



Mobilya Tasarım Sürecinde Toplumların Kültürel Niteliklerinin Etkisi ve Özgün Türk Mobilyasının Tanınırlığının Araştırılması

Önder TOSUN^{1*} , Mustafa ALTUNOK² , İhsan KÜRELİ² , Ali KASAL³ 

¹Ahmet Yesevi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 06350, Altındağ/ANKARA

²Gazi Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaışleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, 06500, Yenimahalle/ANKARA

³Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaışleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, 48000, Merkez/MUĞLA

Makale Bilgisi

Araştırma makalesi
Başvuru: 15/07/2023
Düzeltilme: 11/09/2023
Kabul: 14/09/2023

Anahtar Kelimeler

Mobilya
Tasarım
Özgün
Kültür
Türk Mobilyası
Tasarımcı

Article Info

Research article
Received: 15/07/2023
Revision: 11/09/2023
Accepted: 14/09/2023

Keywords

Furniture
Desing
Orijinal
Culture
Turkish Furniture
Designer

Grafik Özet (Graphical/Tabular Abstract)

Bu çalışmada, mobilyanın tasarlanması sürecinde toplumların kültürel özelliklerinin mobilya tasarımına etkisi ve özgün Türk mobilyasının tanınırlığı incelenmiştir. / In the process of designing furniture, the influence of cultural characteristics of societies on furniture design and the recognition of original Turkish furniture were examined.

Sıra	Genel Sorular	1	2	3	4	5	X	S
		%	%	%	%	%		
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	1,1	2,8	15,4	38,0	42,7	4,18	0,87
2	Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	2,5	9,1	24,0	40,8	23,7	3,74	1,00
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	1,8	4,7	18,0	36,8	38,7	4,06	0,96
4	Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	25,2	30,6	22,9	10,5	10,9	2,51	1,27

Şekil A: Mobilya tasarımı genel sorular / Figure A: Furniture design general questions

Önemli noktalar (Highlights)

- Mobilya tasarımı / Furniture desing
- Kültürel nitelikler / Cultural qualities
- Özgün Türk mobilyası / Orijinal Turkish murniture

Amaç (Aim): Bu çalışmada; mobilya tasarımı aşamasında tasarımcının tasarımı yaparken içinde bulunduğu toplumsal niteliklerin, kendi kültürel özelliklerinin ve küresel eğilimlerin mobilya tasarımına etkisinin ve özellikle de özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında tanınırlığının araştırılması amaçlanmıştır. / In this study; at the furniture design stage, it is aimed to investigate the impact of the designer's social qualities, his own cultural characteristics and global trends on furniture design, and especially the recognition of original Turkish furniture in the world markets.



Özgünlük (Originality): Toplumların kültürel niteliklerinin mobilya tasarımına etkisi, özgün Türk mobilyasının olup olmadığı, var ise özellikleri, yok ise olması için yapılması gerekenler gibi önemli konular hakkında literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olup yapılan bu çalışma ile bu boşluğun doldurulacağı düşünülmektedir. / There is no study in the literature on important issues such as the effect of cultural qualities of societies on furniture design, whether there is original Turkish furniture, if so, its features, and if not, what needs to be done to create it, and it is thought that this gap will be filled with this study.

Bulgular (Results): Tasarımcıların kimliklerinin, toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillendiği, tasarımcıların küresel eğilimleri takip etmeleri gerektiği, mobilyanın çizgisel değerlerinin toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmesi gerektiği belirlenmiştir. / It has been determined that the identities of designers are shaped under the influence of the cultural characteristics of their societies, designers should follow global trends, and the linear values of furniture should be associated with the cultural character of the society.

Sonuç (Conclusion): Özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilinmediği, belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için, kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirmek gerektiği, özgün Türk mobilyasının yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınması gerektiği belirlenmiştir. / It has been determined that authentic Turkish furniture is not known in the world markets, that in order to design furniture that bears the identity characteristics of a particular culture, it is necessary to discover its own values, examine and evaluate its own culture more deeply, and that authentic Turkish furniture must carry local/cultural and global values together.



Mobilya Tasarım Sürecinde Toplumların Kültürel Niteliklerinin Etkisi ve Özgün Türk Mobilyasının Tanınırlığının Araştırılması

Önder TOSUN^{1*} , Mustafa ALTUNOK² , İhsan KÜRELİ² , Ali KASAL³ 

¹Ahmet Yesevi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 06350, Altındağ/ANKARA

²Gazi Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaçışleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, 06500, Yenimahalle/ANKARA

³Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Teknoloji Fakültesi, Ağaçışleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, 48000, Merkez/MUĞLA

Makale Bilgisi

Araştırma makalesi
Başvuru: 15/07/2023
Düzeltilme: 11/09/2023
Kabul: 14/09/2023

Anahtar Kelimeler

Mobilya
Tasarım
Özgün
Kültür
Türk Mobilyası
Tasarımcı

Öz

Bu çalışmada, endüstriyel bir ürün olan mobilyanın tasarlanması sürecinde toplumların kültürel özelliklerinin ve küresel eğilimlerin mobilya tasarımına etkisi ve özgün Türk mobilyasının tanınırlığının araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında, Ankara ve İstanbul illerinde görev yapmakta olan ilgili akademisyenlerin, mobilya ve iç mekân tasarımı alanı öğretmenlerinin ve bu illerdeki mobilya firmalarında her kademede çalışan temsilcilerinin görüşlerini ortaya koymak hedeflenmiştir. Nicel araştırma tekniği ile yürütülen araştırmada, ilgili çalışma evreninden tesadüfi yöntemle seçilen 726 kişiye konuya ilişkin bir anket uygulanmış, elde edilen sonuçlara ait veriler analiz edilerek değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerektiği, tasarımcıların kimliklerinin toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillendiği, tasarımcıların küresel eğilimleri takip etmeleri ve onları etkilemeleri gerektiği, özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında tanınırlığının olmadığı, buna göre de belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirmek gerektiği sonucu çıkmıştır. Bu bağlamda, özgün Türk Mobilyasının tanınırlığının artırılması için Türk kültürüne ait motifler, semboller, desenler kullanılarak mobilyalar tasarlanması, bu kapsamda tasarım okulları açılması ve bu konuda projeler yürütülmesi önerilmektedir.

Investigating the Effect of Cultural Characteristics of Societies on the Furniture Design Process and the Recognition of Original Turkish Furniture

Article Info

Research article
Received: 15/07/2023
Revision: 11/09/2023
Accepted: 14/09/2023

Keywords

Furniture
Desing
Original
Culture
Turkish Furniture
Designer

Abstract

In this study, it is aimed to investigate the impact of cultural characteristics of societies and global trends on furniture design and the recognition of original Turkish furniture in the process of designing furniture, which is an industrial product. Within the scope of the study, it was aimed to reveal the opinions of relevant academicians working in Ankara and Istanbul, furniture and interior design field teachers and representatives working at all levels in furniture companies in these provinces. In the research conducted with the quantitative research technique, a survey on the subject was applied to 726 people randomly selected from the relevant study population, and the data of the results were analyzed and evaluated. According to the results of the study, in order to design furniture that bears the identity characteristics of a particular culture, it is necessary to discover its own values and examine its own culture more deeply, designers' identities are shaped under the influence of the cultural qualities of their societies, designers need to follow global trends and influence them, original Turkish furniture is not recognized in world markets, Accordingly, it has been concluded that in order to design furniture that bears the identity characteristics of a particular culture, it is necessary to discover its own values, examine and evaluate its own culture more deeply. In this context, in order to increase the recognition of authentic Turkish Furniture, it is recommended to design furniture using motifs, symbols and patterns belonging to Turkish culture, to open design schools in this context and to carry out projects on this subject.

