

## Kullanıcı Beklentileri Doğrultusunda Genç Odası Tasarım Kriterlerinin Belirlenmesi\*

Dr. Öğretim Üyesi Gözde Zengin

Makale Geliş Tarihi: 22.07.2019  
Yayına Kabul Tarihi: 03.11.2019

### Özet

Bu çalışmada genç odası mobilya tasarımı ele alınmış ve kullanıcı beklentileri anlaşılacak şekilde tasarım kriterleri belirlenmeye çalışılmıştır. Nitel yöntemle gerçekleştirilen bu çalışmada, veriler derinlemesine görüşme tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılar, erken ergenlik dönemindeki 15 kız ve 15 erkek ile geç ergenlik dönemindeki 15 kız ve 15 erkek olmak üzere toplam 60 kullanıcıdan oluşmaktadır. Görüşmeler esnasında gençlerin genç odası ürünlerini ne şekilde kullandıklarını anlamak için gençlerden bu ürünlerle "gündüz hayali" etkileşimine girmeleri istenmiştir. Yapılan analizler, gençlerin farklı kullanım alternatifleri olan, teknoloji ile uyumlu, kolay erişilebilir ve dar hacimlere çözüm getiren beklentilere sahip olduklarını ortaya koymuştur. Ürün grubunun renklerinin değişebilmesi, dağınıklığı gizlemeye yardımcı olması, form olarak farklılaşması, ihtiyaç duyulduğunda depolama alanının artırılabilmesi ve dar hacimlere uygun tasarlanması kız kullanıcıların öncelikli beklentileriyken, erkek kullanıcıların öncelikli beklentileri teknoloji ile uyumlu tasarlanmış ürünlerdir. Yaş faktörüne göre ise 15 yaş altı kullanıcıların daha kolay erişim özellikleri aradıkları bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Genç Odası, Kullanıcı Beklentisi, Kullanıcı Odaklı Tasarım, Mobilya Tasarımı, Kullanıcı Araştırması

### DETERMINATION OF TEENAGE BEDROOM DESIGN CRITERIA IN THE DIRECTION OF USER EXPECTATIONS

### Abstract

In this study, the furniture design of the teenage bedroom was investigated and the design criteria were determined by understanding the user expectations. In this qualitative study, the data were collected through in-depth interview technique and semi-structured interview form. The participants consisted of 60 girls, 15 girls and 15 boys in early adolescence and 15 girls and 15 boys in late adolescence. During the interviews, adolescents were asked to engage in "day-dream interaction" with these products in order to understand how they use the teenage bedroom products. The analyses revealed that adolescents have different expectations of use alternatives, compatibility with technology, ease of access and solutions that narrow down volumes. While the primary expectations of female users are color changes in the product group, helping to conceal clutter, differentiation in form, increasing storage space when needed, and designing to meet narrow volumes the primary expectations of male users are the product group to be designed in line with technology. According to the age factor, it was found that users under the age of 15 were looking for easier access features.

**Keywords:** Teenage Bedroom, User Expectation, User Centered Design, Furniture Design, User Research

## 1. Giriş

Gençler teknolojik değişikliklere en hızlı uyum sağlayan kitle olarak ön plana çıkmaktadır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte odalarını teknolojik üsleri olarak kullanan gençler sosyal medyanın sıkı takipçileri haline gelmişlerdir. Bazı sosyal medya kanallarında gençler odalarını anlatmakta, tanıttıkları oda turu başlıklı videolar gün geçtikçe yaygınlaşmakta ve gençler arasında trend haline gelmektedir. Odalarındaki mobilya tercihlerini, dekoratif aksesuar tercihlerini ve odaları ile ilgili paylaşmak istedikleri düşüncelerini bu videolar aracılığıyla dış dünyaya aktarmaktadırlar. Buradan da anlaşılacağı üzere gençlerin odaları evin sınırlarını aşır dünyaya açılmaktadır.

Kaiser'e (1990:36) göre diğer insanlarla iletişim kurarken kendimizi onlara çevremizdeki objeler ve sahip olduğumuz materyallerle ifade ederiz. Bu durum ergenler için de geçerlidir. Ergenlik dönemindeki gençler "ben değiştim" mesajını kullandıkları markaları, kıyafetleri ve eşyaları değiştirerek ifade etmektedirler. Şüphesiz ki bu gençler çocukluk döneminde kullandıkları mobilyaları da değiştirmek istemektedirler. Çünkü odaları da kendilerini dış dünyaya ifade etme araçlarından biridir. Odaları kendileri için bu denli önemli olan ergenlik dönemindeki gençlerin odalarından beklentileri ile ilgili çalışma sayısının az olduğu görülmüştür. Read vd. (2012:423) bu durumu şöyle açıklamaktadır; gençler için tasarlanmış ve gençlerle tasarlanmış ürünler hakkında sınırlı bir literatür bulunmaktadır. Bu durumun birkaç nedeni vardır. Bunlardan biri, herhangi bir yetişkin için tasarım anlayışına yönelik çalışmanın hala oldukça yeni olması ve yapılması gereken bazı şeylerin bulunmasıdır. İkinci bir neden, okul yapıları oldukça katı olduğu için gençlere erişim bazen zordur ve bu nedenle araştırmacılar bu kullanıcı grubunu erteleyebilmektedirler. Üçüncü bir neden ise, gençlerin yaşadıkları dünyaların oldukça gizli olması ve içeri girmenin zor olması sebebiyle alanlarının anlaşılmasının zor olabileceğidir.

Kullanıcı her zaman tasarım çözümlerine rehberlik eden bir tasarım faktörüdür. Tasarım disiplininde kullanıcının rolü giderek daha belirgin hale gelmektedir. Kullanıcıların işlev ve kullanılabilirlik gibi somut gereksinimlerine ek olarak, duygular ve değerler gibi maddi olmayan ihtiyaçlar da tasarım düşüncesinde önemli yer almaya başlamıştır (Lebbon, 2000; McDonagh vd., 2002; McDonagh-Philp ve Norman, 2005; Boztepe, 2007; Nurkka vd., 2009). Kullanıcıların tasarımın merkezine yerleştirilmesiyle birlikte kullanıcıların ihtiyaçlarının, sorunlarının, tercihlerinin, beklentilerinin araştırılması ve tespit edilmesi önem kazanmıştır. Rothstein'a (1999: 175) göre Amerika'da bir grup tasarımcı, kullanıcıları gözlemlerle araştırmış ve kullanıcının tasarımdaki etkisinin ve işlevin önemini vurgulamıştır. Bu kullanıcıla-

ra tasarım süreçlerinde yer veren tasarımcılar arasında Henry Dreyfuss, Robert Probst ve William Stumpf yer alarak kullanıcı araştırmalarına öncülük etmişlerdir. Tasarımcılar birkaç yıldır sosyal bilimlerin araştırma yöntemleri ile kullanıcı bilgilerini toplamanın yollarını tartışmaktadırlar (Reese, 2002; Dreyfuss, 2003; Suchman, 2007). Yirminci yüzyılın sonlarından başlayarak, kullanıcıları anlamak ve sürece dahil etmek için, tasarımcılar sosyal bilimlerden araştırmacılarla daha fazla iş birliği yapmaktadırlar (Wasson, 2000; van Veggel, 2005). Bugün kullanıcı araştırmalarını yürütmek üzere dünyanın dört bir yanındaki şirketler ve tasarım danışmanları, bünyelerinde tasarım araştırma departmanları kurmuşlardır (Jordan, 2002; Cefkin, 2009:14).

Kullanıcı araştırmalarına ihtiyaç duyulmasının temel sebebi kullanıcıların beklenti ve ihtiyaçlarının belirlenmesinde sadece tasarımcının sahip olduğu bilgilerin yeterli gelmemesidir. Kullanıcı araştırmalarının gerekliliğini Margolin (2002:41) tasarımcının hayal ettiği kullanıcı beklenti ve ihtiyaçları ile gerçek kullanıcının beklenti ve ihtiyaçları arasında genellikle fark bulunduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte Wasson (2000) ve Sade (2001) birçok yeni ürün ve hizmet geliştirmeye yardımcı olan tasarımcıların ürün tasarlarken kullanıcı ihtiyaçlarının karşılanmasını merkeze almaları gerektiğini vurgulamaktadır. Tasarımcılar ürün tasarlarken kullanıcı deneyimlerini göz ardı ettikleri için ürün ve kullanıcı arasında sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu sıkıntıların önüne geçebilmek ve ürün ile kullanıcı arasındaki ilişkiyi düzeltmek amacıyla kullanıcı deneyimlerinin araştırılması gerekmektedir Margolin (2002:50). Sanders (2002:2) kullanıcı deneyimlerini (insanların anıları, güncel deneyimleri ve ideal deneyimleri) öğrenebileceğimiz birçok yol bulunduğunu belirtmektedir:

1. İnsanların ne söylediklerini dinleyebiliriz.
2. İnsanların ifade ettiklerini yorumlayabilir ve düşündükleri hakkında çıkarımlarda bulunabiliriz.
3. İnsanların ne yaptıklarını izleyebiliriz.
4. İnsanların ne kullandıklarını gözlemleyebiliriz.
5. İnsanların ne bildiklerini ortaya çıkarabiliriz.
6. İnsanların neler hissettiklerini anlamaya çalışabiliriz.
7. İnsanların hayallerini kavrayabiliriz.

