



# Tasarım Odaklı Düşünce Eğitimi

Haziran 2022

Prof. Dr. Serkan GÜNEŞ

Gazi Üniversitesi

Endüstriyel Tasarım Bölümü Başkanı

Tasarım UAM Müdürü

# Tasarım Odaklı Düşünce Nedir?

- Tasarım Odaklı Düşünce (TOD) **merkezine insan ve deneyimlerini alan**, tasarımcının yaratım sürecinde doğru neticeye ulaşmasını sağlayan, problem çözme odaklı düşünce süreçlerinin bütünüdür.
- TOD tasarımcı olmayanlar için geliştirilmiş bir metottur. Bilgiye ve iç görüye dayalı **adım adım ilerleyen** karar süreçlerini barındırır.
- Tasarım odaklı düşünme, hangi sektörde çalışılırsa çalışılsın ya da hangi sorunlar çözülmüyorsa çözülsün, **yeni bir düşünce sisteminin** kapılarını açmaktadır.
- Her birey yaratıcıdır, ancak yaratıcılık körelebilir. Bireylerdeki yaratıcılığın ortaya çıkması için gereken **mekanizmaların tesis edilmesi gerekir**.

# Tasarımın özünde mesaj kaygısı vardır.

- Her yaratma sürecinin ister açıkça beyan edilsin, isterse tasarım nesnesi içinde gömülü halde açığa çıkarılmayı beklesin **bir mesaj kaygısı vardır**.
- Yaratıcı özne bu mesajını tutarlı bir şekilde üretmek ve aynı tutarlılık bağlamında ürünün içine gömmesi gerekir. Bu hali ile somut ürün içeriğinde mesaj olan *gnostik* bir obje haline gelir.
- Eğer tasarım nesnesine gömülmeye **çalışılan mesaj ile nesne üzerinden algılanan mesaj arasında bir rezonans var ise**, amaç bir bakıma hasıl olur.
- Örneğin bir otomobil markası yaşam kalitesi, mutluluk, özgürlük mesajı vermeye çalışırken, bir meşrubat markası, dostluk, arkadaşlık, paylaşım, eğlence kavramlarını öne çıkarabilir.

# Ürüne ait mesajlar kademelidir

- Tasarımda verilmek istenen mesajlar görünür (real) ve tinsel (irreal) aşamalarda **kademe kademe ürüne gömülür ve kullanıcı tarafından sökülür**. Bu mesajlar bir bütündür ve aralarında çatışma olmamalıdır.



Örnek:

Yan taraftaki görseli gördüğünüz an geçmiş deneyimlerinize dayalı olarak bir elektrik süpürgesi olduğuna karar verdiniz. Bu üründe öncelikle üç adet anlam yoğun bölge vardır ve ürünün mesajı bu alanlara yoğunlaşmıştır.

- Yüksek hareket kabiliyetine işaret eden gövde yapısı
- İleri teknolojiye işaret eden torbasız *hidrosiklon* teknolojisi
- Yüksek emişi ispata dayalı şeffaf toz haznesi

Sir James (Dyson) **sloganı her şey geliştirilebilirdir**. Bu Dyson yaratımının ve girişimcilik tezinin temel taşıdır. Her ürününde bu tez yinelenir.

# Tasarım bir hakikat arayışıdır.

- Tasarımın hakikat arayışını anlayabilmek için evvela tasarım faaliyeti ile neticesi olan ürünü birbirinden ayırmak gerekmektedir.
- **Zira tasarım ve ürün birbirine sıklıkla karıştırılan, her ikisi birbirini yerine kullanılan iki kavramdır.** Bir ürüne tasarım denildiği vakit aslında kastedilmek istenilen bir üründe ortaya çıkan, ürün anlatımında kullanılan yöntemleri içerir yaratıcı süreçtir. Tasarımın dili ise bu yaratmanın sınırları hakkında olup bu öznel yaratım dünyasını ele alır. **Ürün ise tüm bu sürecin vücut bulmuş halidir.** Ürün denen husus önemini ve değerini yaratım sürecinin söylemine eşlik eden tasarım sürecinden o da tasarım dilinden alır. Dolayısı ile tasarım, ürüne göre üst bir dildir ve ürüne ait kurgunun tesis edildiği üst basamaktır.
- **Tasarım bir söyleme dayalı süreç, TOD bu sürece ait metodoloji, ürün ise somut bir neticedir.**

# Tüm tasarım süreçleri gerçekliğin birer taklidi, temsili ve sunumu halindedir.

- Tasarımın nesnel gerçekliğe ulaşma çabası var olan nesnel gerçekliğe karşı oluşturulan bir hakikat, bir önerme ile neticelenir.
- Tasarımcı gerçeklik ile mücadele eder, ona karşı zihninde bir hakikat tesis eder.
- Tesis ettiği hakikati bir önerme olarak diğerlerine sunar.
- Tasarımcı yaratıcı eylemi neticesinde mesajı olan, üretilen hakikat ile tutarlı ürünü ortaya koyar, diğerlerinin bu somut ürün üzerinden gözlemcide yeni hakikatler oluşturmalarına imkân tanır.
- Tasarımcının önerdiği hakikat ile gözlemci arasındaki ilişki rızaya dayalıdır. Kullanıcı tasarımcının önermesini kabul edebilir veya etmeyebilir.

# Tasarımın gerçeklikle kurduğu ilişki

- Tasarımın **gerçeklikle kurduğu ilişkide iki seçeneği vardır**: gerçekliği doğrudan yansıtma ve sunma ya da yeniden yaratma çabası.
- Birinci durumda gerçeklik bir otorite olarak kabul edilerek hakikatler vasıtası ile azami derecede yaklaşma amaçlanır. Nesnel gerçekliğin bağımsız ve müşahhas haliyle yüzleşen kimi zaman bu beyhude çaba öznellik barındırdığından her şekilde bir hakikat önerisi ile sonuçlanır.
- İkinci koşulda mevcut gerçeklik belirleyici ve referans değildir ve mevcuttan bağımsız gerçekliğin yeniden üretimi ve yaratılması söz konusudur. Bu çaba tasarımcıya bir özgürlük alanı sunarken, bir şeylerin yeniden inşası bakımından zorlayıcıdır.
- Tasarımda heterojenlik bir gerçek olduğundan ikinci yöntem tasarımcı ve firmalar için ekonomik ve kontrollüdür.

# Kullanıcının tahayyülü



Yan tarafta BMW firması tarafından ([www.bmw.in](http://www.bmw.in)) BMW kullanıcısı erkekleri ve kadınları temsil eden bir görsel görüyorsunuz.

BMW erkek kullanıcılarını aktif bir yaşam tarzı yaşayan ve stile önem veren insanlar olarak tanımlıyor. BMW erkek kullanıcılarını her zaman hareket halinde ve mükemmel bir tarzda olduklarını savunuyor. BMW kadın kullanıcılarını ise kaliteyi ve stili gerçekten takdir eden tüm kadınlar olarak tanımlamış.