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Mobilya tarihi, mobilyanın çağlar boyunca geçirdiği aşamaları ve bu aşamalar süresince uğradığı önemli değişiklikleri inceleyen bilim dalıdır. Çünkü mimarlık ile mobilya arasında parça bütün ilişkisi vardır. Bir başka deyişle mobilya, mimarının özellikle iç mimarının bir donatım aracı, bir aksesuarıdır. Bu nedenle mobilyanın çağlar boyunca gelişimi incelenirken onu doğrudan etkileyen kültürel kimliğe de önem verilmelidir [1].

İnsanlar tarih boyunca mobilyayı evlerinde kullanmış, mekân ve mobilyalarına zamanın ruhunu, modasını ve kültürünü yansıtmışlardır. Mobilya tasarımcılarının içinde buldukları kültürün niteliklerine, temel tasarım eleman ve ilkelerine hâkim olmaları ve bu ilkeleri uygun şekilde tasarımlarının sanatsal boyutunda kullanmaları gerekir [2].

Mobilya, yapıların iç düzenini kurmak amacıyla sonradan yerleştirilen ve çeşitli gereksinimlerini karşılayan eşyadır. Mobilyaların görünürdeki kullanım amaçlarıyla oturmak, yemek yemek, yatmak, yazı yazmak, eşya depolamak yoluyla günlük pratik yaşamı kolaylaştırmaktadır [3].

Mobilya tasarım sürecinde yaşanan zamanın, toplumların kültürel özelliklerinin ve küresel eğilimlerin etkisinin olup olmadığı her zaman merak konusu olmuştur. Mobilya tasarlanırken tasarımcının ait olduğu toplumun niteliklerinin, değerlerinin tasarımcı üzerinde etkisi, özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında tanınırlığı, özgün Türk mobilyasının yerel, küresel değerleri taşıyıp taşımadığı ile ilgili görüşlerin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Bu görüşün ne kadar doğru olup olmadığı ile ilgili Türk mobilya tasarım ve üretimi ile ilişkili olduğu düşünülen; ilgili akademisyenlerin, mobilya tasarım öğretmenlerin ve mobilya firma temsilcilerinin görüşleri ile ortaya çıkarılmasının daha gerçekçi olabileceği değerlendirilmektedir.

Mobilya tasarımı son yıllarda daha da önem kazanmakta olup insanlar aldıkları mobilyalarda kendi kültürlerinden özellikler olmasını istemektedirler. Mobilya sektöründe faaliyet gösteren özellikle büyük firmalar bünyelerinde tasarım birimleri kurmakta, araştırma geliştirme faaliyetleri yürütmektedirler [4]. Ancak yapılan bu geç kalmış girişimler henüz istenilen düzeyde etkili olamamakta özgün tasarımlar ortaya çıkarılamamaktadır. Yapılan alan araştırmasında bu konunun hak ettiği ölçüde yer bulamadığı görülmüş olup, konuyla ilgili literatür aşağıda verilmiştir.

İrez, kitabında, XIX. yüzyıl Osmanlı saraylarında görülen mobilya üsluplarının zengin örneklerini içeren Dolmabahçe Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, Yıldız Sarayı-Şale Köşkü mobilyalarını incelemiş, Türklerin batı mobilyasını ilk defa Tanzimat'la tanıdıklarını, Küçükerman kitabında ise, 1870'li yıllarda mobilya tasarımı ve üretiminin Osmanlı yaşamının doğal bir parçası olduğunu, ithal ürünlerin yanı sıra artık İstanbul'da birçok atelyede ciddi boyutlarda üretim yapıldığını, Yıldız Sarayı'ndaki yeni mekânların tasarım ve mobilyalarıyla yarattığı etkilerin yıllar boyu sürdüğünü belirtmiştir [6].

Arıburun çalışmasında, Dolmabahçe, Beylerbeyi ve Yıldız Saraylarında yaşanan sosyokültürel değişimi, kullanılmaya başlayan Batılı anlamda hareketli mobilyalar, özellikle de yemek mobilyaları üzerinden sorgulamıştır. Çalışma sonucunda Osmanlı Batılılaşmasını sadece son yüzyıla indirgemenin doğru olmayacağı ve etkileşimin iki yönlü olduğunun anlaşılması gerektiği, yemek yeme biçimlerindeki değişim örneğinden yola çıkarak sosyokültürel değişimin sürekli ve farklı girdilerle şekillendiği ortaya konulmuştur [7].

Öztürk, XV. ve XVI. Louis stili mobilya tasarımları ile ilgili tezler, kitaplar, dergiler, makalelerden yararlanarak literatür araştırması olarak yürüttüğü çalışmada, mobilya tasarımlarının üretim yöntemleri ve tasarımı etkileyen kavramlar açısından ele alınarak günümüzdeki örnekleri ile karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak, günümüzde yapılan üretimlerde; XV. ve XVI. Louis stili mobilya tasarımlarının özelliklerini tam olarak yansıtmayan, daha az maliyete sahip, estetik ve ergonomik olmayan örneklerle rastlandığını, bu stil mobilyaların aslına uygun örneklerle güncel ileri teknolojilerin yardımıyla üretilmesinin yararlı olacağını belirtmiştir [8].

Erdem araştırmasında, mobilya tasarım tarihinin gelişim süreci ve Art Deco dönemindeki tasarım ilkeleri ve gelişim süreci ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, mobilyaların Art Deco ile gösterişli ve coşkulu tasarımlardan uzaklaşarak, sade formlara ve zarafete geri dönüş ihtiyacı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, Art Deco akımının kökeninde geleneksel el sanatları atelyelerinde sade ve zarif üretimlere dayandığı, fakat endüstri Devrimi'nin getirdiği makineleşmeye bağlı olarak seri ve hızlı üretimden etkilendiği bildirilmiştir [9].

Gürleyen araştırmasında, özgün Türk mobilyasının yaratılmasında kullanılabilecek tasarım öğelerinin tarama yöntemi ile elde edilmesi ve bunlardan yararlanarak prototip ürünler tasarlanmasını

amaçlamıştır. Belirlenen tarama evreninde mobilya tasarımına ışık tutacak olan motifler ve sanat eserleri incelenerek derlenmiştir. Seçilen örnek motifler, günümüz modern mobilya çeşitleri üzerine yansıtılmaya çalışılarak, bilgisayar ortamında tasarımlar oluşturulmuştur. Yeni oluşturulan farklı mobilya tasarımları Siteler ve çıkırcıklar yokuşu bölgesinde hizmet veren mobilya satıcılarının beğenisine sunulmuş olumlu fikirleri alınmış, özgün çizgileri olan tasarımlardan oluşan ve üretilebilirliği olan Türk mobilyasına ihtiyaç duyulduğu bildirilmiştir [10].

