

# Ontolojik Değişimlerin Endüstri Ürünleri Tasarımı Pratiklerine Yansımaları: Yıldız Tasarım ve Katılımcı Tasarım

Arş. Gör. Merve Yavuz  
Prof. Dr. Serkan Güneş

Makale Geliş Tarihi: 15.05.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 24.10.2020

## Özet

İnsanın insan için tasarladığı tasarlama sürecinde bazı bireysel, toplumsal ve kültürel değerleri cisimleştirdiği ürünler ihtiyaç karşılama işlevlerinin yanı sıra arzu tatminine yönelik iletişimsel birer aygıttır. Bu karmaşık durum bilen özne ile bilinen nesne arasındaki bağıntıya ilişkin sorular ortaya çıkarmaktadır.

Tarihsel sürece bakıldığında potansiyel sorunları barındıran özne-nesne ön kabulleri ve paradigma değişimlerine bağlı olarak gelişen yeni tasarım yapma biçimlerinin ilk dönem tasarım pratiklerini ortadan kaldırmadığı görülmektedir. Bu bağlamda endüstri ürünleri tasarımı günümüzde farklı ontolojik kabullere bağlı olarak, farklı epistemolojilerin ve metodolojilerin aynı anda kullanıldığı çok paradigmatlı bir bilim dalı ve pratik olmayı sürdürmektedir.

Çalışmada, felsefede özne-nesne düalizmi ile başlayan ontolojik tartışmaların endüstri ürünleri tasarımı pratiğindeki görünüşleri ve disiplinindeki farklı epistemoloji ve metodolojilere yansımaları, yıldız tasarım ile katılımcı tasarım üzerinden karşılaştırmalı yöntem ile tartışılmıştır. Yıldız tasarımın varlığa yaklaşımı Lukacs'ın ontolojisi ile ilişkilendirilirken, katılımcı tasarımın felsefi kökenleri Heidegger ontolojisi ile açıklanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Endüstri ürünleri tasarımı, katılımcı tasarım, yıldız tasarım, ontoloji, paradigma

## REFLECTIONS OF ONTOLOGICAL SHIFTS ON INDUSTRIAL DESIGN PRACTICES: STAR DESIGN AND PARTICIPATORY DESIGN

### Abstract

The products, designed by humans for humans, in which some individual, social and cultural values are embodied have functions to fulfill the needs as well as communicative functions to satisfy the desires raises questions about the relationship between the knowing subject and the known object.

In the historical process, it is seen that the new design practices that developed in consequence of the changes in subject-object presuppositions and paradigm shifts did not eliminate the previous design practices. Industrial design continues to be a multi-paradigmatic science and practice in which different epistemologies and methodologies are used simultaneously based on different ontological assumptions. In the study, the appearances of ontological discussions of philosophy, which started with subject-object dualism, in industrial product design practice and its reflections on epistemology and methodology are deliberate over star design and participatory design through the comparative method. While star design approach to realm of existence is associated with Lukacs' ontology, the philosophical origins of participatory design are expressed through Heidegger's ontology.

**Keywords:** Industrial design, participatory design, star design, ontology, paradigm.

## 1. Giriş

Bu makalede tasarım pratiğindeki farklı paradigmalara ontolojik ve epistemolojik tezler ışığında eleştirilmesi hedeflenmektedir. Bu yolla Findeli'nin tasarım yazınında gördüğü temel eksikliğe, birincil amacının nesnelere inşası ve üretimi olduğunu iddia eden tasarım alanının, nesne dünyasının özünü ve anlamını anlamaya çalışmak için herhangi bir eğilim göstermediği (2001), eleştirisine mütevazı bir katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Findeli tasarım alanındaki felsefi çalışma eksikliğine 2001 yılında işaret etmiş olsa da, günümüz yazınına bakıldığında bu eksikliğin devam ettiği görülmektedir. Tasarım yazınındaki felsefi çalışmalar ağırlıklı olarak giderek popüler bir pratik olan katılımcı tasarım metodu üzerine yapılmış, yıldız tasarım pratiği üzerine ise çalışma kapsamında yürütülen araştırma neticesinde herhangi bir çalışmaya denk gelinmemiştir.

Bu nedenle makalede, dayadıkları bilim felsefeleri olmak üzere, yıldız tasarım ile katılımcı tasarım paradigmaları arasında karşılaştırmalı yöntem uygulanmıştır. Çalışmada yıldız tasarım ile katılımcı tasarım pratiklerinin seçilmesindeki temel neden, bunların özneye ve nesneye ilişkin kabuller açısından birbirlerine en uzak duran iki tasarım pratiği olması, yıldız tasarım pratiğine ilişkin yazında felsefi herhangi bir çalışma olmayışı ancak katılımcı tasarım pratiğinin karşılaştırma için gerekli teorik referanslara sahip olmasıdır.

Katılımcı tasarım teorisi, kökenleri itibariyle katılımcı tasarım pratiğini incelemektedir. Ancak yıldız tasarımın pratiği, yıldız tasarım teorisini incelemektedir. Bu nedenle yıldız tasarım teorisine ilişkin yazında bilim felsefesine dayalı bir yaklaşım geliştirilmediği görülmektedir. Çalışmada yıldız tasarım paradigması Lukacs'ın ontolojisi üzerinden, katılımcı tasarım paradigması ise Heidegger'in ontolojisi üzerinden ele alınmış, bu ontolojik farklılıkların epistemolojik ve metodolojik yansımaları açıklanmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı tasarımın özünü anlamaya katkıda bulunmaktır. Temel dayanağını bilim felsefesi olarak ele alan bu çalışma aynı zamanda felsefede özne nesne arasındaki etkileşimin bir ürünü olan bilgi kavramının açıklanmasını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle çalışmanın bir sonraki kısmında düşünce tarihinde önemli yer kaplayan bilgi yaklaşımları ile bilim felsefesi kısaca açıklanmıştır.