BMW firması heterojen kullanıcı tipolojisi ile mücadele edebilmek ve kontrolü ele geçirebilmek için topluma potansiyel müşterileri için rol modeller (*persona*) sunuyor. Kullanıcılar önlerine konulan bu önermeyi kabul ettiği müddetçe tüketerek bu rol modele bürünüyor. Günümüzde bir çok kişi kendi otantik yaşamını oluşturmak yerine kendileri için önerilen yaşamı kabul edebiliyor. Potansiyel müşteriler tüketerek kendi yaşamlarını oluşturmaya çalışıyor.



# Yaşam tarzları ve kabuller



Yan tarafta Kitchen Aid firması tarafından sunulan bir reklam görselini görüyorsunuz. Kadının mahkum olmadığı ve yaşam alanına dönüşmüş bir mutfak, mutfağın geri kalanı ile uyum sağlayacak firma ürünleri, sağlıklı, mutlu bir çekirdek aile, **markanın ev aşıçılarının** “ yapmaktan en iyi şekilde yararlanmasına” yardımcı olma misyonunu destekler şekilde çeşit çeşit ürünü.

Evladlarına sağlıklı ev yapımı yemekleri sunan, bundan mutluluk ve haz duyan sorumlu, çağdaş ve bilinçli ebeveyniler, durumdan mutlu çocuklar harika bir tatil gününün keyfini çıkartmaya hazırlanıyorlar.

# Tasarımda Kullanıcı

- Tasarımda kullanıcı ürünü, ürün kullanıcıyı tanımlar. Tasarım alanında kullanıcı kabulü tasarlanacak ürünle temas eden ve yeni deneyimleri neticesinde dönüşmesi beklenen kullanıcı üzerinden yapılır.
- Tasarımın özünde olan mesaj kaygısının daimi bir muhatabı vardır ki bu **tasarımın öznesidir**. Tasarım sürecinde bu özne evvela tüm mevcut hal ve durumları ile kavranır, dönüştürülebilecek bir potansiyel olarak vardır. Sürecin işleyişi içinde öznenin ihtiyaç ve istekleri o durum için vardır ve tatmini halinde mevcut özne eski özne vasfından sıyrılır ve yeni özne haline gelir. **Dolayısıyla tasarımın odağı ve hedefi mevcut tatmin edilmemiş özne değildir, istek ve ihtiyaçları tatmin edilmiş öznenin yeni halidir.**
- **Bir tasarımcı öznesini tanımalı, onu anlamalı, empati kurmalı, onun yaşamının tüm boyutlarına dair ihtiyaç duyduğu sahip olmalıdır.**

# TOD: 1. AŞAMA «EMPATİ»

- Tasarım için empati, bir yol haritası olarak, tasarıma konu olacak meseleyi insanların gözünden görmek, deneyimlerini ve motivasyonlarını değerlendirmek, hissetmek ve anlamaktır.
- TOD bu nedenle insan merkezli tasarım ve kullanıcı deneyimi süreçlerini doğrudan barındırır.
- İnsanların amaç ve hedefleri ile onlar için üretilecek deneyimler aynı noktada buluşmalıdır. Çoğu zaman insanlar amaç ve hedefleri konusunda emin değildir, bu konuda kimi zaman destek ve yönlendirmeye ihtiyaç duyarlar.
- İnsanların keşfedilmemiş, onlarca belirtilmemiş ve çoğu zaman görmezden geldiği ihtiyaçları vardır. Problemi olan insanları, ki zaman haberdar olmayabilirler, problemlerini doğru ve tarafsız şekilde anlamamız gerekir. Çözümün her aşamasında bu ilkeyi benimsemeli, her aşamada üretilen çözümlere kullanıcı bakışı açısından bakılmalıdır.

# EMPATİ



İHTİYAÇLARI



DUYGULARI



EMPATİ  
KURMA



DÜŞÜNME BİÇİMLERİ



MOTİVASYONLARI

İnsanların ihtiyaçlarını, düşüncelerini, duygularını ve motivasyonlarını anlayabilmek için **onlar ile doğrudan temas kurmak ve derin bir bakış açısı gerekir.**

- **Görüşmeler** - Amatör bir hisle, samimi, nedenleri anlamaya dönük keşfedici olmalıdır.
- **Uzman kullanıcılar ile Etkileşim** - Anahtar kullanıcı statüsünde olup, ayrıntılı problem ve ihtiyaçlara sahiptir.
- **Gözlem** - Doğal bir ortamda yapılmalıdır.

# EMPATİ



Örnek söylem ve gözlemler:



- Su ısıtıcısının içindeki suyu tamamen boşaltamıyorum. (Diyor)
- Komşumda bu ısıtıcıdan var ancak cam karaf hemen kireçleniyor (Diyor)
- Cam karaf sağlıklı duruyor (Düşünüyor)
- Ürünün fiyatı yüksek ancak favorilerine ekleyeyim indirim beklemem lazım (Düşünüyor)
- Isıtıcının içine suyu kapaktan değil çıkış ağzından koyuyor (Yapıyor)
- Isıtıcının kablosunu tablaya sarmıyor, açıkta bırakıyor (Yapıyor)
- Cam karaf ve mavi ışık teknolojik! (Hissediyor)
- Görümcem bakalım görünce ne diyecek (Hissediyor)

# EMPATİ



Empati haritası belirli bir kullanıcı türü hakkında bildiklerimizi ifade etmek için kullanılan işbirliğine dayalı bir görselleştirme haritasıdır. Empati haritalama süreci, kullanıcı hakkındaki bilgilerinizi tek bir yerde toplamanıza ve kategorize etmenize yardımcı olur. Empati haritaları personalar ile neticelenir.

Bu haritalandırma süreci özellikle uzman kullanıcılar ile yapılan görüşmeler neticesinde sürprizlere gebe olabilir:

- Sahip olduğum araçta kimi zaman otomatik vites kitleniyor ve araç vites değiştirmiyordu. Bekledikten 10 dakika sonra düzeliyor ve yola devam ediyordum. Hiçbir servis çözüm bulamadı.
- Sahip olduğum hibrit bir araçta devri düşerken 1700 devirde titreme oluyordu. Servis bu problemle ilk defa karşılaştıklarını söyledi. Aynı model araçlar ile yaptıkları denemelerde aynı titremenin olduklarını söylediler. Konu Almanya'da ki üreticiye raporlandı. İki hafta sonra yazılım güncellenmesi için davet edildim ve sorun çözüldü.
- Sahip olduğu bir araçta yağmurlu havalarda yağılma oluyor lambda sensör arızası veriyordu. Servislerin çözemediği problemi bir usta 10 saniye içinde bir maket bıçağı ile çözdü.



# TANIMLAMA




TOD'un ikinci aşaması olan tanımlama süreci tüm verilerin anlamlandırıldığı ve hikayeye dönüştürüldüğü **kullanıcı için hangi sorunu çözmeye çalıştığımız** aşamadır.