Burdurlu vd. tarafından farklı demografik özellikli mobilya kullanıcılarının klasik sandalyelerle ilgili stil ve renk tercihleri araştırılmıştır. Bu amaçla bir anket hazırlanmış ve hazırlanan anket Ankara'da farklı semtlerinde farklı meslek gruplarından farklı demografik özellikli 400 kişiyle tesadüfi örnekleme ilkelerine göre, yüz-yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, herhangi bir özellik göz önüne alınmadan Duncan Phyfe 1, Queen Anne, Rönesans, Colonial ve Duncan Phyfe 2 stillerinin en çok tercih edildiği; kahverengi, beyaz ve sarı renkler ve bu renklerin tonlarının da en çok tercih edilen renkler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, demografik özelliklere göre stil ve renk tercihlerinde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir [11].

Abdelrazik çalışmasında, küreselleşmenin anlamı ile kültürel kimlik ve yaratıcılık arasında kültürel bağlantı kurmayı ve bunun mobilya tasarım sürecine etkilerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Sonuçta, tarih, dil, din ve geleneklerin kültürü etkilediği, bunun da insanlar üzerinde çeşitli alanlarda olduğu gibi mobilya tasarımında da kişileri, milletleri etkilediği sonucuna varmıştır [12].

Şişman çalışmasında, Ankara ve Kayseri illerindeki döşemeli mobilya üreten işletmelerin üretim teknolojilerine yönelik karşılaştıkları sorunları belirleyerek bunlara çözüm önerileri getirilmesini amaçlamıştır. Bu illerde tesadüfi seçilen 55 işletmede anket uygulanmış ve işletmelerin yaşamış oldukları sorunlar belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, işletmelerin büyüklükleri, hukuki yapıları ve buldukları ilin özellikleri bakımından, işletmelerin karşılaştıkları teknolojik sorunların da değiştiği tespit edilmiştir. Sonuç olarak; işletmelerin yaşamış oldukları teknolojik sorunları en aza indirebilmeleri için yeni teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri gerektiği sonucuna varılmıştır [13].

Demirci çalışmasında, toplam 608 işletmeye yüz yüze görüşme tekniği ile anket uygulanmış ve Türkiye Mobilya Endüstrisinin yapısı ve sorunlarını tespit edip çözüm önerileri sunmayı amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda mobilya endüstrisinin en önemli sorununun eğitimli eleman yetersizliği olduğu tespit edilmiştir. Bunu, hammadde, teknoloji ve enerji yetersizliği sorunlarının izlediğini bildirmiştir. Ayrıca, özgün tasarım eksikliği de önemli bir başka sorun olarak ortaya çıkmıştır [14].

Üstüner tarafından yapılan çalışmada, Ankara'da bulunan mobilya ve dekorasyon firmalarının hangi alanlarda çalıştığı ve ne gibi problemlerle karşılaştıklarına yönelik mevcut durumun saptanması ve tespit edilen problemlerin çözümüne katkı sağlayacak önerilerin getirilmesi amaçlanmıştır. Ankara'da tesadüfi olarak seçilen 51 adet işletmeye araştırma anketi uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, firmaların temel sorunları; hammadde yetersizliği, hammaddelerde ve üretimde standartların olmaması, teknolojik yeniliklere ulaşamama, tasarımlarda çoğunlukla katalog ve internetteki sitelerde bulunan ürünlerin taklit edilmesi, siparişe bağlı illerde düzenli bir üretim planlamasının yapılamaması, yaratıcı ve üretken elemanların eksikliği ve yetersizliği ve etkili tanıtım için kaynak ayrılabilmesinin saptanmıştır [15].

Türkmen tarafından yapılan çalışmada, İngiltere mobilyasına tarihsel süreç bağlamında değinilmiş ve mevcut durum pazara yön veren tasarımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırmaya dâhil edilen tasarımcıların yanıtları doğrultusunda belirginleşen güncel yaklaşımlar ele alınmıştır. Bu araştırmayı desteklemek amacıyla ayrıca, İngiltere mobilya pazarında yer alan 22 adet firmanın mobilya tasarımları incelenmiş; elde edilen bilgiler ve görüşmelerden elde edilen bulgular doğrultusunda İngiltere pazarı için 3 farklı seri mobilya tasarımı gerçekleştirilmiştir [16].

Toplumların kültürel niteliklerinin mobilya tasarımına etkisi, özgün Türk mobilyasının olup olmadığı, var ise özellikleri, yok ise olması için yapılması gerekenler gibi önemli konular hakkında literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olup yapılan bu çalışma ile bu boşluğun doldurulacağı düşünülmektedir. Çalışma ilgili akademisyenlerin, mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmenlerinin ve mobilya firma temsilcilerinin cinsiyet, meslek, eğitim durumları, mezun oldukları bölümler, mesleki kıdemleri, görev yaptıkları il veya ilçe, yaşanan şehirlere göre görüşlerinin farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya

çıkartılması için Ankara ve İstanbul'da yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada mobilya tasarımı aşamasında tasarımcının tasarımı yaparken içinde bulunduğu toplumsal özelliklerin kendi kültürel niteliklerinin ve küresel eğilimlerin mobilya tasarımına etkisinin ve özellikle de özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında tanınırlığının araştırılması amaçlanmıştır.

Buna göre nicel ölçek ile yürütülen araştırmanın hipotezi olarak katılımcıların "belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için, kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirmek gerekip gerekmediği, tasarımcıların kimliklerinin her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenip şekillenmediği, tasarımcıların küresel eğilimleri takip edip etmedikleri, özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında bilinip bilinmediği, mobilyanın ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi olup olmadığı, mobilyanın çizgisel değerlerinin toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilip ilişkilendirilemeyeceği, özgün Türk mobilyasının yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşıyıp taşıyamayacağı" ile ilgili görüşleri" birbirinden farklıdır şeklinde belirtilmiştir.

2. YÖNTEM (METHOD)

2.1. Araştırma Yöntemi (Research Method)

Endüstriyel bir ürün olan mobilyanın tasarlanması sürecinde, toplumun kültürel niteliklerinin, küresel eğilimlerin mobilya tasarımına etkisine, özgün Türk mobilyasının Dünya pazarlarında bilinirliğine, özgün Türk mobilyasının yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşıyıp taşıyamamasına ilişkin; katılımcıların görüşleri doğrultusunda betimlemeyi amaçlayan bu araştırma nicel araştırma yöntemi ile yürütülmüştür. Araştırmada veri elde edebilmek üzere araştırmacı tarafından Ankara ve İstanbul illerinde ilgili Üniversitelerin ilgili bölümlerinde görevli akademisyenler, mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmenleri ve mobilya firma temsilcilerinin görüşlerini belirlemek üzere geliştirilen nicel veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracının uygulanabilmesi için Gazi Üniversitesi Etik Komisyonundan 08.05.2018 tarihli onay alınmıştır.