Kullanıcı merkezli tasarım sadece ürünlerin işlevselliğiyle ilgili değildir. Herhangi bir ürünün kullanıcı tarafından algılanışı, kullanıcının ürün deneyimi ve ürünle kuracağı ruhsal bağ da buna dahildir (McDonagh-Philp ve Lebbon, 2000). Kullanıcı merkezli tasarım, yaş, cinsiyet, sosyal statü, eğitim altyapısı, mesleki geçmiş ve ürün kullanım beklentilerini ve taleplerini etkileyen faktörler gibi önemli konuları dikkate alır. Bazıları için kritik olan şey, başkaları için önemsiz olabilir. Kullanıcı merkezli tasarım, kullanıcıların ürünle olan etkileşiminden, ürünün nasıl bir işlev görmesi ve dışarıdan nasıl görünmesi gerektiği konularındaki görüşlerine kadar, kullanıcıların beklentileri üzerine derin araştırma süreciyle ilgilidir. Akay ve Kurt'a (2008) göre kullanıcı merkezli tasarım, tasarım sürecinin kullanıcı beklentileri tarafından şekillendirildiği bir ürün geliştirme yaklaşımıdır.

Hartzel ve Flor (1997), gerçekçi olmayan kullanıcı beklentisinin o an mevcut olmayan bir ürün hakkındaki kesin bilgi yoksunluğundan kaynaklandığını belirtmektedir. Dolayısıyla kullanıcı beklentisinin gerçekçi olmayan bir şekilde de olabileceğini ifade etmektedirler.

Marcolin (1994), kullanıcı beklentilerinin aşağıdaki kategorilerden oluştuğunu belirtmektedir:

1. Algılanan Uyumluluk
2. Algılanan Kullanışlılık
3. Algılanan Göreli Fayda
4. Algılanan Kullanım Kolaylığı
5. Algılanan Sonuç Gösterilebilirliği
6. Algılanan Sosyal Uyumluluk
7. Algılanan Güven
8. Algılanan Deneme Oranı

Kullanıcıların üründen ne elde etmek istediklerine ilişkin düşünce ve söylemleri kullanıcı beklentilerini şekillendirmektedir. Ancak kullanıcının bir üründen ne beklediği ile bir üründen elde ettiği performans birbirini karşılamıyorsa bu durumda beklenti uyumsuzluğu ortaya çıkmaktadır. Fowler ve Walsh (1999: 9) gerçekçi olmayan beklentilerin nedenlerinden biri olarak kullanıcı-tasarımcı iletişim eksikliğinden bahsetmektedirler.

Kullanıcı beklentileri karşılanmadığında ise kullanıcı memnuniyetsizlik hissetmektedir (Watson vd., 1993: 381). Ancak ürünün kullanıcı beklentilerini karşılamadığı durumlar yalnızca ürün kaynaklı olmayabilir. Lyytinen (1998: 51) "beklenti hatası" kavramını, paydaşların bazı ideal ve eylemsel performans beklentileri arasındaki boşluk olarak tanımlamıştır. Doll ve Ahmed (1983: 6) gerçekleştirdikleri çalışmada kullanıcı beklentilerini karşılayamayan ürünlerin kullanıcıların güvenini kaybettiğini bulmuşlardır. Bununla birlikte kullanıcı beklentileri literatürde kullanıcı memnuniyetini etkileyen önemli bir faktör olarak ele alınmaktadır (Kim, 1990; Suh vd., 1994). Bokhari (2001) gerçekleştirdiği meta analiz çalışmasında tasarım sürecinde kullanıcı beklentilerinin, kullanıcı katılımının ve tasarımcı-kullanıcı arasındaki etkili iletişimin kullanıcı memnuniyetiyle pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Conrath ve Mignen (1990) kullanıcı memnuniyetini etkileyen 33 maddelik bir liste geliştirmiş ve kullanıcı beklentilerine ikinci sırada yer vermişlerdir. Bu nedenle kullanıcı beklentilerinin bilinmesi tasarımcıyı kullanıcı memnuniyetini geliştirme bağlamında bir adım ileri taşıyacaktır. Bununla birlikte Borsci vd. (2016: 28), uygulayıcıların tasarım sürecinin ilk aşamalarında bir prototipi kullanıcıların beklentilerine uygun olarak kavramlaştırmaları ve uyarlamalarının önemli olduğunu ve böylelikle ileri aşamalarda ürün tasarımındaki değişikliklerin en aza indirgeneceğini belirtmektedirler.

Genç odası kavramından bahsetmeden önce eşya ve mobilya kavramlarından bahsetmek faydalı olabilir. Etimolojik olarak eşya; gözle görünen, nesnel olarak var olan, fiziksel bir mekâna yerleştirilmiş ve algı alanımızı zorlayan şey anlamını taşımaktadır (Bilgin, 1991: 9). Aynı zamanda insanların beğenilerini ortaya koyma ve sosyal statü aracı olan mobilya ise genel olarak yemek, yatmak ve eşya depolamak gibi ihtiyaçları karşılayan bağımsız ve taşınabilir ürünlerdir (Boyla, 1998).

Mobilya onu üreten toplumun ve kullanıcının izlerini taşıyarak biçimlenmektedir. Mobilyayı tasarlayanlar içinde buldukları dönemden etkilenmekte, ortaya koydukları ürünler de bir bakıma içinde bulunulan dönemi etkilemektedir. Bu nedenle mobilya sosyal ve kültürel değerler açısından da önem kazanmaktadır. Bu değerler mobilya seçiminde, tutum, ekonomik durum ve alışkanlıklara dayalı olabilir. Mobilya mekân ve mekanı süsleyen donatılar olmanın da ötesinde bireyin düşüncelerini, duygularını ve görüşlerini yansıtarak yaşamlarını biçimlendirmektedir.

Yatak odası bebeklik ve çocukluk dönemindeki bireylerin anne/babadan mahrum kaldıklarını hissettikleri ve ilk fırsatta içinden kaçılan bir mekân iken yetişkinlikte dinlenmek için kullanılan, evin diğer odalarından çok

da farklı olmayan bir mekândır. Ergenlik dönemindeki bireylerde ise yatak odası tüm eleştirel gözlerden kaçtığı, yetişkin olma sancısını çektiği bir sığınak haline gelmektedir. Dolayısı ile genç odası kavramına bakıldığında bünyesinde yatak, kitaplık, çalışma masası, elbise dolabı, şifonyer, komodin ve puf gibi ürünlerin bulunduğu mobilya gruplarının yer aldığı bir mekândan daha fazlası anlaşılmalıdır. Gençlere yönelik tasarlanacak bu ürünler için, içinde buldukları gelişim döneminin özellikleri incelenerek ve o evredeki gereksinimleri belirlenerek mekân ve mobilyaların anlam ve kavramları ortaya çıkarılmalıdır.

Ergenlik dönemindeki bireyler çocuk ve yetişkinlerden farklı ihtiyaçlara sahip özel bir kullanıcı grubunun üyesidir. Bu grubun ürünlerle olan etkileşimlerinin memnuniyet düzeyini gelişim seviyeleri ve buna paralel olarak fiziksel ve sosyal becerileri belirler. Kullanacakları herhangi bir ürün tasarlanırken sadece ihtiyaçlarına değil beklentilerine de odaklanılmalıdır.

Tasarım araştırma ve uygulama sürecinde bilgi birikimi elde etmek için tasarımcılar gençlerin yaşla şekillenen gelişim seviyeleri ile ilgili yetenek ve eğilimlerini göz önüne almalı ve ihtiyaçlarını bu perspektiften değerlendirmelidirler. Bu çalışmada, gelişim psikolojisi literatürü benimsenerek, ergenlik dönemindeki gençler, dönem özellikleri ve ihtiyaçlarıyla birlikte özel bir kullanıcı grubu olarak değerlendirilmişlerdir.