Buradaki kullanıcı odak kişilerdir, kimi zaman persona olarak ele alınır. Doğru persona doğru empatiyi ortaya çıkarır.

Persona ile kullanıcı rolleri, kullanıcı profili ve pazar bölümlenmesi kavramlarının hatalı bir şekilde birbirleri yerine kullanılır. Bununla beraber, esnek olmayan gerçek kullanıcıların tasarım kararları doğrultusunda esnetilerek kalıplara sokulmasına, tasarımcıların kendi hedef, motivasyon, yeti ve zihinsel modellerinin persona gibi sunulmasında ve tasarım odağının ender koşullara dönük şekillendirilmesine karşı çıkar

# TANIMLAMA





"It feels good to come to you, you are really listening to me"

CONSERVATIVE QUICK-WITTED

CURIOUS HAVE SUPPRESSED THOUGHTS

AGE 20-30

JOB TITLE Housekeeper

STATUS Single

LOCATION Istanbul, Turkey

PERSONALITY

Silent Talkative

Thinking Feeling

Judging Perceiving

Pessimistic Optimistic

Uncaring Caring

## Meryem

**BIO**

Meryem grows up in a family that is conservative and from a low socio-economic status. She lives with her brother's family and provides financial support to her family by housekeeping. She is impressed when she sees people getting married and she dreams about getting married someone who values her. While she is doing housekeeping she witnesses completely different lifestyles. These lives are very strange to her since they are incompatible with her religious beliefs. Recently, she has sudden fainting attacks and she sees doctors to find out reasons behind these sudden faints. Finally, she sees a psychiatrist to get consultancy about this complaint. In those sessions, she loves talking about her life and people around her but when the psychiatrist asks personal questions about her, she changes the topic or just stays silent.

**GOALS**

- End goal: to find a treatment for her sudden fainting
- Task goal: to search a treatment and get consultancy from an expert for her sudden fainting
- Experience goal: to have genuine conversations and feel being valued
- Life goal: to have a more healthy life style without fainting again.

**VALUES**

- feeling special
- appreciation from others
- credibility and trustworthiness
- knowing that other people listening to her
- chatting environment

**PAIN POINTS**

- Being exposed to too many personal questions
- Giving personal information about herself
- Experiencing superficial instead of genuine conversations
- Ineffective solutions from the people she trusts
- Having suppressed thoughts and feelings

**MOTIVATIONS**

Being Social

Being Treated

Being Valued

Appropriateness for Religious Beliefs

Persona; ortak davranış, motivasyon ve beklentileri paylaşan bir hedef kitlenin küme temsilidir diyebiliriz. **Bir ürünün tipik, bu mutlaka kullanıyordur, dediğimiz hedef kullanıcısının kurgusal ama gerçekçi bir açıklamasıdır.**

Gerçek yaşayan bir insan değil fakat insan yerine bir 'arketip' tir. Sürece daha iyi dahil edebilmek için gerçek insanlarmış gibi tanımlanmalılardır.

Persona tek bir kişi gibi görünür ancak yüzlerce insanın tek temsili olabilir.



# TANIMLAMA



İzel, İstatistik mezunu, Pandemi nedeni ile uzaktan çalışıyor. Çocuğuna zaman ayırmaktan mutlu. Diğer Zamanlarında sosyal fayda odaklı etkinlikler ve yardım kampanyaları için gönüllü destek veriyor. Doğa aşığı, evinde düzenli spor yapıyor. İktisadi olarak pek bir sıkıntısı yok, örnek bir anne ve çocuğunun gözünde bir rol model. İş hayatındaki başarı ve huzur eve yansımış durumda. Pandeminin kendisini tanımasına imkan tanıdığını düşünüyor, çocuğu için iyi bir oyun arkadaşı ve yol gösterici. Okula bizzat kendisi götürüp getiriyor. Önceliği doğal olan, saf olan, masun olan. Fiyat değil içerik daha önemli.

# TANIMLAMA



## AŞAMALAR



## ADIMLAR

ajansara

Müşteri Yolculuk Haritası, bir müşterinin satın alma döngüsünün ilk aşamasından, satın alma ve sonrasında tüm aşamalara ulaşmak için geçtiği sürecin görselleştirilmesidir. Müşteri yolculuk haritaları, bir müşterinin bir hizmet, fiziksel veya dijital ürün, hatta bir marka ile ilgili genel etkileşimini göstermesine yardımcı olur.

# TANIMLAMA



## Problem nedir ve problemi tanımlama

Tasarım anlamında problem karşılanmamış bir müşteri ihtiyacı. Müşteriniz bu problemin farkında dahi olmayabilir. En çok kullanılan yöntemlerden birisi POV (Point Of View), diğeri ise 5N1K tekniğidir.

POV (Kullanıcının farkında olmadığı problem)

Örnek: «Anne sütünüzün yetersiz olduğunu düşünebilirsiniz.» Sizin gibi milyonlarca anne, bebeğini yetersiz beslediğini düşünüyor. Eğer sütünüz ile beraber bizim takviye gıdalarımızla bebeklerinizi beslerseniz sıkıntı yok. Sorumlu ve bilinçli annesiniz.

POV (Kullanıcının farkında olduğu problem)

Örnek: KDS sınavlarının kızımın durumunu tespit etmede önemli olduğunu düşünüyorum. Ancak beklediği netice alamadığında yıkım yaşıyor. Bu konuda okulun da öğrencileri neticelere karşı psikolojik şekilde hazırlaması ve bilinçlendirmesi gerektiğine inanıyorum.

# TANIMLAMA



**Kim?, Ne?, Nerede?, Ne Zaman?, Nasıl? ve Niçin?**

Örnek Olay:

Görme engelli bireyleri ile yapılan görüşmelerde günlük hayatta yaşadıkları sorunların neler olabileceği değerlendirilmiştir. Doğuştan engelli 65 yaşındaki birey, bir çok arkadaşının yeterli bariyerler bulunmaması sebebi ile kot altı apartman bahçelerine düştüğünden ve bazı vakaların ölümlerle sonuçlandığından bahsetmiştir. Yine doğuştan engelli bir ev hanımı zaruri şekilde ütü yapması gerektiğini ancak ütünün sıcak tabanı nedeni ile sürekli olarak elini yaktığından yakınmıştır. Lafa karışan diğer bir engelli yurtdışı firmaların korunaklı ütüler ürettiğinden bahsetmiş ama bu ürünlerin Türkiye'de bulunmadığından bahsetmiştir.

Başka bir engelli kaldırımlarda yer alan sarı çizgilerin hiçbir işe yaramadığını, çoğu kez çizgilere park etmiş araçlara çarptığını söylemiş, kaldırımda yer alan büfelerin soğutucu dolapları ile kaldırıma işgal ettiğini ve bunların yürüyüşe engel olduğunu ifade etmiştir. Büfeciler ile yapılan görüşmede ise piyasadaki mevcut soğutucuların yükseklikleri büfeye sığmadığından dışarı koymak zorunda kaldıklarını savunmuşlardır.