## 2. Felsefede Özne ve Nesne, Bilim Felsefesi

Bilginin ne olduğu ve gerçek bilgiye nasıl ulaşılabileceği konusu eski çağlardan itibaren düşünce tarihinde tartışılan temel konulardandır. 17. Yüzyılda

deneye dayalı doğa bilimlerinin ortaya çıkışıyla, o zamana kadar felsefenin konusu olan bilgi, felsefeden bağımsız kuramsal bir etkinlik türü haline gelen bilimin de konusu olmuştur (Lektorski, 2016: 13). Böylece bilimsel bilgi, bilginin yapısı, içeriği ve gizil gücü yanında, bu bilginin günlük bilgiyle doğrulanma ve ilişkilendirilme yolları da filozofların incelemelerine konu olmuştur (Lektorski, 2016:13-14). Düşünce tarihinde bu dönem modern felsefe olarak adlandırılmaktadır. Modern felsefe, özne merkezli bilgi anlayışının belirginleştiği bir dönem olarak da öne çıkmaktadır.

Modern felsefenin kurucusu olarak kabul edilen Descartes'a göre bilgiye ulaşmanın tek yolu zihindir, zihin her şeyden önce gelir ve onu saf düşünceden uzaklaştıran duylardan arındırılmalıdır (Kant, 1783/2002: 62). Descartes'ın idealizminde düşünen varlıklardan başka hiçbir varlık yoktur; görüde algıladığımızı inandığımız diğer şeyler, sadece düşünen varlıklarda olan ve aslında kendi dışında başka bir varlıkta karşılığı olmayan tasarımlardır (Kant, 1783/2002: 63).

Kant Descartes'ın idealizminde maddi dünyanın varlığının inkâr edilmesini sorunlu bir yaklaşım olarak görür ve kendi yaklaşımını transandantal idealizm olarak adlandırır (1783/2002:62). Kant'a göre, "Şeyler bizim dışımızda bulunan duyu nesnelere olarak bize verilir; ne var ki, onların kendinde (numen) ne oldukları konusunda bilgi sahibi olamayız..." Kuşkusuz bizim dışımızda nesnelere vardır, kendinde ne oldukları bilgimizin dışında olmakla birlikte, duyusalığımız sayesinde biz ancak nesnenin bize görüldüğü kadarını (fenomen) bilebiliriz (Kant, 1783/2002:63-64). Kant, fenomen-numen ayırımında bilimsel bilginin olanaksız olduğunu iddia etmez, ancak nesnenin bilgisine olan erişimin fenomen dünyasıyla sınırlı olduğunu ifade eder. Kant'ın bu yaklaşımının bir anlamda bilime sınır çizme uğraşı olduğu söylenebilir.

Kant'a göre gerçekliğe, doğuştan gelen (apriori) yetiler sayesinde, ancak yaşam deneyimine bağlı (aposteriori) deneyler aracılığıyla ulaşılabilir (1783/2002:15). Kant kişisel deneyimler ile ulaşılan bilgilerin öznel ve göreceli olduğunu ancak deneylerin ortak bilince yönelik olarak tasarlanması, yani herkes için ve her yerde aynı şekilde gerçekleşebilecek şekilde tasarlanması ile bilimsel bilgiye nesnel biçimde de ulaşılabileceğini iddia eder (1783/2002:88-89).

Bilim dünyası da 20. yüzyıla kadar nesnel bilgi dünyasının varlığından kuşku duymamıştır (Lektorski, 2016:15). Ancak Newton fiziğinin Einstein tarafından çürütülmesi ile nesnel bilginin olanaklılığı üzerine tartışmalar derinleşmiştir. Özünde fizikçi ancak aynı zamanda bir bilim filozofu olan Kuhn'un 1962'de yayınlanan Bilimsel Devrimlerin Yapısı kitabı, bilimsel yöntemlerle

genel geçer bilgiye ulaşılabileceği iddiasında olan bilim dünyasında geniş yankı bulmuştur. Kuhn kitabında bilim insanlarının da öznellikten kaçamayacağı, varlığa ilişkin bakış açısını belirleyen paradigma kavramı üzerinden açıklamıştır (1962/1996:x-4). Kuhn'a göre bilim birikerek ve yanlışlardan arınarak değil ancak paradigmanın kısmen ya da tamamen farklı bir yeni-siyle değişmesiyle, bilimsel devrimler yoluyla ilerler (1962/1996:92).

Bir paradigma kendisine temel aldığı üç bilgi türünden oluşur: Gerçekliğin/varlığın doğasına ilişkin ontolojik, edinilmek istenen bilgiye ilişkin epistemolojik ve bilgiye nasıl ulaşılabileceğine ilişkin metodolojik (Dikeçligil, 2010). Bir paradigmadaki bu sayıltı çeşitleri ve sorgulamaları Tablo 1'deki gibidir.

Ontolojik Sayıltılar	Epistemolojik Sayıltılar	Metodolojik Sayıltılar
Gerçekliğin doğası nedir?	<b>Bilginin kaynağı?</b>	<b>Araştırma Süreci Nedir?</b>
Olgular arasındaki ilişkiler nasıldır?	Ne kadar bilebiliriz?	Araştırmanın amacı nedir?
<b>İnsanın doğası nedir?</b>	Bilim Nedir?	Araştırma raporunun dili?
<b>Toplumun doğası nedir?</b>	Bilgi edinmenin amacı nedir?	Araştırmada değerlerin rolü.
<b>Birey-toplum/yapı ilişkisinin doğası nedir?</b>	<b>Bilen ve bilinen arasındaki ilişki.</b>	

Tablo 1. Paradigmalarındaki sayıltılar (Dikeçligil, 2010)

Her ne kadar doğa bilimlerinde devrim gerçekleştikten sonra önceki paradigma geçerliliğini yitirse de Neuman'a (2006:120) göre sosyal bilimlerde farklı paradigmaların aynı anda yaşaması olanaklıdır. Endüstri ürünleri tasarımı da farklı paradigmaların aynı anda yaşadığı bir bilim dalıdır ve çalışma kapsamında yıldız tasarım ile katılımcı tasarım paradigmalarının karşılaştırmalı yöntem ile irdelenmesine Dikeçligil'in (2006) söylemiyle "unutulan ontolojiden" başlanmıştır. Varlığa karşı olan bu unutulmuş, Heidegger'e göre, günümüzde çatı bir metafizik anlayışı oluşturmuş, buna karşı metafiziğin ve daha sonra bilimin temelini tesis eden ontoloji ihmal edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın bir sonraki kısmında yıldız tasarım ve katılımcı tasarımla ilişkilendirilen Heidegger ve Lukacs ontolojileri kısaca açıklanmıştır.