Gençlerin tüketici olarak pazarda yerlerini almaları, firmaların onların (özellikle ev dekorasyonu ve ev elektroniği endüstrileri) taleplerini karşılama çabası ile karşılık bulmuştur. Bu etkileşim gençlerin çeşitli tüketim eylemleri yoluyla ailenin geri kalanından ayırabildikleri, kendi kimliklerini şekillendirdikleri neredeyse kutsal olan bir mekâna sahip olmalarını sağlamaktadır (Reid, 2012: 420).

Yatak odası gençlerin yalnız kalmak istediklerinde sosyal çevreden uzaklaştıkları bir alan olarak tanımlansa da sosyal medyanın günlük hayatın içine derinlemesine işlediği bu çağda yatak odaları gençlerin dünyaya açıldıkları iletişim merkezleri haline gelmektedir. Gençlerin odasına teknolojinin girmesi sadece bu döneme özgü bir durum değildir. Reid (2012: 423) 1960'lı yıllarda müzik dinleme cihazlarının cepte taşınacak küçüklüğe erişmesiyle gençler arasında kullanımının yaygınlaştığını, Amerika'da 1970'ler ve 1980'ler boyunca, gençlerin odalarında radyo, ses kaydedici, kasetçalar veya walkman olmak üzere en az bir adet ses cihazı bulunduğunu aktarmaktadır.

Yatak odaları dünyaya açılıyor olsa da, Lincoln (2012) ebeveynlerin bu dönemde odaya kimlerin girip giremeyeceği, odanın nasıl dekore edilip

edilemeyeceği, kardeş(ler) ile paylaşılıp paylaşılmayacağı ve buna benzer birçok konuda kimin söz sahibi olduğu konusunda geniş çaplı müzakereler yapmak durumunda olduklarını belirtmektedir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda, popüler çocuk yetiştirme uzmanları, gençlere ait ayrı oda fikrini daha geniş kitlelere ulaştırarak, gençlerin ayrı odaya sahip olma isteklerini desteklemektedirler. Uzmanlar, aile evinin en azından bir bölümünde ebeveyn otoritesinden geçici olarak uzaklaşmanın ve kişisel gizliliği sağlamanın gençlerin olgunlaşma sürecini sağlıklı bir şekilde yaşamalarına yardımcı olacağını belirtmektedir (Reid, 2012: 441).

## 2. Yöntem

Bu çalışmada, gençlerin kendi özel alanları ve bu alanların içerikleri ile nasıl etkileşime girdiklerini, genç odası beklentilerini nasıl ifade ettiklerini ve odalarını nasıl kullandıklarını derinlemesine anlamak için nitel bir yaklaşım kullanılmıştır. Rubin ve Babbie'ye (2011) göre nitel yöntemler, araştırmacıya, özellikle bir olgu hakkında çok az şey bilindiğinde, insan deneyimiyle ilgili daha derin bir anlayış ve anlam keşfetme imkânı verir.

Katılımcılar; Aydın ilinde odasını paylaşmayan, iki özel kolejde eğitim gören, ergenlik döneminde olan ve bir genç odası mobilya takımı kullanan 12-17 yaş aralığındaki 30 kız ve 30 erkek olmak üzere toplam 60 kullanıcıdan oluşmaktadır. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Ölçüt örneklemede araştırmaya katılımla ilgili olarak birtakım ölçütler geliştirilir. Araştırmacı araştırmanın amacı doğrultusunda çalışacağı gözlem birimlerinin sahip olması gereken ölçütleri kendisi belirler. Örneklem için belirlenen ölçütleri sağlayan birimler örnekleme alınır (Büyüköztürk vd., 2017). Bu araştırmaya katılan gençlerin kolej öğrencileri arasından seçilmesinin nedeni bu grubun satın alma potansiyellerinin yüksek olduğunun düşünülmesidir. Odasını paylaşmayan gençlerin seçilme sebebi ise kardeşler arası mahremiyet konusunun bu çalışmanın dışında bırakılmış olmasıdır.

Literatürde ergenlik dönemi erken ergenlik (10-14) ve geç ergenlik (15-19) olmak üzere ikiye ayrıldığı için (UNICEF, 2011) erken ergenlik döneminde olan 15 kız ve 15 erkek ile geç ergenlik döneminde olan 15 kız ve 15 erkek olmak üzere toplam 60 kullanıcı ile görüşülmüştür. Katılımcı sayısını belirlerken verilerin doyum noktası dikkate alınmıştır. Doyum noktası, araştırmanın elde etmek istediği bilgilerin, kavramların ve süreçlerin birbirini tekrarlamaya başladığı noktaya kadar devam etmeyi gerektiren bir örnekleme yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu doğrultuda görüşmeler elde edilen bilgiler tekrar edinceye kadar devam etmiştir. Her bir grup için

doyum noktası 15 olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmanın verileri, derinlemesine görüşme tekniğiyle elde edilmiştir. Tekin'e (2006) göre derinlemesine görüşme; genellikle açık uçlu soruların sorulduğu ve detaylı cevapların alındığı, yüz yüze görüşülerek bilgi toplanmasına olanak sağlayan bir veri toplama yöntemidir. Johnson (2002), derinlemesine görüşme tekniğindeki "derin" sözcüğünü şöyle açıklamaktadır: Katılımcının gerçek hayatta yaşadığı günlük rutinlerinin, olay ve mekânların tüm boyutlarıyla anlaşılmasına çalışılmasıdır. Punch'a (2011) göre yarı yapılandırılmış görüşme, derinlemesine görüşme tekniğinde en sık kullanılan veri toplama türüdür.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler boyunca, kullanıcıların genç odası anlayışlarının nasıl olduğu ve genç odası ürünlerinden ne tür beklentilere sahip oldukları belirlenmeye çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler biriyle görüşme yapmak için birden fazla şansa sahip olunamayan durumlarda kullanılacak en iyi yöntem olarak düşünülmektedir. Görüşme yapan kişinin bir görüşme rehberi vardır, ama aynı zamanda çalışma için değerli olabilecek herhangi bir ipucunu takip etme konusunda esneklik (Bernard, 2006).

Araştırma 2017 yılı Şubat ve Mart ayları içerisinde Aydın ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın yapılacağı kolejlerin yönetiminden izin alındıktan sonra, araştırmacı yaş kriterini sağlayan sınıfları rehberlik saatinde dolaşmış, araştırma hakkında bilgi vermiş ve araştırmaya katılmaya gönüllü paylaşımsız oda kullanan gençleri tespit etmiştir. Görüşmeler kolejlerin yönetimi tarafından sağlanan odalarda rehberlik, öğle arası ve etüt saatlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında kolej yönetimlerinin izni olmadığı için ses kaydı alınamamıştır. Görüşme süresi cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Erkek katılımcılar ile görüşmeler ortalama 30 dakika sürerken kız katılımcılar ile bu süre ortalama 40 dakikayı bulmuştur. Görüşmeler esnasında gençlerin genç odası ürünlerini ne şekilde kullandıklarını anlamak için gençlerden genç odası ürünleri ile günlük yaşamlarını birlikte hayal etmeleri ve bu ürünlerle "gündüz hayali" etkileşimine girmeleri istenmiştir.

Alandan elde edilen benzer cevaplar aynı grupta yer alacak şekilde kümeleştirilmiş ve bu kümelerin frekansları hesaplanmıştır. Kümeleme ve frekans hesaplamaları için SPSS programı kullanılmıştır. Kullanıcıların genç odası beklentileri, ürünlere, etkinliklere veya zaman aralıklarına göre değişkenlik göstermektedir. Hangi boyutun hangi ürüne, hangi etkinliklere veya günün hangi saatine uyduğunu keşfetmek için genç odası ürünlerinden beklentiler dört kategoride incelenmiştir. Bunlar uyuma birimi, kitap depolama birimi, çalışma birimi, giysi vb. özel eşyaları depolama birimidir. Bu birimlere

önceden karar verilmemiş araştırmanın sonucuna göre söz konusu birimler ortaya çıkmıştır.