# FIKİR



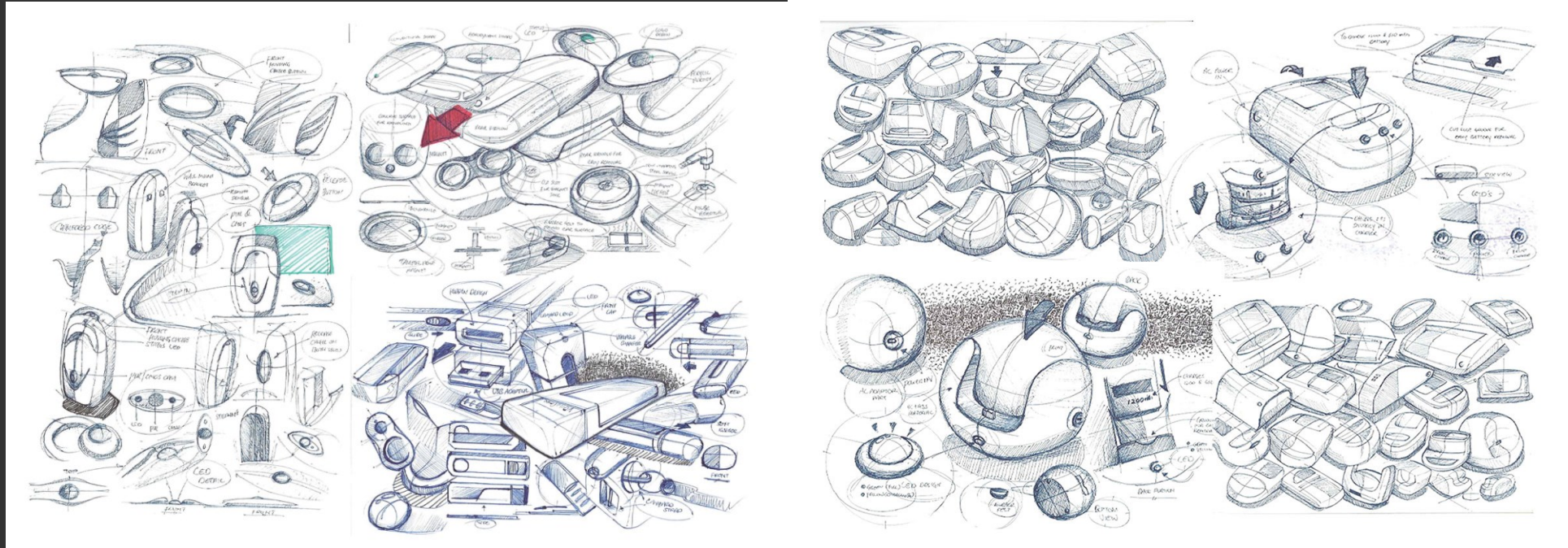
**Tasarım fikri (tasavvuru)** tasarım nesnesinin odak noktası olarak kullanılan, bir tasarımcının kelimeler ile formüle ettiği zihni bir fonksiyonudur. Tasarım fikri, tasarımcı zihni tarafından tahayyül ettiği nesneye göre onun hayâlidir (idea- yani resmedilmiş sureti), nesneyle temas eden zihne göre ise onun algısıdır. Tasarım fikri içeriğinde hem nesneye ait görünür maddi bilgiyi (connaissance) hem de nesneye ait ancak gayret ile hissedilebilecek veya sezilebilecek bizde ortaya çıkacak nosyonları içermektedir.

Diğer taraftan **tasarım düşüncesi**, tasarım fikirlerinin birbiri ile ilişkilendirilmesidir. Bu ilişkilendirme sonucunda tasarım hakkında hem yaratım ve izlenim anlamında bir hüküm (judgement) oluşur. Dolayısıyla tasarım düşüncesi tasarım fikirlerini öncelemektedir. Tasarım düşüncesi farklı tasarım fikirleri arasında uygunluğu tahlil eder, uygunluk koşulu ile bir bütün olduğu takdirde tasarım düşüncesi dile dökülerek hükme ulaşılır. Eğer düşünce dile dökülüyorsa o halde hüküm haliyle başkalarının önüne çıkarılmış olur. Yani tasarım fikirleri birbirleri ile ilişkilendirilerek tasarım düşüncesine, düşünce ise dile dökülerek hükme, hüküm ise başkalarının önüne konduğunda bir önerme yani tartışmaya açık bir teklif haline gelir.

# FIKİR



Bilgi olmadan fikir olmaz. İlham genellikle zaman alır. Tasarım fikirleri için bazı koşulların oluşması gerekir.



# FIKİR

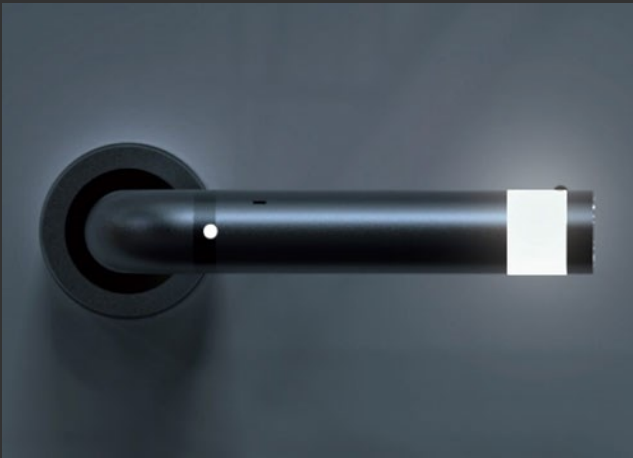


Tasarım fikrinin bulunabilmesi için öncelikle bir kavram çerçevesi yaratılmalıdır. Kavram çerçevesi bir tasarımın altında yatan fikri oluşturmak için zihinde bir kompozisyon yaratma, bir fikri geliştirme durumudur.

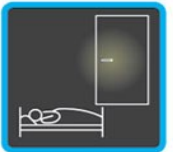
Kavram çerçevesi farklı yaklaşımlar ile ürün önerileri geliştirebilir.

- Var olan veya olmayan bir probleme alternatif yaratıcı ve sürpriz fonksiyonel bir çözüm
- Var olana yeni bir kavramsal yaklaşım

# FIKİR



## User scenario



Mood light



Lead light



Flash light



Daily



Night

Yan tarafta gördüğünüz ürün bir aydınlatmalı bir kapı koludur. Tasarımcı mevcut kapı kollarını tetkik etmiş, işlevini yerine getiren kapı koluna yeni özellikler kazandırarak var olan ürünlere güçlü bir alternatif geliştirmiştir. Birilerinin aydınlatmalı bir kapı kolu istediğini şu an bilemeyebiliriz. Ancak tasarımcı kavramsal aşamada aydınlatmalı kapı kolunun sağlayacağı avantajlar ile bizi ikna etme çabasıdadır.

Zira bu üründe birkaç tasarım fikri beraber bulunmaktadır.

