklılıkların göz ardı edilmesi anlamına gelmez. Bu çalışmada, önemli olan noktalardan biri de, tasarım dünyasında öne çıkmış, farklılığı yakalamış tasarımcılarla görüşülmüş olmasıdır. Tasarım süreci incelenen ürünler, seri üretilmiş ve başarı kazanmış ürünlerdir. Bu ürünlerin tasarım süreçlerinde tasarımcının kişisel etkisi inkar edilemez. Görüşülen tasarımcılardan birinin uyguladığı metodu, aynı tasarım problemi için başka bir tasarımcı da uygularsa aynı sonuca ulaşabileceği söylenemez.

Endüstri ürünleri tasarımı disipliniinde mesleği uygulayanın çözüme kattığı farklılık diğer mesleklere göre daha fazla öne çıkmaktadır. Bu çalışmada bu fark daha çok öne çıkmıştır, çünkü görüşülen tasarımcılar hem tasarımcı kimlikleriyle farklılığı yakalayan isimler olup, hem de çoğunlukla uzun tasarım tecrübesine sahip kişilerdir.

Bu noktada, endüstri ürünleri tasarımında tasarımcının kişisel katkıları önemliyse, standart bir endüstri ürünleri tasarımcısının farklılığı yakalamak için ne yapacağı sorusu akla gelebilir. Bir endüstri ürünleri tasarımcısının, mesleğiyle ilgili yeterlilikleri dışında bir çok niteliğe sahip olması gerektiğini söyleyebiliriz. Tasarımcı dokunuşunu sağlayan bu nitelikler, endüstri ürünleri tasarımı eğitimi alan herkeste aynı oranda olmayabilir.

Bu noktada, herhangi bir tasarım problemini çözmek için kişisel etkinin dışında, başvurulabilecek bir metodun varlığına olan ihtiyacı doğurmaktadır. Tasarım süreci, tasarımın ne olduğu, tasarım problemlerinin nasıl çözüldüğü ya da çözülmesi gerektiği gibi soruların cevapları, farklı tasarımcılar için farklı zamanlarda cevap

bulabilir. Fakat bu sürecin tanınmasını sağlayacak ve yönlendirecek bir metodun varlığı her tasarımcının mesleği uygulaması için gereklidir.

Tasarım problemlerini çözmek için yol gösterecek metotların tanınmasından sonra, tasarımcının kendi niteliklerini bu yöntemlerle kaynaştırması onun mesleki olarak yerini belirleyecektir.

5.12. Tasarlama metotları hakkında

Yapılan çalışmada uygulanan soru kağıdının son bölümünde tasarımcılara eğitim süreçlerinde aldıkları tasarlama metotları eğitimi ve şu andaki uygulamaları hakkındaki fikir ve karşılaştırmaları sorulmuştur.

Tasarımcıların çoğu, teorik bir tasarlama metodolojisi dersi almamıştır. Tasarım sürecinde kullandıkları metotların eğitimi, proje stüdyo derslerinde uygulanan yöntemlerle oluşmuştur.

Tasarımcılar, lisans eğitiminde alıştıkları tasarım problemi çözme geleneğine büyük oranda bağlı kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu gelenekler, okuldan okula farklılık gösterse de, araştırma ve fikir üretimi aşamasının ağırlıklı olarak öne çıktığı söylenebilir.

Tasarımcılar, eğitim süreçleri ile şu andaki uygulamaları arasındaki en büyük farklılığın zaman kısıtlaması ve aynı anda birkaç projenin uygulanması olduğunu belirtmişlerdir. Bunun dışında, proje konusu alındıktan sonra araştırma yapılması, fikirlerin geliştirilmesi ve bu fikirlerin revize edilmesi temeline dayanan, tasarlama yönteminin, görüşülen tasarımcıların ağırlıklı olarak uyguladıkları metot olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, görüşülen tüm tasarımcıların, endüstri ürünleri tasarımı eğitimleri süresince, tasarımın nasıl yapıldığı konusunda çok net yöntemler ve cevaplar oluşturamadıkları, fakat stüdyo derslerinde uygulanan tasarım problemi çözme yöntemlerini, güncel çalışmalarına aktardıkları söylenebilir.

6. SONUÇLAR

6.1. Tasarlama metotlarında ortak adımlar

Gerçekleştirilen çalışmada, yapılan görüşmelerde, tasarımcılarla bir soru kağıdı üzerinden konuşulmuştur. Bu soru kağıdında, tasarım süreciyle ilgili bazı adımlar belirlenmiştir. Tasarımcıların, bir ürünü tasarlarken geçirdikleri süreç ve uyguladıkları metotlar, bu sorular yardımıyla anlaşılmaya çalışılmıştır. Soru kağıdı, tasarımcıların açıklamasına yardımcı olmayı amaçlamıştır, fakat aynı zamanda herhangi bir yönlendirme yapılmamasına dikkat edilmiştir. Görüşmelerde, tasarlama sürecinin aşamaları hakkında bilgi alırken, tasarımcıların etki altında kalmaması amaçlanmıştır.

Görüşmelerin en az etki ve yönlendirme ile yapıldığı göz önünde bulundurularak bulgular değerlendirildiğinde, tasarım süreci ile ilgili ortak eylemlerin belirdiği görülmektedir.

Çalışmanın amacı, meslek pratiğini başarılı olarak uygulayan tasarımcıların, tasarlama süreç ve metotları hakkında bilgi toplamaktır. İkincil bir amaç ise, toplanan bilgiler ışığında, tasarlama sürecinde varsa ortak eylemleri gözlemlemektir. Bu gözlemler sonucunda endüstri ürünleri mesleğinin tasarım problemi çözme metotları hakkında bazı sonuçlara varılmıştır.

6.1.1. İş tanımı, problemin anlaşılması, problemin tanımlanması

Yapılan görüşmelerde, tasarımcıların tümü müşteriye anlamaya çok önem verdiklerini ifade etmişlerdir. Projeler kapsamında, tasarımcılara çoğu zaman bir iş tanımı verilmektedir. Bazı durumlarda, iş tanımının kapsamının çok zayıf olduğu ve tasarımcıya yardımcı olmadığı da gözlemlenmiştir. İş tanımının varlığından daha önemli olarak öne çıkan ise, tasarımcıların, proje konusunun belirlenme aşamasında, iş tanımından bağımsız olarak müşteri ile çok detaylı bir iletişim kurmakta olduklarıdır.

Tasarımcılarla görüşülürken, tasarım süreci iş tanımı alındıktan sonra, araştırmanın yapılarak, fikir üretimi aşamasına geçilmesi olarak öngörülmüş ve sorular bu şekilde sıralanmıştır. Fakat, çoğu tasarımcı, iş tanımından sonra, araştırmadan bir adım önce ya da araştırma ile iç içe geçen bir adım daha tanımlamıştır. Bu adım, müşteri ile iletişim, proje ile ilgili müşteriyle yapılan konuşmalar, müşterinin anlaşılması, ve tüm bunlardan önemlisi, iş tanımından bağımsız olarak bir kere daha müşterinin kendini ifade etmesinin sağlanmasıdır.

Tasarım sürecinin genelinde, tasarımcıların ürün tasarlamasının yanında, bu süreci yöneten ve yönlendiren kişi olma sorumluluğunu da üstlendikleri gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, müşteri ile iletişim kurulması, bu yönetim sorumluluğunun ilk adımıdır. Tasarımcılar, sadece kendilerine verilen iş tanımı ile yetinmemekte, problemi bir bütün olarak ele alıp, müşterinin ifade etmediği ihtiyaçları dahi belirlemeye çalışmaktadırlar. Problemi tam olarak tanımlamaya çalıştıkları bu aşamada, kendilerine verilen ya da beklenenden daha geniş kapsamlı araştırmalar yapmakta, müşteriler için yeni vizyonlar oluşturmaktadırlar.

Sonuç olarak, tasarımcılar üstlendikleri bu görevi, araştırma aşaması ile birleştirerek tasarım sürecinin bir parçası haline getirdikleri söylenebilir. Bu aşama, ‘tasarım probleminin yeniden tanımlanması’ olarak adlandırılabilir.

6.1.2. Araştırma, Analiz, Sentez

Tasarım sürecinde araştırma aşaması, ürün grubu ne olursa olsun, tecrübeli ya da tecrübesiz her tasarımcının uyguladığı bir adım olarak gözlemlenmiştir.

Çalışmada uygulanan soru kağıdında, araştırma aşaması, iş tanımından sonra, fikir üretiminden önce olarak öngörülmüştür. Bu sıralama, araştırmayı bir tür analiz aşaması olarak önermektedir.

Fakat yapılan görüşmelerde görülmüştür ki, tasarımcılar, araştırma aşamasını fikir üretimiyle yoğun bir biçimde kaynaştırmaktadır. Dolayısıyla, araştırma aşamasında, sadece problemin analizi değil, sentezi de yapılmaktadır. Bu analiz ve sentez, araştırma ve fikir üretimi süresince, tekrarlı ve karşılıklı olarak, birbiriyle etkileşimli biçimde devam etmektedir. Konuyla ve ürünle ilgili yapılan araştırma, sadece bilgi toplanmasından ibaret değildir, aynı zamanda, bu bilgiler hızla ve defalarca tasarımcı tarafından bir araya getirilmekte ve çeşitli ürün fikirleri oluşmaktadır. Yapılan

görüşmelerde tasarımcıların, problemle ilgili sentezi, analizden net bir biçimde ayırmadıkları, kesin bir şekilde görülmüştür.

Tasarımcının proje ile ilgili araştırma yapmadığı nadir durumlar vardır. Tasarımcı, aynı ürün grubunda çok kereler ve üst üste çalışmışsa ve çalışacağı firma hakkında daha önceden tecrübesi varsa, araştırma yapmadan çeşitli tasarım fikirlerine ulaşabilmektedir. Bu özel durumlarda, araştırma aşamasının varolmadığını söylemek çok doğru olmayabilir. Konuyla ilgili araştırma, proje kapsamında yoğun olarak yapılmak yerine, daha önceki zamanlarda yapılmış ve daha uzun bir süreye yayılmıştır.

Sonuç olarak, endüstri ürünleri tasarımı mesleğinin uygulamasını yapan kişilerin, bir tasarım problemi çözme sürecinde, çeşitli araçlar yardımıyla mutlak olarak, konu hakkında bir araştırma yaptıkları gözlemlenmiştir. Araştırmanın biçimi ve yöntemi ise, yine endüstri ürünleri tasarımı disiplinine özgü olarak projeye göre değişmektedir.

6.1.3. Fikir üretimi

Çalışmada uygulanan soru kağıdında, araştırma aşamasıyla ilgili sorulardan sonra fikir üretimi ile ilgili sorular sıralanmıştır. Çalışmada, fikir üretimi olarak adlandırılan aşama, tasarım problemi ile ilgili sentezin yapıldığı ve ürün fikirlerinin olduğu adım olarak öngörülmüştür.

Yapılan görüşmelerde ise, tasarımcıların, ürün fikirlerini oluşturdukları zamanla, araştırma aşamasını net bir şekilde ayırmadıkları görülmüştür. Tasarımcılar, verileri topladıktan sonra, sentez aşamasına geçmemektedirler. Ürünle ilgili sentezi, iş tanımını almalarıyla beraber yapmaya başlamaktadırlar.

Bunun yanında ise, tasarımcıların, kendilerine ürüne odaklandıkları özel bir zamanı mutlaka ayırdıkları da gözlemlenmiştir. Ürünle ilgili fikirler her ne kadar genellikle daha önce oluşmuş olsa da, bu fikirlerin ürün haline gelmesi, tasarlanması için ayrı bir zaman ayrılmaktadır. Tasarımcılar, bu zaman diliminde, özellikle yalnız kaldıklarını, probleme odaklandıklarını belirtmişlerdir. Bu aşamada kullandıkları araç ve metotlar ise, tasarımcıların kişisel özelliklerine göre değişmektedir. Bazı tasarımcılar masa başında çizim yaptıklarını, bazıları ise yürüyüşe çıkarak sadece probleme odaklandıklarını anlatmışlardır.

Dolayısıyla bu aşamaya, verilerin sentezinin yapılarak ürün fikirlerine ulaşılan değil, yapılan çeşitli sentezlerin tekrar analiz edildiği bir adım olarak bakılabilir. Bu analiz sonucunda ham ürün fikirleri, ürün tasarımlarına dönüşmektedir. İş tanımı ve araştırmada toplanan bilgilerin sentezi ise, yine bu aşamalarda yapılmaktadır.

Sonuç olarak, tasarımcılar çoğunlukla, araştırmadan sonra, oluşan ürün fikirlerini değerlendirdikleri bir süreç geçirmektedirler. Bu süreçte oluşmuş fikirler tasarlanabilir ya da yeni ürün fikirleri oluşabilir. Bu aşamanın tasarım sürecinde varlığı kesin olsa da, önceki aşamalarla ayrıldığı çizgiler net değildir. Net olarak ayrılan süreç ise, tasarımcıların kendileri ile baş başa kalarak tasarım problemine odaklandıkları süredir. Bu süreçte kullanılan araçlar ise, projenin ihtiyaçlarına göre değişmektedir.

6.1.4. Yardımcı Araçlar

Endüstri ürünleri tasarımcıları, tasarlama sürecinde tasarım problemini çözmek üzere çeşitli araçlar kullanmaktadırlar. Bu araçların bazıları, örneğin eskiz model ya da elle çizim çalışmaları, kullanıma yoğunlukları nedeniyle tasarım sürecinin bir adımı haline gelmiştir. Genel kanıya göre, tasarımcıların bir problemi çözerken mutlaka eskiz çizimler yaptığı ya da, ürünün eskiz modellerini yaptıkları düşünülmektedir.

Yapılan görüşmelerde ise, bu adımların her projede uygulanmayabildiği gözlemlenmiştir. Tasarımcılar, ürün tasarımı yaparken, elle çizimi, bilgisayar modellemesini ya da eskiz model çalışmalarını birer araç olarak görmekte, ve projeye göre uygun olanları çeşitli yoğunluklarda kullanmaktadırlar.

Problemin tanımlanması, araştırma yapılması, ürün fikirlerinin analizi gibi aşamalar tasarımcılar tarafından önemle belirtilirken, eskiz çizimlerin yapılması, bilgisayar modellemeleri ya da eskiz modeller, genellikle, tasarım sürecinin çeşitli yerlerinden gereksinmeye göre kullanılan araçlar olarak açıklanmıştır.

Dolayısıyla, tasarım süreci genelinde belli adımlar daha belirgin biçimde öne çıkarken, fikir üretimi için geçirilen aşamaların, projeye göre değişen araçlar olarak süreç içinde yer aldıkları söylenebilir.

Bu araçlar tasarım sürecinin her aşamasında kullanılmaktadır. Örneğin ürünle ilgili iş tanımının alındığı toplantıda da çizimler yapılırken, bazı projelerde fikir üretimi aşamasında sadece eskiz model kullanılmıştır. Bu bağlamda, endüstri ürünleri

tasarımı disiplininde kullanılan araçların, tasarım sürecinde mutlaka yer aldığı fakat, yerlerinin ve kullanılma yoğunluklarının projeye göre değiştiği söylenebilir.

6.1.5. Sunum ve Revizyon

Sunum aşamasının, tasarım sürecinde bir işverenle çalışan tüm tasarımcılar tarafından mutlaka uygulandığı gözlemlenmiştir. Bir müşteriden iş tanımı almayıp kendi marka ya da mağazası için çalışan tasarımcılar ise tam tersine sunum çalışması yapmamaktadırlar.

Sunum çalışması, tasarım süreci içinde, tasarım probleminin çözüldüğü önemli bir adım olarak görülebilir. Sunum çalışmasında, son ürün fikrine karar verilme bile, projenin gidiş yönü büyük ölçüde ortaya çıkmaktadır. Müşteriye yapılacak sunum çalışmasının, hem müşteri hem tasarımcı hem de ürünün kendisi için, projenin özüne, çıkış noktasına dönüldüğü, hikayesinin tamamlandığı, ürün fikrinin taraflarca somutlaştırıldığı, önemli bir iletişim aracı olduğu görülmüştür.

Sunum çalışması, tasarlama problemi çözümünün müşteriye sunulduğu basit bir toplantı değil, müşteri ile tasarımcı arasındaki iletişimin doğru olarak sağlandığının taraflarca onaylandığı, ürünle ilgili revizyonlara gidilse bile, ürün fikrinin somutlaştığı bir aşamadır.

Müşteriye yapılan sunumla ilgili çeşitli çalışmalar bulgulara sıralanmıştır. Bu aşamada da kullanılan araç ve yöntemler, proje ve tasarımcıya göre değişmektedir. Bazı projelerde mutlaka model sunulması gerekirken, bazı ürün gruplarında, bilgisayar sunumları tercih edilmektedir. Araç ve yöntemlerin değişkenliğine rağmen, ortak olan, tasarımcıların sunumda, ürün fikrini, firmanın vizyonu ve amaçlarıyla beraber, iş tanımı ve tasarım probleminin özünü tanımlayarak, bir bütün olarak sunmak istemeleridir.

Çalışmada, son olarak ise, ürün fikrinin onaylanmasından sonra, imalattan gelen dönüşler hakkında sorular sıralanmıştır. Uygulanan soru kağıdında, imalat aşamasında yaşanacak değişikliklerin ürüne geri beslemeler olarak döneceği öngörülmüştür. Yapılan görüşmelerde ise, tasarımcıların bu geri dönüşleri en aza indirdiği ve üretimle ilgili kısıtları daha analiz aşamasında göz önüne aldıkları net bir şekilde görülmüştür. Dolayısıyla, tasarım sürecinde, üretimle ilgili yapılan revizyonların çok geçerli bir aşama olmadığı kanısına varılmıştır.

6.2. Gözlemlenen ortak adımlar ve tasarım metodu

6.2.1. Ortak eylemlerin varlığı

Çalışmanın çıkış noktasında ifade edildiği gibi, tasarlama, genel bir problem çözme eylemidir. Dolayısıyla, bir tasarlama probleminin çözümünde çok sayıda değişken ve etken olacağı için, aynı çoklukta metodun varlığı öngörülebilir.

Yapılan görüşmelerde, özellikle görüşmenin başında, tasarımcılar tasarımın çok belirli bir metodu olamayacağını ifade etmişlerdir. Görüşmeler süresince de, bu konuda esnek davranılarak, tasarımcıların kullandıkları farklı metotlar öğrenilmeye çalışılmıştır.

Tasarımcılar, tasarlama sürecinin ve yöntemlerinin projeye göre değişeceğinin üstünde önemle durmuştur. Fakat görüşmelerin sonunda, her projenin tasarım sürecinin farklı olduğu kadar, bir çok ortak uygulamadan da oluştuğu gözlemlenmiştir.

Tasarımcıların, ürün fikri üretmek için , sınırsız serbestlikleri ve deneyebilecekleri çok sayıda metot olmasına rağmen, benzer uygulamalarda birleştikleri görülmüştür. Bu da, endüstri ürünleri tasarımı disiplinin, genel bir problem çözme metodu olduğu fikrini desteklemektedir.

6.2.2. Tasarım sürecinin iki boyutlu bir özeti

Yapılan çalışma sonunda, şekil 6.1’de tasarım sürecinin çok temel bir şeması hazırlanmıştır. Bu şemada, yapılan görüşmelerde tasarım sürecinin en fazla öne çıkan ortak adımları özetlenmiş, ve bu adımlar arasındaki ilişkiler yoğunluklarına göre gösterilmiştir. Süreç içinde daha etkili ve yoğun geçirilen aşamalar koyu renklerle ifade edilmiştir.

Yapılan görüşmelerdeki gözlemlere göre, tasarım süreci iş tanımının alınmasıyla başlamaktadır. İş tanımının alınmasından, ilk ürün fikirlerinin oluşmasına kadar geçen süre, tasarım sürecinin ilk büyük aşaması olarak tanımlanabilir. Bu aşama, tasarım sürecinin kalanına göre daha kısa sürmektedir. Fakat, çözüm üzerindeki etkisi çok fazladır ve en yoğun ve önemli adımlar bu aşama içinde uygulanmaktadır.

İş tanımı alındıktan sonra, müşteriyle iletişim kurarak problemin yeniden tanımlanması, konuyla ilgili detaylı araştırmaların yapılması, aynı zamanda,

farklılığın yakalanacağı konseptlerin belirlenerek, ürün fikirlerinin oluşması, bu aşamada yaşanmaktadır. Tasarımcılar, bu aşamada problemin tanımlanması, anlaşılması ve çözümlerin üretilmesini, eş zamanlı olarak ilerletmektedir. Bu aşama, ağırlıklı olarak zihinsel yaşandığı için, tasarımcı için daha yoğun ve yorucu olmasına rağmen, mümkün olduğunca kısa sürmektedir.

Bu aşamada, Şekil 6.1’de ifade edildiği gibi, ilk çözüm fikirlerinin oluşmasında sık sık, iş tanımında verilen bilgilere ve araştırmadan elde edilen bilgilere başvurulmaktadır. Bu bilgilerin sentezi hızlıca yapılmakta, ilk tasarım çözümü önerileri, bu sentezlere sık sık geri dönülerek oluşturulmaktadır. Hızlı ve yoğun bu ilk aşamanın ardından, tasarımcılar ürün fikirlerini ürünlere dönüştürdükleri adıma geçmektedirler.

Bu adım ve sonrası ise, daha uzun sürmesine rağmen çözüm üzerinde daha az etkisi olan, daha az değişiklik yaratan aşamadır. İlk ürün fikirlerinin oluşması her ne kadar hızlı olsa da, çözüme ulaşan fikirlerin çoğunlukla bunlar olduğu gözlemlenmiştir.

İlk sentezlerle oluşan kaba ürün fikirleri, bu aşamada ürünlere dönüşmektedir. Fakat, erken dönemde ortaya çıktıkları için, ham olacakları öngörülen bu fikirlerin, aslında, üretim yöntemleri, kullanım ve biçim özellikleri açısından çok az değişikliğe uğradığı görülmüştür. Tasarımcılar, ilk aşamada ürün sentezlerini, bir çok kriteri, özellikle üretimle ilgili kısıtlamaları göz önünde bulundurmaktadırlar. Dolayısıyla, bilgilerin sentezinin yapılarak ürün fikirlerine ulaşılacağı öngörülen aşamada, tasarımcılar oluşturdukları kapsamlı ürün fikirlerini analiz ederek, küçük dokunuşlarla, tasarımı tamamlamaktadırlar.

Bu aşamada, müşteriye sunulacak alternatif ya da alternatifler hazırlanırken, bazen ilk ürün fikirlerine geri dönüşler yapılarak, değişikliklerin yapıldığı söylenebilir. Fakat, ilk ürün fikirleri ile bunların analiz edilmesi arasındaki etkileşimin daha yoğun olduğu gözlemlenmiştir. Tasarımın çözümünde meydana gelen, en geç değişikliklerin, ilk fikirlerin analiz edildiği adımda yaşandığı söylenebilir. Alternatiflere karar verildikten sonra, üründe meydana gelen değişiklikler en az seviyede kalmakta, ürün konseptini ya da temel özellikleri etkileyen değişiklikler görülmemektedir. Yine Şekil 6.1’de ifade edildiği gibi, sunumdan sonra, çözüm önerilerine geri dönüşler yaşanarak değişiklikler yapılabilmektedir, fakat bu değişiklikler erken aşamalara geri dönmeyi gerektirmemektedir.



Şekil 6.1: Tasarım sürecinin iki boyutlu bir ifadesi

Tasarım probleminin çözümüne, yani sonuç ürüne ulaşıldıktan sonra ise, üretimden geri dönüşlerin, çok az olduğu ya da olmadığı tasarımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Sonuç olarak, Şekil 6.1 yapılan görüşmelerde, uygulandığı gözlemlenen tasarım metodunun basit bir ifadesidir. Bu ifadede, farklı olduğu düşünülen noktalardan birincisi, müşteri ile iletişim ve tasarım probleminin hem müşteri hem tasarımcı için yeniden tanımlanmasının ayrı bir adım olarak öne çıkmasıdır. İkinci olarak ise, bu şemada, eskiz çizimleri, eskiz model, bilgisayar modellemesi veya prototip aşamaları, tasarım sürecinde belli yerleri olan adımlar olarak yer almamıştır. Bu eylem ve uygulamalar, tasarım sürecinde yer almaktadır. Fakat, sadece belli bir süresi ve yeri olan bir adım olarak değil, tüm süreçte her an kullanılabilen yardımcı araçlar olarak gözlemlenmişlerdir. Tasarım sürecinin görselleştirilmesi açısından daha detaylı bir yaklaşım bölüm 6.2.3'te ele alınacaktır.

6.2.3. Tasarım süreci ve tasarlama metotları hakkında bir yaklaşım

Tasarım süreci ve bu süreçte çoğunlukla kullanılan metot, şemalarla ifade edildiğinde, adımlar arasında geri dönüşlerin olduğu görülmektedir. Birbirinden oldukça bağımsız, etkileşimleri az olan adımlar da gözlemlenmesine rağmen, genelde tasarım süreci içinde tüm aşamaların, tasarımcının zihninde, bilinçli ya da bilinçsiz olarak, birbirleriyle, sürekli etkileşim içinde oldukları söylenebilir.