Görüşmeler, kullanıcıların günlük yaşamları üzerine yoğunlaşmış ve günlük faaliyetlerini odalarında bulunan ürünlerle birlikte tanımlamaları şu kısa açıklamayla birlikte istenmiştir:

Odanda uyandığın normal bir günü hayal et. Uyandıktan sonra okula gitmek için eşyalarını hazırla ve dışarı çık. Okuldan ya da dershaneden eve geldikten sonra odana geri döneceksin. Evde vakit geçirmek üzere kıyafetlerini değiştir ve odanda dinlen. Dinlenmen sona erdiğinde ders çalışacaksın ve sonrasında uyumaya hazırlanacaksın. Bu eylemler sırasında odadaki tüm mobilyalar ile ilişki içerisinde sin. Odanda bulunan mobilyalar ile ilişkini ve onlardan beklentini anlayabilmek için üzerine tek tek konuşalım. Bu ilişkiyi anlatırken, kullanırken karşılaştığın problemleri de düşünmelisin. Bu açıklama doğrultusunda, bütün gün boyunca nesnelere ve ortamdaki beklentileri altı adımda sorgulanmıştır:

1. Uyanırken,
2. Uyandıktan sonra okula gidinceye kadar,
3. Okuldan sonra eve geldiğinde,
4. Ders çalışırken,
5. Dinlenirken,
6. Uyumadan önce.

Her adımda bahsettikleri ürünlerden ne tür beklentilere sahip oldukları ve bu ürünleri nasıl kullandıkları sorgulanmıştır. Katılımcılar, günlük rutin etkinliklerini sırasına göre tanımlamaya teşvik edilmiş ve görüşme, sırasıyla cevaplarına göre derinleştirilmiştir. Uyandıktan andan itibaren kullanıcılar eylemlerini detaylandırmış ve gerektiğinde alt sorularla teşvik edilmiştir (Örneğin; sabah uyanır uyanmaz ilk ne yaparsın?). Katılımcıları belli bazı eylemlere ve etkinliklere yönlendirerek maksimum bilgiyi toplamak amaçlanmıştır.

### 3. Bulgular

#### 3.1 Katılımcıların Yaşı

Araştırmanın katılımcılarından erken ergenlik döneminde bulunan gençlerin yaş ortalaması 12.9 iken geç ergenlik dönemindeki gençlerin yaş ortalaması

15.9'dur. Genel yaş ortalaması ise 14.4'tür.

### 3.2 Kullanıcı Olarak Katılımcıların Genç Odası Anlayışı

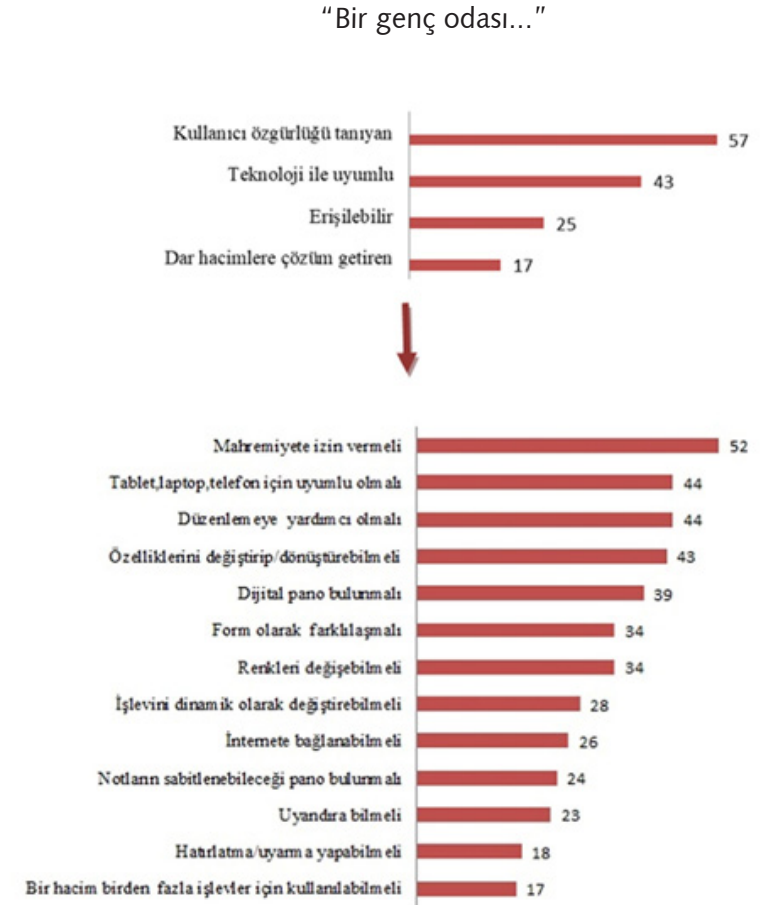
Genç odası hakkındaki kullanıcı beklentileri ile ilgili olarak öncelikle kullanıcılara 'genç odasını' ifade eden şey, gence ait bir odanın nasıl tanımladıkları sorgulanmıştır. Bir ürünün, kullanıcılara göre 'genç odası' olarak kabul edilmesi için içermesi gereken özellikler Görsel 1'de sunulmaktadır. Kullanıcılar farklı düzeylerde farklı genç odası ölçütleri açıklamışlardır.

Görsel 1 kullanıcılar tarafından hiyerarşik bir sıraya göre verilen cevapları göstermektedir. Kullanıcılar ilk olarak basit günlük görevlerine göre kullanım özgürlüğü tanıyan ürünler aramaktadır. Kullanıcılar teknolojik cihazlar ve teknoloji ile uyumlu ürünler ve bu ürün gruplarının, kullanım esnasında erişilebilirlik açısından zahmet çıkarmamasını beklemektedir. Ayrıca farklılaşan oda boyutları için özelleşmiş ürünler tasarlanmasını istemektedirler.

Ardından, bu ürünlerin gündelik hayatta sıkça kullandıkları teknolojik cihazların odalarında kullanımını kolaylaştırmasını ve bunun yanında ürünlerin teknolojik özelliklere sahip olmaları gerekliliğini vurgulamışlardır. Kullanıcılar genç odası mobilyalarının günlük görevlerinde uyarı verme, hatırlatma yapma gibi özelliklere sahip olarak kullanıcıya yardımcı olmasını beklemektedirler. Ürünlerin ihtiyaçları doğrultusunda boyutunu ve işlevlerini değiştirebilme kullanıcıların öncelik verdikleri beklentiler arasında bulunmaktadır. Kullanıcılar kendi kişilik özelliklerini odadaki ürünleri kişiselleştirerek dış dünyaya yansıtmak istediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında ürünün temel işlevini ilave araç, mobilya ya da farklı bir kişinin yardımına ihtiyaç duyulmadan yerine getirebilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Son olarak dar mekanlara sahip kullanıcılar hiçbir ürünün işlevinden mahrum kalmadan oda içerisinde yer alacak nitelikte ürün tasarımları ile bu ürünlerin eylemlerini nasıl kolaylaştıracağını açıklamışlardır.

Kullanıcılar genç odası ürün grubunun sahip olması gereken özelliklerden veya daha önce belirtilen görevleri yerine getirmek için takip edebilecekleri farklı işlemlerden bahsetmiş ve beklentilerini araştırmacı ile paylaşmıştır. Bu beklentiler; oyun konsolu, dizüstü bilgisayar, tablet ve akıllı telefon için uyumlu olmalı, bünyesinde notların sabitlenebileceği alan tanımlamalı, ihtiyaç duyulduğunda hatırlatma, uyarı, uyandırma yapabilmeli, değişen durumlara uyarlanmayeneğinesahip olmalı, eşyaların organize edilmesine yardımcı olmalı, mahremiyete izin vermeli, form olarak farklılaşmalı,

kullanım esnekliğine izin vermeli, bir ürünün kapladığı hacimde birden fazla ürün işlevi yer alabilmeli şeklindedir.



Görsel 1. Genç odası kullanıcı beklentileri.

Literatürde sunulan ergenlik dönemi özelliklerinden bazıları kullanıcıların genç odası beklentileri ile örtüşmektedir. Erikson'a göre ergenlik döneminde gençler "Ben kimim?" sorusuna cevap aramaktadır. Bu dönemde gençlerden beklenen kimlik karmaşasını geride bırakarak sağlıklı bir kimlik oluşturmasıdır. Gençler içinde buldukları bu dönemde üzerlerinde baskı hissettikleri her şeye direnç gösterirler (Kidwell, 1995). Kullanıcılar dönem özelliklerine paralel olarak odalarında da kullanım özgürlüğü tanıyan, "ben

kimim?" mesajını odadaki ürünler aracılığı ile aktarabileceği, mahremiyete izin veren ürünler beklemektedir. Gençlerin ihtiyacını duyduğu mahremiyet ebeveynlerinin ya da kardeş(ler)inin görmelerini istemedikleri özel eşyalarını saklayabileceği alan ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Kullanıcılar bir ürün grubunun "genç odası" olabilmesi için tüm bu özelliklerin yanı sıra yaşadıkları çağın sunduğu imkanlarla entegre olabilmesi gereğini de vurgulamıştır.