### 3. Heidegger ve Lukacs Ontolojileri

Modern çağ filozofları, mevcut olanı anlamaya değil ancak onu öznelliğe indirgeyerek denetlemeye çalıştıkları anda gerçekliği kendileri tasarlamaya başlamışlar ve varlıktan uzaklaşmışlardır (Heidegger, 1998:17-18). Modern bilim de bu anlamda özne olarak insanın bir eseridir, modern insan doğayı daha fazla öğrenmek için araştırırken onu karşısına alır (Heidegger, 1998:19). Çünkü bilim adamının algısında doğa öznenin bir inşasıdır; bilim adamı şeylerin oldukları şekilde mevcut olmalarına izin vermez (Heidegger, 1998:19). Her şeye kullanım için el koyan bir talebi dayatır ve hiçbir şeyin kendinde olduğu şekliyle görülmesine izin vermez (Heidegger, 1998:22).

Heidegger modern felsefenin ve modern bilimin özneyi merkeze koyan yaklaşımına karşı çıkarak Greklerin varlığa bakışını örnek gösterir ve varlığın bir bütün olarak ele alınması gerektiğini ifade eder (1998:16-17). Heidegger'e (1998:31) göre insan kendini, bilincinin farkında bir özne olarak değil, varlık ile ilişkisi temelinde ve bu ilişki bakımından tanımlayabilir (1998:12). Bu hakikat varlığın gizini açmasıdır. İnsan bu gizini açmayı açığa çıkaramaz ya da ne zaman olup biteceğini bilemez ancak bu gizini açma insanın varlıkla olan ilişkisinde sürekli olarak olagelir (Heidegger, 1998:31-32).

Katılımcı tasarım sürecinde varlığa ilişkin bilgi, varlığın oluş hali içerisinde yakalanmaya çalışılır. Bu süreç, hem tasarımcı hem de kendi uzmanlıkları çerçevesinde iş gören diğerleri için varlıkla ilişki sırasında hakikatin açığa çıkarıldığı bir süreçtir. Bu bilgi üretim süreci, katılımcıların kendilerini de yeniden ürettikleri ve süreç içinde yeniden var-oldukları bir değişim sürecini de içerir.

Lukacs (2018:13) ise ontolojide sürekli olarak Latince şu terimi tekrarlar: "tertium datur" (üçüncü bir yol vardır). Lukacs, Toplumsal Varlığın Ontolojisi kitabında hem varlığı özne merkezli ele alan idealizmi hem de onu epistemolojiye indirgeyen Heidegger ve Hartmann gibi düşünürleri eleştirmekte ve varlığın Marks'ta olduğu gibi özne-nesne diyalektiği açısından ele alınması gerektiğini savunmaktadır (2018:13-16). İnsan, nesne ve doğaüstü arasındaki ilişkiler 17. yüzyıl öncesinde metafizik başlığı ile ilişkilendirilirken, söz konusu hususlar zamanla ontoloji başlığı altında irdelenmeye başlamıştır. Lukacs'ın (2018:16) ontolojisi 1920'lerde Heidegger ve 1930'larda Hartmann'ın ontoloji üzerine ilk defa yoğun bir düşünce sistemi geliştirildiği bir dönemde şekillenmiştir. Lukacs, diyalektiği yeniden tanımlama çabalarını ontoloji ile birleştirmiştir.

Lukacs ontolojide üç temel varlık alanı tarif eder (2018:20-26); organik

doğa, inorganik doğa ve toplumsal varlık. Düşünür bu anlamda Hartmann'ı takip eder. Hartmann Ontolojide Yeni Yollar 'da (Neue Wege der Ontologie) varlığı inorganik varlık, organik varlık, psişik varlık ve tinsel varlık olmak üzere dört katmanda ele almıştır. İnorganik varlık cansız varlıkları kapsayan, mekanik nedenselliğin hâkim olduğu katmandır; organik varlık ise organik sistemlerin, canlı metabolizmaların katmanıdır. Diğer iki katman ise insan ile ilişkilidir: Psişik varlık katmanında organik varlıkta novum olarak bilinç ortaya çıkar; tinsel varlık ise bu bilincin ortaklığını, kültürel ve tarihsel topluluk bilincini içerir. Lukacs tinsel ve psişik varlık katmanlarını tek bir alanda "toplumsal varlık" alanında birleştirir; ona göre bu unsurlar arasında kesin bir ayırım yapmak mümkün olmadığı gibi, insana dair olan herhangi bir varlık unsurunu salt bireysellik üzerinden ele almak da mümkün değildir. Dolayısıyla insan ile ilişkili olan tüm faaliyetler hem birbirleriyle bağlantılı hem toplumsal niteliktedir.

Lukacs'a (2018: 21) göre üç temel ontolojik alanın arasında bir tabiiyet ilişkisinden bahsedilemeyeceği gibi mutlak bir kopukluktan da bahsedilemez. İnsanlar birbirlerinden ayrılamayacak şekilde biyolojik ve toplumsal varlıklardır. İnsanla ilişkili olan her konuda biyolojik varlık ile toplumsal varlık diyalektik bir birlik içindedir. Lukacs (2018: 21) insanın ontolojik konumunu anlamak için emek ve erekbilim kavramlarına özel bir öncelik verir. Ona göre doğada nedenselliğe dayalı birliktelikler ve süreçler varken görüngüleri sonuçsal bir amaca göre açıklamaya yer yoktur. Emek faaliyeti ve onunla eş zamanlı gelişen konuşma ile birlikte ileriye dönük tasarımlar yapılır ve bu tasarımlara uygun olarak emek süreci gerçekleşir. Lukacs'a göre hayvanların bilişleri, nedensel-biyolojik bir kuralılığın uzantısı iken, insanlar tasarımla emek faaliyeti yürütür, doğayı bu tasarımlara, koyutlamalara (setzung) uygun olarak dönüştürürler. Lukacs'a göre doğanın içinden gelişen insan tasarımla doğadan uzaklaşır.