1. Kapı kolunun aydınlatmalı olması karanlıkta kapının bulunmasını kolaylaştırmaktadır.
2. Kapı kolu aynı zamanda karanlıkta ortam ışığı sağlamaktadır.
3. Kapı kolu gerektiğinde el lambası olabilmektedir.

Her çözüm yeni problemleri beraberinde getirir. Aydınlatmalı kapı kolu enerjiyi nereden alacaktır? Yeni maliyetler ortaya çıkacak mıdır?



# FIKİR



Tasarım fikri özünde kullanıcının önün fırlatılan bir önerme niteliğine sahiptir. Bu önerme potansiyel kullanıcıyı ikna etmeye dönüktür. Ürün fikri ile karşılaşan kullanıcıda geçmiş deneyimlerini tetiklemelidir.

Tasarım fikrinin gücü ikna aşamasındadır.



Yan taraftaki örnekte geçmiş kullanıcı deneyimleri hatırlatılmakta önerilen ürün ile geçmişte yaşanmış olumsuzlukların engelleneceği vaat edilmektedir.

Ürün vaat ettiği asli faydaya ek faydalar da önermektedir. Farklı çivi boyları için tasarımcı alternatifler sunmakta ikna edebilirliğini arttırmaktadır.

# FIKİR

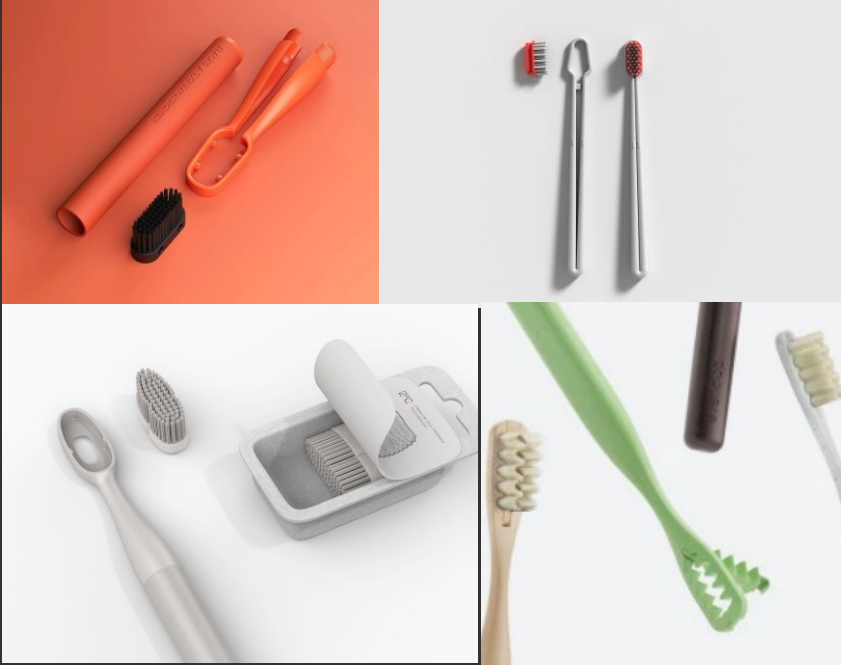


Çoğu tasarım fikrinin analogiye dayalı olabilir. Benzetmede en önemli husus benzetme yaparken üründen beklenen asli işlevlerin göz ardı edilmemesidir.

Yandaki görselde mistik Loch Ness canavarından esinlenen bir kepçe tasarımı bulunmaktadır. Kepçenin çorba içindeki duruşu ikonik canavar görüntüsünü yakalamıştır. Ama kepçe aynı zamanda kepçe olarak görevini yapmaktadır.

Analoji aynı zamanda farklı fırsatları sunmaktadır. Canavarın olduğu varsayılan ayakları kepçenin kendi başına ayakta durmasına imkan vermektedir. Tabi ki tezgah kirlenecektir.

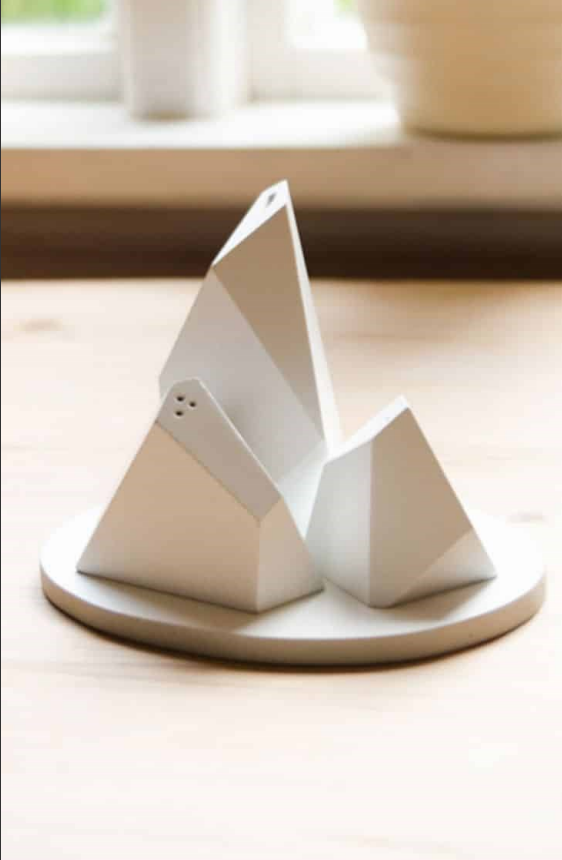
# FİKİR



Birçok tasarımı fikri çıkış noktası olarak kendisini bir kavrama dayandırabilir. Konvansiyonel bir çok tasarım yeni kavramlar ile ele alınabilir ve tartışılabilir.

Yandaki ürünlerde diş fırçası sürdürülebilirlik, tekrar kullanım ön kavramları ile ele alınmış, değişebilen fırça başları ile beraber aynı zamanda maliyet avantajı yakalanmıştır.

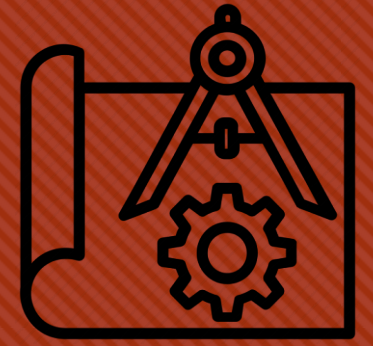
# FIKİR



Tasarım fikirleri her zaman bir yeniliğe dayanmak zorunda değildir. Tasarım alanlarında estetik değer her zaman için önemli kabul edilen bir olgu olmuştur. Her türlü çözümün bir estetik duyarlılık içinde sunulması gerekir. Ancak estetik mutlak gerekliliklerden de değildir. Eğer estetik yalnızca bir şeyleri süslemekten ibaret olsaydı muhtemelen yüzyıllardır tartışılan bir konu olmazdı bu yüzden her çözüm içinde bir zarafet barındırmalıdır.