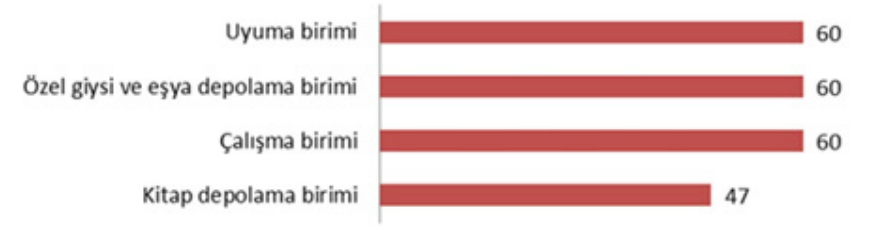
Katılımcılar kullandıkları mobilyaları firmaların genç odası mobilyası kategorisinde bulunan mobilyalardan seçtiklerini ya da kendi tercihlerine göre tasarlattıkları mobilya malatçılarından aldıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte kullandıkları ürünlerin bir gence ait olduğu hissini vermediğinden yakınmışlardır. Odalarındaki mobilyaların evin diğer bölümlerinde kullanılan mobilyalardan form olarak farklılaşması gerektiğini ancak bu şekilde bir gence ait olduğu hissine ulaşabileceklerini paylaşmışlardır.

Tüm bunlara ek olarak katılımcılar kendileri seçmiş bile olsalar, yaşlarının ilerlemesi ile birlikte odasında kullandığı mobilyaların renklerini değiştirmek istemektedir. Renklerin değişebilmesi beklentisinin sebebi renklerin imgesel olarak gelişimsel dönemlerle ilişkilendirilmesi olabilir. Kullanıcı yaşı ilerledikçe kullandığı ürünlerdeki renklerin çocukluk dönemine vurgu yaptığını düşünerek renklerini değiştirmek istemektedir. Mobilyaların rengini değiştirme isteği gencin kimliğindeki değişimin dışavurumu olarak da düşünülebilir.

### 3.3 Kullanıcıların Genç Odası Beklentileri

Kullanıcıların genç odası hakkındaki beklentilerini ayrıntılı olarak göstermek için kullanıcılara beklentilerini günlük rutinlerine göre ifade etmeleri ve uyanık durumdan başlayarak bir gün hayal etmeleri istenmiştir.

Kullanıcıların genç odasından beklentileri, ürünlere, etkinliklere veya zaman aralıklarına göre değişkenlik göstermektedir; hangi boyutun hangi ürüne, hangi etkinliklere veya günün hangi saatine uyduğunu keşfetmek için genç odası ürünlerinden beklentiyi çeşitli birimler altında sınıflandırmak gerekmiştir. Kullanıcılar Görsel 2'de görüldüğü gibi dört farklı birimde çeşitli beklentilere sahiptir.



Görsel 2. Kullanıcı eylemlerine göre genç odası birimleri.

Kategoriler ve eylemler kullanıcılardan toplanan verilerle türetilmiştir ve araştırmanın başında karar verilmemiştir. Kullanıcı bilgileri toplandıktan sonra, veriler belirli cümlelerle kümelenecek, benzer genç odası beklentileri cevaplanma sıklığına göre analiz edilmiştir (Örneğin, "yatağımda diz üstü bilgisayardan film izlerken zorlanmak istemiyorum", " yatakta tableten bir şeyler izlemek tam bir işkence" gibi.).

Benzer cümlelerin sıklığı ve bu cümlelerde bahsedilen farklı ürünlerin frekansı, kullanıcıların eylemlerini tanımlamak için görüşme boyunca bahsettikleri ortamlara göre gruplandırılmıştır. İzleyen bölümler, her bir birim için kullanıcıların beklentilerini içermektedir.

#### 3.3.1 Uyuma Birimi

Kullanıcılar, genç odasında bulunan uyuma biriminin günlük rutinlerinde yer alan eylemlerle uyumlu olmasını, teknoloji ile uyumlu olmasını, değişen durumlara göre uyarlanmasını, kullanımda konfor sağlamasını ve kişiselleştirmeye izin vermesini beklemektedir. Tam olarak uyuma biriminden neler beklendiği sırasıyla Görsel 3'te sunulmaktadır.



Görsel 3. Uyuma birimlerinden beklentiler

Kullanıcılar uyuma biriminde yaptıkları eylemlerde (kitap okuma, ders çalışma, müzik dinleme) zorlanmamak için, yatak başlığında yumuşak yüzeylere ihtiyaç duyduklarını vurgulamıştır. Bir kullanıcı bu durumu şu şekilde tanımlamaktadır; “ne zaman kitap okumaya çalışsam yatak başlığındaki çiçekler sırtıma batıyor, sırtıma yastık koysam da çiçekleri kapatamıyorum”.

Kullanıcılar, yeni bir güne başlarken bazı genel bilgileri sağlamak için interneti ve dolayısı ile interneti sağlayan teknolojik cihazları (akıllı telefon, tablet) ve bunlara ait aksesuarları uyuma biriminde kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu cihazlara birimden çıkmadan erişmek için farklı eşyalar kullanmaktansa birimin bünyesinde tanımlı alanlarla çözülmesini istemişlerdir.

Uyku öncesi ve boş vakit eylemleri film/dizi izleme, müzik dinleme, oyun oynama ve sosyal medyada gezinme olan kullanıcılar interneti ve dolayısı ile internet erişimi sağlayan cihazlar (akıllı telefon, tablet, laptop) ve bunlara ait aksesuarları uyuma biriminde kullandıklarını belirtmiş, fakat bu cihazları bu birimde kullanırken konumlandırma konusunda çok zorlandıklarını paylaşmışlardır. Kullanıcılar bahsi geçen cihazların bu birimde kullanımını kolaylaştırmak için özelleşmiş alanlara ihtiyaç duymaktadır.

Bazı kullanıcılar sabah rutinlerinde uyanma güçlüğü bulunduğunu, uandıktan sonra tekrar uyuma eğiliminde olduklarını vurgulayarak, günlük görevlerini aksatmamak için uyuma birimlerinin kendilerini uyandırmasını istemişlerdir.

Kullanıcılar, mobilyaların oda içerisindeki yerleşimine karar verirken önceliği yataklarına ayırdıklarını belirtmişlerdir. Yataklar prizlere yakın bir yere yerleştirildikten sonra diğer mobilyaları yerleştirdiklerini aktarmışlardır. Yatakta teknolojik cihaz kullanımı ile önem kazanan prizlere yakınlık isteği zaman zaman oda içerisindeki yerleşimi zorlaştırmaktadır.

Dar mekanlara sahip olduğunu ifade eden kullanıcılar alım gücüne sahip olmalarına rağmen oda içerisinde yer bulamama, alan açamama sorunundan dolayı bazı ürün ve işlevlerden mahrum kaldıklarını belirtmişlerdir. Kullanıcılar hiçbir üründen mahrum bırakılmadan oda içerisinde yer bulacak nitelikte ürün tasarımları ile bu ürünlerin eylemlerini nasıl kolaylaştıracaklarını açıklamaktadır. Bu tür odalara sahip kullanıcılar yatağın kapladığı alanın alt kısmının farklı işlevler içinde kullanılmasını istediklerini belirterek bu alanın çalışma birimi, oyun konsolu oynamak için tanımlanmış alan ya da giysi ve özel eşyaların depolanacağı alan olarak değerlendirilebileceğini önermişlerdir. Mekân kaygısı bulunmayan bazı kullanıcılar da uyuma biriminin bu şekilde kurgulanmasını istemişlerdir. Bu

kullanıcılar uyudukları yerin göz seviyesinden yukarıda olması gerektiğini belirterek uyurken başkası odaya girdiğinde doğrudan görünmek istemediklerini vurgulamışlardır.

Odasında arkadaş ağırlayan, fazladan oturma birimi için yeterli alanı bulunmayan kullanıcılar uyuma birimlerinin ihtiyaç duyulması halinde oturma birimine dönüşebilmesini istediklerini belirtmişlerdir.

Ürün grubunu kendisi seçen kullanıcılar satın alma kararını verirken en çok ürünün renginden etkilendiklerini fakat ilerleyen yaşlarda zevklerinin de değiştiğini vurgulayarak bazı parçaların renklerini değiştirebilme imkanlarının olmasını istediklerini belirtmişlerdir.