Nihayetinde Heidegger'in ontolojide esas çıkış noktası eyleyen insandır. Özne pozitif faaliyeti üzerinden kendisini ortaya koyar- var olur. Lukacs'ın ontolojisinde ise çıkış noktası özne-nesne, insan-doğa ve birey-toplum ilişkileridir. Özneleri ilişkisellik üzerinden tanımlar (2018: 27). İnsan faaliyetlerini daha sonra bu ilişkisellik üzerinden değerlendirir. Ancak bu değerlendirme sürecinde insanın etken ve düşünen bir varlık olduğunu vurgular; toplumsal varlığın temelinde insanın emek yoluyla doğayı dönüştürmesi olduğunu belirtirken, emek süreci ve üretim içinde "öznel" faktörün belirleyici bir öneme sahip olduğunu sürekli vurgular (Lukacs, 2018:28). Tam da bu nedenle bir yandan tüm insan faaliyetlerinin ontolojik bir temeli olduğunu belirtirken, diğer yandan da bu temelin hem nedensellik unsurunu hem de tasarımsal unsuru içerdiğini sürekli

olarak vurgular. Çalışmanın beşinci bölümünde ayrıntılı olarak açıklandığı gibi yıldız tasarımcı ürünlerinde belirleyici faktör de tasarımcıların öznel-eşsiz deneyimleridir. Aynı zamanda ürünün hedef kitlesi kendilerinin de içinde bulunduğu toplumsal varlıktır ve ürünlerin persona kurgusundan kullanım deneyimine kadar ürün, bu toplumsal varlık göz önüne alınarak tasarlanmaktadır.

Literatürdeki söz konusu felsefi okumalar bağlamında yıldız tasarım pratiğinin özünün Lukacs'ın ontolojisi ile olan benzerlikleri dikkat çekmektedir. Katılımcı tasarım metodunun çıkış noktası olan Heidegger ontolojisi ile ilişkisi ise önceden yapılmış akademik çalışmalar ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Karşılaştırılan tasarım pratiklerinin ontolojik yaklaşımlarının netleştirilebilmesi için çalışmanın bir sonraki aşamasında "tasarımda özne nedir" sorusunun yanıtı aranmıştır.

#### 4. Tasarımda Özne – Tasarımcı ve Persona

Personalar, hedef kullanıcıların kurgusal, somut ve özelleşmiş temsilleridir (Pruitt ve Adlin, 2006: 11). Bir persona, ortak davranış özelliklerini paylaşan hedef kullanıcıların toplamını temsil eder (yani gerçek kullanıcıların varsayımsal bir arketipidir). Persona tasarımcıların ürün tasarımı sürecinde kullanması için, potansiyel kullanıcılara yönelik yalın bir temsil sağlar.

Hem katılımcı tasarımda hem de yıldız tasarımcıda, tasarım sürecinin zorunlu bir bileşeni olarak persona kavramı karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu iki tasarım sürecindeki temel farklılıklardan biri personaya ilişkin kurgunun tasarlanması sürecinde yatmaktadır. Yıldız tasarımcı, personayı kişisel deneyimlerinden çıkarımlar yaparak kurgularken; katılımcı tasarım sürecinde gerçek kullanıcılar sürece dâhil edilir. Gerçek kullanıcılar dâhil edilse dahi, tasarlanan ürünün tek kullanıcıları katılımcılar olamayacağından, persona kurgusu zorunludur. Bu durumda persona, sınırlı sayıda gerçek kullanıcının eksik genellemesi yoluyla ulaşılan bir kişi olacaktır. Bu durumda özneye dönük tasarım bilgisinde ontolojik varsayımların temsil sorunu yaratmasının kaçınılmaz olduğu söylenebilir (Güneş ve Güneş, 2018).

Tasarımda paradigma değişimindeki temel etkenlerden birinin de ürünün ticari başarısının sağlam temellere dayandırılması çabasında personayı gerçek bireye yaklaştırma istemi olduğu söylenebilir. Gerçek kullanıcı hakkındaki somut bilginin, tasarımı başarıya götüreceği noktasında öncelikle kullanıcı araştırmaları kavramı ve nihayetinde kullanıcıların sürece etkin bir şekilde dâhil edildiği katılımcı tasarım metodu ortaya çıkmıştır. Yıldız tasarıma ilişkin olarak Forty (1986), tasarımın tamamıyla tasarımcının yetki alanı dâhilinde bir kavram olarak kabul edilmesini eleştirmektedir. Ona göre

tasarımcılar yaptıkları işi, ideolojinin tasarımın belirleyicisi olduğunu inkâr etmek pahasına, tüm güç onların ellerindeymiş gibi tanımlamaktadırlar. Oysa Forty'e (1986) göre bir ürünün başarısı için tamamen tasarımcının yaratıcılığına güvenilemez ve hiçbir ürün, onu kullanması öngörülen insanların ortak özelliklerine yönelik fikirler içermedikçe başarılı olamaz. Bu fikirler, tasarımcılar tarafından bir dereceye kadar öngörülüp kullanılabilse de tamamen onların kontrolleri dışındadır.

Bu çalışmada yıldız tasarım ve katılımcı tasarım yaklaşımlarının ürünün başarısındaki rollerine hiyerarşik biçimde yaklaşılmamaktadır. Forty'nin eleştirisini çürüten ürün örnekleri olduğu gibi, katılımcı tasarımın başarıya katkıda bulunduğunu destekleyen örnekler olduğu da görülmektedir. Çalışmada aynı anda yaşayan farklı paradigmalardaki ontolojik kabullerin, epistemolojide ve metodolojide yarattığı farklılıkların ortaya konulması amaçlanmıştır.

## 5. Yıldız Tasarım

Yıldız tasarımcılar (superstar designers), Marc Newman, Philippe Starck, Michael Graves gibi bağımsız çalışan veya sahip olduğu bağımsız bir danışmanlık firmasında çalışan tanınmış tasarımcılardır (Maciver, 2011). Alessi, Adidas, Target gibi müşteri firmalarca proje temelli olarak işe alınırlar ve çoğunlukla firma bünyesindeki tasarım ekibince desteklenirler. Maciver'a (2011) göre yıldız tasarım eğiliminin tetikleyicisi pazarda gücün üreticiden kullanıcıya kayması, kullanıcıların ürünlerin ortak yaratıcısı konumunu almaları ve tasarımın kitle pazarına elverişli hale gelmesidir. Buna rağmen Maciver (2011), tasarımda kullanıcı katılımının en düşük olduğu tasarım sürecinin yıldız tasarımcılarda olduğunu belirtmektedir.