Her tasarım eserinin aynı zamanda sanat ürünü sayılabilmesi için işlevinden öte anlatacak bir şeyinin olması gerekir.

# PROTOTİPLEME ve TEST



Bir tasarım çözümünü sunmadan önce hedeflere amaçlandığı gibi ulaşıldığından emin olmak için prototipleme sürecine geçilir.

Prototipleme aşaması sürecin etkileşimli ve düşük maliyetli bir deneyim noktasıdır. Bu aşamada minimal erken varyasyon ile simülasyon üretilir. Bu aşamada bu ilk örnekler potansiyel hedef kitle ile etkileşime sokulabilir ve ilk elden geri dönüşler elde edilir.

Prototipler gerçek ve son çözümler olmadığından düzeltilebilecek hatalar barındırır. Sir Jame Dyson torbasız elektrik süpürgesini geliştirebilmek için 5 yıl içinde 5127 adet prototip yapmıştır. Dyson firması 2020 yılında araştırma ve geliştirme çalışmalarına 3.67 milyar dolar harcamıştır. 10.48 milyar dolar gelir etmiştir.

# Örnek Kurgu (Statik Empati Süreci)

- Tasarım sürecinde tasarımcılar açısından kullanıcının 3 hali vardır:
- Kendinde Özne – Persona inşası
- Keşfeden Özne
- Hedef Özne

# Statik Empati

- Statik empati temelde iki yönteme dayanır: Nicel/Nitel Veriler ve Tasarımcı Sezgisi
- Statik empatide en büyük hata genelde sezgi aşamasında oluşur, tasarımcı öznenin gıyabında değerlendirmeleri kendi deneyimleri üzerine dayandırabilir. Bu çoğu zaman gerçekler ile örtüşmez.

# Statik Empati için kolay bir yöntem

- Ürün kullanıcıları çoğu zaman görüş ve deneyimlerini paylaşmaya hazırdır. Toplamların bilgeliği bazı hususlarda çok yardımcı olabilir. Kullanıcı hakkında bilgi ve deneyim her yerdedir. Yeter ki bulmak isteyelim.



# Gerçek Kullanıcı yorumu



L. Bartlett

★★★★☆ **Onunla oldukça mutlu**

23 Aralık 2018'de Amerika Birleşik Devletleri'nde incelendi

**Doğrulanmış Satın Alma**

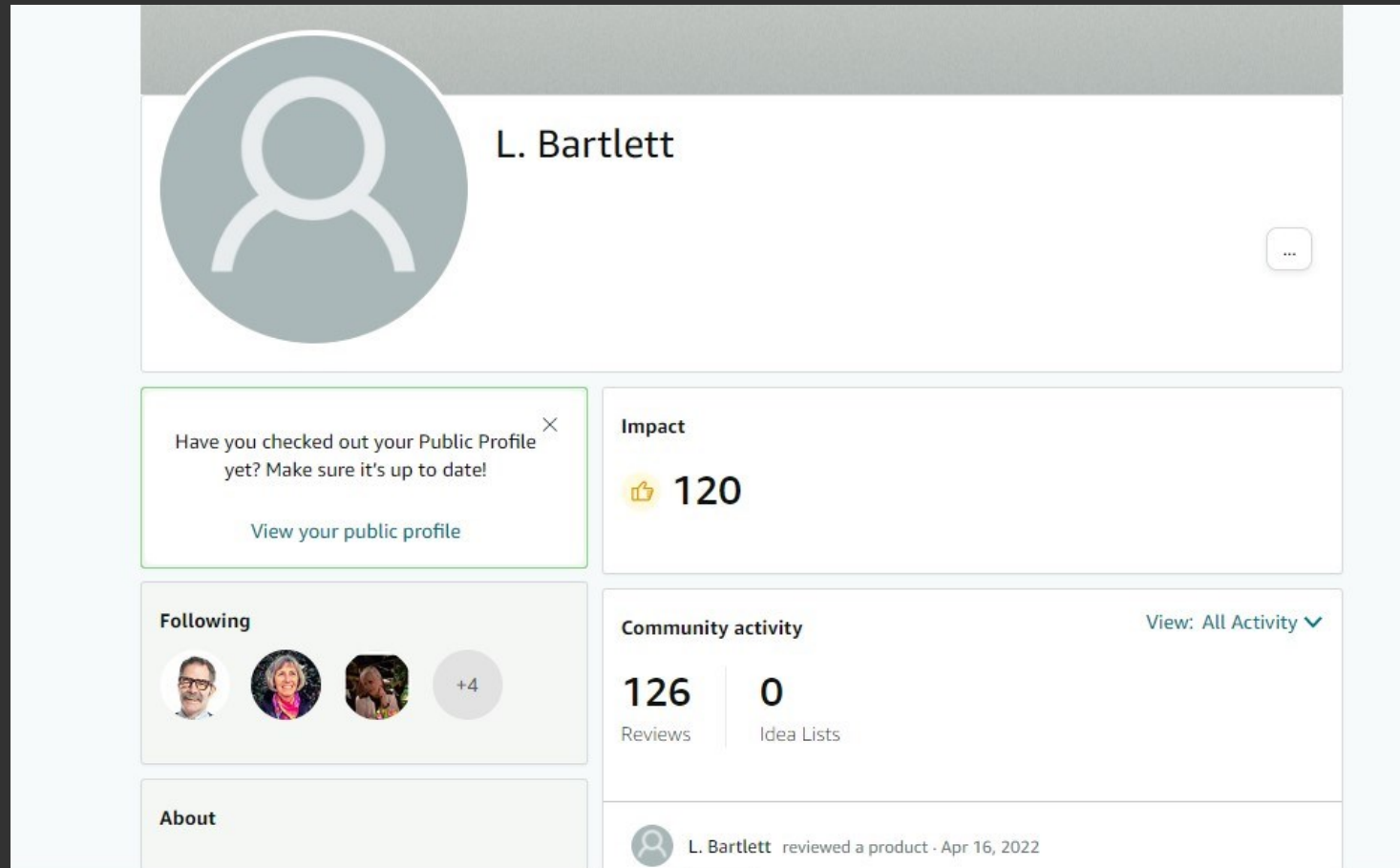
Satın alma işlemimden memnunum. ÇOK YYYYY yoğun bir evim var (her zaman 3-5 çocuk, en az 2 köpek, 3 yetişkin) ve biz evde eğitim veriyoruz. Yani çok fazla evdeyiz. Bu vakumun çok HANDY olmasını seviyorum. Pilin ne kadar hızlı bittiğini SEVMİYORUM.... evin tüm önünü süpürmek istersem ( tüm evimiz < 1300 ft.<sup>2</sup> dir) bunu yapmayacağım. Kısmen etrafta dolaşmak zorunda olduğum onca şey yüzünden...? Sadece daha uzun sürer. Ayrıca küçük kağıt/plastik parçalarını almamasını da sevmiyorum. AMA tüm ince toz/kir parçacıklarını, saçı toplar. Mümkün olan en iyi işi yapması için vakumlama sırasında kartuşu (?) birkaç kez boşaltırım. Ve halı üzerinde BÜYÜK bir iş çıkarıyor (aslında şaşırtıcı derecede iyi bir iş).