Tasarım probleminin çözümünde, iş tanımı ve detaylı olarak tanımlanan tasarım probleminin en etkili kaynaklar olduğu da göz önüne alınırsa, tasarım sürecinin ilerleyişini çizgisel bir akıştan çok, tasarım probleminin etkisinde çözüme odaklı bir alan olarak algılamak gerektiği söylenebilir.



Şekil 6.2: Tasarım sürecinin ilerleyişi

Şekil 6.2’de, çözüme odaklı bir tasarım süreci ifade edilmiştir. Bu şemada koyu renkler, daha etkili ve yoğun aşamaları ifade etmektedir. Şekil 6.2’de çözümün, tasarım probleminin tanımlanmasıyla birlikte belirdiğini ve, sürecin ilerlemesiyle çözüme yaklaşıldığı ifade edilmektedir. Yapılan görüşmelerde, tasarımcıların, iş tanımını alır almaz, süreci çözüme odaklı olarak ilerlettikleri gözlemlenmiştir.

Tasarım probleminin çözümü, projenin başlangıcından itibaren belirlemeye başlamakta, farklı sürelerde, tasarım sürecinin adımlarıyla, bu çözüme yaklaşılmaktadır. Bu nedenle Şekil 6.2’de, çözüm, tasarım probleminin kapsadığı bir alanın odak noktasında gösterilmiştir. En dışta ve tüm süreci en çok etkileyen aşama, iş tanımı alındıktan sonra problemin iki taraf için tanımlandığı ve araştırmanın yapıldığı, tasarımcının ürünle ilgili ilk fikirlerinin oluştuğu aşamadır.

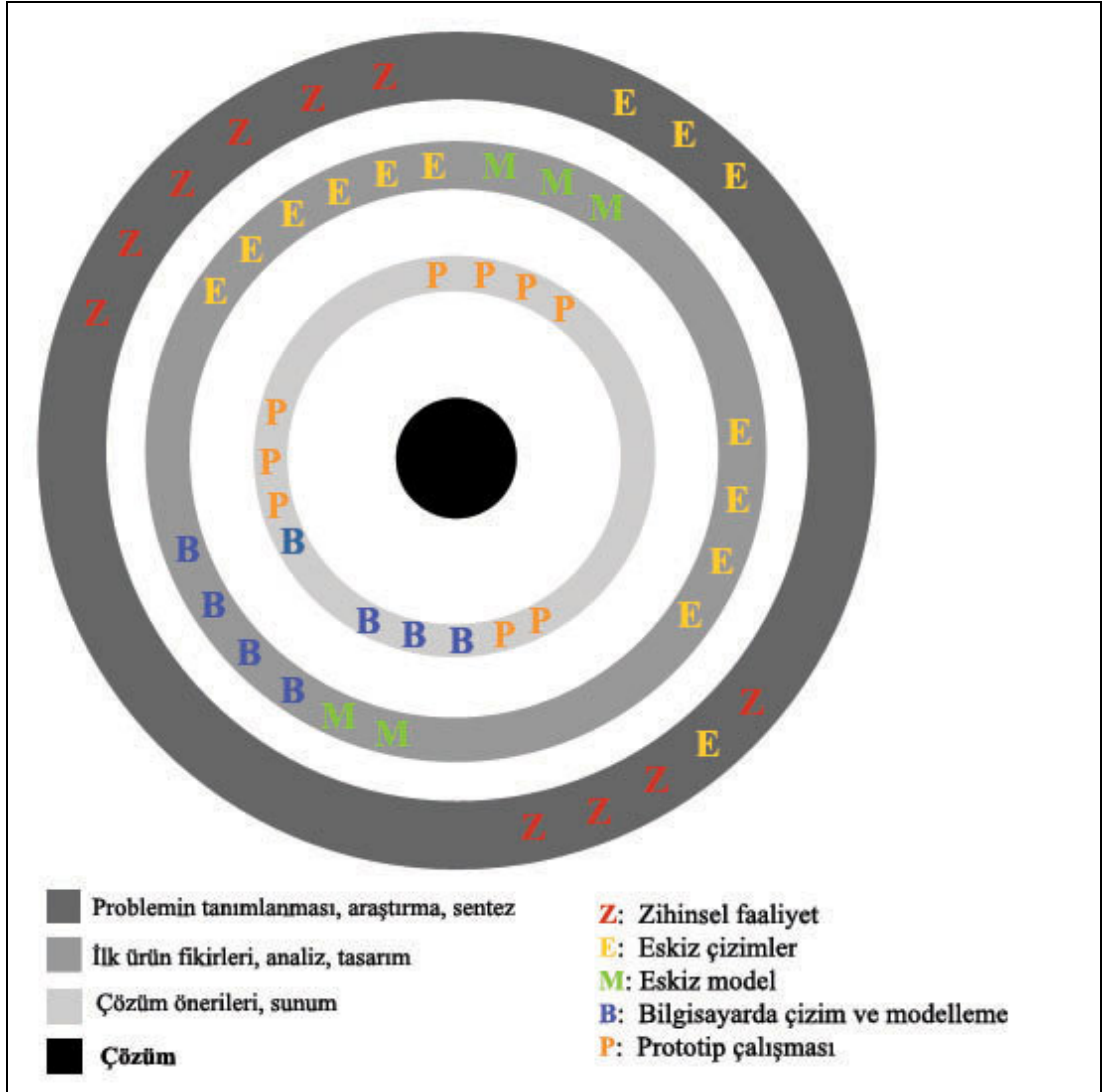
Daha sonra, erken ürün fikirlerinin belirlenmesiyle, bunların ürünlere çevrildiği aşamaya geçilmekte, alternatifler azalmakta ve çözüme daha çok yaklaşılmaktadır. Bu noktada, halen, ilk yapılan araştırmaların etkileri hissedilmektedir, ve iki aşama arasında yoğun bir etkileşim vardır. Bu ikinci aşamada, erken ürün fikirleri analiz edilerek, muhtemel ürünlere dönüştürülmektedir.

Bir sonraki adımda ise, alternatifler iyice belirterek, detaylı çözümlere geçilmektedir. Bu aşamada, çözüm önerileri oluşturulmakta, müşteri ile toplantılar gerçekleştirilerek, son çözüme bir adım daha yaklaşılmaktadır. Bu aşamada, araştırma ve problem tanımına geri dönüşler nispeten daha az yaşanmaktadır, çünkü zaten bu bilgilerin yeterince özümsemişi söylenebilir. Etkileşimin, bir önceki aşama olan, erken ürün fikirleri ile olduğu gözlemlenmiştir. Bu aşamada çözüm ürüne yönelik değişikliklerin ise daha çok görüldüğü söylenebilir. Tasarım sürecinin sonunda, zaten problemin içinde olan çözüme net bir biçimde ulaşılmaktadır. Bu noktada, üretimden yaşanan geri dönüşlerin, yapılan görüşmelerde, yok sayılacak kadar az seviyede olduğu görülmüştür.

Bu nedenle, tasarım sürecinin, iki tarafın da onayladığı ürün tasarımı ile sonlandığı söylenebilir. Şekil 6.2’de tasarım sürecinin aşamaları görülürken, Şekil 6.3’te, tasarımcıların, bu aşamalarda belirli araçları kullanarak, nasıl bir metot oluşturdukları ifade edilmiştir. Bir tasarım problemini çözme metodunun, belirli ortak adımlarını, tasarımcılar, projeye ve kendi alışkanlıklarına göre şekillendirerek, o probleme özgü metodu oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda, tasarım metodunun hem genel, hem de her projeye göre farklı ve ürüne özgü olduğu söylenebilir. Bu ifadede, aşamalarda

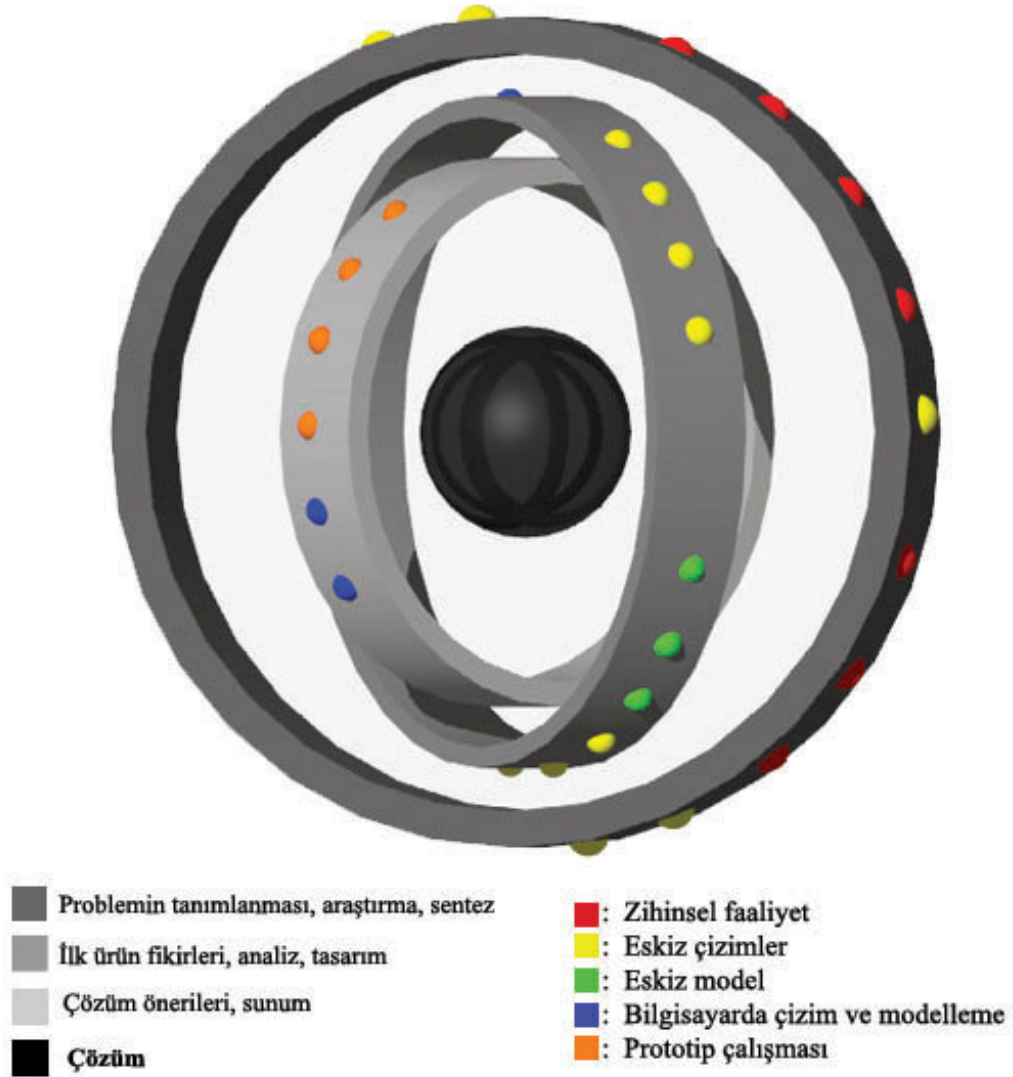
kullanılan araçların yoğunluğu tasarımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre örneklenmiştir. Örneğin, problemin tanımlandığı ve araştırmaların yapıldığı ilk aşamada zihinsel eylemlerin çok yoğun olduğu, zaman zaman ise eskizlerle çeşitli notlar alındığı gözlemlenmiştir. İlk fikirler oluştuktan sonra eskiz çizimleri kullanılmaya başlanmakta ve zaman zaman eskiz modeller yapılmaktadır.

Bu aşamada, projeye veya tasarımcının çalışma biçimine göre, bilgisayarda yapılan çizim ve modeller de devreye girmektedir. Çözüme bir adım daha yaklaşıldığında ise, bilgisayarda yapılan çizimler artmakta ve, prototip çalışmaları başlamaktadır. Bu öğelerin, Şekil 6.3'te rastgele dağıtılarak ifade edilmesinin sebebi, bu araçların kullanımının, her projeye göre değişmesidir. Tasarım sürecinde, metot genel adımlarıyla aynı kalsa da, her projede araçların kullanımları, o projeye özgün ayrı bir metodu da oluşturmaktadır.



Şekil 6.3: Kullanılan araçlar ve tasarım süreci

Diğer yandan, süreçte, en erken ve en geç adımlar arasındaki olası atlamalar da göz ardı edilemez. Tasarımcıların kimi zaman, fikir aşamasından doğrudan prototip yapımına geçtikleri de gözlemlenmiştir. Bu aşamaların birbirleriyle olan etkileşimlerinin, Şekil 6.3'te olduğu gibi net bir şekilde sınırlandırılması doğru olmayabilir. Bu nedenle, şekil 6.4'te, tasarım süreci, üç boyuta taşınarak, bu aşamaların kendi içinde hareketliliği ve birbirlerine etkileri ifade edilmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışmada, tasarım sürecinin projeye göre değiştiği sık sık ifade edilmiştir. Her ayrı tasarım probleminde, probleme özgü bir süreç geçirilmektedir. Bu süreçte tasarımcının tercihleri, o probleme özgü metodu da oluşturmaktadır. Fakat, genel olarak bakıldığında ise, problem çözümleri ne kadar çeşitli olsa da, metodun az çok benzerlik gösterdiği gözlemlenmiştir.



Şekil 6.4: Tasarım süreci ve bir tasarım probleminin çözülmesi

Dolayısıyla, metodun ana adımları belirlendikten sonra, ürüne göre nasıl özelleştiği sorusu gündeme gelmektedir. Tasarım metodunun, her tasarım probleminin çözülmesine olanak sağlayan bu özelliği, adımlarının kendi içinde her an hareketli ve etkileşim içinde olmasıdır.

Yapılan görüşmelerde tasarımcıların, bu aşamaları, her ne kadar çizgisel bir sıraya indirgemeye çalışsalar da, eş zamanlı olarak yaşadıkları gözlemlenmiştir. Tasarım sürecinin her aşaması, süreç boyunca, kendi içinde hareket etmekte, ve diğer aşamalarla arasında atlamalar olabilmektedir. Dolayısıyla, araştırma aşamasında yapılan küçük bir eskiz, zaman zaman prototip aşamasında bir detayla üst üste gelmektedir. Doğru yerlerde çakışan bu öğeler, doğru çözümü oluşturmaktadır denilebilir. Örneğin, tasarımcı prototip aşamasına geçtiğinde de, diğer aşamalarda yaptıkları, zihninde eylem halindedir, ve buradaki verilerden biri ihtiyaç doğduğunda kullanılmaktadır.

Şekil 6.4'te, ilk aşamada, zihinsel faaliyetlerin yoğun olduğu ve bazı eskizlerin yapıldığı, ikinci aşamada eskiz çizim, model ve bilgisayar çizimlerinin yapıldığı, son aşamada ise müşteriyle görüşmelerin ve prototip çalışmalarının olduğu bir süreç ifade edilmiştir. Halkalar, tasarım sürecinin aşamalarını ve sürelerini ifade etmektedir. Renkli öğeler ise bu süreç içinde projeye göre kullanılan araçları göstermektedir. Ana adımları ifade eden halkaların, hem çözüm etrafında hem de kendi içlerinde sürekli hareket halinde olduğu, ve süreç içinde çözüme götüren çakışmaları yarattığı söylenebilir.

Bu çalışmanın sonunda, tasarım süreci ve kullanılan metotlar ile ilgili aşağıdakiler sıralanabilir;

- Endüstri ürünleri tasarımında kullanılacak problem çözme metodunun belli adımları genelleştirilebilir.
- Genelleştirilen adımlar dışında, her projenin, problem çözme metodu projeye özgüdür.
- Her projede geçirilen bu kendine özgü süreçler, bilgi ve tecrübe birikimi, birleşerek, ileriki projelerde kullanılacak metotları da etkiler ve şekillendirir.
- Endüstri ürünleri tasarımı mesleğinde kullanılacak metot, mesleğin özünde olan, değişim, farklılığı yakalama, gelişim gibi özelliklere paralel olarak,

hareketlidir ve değişime açıktır. Tasarımcı metodu, metot da tasarımcıyı şekillendirebilir.

- Endüstri ürünleri tasarımı mesleğini uygulayanların, ortak ve benzer bir problem çözme metodu vardır.
- Bu metodun ortak en önemli özelliği ise, her ürüne göre uyarlanabilmesidir. Metot bir rehberdir, başarılı çözüme ulaşan, endüstri ürünleri tasarımı mesleği araçlarını doğru oranlarda kullanarak, uygulayan tasarımcıdır.

KAYNAKLAR

Alexander, C., 1964, Notes on the Synthesis of Form, Harvard University Pres, Cambridge, Mass.

Archer, L. B., 1965, Systematic methods for Designers, The Design Council, London

Asimow, M., 1962, Introdustion to Design, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, New Jersey

Bayazıt N., 1994, Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metotlarına Giriş, Literatür, İstanbul

Bayazıt N., 2004, Tasarımı keşfetme: tasarım araştırmalarının kırk yılı, İTÜ Dergisi/A, Cilt:3, Sayı:1, 3-15

Cross N., Christiaans H., Dorst K., 1996, Analysing Design Acitivity, John Wiley and Sons, Chichester

Cross N., 1999, Natural intelligence in design, Design Studies, Volume 20, Issue 1, 25-39

Cross N., 2001, Design/Science/Research: Developing a Discipline, *5th Asian Design Conference*, Seoul, Korea, October 2001.

Cross N., 2007, Forty years of design research, Design Studies, Volume 28, Issue 1, January

Design Council, 2007, Eleven Lessons: managing design in eleven Global companies, (5 Kasım 2007), 8 Ocak 2008'de erişildi, http://www.designcouncil.org.uk/Documents/About%20design/Eleven%20Lessons/PDF%20Eleven%20Lessons_complete_study.pdf

Design Council, 2008, Methods and the Design Process, (10 Ocak 2008), 25 Şubat 2008'de erişildi, <http://www.designcouncil.org.uk/en/About-Design/Design-Methods/The-design-process/>

Gedenryd, H., 1998. How Designers Work, Jade Offset AB, Lund

Gosling W., 1962, The Relevance of System Engineering, *Conference on Systematic Intuitive Methods in Engineering, Industrial Design, Architecture and Communications*, London, September 1962

Gregory, S. A., 1966, The Design Method, Butterworth Press, London

Hodnett, Edward., 1955, The Art of Problem Solving: How to Improve Your Methods. New York, NY: Harper

Hubka V., Eder W.E., 1996, Design Science, Springer-Verlag, Londra

Jones, J.C., 1962, A method of Systematic Design, *Conference on Systematic Intuitive Methods in Engineering, Industrial Design, Architecture and Communications*, London, September 1962

Jones, J.C., 1970, Design Methods: seeds of human futures, John Wiley and Sons, New York ve Chichester

Jones C., 1977, How my thoughts about design methods have changed during the years, Design Methods and Theories, Volume 11, 48-62

Jones, J.C., 1992, Design Methods, Wiley and Sons Press, New York

Simon H., 1969, The Sciences of the Artificial, MIT Press, Cambridge, Massachusets

Thornley D.G., 1962, Design Method in Architectural Education, *Conference on Systematic Intuitive Methods in Engineering, Industrial Design, Architecture and Communications*, London, September 1962

EK A – Tanju Özelgin ile Görüşme

Tarih: 15/10/2007

Tasarımcı: Tanju ÖZELGİN

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

9

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

1 mimar, 1 iç mimar, kendimle beraber 3 endüstri ürünleri tasarımcısı, 4 personel.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Tasarım süreci, tasarlama fikri kafama düştüğü andan itibaren devamlı kafamda olduğu için, her yer benim için sürekli çalışma ortamı. Gece uykumdan gün içindeki eylemlerime kadar, tasarlama süreci kafamda devam ediyor. Bazen tamamen konsantre olabileceğim bir ortam arıyorum. Ama orası her neyse..Genelde fikir üretme aşamasında mekan sınırlamam yok.Fakat bilgisayar başındaysam konsantrasyona ihtiyacım oluyor, çünkü kendimi dışarı kapatıyorum bu sırada.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Ofisin çalışma saatleri sabah 9 – Akşam 6..Ama çoğu zaman akşam işi bitirme saati açık oluyor.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

3 ayrı başlıkta tasarım yapıyorum. Mimarlık, iç mimarlık ve ürün tasarımı. Ürün tasarımında yoğunlukla mobilya ve çevresindeki ürünler diyebiliriz. (İç mekan ürünleri diyebilir miyiz?)Evet fakat bunu yanında, ofis mobilyaları var, aydınlatma var, vitrifiye de var örneğin..

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Ürün tasarımında eğer bir brief varsa, çoğunlukla yok ama müşterinin isteği varsa diyebiliriz. Eğer tanımlı bir şeyden bahsediliyorsa, öncelikle ürünü anlamaya tekrar anlamaya çalışıyorum, analiz etmeye çalışıyorum. Daha önce hazırlıklı olduğum bir ürün olsa bile, yine de bunu tekrarlıyorum. Yani gerçekten o ürünü anlamaya çalışmak, bu nedir? Bundan sonra bu konuda yapılmışlar..Bütün olumlu ve olumsuz özellikleri kritik ederim..Başarılı ürünleri ve başarılı bulunma sebeplerini, ayrıca yine olumsuz özelliklerini analiz ederim. Sonra eksikleri bulmaya çalışırım. Genellikle yapılmış ürünler, size yapmamanız gerekenleri söyler. Tabi çok spesifik konularda danışmanlarla çalışmak gerekebilir. Tüm bunlardan sonra nasıl bir farklılık yaratmaya çalışabilirim diye düşünürüm. O farklılığı nerde yaratabilirim? Müşteriyi iyi anlamak gerekli. Müşteri genelde çok iyi brief yapamaz. Brief, çoğunlukla varolanın tespiti şeklindedir. Fakat müşterinin anlatamasa da ne istediğini anlamak, bir farklılık yaratmak tasarımcıya düşebilir.

Tüm bunlardan sonra, yeni bir ürün yaratmak için temiz bir sayfa açarım.Fiziksel bir şey değil, zihnimde.. Diyelim ki bir ürün için 100 puan almam gerekiyor. Bu puanlar hepsi birer satır, yüzüncü satır Tanju Özgelin memnun satırı..Bu sonuncuyu unuturum..Ergonomik bir çözüm bir puan, ekonomik bir çözüm bir puan, depolama, geri dönüşüm, paketlenme, ağırlık, teşhir, malzeme, güvenlik..hepsi birer puan..Bunları karşılayacak şeyler, ürünü zihnimde yerleştirdiğim andan itibaren oluşmaya başlar.Örneğin sadece ergonomiyi açarsak..bir oturma elemanında, belli ölçüler var..fakat oturma süresini hesaba kattığımızda tüm pozisyonları ortalamanız, tüm oturma eğrilerini ortalamanız gerekir. Siz de oturma elemanınızın amaçladığı süreyi vs düşünerek gerekli eğrileri kullanma birleştirme niyetini zihninize koyarsınız. Fakat bu sadece fiziksel bir veridir. Bir yandan estetik duygunuz, size başka eğriler söyler. Derken, örneğin işin içine ekonomi girer. Ya da üretim yöntemleri..Tüm bu veriler, bu fikri kendi doğrultularında itekler.Bunun sonucunda birer puanlarla, örneğin 70 puanı geçti mi, sunuma değer bir ürün ortaya çıkar.

Tabi ki bu üründe şu özelliği neden çıkardın/kullandın deseler, belki bir anda cevap veremezsin. Fakat o cevap sende saklıdır. Tıpkı arabanın vitesini değiştirmek gibi. Arabanın vitesini tam değiştirdiğinizde, size sorsalar neden olduğunu söyleyemezsiniz.Fakat bir süre sonra, iste motor devri düştü vs gibi cevaplar verebilirsiniz.

2)Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklayınız?

-

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Anlama (/araştırma) süreci geçtikten sonra, o fikri arama süreci geliyor, ne yapacağımı bulma süreci..uzun süre bunla uğraşıyorum. Dediğim gibi kriterler zihnimden geçiyor. Zaman zaman aklıma gelen küçük şeyleri not düşerim ya da

bazen küçük piktogramlar çizerim, sonra unutmamak amacıyla. Bundan sonra ise iyi bir vakit bulursam doğrudan 3 boyutlu çizime geçerim. Eskiz çizmem. Çünkü yıllardır bu şekilde çalıştığım için bu alışkanlığı edindim.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıkla mısınız?

Bkz. Soru 1

6) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

7) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıkla mısınız?

Bkz. Soru 1

8) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıkla mısınız?

Eskiz çizme alışkanlığım yok. Tasarlama süreci zihnimde devam ederken bazen küçük notlar alabiliyorum. Çoğunlukla direk 3 boyutlu çizime geçiyorum. Eskizlerim bilgisayar ortamında çizdiğim oluyor. Yoğunlukla bilgisayarı kullanıyorum.

9) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Bkz. Soru 1

10) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

11) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Hepsi ile..Tasarım süreci neyi kimi gerektiriyorsa. Bir mühendis olabilir. Çalıştığım firmadaki halkla ilişkiler, reklam tüm birimler..Kullanıcı profilleri, ihtiyaçları..Bir psikolog, sosyolog da olabilir.Danışmam gereken kişiyi kendim bulup satın almam da gerekebilir.

12) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Tabi ki üründe bu geri dönüşlerle form ve/veya özellikler değiştirebilir.

13) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Genelde tasarlama süreci içinde eskiz amaçlı model yapmıyorum. Ama bazen müşteriye hazırladığımız prototipler üzerinde değişiklik yaptığımız oluyor.

14) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Bu süreç başta anlattığım gibi, kafamdaki puanlama sistemini düşünürken oluyor. Bu puanlamayı yaparken zaten alternatifler oluşuyor ve/ veya eleniyor.

15) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Benim tüm eskizlerim genelde sunum seviyesinde oluyor. Özel bir sunum hazırlamıyorum. Toplantılarda eskizler, çizimler üzerinde konuşuluyor.

16) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Genelde, prototip üzerinde yaptığımız değişikliklerle son ürüne ulaşıyorum. Bunun nedeni çok komplike ürünlerle çalışmamam ve konumdaki tecrübem olabilir.

c) Seçilen ürün üzerine sorular:

Seçilen ürün: Nurus Firması için ‘to’ Kanepe

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Nurus firması bana, benle çalışmak istediklerini söyleyerek, varolan bir ürünlerinin devamı olacak, bir kanepe isteğiyle geldi.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Nurus firmasının yetkilisiyle yaptığımız görüşmede, kendi koleksiyonlarında varolan ofis sistemlerinin devamı olabilecek bir kanepe istediklerini anlattılar. Bu kanepe yüksek düzey yönetici odalarında kullanılacaktı. Bunun dışında nerede satılacağı vb konularda da bilgi aldım.

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Daha önce bu konuda düşüncelerim vardı. Güven verici, ayağı yere basan bir sofa yapmak istediğimi söyledim. Bu konuda düşünsel olarak hazırlıklı olduğum için kısa sürede zihnimde 7-8 eskiz yaptım ve konsepti oturttum.

4) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Bu üründe güven duygusunu sorgulamak üzere önce güvensizlik hissi vermek istedim. Bu histen sonra, kullanıcı o ürünü test ediyor, bir tedirginlikle oturuyor, ve sonra tam olarak güven duygusunu kazanıyor.

5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Ürün, üst düzey yönetici odalarında kullanılıyor. Ben yıllardır aynı zamanda iç mimarlık projelerimde de, yönetici masasının hemen önüne oturma elemanı koymadım. Üst düzey yöneticilerin ziyaretçileri genelde yine kendi seviyesinde insanlar oluyor, ve bu görüşmelerde, aynı seviyede olunacak, daha samimi bir toplantı ortamı kullanıyorlar. Ürünün kullanım alanı bu tür toplantılar ve görüşmeler, üst düzey yönetici odaları..Daha rahat bir toplantı ortamı oluşturmak üzere..

6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Biçimsel olarak, güven duygusunun sorgulanması var. İşlevsel olarak, ürün bir takım komponentlerle tamamen bir toplantı sistemine dönüştü. 12-18 kişilik toplantıları rahatlıkla yapacak, ve toplantı ortamında rahatlığı sağlayacak ölçülere sahip. Komponentler ise, sofa üzerindeki separatörler, alçak büyük bir toplantı masası, yan sehpa, ve depolama sistemleri.

7) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Metal konstrüksiyon üzerine kumaş veya deri döşeme. Renk seçeneklerinde önerdiğim öncelikli alternatifler, kırmızı, gri, beyaz ve siyah. Deride ise beyaz ve siyahı var. Tabi kumaşta Nurus'un bu konudaki lojistiğiyle ilgili kısıtlamalar oldu.

8)Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

15-10-2003 ilk eskiz, toplantı konsepti kararı alınması 08-03-2004, tüm komponentleriyle yan yana gelmesi ise 26-03-2004..

9) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

-

10)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Hayır

11)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

12)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet **Hayır**

13) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıkla mısınız?

Bu ürüne çok hazırlıklı olmama rağmen, başta konuştuğumuz adımları uyguladım.

14) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Eskizlerimi doğrudan bilgisayarda yaptım.

15) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

Ürüne karar verdikten sonra 2 adet prototip yaptım. 3. prototipin üzerinden ise üretime geçildi.

16) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Evet

17) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?

Ölçüler, dikiş detayları gibi detaylarda değişiklikler yapıldı.

18) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

İlk hali çok zedelenmiş görünmüyor bana..Ama süreç içerisinde, tek kanepeden, yeni bir toplantı konseptine geçtim. Yeni komponentler eklendi. Üründe de, ölçülerde konforu arttıracak ölçü değişiklikleri gibi küçük farklılıklar oldu.

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Yaşama bakışım..tüm hayata insanlığa bakışınız..Benim tüm yaptıklarım yan yana geldiğinde, firmalara göre değişse de, temelde bir birliktelik gösterirler. Yalın olması, rasyonel olması, süsten uzak, gereksiz taramaların olmadığı, görevini yerine getiren, sessiz sakin, hayatı sürekli yenileyen şeyler yapmak istiyorum.

2) Nelerden ilham alırsınız?

Çok fazla şey var. Birebir bir üründen, bir malzemedan, gerçek bir ihtiyaçtan, yaşamın değişmesinden, bir filmde, bir duygudan, aklınıza gelebilecek her şeyden etkilenebiliyorsunuz. Ve bunların hepsini biriktiriyorum. Bunları ne zaman kullanacağınızı bilmiyorum fakat yeri geldiğinde onlar çıkıyor.

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Herkesi takip ediyorum. Kendimin de, çok beğendiğim insanların da hem çok iyi hem çok kötü ürünleri olabiliyor. Ama türk tasarımcılar içinde Arif Özden'i çok beğeniyorum.

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Etkilendiğim çok fazla yazar var..Hatta bu yazarlarla ilgili bir ürün serim de var..Bunların başında Bertolt Brecht'i ve Orhan Pamuk'u söyleyebilirim.

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

Doğanın etkisi var.. doğrudan ilham olarak değil, ama sizde yarattığı hisler, sizi sarmalayan alan olarak çevredeki tüm bu etkiler üzerine çok düşünürüm. Ve onlar bana yol gösterir. Bir ürünü daha ince, zarif yapmak istiyorsanız bunlar size veri verir.

6) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

Kendi puanlama sistemim olabilir..Ayrıca, ben eskizlerimi doğrudan zihnimden bilgisayara geçiririm.

7) Trendleri takip ediyor musunuz?

Bütün trendleri takip ederim.Dışında kalmak için.

8) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

-

9) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

10) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

Domus, MD, ID, Plan, Fotoğraf Dergileri, Interni, Abitare, Frame, Casa Bella..

11) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Hayır. Ama anlamaya çalışıyorum.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet hayır

Hatırlamıyorum.

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

-

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Okul sürecimi pek hatırlamıyorum. Ama söylenenleri yapardım. Takvime uyardım. Fakat daha sonra kendi kendime geliştirdiğim çok yöntem oldu, ve tasarım sürecim oldukça kişiselleşti.

EK B – Armağan Birgil ile Görüşme

Tarih: 22/10/2007

Tasarımcı:Armağan BİRGİL

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

5

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Ben dahil 3 endüstriyel tasarımcı, 1 idareci, 1 ofisboy

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

5 kişi olduğumuz için ofis ortamına ihtiyaç duyduk. Bu ofis ortamında çizim, maket ve idari işler yürütülüyordu. Diğer iki tasarımcının kendi mekanları vardı. Benim çalışma ortamım ayrıydı. Bazen bu 2 masayı model yapımı için kullandık.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

9-6 diyebiliriz. Ama teslim zamanı bunun kesin zamanı yok. Ofis sorununu geniş bir mekanda ev-ofis olarak çözdük. Bu nedenle benim kişisel çalışma saatlerimde bir kesinti olmuyordu diyebiliriz.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Bir otobüs dizayn ettik. Doğalgaz şofben dizayn ettik. Banat'a bir diş fırçası ve bu ürünün sergileme standlarını tasarladık. Minibüs için gösterge panelleri yaptık. Telefon santral cihazı yaptık. Freelance bir ofis olarak çok çeşitli bir ürün yelpazesinde çalıştık. Ben 2000 senesine kadar hiç iç mimari projesi yapmadım. Sadece endüstri ürünleri tasarımı yaptım. Zaten ülkemizdeki şartlar nedeniyle tek bir ürün grubuna yoğunlaşmak, seçici olmak pek mümkün değil. Ama zaten, yurtdışında, Amerika'daki büyük tasarım ofislerinde de ürün ayrımı pek yapılmaz.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Bu başlangıç son derece spesifik. Son yaptığımız proje üzerinden anlatayım. Bir otobüs tasarlamak üzere, bize sadece otobüsün yükseklik, genişlik gibi dış ölçüleri verildi. Çok az bilgiyle başladık. Ama projeyi ilk aldığımda tam bir metodolojisi yok. Projeyi aldığında 10 dakikada da çizmeye başlayabilirsin, iki gün hiçbirşey çizemeyebilirsin de..Bakarsın, araştırırsın, araştırırsın, düşünce doyar, ve bir detay yakalayıp çizmeye başlarsın.

2)Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Genelde çok fazla vakit olmaz. Hemen araştırmaya başlanır. Eğer müşteri doküman veriyse onun üzerinden, ya da nerelere bakacağını araştırırsın. Bu arada, fabrikanın/müşterinin verdiği döküman en tehlikeli bilgidir, senin elini ayağını bağlar, eskiye bağlıdır. Bunları çok kayıtsız araştırıp bir yandan yenilik aramak gerekir.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Araştırmanın içinde düşünce kendine plan yapar. Bu planın içinde zamanlama vardır. Zaten teklifi verirken projeye göre, bu zamanlamayı verirsin. Ve bu zamanlamaya uymaya çalışırsın.

Sonuç olarak, araştırma ve planlama, sonrasında ilk eskizlerin çizimi var. Bu eskizlerin çiziminden sonra müşteriyle bunların tartışılması var. Sonra bu verilerin ayıklanması ve hedeflerin daralması var. Bu hedeflerle tekrar müşteriyle görüşülür. Ürünün durumuna göre, modelin yapımı başta veya sonda olabilir.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Bkz. Soru 3

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıkla mısınız?

Bu süreç başından sonuna kadar sakın bir süreç. Bu süreçte en hafif bir müzik veya telefon bağlantısı bile olmaz. Fiziksel olarak ihtiyaçları, rahat bir çalışma ortamı, masam, iyi bir ışık vb diyebiliriz. Bunun dışında tamamen bir düzen ve konsantre olabileceğim bir ortam gerekir.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıkla mısınız?

Kağıt, kalem, bilgisayar.. Ama eskizi çizen konseptte karar veren pek bilgisayar kullanmaz. Tabi şimdi eskiz de çizebileceğin bilgisayar programları var. Ama bizim dönemimizde el daha önemlidir. Bilgisayar şık efektler vermek vs için kullanılır.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Konsept konusunda tasarımcının çok özgür olmadığına inanıyorum. Tasarımcı tarif edilen işe uymaya çalışır, ve çok kısıtlı bir yerde yaratıcılığını ortaya çıkar. Bizim çalıştığımız ürünlerde, konsept anonim olarak ortaya çıkar. Pazarlama müdürü, üretim, firmadaki tüm sorunlu birimlerin verdiği verilerle ortak bir konsept ortaya çıkar. Baştan karar verilen tek ürünlerde bir konseptte karar verilebilir, ama biz bu tür ürünlerle pek çalışmadık. Tasarımcının konseptte biçim verme payı %35-40 civarındır.

Tabi tasarımcının kattığı farklılık açısından değerlendirsek, karşımızdaki bizimle aynı dili konuşmuyor. bir şeyleri yapamıyor ki benim yanına çağırıyor. Tasarımcının renk ve biçim gibi güçlü silahları var. Size verilen verilere bunları kattığımızda zaten konsept bir şeyler ifade ediyor. Takı gibi bir üründe konsept daha tasarımcıya dayalı olabilir, ama daha karmaşık ürünlerde dediğim gibi anonim bir konsept oluşur.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

İşi veren firmanın tüm sorumlu birimleriyle işbirliği yapıyorum. Mühendislik müdürü, pazarlama müdürü, genel müdür..

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Aldığım bilgiler, tasarımı çok fazla şekillendiriyor.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

-

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Ben yapmıyorum. Yapan olabilir. Ama saçma diye götürmeyeceğiniz bir şey bile, size çok şık alternatifler çıkarabilir. Ben geliştirdiğim tüm alternatifleri sunuyorum. Bu başımıza defalarca gelmiştir, hiç sevmediğin bir alternatif müşteri tarafından beğenilebilir.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıklayınız?

Bilgisayara çok güvenmeden, elinle yaptığın çizimlere güvenmek daha doğru..Günlerce çalışıp, sunumu sadece bilgisayara bırakmak, sorunlara yol açabilir. Yani endüstri sizin bilgisayarla ilgili sorunlarınıza hoşgörü göstermez. Bilgisayara bir şey olsa da, bizim çalışmamız devam eder. Elle yapılan işler de sunulacak kalitededir.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Son yapılan modelden ya da firmanın yaptığı prototipten sonra fazla etkimiz olmuyor.

c) Seçilen ürün üzerine sorular:

Ürün: Isuzu firması için tasarlanan midibüs

1)Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Isuzu firması bizi arayarak işi verdi. Toplantıya gittik, iş tanımını ve zamanlamayı verdiler.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Toplantıda bize, sadece ölçüler, süre ve fiyat kriterleri verildi. Onun dışında konsept vs gibi bir bilgi verilmedi.

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Ürün konsepti ben eskiz çizerken zaten kendiliğinden çıktı. Daha sonra da alternatifler arasından müşterinin seçtiklerine yoğunlaşarak son konsept oluştu.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Onların bu konu üzerine çok çalışmış bir ar-ge'si var. Onlar zaten bu dış form üzerine çok çalışmıştı. Bizim oluşturduğumuz alternatiften sonra, renk ve dış formda değişiklikler yaptığımız bir konsept ortaya çıktı. Ama bu alternatif üzerinde onlar kendi insiyatiflerini de kullandılar.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Bu konuyla ilgili bize iş tanımında bilgi verilmedi. Bu, firmaların dışarı bilgi vermek istememesiyle ilgili olabilir.

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Az detay, girinti çıkıntı olmaması gibi bir özellik temizlik açısından var. Ayrıca bugüne kadar yapılmamış bir biçim yakalandı. Bugün yollarda hala o çizgileri görüyorum.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Bu araştırmada renkle ilgili çeşitli zorunluluklar var. Örneğin belediyelerin zorunlu tuttuğu renkler. Bu nedenle benim önerdiğim renk değişebilir. Biz sadece alternatifleri sunarken renk seçenekleri sunduk.

7) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Haberi almamdan, son alternatif üzerine uzlaşılmasına kadar yaklaşık 3,5-4 ay sürdü.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

İş tanımlı aldığımız toplantıdan 2 hafta sonra ilk eskizleri gösterdik. Daha sonra yeni çizimleri yaptık. Onlardan biri üzerine yoğunlaşarak 2 model yaptık.

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Evet.

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

Fiyat teklifi verdiğimizde bu planlamayı biz müşteriye verdik. Anlattığımız adımlar bu 3-4 aylık süreye yayıldı.

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

Sana verilmiş dökümanları tararsın. Ve dünyada ne yapılmış bakarsın.

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Bu araştırmadan sonra eskiz çizmeye başladım.

14) Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?

-

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Eskiz çizmek üzere kullanılan araçları kullandım.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

Evet. 2 model yapıldı. Biz 1/20 gibi bir model verdik. Daha sonraki toplantıda ise, bu alternatifin 1/5 bir modeli yapılmıştı ve bize kontrol ettirdiler.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Hayır yaşanmadı. Çok oturmuş bir ar-ge'leri vardı.

18) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Bizim yoğunlaştığımız alternatiflerden birini kesinlikle istemediklerini hatırlıyorum. Ondan sonra onların istediği yönde çalıştığımız için çok fazla değişiklik olmadı.

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Benim tasarım anlayışımın ülkenin tasarım anlayışı tamamen çakışıyor. Eğitim hayatında bir hayal dünyası veriliyor, bunlar gerçekte çok çakışıyor. Yani tasarım anlayışımı mezuniyetten sonra piyasada gördüklerim şekillendirdi. Tabi şimdi öğrenciler, piyasada çalışmış hocalarla çalıştıkları için daha şanslı.

2) Nelerden ilham alırsınız?

İlham nerden alırım onu bilmiyorum ama, beni yönlendiren tek şey var; o projeyle mutlu olup olamayacağım. Bazen, projedeki bir kişiyle çalışamayacağımı anladığımda bile, projeyi bırakabilirim. (eklenecek)

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Ettore Sottsass, Joe Colombo..eğitimci olarak Önder Küçükerman var.

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Benim karıştırmadığım konu kalmadı. Psikoloji, sosyoloji özellikle..Ürünü kullanıcak adamın ya da seni yönetecek adamın ruh yapısı. Bunları okumak bana artı değer mi kazandırdı yoksa elimi kolumu daha çok mu bağladı bilemiyorum.

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

İnsan düşüncesi binlerce yıldır var, fakat son geldiği nokta çok kirlenmiş bir nokta. Bu resme biz tasarımcılar olarak tamamen yeniden bakmak değerlendirmek zorundayız.

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

-

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

Eric Fraum'dan çok şey öğrendim. Bunun devamında, psikolojiyle ilgilendiğinde ucu zen budizmine gider. Ve doğu felsefesinde çok sadelik vardır. Tüm savaşlar, batıda çıkmıştır. Doğuda savaş çıkmaz. Bir tasarımcı bunun nedenini sormalıdır. Genç bir tasarımcı sadece masasının başında oturursa olmaz.

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

-

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

Defne Koz, Ayşe Birsell..Tasarıma çok emek vermiş insanlar var, örneğin Babür Kerim İncedayı.

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

-

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

Bunlara 10 sene önceye kadar bakıyordum. Ama şimdi takip etmenin bana pek bir şey katacağına inanmıyorum.

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

Etkilemiyor.

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

-

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Bu uzun zamandır kafamı kurcalayan bir soru. Para kazanan bir tasarımcıyla hiç tanınmamış bir seramik ustasının arasındaki fark nedir. Tasarım anonim bir yapıda mı gelişir bireysel mi? Bunun tartışılması gerekir.

e) Tasarlama metotları

1) tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet **hayır**

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Kendim, çalıştığım zaman, patronum aracılığıyla, Bruce Archer'dan başlayarak tasarlama kuramları üzerine okudum. Ama şimdi aklımda neler kaldı bilemiyorum.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Benim inancım şu..Teori, tasarım, metod..bunlara inanmıyorum. Şöyle inanmıyorum, dünya sürekli değişiyor, sürekli değişen bir şeyin nasıl metodolojisi olabilir. Sadece anlık cevaplar ve sistemler olabilir. Yeni bir projeyle yeni bir sistem kurulur ve yıkılır. Burada bireysellik son derece önemsiz.

EK C – Kunter Şekercioğlu ile Görüşme

Tarih: 05 ARALIK 2007

Tasarımcı: Kunter Şekercioğlu

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

3-6

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Endüstri ürünleri tasarımcısı – mimar - iç mimar

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Tasarım ofisi! ☺

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

9:00-9:30'dan 18:30 ve sonrası(!) arasında çalışıyoruz

5) Ne tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Elektrikli ev eşyası, kırtasiye, promosyon, aydınlatma, mobilya, plastik kişisel/ev eşyası...

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Pazar araştırması yaparak...

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklayınız?

Sürecin bizi ilgilendiren(işe göre değişir) aşamasını planlıyoruz.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlayınız?

Sorunlu ise tarifname netleştirilmesi, pazar araştırması, konseptler hazırlanması, ön sunuş, detaylı çalışma, sunuş, detaylı çalışma, cad-cam dosya teslimi-prototip yapımı ve kontrolü, üretim kontrolü... gibi... (işe göre değişiklik gösterebilir...)

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet **Hayır**

6) Evetse bu süreci açıklayınız?

(işe göre, zaten çok iyi bildiğiniz sektör ve ürün grubu olup olmamasına göre değişir)

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet **Hayır**

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklayınız?

??? mesleğimi yapıyorum!!!

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklayınız?

Hepsi!

Her türlü kalem ve kağıt, pc, her türlü maket malzemesi.

Kullanma yoğunlukları işe göre değişir.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

!

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet **Hayır**

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

İşe göre değişir, bazen doktor, bazen pazarlama uzmanı, bazen mühendis vb...

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Değiştirmiyor, doğrulaştırıyor...

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Mock-up, model ve prototipsiz olmaz...

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

! müşteriye, tarifnameye, anlaşmaya göre değişir.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

2d sunum, bazen model takviyeli (işe göre değişir).

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Etkisi yadsınamaz. Müdahil olmazsanız, tasarımınız sizin tasarımınız olmaktan çıkar. Eğitimde öneminin gözardı edildiğini düşündüğüm çok önemli bir süreç. Süreçler arasında sürekli devinen, yenilenen ve kendinizi “update” etmeniz zorunlu olduğu aşama...

c) Seçilen ürün üzerine sorular: “Smart” kasa yanı imza kalemligi

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Müşteri talebi

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Kasalarda ödeme yapılma esnasında kredi kartı slibinin imzalanması sırasında kaleme ihtiyaç duyulması ve kredi kartı veren bankaların PR yapma ihtiyacına yönelik bir ürün tasarımı.

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Kasa yoğunluğunda kalemin kaybolmaması, promosyona yönelik baskı alanlarının olması, üretici firmanın üretimi olan farklı kalemlerle kombin edilebilmesi, promosyona yönelik değişik kurumsal renklerin yansıtılabilesi, dikkat çekici olması...

4) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Üretici firmanın farklı kalınlıklardaki kalemleri ile birlikte kullanılabilecek, müşteri firmanın logosunun basılabileceği büyük alanları olan, kurumsal renklerin kullanılabileceği ve kombin edilebileceği, kalem farklı pozisyonlarda üzerine takılabileceği ve gövdeye zincirle bağlı olduğu için kaybolmayacağı, gövdenin zemine yapışarak zarar görmeye ve kaybolmaya karşı direnç göstereceği, gerekli görülürse kartvizit ve benzeri başka basılı malzemenin üzerine takılabileceği bir gözü olan kasa yanı imza kalemligi...

5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Kredi kartı olan ve alışveriş yapan herkes... ve mağazalar, benzin istasyonları gibi ödeme yapılan her tür kasa alanı...

6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

9-13 mm arasındaki kalınlıklardaki kalemi yatay ve dikey olarak tutabilen bir mekanizmaya sahip, yumuşak ve kavisli yüzeylere sahip, üzerine konduğu düzleme yapışabilen, üzerindeki kalemi bir metal zincirle tutan, gövde üzerinde geniş baskı alanlarına sahip, kartvizit ve benzeri başka basılı malzemenin üzerine takılabileceği bir gözü olan kasa yanı imza kalemligi...

7) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

SAN, TPE, ABS... renk seçimi, üretici firmanın müşterisi olan firmaların kurumsal kimlik detaylarına göre sonsuz esneklikte...

8) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

8-9 ay olması gerek... (?) ☺

9) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Pazar/ürün analizi... 1 aydan az

Konsept çalışması+mock-uplar... 1 ay

İç mekanizma çözümü... 1 ay

3d detaylandırma... 1-2 hafta

Prototip yapımı...

Kalıp üretimi... 4-5 ay

10) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Kendi aşamalarımız ile ilgili, evet.

11)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıkla mısınız?

Pazar/ürün analizi... 1 aydan az

Konsept çalışması+mock-uplar... 1 ay

İç mekanizma çözümü... esnek

3d detaylandırma... esnek

12)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

13) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıkla mısınız?

Pazardaki benzer kalem ve kalemlı ürünlerin promosyon sektörüne yönelik artıları ve eksilerinin analiz edildiğı bir çalışma oldu. Zaten sektörü, sektördeki firmaları bir miktar tanıyor ve biliyor olmamızın süreci hızlandırdığını söyleyebilirim.

14)Tasarlama aktivitesini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

8. ve 10. soruların cevapları

15)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?

8. ve 10. soruların cevapları

16) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Her türlü kalem ve kağıt... her zaman

Gerektiğı zaman 2d-3d software... detay çalışmasında ve son doğru datanın teslimi için

17) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

Konsept aşamasında mock-up çalışmaları...

Vakti geldiğı zaman 3d datadan elde edilen hızlı prototip çalışmaları...

18) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

evet,

19) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?

TPE iç mekanizmanın verimli çalışmasını sağlamak için prototip üretimler(hızlı prototip değil, gerçek malzeme ile üretim yapılan tek gözlü kalıplar) yapıldı.

20) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?
Az form ve az detay değişiklikleri...

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Endüstri ürünleri tasarımı yapıyoruz, kullanıma-pazarlanmasına-üretilmesine yönelik cevabının bilinmesi gereken 5N1K soruları var.

Seramik ya da heykel sanatçısı değiliz...

2) Nelerden ilham alırsınız?

Herşeyden olabilir.

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Etkileyen değil, sistem öğrendiğim Paul Hatch...

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Herhangi biri herhangi bir zamanda etkileyebilir, tasarımla ilgili olmak zorunda değil...

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

evet

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

Verimliliğine göre...

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

----?

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

Çalışma ortamı vb

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet tabii ki

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

hepsi

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

Etki???

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

Evet, mümkün olduğunca...

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

Gerektiği kadar

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

ID, New Design, Frame ve bazı sektörel yayınlar...

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Bazen.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet hayır

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Endüstri ürünleri tasarımı eğitimi... ☺

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Kişisel tasarlama sürecimiz kuramsal tasarlama metodolojisini de içermektedir.

EK D – Yılmaz Zenger ile Görüşme

Tarih: 27/11/2007

Tasarımcı: YILMAZ ZENGER

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Ofiste bir mimar asistanım var, bir de ev için yardımcı var. Atölyede ise, 7si usta 11 çalışan var.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Bkz. Soru 1.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Fiziksel çalışma ortamım atölye ve bürodan oluşuyor. Bir üretim atölyem ve onu yakınında yeni aldığım bir bürom var. Bu büroda aynı zamanda yaşıyorum, yani home Office.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Ben sabah 630-7’de en geç kalkıyorum. Bazen hemen kalktığım zaman çalışmaya başlıyorum. 8de yardımcım gelip kahvaltıyı hazırlayana kadar. Ondan sonra bir süre daha çalışmaya devam ediyorum ya da atölyeye gidiyorum. Orada işleri organize edip büroya geri dönüyorum. Büroda bilgisayar başında çalışıyorum. Genelde tek başıma yaşadığım için gece geç saatlere kadar çalışıyorum

5) Ne tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Benim kendi hayallerim var, onları hayata geçirecek projeler yapmaya çalışıyorum. Bir de işin ticari kısmı denilebilecek, problem çözümü gibi konular var. Örneğin bir tasarımcı bir şey yapmış ama nasıl üreteceğini, malzemesini çözememiş. Bir de çizilmiş ürünler endüstriyel tasarımda üretime hazır ürünler değildir. Çok uzun bir süreç gerekir ürünü üretime hazırlamak gerekir. Burada tasarımcının da yapması gereken şeyler var, üretici atölyenin de..Ama üretici atölyeler genelde Türkiye’de

ezberlediği yöntemle işi çözmek istiyor. Onun dışındaki bir yöntem bir tasarım gerektiriyor. Ama onlar tasarımcı değil, ve onların yöntemine uymuyorsa tasarımı buna uyacak hale getiriyorlar. Halbuki bir tasarım geldiğinde bir üretici deneyimiyle bazı kritikler yapılması gerekiyor.

Ben uzun bir süre akıllı şeyler tasarladım. İçinde bilgisayarlar, mikroprosesörler, info kiosk gibi..ya da computer kontrollü sistemler için birtakım ürünler tasarladım.Bir de elektroniğe çok merakım var tabi. Dolayısıyla elektronik cihazlarla ilişkilendirme konusunda çok deneyimin var, dolayısıyla teknolojiyle ilişkilendirilmiş ürünleri çok sayıda tasarladım.

Tabi genel olarak mobilya adı altında da bir grup toplayabilirsiniz. Ama çok farklı çalışmalarım da var.

b) Tasarlama süreci

1)Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Bir kere hiçbir şekilde çizerek ya da kitap bakarak..ben bunları çok komik buluyorum, daha doğrusu garip buluyorum..Daha doğrusu benim aklım bunları almıyor..çünkü öncelikle kendinizle baş başa kalıyorsunuz, problemi anlamaya çalışıyorsunuz. Eğer bir problem tanımlanmamışsa, problemlerin tanımlıyorsunuz..bir tasarım bazen tek bir problemin bazen birden fazla problemin çözümüdür. Bu problemler tanımlanması gerekir. Ve bu tanımlama da tasarımcının üstüne görev olarak gelebilir.

Örneğin cep telefonu..Cep telefonuna bir tanım getirilmiştir. Ama biraz bu tanımlı eşelemeye başladığınızda, başka bir tanımlar eksiktir. Evet cebinizde taşıyacağınız bir telefon, ama bu tanım tasarımcı için yeterli değildir. Böyle bir tasarımda çok fazla sayıda tasarımcı çalışıyor her biri başka bir problemi çözüyor.

Ama ben tasarımı ağırlıklı olarak zihinsel bir süreç olarak düşünüyorum, ben kendim öyle yaşıyorum, %80-90'a kadar çıkabilir. Örneğin çağdaş sanatta yeri olan pisuar örneği..herhalde eline kalemi alıp pisuar çizmemiştir..

2)Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklayınız?

Şöyle bir problem olduğu zaman yapıyorum..Örneğin senelerce special efekt yaptım..Bana yönetmenin istediklerini tanımlıyorlar ve süre veriyorlar..O zaman problemin adımlarını bildiğim için süreleri ayırıyorum.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Örneğin bir sipariş gelmiş, böyle çok örnekler oluyor..Diyelim NEWYork'tan bir müsterim, Aralık'ın şu tarihinde, Paris'te sergilenecek bir objem var diyor..2,5 ay sürem var..O zaman belli bir kargo süresi koyuyorum, 15-20 gün..10 gün pay koyuyorum, 1,5 ayım kaldı..!0 gün boyamam içi var, o boya Türkiye'de yok..o payı hesaplıyorum..Eğer CNC'de kesilecekse, onu CNC'ye girecek hale getirmek de bir tasarım..

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet **Hayır**

6) Evetse bu süreci açıkla mısınız?

-

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıkla mısınız?

En son bu sergideki 'Attached To' üzerinden anlatabilirim. Bu bir yaşam hikayesi..Bir yaşam süreci üzerine bir tasarım..Benim İstanbul kenti üzerine çok araştırmalarım var..Yazılarım, bir film hazırlığım var..Burda 6 katmana ayırdım..Taş devrinden başlıyor, pagan çağı ikincisi, hristiyan kültürü, İslam kültürü, cumhuriyet öncesi ve sonrası, ve 1950'den sonrası..Burda tabi politik görüşüm de yer alıyor..Bu katmanların nasıl örtüşeceğini, ayrılacağını, diğer yandan birbiriyle nasıl iç içe geçmiş olduğunu çözümledim..Parçaların birbirine geçmiş hem de müstakil olması gerekiyordu..Zaten bu şekilde yavaş yavaş elle tutulacak hale geliyor nerdeyse..Bir de başlangıcı var tabi, tüm bunların çekirdeği, kırmızı bir küre, aynı zamanda büyük patlamayı temsil ediyor..

Bütün bunlarda en önemli şey var..Bütün bu bilginin soyutlanması..Matematik, geometri birincisi..Soyutlama ikinci ayağı..Bir üçüncü ayağı, biçim ve rengin bizi götüreceği uç nokta.

Ondan sonra tabi bunun üretimi başlıyor. Bu tabi 3,5-4 aylık çılgın bir çalışma.

Tabi bu süreçte ben çok müdahaleciyim. Çünkü her detay bir şeye karşılık geliyor. Bir detayı değiştirmek bir kitapta bir kelimeyi değiştirmek gibi olur.

EK E – Oya Şenocak ile Görüşme

TARİH: Oya ŞENOCAK

TASARIMCI: 10/12/2007

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır (ev-ofis)..

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Yanımda çalışan birisi yok, ama beraber çalıştığım bir sürü insan var. Bir tane eskizlerimi modelleyen bir yardımcım var. Kendisiyle internet üzerinden beraber çalışıyoruz. Kardeşim tekstil tasarımcısıdır, tekstille ilgili işleri yürütüyor. Taşıma vs. gibi işler için bir yardımcım var, bir grafiker var..Ama bunların hiçbiri düzenli olarak yanımda çalışmıyor.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, Tekstil Tasarımcısı, Grafiker, Nakliyat vb. işler için bir yardımcım.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Gördüğünüz ortam, müşterilerimi burada ağırlıyorum..bir de masa başında çalıştığım alan var.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Ofis olarak, örneğin danışmanlık için, belli bir saat ayırıyorum..Onun dışında kendi çalışmalarım için daha fazla akşam saatleri olabiliyor..Diğer işleri gündüz saatlerinde yapıyorum.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Masaüstü eşyalar, aydınlatma..Mobilyaya da girmek istiyorum ama, daha pratik kullanımlı küçük boyutlu. Çünkü yaptığım şeyleri kendim ürettiğim için maliyetinin de düşük olması gerekiyor.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Öncelikle araştırma yapıyorum. O konuyla ilgili dünyada neler yapılmış o çok önemli.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

-

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Araştırma ve fikir aşaması..Eskiz çiziyorum, bilgisayarda modelliyorum. Daha sonra 1/1 boyuta yakın basit modeller yapıyorum.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Şöyle diyorum, bir gün iki gün değil bir hafta bir araştırma süresi tanıyorum. Kimler yeni ne getirmiş, Türkiye'deki yerleri dolaşıyorum. İnternet'i kullanıyorum. Bir de benim çok detaylı bir katalog arşivim var onu tarıyorum. Bir de insanlara çok bakıyorum, insanların giydiklerine, kullandıklarına. Çünkü onlar için bir şey yapıyorsun. Bir de pazarı iyi araştırıp oradaki boşluğu iyi görmek gerekiyor.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Araştırma sürecinden sonra kafamda belli başlı noktalar beliriyor. Bunlarla ilgili çok uçuk, yenilikçi noktaları da düşünüyorum. Ayrıca bir yandan bu fikirlerin ayağını yere koymaya çalışıyorum. Fikir aşamasında sonra eskizler çiziyorum. Bilgisayarda da modelliyorum. Daha sonra basit modeller yapıyorum. Örneğin kartondan yapıyorum, ya da 1/1 çizip duvara yapııştırıyorum. Ürünü elime bir şekilde alıyorum. Çok kabataslak bir şekilde oranları görmeye çalışıyorum. Örneğin tabak yapıyorsam bir tane çizip kesiyorum, önüme koyuyorum.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

Projeye göre değişiyor diyebiliriz. Daha çok eskiz çiziyorum, ama daha sonra bilgisayarda mutlaka modelliyorum. %50-50 diyebiliriz.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Tabi araştırmadan sonra, insanlarda genel eğilim şu diye bir sonuca varıyorsun. Bir kere önce benim hedef kitlem ne. Hedef kitle çerçevesinde sıradanlığı aşacak ne olabilir. Tüm bunları topladığın zaman belli bir noktaya varmış oluyorsun. Daha sonra yaratıcı bir şey yapman gerekiyor. Bu da yarı yarıya çıkmış oluyor. Ve üretim yöntemini malzemeyi düşündükçe ortaya çıkıyor. Tabi bazen de brief geliyor, iyi briefler de geliyor, ne istedikleri belli..Ama şöyle bir şey var, ben genelde bu briefler doğrultusunda yaptığım tasarımlardan pek memnun kalmadım çünkü, kısıtlamalar doğrultusunda kendini geri çekmek zorunda kalabiliyorsun.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Tabi çok ilginç, ben birçok şeyi kardeşimle yaparım. O fashion designer. Sonra belli yaş gruplarından fikir alıyorum, gözlem yapıyorum. Onun dışında malzeme gibi konularda ben zaten araştırıyorum, biliyorum, kim nerde ne yapıyor biliyorum.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıklar mısınız?

Firmalarla çalıştığımda mutlaka model veriyorum. Camsa mutlaka son ürünü cam olarak önlerine koyuyorum.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıklar mısınız?

Tabi tüm alternatifleri göstermiyorum. Çizerken çok şey çiziyorum. Çizdiklerimin hepsini yayıyorum yan yana koyuyorum, onların hangisi daha iyi sonuç verir..Şunları onlar daha çok beğenirler, hangileri daha yaratıcı,yenilikçi, hangileri kafalarını karıştırır..

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıklar mısınız?

Zaten hepsi bilgisayar modellemesi ve çıktısı. Üstüne etiketi logosu konmuş biçimde. Bunların hepsini farklı görüntüler şekilde çıktılarını dosyasını veriyorum. Ve de cd

olarak da teslim ediyorum. Örneğin bir şişe sunuyorsan, sana bir brief verilmiş, diğer ürünlerin yanında konularak da sunulur. Rakip firmaların şişelerinin fotoğraflarının yanına kendi ürününü koyuyorsun.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Zaten sunum aşamasına geldiğimde, ürün nerede üretilecekse, üretilecek yerin veya o konudaki uzman kişilere mutla danışıyorum. Ben zaten biliyorum ama yine de üretilecek yerden onay alıyorum. Ama konsepti değiştirecek bir geri dönüş olmuyor.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (bembeyaz viski bardağı)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Ürünün tasarlanması kararını şöyle verdim. İçki bardağı hep camdı, başka bir amalzeme nasıl katabiliriz. Örneğin metal kupalar görülebiliyor ya da porselen. Çünkü ben şahsen camdan bıktım, hep camdan içiyorsun, farklı bir malzemeyi hayatıma sokmak istedim. Ben farklı bir malzemeden bir şeyler içebilirim açıkçası. Neden içki bardağı olmasın. Bu da bir boşluktu daha önce düşünülmemiş bir şeydi. Bunu ben piyasaya çıkarmak için yenilikçi bir ürün olarak yaptım.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Proje kararı tasarımcı tarafından verilmiştir.

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Tamam bir bardak tasarlayacağım, ama bir su bardağı olamaz mesela çünkü farklı malzemeden olacak, daha pahalıya çıkacak vs..Örneğin porselenle ne içiliyor, çay, daha özel bir şey, bu da özel bir içecek olmalıydı. Bu da ne olsun, çok özel bir içki bardağı olsun, bir viski bardağı ve çeşitli kokteyllerin içileceği bir bardak olsun. Tabi geniş bir bardak olsun, tabi insanın kavrayabileceği, elinde tutabileceği.. Çok çeşitli geometriler olabilir. Ama dedim ki, yine çok yalın bir şey olsun, düz olsun. Fakat üstünde ikincil işlemlerle farklılıklar olsun. Yine tümdeki yalınlık bozulmasın fakat üzerinde çok şeyler olsun. Bir de her bardakta, bir farklılık olsun, örneğin 4 adet satılıyorsa, o 4 bardağın hepsi farklı olsun. Bir de tabi genelde porselenler çok kalın ve kaba, olabildiğince ince bir şey yapmak istedim.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Bkz. Soru 3

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Kullanım alanı, her zaman olmamak şartıyla, alkollü içecekler.

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Çok amaçlı bardak diyebiliriz. Bunun içinde isteyen bir şeyler de yiyebilir dondurma vs. Üst üste çok iyi oturabiliyor.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Ürün sert bir çamurdan hazırlanmış porselen. Dışı sırsız içi sırlı, bu da daha ince olmasını sağlıyor. Ben bunu konsept olarak tamamen beyaz olarak düşündüm. Ama ikincil işlemlerle farklı alternatifler olabiliyor. Renk katmayı ürün konseptinde düşünmedim, ama baskı vb. ile katılabilir.

7) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Normalde en fazla bir ay sürmesi lazım. Ama üretimdeki çeşitli terslikler nedeniyle biraz daha uzadı.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Şimdi şöyle, öncelikle internette araştırdım, sonra , dolaştım , buradaki lüks yerleri, ne tür şeyler satılıyor, sonra, ondan sonra insanları gözlemledim. Zaten kafamda oluştu, birkaç eskiz yaptım. Örneğin ben birçok kararı sabahları yürüyüş yaparken veririm. Ondan sonra direk bilgisayarda çizdim ve kalıp yaptım. Bunda model aşaması olmadı.

9) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Tasarım kararı tasarımcı tarafından verildiği için, planlama süreci anlatılmamıştır.

10) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

11) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

İnternette araştırdım, piyasada satılanları araştırdım. Kullanıcıları gözlemledim ve viski için arkadaşlarımla konuştum.

13) Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Araştırmadan sonra, eskizler yaptım ve bilgisayarda modelledim.

14) Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

Araştırmadan sonra kafamda belli şeyler oluşmuştu. Birkaç eskiz çizdim.

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Eskiz ve bilgisayarda modelleme.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

Olmadı.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

İmalat sürecini ben yönlendirdim, dolayısıyla olmadı.

18) Evetse bu değişiklikleri açıklar mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Kullandığımız sert çamur imalat sürecinde ortaya çıktı. İçinin sırlanması ise ürünü daha da inceltti. Tek pişimle üretilen bir ürün oldu.

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Tasarım anlayışımı ne etkiledi. Tabi pek çok şey var ama beni yurtdışı fuarları çok etkilemiştir. Ve ben her seferinde o fuarlarda, her tür şeyi orada görüyorsun. O zaman kabuğunun içinde tasarım yapmayı değil de, dünya ölçekli tasarımı görüyorsun. Ve benim öncelikle gittiğim markalar var, örneğin Rosendthal..Ben onları çok seçkin buluyorum, ve onların derecesinde bir şey yapmak istiyorum. Taklit etmek değil, ama örneğin bir tasarımımın o ürünlerin arasında yer alabileceğini düşünüyorum.

2) Nelerden ilham alırsınız?

Geometri..Doğa, ama bir yaprağı alıp yaprak gibi bir şey yapmak değil, fakat bir dokudan etkilenmek örneğin.

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Çok fazla etkilendiğim farklı bulduğum isimler yok, ama takip ettiğim firmalar var. Örneğin, Rosendthal, Studio Line. Ben o düzeyin altına inmek istemiyorum.

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Bana kitaplar biraz yetersiz geliyor. Ama tasarım dergileri çok önemli.

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

-

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

-

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

Benim örneğin dedem. Ben küçükken bana kalem kağıt verdiği zaman bir de büyüteç vermişti. O bana çok detaycılık getirmiştir. Hiçbir zaman bir çiçeğe uzaktan a ne güzel çiçek diye bakmamışımıdır.

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

Ön modeli mutlaka yapıyorum diyebilirim ama projeye göre değişiyor. Ama belli noktalar buluyorum, şimdi mesela Uzunya diye bir yer var. Arada bir oraya gidip, sabah kumsalda oturuyorum, kendi kararlarımı, bir tasarım kararı ya da hayatla ilgili, genelde öyle yerlerde alıyorum.

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

Çok çok farklı bulduğum, ne farklı bir bakış açısı dediğim isimler yok.

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

-

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

İnternetteki trend sitelerini ve fuarları mutlaka takip ediyorum.

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

Dünya ölçeğinde neler yapılıyor bunları takip ediyorum.

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

Wallpaper, Frame var..Camla ilgili, NewGlass var. Camla ilgili ne yapılmışsa orda mutlaka yayınlanıyor. Material collection ve internetteki trend sitelerini mutlaka takip ediyorum.

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Ben yüzümü daha çok teknolojiye dönmüş birisiyim. Tamam ben mesela el imalatıyla bir viski bardağı yaptım. Ama çamuru değiştirdim, incelttim, üretimini değiştirdim. Böyle çalışmalar da yaptım, örneğin Paşabahçe’de çalıştığım zaman, Anadolu motiflerini kullandım, ama hiçbir zaman iki boyutlu değil.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet **hayır**

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Pazarlama metodolojisi aldım. İnanılmaz güzel bir dersti.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metotlarını karşılaştırabilir misiniz?

Ben üniversitede Önder Bey’den bu işi çok iyi öğrendim. Kendisi zaten piyasada çalışıyordu ve çok yönlü bir bakış açısı öğrendim. Ama onun üzerine çok şey geliştirdim.

EK F – Gamze Akay ile Görüşme

TARİH: Gamze AKAY

TASARIMCI: 09/11/2007

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Değişken ama ortalama 3-4 diyebiliriz..

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Endüstri ürünleri tasarımcıları ve sekreter

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Kendi ofisim..Tam bir ortam yok aslında bazen iyi bir fikir uyurken de gelebilir. Konsantrasyona bağlı..

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Resmi olarak 9 ve arkası açık..Ama bu saatlerde, telefon, şirketin rutin işleri vb nedeniyle sıfırdan bir tasarıma başlamak için konsantre olunabilecek bir zaman bulmak daha zor oluyor..Yani bu tür ofislerde yöneticilik+tasarımcılığı yürütmek çok zor. Dolayısıyla, özellikle yeni bir konuya başlamak için, bu işlerin bittiği akşamüstü saatleri ve gece daha uygun oluyor..

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Ambalaj, cam, plastik ambalaj, yapı donanımları, promosyon ürünleri, ev aksesuarları, vitrifiye, züccaciye. Sınırlı olarak da mobilya.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Benim için ilk adımı sektörü ve rakipleri tanımak. Uluslar arası pazarda bu anlamda neler yapılmış, trend ve rakip analizi. Bu araştırmayı yaparken kullandıklarım, internet ve fuarlardan topladığım materyaller.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Başta, teklif ve sözleşme aşamasında bu süreci planlıyorsunuz ama süreç ilerlerken bu planlamaya uyamayabiliyor. Belirlediğim adımlar, araştırma, etüd ve ön proje dediğim fikir tasarımları..bir projede genellikle, müşteri kapsamlı bir brief vermediği için 4-5 alternatif sunuyoruz. Ve bilgisayar sunumları.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Araştırma, etüd, fikir tasarımı.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Bkz soru 1.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Her projede bu süreç olmayabiliyor. Bazı projelerden ben sadece koordinasyonu yapıyorum. Olduğu zaman, ben öncelikle yazarak düşünüyorum. Bazıları örneğin çizirken düşünüyor. Ben yazıyorum, öncelikleri sıralıyorum. Tasarım kriterlerini yazıyorum. O ürün gamı ya da firma için, önemli kriterleri tespit edip, inovasyonun nerde olabileceğini kurgulayıp eskize başlıyorum. Bazen de, bir beyin fırtınası süreci yaşıyoruz. Bu beyin fırtınasından sonra formla ilgili çalışmalar başlıyor.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

Tabi üründen ürüne değişiyor. Bazı üründe çamurdan model yapıyoruz direk. Ama genel olarak, kalem kağıtla eskiz dönemi de var, daha sonra da bilgisayarda modelleme işi için ekip devrede.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Yenilikçilik önemli. Malzemede yenilikçilik, ya da kullanımda yeni bir bakış açısı olabilir mi..sadece formda da bir trendi yakalayan bir yenilikçilik olabilir. Konsepti bu etkiliyor. Benim konsepti belirleme metodolojim dışında, benim için daha önemli olan o firmanın pazarda rakiplerinden stratejik olarak nasıl ayrılacağıının kurgulanması.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Grafik tasarım..Bunun dışında projeye göre, bazen marangoz, bazen mühendislik firmaları, mukavemet hesabı yapan firmaların desteğini alabiliyorum.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Dışardan kardeş şirket olarak, projenin nihai halinde ambalaj ve grafik ile ilgili konuları, yine süreci takip ederek, grafik tasarımcılarla çalışıyorum.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Bazı ürünlerde işin başında mock-up yapmak gerekiyor. Bazı ürünlerde ise, bilgisayardaki modelleme sonucunda, en son kalıp aşamasında prototip yaptırıyoruz.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Genelde şöyle bir yöntem izliyorum. Çok yenilikçi olan ürünleri, sektörde öncü olabilecek, farklı bakış açısına sahip ürünleri, seçilmeyeceğini bilsem de koyuyorum. Bir de tabi daha kolay kabul edilebilir ürünler oluyor. Diyelim ki beş alternatif ürün yapıyorsam, bir iki tane daha inovatif alternatif, diğerleri ise daha çok form açısından farklılaşan ürünler oluyor.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Mutlaka bilgisayar modellemesi çıktıları alıyoruz. Paftalar ya da Powerpoint sunumu olarak hazırlıyoruz.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

İmalatçılardan gelen verilerden dolayı değişiklikler olabiliyor. Bu geri dönüşlere göre projeyi revize ediyoruz, bazen konsept bile değişiyor ve alternatiflere geçebiliyoruz.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (Yeni Rakı Şişesi)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Firmadan pazarlamanın başındaki kişi aradı ve çağrılı bir yarışma olacağını açıkladı. Yeni rakı şişesinin yenilenmesi için beş tasarımcı onar tasarım yapacak, önce biz bir eleme yapacağız sonra da seçilen alternatifleri focus gruba seçtireceğiz dediler. Ve ilk defa yazılı bir brief geldi.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Brief şundan bahsediyordu. Rakının türk halkı için önemi. Rakının jenerik bir marka oluşu. Pazardaki rekabet ve yenilenmesi gerektiği. İkon olabilecek bir şişe tasarımından, pop tasarımlardan kaçınılması gerektiği, çağdaşlaşacak ama raconu bozmayacak, gibi detaylar veriliyordu. Ayrıca bir pazar araştırması da vardı. Genelde geçmişte Pazar araştırması istediğimde bile firmalar reddebiliyordu.