Kullanıcı katılımının düşük olması, kullanıcı temsilinin olmadığı anlamına gelmemektedir. Bireysel tasarımda, tasarımcının gizemli, yaratıcı bir deha olduğuna ilişkin romantik bir algı vardır (Coyne ve Snodgrass, 1993). Oysa nihayetinde ürün öncelikle kullanıcı için tasarlanmaktadır ve tasarımcı, ürünün kullanılacağı çevreden etkilenen ve onu etkileyen toplumsal varlıktan bağımsız değildir. Rodgers'ın otuzdan fazla yıldız tasarımcı (Nick Crosbie, Karim Rashid, Ron Arad, Scott Henderson, Florence Doléac ve Olivier Sidet, Marcel Wanders vb.) üzerinden yaptığı araştırmanın (2006) sonucunda kültürel sermaye diğer bir ifade ile kültürel DNA'nın tüm tasarımcıları etkilediği ve tasarlanan ürünün gelişimine katkıda bulunan en önemli etken olduğu açığa çıkmıştır. Tasarımcıların ve hatta süper yıldız tasarımcıların bilinçli ya da istemsiz olarak yaratıcı ya da gelişigüzel biçimlerde kültürel DNA'larını tasarım süreçlerinde kullandıkları görülmektedir. Rodgers'a (2006) göre herhangi insan yapımı bir nesne, diğer insan yapımı nesnelere

içeren bir ekosistemde doğar. Bu ekosistem aynı zamanda bireyin o nesnelere ve mekânlarla olan etkileşimlerini ve deneyimlerini de içerir. Tasarım söz konusu olduğunda görünen o ki bu nesnelere ve deneyimler tasarımcıların günlük yaşamları ve kültürleriyle ilişkili olmak durumundadır (Rodgers, 2006). Tasarımcının gerçekliği zihnin ideleri ile sınırlanmamış, var olduğu ekosistemin sağladığı bilgilerle genişlemiş, toplumsal bir varlık olması ile şekillenmiştir.

Durgee'ye (2006) göre Philippe Starck ve Raymond Loewy tasarımda mükemmellik için özel sezgilerle kutsanmış gibi hissettirmektedir. Şiirsel bir övgü olsa da bu ifade özünde Descartesçi bir yaklaşıma işaret etmektedir. Kara kutu olarak görülen yıldız tasarım sürecinin dinamiklerini biraz olsun anlamak için yıldız tasarımcının kültürünün, kişisel deneyimlerinin ve ilgilerinin; kurguladığı personaya ve tasarladığı ürüne etkisini Philippe Starck'ın limon sıkacağı tasarımı üzerinden örneklemek açıklayıcı olacaktır. Limon sıkacağı tasarımının nasıl ortaya çıktığı sorulduğunda Starck'ın verdiği yanıt şöyledir: Bir gün restoranda mürekkep balığı şeklinde limon sıkacağı imgesi zihnimde canlandı ve çizmeye başladım. Peki, bu fikir o gün restoranda kalamar yiyen diğer kişilerin değil de neden Starck'ın aklına gelmişti? Lloyd ve Snelders (2003) "What was Philippe Starck Thinking Of" adlı çalışmalarında bu süreci ayrıntılı olarak açıklamaktadır. 1950'lerde henüz çocukken Philippe çoğunlukla uçak tasarımcısı olan babasının çizim tahtasının önünde uyuyakalmaktadır. Babası odadan çıktığında Philippe sık sık onun çalışmalarına göz atar ve kendi uçağında uçmayı hayal eder. Babasının vefat ettiği gençlik yıllarında, modern şeylere olan ilgisi (ne de olsa 1960'larda uçmak modern bir şeydir) devam etmektedir. Bilim kurgudan ve gelecek kurgusu da ilgi alanlarındandır. Godzilla ve Yasak Gezen en sevdiği filmler arasındadır. Neredeyse her kitabını okuduğu en sevdiği yazar Philipp Dick'in şu pasajları okuduğu günden bu yana aklındadır;

Pimi inceleyen Paul şöyle devam etti: 'Herkes bu reaksiyonu kolayca anlayabilir, işte biçimsiz hale gelene kadar erimiş bir metal parçası. Hiçbir şey ifade etmiyor. Herhangi bir tasarıma ya da kasıtlı bir amaca sahip değil. Safi amorf. Formdan mahrum, safi bir içerik olduğu dahi söylenebilir'.

Philippe, bilim kurgu karakterlerine bakmaktan hoşlanır ve zamanının çoğunu karakterleri ve nesnelere, özellikle ona babasını hatırlatan uzay gemilerini yeniden çizerek geçirmektedir. Organik evrim fikri onu büyülemektedir.

30'lu yaşlarında Philippe yıldız tasarımcı haline gelmiştir. İtalyan mutfak eşyaları üreticisi Alessi'den tasarım hizmeti teklifi alır. Alessi ile buluştuktan

sonra, İtalya'nın Capraia adasında kısa bir mola verir, siparişi beklerken limon sıkacağı tasarımı zihnini meşgul etmektedir. Geleneksel limon sıkacakları üzerine düşünürken tabak altlığına eskiz yapmaya başlar. Yemeği geldiğinde (bebek mürekkep balığı) kalemını bırakır, çatalıyla balığı ağzına götürürken durup bakar ve bunun sorunun çözümü olduğunu fark eder.

İlk önce mürekkep balığından geleneksel bir limon sıkacağı yapmaya çalışır, ancak bunun işe yaramayacağını anlar ve mürekkep balığı evrilmeye başlar. Eskizleri ona eskiden okuduğu eski çizgi romanları hatırlatır O sırada nereden okuduğunu hatırlamadığı "safi amorf" kelimeleri aklına gelir. Nihayetinde limon sıkacağına nasıl olacağı zihninde netleşir.

Ertesi sabah Alessi'yi arayıp, limon sıkacağı tasarladığını söyler ve sonrasında eleştiriler başlar. Bu ürün çalışmaz, limon sıkacağı işlevini yerine getirmiyor, kim bir Paella'nın tadını çıkarırken ağzına limon çekirdeği gelsin ister? Philippe bir süre düşündükten sonra ürününü sağlamlaştırmada şöyle bir persona kurgusu geliştirir:

Bazen ürünü "neden" tasarladığınızı seçmeniz gerekir. Bu durumda, ürün limon sıkma işlevini yerine getirse de asıl amacı limon sıkmak değildir. Bazen daha mütevazı bir servise ihtiyacınız olabilir: bir gece yeni evli bir çiftin evine damadın ebeveynleri yemeğe gelirler. Damat ve babası salonda futbol izlerken ilk kez damadın annesi ve gelin birlikte mutfağa giderler. Ortamda bir gerginlik vardır. Bu limon sıkacağı o ilk diyalogu başlatmak içindir.