Bazı kullanıcılar satın alma kararını vermeden önce farklı firma ve ürün gruplarını araştırdıklarını fakat mevcut ürünlerin birbirinin benzeri olduğunu belirtmişlerdir. Bu kullanıcılar genç odası için tasarlanan uyuma biriminin diğer yataklardan form olarak farklılaşmasını istediklerini, piyasada bulunan mevcut ürünlerin hiçbirinin genç kavramını karşılamadığını belirtmişlerdir.

### 3.3.2. Kitap Depolama Birimi

Kullanıcılar, genç odasında bulunan kitap depolama biriminin, kitapların organize edilmesine yardımcı olmasını, erişilebilir olmasını, kullanıcının ihtiyaçlarına göre değişiklikler yapılabilmesini, sergilemeye imkân vermesini beklemektedir. Tam olarak kitap depolama biriminden neler beklendiği sırasıyla Görsel 4’de sunulmaktadır.



Görsel 4. Kitap depolama biriminden beklentiler

Kullanıcılar genel olarak odalarında bulunan bir ürünün temel işlevini yerine getirmesi için ilave araç, mobilya ya da farklı bir kişinin yardımına ihtiyaç duymaktan rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu sorunun yaşandığı



birimlerden biri de kitap depolama birimidir. Bir genç odası ürün grubuna sahip olmalarına rağmen odalarında bulunan kitap depolama birimlerinin yetişkinler için olduğunu düşündüklerini ve üst rafları organize etme ve düzenlemede yardım almadan kullanamadıklarını ifade etmişlerdir. Tek başlarına kullanmaya çalıştıklarında düşme, çarpma, yaralanma vb. gibi durumlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bir kullanıcı bu durumu şöyle açıklamaktadır: “kitaplığın üst rafındaki bir kitabı kitaplığa tırmanarak almaya çalışmışım, kitaplık devrildi benim de kolum kırıldı, sonra da bana bir daha kitaplık alınmadı zaten”. Bu sorunu yaşayan kullanıcılar kitap depolama birimlerinin ihtiyaçlarına göre hem yatayda hem de dikeyde kullanılabilir olmasını beklemektedirler.

Odalarındaki dekorasyon değişikliği yaptıklarını belirten bazı kullanıcılar bunun için mevcut ürünlerin oda içerisinde yerlerini değiştirmekten daha fazlasını yapamadıklarını ifade etmişlerdir. Kitap depolama biriminde hangi rafların açık hangi rafların kapalı olacağına kendilerinin karar vermek ve bu kararı değiştirebilmek istediklerini belirtmişlerdir.

Kitaplarını depolama, organize etme ve sergilemede sorun yaşadıklarını belirten kullanıcılar raflara sığmayan kitap sorununu çözebilmek için raf yüksekliklerine ihtiyaçları doğrultusunda karar vermek ve bu kararı değiştirebilmek istediklerini belirtmişlerdir.

Aktif görevleri öğrencilik olan kullanıcılar bu göreve paralel olarak kitap satın alma davranışlarının arttığını bunun yanında ellerinde bulunan kitapları da depolamaya devam ettiklerini belirtmişlerdir. Kullanıcılar artan hacim ihtiyacına kitap depolama biriminin cevap verebilir durumda olmasını beklemektedir. Bir kullanıcı bu durumu şu şekilde açıklamaktadır; “alındığında çok özenerek yerleştirdim kitaplığımı, okuma kitaplarımı sergiledim ders kitaplarımı kolay alabileceğim raflara yerleştirdim, sonra test kitapları, sınav kitapçıkları, konu anlatımları derken raflar yetmedi bizde başka bir kitaplık almak zorunda kaldık o da alakasız duruyor tabi şimdi odada”..

Kullanıcılar uyuma biriminde olduğu gibi kitap depolama biriminde de bazı parçaların renklerini değiştirebilmek istediklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte kullanıcılar genç odası kitap depolama biriminin diğer bu işlevi gören ürünlerden form olarak farklılaşmasını istediklerini belirtmişlerdir. Bir kullanıcı bu durumu şu şekilde açıklamaktadır; “babamın kitaplığı ile benim kitaplığım arasında renkten başka fark yok ki, hiç değilse kapakları farklı açılışaydı...”.

### 3.3.3. Çalışma Birimi

Kullanıcılar, genç odasında bulunan çalışma biriminin, ders çalışırken kullanım kolaylığı sağlamasını, hatırlatıcı ve uyarıcı notlar için özelleşmiş alanların bulunmasını, teknolojik cihaz kullanmaya izin vermesini ve mahremiyet sağlamasını beklemektedir. Çalışma biriminden tam olarak neler beklendiği sırasıyla Görsel 5’de sunulmaktadır.



Görsel 5. Çalışma biriminden beklentiler

Özel eşyalarını çalışma biriminde gizlediklerini belirten kullanıcılar bunun için birim içerisinde sadece kendilerinin erişebileceği kilitli alanların olmasını beklemektedir.

Kullanıcılar genel olarak odalarında bulunan bir ürünün temel işlevini yerine getirmesi için ek mobilya ya da araç kullanmaktan rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Bu sorunun yaşandığı birimlerden biri de çalışma birimidir. Kullanıcılar aktif öğrencilik yaşamlarına paralel olarak çalışma biriminde ders çalışmaktadır. Bu eylemi yerine getirebilmek için zaman zaman teknolojik cihazlardan (akıllı telefon, tablet, laptop) destek aldıklarını belirtilmiştir. Çalışma biriminde özellikle dizüstü bilgisayar kullanılması gerektiğinde masanın üzerinde zaten defter/kitap/kalemlik/aydınlatma vb. eşyalar yer aldığı için bu cihazların kullanımında ek masa kullanımı ortaya çıkmaktadır. Bu durum sonucunda kullanıcılar ihtiyaçlarına göre çalışma birimlerinin boyutlarının büyüyebilir ve küçülebilir olmasını beklemektedir.

Kullanıcılar çalışma biriminde tablet ve akıllı telefon kullanırken de sorun yaşadığını, bu cihazların birimde kullanımı ve yerleşimi için özelleşmiş alanlara ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra bazı kullanıcılar da çalışma biriminin başka teknolojik cihaza ihtiyaç duymadan internet erişimi sağlaması gerektiğini vurgulamışlardır. Bir kullanıcı bu durumu şu

şekilde açıklamaktadır; “evdeki buzdolabı bile internete bağlanabiliyor, ben hala çalışma masamda internet kullanmak için annemin tabletini vermesini bekliyorum” .

Kullanıcıların ders çalışma alışkanlıkları arasında not tutmanın yer aldığı öğrenilmiştir. Tutulan hatırlatıcı notların birim bünyesinde yerleştirilebileceği bir alan olmaması kullanıcıları zorlamaktadır. Kullanıcılar çalışma biriminde pano kullanımı için farklı beklentilere sahiptir. Bazı kullanıcılar post-itlere not yazmanın çağın gerisinde olduğunu artık notlarını yazabilmek için birim bünyesinde elektronik kalemle notlar yazabilecekleri dijital pano olması istediklerini belirtirken, bazı kullanıcılar kâğıt kalem kullandıklarında daha aktif öğrendiklerini bunun için var olan yazılı notları sabitleyebilecekleri bir alan tanımlanmasının kendileri için daha uygun olacağını belirtmişlerdir.

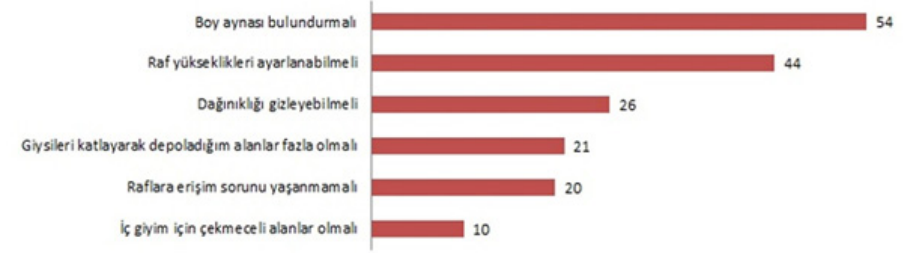
Sınav grubunda yer alan kullanıcıların çalışma biriminde süreli sınav uyguladıkları öğrenilmiştir. Süreli sınavlarda zaman kontrolünü yapabilmek için ekstra dijital saat kullanmak zorunda kaldıklarını belirten kullanıcılar, çalışma biriminde sınav esnasında sadece başlarını kaldırarak görebilecekleri hatırlatma ve uyarma özelliği bulunan dijital bir saat yer almasını beklemektedir.