2.2. Çalışma Grupları ve Örneklem Büyüklüğü (Study Groups and Sample Size)

Araştırma evrenini akademisyenler, öğretmenler ve mobilya firma temsilcileri olmak üzere 3 katılımcı grubu oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında geliştirilen ankete; Ankara'da yer alan Hacettepe,

Gazi ve Ortadoğu Teknik Üniversiteleri, İstanbul'da bulunan Marmara, Mimar Sinan Güzel Sanatlar ve Yıldız Teknik Üniversiteleri akademisyenlerinin katılması sağlanmıştır. Katılım sağlayan akademisyenler, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Ağaçişleri Endüstri Mühendisliği, Mimarlık, İç Mimarlık, Sanat Tarihi ve Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümlerinde görev yapanlardan tercih edilmiştir. Anketlere ayrıca, 2018-2019 eğitim öğretim yılında, Ankara ve İstanbul illerinde bulunan mesleki ve teknik Anadolu liselerinde görev yapmakta olan mobilya ve iç mekân tasarımı alanı öğretmenleri ile 2016 yılı itibarıyla Ankara ve İstanbul illerinde bulunan mobilya firmalarında çalışan mobilya temsilcilerinin de katılması sağlanmıştır.

YÖK istatistiklerine [17] göre 2018-2019 eğitim öğretim yılında belirtilen Üniversitelerin ilgili bölümlerinde toplam 443 akademisyen görev yapmaktadır. Örgün eğitim istatistikleri, iki ilin İl Milli Eğitim Müdürlüklerinden ve okul yönetimleriyle iletişime geçilerek alınan güncel bilgilere göre 2018-2019 eğitim öğretim yılında belirtilen okullarda toplam 215 mobilya ve iç mekân tasarımı alanı öğretmeni görev yapmaktadır. ORAN Orta Anadolu Kalkınma Ajansı-TR72 Mobilya Sektör Raporu, Haziran 2016'ya [18] göre Ankara ve İstanbul illerinde bulunan mobilya firmalarında çalışan toplam 65695 mobilya firma temsilcisi görev yapmaktadır. Araştırmanın hedef evrenindeki kişilerin sayısının, araştırmacının ulaşamayacağı büyüklükte olması, kaynak maliyeti ve süre gereksiniminin fazla olması nedeniyle evrenden örneklem alma yoluna gidilmiştir.

Ankara ve İstanbul illerindeki toplam 6 farklı Üniversitedeki araştırma kapsamına alınan ilgili bölümlerdeki akademisyenler için her bir Üniversite birer tabaka olarak ele alınmış ve tabakalardaki akademisyen sayıları, tabakaların örneklem büyüklükleri oranında hesaplanmıştır. Ankara ve İstanbul illerindeki mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmenleri için farklı illerin her biri de yine birer tabaka olarak ele alınmış ve tabakalardaki öğretmen sayıları, tabakanın örneklemdeki büyüklükleri oranında hesaplanmıştır. Mobilya firma temsilcileri için de farklı illerin her biri birer tabaka olarak ele alınmış ve tabakalardaki firma çalışan sayıları, tabakanın örneklemdeki büyüklükleri oranında hesaplanmıştır.

Araştırmanın örnekleminde akademisyen, öğretmen ve firma temsilcilerini temsil eden ve örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında yaygın olarak kullanılan Cochran'ın [19] tabakalı örneklemede örneklem büyüklüğü 1 ile hesaplanmaktadır.

$$n = \frac{t^2(PQ)/d^2}{1 + \left(\frac{1}{N}\right)t^2(PQ)/d^2} \quad (1)$$

n = Örneklem Büyüklüğü

N = Evren Büyüklüğü

d = Tolerans düzeyi (0,05)

t = Güven Düzeyinin Çizelge Değeri (t=1,96)

PQ = (0,50)x(0,50)=0,25 maksimum örneklem büyüklüğü için örneklem yüzdesini göstermektedir.

Formülle hesaplamalar yapıldığında araştırmanın evreni olan akademisyenler, öğretmenler ve firma temsilcilerini $\alpha= 0,05$ anlamlılık ve %5 tolerans düzeyinde; belirtilen Üniversitelerde görevli 206 akademisyen, belirtilen illerde görevli 138 mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmeni ve belirtilen

illerde mobilya firmalarında çalışan 382 mobilya firma temsilcisi, olmak üzere asgari 726 kişinin temsil edebileceği varsayılmıştır [20]. Araştırmada evrendeki alt grupların belirlenip bunların evren büyüklüğü içindeki oranlarıyla örneklemde temsil edilmelerini sağlamayı amaçlayan tabakalı örnekleme yöntemi dikkate alınmaktadır [21].

Araştırmanın akademisyen örneklemini oluşturan ilgili Üniversitelerin, ilgili bölümlerdeki Profesör, Doçent, Doktor Öğretim Üyesi, Öğretim Görevlisi, Araştırma Görevlisi unvanlarında görevli olanları kapsamaktadır. Çizelge 1’de bölümler bazında akademik personel sayıları, Çizelge 2’de İstanbul’da bulunan akademisyenler, Çizelge 3’te Ankara’da bulunan akademisyenlerden anket uygulananlara ait sayılar verilmiştir.

Çizelge 1. Bölümler bazında akademik personel sayıları (Number of academic staff by departments)

Bölüm Adı	Kişi S.	Üniversite Adı	Kişi S.	Üniversite Adı	Kişi S.
Ağaçşileri End. Müh.	16	Yıldız Teknik Ü.	121	Gazi Ü.	66
Mimarlık	283	Mimar Sinan GSÜ	136	Hacettepe Ü.	22
İç Mimarlık	49	Marmara Ü.	20	Orta Doğu Teknik Ü.	78
Endüstri Ürünleri Tas.	64	Toplam	277	Toplam	166
Sanat Tarihi	31				
Toplam	443				

Çizelge 2. İstanbul’da bulunan akademisyenlerden anket uygulanan sayılar (Numbers surveyed by academics in Istanbul)

Evrende	İstanbul’da toplam 129 akademisyen
	Yıldız Teknik Üniversitesi’nde; 56 akademisyen
	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’nde; 63 akademisyen
	Marmara Üniversitesi’nde; 10 akademisyen

Çizelge 3. Ankara’da bulunan akademisyenlerden nicel anket uygulanacak sayılar (Numbers to be surveyed by academics in Ankara)

Evrende	Ankara’da toplam 77 akademisyen
	Gazi Üniversitesi’nde; 31 akademisyen
	Hacettepe Üniversite’sinde; 10 akademisyen
	Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nde; 36 akademisyen

Araştırmanın İç Mekân Tasarımı alanı öğretmenleri evreni hesaplaması için öncelikle, Ankara’da 24 farklı mesleki ve teknik eğitim kurumunda toplam 95 mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmeni bulunduğu belirlenmiştir [22]. İstanbul’da ise 16

farklı mesleki ve teknik eğitim kurumunda toplam 120 mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmeni bulunmaktadır [23]. Çizelge 4’te Ankara ve İstanbul’daki öğretmenlerden nicel anket uygulanan öğretmen sayıları verilmiştir.