Starck'ın bu kurgusu, Descartes'ın kanatlı atı gibi değildir. Tasarım bilgisi, yalnızca nihai sonucun ne olduğunu bilmekle ilgili değildir, çoğunlukla sonucun değerlendirileceği koşulların inşasıyla ilgilidir. Bu tür yargı, insan doğası faktörlerine, insanlar arasındaki dinamiklere ve bu sonuçları üreten uygulamalara dayanır (Poldma, 2015). Starck personayı kurgularken toplumsal bir varlık olarak kişisel olarak da deneyimlediği ikili ilişkilerdeki iletişim zorluğunu temel almıştır. Böyle bir senaryonun gerçekleşeceği kesin olmasa da ürünün asıl amacının iletişime zemin oluşturmak olduğu söylenebilir. Starck tam da Lukacs'ın ontolojisindeki gibi hem eşsiz özne hem de toplumsal bir varlık-birey olarak tasarımını gerçekleştirmiştir. Düşüncenin nesne ile olan ilişkisi ve düşüncede şeylere dair bir izlenim oluşturma yetisi tasarımın en önemli özelliğidir (Ulger, 2014). Starck kişisel deneyimleri, babasının uçak tasarımcısı olması, bilim kurguya ve çizgi romanlara ilgi duyması, en sevdiği yazar, okuduğu kitaplar ve dahası, onun o gün restoranda mürekkep balığı yerken başka kimsenin aklına gelmeyecek bir fikir ortaya çıkarmasını sağlamıştır.

## Katılımcı Tasarım

Katılımcı tasarım kökenleri itibarıyla sosyal bilimlerden alınan bir yöntemdir. Bilimde daha iyi bilinen ve kabul görmüş model ve kuramlar başka bir bilimde analogiler aracılığıyla kullanılmaktadır. Analogiler sadece metotları değil aynı zamanda değerleri de taşımaları bakımından önemlidir (Keler, 2016). Katılımcı tasarım da tasarımın bilimselleştirilme çabasında metot geliştirilmesinde analogi yöntemi ile katılımcı demokrasi kuramının işyeri demokrasisine yansması temel alınarak ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı demokraside bir karardan etkilenen herkesin kararın verilmesinde rol alması esas alınır. İşyeri demokrasisinde ise tüm çalışanların çalışma şartlarına etkisinin, iş düzenlemeleri ve karar vermedeki katılımları yoluyla sağlanmasını esas alınır (Spinuzzi, 2005). Ancak bilgisayar teknolojilerinin kendilerinin nasıl tasarlanacağını bilmedikleri için, işçiler bu teknolojileri basitçe reddetme pozisyonuna gelmiş ve böylece ilk olarak İskandinav'da çalışanların da bu sürece katılımını sağlayacak üçüncü bir yol önerilmiştir (Spinuzzi, 2005). Katılımcı tasarım başlarda Marksist bir yaklaşımla işçilerin güçlerinin artırılması ve işyerinde demokrasinin sağlanması amacıyla yola çıkmış, temel metodolojik prensipler aynı kalsa da zamanla kullanıcıların katılımının sağlandığı demokratik bir ürün tasarım süreci yaklaşımına evrilmiştir (Spinuzzi, 2005).

Schuler ve Namioka'ya (1993) göre katılımcı tasarım tam da uzman – bireysel tasarım kültürünün karşısında yerini almaktadır: Bireysel modelde aranılan kişi bir uzmandır. Tasarım problemi, nihayetinde sonucu üretecek bir uzmana sunulur. Bu yaklaşımda nihai sonuçtan etkilenecek olanlar kayıtsız ve sabırlı bir şekilde onları aydınlatacak uzmanı beklemelidirler. Katılımcı tasarım ise aksine etkin katılımı gerektirir. Yine de bu uzmanlığa karşı olmak anlamına gelmemektedir. Bununla birlikte, katılımcı tasarımda, bu özel uzmanlık, tartışmasız bir güç ve otorite kaynağı değil, başka bir kaynak haline gelir. Katılımcı tasarımda uygulayıcılar ve kullanıcılar arasında bir ortaklık kurulmalı ve her ikisi de projenin başarısı için sorumluluk almalıdır.

Grove McNeill (1988), tasarımın birdizi ayrık faaliyet olarak görülebileceğini ve uzmanlık seviyesinin tasarımcının çalışma biçimini etkilediğini ifade eder. Katılımcılar belirli anlarda birlikte çalışır ancak sonrasında bölünürler ve tasarlama işi yine uzmanlarca yapılır. Ancak katılımcı tasarım sürecindeki oluş hali hem tasarımcı hem de kendi uzmanlıkları çerçevesinde iş gören diğerleri için üretim sürecinde kendilerini de yeniden ürettikleri ve süreç içinde yeniden var-oldukları bir değişim sürecini de içerir.

Katılımcı tasarımın en temel motivasyonu demokrasidir (Schuler ve Namiona, 1993). Şöyle ki bir karar veya olayın nihai sonucundan etkilenen her birey, o sonucu etkilemede fırsat sahibi olmalıdır. Tasarım olgusu, içinde farklı boyutları ve disiplinleri barındıran karmaşık bir yapıya sahip olduğundan, çok boyutlu bir tasarım süreci; farklı disiplinleri ve farklı düzlemlerden insanları, tasarımcı ile kullanıcıyı birlikte çalışmaya yönlendirebilmelidir (Petric, Mayer, Jonti ve Ucelli:2002, Aktaran: Baba, 2010). Farklı disiplinleri bir araya getirdiği için sosyal bir değeri de olan kullanıcı katılımı kavramı, tasarım süreci içerisinde yer almakta ve kullanıcının süreç sonrası deneyimlerini de kapsamaktadır (Baba, 2010).