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Öncelikle çok sıkı bir araştırmaya başladık. Rakının tarihçesini araştırdım, rakı hakkında kitaplar aldım, onları okudum. Meyhanelere giderek, çevremdeki insanlarla konuşarak bir nabız yoklaması yaptım. Daha sonra ekip olarak alternatifler tasarlamaya başladık.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

En önemli kriter benim için şeydi..Viskinin bir şişesi vardır, şarap şişesinin bir normu vardı, tekilanın bir şişesi vardı. Ama rakının bir norm yaratacak kült bir şişesi yoktu. Rakı bu coğrafyanın içkisi, Osmanlının içkisiydi. Yola çıkarken, ayağı yere basan, geniş omuzlu, heybetli, masa başında duran, erkeksi şeyler düşünmüştük. Tabi imalat detayları da önemliydi. Tutma kolaylığı da çok önemliydi. Biz ince beli tamamen tutma açısından düşünmüştük ama daha sonra focus gruplarda kavramsal öneminin de karşılık bulduğunu gördük. Ayrıca focus gruplarda, erkeklerin bu şişeyi kadının diye sahiplendiklerini gördük. Bu kadınsı bir şişe, uzun ince formlar anlamına gelmiyordu, tam tersine maço erkeğin kadını sahiplenmesi anlamına gelen bir şey.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Burada çok önemli bir şey vardı. Yeni rakı her kullanıcı grubuna hitap eden bir üründü. A, B, C, yaşlı, genç, kadın, erkek..Bu da zor bir noktaydı ve briefde açıkça belirtilmişti.

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

-

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Şişe standart, fakat 5 farklı boyda üretildi.

7) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

2004 ağustos sipariş-2005 haziran üretim

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Briefin verilmesi, tasarım süreci, alternatiflerin sunumu, firmadan yapılan seçim ve seçilenlerin focus gruba girmesi, son seçimin yapılması..İmalat süreci, ve etap etap diğer 5 boy istendi.

9) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Bu işte bize deadline verilmişti. Ben buna göre bir planlama yaptım.

10) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

Araştırma, tasarım-etüd, modelleme, prezentasyon.

11) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

-

13) Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Araştırmadan sonra.

14) Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

Çeşitli notlarla ve eskizlerle. Bilgisayarda, autocadde çok çalıştım, tipografiyi oturtmak için iki boyutlu olarak autocadde çok çalıştığımı hatırlıyorum.

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

-

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

Firmayla beraber çalışıldı.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

-

18) Evetse bu değişiklikleri açıklar mısınız?

Çok milimetrik değişimler oldu.

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Değişim olmadı.

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Konuştüğümüz projeden çıkarak konuşabilirim. Bizim kültürümüze ait bir şey oluşturmak bana çok motivasyon oluşturdu. Genel tasarım anlayışında ise bir yenilik unsuru olması lazım mutlaka motivasyonda. Bunun dışında Türkiye’de pek fırsat bulamasak da çevre duyarlı olmaya da, mümkün olduğunca müşteriye bu yönde yönlendirmeye dikkat ediyoruz.

2) Nelerden ilham alırsınız?

Gündelik hayattan..Gündelik hayattaki, geçmişte ya da günümüzdeki gözlemler.

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Mutlaka vardır beğendiklerim takdir ettiklerim ama kimisinin malzeme kullanımından kimisinin bakış açısından etkileniyorum. Normalde herkes sanır ki, tasarımcılar dergilere de bakar da etkilenirler, ben tam tersine yapılmış yapmamak üzere bakıyorum. Çünkü benzer bir şeyin olması rahatsız ediyor.

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Mesela, bazı kitaplarda, iş büyütme ya da stratejik ürün geliştirme ya da markayı geliştirme ile ilgili verilen örnekleri ya da case studyler okuduğum zaman, bazı müşterilerimin buna ihtiyacı olduğunu düşündüğüm zaman notlar çıkarabiliyorum.

Çok eskiden kısmen okuduğum, Dynamics of Visual Shape kitabı da beni çok etkiledi. Anladım ki özellikle aynı kültürden gelen insanların algıları ve beğenileri çok paralel.

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

-

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

-

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

-

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

Bir projeyi satma, karşı tarafı ikna etme önemli. Çok güzel bir proje yapsanız da, nasıl, nerde sunduğunuz, hangi sırada sunduğunuz bile önemli.

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet **Hayır**

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

-

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

Pek etkisi olmuyor.

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

Takip ediyorum çok önemli. Dergilerden çok fazla takip edemiyorum, ama fuarlardan sonra sıkı bir şekilde o sektörün nereye gittiğini analiz ediyorum.

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

-

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

Domus, Interni..

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Saf süslemecilik olarak değil, gündelik yaşamdaki kullanım ve anlamı üzerine, ve çağdaş yaşamda nasıl kullanabiliriz üzerine kafa patlatıyorum. Özellikle ticari amaçlı olmayan işlerde, geçmişimiz ve geçmiş zamanlarla ilgili araştırmalar sonucunda yeni bakış açısı yaratmaya çalışıyorum.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet

Hayır

Hatırlamıyorum

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Hangi ders olduğunu hatırlamıyorum ama metodoloji ile ilgili bir kitaptan örnekler görmüştük. Bana biraz sıkıcı gelmişti, ama şunu hatırlıyorum, gerekirse, tersten en aptalca soruları bile sorarak bir yöntem olduğunu hatırlıyorum.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metotlarını karşılaştırabilir misiniz?

Okullar arası en önemli farklardan biri bu. ODTÜ’de araştırmanın çok önemli olduğu, çizmeden önce düşünsel altyapıyı oluşturmak için, notlar almak, brainstorming yapmak gibi şeyler vardır. Bence şu andaki tasarlama sürecimle aynı, ondan vazgeçmiyorum.

EK G – Hatice Armağan ile Görüşme

Tarih: 17/01/2008

Tasarımcı: Hatice ARMAĞAN

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı? **Evet** Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır? Ofis Asistanı, bir tasarımcı ve ben

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir? Endüstriyel tasarımcı

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız? Açık ofis şeklinde

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz? 09 30 – 18 30 arası çalışıyoruz çünkü müşterilerimizin çalışma saatleri ve ben disiplinli çalışma saatlerinin verimliliğini arttırdığına inanırım. Ama japoan müşterilerim olduğu için bazen sabah erken saatler ya da akşamları mail trafiğim olabiliyor.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Ev, ofis, kırtasiye objeleri - mutfak banyo armatür ve aksesuarları – mobilya, aydınlatma

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Müşteriden bir brief alıyorum ama müşteriye bağlı..daha önceden bildiğim tanıdığım bir ürün ise daha müşteriyle görüşürken kafamda bir şeyler canlanıyor..ya da müşterimin ürün gamını inceliyorum, kendimce onların ne ihtiyaçları varsa, önce kendim irdeliyorum, ve onlardan gelen brief ile karşılaştırıyorum. Yani genelde, çalıştığım firmaya bağlı olarak briefi kontrol ediyorum.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz? Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız? -

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Ben aslında klasik süreci seviyorum, tabi ki bazen belli fazları değişebilir, ama genel süreç çok doğru. Dolayısıyla bence araştırma, sonra eskiz ve ürünün konseptinin hayata geçişi.. hemen eskize baslamaya inanmıyorum, öncelikle ürünün konseptinin oturması gerekiyor.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı? **Evet** Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Araştırma süreci projeye göre ve sizin geçmiş tecrübenize göre değişiyor. Tabi ki kendime göre belli tasarım yöntemlerim var. Ben araştırma yaparken hep farklılaşmış ürünlere bakıyorum. Ödül almış ürünlere bakmaya çalışıyorum. Nerelerde farklılaşmışlar..Çünkü farklı olanı yakalamak için yapılanları bilmek gerekiyor. Bazı ürün gruplarında ise, araştırma yapmama gerek kalmayabiliyor çünkü zaten sektörü çok iyi biliyor oluyorum.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz? **Evet** Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Biraz daha kavramsal bakmaya çalışıyorum. Ben araştırma süreciyle eskiz aşaması arasında bir adım daha olduğuna inanıyorum. Kavram, konsept ve ürünün hikayesinin oturduğu süreç. Eskizin gücüne çok inanıyorum. Fakat bir form karalıyorsam ardında hikayesi oturmuş oluyor. Yemek yapmak gibi..kafada bazı malzemeler oturduktan sonra denemelere başlarsınız. Tabi belli ürünlerde oturup tek başıma çizim yaptığım süreler oluyor, fakat saatlerce günlerce sürmüyor.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

Bilgisayar sanırım tasarım sürecinde en çok dokunduğum şey. Kağıt kalem de var tabi ama daha çok bilgisayar.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Bana gelen firmaya öncelikle bir vizyon tanıtmaya çalışıyorum. Ürün grubunu ve piyasadaki durumunu çok iyi araştırarak farklılığı nerede yakalayacağımı düşünüyorum. Kavrama, ürünün hikayesine çok önem veriyorum. Müşterinin isteklerini göz ardı etmeden artı değeri yakalamaya çalışıyorum.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı? **Evet Hayır**

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Hızlı prototip firmasıyla ve bir mühendislik firmasıyla çalışıyorum.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Genellikle, geçişteki tecrübelerim nedeniyle prototip ürünler sorunsuz çıkıyor. Değişiklikler çoğunlukla milimetrik oluyor.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Çoğu üründe, ve projeye göre genellikle 1/1 hızlı prototip yaptırıyorum. Ürünü imalattan önce 1/1 görmek benim için olmazsa olmaz diyebilirim. Büyük bir ürünse strafor maket yapıyor.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Briefe geri dönüyorum. Briefe odaklanmaya çalışıyorum. Malzemeye odaklıyorum. Artı değeri ve müşterinin isteklerini tartmaya çalışıyorum. Ama tabi artı değer bir maliyet getirecekse ve müşteri o anda buna istekli değilse eleyip başka alternatifleri tercih ediyorum. Dolayısıyla tamamen müşterimin ihtiyacına ve pazardaki konumlanmasına bağlı.

16) Sectiginiz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Benim tüm müşterilerime uyguladığım bir sunum metodum var. Öncelikle, Pazar araştırmalarımla marketingle ilgili bir sunumum var. Aslında bu sunumu onların bana sunması lazım, ama genellikle firmadan bu hazırlık gelmiyor. Bu sunumu ben kendime hazırlıyorum aslında ama onlarla da paylaşıyorum. Sonra da, bu hazırlık doğrultusunda çıkan konsepti ve nereye doğru gittiğimizi, rotayı anlatıyorum. Daha sonra, projeye bağlı olarak değişen bir süre sonra, ürün sunumu yapıyorum. Bu sunumda konsepti yine kısaca geçerek ürünleri anlatıyorum. Sunumlarımda konseptimi destekleyen güçlü görseller kullandığım büyük çıktılar alıyorum. Genel süreci müşterinin anlamasında yardımcı oluyor.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Çalıştığım ürün grupları ve imalattaki tecrübem nedeniyle imalatla geri dönüşer yok denecek kadar az oluyor.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (MAS Masaüstü Düzenleyici)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Müşteri bana farklı bir masaüstü düzenleyicisi isteğiyle geldi.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Ekonomik, fakat diğer ürünlerinin üstünde konumlandırabileceği bir ürün istediler.

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Piyasayı çok iyi inceledim. Ama bunun dışında onlara çok yeni bir vizyon sundum. Piyasadaki tüm ürünler yataydı ve dikine yığılarak yükseliyordu. Ayrıca, farklı kullanıcılara hitap eden, ergonomiyi içeren ürünler yoktu. Ben bu ürüne ergonomi katmak istedim.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Ürün yatay değil, dikey de değil..ve üstüne sadece bazı şeyler koyabiliyorsunuz. Bir insan günde kaç metre bant, kaç kalem kullanabilir..Artık silgi, ataç kullanmıyoruz bile..O nedenle ürün, adı üstünde ‘organizer’, üstünde neyi ne kadar taşıyacağına o karar veriyor ve sizi yönlendiriyor.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Masaüstünde, günlük işlerinizi organize etmek üzere kullanılıyor. Farklı segmentlere hitap eden ürün çeşitleri ve ürün ailemiz var ama daha sonra gelecek bu ürünleri şu anda açıklayamıyorum.

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Ürün yatay ya da dikey değil..Üründeki bölümler, ataç, kalem vb ürünleri belli sayıda alıp sizi yönlendirecek şekilde.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Malzemesi ABS ve ben bu ürünü diğer ürünlere göre çok hafif tasarladım. Dolayısıyla malzemedan çok tasarruf ettiğimiz için polistren yerine ABS kullanıyoruz. Farklı kaplama teknikleri ve renk kodlamalarıyla da tüketicilere göre ayırmayı düşünüyoruz.

7)Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yaklaşık 5 ay.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Tanışma toplantıları, ve brief toplantısı..Araştırma, ve konseptin oluşması..benim çalışmalarım, eskizlerin hazırlanması ve sunum..ikinci etapta ürün ailesinin genişlemesi ve bunların tescillerinin alınması..mühendislik çalışmaları ve kalıp hazırlanması..

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı? Hayır

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıkla mısınız?

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi? **Evet** Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıkla mısınız?

Pazardaki ürünleri ve açıkları araştırdım. Yaklaşık 2 hafta sürdü.

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

14)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

2 kere hızlı prototip yapıldı, ilk prototipte bir kaç küçük değişiklik yaptım ve ikinci kalıptan çıkan modelle birebir aynı.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Hayır hiç değişiklik olmadı.

18) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız? –

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız? –

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Tasarım benim için hiç bitmeyecek keyifli bir yolculuk; yeni malzemelerle tanıştığım ve yeni ürünlerle yoluma devam ettiğim heyecanlı bir serüven. Kullanıcı başta olmak üzere üretici ve çevre faktörlerini de düşünerek tasarım yapıyorum.

2) Nelerden ilham alırsınız?

Aslında her tasarımın ayrı bir hikayesi ve kimliği var, farklı problemleri çözmeye odaklanmışlar. Farklı sorular, farklı cevaplar... Malzeme, teknoloji ve kullanıcı beklentisi ile uyumlu bir altyapıya, duruşumla, tasarım inancımıla ters düşmeyecek çözümler ekliyorum. Tasarımcıların geçmişte tasarladıkları değil, gelecekte tasarlanmayı bekleyen ürünlere odaklanmalarını doğru buluyorum. Yaptığınız işlere eleştirisel bakmanız; sizi hep daha iyisini yapmaya teşvik edecektir. Çok kültürlü bir ulusun bireyi olduğum ilham kaynağım; mirasımız, kültürümüz, yenilikler, teknolojiler, doğa....

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Marcel Wanders, Aziz Sarıyer, Tom Dixon, Campana Brothers, Azzami

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Oliviero Toscani – Reklam bize sırtan bir leştir.

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

Olmaması mümkün mü?

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

Genelde müşterimizin sahip olduğu teknolojileri kullanıyoruz ama bu teknolojilerin farklı malzeme ve yaklaşımlarla kullanım alanlarını genişletmek mümkün..

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir? –

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz? **Evet** Hayır

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

Aziz Sarıyer

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor? –

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

Evet ediyorum ama etkilenmek için değil, haberdar olmak için...

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor? –

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz? **Evet** Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

Axis, Form, Wallpaper, ID, Icon, XXI, IDSA Innovation, Design Perspective, Maison F,

Ottogano, Tasarım, ...

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Kesinlikle...

e) Tasarlama metotları

1) tasarlama metotları eğitimi aldınız mı? **Evet** hayır

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Klasik metodlar, sadece teorik ve pazardaki realiteden uzak.. yıl 1996-1997

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Kurumsal şirketlerde tasarımcı olarak çalıştığım için ürün geliştirme sürecinin her aşamasında aktif rol oynadım. bugün kullandığım tasarım ve yaratım sürecini, etkin proje yönetimi ile birleştiriyorum.

EK H – Ela Cindoruk ve Nazan Pak ile Görüşme

Tarih: 12 /03/2008

Tasarımcı: ELA CİNDORUK, NAZAN PAK

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet **Hayır**

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Bizim dışımızda atölyede bir kişi ve dükkanda bir kişi. Toplam 4.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Atölyede bir ustabaşı, dükkanda bir satış elemanı.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

-

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Mağazamız 10:00-19:00 arası açık.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Takı ve bazı masaüstü ürün tasarımları.

b) Tasarlama süreci

1) Bir iş tanımı aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

EC: Ben hiçbirşey yapmam ilk başta. O fikirle bir yatar kalkarım. Ondan sonra eldeki verileri kendimce bir beyin haritası çıkartırım.

NP: -

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

-

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

NP: Bizim yaptığımız işlerde bir süreklilik olduğu için kendi akışı içinde gidiyor. Malzeme değişikliği fikir derken yeni bir şeyler oluşuyor.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

EC: Üzerinde çalıştığım konuya göre değişiyor. Örneğin ben inciyle ilgili çalıştım en son ve inci ile ilgili küçük bir araştırma yaptım. Yine piyasa araştırması da konuya göre değişiyor. Yine inciyle ilgili piyasadaki örnekler beni ilgilendirmiyordu mesela.

NP: Piyasada kim ne yapmış ne etmiş genelde farklı malzemeler için geçerli. Kim hangi malzemeyle ne yapmış merak ediyorum tabi ki, ama değerli bir madenle yapılanlar beni çok ilgilendirmiyor. Ben polyester ve resinle çalışıyorum ve piyasada kim ne yapıyor biliyorum ya da galerilerde izliyorum. Özellikle bir piyasa araştırması olmuyor. Ama ancak yurtdışına gittiğimiz zaman ya da internetten bazen kim ne yapmış bakıyoruz.

EC: Zaten eline bir katalog geçtiğinde bakıyorsun. O birikim bir kenarda duruyor.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

EC: Mücevherde ben genelde malzemenin kendisiyle oynayarak buluyorum. Ürün tasarımında ise ürünü kafamda bir şekilde oturtmayı arıyorum ben genelde. Çizmenin faydası oluyor ama önce bazı şeylerin oturması gerekiyor sanki.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklayınız?

-

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

NP: Bizim çalıştığımız alan kullanıma yönelik olmadığı için daha serbest çalışıyoruz.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Bazı imalatları kapalıçarşıda yaptırıyoruz.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıklayınız?

EC: İlk yaptığımız çalışma genelde prototip oluyor. Onu biraz rafine ediyorsun.

NP: Genelde ben hep 3 boyutlu çalışıyorum.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıklayınız?

EC: Karar veremediğimiz bir şey olursa mağazaya koyup deniyoruz.

NP: Birbirimize danışıyoruz. Atölyede karar veriliyor. Zaten bizim işte çeşitlemeye çok gidiği için de o alternatifler de sonuçta ürün oluyor. Üretim de bizi etkiliyor. Üretimi çok zorsa bir tane gelip dükkana koyuluyor ama ikincisi gelmiyor.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıklayınız?

-

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

-

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (E. Cindoruk: C. Roses, N. Pak: F. Geometry)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

-

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

-

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

EC: Ben gittiği kahvelerde içtiğim kahvelerin altındaki bu kağıtları topluyordum. Genelde hoşuma giden şeyleri malzeme vs. olarak topluyorum. Aslında öncesi tavanlardaki kartonpiyer denilen alçıpanları gözlemlememle başladı. O süslenme malzemesi benim ilgimi çekti. Sonra insanların kendilerini ve çevrelerini nasıl bezedikleri, eski şeylerin yeni malzemelerle devam etmesi kavramı benim ilgimi çekti. Böyle başladı.

NP: Yani bu sürekli olan bir şey. Ben zaten geometrik formlarla çalışıyordum. Bu epoksi, mine gibi ama fırınlanmadan yapılıyor. Gümüş döktüğüm silikon kalıbın içine, epoksi dökelim diye deneyerek, kürelerle başlayıp bu yarım kürelere geçtim. Farklı malzemeyi katınca, başka şekilde çeşitlendi.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Soru 3.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

-

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıkla mısınız?

EC: Broş, kolye ucu, küpe..

NP: Yüzük, kolye, küpe, broş..

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

EC: Ben öncelikle beyaz olmasını düşündüm. Daha sonra gazete kağıdı ve renk girdi işin içine.

NP: Renk alternatifi çok çeşitli. Gümüş ve renkli epoksi..

7) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

EC: Yaklaşık 2 ay

NP: Yaklaşık 2 sene

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

-

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

-

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

-

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

-

14)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

-

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

EC: Bunlarda ben neredeyse çizim yapmadım, doğrudan malzemenin kendisiyle oynadım.

NP: Hiç yapmadım desem yalan olur. Üç dört eskiz yaptım.ama zaman içerisinde, boşta kaldığım zaman, aklıma bir şey gelirse, not almak unutmamak için.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

-

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

EC: Bu üründe olmadı. Malzeme zaten çok belirleyiciydi.

NP: Önce üç küreydi, sonra üç daha girdi. Değişiklikler ölçüde oldu ama imalatla konsepti etkileyen bir şey olmadı. Zaten üretimle beraber ortaya çıkan bir üründü.

18) Evetse bu değişikleri açıklar mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

-

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

EC: Evet **Hayır**

NP: Evet **Hayır**

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıklar mısınız?

-

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metotlarını karşılaştırabilir misiniz?

NP: Bizde de, önce araştırma daha sonra fikir bulma, rafine etmeye dayanan bir süreç kullanılıyordu. Ama biz şimdi daha serbest çalışıyoruz.

EK I – İnci Mutlu ile Görüşme

Tarih: 12 /03/2008

Tasarımcı: İNCİ MUTLU

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet **Hayır**

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Ofiste insan çalıştırmayı sevmiyorum genelde. Maaşlı eleman çalıştırmaya inanmıyorum çünkü bence bu projenin verimi için iyi değil.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Proje geldikçe, gerekli insanlarla beraber çalışıyorum.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

9-5 çalışma sistemine inanmıyorum. Önemli olan iştir ve o işi de uygun kişiler kendileri için en uygun sürelerde yerine getirirler. Yani sonsuz flexibility bence verimi çok arttırıyor.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

-

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Özellikle çalıştığım ürün grubu yok. Hatta bir ürün grubunda çok çalıştıysam bir süre sonra değiştiriyorum.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Projeyi getirenlerle çok konuşurum ne yapmak istediklerine dair. Genelde kafamdakiler dikte etmeyi sevmiyorum onun yerine o insanlarla konuşmayı tercih

ediyorum. Zaten genelde projeyi verenler de ne istediğini tam tanımlayamıyor o yüzden onları mümkün olduğunca çok konuşturuyorum. Zaten sonunda o kadar çok konuşulmuş oluyor ki, ürün çıkmış gibi oluyor.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklayabilirsiniz?

Fikri şu tarihe kadar bulmam gerekiyor diyorum. Onun dışında hiçbir şey planlamıyorum.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlayabilir misiniz?-

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet **Hayır**

6) Evetse bu süreci açıklayabilir misiniz?

O araştırma konuşma kısmında ortaya çıkıyor zaten..çünkü o kadar çok konuşuyoruz ki, rakip firmalardan bu ürünün nasıl pazarlanacağına kadar..karşılıklı konuşmuyoruz zaten, çok verimli olmuyor..ama ilk etapta karşılıklı yazışmak daha verimli oluyor..onlar bir şey yazıyor, ben bir gün düşünüp bir şey yazıyorum..yani işi getirenlerle karşılık bir iletişim..ve bu şekilde ürünün her şeyi konuşuluyor. Hangi kalıpcı firmalarla çalışacak vs ürünün her şeyini içeriyor bu yazışmalar. Diğer firmalara bakmama gerek kalmıyor zaten bu süreçte ben her şeye bakmış oluyorum.Ayrıca araştırmaya süreci hiç bitmiyor aslında, proje bittikten sonra bile ben o konuyla ilgili araştırmaya devam edebiliyorum. Kafam benim sürekli araştırıyor zaten. Hiçbir zaman ben kalemi elime alıp da bunu yaptım demem, son güne kadar kafamda araştırmaya devam ederim.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet **Hayır**

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklayabilir misiniz?

Bu yazışmalar vs sırasında zaten fikri bulursun. Fikri ürüne çevirme aşamasında, fikri tasarlamaya başlıyorsun. Yani fikri bulmak ayrı bir şey, o fikri tasarlamak ayrı bir süreç.

Ama şöyle bir şey var, örneğin, bir yemek masası yapıyorsam fikri tasarım yaparken buluyorum. Ama ben bir firmaya bir öneriyle gideceksem önce fikri buluyorum sonra onlar kabul edince tasarlamaya başlıyorum. Bu projeye göre değişir, örneğin kapı kolu yaparken, model yaparken bulursun fikri.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıkla mısınız?

İyi tasarımcı, projeye göre farklı mediumlarda çalışılması gerektiğini bilir. Kapı kolu çalışıyorsan birebir elinle çalışacaksın, sketchle kapı kolu tasarlanmaz. Mobilya tasarımı söz konusuysa, benim gibi daha konsept tasarımcısıdır, önce fikirden yola çıkmaya çalışırsın, hayatı sorgularsın..prensip bir fikir oluşur o fikri revize etmeye çalışırsın.