Sık kullandıkları kitapları depolamak ve kişisel eşyalarını (fotoğraflar, ödülleri, biblolar vb.) çalışma biriminde sergilemek isteyen kullanıcılar bu ihtiyaçlar için birim içerisinde özelleşmiş alanlara ihtiyaç duymaktadır.

Günlük rutinlerinde ders çalışma eylemi akşam saatlerinde olan kullanıcılar tavan aydınlatmasının yetersiz gelmesi ve masanın konumu sebebiyle gölgelerinin masaya düştüğünü ve görmekte zorlandıklarını paylaşmışlardır. Bu sorun için masa lambası aldıklarında çalışma alanının daralmasından şikâyetçi olan kullanıcılar aydınlatma sorununun masa bünyesinde çözülmesini beklemektedir.

### 3.3.4 Özel Giysi ve Eşya Depolama Birimi

Kullanıcılar, genç odasında bulunan özel giysi ve eşya depolama biriminin, giysileri asarak ve katlayarak depolamasını, ayakkabı depolamasını, ayna içermesini, dağınıklığı gizlemesini, aksesuar depolamasını ve erişim kolaylığı beklemektedir. Özel giysi ve eşya depolama biriminden tam olarak neler beklendiği sırasıyla Görsel 6’da sunulmaktadır.



Görsel 6. Özel giysi ve eşya depolama biriminden beklentiler

Kullanıcılar erişim sorunu sebebiyle düşme, çarpma ve yaralanma yaşadıkları diğer bir birimin özel giysi ve eşya depolama birimi olduğunu paylaştılar. Üst raflara erişimde ilave araç, mobilya ya da farklı bir kişinin yardımına ihtiyaç duymaktan rahatsız olduklarını belirten kullanıcılar, kullanamadıkları gerekçesi ile bu rafların diğer aile bireyleri tarafından kullanılmayan eşyaların depolanmasında kullanıldığını ve bu durumdan oldukça rahatsız olduklarını belirtmişlerdir.

Birimde depoladıkları eşyaların (kıyafet, iç giyim, ayakkabı, şapka, çanta, aksesuar, takı vb.) farklılığı sebebiyle rafların yüksekliklerinin aynı olmaması gerektiğini ve bu yüksekliklere ihtiyaçları doğrultusunda kendilerinin karar vermek istediklerini belirtmişlerdir. Kıyafetleri asarak depolamakta zorlandıklarını belirten kullanıcılar katlayarak kaldırabilecekleri alanların fazla olmasını beklemektedir.

Oda konusunda aile içi tartışmaların en büyük sebebinin dağınıklık olduğunu paylaşan kullanıcılar dağınıklığı yaratan durumun kıyafetler olduğunu belirtmişlerdir. Kullanıcılar günlük rutinlerinde sabah evden acele çıkma, eve geç ve yorgun dönme ve yapılması gereken ödevlerin bulunması nedeniyle kıyafetlerin organize edilmesine gün içinde zaman ayıramadıkları için, kıyafetlerin birim içine gelişi güzel yerleştirildiğini paylaşmışlardır. Kıyafet depolama alışkanlıkları bu şekilde olan kullanıcılar dolap kapakları açıldığında tüm kıyafetlerin görünmemesini ve dolabın dağınıklığı gizleyebilmesini beklemektedir. Bazı kullanıcılar birim bünyesinde yarı saydam kapakların bulunduğunu yukarıda bahsedilen kıyafet depolama alışkanlıklarından dolayı tüm dolap kapaklarının içini göstermeyecek biçimde olması gerektiğini paylaşmışlardır.

Birimin bünyesinde ayna bulunmasına ihtiyaç duyduklarını belirten kullanıcılar, kıyafetleri giydikten sonra odadan ayrılmadan kendilerini boydan görmek istediklerini belirtmişlerdir.

Odasında alan sorunu sebebiyle çamaşırılık/şifonyer bulunduramayan kullanıcılar iç giyim eşyalarını ve aksesuarlarını birim içinde depolamakta zorlandıklarını bunun için özel giysi ve eşyaları depolama biriminde mutlaka çekmeceli alanların olmasını istediklerini belirtmişlerdir.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Odasını başka biri ile paylaşmayan ergenlik dönemindeki (11-18 yaş) gençlerin odalarında yer alan mobilyaların kullanıcı beklentileri doğrultusunda tasarım kriterlerini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada ilk olarak genç odası mobilyası satın alma potansiyeli olan ve mevcutta bir genç odası mobilya takımı kullanıcısı olan gençler belirgin sosyo-ekonomik farklılık olmamasına özen gösterilerek kolej öğrencileri arasından seçilmiştir.

Katılımcılarla yapılan görüşme, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme, katılımcının belirlediği farklı ihtiyaç ve beklentiler üzerine şekillenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların önem verdiği beklentilere göre ele alınan konular kullanım esnekliği, teknoloji ile uyum, erişilebilirlik, dar hacimlerde kullanılabilirlik, form farklılaşması, renk değişimi, işlevlerde esneklik ve dönüşebilme, kişisel eşyalarda mahremiyeti sağlama gibi alanlarda yoğunlaşmıştır.

Gençler odalarında kullandıkları mobilyaların gençlere ait olduğu hissi yaratmadığını, evdeki diğer aile bireylerinin kullandıkları mobilyalardan farklı olmadığını düşünmektedir. Genç odası mobilyalarının genç vurgusu kullanıcılar tarafından formdaki farklılıklarla ilişkilendirilmiştir. Bu durumda genç odası mobilyalarının işlevle ilgili konulara çözüm getirmesi koşulu ile form olarak farklılaşması sağlanabilir.

Yaş grubu olarak teknoloji ve onun getirdiği yeniliklere en açık ve en kolay uyum sağlayan gençler odalarında sıklıkla akıllı telefon, tablet, laptop ve oyun konsolu kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda genç odası mobilyalarının teknoloji ile uyumlu olması kullanıcılarda olumlu etkiler yaratabilir. Gençler özellikle uyuma ve ders çalışma birimlerinde teknoloji ile uyum aramaktadır. Örneğin; günün uyuma, uyanma ve dinlenme zamanlarında kullanılan uyuma birimi için yapılan görüşmeler sonucunda gençlerin büyük çoğunluğunun yataklarını uyuma harici oturmak, dinlenmek ve teknolojik cihaz kullanmak için tercih ettikleri saptanmıştır. Yatağın oda içindeki yerleşiminin prizle bağını kopararak oda içinde özgürce yerleştirilebilmesi amacıyla bünyesinde priz, ses sistemi, hareketli yatak ve depolama alanları bulunan akıllı yatak tasarımlarının gençlerin bu birim bünyesinde ihtiyaç duydukları birçok beklentiye cevap verebileceği düşünülmektedir.

Gençler odalarında yaptıkları dekoratif değişikliklerin oda içerisinde eşyala-

rın yerlerini değiştirmekten öteye gidememesini eleştirmekte, kişiselleştirmeye izin vermesini beklemektedir. Buna paralel olarak kullandıkları ürün grubunu satın almış diğer kullanıcılarla aynı şekilde kullanmak zorunda olduklarından rahatsızlık duymaktadır. Kullanıcılara ait ihtiyaçları, tercihleri, kişiliklerine ilişkin aktarmak istedikleri bilgileri vurgulamak için ürün grubunu oluşturan her birimin farklı kullanım seçenekleri (farklı boyut ve formlar türetebilme) üretebilmesi beklenmektedir.

Ergenlik dönemi özelliği gereğince aileden bağımsız tek başına bir şey başarma isteğine sahip olan gençler odalarında bulunan ürünlerin kullanımı için ilave araç, mobilya ya da farklı bir kişinin yardımına ihtiyaç duymaktan hoşlanmadıklarını belirtmişlerdir. Yardım almaktansa erişemediği, kullanmakta zorlandığı ürünleri tek başına kullanmaya çalışan gençler bu esnada düşme, çarpma ve yaralanma gibi durumlar yaşadıklarını bazılarının ciddi yaralanmalara sebep olduğunu paylaşarak genç odasındaki ürün tasarımlarının bu tür sorunların yaşanmasına izin vermeyecek nitelikte olmasını beklemektedir.

Dar hacimlere sahip kullanıcılar, odalarına uygun mobilya bulamama ya da bazı mobilyalardan mahrum kalma konusunda sıkıntı yaşamaktadır. Bu nedenle tasarımcılar sadece geniş hacimlere uygun mobilya tasarlamayı amaçladıklarında dikkatli olmalıdır. Örneğin, bir birimin kullanılmadığı zamanlarda başka bir birime dönüşebilmesi ve bir birimin kapladığı hacimde birden fazla işlevin çözülmesi durumlarında bu soruna sahip kullanıcıların beklentilerini büyük ölçüde karşılayan bir ürün grubu olacağı düşünülmektedir.