Katılımda sosyal etkileşimin sağlanması elzemdir. Öyleyse katılımcı tasarımdaki esas amacın, bireysel çaba ile başarılamayacak bir sonucun, sosyal etkileşimle- süreçten tüm etkilenenlerin katılımı ile elde edilmesinin yattığı söylenebilir. Bu ilkenin temeli ise Heidegger'in ontolojisinde yatmaktadır. "Gündelik nesnelere ile gerçekleştirdiğimiz eylemlerden tarihsel okumalara kadar Dasein'in içinde bulunduğu bütün durumlarda çalışan hermenötik döngüde amaç ideal bir bilgiye ulaşmak değil olası tefsirlerin temel koşullarını gerçekleştirmektir" (Heidegger, 2011: 161-162; Aktaran: Kesti ve Güneş, 2018). Tasarımcının bilgisinin temeli kişisel deneyimlerinde bulunamaz ancak varlıkları oluş halinde gözlemlemesi, dahası bu oluş halinin içinde bulunması ile pratik ile sağlanabilir. Pratiğin bir parçası olarak bilgi, sosyal yapıları ve süreçleri üretmek ve yeniden üretmek hem de onların bir üretimi biçiminde sosyal olarak anlaşılmalıdır (Ehn, 1988: 60, Aktaran: Kesti ve Güneş, 2018).

## 7. Sonuç

Çalışmada endüstri ürünleri tasarımındaki iki farklı paradigma, felsefede özne nesne ilişkisi ve ontoloji açısından tartışılmıştır. Literatür araştırması kapsamında yıldız tasarıma ilişkin bir ontolojik kabule rastlanmamıştır. Yıldız tasarım yazını üzerinden yapılan çıkarımlar ile söz konusu pratiğin ontolojisinin felsefede Lukacs'ın ontolojisiyle örtüştüğü açığa çıkmıştır. Katılımcı tasarımın ise hali hazırda çoğunlukla Heidegger ontolojisi olmak üzere Hartmann ontolojisi üzerinden de tartışıldığı görülmektedir.

Çalışma içeriğinde ayrıntıları ile izah edilen Lukacs ontolojisi ve Heidegger ontolojisinin pratikte epistemoloji ve metodoloji farklılaşması açısından tasarıma etkisi aşağıdaki gibi (Tablo 2) özetlenmiştir.

	Ontoloji	Epistemoloji	Metodoloji
<b>Yıldız Tasarım</b>	Lukacs'ın Toplumsal Varlığı	Bilgi öznel ve toplumsaldır, paylaşılabilen ve iletilebilen deneyimler, kavramlar, değerler, inançlar ve çalışma biçimleridir.	Öz İletişim
<b>Katılımcı Tasarım</b>	Heidegger'in Dasein'1.	Bilgi bilen ve bilinenin etkileşimi sırasında oluşur.	Hermenötik

Tablo 2. Yıldız tasarımcı ile katılımcı tasarım paradigmasında sayılılar

Ontoloji bilginin konusu olan gerçekliğin doğasına ilişkin iken, epistemoloji edinilmek istenen bilginin mahiyetine, metodoloji ise söz konusu bilgiye nasıl ulaşılabileceğine ilişkindir.

Saint-Exupéry ve arkadaşları (2000), bilgiyi, paylaşılabilen ve iletilebilen deneyimler, kavramlar, değerler, inançlar ve çalışma biçimleri olarak tanımlar. Bu anlamda bilgi de varlık gibi hem öznel hem toplumsaldır. Özne bilgiyi bir içsel iletişimle elde eder. Bu iletişim süreci içsel olduğu ve çoğunlukla başkalarına tam anlamıyla iletilemeyeceği için "kara kutu" mahiyetindedir. Çünkü kişisel deneyimler, düşünceler ve akıl yürütme biçimleri başkaları için erişilebilir değildir. Yıldız tasarımcı pratiğinde bilginin, Lukacs'ın ontolojisindeki eşsiz ve toplumsal birey tarafından, öz iletişim yöntemiyle elde edildiği düşünülmektedir.

Heidegger'in hermenötik<sup>1</sup> epistemolojisinde ise bilen ve bilinen arasındaki bir yabancılaşma yadsınarak, bilginin bilenden, bilenin ise bilinenden uzaklaşması engellenir (Küçükalp, 2003). Bilginin etkileşim sırasında oluşması ve yorumlama ile elde edilmesini öngören bu yaklaşım, ontolojiyi epistemolojiye indirgediği için eleştirilir. Katılımcı tasarımda, tasarımcı ile sonuçtan etkilenenlerin süreçte birlikte yer alması bilginin varlığı- oluşumu ile bilginin elde edilmesi arasındaki ayrımı ortadan kaldırır. Ancak bilginin

<sup>1</sup> Sosyal, kültürel ve tarihsel her türlü veriyi analiz etme ve yorumlamada hermeneutik düşünme veya bilişsel tutum, tikelden/bireysel olandan bütüne ve bütünden bireysel/tikel olana giden bir hareket ortaya koyar. Günümüzde hermeneutik daire olarak bilinen bu düşünme biçimi, bireysel olanın sadece bütün aracılığıyla anlaşılabilmesi ve bireysel/tikel olanın her açıklamasının bütününlü anlaşılmasını gerektirdiği kabulüne dayanmaktadır (Gadamer, 2009: 43-44; Aktaran: Coşkun, 2018).

yorumlanması ve nihayete ulaştırması yine tasarımcının kontrolündedir.

Tasarım pratiğine bakıldığında ise ontolojik, epistemolojik ve metodolojik farklılıklara rağmen; tasarım süreci her ikisinde de bireysel tasarımı gerektirdiği için faaliyetlerin doğasının tam olarak değişmediği varsayılabilir. Bu anlamda ontoloji, epistemoloji ve metodolojideki belirgin farkların, tasarım yapma biçimine yansımadağı; son ürüne yansıyan tasarım kararlarında bilginin elde edilme ve bilgiden çıkarım yapma biçiminin değiştiği ancak bunun tasarımcının iş yapma biçimini ancak dolaylı olarak etkilediği söylenebilir.