Bir de bir projeyi yaparken tasarımcının tek bir mediumda çalışmaması lazım..Bazen sketch yapması bazen bilgisayarda imajlara bakması bazen eskiz model yapması lazım. Çünkü kağıtla çizim yaparken beynin belli bir yönü uyarılıyor. Ahşapla oynarken başka bir yönü, bu uyarıların hepsi projeyi farklı bir yöne çeker.

Bazen ise, bunların hiçbirine gerek kalmaz, kafanda problemi çok iyi saptamışsındır, ne yapılacağı bellidir, tak diye yaparsın.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Bkz. soru 6 ve 9.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

İç mimari projelerde iç mimarlarla, grafik projelerde grafik tasarımcılarla çalışıyorum. Bazen ürün tasarımcılarıyla da çalışıyorum. Yani projeye göre değişiyor.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Bkz. soru 9.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Önce ben müşteriye fikri onaylatıyorum. Yani ben fikir önermem de, o fikirle beraber ürünün nasıl presente edileceğini ve pazarlanacağını da söylerim. Eğer bunu kabul ederlerse, bunu cevabı bir üründür. Tek bir şey yaparım, o bir şey uygun değilse tekrar bir şey yaparım. Başta enerjinin dağıtılmaması gerektiğini

düşünüyorum. Bence bir tasarımcı budur demeli. Alternatif götürmek müşteri bazlı çalışıyorsun demektir. Halbuki müşteriye senin doğruyu göstermen gerekir.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Ben prezentasyona çok fazla önem veririm. Prezentasyonu çok iyi yaparım, ürün müşterinin kafasında çok iyi canlanır. Küçük bir ürünse hemen prototiplerini başlatırım. Genelde müşteri ürüne dokunmuş gibi olsun isterim.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Genelde bir kere yapıldı değişmez gibi bir anlayış var. Ben ilk teknik çizimi yaptıktan sonra ilk prototipi isterim. Gerekiyorsa ikinci üçüncü kez tekrarlarım. Bu tasarım sürecidir.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (nurus için yapılan mobilya serisi)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.

Ben fikir göturdüm. Fikri onlar beğenince mesela o prjede ben İtalya'da prototip yaptırmıştım.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

-

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Bu ürün direk aklıma gelmiş bir şey. Modelleyip onlara göndermiştim. Onlar ürünle ilgili bir şeyler söyleyince prototip yaptırıp onlara gönderdim. Firmayı çok iyi tanıdığım için, ihtiyaç duydukları bu ürünü beraber görmüştük, ben de bu öneriyi getirdim.

4) Ürün konseptini anlatır mısınız?

-

5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

-

6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıkla mısınız?

Üzerine oturuyorsun. (Ürünle ilgili diğer tanımların web sitesinden alınması istendi.)

7) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

(Ürünle ilgili bilgilerin web istesinden alınması istendi.)

8) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Bu her projeye göre değişir.

9) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Tasarım sürecini ürünün yapısı oluşturur. Tasarım yapmak için bir yöntem yoktur, her tasarım objesi için farklı yöntem vardır.

10) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

-

11) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

12) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet **Hayır**

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet hayır

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıklar mısınız?

Bizim okul yüzeysel eğitim değil de, bir konuyu anlayıp yeni bir fikir bulma konusunda öğrencileri eğitmişti. Ben de o kafadayım diyebilirim. bir şeyi tekrar tekrar tasarlayıp, biçim üretmenin hiçbir anlamı yok, hayata katkısı da yok. Gereksiz bir çaba, malzeme sarfı çevreye zarar olarak görüyorum. Muhtemelen bu görüşü de okulda almış olabilirim. Yani ben bir şey yaparken kendim dışında, dünyaya faydam mı olacak zararım mı olacak diye düşünüyorum.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

-

EK J – Ahmet Kaleli ile Görüşme

TARİH: 15 /03/2008

TASARIMCI: AHMET KALELİ

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Yaklaşık 18 kişi.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Ustalar, nakliyeciler, satıcılar..Şu anda tasarım ekibinde kimse kalmadı sadece ben varım.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

-

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Mağazanın çalışma saatleri 10:00-19:00

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Mobilya ve bazı küçük mobilyalar ve aksesuar.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Genellikle briefi de kendim veriyorum. Ama bizim mix diye mağazamızın oluşturduğu bir patronumuz var. Mesela mix'te ihtiyaç olan bir kanepemiz var. Tüm kanepelerin analizini yapıyoruz, ve neye ihtiyaç olduğunu belirliyoruz. Mixin içindeki örneğin dört kanepesi varsa, hem birbirini tamamlayan hem de birbirinden farklı kanepeler olması lazım. Hem akraba hem zıt olması gerekiyor. O zaten bizim

esas briefimizi veriyor. Ben hiçbir zaman şimdi aklıma bu fikir geldi, bunu mobilya yapayım diye hareket etmiyorum.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet **Hayır**

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Nispeten daha serbest..Ama biz mağaza olduğumuz için bir bitütn haline geliyor ve daha farklı..Dışarıdan çalışan bir tasarımcı gibi çalışamıyoruz, varolan aileye eklencek yeni birimler olarak düşünüyoruz, o yüzden süreç bir bütün haline geliyor.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

-

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet **Hayır**

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Bence tüm metotların temelinde tek bir şey yatıyor; tarif, tanım..Diyelim kolsuz bir kanepeler lazım ama kol kendi içinde çözülecek..Sonra tarif ediyorum, bu kanepenin klasik sırtı olmayacak strüktür gibi olacak, kanepelere baktığım zaman bir kerede çıkmış gibi olacak, ekleme parçalar olmayacak, kanepenin ölçü serbestliği olacak..ki bu tarif boşa bir tarfi değil, biliyorsun ki piyasanın ya da bizim miximizin bu parçaya ihtiyacı var. Bu tarifi yapınca, tekerleği baştan icat etmiyorum hem de piyasada olan bir şeyi yapmıyorum. Ben internetten, 30-40 tane firma var bunlara bakıyorum, piyasada olanları zaten biliyorum.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet **Hayır**

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Kendime güvenimi arttırmak için oluyor, yani ben bunu yapabilirim güvenini elde etmek lazım şekil olsun olmasın gözüünüzün önünde..Kendi başına tabi ki kalıyorsun, gözünün önüne sürekli getiriyorsun..Şekil, şekil adaptasyonları önemli değil o kadar. Tasarım benim için farklı bir kullanım yada üretim tadı bırakıyorsa o tasarım..

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

Sadece kağıt kalem..kalanını arkadaşlara bırakıyorum ya da direk prototipe giriyorum.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Bkz. soru 1 ve 6.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Artık form biraz da grafik..Bir ürünü yaptığınızda o form olarak da biraz okunmuyorsa tasarım başarısı yakalamıyor.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

(Eskiz model) yapma yeteneğim olmadığı için yapmıyorum..prototip için kabaca bir tane yapıyoruz final çizim bunun üzerine daha doğru çıkıyor. Prototipin son ürün olarak çıkması bugüne kadar bir ya da iki kere olmuştur. Ama çok çiziyorum, aynı ürünü sayfalarca çiziyorum.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Öze en yakın olanı tekrar buluyorsun. Tasarım yaparken ana fikirden dışarı çıkıyorsun, ama son adoğru ana fikre en yakın olanı seçiyorum. Örneğin tablet kanepede ana fikir sırt ve oturma yastığının bir olmasıydı, üzerinde çalışırken çok farklı denemeler oldu ama en sonunda çok basit bir formla ana fikre döndük.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

-

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

İyi ürünler hassas ürünlerdir. Hassas ölçü de bir başlıktır. İçine koyduğunuz kaz tüyü 50 gr fazla olsa kanepede rahatsız olabiliyor. Bu nedenle imalatındaki sorunlar nedeniyle ürüne yansımalar çok olabiliyor.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (tiki)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Farklı bir lounge koltuk arıyordum. İki tane U'yu bir araya getiren farklı bir grafik anlatım aradık.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Öyle bir şey yapalım ki, o koltuk nerede olursa olsun tanınsın..yüzlerce değişik malzeme kombinasyonu ile yapılsın, deriyle düz, desenliyle düz, düzle renkli..Öyle bir ikiye bölünmüş bir koltuk yapalım..Ayrıca bir de çok komplike bir şey olduğu için iki U'yu bir araya getirmek, ayrı ayrı döşenip monte edilebilsin seri üretime uygun bir koltuk olsun..

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Bkz. soru 1.

4) Ürün konseptini anlatır mısınız?

..ve en sonunda grafik bir form ortaya çıktı. Merak ettiğimiz buydu, grafik bir form rahat bir sonuç verebilecek mi. Sonunda hem o kuş formu ortaya çıktı, hem seri üretilebilir oldu hem de sırtı rahat oldu hem de çok grafik bir görüntü oldu. Orada ana amaç bu grafik görüntüydü. Her koltukta bir oturma bir sırt vardır. Burada tek bir malzemeye hepsi çözüldü ve bir bütünlük var.

5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Lounge kanepesi diye yola çıktık. Ben evde de kullanılmasını umut ediyorum.

6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Bkz. soru 3.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Üç dört kere fikir değiştirdik. Metal strüktür yaptık olmadı. Sonunda ahşaba karar verdik ve sonuç aldık. O sonucu döşedik ama belki 10 kere döşedik. Bazı tavizler vermek zorunda kaldık ama hep o forma bağlı kaldık. Malzeme sonsuz..ton sürtonlar, çizgiliyle düz..Ama genelde iki farklı malzemeyi öneriyoruz.

7)Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yaklaşık sekiz on ay arası.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Bu sefer, araştırma yapmadan bir şekilsel fikre esir olduk. Bazen araştırma çıkarıyor o fikri sana. Biz burada normal ilkelerimizin dışına çıkıp şekle esir olduk. Ayrıca bizim biraz gençleşmemiz lazımdı. Piyasada poliüretandan çok güzel şeyler var ama biz poliüretancı değiliz daha geleneksel yöntemlerle yaptık. Bu tasarımda çok çelişki var, ahşap üzerine döşemeyle yapılacak bir tasarım değil. Bu nedenle süreç tıkr tıkr yürümedi daha çelişkili bir örnek oldu.

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Evet **Hayır**

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet **Hayır**

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

Burada şekil o kadar önemliydi ki bütün metodiklerin önüne geçti

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

-

14)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

Ölçülendirme için çalıştım..50-60 tane eskiz yaptım..küçük eskizler..beni tatmin eden o şeklin oturma ve kavramayla ilgili şekilse görüntüsünün düşünsel konseptte çok yakın olması..Böyle bir şey arıyordum..Hem ayakları yere çok monumental bir şekilde basıyor hem de çok sağlam, hayatta kırılmaz..bu duyguyu finale getirdim.

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Her yerde bir şeyler çizmişim. Eskiz kalemler flomasterler..Neredeyse 50 tane tiki tasarımı çıkıyor karşınıza.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

Benle çalışan Emre kağıttan örnekler yaptı. Ama ona maket diyemeyeceğim, kağıt bükme diyebiliriz. Örneğin balet diye bir cam tablalı masa çalışmamız vardı. Onda mesela önce konsepti belirledik ve o bir mühendislik ve maket çalışmasıydı.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Prototipte bazı geri dönüşler oldu. Çünkü el işçiliğini onun grafik özelliğini bozuyordu.

18) Evetse bu değişiklikleri açıklar mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Son ürün teknik imkanlarımın elverdiği bir örnek oldu.

e) Tasarlama metotları

1) tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet **hayır**

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıklar mısınız?

Almadım ama ben çok aradım. Biraz hocalık da yaptım o sırada, konseptle ilgili bazı kriterleri yatayda buna karşılık verecek malzeme gibi kriterleri dikeyde karşılaştırdığım çapraz bir eleme sistemi uyguladım. Ama bu çok riskli çünkü sonunda her şey ya küp ya küre çıkıyor. Biz eskiden her şeyi teknik resimle çizerdik. Ön ve yan görünüş. Şimdi 3 boyutlu çizim programları var ama biz yine çizmeye alıştık. Tüm dikiş detaylarına kadar, hem önden hem yandan beraber çizilir. Ben böyle eski usul yetiştim.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metotlarını karşılaştırabilir misiniz?

Ben o geleneği taşıyorum, ama bir yandan bir ürüne 3 boyutlu bakabilmeyi kaybetmiyorum. Bilgisayarda 3 boyutlu çizimler yapıyoruz, ama bilgisayar bana benim fikrimi sunuyor, ama benim düşündüğümde daha kötü sunuyor. O yüzden sıkıştığın zaman içine dönüyor ve kendin çiziyorsun. Artık yeni tasarımlar bilgisayarda çizilmeden olmuyor. Örneğin balet örneğinde o ayağı bilgisayarda çizmenin yolunu da bulamadılar. Bu nedenle bazen iletişim kopukluğu olabiliyor.

EK K – Koray Malhan ile Görüşme

Tarih: 19/03/2008

Tasarımcı: KORAY MALHAN

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Bizde 3 ayrı grup var şu anda. Ama tasarım üzerine bir grup yok. Çünkü biz tasarımı şirket içinde çözmeyi düşünmüyoruz. Çünkü sabah dokuz akşam beş çalışacak bir tasarım sistemi olmaz diye bir inancımız var. Dolayısıyla içeride mimarlar, mühendisler, tasarımcılar da çalışıyor, fakat ürünün geliştirilmesi üzerine. Ama tasarımı dışardan, tasarım ofisleriyle çalışarak, meleği tasarım olan insanlara tarif ediyoruz sipariş veriyoruz. Dolayısıyla burası daha çok ürün geliştirmeye dayalı bir merkez.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

12 kişilik bir proje grubu var. Bunlar endüstri ürünleri tasarımcısı ve mimar. Fabrikada 20 kişilik bir mühendis grubu var.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

-

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

-

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Sadece mobilyadan çikalı dört beş sene oldu. Cam, metal gibi farklı malzemeler üzerine çalışıyoruz. Masaüstü eşyalar var, ev tekstili var.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Genelde ihtiyacı araştırmakla başlarım. Yani şu; verilen talep edilen ihtiyaç doğru mu? Ben biraz daha kuramsal yaklaşımı tercih ediyorum. Daha çok ofisle ilgili çalışıyorum. Orada mesela, ofiste neler değişiyor?..bu ofisin değişen yüzünün, ekonomik, sosyolojik, gender boyutları nedir. Kadın erkek ilişkisinden, insanın işiyle olan ilişkisinden, tarihsel ilişkisinden, bugün ne değişti..İnsanın hafızası ne kadar geçerli ne kadar değil, örneğin el aletleri.. Bütün bunlarla ofisin geleceği ne oluyor..Bütün bunlardan aç aça bir senaryo önermek..Benim yaklaşımım bir ürün önermekten önce fikir önermek. Sonra o ürüne dönüşür. İhtiyacı inceleyerek başlıyorum, örneğin hiçbir zaman neler yapılmış diye bakarak başlamıyorum. En sonunda benzer bir şeyler çıkmasın diye bir tarama yapıyorum.

2)Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Belli aşamalar var, kendi kendime belli adımları belirliyorum. Öncelikle ihtiyacın panoraması. Ve bu ihtiyacın analizinden sonra, aralarındaki çapraz ilişkilere bakıp neler önerebilir. Bundan sonra bundan ne gibi açılımlar çıkabilir. Buna bir hafta veriyorum. Bundan sonra nasıl senaryolar önerilebilir. Bunun için süre belirlemek çok zor. Buna verilen süre hiçbir zaman doğru çıkmıyor. Bunun zamanını kestirmek daha zor. Çünkü çok matematiksel bir süreç değil, sadece mantıkla değil de, hayalgücü de işin içine girdiği için, düşünülmemiş soruları sormak, yeni bir şeyler çıkartmak..Bazen bir şey çıkartıyorum ama belki iki ay sonra daha iyi bir fikir ortaya çıkabiliyor. Tahmin etmeye çalışıyorum ama genelde tutmuyor.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

-

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

İnterneti çok sık kullanıyorum. Onun dışında bazen mağazalara gidip yerinde görmemiz gerekebiliyor. Onun dışında fuarlara zaten standart gidiyoruz her sene.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Genelde çizimle..mesela bilgisayarda çizmiyorum.. Bilgisayarda düşünemiyorum, eskiz yaparken mutlaka elle çizmem gerekiyor....Bazen dolaşmak istiyorum, konu dışı bir şeyler, bir sergi gezebiliyorum, biraz daha renk, doku, hissiyatla ilgili bir şeyler alabilmek iyi geliyor. Bazen farklı bir ülkeye gitmek, bir iki şehir dolaşmak, orada çalışma ortamıyla ilgili neler oluyor, en azından gerçekçi yerine oturtmak için işe yarıyor. Onun dışında genelde masa başında, ya da herhangi bir yerde eskiz yaparak..Okumak tabi ki farklı şeyleri okurum, iş nereye gidiyor diye birçok yazarı okuyorum..

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklayınız?

Bkz. soru 8.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

O bunların sonucundaki adım. Önce talep geliyor, talep çok sık bir talep olabilir, örneğin bir ofis için bir çalışma masası kadar basit bir cümle olabilir. Ama işte bunla ilgili analizi yapıyoruz, ne var, niye var, neler yapılmış, ondan sonra bir adım geri atıp tekrar neler önerilebilir. Dediğim gibi önce ihtiyaç, sonra da konseptin önerilmesi..

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Şöyle..genelde mühendisler, dışardan mühendislerden danışma alınabiliyor. Almanya'dan bir mühendislik danışmanlığı alıyoruz. Tabi projeye göre değişiyor. Bazen sosyologlarla çalışabiliyoruz örneğin..

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

İnsanlar ihtiyaçlarını her zaman söylemeyebiliyorlar, genelde olanı tarif ediyorlar size. Siz de onların istediğini yaparsanız olanı tekrarlamış oluyorsunuz. Dolayısıyla insanların aklına gelmeyen ama aslında ihtiyaç duyduğu şeyleri yapmanız gerekiyor. Bu nedenle sosyal bilimlerle çözmek daha doğru.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıklayınız?

İlk başta model. Bazen kartondan gerçekten model yapıyorum..Daha sonra mühendislerle oturup, bunun envanterini alıp, ürün çözümleriyle, 3 boyutlu modellemesini alıp detaylara geçiyoruz. Daha sonra şimdi mesela 3 boyutlu yazıcılar var. Ya da dışarıda farklı malzemelerle yaptırıp bakabiliyoruz. Ama mutlaka model yapıyoruz.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

O zaman satışla görüşüyoruz. Satıştan çok kişiyle, bazen müşteriyle, bazen mimarlarla görüşüyoruz. Bunu kullanacak, bunun projesini çizecek ya da bunu satacak kişiyle görüşüyoruz. Bunların yorumları oluyor, tabi birebir dinlemiyoruz. Ama çok da yardımcı oluyor.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Genelde eskizleri gösteriyorum. Daha rahat iletişim oluyor. Bilgisayar üzerinden çıktıları çok kullanmıyorum. Bazen model olabiliyor. Genelde her aşamada eskizleri gösteriyorum.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

O da bir süreç. İmalat da diyor ki bunu bu şekilde üretirsek kolay üretilir, bunu bu şekilde yaparsak başınıza dert açar.. Ama her noktada bir şey çıkabiliyor. İlk başta da imalattan veri gelebiliyor. İmalattan ürünü ya da konsepti değiştirecek kadar bir geri dönüş olmuyor ama ürünün gelişmesine yardımcı oluyor.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (Ada, ev için çalışma masası)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Müşteriden gelen, satışın bize getirdiği bir talep. Müşteri evde çalışmak istiyor bunun için bir masa..

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Proje tanımı çok olmadı. Küçük mekana sığması lazım, bunun için bir oda ayıramıyor çoğunlukla..Salonda bir köşede durması tercih ediliyor..Çok çok pahalı olmaması ama güzel de durması lazım..Ama kanepeler koltuk içinde eğreti durmaması lazım. Genel tanımı bu.

3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Ben konsepti şöyle belirledim. Genelde ev ofiste neler yapıldığına baktım. Çok fazla fuarlarda gördüğüm bir konu değildi, o nedenle neler olup olmadığına baktım. Kitaplarımı aldım, internetten araştırdım..

4) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Ondan sonra şeyi gördüm, bütün yapılan işler, hep ofis için yapılmış ama eve sokulmuş, evde çalışmakla çok ilgisi yok. Dolayısıyla ben onlardan daha farklı olsun diye, hiçbir endüstriyel ihtiyaçtan dolayı panel kullanımı olmasın diye yola çıktım.

Hiçbir tarafında panel yok, sadece ince bir çizgi var her şey ona asılıyor, dolayısıyla önü arkası her tarafı şeffaf gün ışığı çok geliyor. Ada oradan geliyor zaten, insanın adaya düşüp orayı kendine benzetmesi. Herkes bu masayı kişiselleştirebiliyor. Puro kutusu, makyaj kutusu, kalemlik, istenen parçalar eklenebiliyor, ve kullanan kişi kişisel alanını yaratabiliyor. Yani iki, üç boyutlu bir alanın dışında aynı zamanda zihinsel boyutta havası kokusu müziğiyle kişi kendi alanını yaratabiliyor.

5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

-

6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklayınız?

Kişiselleştirebilmesinin dışında kablo çözümleri olsun. Hep doğal malzeme olsun ve renksiz bir şey olsun. Bir de küçük mobilya yaptım daha sonra, rintintin ismi, onu takip ediyor. Her tarafa çekebileceği, sehpa büyüklüğünde, yataktaysa yatağın yanına çekebiliyor. Kanepedeyse, yanına alıp laptopla çalışmasına devam edebiliyor. Çok daha portatif her tarafa gidebilecek bir parça.

7) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Çerçevesi ya siyah beyaz. Ahşap ise doğal, sadece balmumu ile waxlanıyor, çok doğal bir etki veren, kullanıcı ormanda bir odun parçasına dokunmuş hissi veriyor.

8) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yaklaşık 5 ay.

9) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklayınız?

Araştırmadan sonra fikir çıktı. Eskizi sundum bir model yapıldı. Çok kalıp işi yoktu ve hemen üretime geçildi. Daha sonra ise ilk olarak bir fuarda sergilendi.

10) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

Kaba bir planlama yaptım ve bu planlamaya uydum. Ama her zaman bu kadar uyamayabiliyorum.

11) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklayınız?

-

12) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

13) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıkla mısınız?

Evde çalışan insanlara baktım. Bu insanlar genelde kimlerdir, ve nasıl çalışırlar. Daha sonra Virginia Woolf'un bir kitabını okudum, örneğin kraliyet döneminde kadınların bir çalışma odası olmaması.Tabi o daha çok kadın üzerinden anlatıyor fakat genel olarak insanın üretebilmesi için kendini ait hissetmesi bir alanı olması..Benim bunda hep söylemek istediğim şeydi, biz bu masayı yarı bitmiş halde verelim, kullanıcı onu bitirsin.

14)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Araştırmadan sonra.

15)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?

Hep çizerek..benim için görmek çok önemli.

16) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Soru 14.

17) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

Daha çok eskiz oldu model çok yapılmadı. Ve üretime geçildi.

18) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Evet bazı değişiklikler oldu.

19) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?

Ayak yapısında bir değişikli oldu ama bu ürünü daha iyiye götürdü.

20) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

%99 aynı diyebiliriz, ilk çıkan eskizle aynı ürün çıktı. Ama bunun böyle olmadığı da olabiliyor. Bu projede böyle gerçekleşti.

EK L – Orhan Irmak ile Görüşme

TARİH: 07.03.2008

TASARIMCI: Orhan IRMAK

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

Toplam 8 kişi

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

1 Endüstri Ürünleri Tasarımcısı, 1 Sanat Yönetmeni, 3 Grafik Tasarımcısı, 2 İşletmeci, 1 ofis mutfağında çalışan personel.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

Üç katlı ofisimizde orta katta tasarım bölümü ve Gökhan Bey'in odası bulunuyor. Üst katta toplantı odası, muhasebe ve tuvalet, alt katta ise maket atölyesi, mutfak ve yine tuvalet bulunuyor. Tasarım bölümümüz açık ofis şeklinde ve herkes birbirinin bilgisayarını görebilecek şekilde düzenlendi.