Çizelge 4. Ankara ve İstanbul'daki öğretmenlerden nicel anket uygulanan sayılar (Numbers of teachers in Ankara and Istanbul who received a quantitative survey)

Ankara'da	61 Öğretmen
İstanbul'da	77 Öğretmen

Mobilya firma temsilcileri evreninin hesaplanması için öncelikle, Ankara'da 5361 mobilya firmasında 30062 kişi istihdam edildiği tespit edilmiştir. İstanbul'da ise 6458 mobilya firmasında 35633 kişi

istihdam edilmektedir [18]. Çizelge 5'te Ankara ve İstanbul'daki firma temsilcilerinden nicel anket uygulanan sayılar verilmiştir.

Çizelge 5. Ankara ve İstanbul'daki firma temsilcilerinden nicel anket uygulanan sayılar (Quantitative survey numbers from company representatives in Ankara and Istanbul)

Ankara'da	174 firma temsilcisi
İstanbul'da	208 firma temsilcisi

2.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi (Development of Data Collection Tool)

Araştırmanın veriler toplayabilmek üzere geliştirilen veri toplama aracı kullanılmıştır. Ankara ve İstanbul illerinde görevli ilgili Üniversitelerin ilgili bölümlerinde görevli akademisyenler, mobilya ve iç mekân tasarımı alan öğretmenleri ve mobilya firmaları temsilcilerinin görüşlerini belirlemek üzere anket formu geliştirilmiştir. Araştırmada verilerin toplanması aşamasında Ankara ve İstanbul illerindeki ilgili Üniversitelere, ilgili Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerine ve bu illerdeki özellikle mobilya sanayi bölgeleri olan Ankara'da Siteler sanayi sitesi, İvedik OSB, Akyurt sanayi sitesi ve Hasanoğlan sanayi sitesi, İstanbul'da ise Modoko sanayi sitesi, Masko sanayi sitesi gibi büyük ölçekli mobilya firmalarının bulunduğu mobilya sanayi bölgelerine araştırmacı tarafından bizzat gidilerek veriler toplanmıştır [4].

Veri toplama aracı için önce konuyla ilgili alan incelenmiş; ancak alanda hazırlanması planlanan ölçeğe benzer bir ölçek ya da ankete rastlanmamıştır. Bu noktada verileri toplamak amacıyla orijinal bir ölçek geliştirmek üzere önce konuyla ilgili kavramlar ve alan ayrıntılı bir biçimde taranmıştır. Mobilya tasarımı konusunda, tasarım kavramı, ilkeleri, özgün tasarım kavramı, kültür, toplumun değerleri kavramları araştırılmıştır. Akademisyenler için Üniversitelerdeki ders içerikleri, öğretmenler için mesleki ve teknik Anadolu liselerinde okutulan ders içerikleri MEGEP ders içeriklerinden, mobilya firma temsilcileri için firma standart donatımları, Çalışma ve İş Kanunlarına göre çalışan kişi sayısına göre firmaların büyüklükleri araştırılmıştır.

2.4. Verilerin İstatistiksel Analizi ve Değerlendirilmesi (Statistical Analysis and Evaluation of Data)

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Package for Social Sciences) Paket Programı ile analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler olarak ortalama, standart sapma ve yüzde dağılımlar verilmiştir. Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı Kolmogorov-Smirnov testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda verilerin normal dağılıma uymadığı görülmüştür. İki parametreden oluşan değişkenlere yönelik karşılaştırmalarda Mann Whitney U test, ikiden fazla parametreden oluşan verilere ilişkin karşılaştırmalarda ise Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar %95 ($p < 0.05$) anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR (RESULTS)

Bu bölümde araştırma verileri ile ilgili analizlere yer verilmiş olup ilk olarak ankete katılan kişilerin demografik bilgileri ile ilgili tanıtıcı istatistiklere ve analizlere yer verilmiştir. Bu kapsamda katılımcıların cinsiyetleri, meslekleri, eğitim düzeyleri, bölümleri, mesleki kıdemleri ve görev yaptıkları yer ile ilgili frekans analizleri yer almaktadır. Sonrasında tüm katılımcılara sorulan mobilya tasarımı ile ilgili soruların ortalama ve standart sapmaları hesaplanmış ve bu soruların demografik verilere göre analizi Mann Whitney U ve Kruskal Wallis analizleri ile yapılmıştır. Devamında akademisyenlere, öğretmenlere ve firma temsilcilerine ayrı ayrı sorulan soruların ortalama ve standart sapmaları hesaplanmış ve bu soruların demografik verilere göre analizi Mann

Whitney U ve Kruskal Wallis analizleri ile Katılımcıların demografik verilere ilişkin bulguları yapılmıştır. Çizelge 6'da verilmiştir.

3.1. Demografik Verilere İlişkin Bulgular

(Findings Regarding Demographic Data)

Çizelge 6. Katılımcıların demografik verilere ilişkin bulguları (Participants' findings regarding demographic data)

Katılımcıların		N (Sayı)	%
Cinsiyeti	Kadın	215	29,66
	Erkek	511	70,34
	Toplam	726	100
Mesleği	Akademisyen	206	28,4
	Firma Temsilcisi	380	52,4
	Öğretmen	140	19,2
	Toplam	726	100,0
Eğitimi	Üniversite	294	40,2
	Lisansüstü	249	34,4
	Yüksekokul	108	14,9
	Lise ve altı	75	10,3
	Toplam	726	100,0
Bölümleri	Ağaçşleri Endüstri Mühendisliği	37	5,1
	Mimarlık	88	12,1
	İç Mimarlık	79	10,9
	Sanat Tarihi	11	1,5
	Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	9,6
	Mobilya ve İç Mekân Tasarımı Öğretmeni	148	20,4
	Diğer	293	40,4
	Toplam	726	100,0
Mesleki kıdemi	1-10 yıl	270	37,2
	11-20 yıl	257	35,4
	21 yıl ve üstü	199	27,4
	Toplam	726	100,0
Görev yeri	İl	661	91,0
	İlçe	65	9,0
	Toplam	726	100,0
İli	Ankara	405	55,8
	İstanbul	321	44,2
	Toplam	726	100,0

Katılımcılar arasında erkek katılımcılar ağırlıktadır. Katılımcıların %70,34'ü erkek iken %29,66'sı kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların arasında firma temsilcisi katılımcılar ağırlıktadır. Katılımcıların %52,4'ü firma temsilcisi, %28,4'ü akademisyen ve %19,2'si öğretmendir. Katılımcıların eğitim durumlarında üniversite mezunları ağırlıktadır. Katılımcılar arasında üniversite mezunlarının oranı %40,15 iken lisansüstü mezunlarının oranı %34,35, yüksekokul mezunlarının oranı %14,9 ve lise mezunlarının oranı %10,3'tür. Katılımcıların bölümleri incelendiğinde katılımcıların %20,4'ü mobilya ve iç mekân tasarımı öğretmenliği bölümünde, %12,1'i mimarlık, %10,9'u iç mimarlık, %9,6'sı endüstri