Kısıtlı bir bütçeniz varsa ve bunu sadece rahat bir ürün olarak satın alamıyorsanız, başka bir elektrikli süpürgeye gidebilirim. Ama bu senin ikinci boşluğunsa (tek boşluğum olmasına rağmen, kusura bakmayın) kesinlikle bunun için giderdim. Bu kadar kullanışlı, kolayca gizlenmiş olmasının ne kadar güzel olduğunu anlatamam (resme bakın). Yeniden şarj etmenin ne kadar sürdüğünü söyleyemem (süpürmeyi bıraktığımda, normalde hemen başka bir göreve geçiyorum!)... ve pil ömrünün ne kadar kısa olması can sıkıcı olabilir - ama yine de sorun yok .

Bir başka iyi not da, kafanın güzelce dönmesi ve eşyaların altından güzel bir şekilde geçmesidir.



# Kullanıcı Kim? (L. Bartlett)



The image shows a user profile page for L. Bartlett. The profile picture is a grey placeholder icon. The name "L. Bartlett" is displayed next to it. Below the profile information, there are several sections: a notification about the public profile, an "Impact" section showing 120 thumbs up, a "Following" section with three profile pictures and a "+4" button, a "Community activity" section showing 126 reviews and 0 idea lists, and an "About" section. At the bottom, there is a recent activity post: "L. Bartlett reviewed a product · Apr 16, 2022".

**L. Bartlett**

Have you checked out your Public Profile yet? Make sure it's up to date!  
[View your public profile](#)

**Impact**  
👍 120

**Following**  
[Profile 1] [Profile 2] [Profile 3] +4

**Community activity** [View: All Activity](#)

126 Reviews | 0 Idea Lists

**About**

L. Bartlett reviewed a product · Apr 16, 2022

# L. Barttlet Kimdir (126 yorum)

- 52 yaşında kadın, Kuzey Carolina'da yaşıyor. Ev eğitmeni. Evde iki adet köpekleri var. 1300 ft2 evleri var. 2 adet kızı ile yaşıyor kızlarından birisi 13 birisi 24 yaşında. 24 yaşında olan geçen sene Almanya'ya taşınmış.

# Örnek Gerçek Kullanıcı



RPS

★★★★★ **Satın alma işlemi daha erken yapmalıydık!**

23 Haziran 2018'de Amerika Birleşik Devletleri'nde gözden geçirildi

**Doğrulanmış Satın Alma**

Yıllardır **Dyson reklamlarını** izliyoruz . **Birçok kez almayı düşündük ama olmadı. Satın almayı yıllar önce yapmamız gerektiğini söylemek yeterli .**

Bu boşluk, reklamı yapılan her şeydir. Her şeyi alır - özellikle saçları. Boşaltması kolaydır ve nispeten hızlı şarj olur.


Sadece con: Pil öleceği zaman tam anlamıyla HİÇBİR uyarı yoktur. Pil azaldığında basitçe 'durur'. Ve yavaşla demiyorum, DURDUR. İlk kez olduğu zaman endişe vericiydi. Ne olursa olsun harika bir alet ve bir sonraki boyutu satın almayı planlıyoruz!

232 kişi bunu faydalı buldu

Yardımsaver

| Kötüye Kullanımı Bildir

# RMS Kimdir?




**RPS**  
Küçük İşletme Sahibi | Michigan

...



Herkese Açık Profilinizi henüz kontrol ettiniz mi? Güncel olduğundan emin olun!

[Herkese açık profilinizi görüntüleyin](#)

**Darbe**

 **492**

**Takip etmek**

**Topluluk etkinliği** Görünüm: Tüm Etkinlik ▾

**87** | **0**  
Yorumlar | Fikir Listeleri

# RMS Profili

- Michigan'da yaşıyan 70 yaşında erkek. Eskiden bir inşaat firmasında yönetim kurulu başkanlığı yapmış. Şimdi küçük bir işletmeye sahip. İşletmesinde kumaş satışı yapıyor ve pandemi nedeni ile online satışa ağırlık vermiş. Evli ve aynı evde yaşlı anne ve babası da var. Evlerinde 4 tane köpekleri var. 4 tane minyatür schnauzer. Kendisi amatör bir marangoz. Alışverişlerinin çoğu marangozluğa dönük aletler ve işletmesine dönük teknolojik aletlerden oluşuyor. Apple ekosistemi kullanıyor Alexa favorisi.

# RMS Ne diyor?



Yıllardır Dyson reklamları izlediğini SÖYLÜYOR,  
Neden daha önce almadığını DÜŞÜNÜYOR,  
Reklamlarda ne söyleniyorsa doğru DİYOR,  
Hafif ve yüksek performanslı olduğunu DÜŞÜNÜYOR,  
Kolay boşaltıldığını ve hızlı şarj olduğunu DÜŞÜNÜYOR,

Ama bir sorun var PİL haber vermeden bitiyor ve ürün sürpriz  
şekilde duruyor. Bu durum ilk başta onu ürkütmüş ama alışmış.

Çözüm: PİL uyarısı belki de beyaz ışığının pilin bitmesine yakın  
Kırmızı şekilde yanıp sönmesi.

# Öyle mi?

- Also it's important to know that when it stops running, sometimes it's not dead, it's just clogged. (Kristin)
- 7 minutes the battery die without warning, just stop working, so you must recharge it again for at least 20 minutes to get another 7 minutes (Elena)
- It stopped holding a charge, basically at all. (Jenn)



# EĞİTİM VE TOD

- Tasarım düşüncesiyle eğitimi yeniden tanımlamak mümkün müdür? Mümkündür. Bu sayede;
- – öğrencileri efektif biçimde sürece katabilirsiniz
- – birlikte çalışma, grup çalışmaları ön plana çıkar
- – okula, kişiye özel çözümler üretilir; standart çözümlere yönelmek zorunda kalınmaz
- – yaratıcılığın önünü açar
- – takıldıkça farklı fikirlerle ilerleme sağlanır
- – eğlencelidir!

# EĞİTİM VE TOD

- 3. sınıf tasarım stüdyosu öğrencilerinin ürün tasarımı stüdyo derslerine dönük motivasyonlarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Devamsızlık ve başarısızlık yüksektir. Öğrencilerin temel yakınmaları derste verilen projelerin gerçek hayat koşullarını yansıtması ve monoton kritik ve değerlendirmeye dayalı yapısıdır. Sınıfta gruplaşmalar yoğun olup not odaklı çatışma bulunmaktadır. Proje süreci yavaş ve çıktılar yetersizdir. Sınıf mevcudu yüksektir, her öğrenciye ayrılan zaman düşüktür (8 dk./hafta). Ders öğrenci değerlendirmesi düşüktür (3.75/5).
- Ders yüksek kredili ana omurga dersidir. dersteki başarısızlık diğer derslerde de yıkım yaratmaktadır.