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Sabah 9, akşam 7, haftada 5 gün. Cumartesi yok. %80-90, 7 gibi toparlanıp çıkmaya çalışıyoruz.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Ağırlıklı olarak ambalaj tasarımı çalışıyoruz. Projelerimizin %70'i gibi, ki bu da sektör olarak şöyle, gıda, kozmetik ve kişisel bakım. Ağırlıklı olarak bu iki sektör.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Öncelikle brief'in ne kadar net olup olmadığına bakarım. Çünkü başta müşterinin beklentisi anlamında ne kadar çok bilgi alabilirseniz, bu daha sonraki ayıracağınız süreci o kadar yönlendirir ve kısaltır bana göre. Dolayısıyla önce briefte eksik şeyler var mı onu kontrol ederim ve eğer varsa geri dönüp tamamlanmasını isterim. Briefle başlar süreç, briefi aldıktan sonra, yaptığımız şey genelde örneklerin araştırılmasıdır. O alanda özellikle..neler yapılmış, bu literatür araştırması şeklinde olabilir, market analizi şeklinde olabilir. Yurtdışında kontakta olduğumuz bazı başka kişiler var, onlar vasıtasıyla yurtdışındaki pazarların araştırılması olabilir, yahut bizzat bazı seyahatlerimizde topladığımız şeyler olabilir. Dolayısıyla ilk olarak o projenin, hedeflediği noktada neler yapılmış daha önce, ve o alanın, bizim için yeni bir sektör de olabilir, o sektörün içine mümkün olduğunca dahil olmaya çalışırız. Yani o alanda neler olup bittiğini, ya da neler olabileceğini, trend anlamında da olabilir, mevcut örnekler bazında da olabilir, a'dan z'ye vakıf olmamız gerekir. Dolayısıyla süreç de bizim için bunla başlar, araştırmayla başlar.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Yapıyoruz, zaten ilk toplantımızda yaklaşık olarak ilk tasarım sunumlarının zamanı belli olur. Projeyi aldığımızda, ilk tasarımların ne zaman sunulacağı genelde belli olur.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Araştırma bu adımların olmazsa olmazı. Ama bazen bu çok detaylı bir şekilde müşteri tarafından yapılmış olabilir. Bu süreci biraz kısaltabilir. Fakat, örneğin vücut jeli ambalajıysa bu, müşteri sadece bu alandaki rakipleri toplamış olabilir ama, biz banyo kültüründen sabuna kadar daha geniş bir araştırma yaptığımız için, illa ki bir araştırma sürecinde bizden bir şey katmak zorunda oluyoruz. Ama hiçbir zaman, araştırmanın tümünü müşteriyle paylaşmıyoruz Çünkü bu bizim için tasarım sürecinin başlangıcı. Yani aslında bu tam projeye göre değişen bir nokta..Proje tamamen grafik bazlı veya 3 boyutlu olabilir. Buna göre araştırma sürecine dahil olanlar değişir. Araştırmadan sonra ilk eskizler diyebiliriz, sunumda mutlaka yer alır. Eğer kütleli bir çözüm öneriliyorsa, kabaca bir kütle maketi ilk sunumda mutlaka yer alır.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Bkz. Soru 1 ve 4

7) Ürünü tasarlarırken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet **Hayır**

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıkla mısınız?

Araştırmayı biz ekip olarak yapıyoruz. Ve araştırmanın sonucundaki bulguları da ekip olarak değerlendiriyoruz. Tabi bunun sınırları kesin değil, araştırma sürecinde de fikirler oluşmaya başlıyor. Fakat, araştırmadan sonra çalışma biraz daha kişiselleşiyor. Her tasarımcı daha kişisel çalışmaya başlıyor. Sonra ortaya çıkan fikirleri yeniden değerlendiriyoruz.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıkla mısınız?

Açıkçası ben hem eskizleri, hem bilgisayar modellemesini hem de fiziksel modellemeyi aynı anda kullanıyorum. Bunlar benim için pek lineer bir süreç değil. Bazı formları çok küçükçe sketch olarak çizerken, onu direk 3 boyutlu görmek isteyip direk maket aşamasına geçebiliyorum. Ya da bilgisayar modellemesinde farklı bir şey görmek istiyorsam orada da çalışmaya devam edebiliyorum. Ama şunu da çok net söyleyeyim, ofisimizin alt katı maket atölyesi, yani maket bizim için çok önemli..Ama bununla beraber bilgisayar modellemeleri de..ve eskizler de..

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Aslında, araştırma sonucuna göre bazen hangi yönle gitmememiz gerektiği de ortaya çıkabiliyor. Ama hakikaten yaratıcı bir fikir olarak neden şunu tasarıma ilave etmiyoruz, ya da neden yaş grubu daha genç olmasın gibi şeyler de çıkabiliyor..Konsept, araştırmanın sonunda ve eskizle beraber yavaş yavaş oluşmaya başlıyor diyebiliriz.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet **Hayır**

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

O aşamada pek yok aslında..Tabi ki her zaman bir projeyi oluştururken kısıtlarımız var. Ama alternatif üretme sürecinde firma olarak mümkün olduğunca kendimizi kısıtlamamaya çalışıyoruz.. (Daha sonraki süreçte)..Genelde, firmaların da ar-ge'si olabiliyor, bu çok rahatlatıcı bir süreç. Ama tamamen yeni bir şeyse, bu sefer sizin çözüp üretilebilirliğini de göstermek üzere önermeniz gerekebiliyor.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Fiziksel olarak 3 boyutlu bir ürün sunucaksanız, bunu müşterinin 2 boyutta algılamasının çok kolay olacağını zannetmiyorum ben. Bu tasarımcı için de geçerli, en azından benim için bireysel olarak. Muhakkak ki modelleme yaparken

bilgisayarda 3 boyutlu bir çok şeyi çözebiliyorsunuz ama, günün sonunda ben birebir onu kütle olarak görmek, almak, masama koymak, diğer şeylerin yanında görmek isterim. Veya bu yine ambalajsa bizim çalıştığımız, bazı kısıtlar var, içindekini doğru sarmış mı, doğru saklıyor mu, yan yana geldiğinde ne kadar hacim kaplıyor gibi bazı kriterleri kontrol etmek açısından maketi çok önemsiyorum. Kütle maketi olabilir, gerçek malzeme kullanılması şart değildir, et kalınlıkları değişebilir, ama üç aşağı beş yukarı kabaca ne olduğunu görmek için kullanıyorum.

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Şöyle ki, bu biraz projenin kapsamıyla alakalı aslında..Tek bir çözüm de götürülebilir, farklı alternatifler de götürülebilir. Ama burada seçim kriterimiz şu oluyor, götürdüğümüz tüm alternatifler, hangisi seçilirse seçilsin, sonuna kadar keyifle ve gururla götürebileceğimiz alternatifler olmasına dikkat ediyoruz. Yani iki yerine beş alternatif olsun da zengin görünsün gibi bir kaygımız yok. Müşterilerimizde de öyle bir beklenti de olmuyor zaten. Bunu baştan konuşuyoruz, son derece sonuç odaklı, kimsenin vaktini boşa harcamaya gerek yok bence. Ne o müşterinin, ne de o hiç yürümeyecek bir alternatifin maketini oluşturmak için kendimizin. Dolayısıyla bir iki alternatif ya da beş farklı alternatif..Ve de şu da önemli..bazı projelerin ucu açıktır, biraz da sizden beklenir onun konumlandırılması. Eğer öyle bir beklenti varsa, biraz daha farklı, uç noktaları, denenmemiş, müşterinin aklına gelmemiş alternatifleri de eklemeyi biz uygun görüyoruz. Bu farklı bir perspektif kazandırabiliyor, düşünmek istedikleri yöne odaklanmalarına yardımcı olabiliyor..eğer iş tanımı detaylıysa, farklı alternatifleri denemeden daha ilk sunumda daha detaylı tasarımlara geçildiği olabiliyor.

16) Sectiginiz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Standart bir sunum formatımız var. Bu bir power point sunumu. Bizim kurumsal şablonumuz üzerine oturtulmuş, sunum yaptığımız müşteriye göre de kısmen kişiselleştirilmiş bir sunum formatı bu. En azından sunum yaptığımız müşterinin logosu bir köşede mutlaka bulunur. Bu bir standarttır, hiçbir müşteriye bu sunum bitmeden gidilmez. Hani son dakikaya yetişti, maket de şurdan alındı gibi bir şey yok. Bizde bütün sunumlar, sunum yapılacağını bir gün öncesinde biter, hazırdır. Çıktıysa, maketse, dijital ortam, cd kopyasıysa, bunlar bir gün önce hazırdır. Sunum çünkü bence çok önemli. O bütün harcadığınız emeği müşteri o sunum sırasında görecektir. Dolayısıyla onu doğru yapmanız lazım, ama abartı değil, doğru olması lazım. Sunum dediğim gibi power point sunumu önemlidir ama gene biraz projeye göre değişebilir ağırlık. Çünkü bazen maket üzerindeki detaylar daha önemlidir proje için. O noktada maket çok daha önem kazanır. Yani hiç power point sunumu olmayan sunumlarımız da oldu. Ama ağırlıklı şeyimiz budur.

..bilgisayar modellemeleri de o kurgu içinde görüntüler olarak yer alıyor. Bir süreç izliyoruz orada, bu briefin bir özetini içeriyor, yaptığımız analizden çıkarımlarımızı içeriyor, kurgusal olarak alternatiflerimizi içeriyor..

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Olabiliyor..Ama o noktaya geldikten sonra, çok fazla değişiklik olmuyor, çünkü alternatif geliştirme sürecinden itibaren projenin olgunlaşma aşamasına kadar üretimle kontrollü olarak ilerlemeniz gerekiyor. Yani dolayısıyla artık hadi üretelim gibi bir sürprizle karşılaşıyorsanız, bu süreci doğru kontrol etmediğiniz anlamına gelebilir, çünkü onu baştan kontrol etmeniz lazım. Yani yeterliliğinizi o konuda donanımlandırmanız lazım ya da danışmanız lazım. Yani bu bir kutuysa karton kutuysa, yurtdışından getirdiğiniz güzel bir numuneyle yaptıysanız maketi ve bu malzemenin yurtiçinde tedariki yoksa zor bir noktaya düşebilirsiniz. Bu da ciddi bir süre kaybı demek bana göre. Dolayısıyla o noktada, yani yaratıcı çözümlemeden sonra, onun artık üretime yönelik olgunlaştırılması noktasında, üretimle paralel bir bilgi alışverişinde olmakta fayda var.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (Koleksiyon, İstanbul Çay Bardağı için yapılan ambalaj tasarımı)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Müşterimizden geldi. Koleksiyon'un İstanbul serisi bardakları bir tasarımcı imzalı ürün. Faruk Malhan imzalı. Biz bu projeye başladığımızda, bardaklar üretilmiş ve hali hazırda ambalajı vardı. Brief şöyle verildi, 'O ambalajdan biz memnun değiliz.' Şöyle ki bunlar tasarım objesi, altında tasarımcının imzası olan çok bardak yoktur. Bu da Faruk Malhan imzası taşıyor. Ve gerçekten biz projeye başladığımızda da çok beğeni toplamıştı. Ve bunun üzerine oynamak istiyorlardı, çünkü bu Koleksiyon'un değişen yüzünü de gösteren bir üründü, biraz daha Koleksiyon, mobilya olarak değil tasarım olarak anılmak istiyordu, bu nedenle de önemli bir üründü onlar için. Tasarım odaklı bir firma, bu nedenle vizyonu geniş ve ambalajının da en az ürünün kendisi kadar önemli olduğunun farkındaydı, bu nedenle bu tasarım objesinin ambalajı için de bir tasarımcıyla çalışmak istediklerini özellikle bize belirttiler. Yani bize geliş nedenleri ve bu briefi veriş nedenleri buydu, bu tasarım objesinin ambalajının da bir tasarımcının elinden çıkması lazım, klasik bir ajans mantığıyla oluşturulacak bir çözüm onları tatmin etmiyordu.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Onların talebi şuydu..Farklı bir şeyler olsun, bu çok netti..Sıradan alışlagelmiş bir şeyler aramıyoruz, aksine denenmemiş belki çok farklı yaklaşımlar istiyoruz. İkinci kriter şuydu, bu ürünü otel gibi daha butik noktalarda satmayı planlıyorlardı, dolayısıyla bunun ambalajı sadece onu korumak için değil, o satış noktalarında da onu sergileyecek bir formu olsun, bir görsel kalitesi olsun, bu da beklentilerden biriydi. Ve bu tabi ki ambalaj, temel fonksiyonları olacaktır, ürünün korunması, kırılmadan bir yerden bir yere ulaştırılmasını sağlamak gibi..Bize böyle verildi brief. Dediğim gibi hem farklı fonksiyonları sağlamak hem de bir tasarımcı dokunuşunun hissedilmesi..Tabi burada bir de bütçelendirme süreci var. Proje başlamadan önce bir teklif verilir ve kabul edilirse bu süreç başlar. İlk toplantıda en azından daha sonrasında bir teklif verilir, ve bu teklifin kabulünden sonra sizin için süreç başlar.

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Bize brief verildi, ve bizim için de bir araştırma süreci başladı her projede olduğu gibi. Farklı ambalaj neler var, farklı malzemeler neler var. Bunları araştırmaya başladık. Tabi bir de, ürünün yaklaşık fiyatı, bu ürünün satış fiyatı var, ürünün maliyetini kat be kat arttıracak bir şey olmaması lazım, dolayısıyla maliyet kriteri de işin içinde. Araştırmaya başladık. Mesela katlama detaylarını da inceledik. Çünkü biraz farklı bir şey bekleniyordu, biraz sürprizli, biraz şaşırtıcı bir şey olsun istedik. Orada düşünürken bunun mevcut kutusunun neden sıradan olduğunu, neyin onu sıradanlaştırdığını da analiz ettik. Orada bulduğumuz sonuçlardan biri de, ambalajda genelde optimum alan kullanımı söz konusudur. Dolayısıyla bardak aldığınızda genelde ikiye üç, altılı bir kutulama içinde kapalı bir kutu verilir. Bunu yıkalım dedik, yani neden hepsi yan yana dizilmesin bunların? Burada bu kriter öncelikli değil en azından. Dolayısıyla birinci bulduğumuz yön bu oldu, bunları farklı bir şekilde dizelim, yan yana dizelim, uçuk kaçık bir dizilimi olsun. Bu dolayısıyla kutuyu da diğer kutulardan farklı gösterecektir. İkincisi de, yine bize bir sorun olarak gelmişti. Su bardağı, rakı bardağı, ayran bardağı, çay bardağı... Dört farklı boyda ürünün aynı kutuya konma tercihi. Buna yönelik çözümler de var, nedir bir kâğıtla sararsınız, bu da biraz algı olarak ucuzlaştırır sorunu. Bizim ikinci getirdiğimiz farklılık da oradaydı. Çünkü bu, bir tür origami gibi katlaması olan dümdüz bir kâğıt... Bu kılıfın aşağısı yükseklik olarak bardakları standart yüksekliğe getiriyor, ve bu içerdeki aparat da yine bu kılıfları bir arada tutarak ikinci bir boyutta da bunları standart bir ölçüye getiriyor, bir standardizasyon sağlıyor. Fakat üçüncü ve en kritik nokta da şuydu. O da yorum kısmı... bu çay bardakları zaten tasarım yönü ile güçlü bir yorum taşıyor, o da ince bele getirdiği şu yorum... Biz bunu fonksiyona dönüştürelim dedik. Daha doğrusu buradaki bütün fonksiyonel çözümlerde bu tasarımın değerini de taşıyalım istedik. Dolayısıyla burada bu köşe detayları, kutunun kapanması, içinde yer alacak ürünün görsel detaylarını yansıtıyordu. Bu da üçüncü en önemli kısmı oldu bizim için. Bütün bunlar harmanlandı ve genel olarak günün bir kütle maketi çıktı.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Sonuçta kütle maketinde kabaca bunun formu, farklı bir şekilde dizileceği, katlama detayları hatta malzeme alternatiflerine kadar oluşmuştu. Dolayısıyla yaklaşık iki haftalık bir süre sonunda kabaca bir kütle maketi verdik. O toplantıda bazı kararlardan sonra daha detaylı üretim aşamasına geçti.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Belliydi ve çok netti. Tasarım objesi olarak ürünleri algılayan, dolayısıyla bu tasarım unsuruna belli bir bütçeyi ayıran, bu yönü ve bu tat duygusu gelişmiş bir tüketici kitlesi..Koleksiyon'un potansiyel müşteri kitlesi. Ve tasarım objesi olarak ürünleri gören, dolayısıyla eğitim seviyesi yüksek, gelir seviyesi olarak sosyo ekonomik seviyesi olarak da biraz daha AA+ bir müşteri kitlesi.

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Öncelikle tabi ki, bir ambalaj tasarımıydı, dolayısıyla en temelde, taşıdığı şey de bir cam objesi olduğu için, kırılmadan taşıyor olması lazım. İkinci olarak, farklı ebattaki

bardak setlerini de içine alabilmesi lazım. Bu dört tip bardağın da dörder set olarak bu kutunun içine sığabilir. Tai dört adet olması biraz pazarlama kararıydı, biz ilk başladığımızda hep ikili ve altılı olarak çalıştık. Ama müşterimize gelen bir sipariş sonucu dört adede karar verildi. Orda da aslında bu benim hoşuma gitti biraz farklı bir sayı oldu. Ama dörtlü set, böyle pahalı bir üründe daha makul bir satış fiyatı sundu. Dolayısıyla bu müşterimizin biraz stratejik bir kararı oldu, dörtlü olarak yapmak.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Renk seçeneği yok. Malzemesi oluklu mukavva, ondüle mukavva ve kuşe kağıt. Kabaca bir dış kılıf, iki ana gövde, üç bardak kılıfları, dört de bütün bu kılıfları tutan destek parçası..Ama bu dış kılıf ve ana kutu bardak ne olursa olsun standart. Dolayısıyla üstünde hiçbir şekilde çay falan yazmaz, sadece marka vardır ve İstanbul serisinin ne olduğunu anlatır kılıf..kabuk üzerinde zaten baskı dahi yok tamamen siyah. İçindeki bütün bu detaylandıran şey kılıflarda ve bu destek aparatındadır. Burada işte çay ya da ne olduğu falan yazar. 4 tip üretildi. Baskısız bir malzemeyi özellikle tercih ettik, kılıflarda, çıplak olarak..yani cama dokunmadan önce doğal bir malzemeye dokunmak bize daha doğru geldi. Dolayısıyla biz de ya renksiz kullanalım ya da simsiyah istedik. Yani arada çok farklı şeyler olmasın istedik. Burada kullanılan renklerde, diğer bardaklarda zaten renk yok, çay bardağında sadece kırmızı ve yeşil var. Ama bu renk de zaten çinilerden falan alışık olduğumuz natürel tonlar. Dolayısıyla biz grafik tasarım anlamında abartıdan olabildiğince uzak olalım dedik. İçindeki zaten değerli bir obje, tasarımcısıyla değerli bir obje. Dolayısıyla, kutusu ona hizmet etmeliydi, yani çok farklı dilden konuşması değil aksine ona saygı duyması gerekiyordu..Dolayısıyla, radikal bir şeyleri olan ama mütevazı bir noktasının da olması gerekiyordu..Logo hazırды, ama logonun gümüş varakla kullanılması bizim bir stratejik kararımızdı..Çünkü onun çok ön plana çıkması gerekiyordu..Daha doğrusu İstanbul ismi ve ürün dışında nerdeyse hiçbirşey yokmuş gibi davranması gerekiyordu..

7)Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yaklaşık galiba dört ayı buldu.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

İlk olarak araştırma, araştırmanın sonunda bazı sketchler ve kütle maketleri..İkinci aşama malzeme seçimi ve ölçülerin net hale getirilmesi..Diğer bir aşama, form olarak tamamlandıktan sonra, üretim detayları ve grafik tasarımı..Grafik tasarımı bazen sürecin daha önünde işe girebiliyor, fakat burada daha ikinci planda kaldı, çünkü daha form yönelik bir çözüm gerekiyordu burada. Bütün bu aşamalar bitip kabaca malzeme anlamında bitmiş bir maket elimize aldığımızda bunu üretim aşamasına geçildi. Hangi üreticiyle çalışılacağı önemliydi. Bu Türkiye’de ciddi sıkıntılardan biridir. Hangi üreticiyle çalışacağınız önemlidir. Bu ürününüzü çok ilginç bir noktaya da taşıyabilir, çok kötü bir noktaya da taşıyabilir. Burada üreticiyle sanırım en az 15-20 kez toplanmışsınız. Kendileri maket hazırlamıştır, bazı şeyler yine de gerçek

malzemeye yapılan maket aşamasında çıkabiliyor, onların bazı alternatifleri olabiliyor. Tüm bunları değerlendirdikten sonra üretim aşamasına geçildi.

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

İlk toplantıda belirlemiştik aslında, ve bu planlama gerçekleşti. İkinci hafta için planlanan toplantıda çoğu şey belirlenmişti. Konsept aşaması tamamlanmıştı ve bir kütle maketi oluşmuştu.

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

Cam objelerde ne tür ambalajlar kullanıldığını, nelere dikkat edildiğini gidip bi çok mağazada yerinde incelememiz gerekti. Çünkü bir ambalajın bu kadar öne çıkması dünyada da yaygın değil. O nedenle klasik araştırmasının dışında gidip görmemiz gerekti.

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Araştırma süreci sonrası.

14)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

Bu süreçte cetvel, kağıt, kalem, maket bıçağı elimizden düşmedi diyebilirim. İşte bunu nasıl yapacağız, yapıştırmasak nasıl olur, nasıl bir geçme detayı işimizi görür, farklı bir gramajda kağıtla nasıl olur... Çünkü birbiriyle beraber çalışan çok parça var. Parçaların bir araya geldiğinde şişiklik yapmaması, kapandığında bol kalmaması... Dolayısıyla her aşamada çok fazla maket yapıldı.

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Soru 14.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

Soru 11 ve14.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Soru 11.

18) Evetse bu değişikleri açıklar mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Çok büyük bir farklılık yok. İlk toplantıda beyaz bir kütle maketimiz vardı, günün sonunda simsiyah bir ambalajımız var. Çok küçük bazı değişiklikler, detayların düzeltilmesi oldu.

d) Tasarım anlayışı

1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?

Doğanın kendisi, insanların yaşayışları ve beklentileri, malzemelerin potansiyelleri

2) Nelerden ilham alırsınız?

İnsanların yaşayışlarından, doğadaki ve modadaki renk ilişkilerinden, mimariden

3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?

Etkileyen bir tasarımcı olduğunu düşünmüyorum. Ama Dieter Rams, Frank Gehry, Karim Rashid, Ross Lovegrove gibi bir çok içim tasarım çizgisi anlamında bana göre fark yaratmış tasarımcılar.

4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?

Tasarım ile ilgili yerli ve yabancı dergiler ile yabancı tasarım kitapları. Özellikle yarışmaların katalogları

5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?

Evet

6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?

Kimi zaman projenin ihtiyaçları, kimi zaman hangi teknoloji ulaşılabilir ise

7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

Çevremde bakışına ve yorumlarına güvendiğim, tamamen tasarım alanı dışından arkadaşlarım.

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

Trend analizi, sürecin kontrol edilmesi

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

Aziz Sarıyer, Oya Akman, Adnan Serbest, İnci Mutlu

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

Tasarımlarında getirdikleri yorumları beğeni ile takip ediyorum.

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

Evet

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

Benim trendden kast ettiğim şey sadece tasarım trendi değil. Yaşam trendleri, tüketim trendleri, alış veriş trendleri, moda trendleri, fotoğrafçılıktaki trendler... Bütün trendleri takip ediyorum ama tasarımlarımız sadece bu trendler ışığında oluşmuyor ama bu trendleri de göz ardı etmiyor.

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

Frame, Icon, Print, Wall Paper, Lüzer's Archive, Maison Francaise, Elle Decor

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

Evet

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet **hayır**

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Zaman zaman son sınıfta bile bazı denemelerimiz olmuştur. Hadi şimdi şu yöntemle ilerleyeceğiz denerek, stüdyo derslerinin bir kısmı olarak denemelerimiz oldu. Ben ayrıca masterda problem çözme üzerine bir ders aldım.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle eğitimi aldığımız süreci karşılaştırabilir misiniz?

Aslında benzerlik var, örneğin araştırmanın önemi..Sadece şöyle bir şey var, 3 ay içinde tasarlanan bir proje yok..Bu süreç çok daha hızlı ilerliyor, bazen 7-8 projeyi bir arada sürdürmek zorunda kalıyorsunuz, bu da okulda yok..Değişik şeyler var ama çok benzer noktalar da var.

EK M – Aysun Altındağ ile Görüşme

TARİH: 21/03/2008

TASARIMCI: Aysun ALTINDAĞ

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

2

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

İkimiz de tasarımcıyız

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

-

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

Belirli saatlerde ordayız, ama ordan çıkıp eve gidip çalışmaya devam ediyoruz.

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

-

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Araştırmayla başlıyorum, nedir, ne olmuş ne yapılmış, daha önce bu konuda örnekler var mı..uzun bir süre araştırmayla geçiyor, bir yandan beynimde de bir şeyler yoğunluyor, küçük eskizler de yapıyorsun bir taraftan..

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklar mısınız?

Planlama yapıyoruz, ve bunu müşteriyle paylaşıyoruz. Şu kadar sürede araştırma sonuçlanacak vs..hatta araştırmanın planlanması bile var..hepsi belli bir sürece oturuyor, ama tabi süreç biraz esnek

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

-

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklar mısınız?