ürünleri tasarımı, %5,1'i ağaçşleri endüstri mühendisliği ve %1,5'i sanat tarihi bölümündedir. Katılımcıların %40,4'ü diğer bölümlerde olup bu yüzdeyi firma temsilcileri oluşturmaktadır. Katılımcıların mesleki kıdemleri incelendiğinde katılımcıların %37,2'sinin 1-10 yıl arası, %35,4'ünün 11-20 yıl arası ve %27,4'ünün 21 yıl ve üstü mesleki kıdemi olduğu görülmektedir. Katılımcıların %91'i il merkezinde görev yaparken %9'u ilçe merkezinde görev yapmaktadır. Katılımcıların %55,8'i Ankara'da, %44,2'si İstanbul'da görev yapmaktadır (Çizelge 6).

3.2. Mobilya Tasarımı Genel Sorularına İlişkin Bulgular

(Findings on General Questions of Furniture Design)

Tüm katılımcılara mobilya tasarımı ile ilgili 6 soru sorulmuştur. Sorular 5'li Likert tipi (1 Hiç

katılmıyorum, 2 Çok az katılıyorum, 3 Orta derecede katılıyorum, 4 Büyük ölçüde katılıyorum, 5 Tamamen katılıyorum) sorulardır. Sorulara verilen cevapların ortalama ve standart sapmaları ve yüzdeleri Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Mobilya tasarımı genel sorular yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapmaları (Furniture design general questions percentage distribution, mean and standard deviations)

Sıra	Genel Sorular	1	2	3	4	5	X	S
		%	%	%	%	%		
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	1,1	2,8	15,4	38,0	42,7	4,18	0,87
2	Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	2,5	9,1	24,0	40,8	23,7	3,74	1,00
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	1,8	4,7	18,0	36,8	38,7	4,06	0,96
4	Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	25,2	30,6	22,9	10,5	10,9	2,51	1,27
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.	2,5	9,5	25,9	41,5	20,7	3,68	0,99
6	Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.	3,3	8,3	35,4	30,4	22,6	3,61	1,03
1 Hiç katılmıyorum, 2 Çok az katılıyorum, 3 Orta derecede katılıyorum, 4 Büyük ölçüde katılıyorum, 5 Tamamen katılıyorum. X: ortalama, S: standart sapma								

Katılımcıların büyük çoğunluğu belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerektiğine inanmaktadır. Katılımcıların %80,7'si bu soruya büyük ölçüde veya tamamen katılmıştır. Aynı şekilde katılımcılar tasarımcıların kimliklerinin her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillendiğini düşünmektedir. Katılımcıların %64,5'i bu soruya büyük ölçüde veya tamamen katılmıştır. Katılımcılar tasarımcıların küresel eğilimleri takip etmesi gerektiğini, onlardan etkilenmesi ve etkilemesi gerektiğini de düşünmektedir. Katılımcıların %75,5'i bu soruya büyük ölçüde veya tamamen katılmaktadır. Buna karşın katılımcılar Özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilindiğine katılmamaktadır. Katılımcıların %55,8'i bu soruya hiç katılmamış veya çok az katılmıştır. Katılımcıların %21,4'ü ise

bu soruya büyük ölçüde veya tamamen katılmıştır. Katılımcılar büyük çoğunluğu mobilyanın çizgisel değerlerinin toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmesi gerektiğine inanmaktadır. Katılımcıların %62,2'si bu soruya tamamen veya büyük ölçüde katılmaktadır. Yine katılımcıların büyük çoğunluğu Özgün Türk mobilyasının yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşıması gerektiğine inanmaktadır. Katılımcıların %53'ü bu soruya büyük ölçüde veya tamamen katılmaktadır. Mobilya tasarımı ile ilgili genel soruların normallik analizi yapılmış ve bu soruların normal dağılım göstermedikleri tespit edilmiştir. Yapılan Kolmogorov-Smirnov testine göre tüm sorularda $p < 0,05$ olarak hesaplanmıştır (Çizelge 8). Bu sonuca göre soruların dağılımı normal değildir.

Çizelge 8. Katılımcıların mobilya tasarımı ile ilgili genel sorularına ilişkin Kolmogorov-Smirnov testi analizi sonuçları (Kolmogorov-Smirnov test analysis results regarding participants' general questions about furniture design)

Normallik Testleri				
Sıra	Katılımcılara Sorular	Kolmogorov-Smirnov		
		KS Testi	SD	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	0,253	726	0,000
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	0,247	726	0,000
3	Tasarımcı küresel trendleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	0,230	726	0,000
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	0,214	726	0,000
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	0,247	726	0,000
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.	0,193	726	0,000

SD: serbestlik derecesi, p: anlamlılık

Mobilya tasarımı ile ilgili genel sorular normal dağılım göstermediği için demografik veriler ile ilgili yapılacak analizlerde parametrik olmayan analizler uygulanmıştır. İlk olarak cinsiyete göre soruların farklılık gösterip göstermediğini tespit

etmek için Mann Whitney U Testi uygulanmıştır. Mann Whitney U Testi parametrik olmayan iki bağımsız grup arasında anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için kullanılmaktadır. Mann Whitney U Test sonuçları Çizelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 9. Mobilya tasarımı genel soruların cinsiyete göre Mann Whitney U analizi sonuçları (Mann Whitney U analysis results of furniture design general questions according to gender)

Sıra	Sorular	Cinsiyet	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir	Kadın	215	4,11	0,861	0,065
		Erkek	510	4,22	0,873	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	Kadın	215	3,61	1,007	0,021
		Erkek	510	3,80	0,992	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	Kadın	215	4,05	0,933	0,776
		Erkek	510	4,06	0,966	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	Kadın	215	2,22	1,146	0,000
		Erkek	510	2,63	1,301	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	Kadın	215	3,64	0,951	0,310
		Erkek	510	3,70	0,999	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.	Kadın	215	3,43	0,939	0,001
		Erkek	510	3,68	1,055	

Analiz sonuçlarına göre erkek ve kadın katılımcılar arasında 3 soruda anlamlı farklılık vardır. “Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının

kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.” sorusunda erkek katılımcıların ortalaması kadın katılımcılardan yüksek olup erkek katılımcılar bu

soruya daha fazla katılmışlardır. Bu durum “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.”, “Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.” soruları için de geçerlidir. Genel olarak tüm sorularda erkek katılımcıların ortalaması kadın katılımcılardan yüksektir.

Katılımcıların mesleklerine göre sorularda anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için Kruskal Wallis testi kullanılacaktır. Kruskal Wallis testi parametrik olmayan 3 veya daha fazla grup arasındaki anlamlı farklılığı tespit etmek için kullanılmaktadır. Kruskal Wallis test sonuçları Çizelge 10’da verilmiştir.