Gençlerin oda kaynaklı aile içi tartışmalarının başında dağınıklık sorunu gelmektedir. Kullanıcılar oda içerisindeki karmaşayı engellemek için karmaşayı yaratan eşyaların (kıyafetler, kitaplar, vb.) her zaman görünmediği, aynı zamanda da kolayca erişilebildiği depolama alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Bu depolama alanlarının düzenli eşyaları düzensiz olanlardan ayırması kullanıcıların ve buna bağlı olarak ailelerinin beklentilerini karşılayabilir.

Gençler kullandıkları mobilyalarda günlük görevleri konusunda onlara yardımcı olma, uyandırma, uyarı verme ve hatırlatma yapma özelliklerini aradıklarını açıklamışlardır.

Gençlerin kendilerine ait bir odaya sahip olmaları mahremiyet ihtiyacını büyük ölçüde karşılamaktadır. Bununla birlikte mahremiyetin sağlanması için bir odaya sahip olmak yeterli değildir. Bu nedenle gençler genç odası bünyesinde bulunan uyuma ve ders çalışma birimlerinden bu ihtiyacı karşılamasını beklemektedir.

Yaş değiştikçe kullanıcı beklentilerinin farklılaştığı gözlenmiştir. Erken yaşta satın alınan genç odası mobilyaları kullanıcıların değişen beklentilerine uyum sağlayamadığı için ilerleyen yaşlarda kullanıcı memnuniyeti azalmaktadır. Bu bağlamda 15 yaş ve altı kullanıcılar için öncelikli beklenti erişim buna bağlı olarak güvenlik iken, 15 yaş üstü kullanıcılarda öncelikli beklenti teknoloji ile uyum olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; raflı birimlerin hem yatay hem de dikey olarak kullanılmasına imkân veren bir genç odasının erişim ve güvenlik beklentisini sağlayabileceği düşünölmektedir.

Araştırmada gençlerin odalarındaki ürünleri kullanma süreleri arttııkça ürünlerden duydukları memnuniyetin düştüğü sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu memnuniyet düşüşü ürünü kendi seçmiş hatta kendi zevklerine göre mobilya imalatçılarına yaptırmış gençlerde de görölmektedir. Bu durumun gençlerin ergenlik dönemi içerisinde yaşları değiştikçe beğeni, tercih ve ihtiyaçlarının değişmesi ve bu değişimi odadaki ürünlere yansıtmak istemelerinden kaynaklandığı düşünölmektedir.

## Kaynakça

Akay, D., Kurt, M. (2008). "Kullanıcı merkezli tasarım ve ürün kullanılabilirliği üzerine bir literatür araştırması", *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 23 (2): 295-304.

Bernard, H.R. (2006). "Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches" 4th ed., New York: AltaMira Press.

Bilgin, N. (1991). *Eşya ve İnsan*. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Bokhari, R.H. (2001). *User Participation And User Satisfaction İn Information Systems Development*, Doctoral Dissertation, Brunel University School of Information Systems, London.

Borsci, S., Kuljis, J., Barnett, J., Pecchia, L. (2016). "Beyond the user preferences: Aligning the prototype design to the users' expectations", *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 26 (1): 16-39.

Boyla, O. (1998). *Mobilya, Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi Cilt II, İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, 1276-1286*.

Boztepe, S. (2007). "Toward A Framework Of Product Development For Global Markets: A User-Valuebased Approach", *Design Studies*, 28 (5): 513-533.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Yayıncılık.

Cefkin, M. (2009). *Introduction: Business, anthropology, and the growth of corporate ethnography*, *Ethnography and The Corporate Encounter: Reflections on Research in and of Corporations*, New York: Berghahn Books.

Conrath, D.W., Mignen, O.P (1990). "What is being done to measure satisfaction with EDP/MIS", *Information and Management*, 19: 7-19.

Doll, W.J., Ahmed, M.U. (1983). "Managing user expectations", *Journal of Systems Management*, 34 (6): 6-11.

Dreyfuss, H. (2003). *Designing for People*, New York: Allworth Press.

Fowler, A., Walsh, M. (1999). "Conflicting perceptions of success in an information systems Project", *International Journal of Project Management*, 17 (1): 1-10.

Hartzel, K.S., & Flor, P.R. (1995). "Expectation formation in the information system development process", In *Proceeding, American Conference of Information Systems*.

Johnson, J.M. (2002). *In-depth Interviewing, Handbook of Interview Research: Context and Method*, London: Sage Publications.

Jordan, A.T. (2002). *Business Anthropology, Waveland: Prospect Heights*.

Kaiser, S.B. (1990). *The Social Psychology Of Clothing: Symbolic Appearances İn Context*, New York: Macmillan Publishing Company.

Kidwell, J.S. Dunham, R.M., Bacho, R.A., Pastorino, E., Portes, P.R. (1995). "Adolescent identity exploration: A test of Erikson's theory of transitional crisis, Adolescence", 30: 785-793.

Kim, K.K. (1990). "User information satisfaction: Toward conceptual clarity", *11th International Conference on Information Systems, 183-191, Copenhagen*.

Lincoln, S. (2012). *Youth Culture and Private* 1st ed., London: Palgrave Macmillan.

Lyytinen, K. (1988). "Expectation failure concept and systems analysts' view of information system failures: results of an exploratory study", *Information & Management*, 14 (1): 45-56.

Marcolin, B.L. (1994). *The Impact Of Users' Expectations On The Success Of Information Technology Implementation*, Doctoral Thesis, The University of Western Ontario, London.

Margolin, V. (2002). *The Experience Of Products, İn The Politics Of The Artificial: Essays On Design And Design Studies*, Chicago: The University of Chicago Press.

McDonagh, D., Bruseberg, A., and Haslam, C. (2002). "Visual product evaluation: exploring users' emotional relationships with products", *Applied Ergonomics*, 33 (3): 231-240.

McDonagh-Philp, D., and Lebbon, C. (2000). "The emotional domain in product design", *The Design Journal*, 3:1, 31-43.

Norman, D.A. (2005). *Emotional Design: Why We Love (Or Hate) Everyday Things*, 1st ed., New York: Basic Books.

Nurkka, P., Kujala, S., and Kempainen, K. (2009). "Capturing users' perceptions of valuable experience and meaning", *Journal of Engineering Design*, 20 (5): 449-465.

Punch, K.F. (2011). *Sosyal Araştırmalara Giriş*, Çev. D. Bayrak, H. B. Arslan, Z. Akyüz, , Ankara: Siyasal Kitabevi.

Reese, W. (2002). *Behavioral Scientists Enter Design: Seven Critical Histories, Creating Breakthrough Ideas: The Collaboration Of Anthropologists And Designers In The Product Development Industry*, London: Bergin & Garvey.

Reid, J. (2012). "My room! Private! Keep out! This means you!: A brief overview of the emergence of the autonomous teen bedroom in post-world war II America", *The Journal of the History of Childhood and Youth*, 5 (3): 419-443.

Rothstein, P.D. (1999). "The 'Re-emergence' of ethnography in industrial design", *Design Education Conference*, Chicago.

Rubin, A., Babbie, E. (2001). *Research Methods for Social Work*, Belmont: Wadsworth.

Sade, S. (2001). "Towards user-centred design: A method development project in a product design consultancy", *The Design Journal*, 4 (3): 20-32.

Sanders, E.B.N. (2002). *From User-Centered To Participatory Design Approaches, Design and the Social Sciences*, London: Taylor and Francis.

Suchman, L. (2007). *Human-Machine Reconfigurations: Plans And Situated Actions*, New York: Cambridge University Press.

Suh, K., Kim, S., Lee, J. (1994). "End-user's disconfirmed expectations and the success of information systems", *Information Resources Management Journal*, 7 (4): 30-39.

Tekin, H.H. (2006). "Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme", *Sosyoloji dergisi*, 3 (13): 101-116.

van Veggel, R.J.F.M. (2005). "Where the two sides of ethnography collide", *Design Issues*, 21 (3): 3-16.

Wasson, C. (2000). "Ethnography in the field of design", *Human Organization*, 59 (4): 377-388.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

## İnternet Kaynakları

UNICEF, *The State of the World's Children 2011*, <http://www.unicef.org/sowc2011/>, 2011. Erişim: 04.06.2016.