Endüstri ürünleri tasarımında, farklı ontolojik kabullere dayanan yıldız tasarım ve katılımcı tasarım paradigmasının bir arada var olabilmelerinin nedeni, birinin bir diğerinin ortadan kalkmasını sağlayacak gerekçeleri üretemeyişidir. Tekeli'ye göre genel olarak modernitenin tek ve üstün çözümlere yönelmiş dünyasının eleştirilmesi üzerinde post modernitenin oluşmaya başlamasıyla birlikte bir paradigmanın diğerine göre üstünlüğünü savunmanın gerekçelerini üretmek zorlaşmıştır. Çok paradigmalılık, Tekeli'nin ifadesi ile "sosyal bilimlerin alanının evrensel geçerliliği olan doğruluk iddialarından uzaklaşması" (2006) olarak yorumlanabilir. Tasarım alanında ise bu çok paradigmalılığı, üzerine uzlaşmış bir hakikatin olmayışının yanı sıra piyasa gereklilikleri de desteklemektedir. Firmaların bağımsız ve proje temelli istihdam ettikleri yıldız tasarımcılardan beklentileri, pazara yön verebilecek yenilikçi fikirlerdir. Bu tanınmış tasarımcılar aynı zamanda firma için bir reklam kaynağıdır ve maliyetleri yüksektir. Katılımcı tasarımda ise amaç pazarı yönlendirmek değil, kullanıcı ihtiyaçlarını en etkin biçimde belirlemektir. Bilim alanına Henri Poincare'nin konvansiyonalizmi çerçevesinde yaklaşırsa, her paradigmanın bir uzlaşma olduğu ve varlığını belli kullanımlarda işe yaradıkça sürdürebileceği söylenebilir (Tekeli, 2006).



## Kaynakça

- Baba, E. C. (2010). "Tasarım Sürecinde Katılımcı Yaklaşımlara Dair Bir Değerlendirme İstanbul Levent Bölgesinde Alan Çalışması", *Tasarım+ Kuram dergisi*, 6(9-10), 21-53.
- Coşkun, S (2018). "Sosyal Bilimlerde Metodoloji Problemi", *Dört Öge*, (13), 59-72.
- Coyne, R. ve Snodgrass, A. (1993). "Cooperation and individualism in design", *Environment and Planning B: Planning and Design*, 20(2), 163-174.
- Dikeçligil, B. (2010). "Bilimsel Paradigmaların Oluşumunda Ve Dönüşümünde Sosyolojik Bağlam", *Toplum Bilimleri*, 4(7), 53-61.
- Dikeçligil, F. B. (2006). "Sosyal Bilimler Epistemolojisinde Sorunların Kaynağı: Ontolojii Unutmak", *Toplum Bilimleri*, 47-67.
- Durgee, J. F. (2006). "Freedom for Superstar Designers? Lessons from Art History", *Design Management Review*, 17(3), 29-34
- Findeli, A. (2001). "Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, And Ethical Discussion", *Design Issues*, 17(1), 5-17.
- Forty, A. (1986). *Objects of Desire: Designs and Society 1750-1980*. Londra: Thames and Hudson.
- Gero, J. S. ve Mc Neill, T. (1998). "An Approach to the Analysis of Design Protocols", *Design Studies*, 19(1), 21-61.
- Güneş, S. ve Güneş, Ç. (2018). "Design and New Ontology", *Online Journal of Art and Design*, 6(3), 90-105.
- Heidegger, M. (1998) *Tekniğe İlişkin Soruşturma* (Çev. D. Özlem ) (İkinci Basım). İstanbul: Paradigma Yayınları, 85.
- Kant, I. (2002). *Gelecekte Bilim Olarak Ortaya Çıkabilecek Her Metafizığe Prolegomena* (Çev. Kuçuradi, I. ve Örnek, Y.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, 153.
- Keler, R. H. (2016). *Values, Practices, and Philosophy of Science*, Doktora Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kesti, H. S. ve Güneş, S. (2018). "Katılımcı Tasarımın Felsefi Kökenlerine Dair Bir Soruşturma ve Hartmann'ın Yeni Ontolojisi", *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (22), 193-209.
- Kuhn, T. S. (1996). *The Structure of Scientific Revolutions (Third Edition)*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 212.

- Küçükalp, K. (2003). *Modern Epistemolojik Kriz ve Postmodern Epistemoloji*. Bilimname: Düşünce Platformu, 1-2.
- Lektorski, V. A. (2016). *Özne, Nesne, Biliş* (Çev. Ş. Alpagut). İstanbul: Yordam Kitap, 366.
- Lloyd, P ve Snelders, D. (2003). "What Was Philippe Starck Thinking of?", *Design Studies*, 24(3), 237-253.
- Lukacs, G. (2018). *Toplumsal Varlığın Ontolojisi: Hegel Marx Emek* (Çev. D. Kılıç). İstanbul: Nota Bene Yayınları.
- Maciver, F. (2011). *Comprehending the Evolving Leadership Role of the Consultant Designer in the New Product Development Process in Mature Product Categories*, Doctoral Theses, Technological University Dublin, Dublin.
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (Çev. Özge, S.). İstanbul: Yayın Odası Yayınları, 355.
- Poldma, T. (2015). "The Dynamics of Theory and Practice in Design Learning: Contexts, Service and a Discipline in Evolution", *The Journal of Interior Architecture Special Issue 1*, 92-109.
- Pruitt, J. S. ve Adlin, T. (2006). *Persona Conception and Gestation, The Persona Lifecycle; Interactive Technologies*. Morgan Kaufmann: San Francisco: USA, 162-271.
- Rodgers Paul, A (2006). "Learning from "Superstar Designers", *Design Computing and Cognition*. Amsterdam: Springer.
- Sainter, P, Oldham, K., Larkin, A., Murton, A. ve Brimble, R. (2000, September). "Product Knowledge Management within Knowledge-Based Engineering Systems", In *Design Engineering Technical Conference*, Baltimore, Setembro.
- Schuler, D. ve Namioka, A. (Editörler.). (1993). *Participatory Design: Principles and Practices*. CRC Press.
- Spinuzzi, C. (2005). "The Methodology Of Participatory Design", *Technical Communication*, 52(2), 163-174.
- Tekeli, İ. (2006). "Çok Paradigmali bir Sosyal Bilim Alanında Yaşamak". *Felsefe ve Sosyal Bilimler-Muğla Üniversitesi Felsefe ve Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildirileri*, 145-157.
- Ülger, E. H. (2014). "Tasarım" Kavramı Üzerine Felsefi Meditasyonlar", *Türk Felsefe Derneği Yayını*, 179.