Çizelge 10. Mobilya tasarımı genel soruların mesleğe göre Kruskal Wallis analizi sonuçları (Kruskal Wallis analysis results of furniture design general questions by profession)

Sıra	Sorular	Meslek	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	Akademisyen	206	4,17	0,810	0,541
		Firma Temsilcisi	380	4,22	0,858	
		Öğretmen	139	4,14	0,972	
		Toplam	725	4,19	0,867	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	Akademisyen	206	3,65	0,869	0,077
		Firma Temsilcisi	380	3,74	1,100	
		Öğretmen	139	3,86	0,873	
		Toplam	725	3,74	0,998	
3	Tasarımcı küresel trendleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	Akademisyen	206	4,22	0,732	0,035
		Firma Temsilcisi	380	3,94	1,066	
		Öğretmen	139	4,14	0,889	
		Toplam	725	4,06	0,956	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	Akademisyen	206	1,53	0,622	0,000
		Firma Temsilcisi	380	3,13	1,264	
		Öğretmen	139	2,28	0,993	
		Toplam	725	2,51	1,272	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	Akademisyen	206	3,54	0,870	0,001
		Firma Temsilcisi	380	3,69	1,060	
		Öğretmen	139	3,89	0,890	
		Toplam	725	3,69	0,983	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.	Akademisyen	206	3,56	0,934	0,500
		Firma Temsilcisi	380	3,63	1,084	
		Öğretmen	139	3,64	0,985	
		Toplam	725	3,61	1,023	

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre meslek grupları arasında 3 soruda anlamlı farklılık vardır. “Tasarımcı küresel trendleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.” Sorusunda (3.soru) en yüksek ortalama öğretim elemanlarına (4,22) ait olup en düşük ortalama firma temsilcilerine (3,94) aittir. “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda (4.soru) ise akademisyenlerin ortalaması (1,53) diğer meslek gruplarına göre çok düşüktür. Bu soruda en yüksek ortalama firma temsilcilerine aittir (3,13). Buna göre öğretim elemanları özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilinmediğine

inanırken firma temsilcileri dünya pazarında bilindiğine inanmaktadır. “Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda (5.soru) ise en yüksek ortalama öğretmenlere (3,89), en düşük ortalama öğretim elemanlarına (3,54) aittir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre sorularda anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis test sonuçları Çizelge 11’de verilmiştir.

Çizelge 11. Mobilya tasarımı genel soruların eğitim durumuna göre Kruskal Wallis analizi sonuçları
(Kruskal Wallis analysis results of furniture design general questions according to education level)

Sıra	Sorular	Okul	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	Yüksekokul	108	4,15	0,915	0,683
		Üniversite	291	4,23	0,865	
		Lisansüstü	249	4,16	0,859	
		Lise ve altı	75	4,16	0,871	
		Toplam	723	4,18	0,870	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	Yüksekokul	108	3,74	1,053	0,288
		Üniversite	291	3,80	1,031	
		Lisansüstü	249	3,70	0,889	
		Lise ve altı	75	3,61	1,138	
		Toplam	723	3,74	1,000	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	Yüksekokul	108	3,92	0,987	0,068
		Üniversite	291	4,10	0,991	
		Lisansüstü	249	4,14	0,800	
		Lise ve altı	75	3,80	1,174	
		Toplam	723	4,06	0,956	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	Yüksekokul	108	3,07	1,372	0,000
		Üniversite	291	2,82	1,240	
		Lisansüstü	249	1,73	0,872	
		Lise ve altı	75	3,08	1,148	
		Toplam	723	2,51	1,273	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	Yüksekokul	108	3,55	1,062	0,000
		Üniversite	291	3,88	0,975	
		Lisansüstü	249	3,55	0,888	
		Lise ve altı	75	3,59	1,116	
		Toplam	723	3,68	0,986	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımalıdır.	Yüksekokul	108	3,51	1,098	0,068
		Üniversite	291	3,72	1,002	
		Lisansüstü	249	3,52	0,980	
		Lise ve altı	75	3,60	1,162	
		Toplam	723	3,61	1,029	

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre meslek grupları arasında 2 soruda anlamlı farklılık vardır. “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda (4. soru) ise lisansüstü mezunlarının ortalaması (1,73) diğer eğitim durumu gruplarına göre düşük olup bu soruda en yüksek ortalama lise ve yüksekokul mezunlarına aittir (3,07). Buna göre lisansüstü mezunları özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilinmediğine inanırken lise ve yüksekokul mezunları dünya pazarında bilindiğine inanmaktadır. “Mobilya ürün

olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda (5.soru) ise en yüksek ortalama üniversite mezunlarına (3,88), en düşük ortalama lisansüstü ve yüksekokul mezunlarına aittir. Katılımcıların bölümlerine göre sorularda anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis test sonuçları Çizelge 12’de verilmiştir.

Çizelge 12. Mobilya tasarımı genel soruların katılımcıların bölümlerine göre Kruskal Wallis analizi sonuçları (Kruskal Wallis analysis results of furniture design general questions according to participants' sections)

Sıra	Sorular	Bölüm	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	Ağaçşileri Endüstri Mühendisliği	37	4,30	0,909	0,008
		Mimarlık	88	3,90	0,898	
		İç mimarlık	79	4,34	0,696	
		Sanat Tarihi	11	4,55	0,688	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	4,07	0,937	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	4,16	0,962	
		Diğer	293	4,24	0,822	
		Toplam	726	4,18	0,870	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	Ağaçşileri Endüstri Mühendisliği	37	4,14	0,918	0,000
		Mimarlık	88	3,31	0,914	
		İç Mimarlık	79	3,94	0,979	
		Sanat Tarihi	11	4,00	0,447	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	3,53	1,018	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	3,82	0,938	
		Diğer	293	3,77	1,034	
		Toplam	726	3,74	0,999	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	Ağaçşileri Endüstri Mühendisliği	37	4,14	0,787	0,116
		Mimarlık	88	3,99	0,864	
		İç Mimarlık	79	4,24	0,895	
		Sanat Tarihi	11	4,55	0,934	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	4,03	0,932	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	4,13	0,890	
		Diğer	293	3,98	1,045	
		Toplam	726	4,06	0,956	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	Ağaçşileri Endüstri Mühendisliği	37	2,46	1,238	0,000
		Mimarlık	88	1,48	0,773	
		İç Mimarlık	79	2,58	1,116	
		Sanat Tarihi	11	1,45	0,522	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	2,00	1,192	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	2,32	1,025	
		Diğer	293	3,07	1,299	
		Toplam	726	2,51	1,272	