Fuar ve kataloglar..ağırlıklı olarak internet..o konuyla ilgili yarışmalar yapılmışsa çok yardımcı oluyor..bir de, konuyla ilgili olmayan konuları araştırmalarda seni besleyebiliyor..

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklar mısınız?

Biz kendimizce bir yöntem geliştirdik..Yarım saat oturup masa başında zorluyoruz biraz kendimizi..o 30 dakikada 30 tane fikir çıkartacağız gibi..çizip çizip atmak gibi, ondan sonra yarım saatten sonra rahatlayıp tekrar bakıyoruz neler çıkabilir diye..

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklar mısınız?

Duruma göre değişiyor diyeyim..Sürekli aynı yöntemleri izleyemiyorsun zaten..Ama genelde araştırma yapıyorsun, eskizler yapıyorsun, hatta direk model yapmaya bile başlayabiliyorsun..ama genelde daha sonra biraz daha detayını inceliyorsun ve öyle devam ediyor..

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Ürün konsepti şöyle..mesela biz bir grup tasarlıyoruz şu anda, 30 tane ürün var ve hepsinin bir çatısı var..ben belirlemiyorum bunu, firmadan geliyor..yani brief üzerine belirleniyor.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Projeye göre çok farklı..moda tasarımcısıyla bile çalıştık.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

-

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

O da ürüne göre değişiyor. Kimi zaman kartondan küçük modeller yapabiliyorsun, ya da direk çizim yapıp prototipe de gönderebiliyorsun..

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

Genelde hepsini sunuyoruz..Aramızda böyle konuştuk, beraber karar verdiğimiz bir şey..Zaten zaman çok fazla değil, o arada çıkardığın şeyler belirli ve onların hepsini sunman senin için daha iyi..

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

O da değişiyor..Bazen endüstri ürünleri tasarımı nedirden başlıyoruz..ama belli bir sunum formatımız var..yaptığımız şeyleri buna koyuyoruz, çoğunlukla bilgisayar modellemesidir. Bazen el çizimleri de olabiliyor. Ama kime nerede sunacağınıza göre de değişiyor.Ayrıca, her ortaya çıkan ürünü her defasında sunuma yerleştirirsen daha rahat oluyor, yoksa daha zorlanıyorsun toparlamakta..

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?-

c) Seçilen ürün üzerine sorular:

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)

Müşteri geldi. Bir e-mail aracılığıyla tanıştık. Gönderdiğimiz yılbaşı tebrik kartı dolayısıyla bizi firmanın genel müdürü aradı. Geçen sene mart ayında başladı, bir senemiz doldu..

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

Önce biz görüşmeye gittik, böyle böyle birkaç konumuz var diye..önce bir kulp konusu vardı ama ilerlemedi..bir de bu aydınlatma konusu vardı, şu anda hala departman yok firmada ama açılmak üzere..ilk başta düşünceleri Çin'den alıp satmaktı, fakat daha sonra böyle bir şey kendilerine yakışmaz, kendi ürünlerimiz olması lazım, biz kendi firmamız için tasarım yapalım düşünceleri oluştu..Brief de şöyle geldi, mobilya entegre aydınlatma olacak..

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Biz de oturup düşündük, nerelerde kullanılabilir, mutfakta, banyoda, yatak odasında..konu dışında üretim yöntemi de önemliydi..ekstrüzyon yöntemi ile üretileceği iş tanımında vardı. İş tanımında ayrıca şu vardı, mevcut ürünleri ikame edebilecek, yani piyasadaki ürünlerin benzerleri.. Biz birkaç eskiz tasarım sunduk, ondan aldığımız tepkiler üzerine, örneğin daha minimal ürünleri seviyorlar gibi..kendileri ne kadar anlatabilirler sonuçta, biz şunu şunu seviyoruz demeleri zordur. Yani farklı çizgiler sunup, müşteriyi anladık ve o çizgiler üzerinden devam ettik.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?

Konsept genel olarak minimal olması, ve düz çizgiler var. Ama araya bazen damla şeklinde bile ürünler serpiştirdik fakat bu genel çizgiyi bozmuyor.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Ürüne göre değişiyor, üst sınıfa göre ürünler de var..orta sınıfa göre ürünler de var..

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Mobilya içinde ve üzerinde düşünebileceğiniz heryeri aydınlatmak üzere bir ürün serisi..çekmece içi, çekmece yanakları, dolap üstleri hatta adınlatmalı duvarlar bile yaptık..

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Genel olarak aliminyum, ve ekstrüzyon..Arada farklı şekillerde üretilecek ürünler de oluyor, onlar da bazen alimnyum injeksiyon gibi denemeler yapıyoruz. Onun dışında aydınlatma olduğu için, cam ve pleksi..

7)Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yaklaşık bir seneyi bitirdik..

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

Mart ayında başladık, temmuz ayında ilk grup ürünün çizimleri tamamlandı ve yaz sonunda kalıpları tamamlandı. Ondan sonra yaz sonunda ikinci bir gruba başladık, onların prototipleri bitti ve bu aralar üretimine başlanacak..bunların yanında, bir üçüncü grup ürün tasarımına da başladık, hepsi birbirinin içine geçmiş durumda.

9)Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?-

10)Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

-

11)Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

Olan ürünleri inceledik.Tasarlamaya başladığımızda bize piyasadan topladıkları ürünleri de gönderdiler, onları söktük, parçaladık, içlerini inceledik.O sıralar bunla alakalı fuar yoktu..İnternette yurtdışındaki firmaları araştırdık, Türkiye’de olmayan bir konuydu..

13)Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

Konuyla özel olarak uğraştığım zamanlar da oldu, arada çıktığı da oldu. Bazen tasarımı yapmadan profilini çiziyorsun, oradan da çıkabiliyor, ürüne göre değişiyor.

14)Bu adımdaki çalışmalarınızı açıklar mısınız?

Bkz. soru 13

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Bu projede en çok bilgisayar kullandım çünkü teknik bir konu.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıklar mısınız?

Bazı durumlarda elle modeller yaptığımız oldu. Prototip konusunda ise başlarda çok baskı uygulayamadık, Çin’de yapılan ilk kalıplar prototip gibi oldu..Onlar da gördüler bunun çok masraflı olacağını, daha sonra prototipler yapılarak üstünde revizyonlar onaylandıktan sonra üretime gönderildi.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Çok az.

18) Evetse bu değişiklikleri açıklar mısınız?

Mukavamet, malzeme kalınlığı gibi şeylerde bazı değişiklikler oldu. Ya da örneğin, bizim çözdüğümüz duvara askı detayı Çin'deki fabrikanın üretimine uymuyordu, onun için bir şey önerip bize gönderiyorlar, onaylarsak o şekilde devam ediyor.

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Büyük oranda benzerdi, ölçülerde küçük değişiklikler oldu.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet hayır **Hatırlayamıyorum..**

2) Evetse eğitimini aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

-

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Okuldaki proje dönemlerinde, tek bir proje yapıyorduk ve çok uzun sürüyordu. Aslında böyle bir şey yok. Onun dışında, okulda uygulanan metotla benzerlikler var, ama zamanlama çok farklı

EK N – Zafer Uluçay ile Görüşme

TARİH: 31/03/2008

TASARIMCI: ZAFER ULUÇAY

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet **Hayır**

1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?

14.

2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?

Ben dahil beş tane endüstriyel tasarımcı. Bir tane görsel iletişim tasarımcısı. İnsan kaynakları var. Grup bünyesinde hizmet aldığımız finans, muhasebe var. Yönetim kurulumuzda 2 tane makine mühendisimiz var.

3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?

-

4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?

-

5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

Otomotiv sanayi ve tüketici ürünleri. Grafik çalışmaları da yapıyoruz.

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

Öncelikle üzerinde konuşuyoruz. Analiz ediyoruz diyebilirsiniz. Müşterinin bize verdiği briefin üzerinden tekrar herkes ne anladığını anlatır. Herkesin kafasındaki

genel şeyler ortaya çıkar, elimize hakim olamayız çizeriz. Doğru anlamış mıyız ona bakıyoruz önce, anladıysak üzerine ne koyabiliriz.

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıklayınız?

Araştırma, inceleme, gözlem için bir süre var. Kavramsal çalışmalar için bir süre var. İkisi birlikte ilerliyor zaten onların. Sketch için belli bir süre var. Ara değerlendirmeler var, yönlendirme yapıyoruz. Sunuş öncesi son değerlendirmeleri yapıyoruz kendi bünyemizde, alternatifleri belirliyoruz.

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

Bkz. soru 3.

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıklayınız?

İnterneti kullanıyoruz, abone olduğumuz aylık dergiler var. Yıl içinde mümkün olduğunca çok fuarlara gidiyoruz, onlarla ilgili dökümanlara bakıyoruz. Müşterinin üretimle ilgili imkanlarını bizzat görmeye fabrikalara gidiyoruz. Bunlar yapılırken sürekli müşteriyle anlatmak istediğini anlatabildi mi diye kontrol içindeyiz.

7) Ürünü tasarlarken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama eylemlerinizi açıklayınız?

Proje içinde iş yüküne bağlı olarak herkesin çalışacağı ortam ayrı. Bu süre içerisinde herkes kendi masasında kendi çizimini yapar. Konsept aşamasında elle çizim dışında kullandığım bir şey yok.

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıklayınız?

Bkz. soru 8.

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

Müşteri problemini ifade etmeye çalışıyor. Biz bir tarafa yöneliyoruz, o tarafın müşterinin istediği bir şey olup olmadığı önemli..Müşteri geleceğe mi yöneliyor,

günümüze hitap eden bir şey mi istiyor, müşterinin vizyonunu da göz önüne alarak bir şeyler oluşuyor. Çıkan ürünün başarısı ürüne göre değil, ne istendiğine bağlı. Müşterinin istekleri, beklentisi etrafına örülü olarak konsept ortaya çıkıyor.

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

Biz bir şirketler grubuyuz. Beş farklı şirket var, Nar Grup. Biz endüstriyel tasarım görevi görüyoruz. İki tane mühendislik firması var onlarla çalışıyoruz. Kalıp üretimi, hızlı prototip yapan bir firmamız var Bursa'da onlarla çalışıyoruz. Bir de bunların elektronik ortamda düzenlenmesiyle ilgili yazılım geliştiren bir firmamız var onlarla da çalışıyoruz.

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

Biz tasarımı geliştirirken zaten mühendis arkadaşlarımızla fikir dövüştürüyoruz. Konu belirleniyor, mühendisler fikirlerini söylüyor. Daha sonra bunun kalıpla ilgili çalışması geliyor.

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

Konsepti oluşturmak için görünüş prototipi gibi bir şey gerekiyorsa müşterinin finansal durumuna göre yapılabilir. Biz ara aşamalarda mock-up şeklinde görmek isteriz. Küçük bir ürünse biz hemen burada yapıyoruz. Daha büyük çaplı ise 1/1 yapmak istiyoruz. Önce ölçekli modeli yapıyoruz, 3 boyutlu tarama cihazımız var, taranıyor ve prototipi yapılıyor. Biz firma olarak insanlara bir şeyler vermek değil, bir şeyler hissettirmek istiyoruz..o hissi yakaladık mı bunun için önemli..

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

İş tanımına bağlı. Alternatiften bizim anladığımız, müşterinin beklediği hedef bölge içine atılmış ok sayısı. Müşterinin biraz kendini tam anlatamamasından, problemi tam tanımlayamamasından ya da bilinçli olarak alternatifleri geniş tutmak istemesinden, bunlar sunulabilir.

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

Projeler bize genelde gecikmiş olarak gelir. O nedenle geriye dönük planlama yapılır. O planlama içerisinde, minimum ve maksimum süreler ortaya çıkar, o süre içerisinde biz tasarıma daha çok süre ayırmak peşindeyiz. Projesine göre, tabi ki eskiz modeliyle birlikte, boyalı ölçekli bitmiş modeliyle sunmak daha güzel. Konsept aşamasındaysa bu zaten şart. Ama redesignsa ya da sadece görünüş değişikliğiye, eski modeli koyarak bir değerlendirme yapmak mümkün olabiliyor. Biz modelimizi

dijital ortama geçiriyoruz, sanal ortama koyuyoruz, fon ekliyoruz, daha gerçekçi görüntüler elde ediyoruz. Bir de bazen yetmezse animasyon da ekleyebiliyoruz.

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

Bizim firma olarak altyapımız kuvvetli..İmal edilmeyecek bir şeyi, kendi içimizde çiziyoruz ama müşteriye çizmiyoruz. Zaten müşteriye de mümkün olduğunca kolay üretilen maliyeti az ürünler çıkarmaya çalışıyoruz. Geri dönüş neredeyse olmuyor. Başarı ilk başta çizdiğinizin gerçek hayatta görülmesi.

c) Seçilen ürün üzerine sorular: (Tümosan Traktör)

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.)
Müşteriden geldi.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?
(Firmanın iş tanımı eklerdedir.)

2) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?

Tümosan özelleşti ve devletten gelmenin verdiği o ağırlık hissini attılar. Bize benzeyen hiçbir traktör olmasın, genç olduğumuz yeni olduğumuz becerikli olduğumuz belli olsun gibi istekleri vardı. Ayrıca firmanın misyonu vizyonu ile ilgili, tüketici ve çevre dostu olması gibi kriterler de vardı. Bu veriler doğrultusunda biz başladık. Ayrıca önceden yapılmış bir traktör var, onun güncelleştirilmesi söz konusuydu. Hem görüntü olarak hem teknoloji olarak.

3) Ürün konseptini anlatır mısınız?
Bkz. soru 3.

4) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?

Konu traktör olduğu zaman bu tip tanımlama pek bir şey ifade etmiyor. Torku çok yüksek olan, az yakıt yakması beklenen bir iş makinası. Arkasına tarımda kullanılan bir çok attachmentlar takılıyor. Ekme, biçme, sürme..Onun dışında önüne, yanına takılan parçalarla da, bir şeyler indirip kaldırması, beton karıştırması gibi işlevleri var. Onun dışında köyden köye kız istemeye gidiyorlar, geziyorlar..

5) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıklar mısınız?

Bkz. soru 4.

6) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?

Belirli renkler var. Örneğin turuncu eski renk olarak görülüyor. Malzeme ile ilgili olarak, biz grup olarak da hep malzeme ile ilgili gelişmeleri takip ediyoruz. Müşteri iki ay içerisinde ben bunu piyasaya süreceğim diyor. İki ay içinde saç kalıbı yapamazsınız. Bizim elimizde birçok malzeme alternatifi mevcut. Traktör için doğa şartlarına uygun olması, çevreye duyarlı olması da söz konusu. Tümosan için mesela cam takviyeli polyester kullanılmıştı. Onu kullanarak birçok ek malzeme kullanmaktan da kurtulduk, daha ucuzladı, hafifledi, daha az yakıt tüketir hale geldi, çevreye de duyarlı oldu dolayısıyla

7) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?

Yedi ayın sonunda teste girecek traktörü hazırlamıştık.

8) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıklar mısınız?

-

9) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?

İş o kadar günlük güneşlik değil. Bir yerden birisi diyor ki traktör yapacağız teklif verin. Siz teklif veriyorsunuz biz şu tip bir traktörü, şu kadar zamanda 2 boyutlu çizimlerini, şu kadar zamanda 3 boyutlularını, şu kadar zamanda fonksiyonel prototipi, şu kadar zamanda görünüş prototipi, şu kadar zamanda mühendislik, şu kadar zamanda fonksiyonel prototip, şu kadar zamanda kalıp diye vermeniz lazım.

10) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıklar mısınız?

Bkz. soru 10.

11) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?

Evet Hayır

12) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıklar mısınız?

Müşterimiz bize kısmen bilgi verdi. Piyasa çok değişik. Müşteri her zaman der ki rakipleriniz çoksa yeni yaptığınızı belli etmeyiniz. Biz bütün üreticilerin ürettiği Türkiye içinde bulabildiğimiz bütün traktörleri inceledik. Tümosan'ın servislerine gittik müşterilerle konuştuk ama yeni yapacağımızı belli etmedik.

13) Tasarlama eylemini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?

-

14) Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?

Her müşteri her şeyi anlamayabilir. Örneğin iki boyutlu çizimden hiçbir his almayabilir müşteri. Sizin yaptığınızı üç boyutlu her tarafından bakıp görmek isteyebilir.

15) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?

Öncelikle her zaman elle çizilir.

16) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?

Hızlı prototip ve görünüş modeli yaptık. Daha sonra 1/1 modelini yaptık. Panel gibi parçaları koyduk, uzaktan baktığınızda yeni bir traktör gibi gözükiyordu. Müşteri baya müdahale etti , biz bunu engellemeye çalıştık ve 1/1 modelde müşteri müdahalesinin çok yerinde olmadığını gördü. Daha sonra biz doğru bildiğimiz şekilde yeniledik.

17) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?

Olmadı çünkü görünüş prototipinde hazırladığımız birçok kalıbı seri pretim ön kalıbı olarak üretmiştik zaten.

18) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?

-

19) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

Müşteri ile de karşılaştırdık bunu, çok yakın.

e) Tasarlama metotları

1) Tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet Hayır

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

Çok faydalı bir dersti. O konuyla ilgili benim daha önce çalıştığım bir firma, bize anlatılan bu dersle ilgili bilgileri sadece satın almak için çok büyük paralar verdi.

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

Aynı yöntemleri aynı sırayla kullanıyoruz diyebiliriz.

EK O – Soru Kağıdı

İTÜ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ **ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI BÖLÜMÜ**

TEZ ÇALIŞMASI **RÖPORTAJ SORULARI**

TARİH:

TASARIMCI:

Çalışmanın Konusu:

Bu çalışmada, çeşitli kriterlerle belirlenmiş endüstri ürünleri tasarımcılarının, tasarım süreçleri, tasarım yaparken nelerden ilham aldıkları ve genel tasarım kültürleri incelenerek, tasarlama sürecine ilişkin gözlem yapılacaktır. Bu gözlem sonucunda geleneksel tasarlama metotlarıyla karşılaştırmalar yapılacak ve benzerlik ve farklılıklar analiz edilmeye çalışılacaktır. Araştırma için seçilen tasarımcılarla röportaj yapılacak ve tasarlama süreciyle ilgili bilgi alınacaktır. Ayrıca sözlü bilgi dışında, odaklanılan ürünle ilgili görsel malzemeler de toplanacaktır. Amacın tasarım süreci olmasının yanı sıra, her tasarımcı konusunda, kişisel bilgileri, eğitim durumu, özgeçmiş, ilgi alanları vb gibi konular da araştırılacaktır. Bu bilgilerin tasarlama sürecine etki eden kişisel faktörlerin gözlenmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümünde yapılan, tasarlama süreci sırasında tasarımcılar üzerindeki etkileri ve tasarlama metodlarını araştıran bir tez çalışmasıdır. Anket ve röportajda alınacak bilgiler sadece tez amaçlı kullanılacaktır ve tasarımcı eğer istemezse ismi gizli tutulacaktır.

SORULAR

a) Tasarımcının çalışma ortamı:

Ofisiniz var mı?

Evet Hayır

- 1) Evetse ofisinizde kaç kişi çalışmaktadır?
- 2) Ofisinizdeki kişilerin meslekleri nedir?
- 3) Ofisinizdeki fiziksel çalışma ortamınızı anlatır mısınız?
- 4) Hangi saatler arasında çalışıyorsunuz?
- 5) Ne Tür ürünler tasarlıyorsunuz?

b) Tasarlama süreci

1) Bir brief aldığınızda tasarım yapmaya nasıl başlarsınız?

2) Sürecin kendisiyle ilgili bir planlama yapıyor musunuz?

Evet Hayır

3) Evetse bu planlamada belirlediğiniz adımları ve dikkat ettiğiniz noktaları açıkla mısınız?

4) Tasarım sürecinizin belli başlı adımlarını tanımlar mısınız?

5) Belirli bir araştırma hazırlık döneminiz var mı?

Evet Hayır

6) Evetse bu süreci açıkla mısınız?

7) Ürünü tasarlarırken kişisel bir çalışma süreci geçiriyor musunuz?

Evet Hayır

8) Evetse bu süreçteki tasarlama aktivitelerinizi açıkla mısınız?

9) Tasarlama sırasında kullandığınız araçları ve kullanma yoğunluğunuzu açıkla mısınız?

10) Ürün konseptini nasıl belirliyorsunuz?

11) Tasarım sırasında işbirliği yaptığınız diğer disiplinler var mı?

Evet Hayır

12) Varsa kimlerle işbirliği yapıyorsunuz?

13) Bu kişilerle çalışmalarınız tasarımınızı ne kadar değiştiriyor?

14) Model yapım aşamasının süreç içindeki yerini açıkla mısınız?

15) Geliştirdiğiniz alternatifler arasından seçim yaparken uyguladığınız karar verme sürecinizi açıkla mısınız?

16) Seçtiğiniz ürün/ürün alternatifleri ile ilgili yaptığınız sunum çalışmasını açıkla mısınız?

17) İmalat süreci ve bu süreçteki geri dönüşümlerinin tasarıma etkisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

c) Seçilen ürün üzerine sorular:

1) Ürünün tasarlanması kararı nasıl verildi? (Müşteri talebi, brief, kişisel karar vb.

2) Proje tanımını anlatır mısınız?

- 3) Ürün konseptini nasıl belirlediniz?
 - 4) Ürün konseptini anlatır mısınız?
 - 5) Ürünün hedef kitlesi ve kullanım alanı nedir?
 - 6) Ürünün biçimsel ve işlevsel özelliklerini açıkla mısınız?
 - 7) Ürünün malzemesi, malzeme ve renk seçenekleri nelerdir?
 - 8) Bu ürünün tasarlanması ile ilgili kararın alınmasından son ürünün çıkmasına kadar geçen süre ne kadar oldu?
 - 9) Bu süre içinde, Bu ürünle ilgili gerçekleşen tasarım sürecinin adımlarını ve bu adımların sürelerini açıkla mısınız?
 - 10) Siz tasarım sürecinin başında süreçle ilgili bir planlama yaptınız mı?
 - 11) Evetse kendi planlamanızdaki adımları ve süreleri açıkla mısınız?
 - 12) Bir araştırma süreci gerçekleşti mi?
- Evet Hayır
- 13) Evetse bu süreçte neler yaptığınızı ve ne kadar sürdüğünü açıkla mısınız?
 - 14) Tasarlama aktivitesini gerçekleştirdiğiniz adım bu süreç içinde nerde yer aldı?
 - 15) Bu adımdaki çalışmalarınızı açıkla mısınız?
 - 16) Bu süreçte çizim ve çizim araçlarını kullanım yoğunluğunuz nedir?
 - 17) Maket yapım aşaması oldu mu, açıkla mısınız?
 - 18) Ürünün imalat sürecinde geri dönüşler ve/veya üründe değişiklikler yaşandı mı?
 - 19) Evetse bu değişiklikleri açıkla mısınız?
 - 20) Tasarlanan ürünle, üretilmiş son ürün arasında bir karşılaştırma yapar mısınız?

d) Tasarım anlayışı

- 1) Tasarım anlayışınızı neler etkilemiştir?
- 2) Nelerden ilham alırsınız?
- 3) Sizi en fazla etkileyen diğer tasarımcılar kimler?
- 4) Sizi etkileyen kitaplar ve yayınlar nelerdir?
- 5) Tasarımlarınızda doğanın etkisi oluyor mu?
- 6) Tasarımlarınızda kullandığınız teknolojileri nasıl belirliyorsunuz?
- 7) Sizi en fazla etkileyen kişiler kimlerdir?

8) Tasarım sürecinde kişiselleştirdiğiniz noktalar nelerdir? (çalışma ortamı, sunum tekniği vb)

9) Diğer Türk tasarımcılarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

10) Bu kişilerden en çok izledikleriniz kimler?

11) Bu kişiler sizi ne kadar etkiliyor?

12) Trendleri takip ediyor musunuz?

13) Tasarımda trendler sizin tasarımlarınızı ne kadar etkiliyor?

14) Tasarım dergilerini ve yayınlarını takip ediyor musunuz?

Evet Hayır

15) Takip ettiğiniz yayınlar nelerdir?

16) Tasarımlarınızda yerel öğelerden ve zanaattan ilham alıyor musunuz?

e) Tasarlama metotları

1) tasarlama metotları eğitimi aldınız mı?

Evet hayır

2) Evetse eğitimi aldığınız tasarlama metodunu açıkla mısınız?

3) Kişisel tasarlama sürecinizle kuramsal tasarlama metodlarını karşılaştırabilir misiniz?

ÖZGEÇMİŞ

Ferhan Egemen SUNAL 1981 senesinde Kırklareli’nde doğdu. 1999’da kazandığı İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Lisans Programı’nı 2004 senesinde bitirdi. 2004 senesinde, İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Yüksek Lisans Programı’na kabul edildi. 2005-2006 arasında Kültür Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü’nde araştırma görevlisi olarak çalıştı. 2006-2007 eğitim yılında, Florence Design Academy’de İç mimarlık lisansüstü eğitimi aldı. Halen Doğuş Üniversitesi Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü’nde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır.

Haziran 2008

Ferhan Egemen Sunal