# EĞİTİM VE TOD

## ○ Ders ekibinin ön ve önyargılı düşünceleri:

1. Bu kontenjan ile tasarım eğitimi vermek mümkün değil.
2. Z kuşağında genel bir ilgisizlik var. Odak problemi yaşıyorlar ve sabırsızlar.
3. Ders değerlendirmeleri not odaklı ve eğitimcileri cezalandırmaya dayalı.
4. Öğrencinin motivasyonunu arttırmak bizim vazifemiz değil.
5. Dersten geçmek kadar kalmakta doğal. Bizim zamanımızda sınıfın yarısı kalırdı.
6. Tasarımın bazı gelenekleri var, bu yaştan sonra yeni programları öğrenmek için zamanım yok.
7. Ders değerlendirme anketleri ile öğrencileri hocaları itibarsızlaştırmak için çanak tutuluyor.
8. Ders yüklerimiz fazla, ders planlaması yapmak ile akademik çalışma yapmak arasında kalıyorum.
9. Ders daha fazla asistan istiyorum, yada madem öyle bilen gelip yapsın

# EĞİTİM VE TOD

- Sürece dönük değerlendirmeler:
  1. Statik Üniversite değerlendirme anketleri değerlendirilerek 12 başlıkta çıkarımlar yapılmıştır.
  2. Ders özelinde çevrim içi anket düzenlenmiş 14 noktada veri elde edilmiştir.
  3. Öğrenciler ile yüz yüze görüşülerek 6 noktada veri zenginleştirilmesi yapılmıştır.
  4. Alt ve üst sınıf öğrencilerden değerlendirme ve beklenti değerlendirmeleri yapılmıştır.
  5. Dersin AKTS formu incelenmiştir.
  6. Geçmiş dönem projeleri ile alt üst sınıf proje başlıkları ele alınmıştır.

# EĞİTİM VE TOD

- Ders tasarımına dönük üç anahtar kelime belirlenmiştir.
- **Yetki Devri, Paydaş Katılımı ve Etkileşim Arttırımı**

# EĞİTİM ve TOD

- Paydaş Katılımı:
- Afaki stüdyo projelerinin önüne geçilmesi için endüstri ile ortak proje yapma kararı verilerek akçeli protokol imzalanmıştır. Her öğrenciye protokol tevdi edilerek projeye katılım konusunda rızaları alınmış imza karşılığı gizlilik sözleşmesi imzalatılmıştır.
- Projeye ait proje bilgi föyü amaç, beklentiler ve proje takvimini içerir şekilde detaylı şekilde belirlenmiştir.
- Protokol kapsamında ilk defa olmak kaydı ile Kütahya'ya teknik gezi düzenlenmiş, üretim tesisleri ziyaret edilmiş, ar-ge, ür-ge, kalite yönetimi konusunda öğrencilere eğitim verilmiştir.
- Teknik gezide ve sair zamanlarda öğrencilerin beraber etkileşimini arttırmak için ortak yemek düzenlenmiştir.

# EĞİTİM ve TOD

- Yetki Devri:
- Paydaş firmada çalışan iki profesyonel endüstriyel tasarımcı öğrenciler ile ilişkilendirilmiş, tasarım süreçleri konusunda detaylı bilgi vermeleri sağlanmıştır.
- Rutin ders saatleri dışında öğrencilerin profesyonel yerleşik firma tasarımcılarından kritik alma imkanı tanınmıştır.
- Firma profesyonellerinden proje başına detaylı değerlendirmeleri talep edilmiş öğrenciler ile bu değerlendirmeler çevrim içi ortamlarda karşılıklı ele alınmıştır.

# EĞİTİM ve TOD

- Etkileşimi arttırmak için;
- Her türlü proje dokümanının yüklenebileceği sanal platformlar oluşturulmuştur.
- Miro, discord ve benzeri ortamlar aracılığı ile etkin ve dinamik proje ortamları yaratılmıştır.
- Eğitimciler anlık kritik verebilmesi için whatsapp ortamlarını kullanmaya teşvik edilmiştir.
- Tüm değerlendirmeler çevrim içi ortamlarda yapılmış, kayıt altına alınmış dijital olarak arşivlenmiştir.
- Her öğrencinin proje süreçleri aşama aşama izlenebilir olmuştur.
- Fiziki stüdyo derslerinde içerikler dijital olarak sunulmuş baskı maliyetler azaltılmıştır.



# EĞİTİM ve TOD

- Ders neticesinde paydaşların tümü protokol hükümlerini tamamıyla yerine getirilmiştir. Nitelikli projelerin paydaş tarafından satın alım ve tescil işlemleri devam etmektedir.
- Ders kaydı yapan 51 öğrenciden 50 si teknik geziye katılmıştır.
- 50 öğrencilerden tümü proje gerekliliklerini yerine getirmiştir. Dersten kalma oranı %0 olmuştur.
- Derse ait ara ve final değerlendirmelerin hiç biri için itiraz gelmemiştir.
- Derse ait fiziki dersler hariç 32 saat dijital içerik ve 43 GB dosya boyutu içerik oluşturulmuştur.
- Ders bir stüdyo dersi için yüksek bir değerlendire puanı olan 4.35/5 puan alarak bölümün en yüksek 3. puanlı dersi haline gelmiştir.

# EĞİTİM VE TOD

- «Okul öğrencileri özellikle uzun metinlerde okuma ve anlama becerileri yönünden yetersiz. Dolayısıyla hangi branşta olursa olsun, uzun soru kalıplarında anlama süreci tam gerçekleşmediği için akademik başarıya ulaşmak güçleşiyor.» (Kozan, 2021)

# EĞİTİM ve TOD

- Empati : Çocuklar ve veliler kitap okuma konusunda bir heyecan ya da mutluluk duygusu yaşamıyorlar.
- Tanımlama: Öğrenciler okuldaki kitap okuma sürelerine uyuyorlar. Ancak okuma ve odaklanma süreleri kısa. Verimli bir okuma süreci yaşamadıklarından okuma ve anlama becerileri gelişmiyor. Okurken sıkılıyor ve anlamakta sıkıntı çekiyor.
- Fikir: Tüm katılımcıların problemi (tüm branş öğretmenleri ve veliler) anlamasının sağlanması. Kitap okuma merak ve sürelerinin arttırılması. İlgili çekici içerikler ve metinlerin oluşturulması.
- Ana Fikir ve Prototip: Güncel olmayan içerik olarak sıkıcı kütüphaneyi dönüştürmek. Öğrencilerin beğenip ilgi ve merakla okuyacakları yazarların (Bilgin ADALI ve Muzaffer İZGÜ) önce kitaplarını okula getirmek, afişler hazırlayıp öğrenci odalarına asmak ve okutmak (okulda ve evde 20-30 dk) ardından çocukların 3. ayda yazarlar ile buluşmasını sağlamak.
- Sonuç. CITO ve Lise geçiş sınavlarına yüksek başarı

# TEŞEKKÜR EDERİM