Çizelge 12'nin devamı

5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	Ağaççşleri Endüstri Mühendisliği	37	3,95	0,911	0,000
		Mimarlık	88	3,31	0,927	
		İç Mimarlık	79	3,86	0,873	
		Sanat Tarihi	11	4,00	0,894	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	3,33	0,944	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	3,86	0,919	
		Diğer	293	3,70	1,036	
		Toplam	726	3,68	0,985	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.	Ağaççşleri Endüstri Mühendisliği	37	4,16	0,986	0,000
		Mimarlık	88	3,14	0,776	
		İç Mimarlık	79	3,80	0,838	
		Sanat Tarihi	11	4,18	0,751	
		Endüstri Ürünleri Tasarımı	70	3,17	1,035	
		Mobilya ve İç mekân Tasarımı Öğretmeni	148	3,66	1,001	
		Diğer	293	3,69	1,084	
		Toplam	726	3,61	1,027	

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre bölümler arasında 5 soruda anlamlı farklılık vardır. “Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için; kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirebilmek gerekir.” sorusunda (1. soru) Sanat Tarihi bölümünden olan katılımcıların ortalaması (4,55) en yüksek, Mimarlık bölümünden katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,90). “Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.” sorusunda (2. soru) ise Ağaççşleri Endüstri Mühendisliği bölümünden olan katılımcıların ortalaması (4,14) en yüksek, Mimarlık bölümünden katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,31). “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” Sorusunda (4. soru) diğer bölümlerden olan katılımcıların ortalaması (3,07) en yüksek, Sanat Tarihi bölümünden katılımcıların ortalaması en düşüktür (1,45). “Mobilya ürün olarak

dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda (5. soru) Sanat Tarihi bölümünden olan katılımcıların ortalaması (4,00) en yüksek, Mimarlık bölümünden katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,31). “Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımaktadır.” sorusunda (6. soru) Sanat Tarihi bölümünden olan katılımcıların ortalaması (4,18) en yüksek, Mimarlık bölümünden katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,14). Genel olarak Mimarlık bölümünden olan katılımcıların ortalaması düşüktür. Buna karşın Sanat Tarihi ve Ağaççşleri Endüstri Mühendisliği bölümlerinden olan katılımcıların ortalamaları yüksektir.

Katılımcıların mesleki kıdemlerine göre sorularda anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis test sonuçları Çizelge 13'te verilmiştir.

Çizelge 13. Mobilya tasarımı genel soruların katılımcıların mesleki kıdemlerine göre Kruskal Wallis analizi sonuçları (Kruskal Wallis analysis results of furniture design general questions according to the professional seniority of the participants)

Sıra	Sorular	Kıdem	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	1-10 yıl	270	4,06	0,843	0,000
		11-20 yıl	257	4,14	0,899	
		21 yıl ve üzeri	199	4,41	0,829	
		Toplam	726	4,18	0,870	

Çizelge 13'ün devamı

2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	1-10 yıl	270	3,60	1,029	0,019
		11-20 yıl	257	3,80	0,998	
		21 yıl ve üzeri	199	3,85	0,940	
		Toplam	726	3,74	0,999	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	1-10 yıl	270	4,11	0,947	0,197
		11-20 yıl	257	3,97	0,986	
		21 yıl ve üzeri	199	4,10	0,924	
		Toplam	726	4,06	0,956	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	1-10 yıl	270	2,31	1,222	0,002
		11-20 yıl	257	2,70	1,303	
		21 yıl ve üzeri	199	2,55	1,266	
		Toplam	726	2,51	1,272	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	1-10 yıl	270	3,57	0,987	0,003
		11-20 yıl	257	3,65	1,012	
		21 yıl ve üzeri	199	3,87	0,923	
		Toplam	726	3,68	0,985	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımalıdır.	1-10 yıl	270	3,48	1,015	0,003
		11-20 yıl	257	3,60	1,034	
		21 yıl ve üzeri	199	3,79	1,013	
		Toplam	726	3,61	1,027	

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre mesleki kıdemler arasında 5 soruda anlamlı farklılık vardır. “Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için; kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirebilmek gerekir.” sorusunda (1. soru) 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması (4,41) en yüksek, 1-10 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması en düşüktür (4,06). “Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.” sorusunda (2. soru) 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması (3,85) en yüksek, 1-10 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,60). “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda (4. soru) 11-20 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması (2,70) en yüksek, 1-10 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması en düşüktür (2,31). “Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri

toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda (5. soru) 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması (3,87) en yüksek, 1-10 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,57). “Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşımalıdır.” Sorusunda (6. soru) 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması (3,79) en yüksek, 1-10 yıl meslek kıdemi olan katılımcıların ortalaması en düşüktür (3,48). Genel olarak 1-10 yıl kıdemi olan katılımcıların ortalaması düşüktür. Buna karşın 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalamaları yüksektir.

Soruların katılımcıların görev yaptıkları ile ve yere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Mann Whitney U Testi uygulanmıştır. Mann Whitney U Test sonuçları Çizelge 14 ve Çizelge 15'te verilmiştir.

Çizelge 14. Mobilya tasarımı genel soruların katılımcıların görev yaptığı yere göre Mann Whitney U analizi sonuçları (Mann Whitney U analysis results of furniture design general questions according to the place where the participants work)

Sıra	Sorular	Merkez	N	X	S	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	İl	661	4,18	0,865	0,596
		İlçe	65	4,22	0,927	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	İl	661	3,74	1,005	0,748
		İlçe	65	3,80	0,939	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	İl	661	4,05	0,946	0,322
		İlçe	65	4,12	1,053	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	İl	661	2,47	1,280	0,003
		İlçe	65	2,91	1,128	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	İl	661	3,68	0,982	0,745
		İlçe	65	3,72	1,023	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınmalıdır.	İl	661	3,60	1,030	0,407
		İlçe	65	3,69	0,999	

Çizelge 15. Mobilya tasarımı genel soruların katılımcıların görev yaptığı ile göre Mann Whitney U analizi sonuçları (Mann Whitney U analysis results of furniture design general questions according to the participants' work)

Sıra	Sorular	İl	N	X	S.	p
1	Belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerekir.	Ankara	405	4,12	0,930	0,061
		İstanbul	321	4,27	0,781	
2	Tasarımcıların kimliklerinin toplumların kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.	Ankara	405	3,65	1,049	0,016
		İstanbul	321	3,86	0,921	
3	Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.	Ankara	405	3,87	1,018	0,000
		İstanbul	321	4,29	0,815	
4	Özgün Türk Mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.	Ankara	405	2,62	1,244	0,002
		İstanbul	321	2,37	1,296	
5	Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakterleriyle ilişkilendirilmelidir.	Ankara	405	3,63	1,003	0,167
		İstanbul	321	3,75	0,959	
6	Özgün Türk Mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınmalıdır.	Ankara	405	3,54	1,061	0,045
		İstanbul	321	3,69	0,979	

Mann Whitney U testi sonuçlarına göre il ve ilçe merkezindeki katılımcılar arasında sadece “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda anlamlı farklılık vardır. Bu soruda ilçe merkezindeki katılımcıların ortalaması daha yüksektir. Ankara ve İstanbul’daki katılımcılar arasında ise 4 soruda anlamlı farklılık vardır. “Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.”,

“Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.” ve “Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınmalıdır.” sorularında İstanbul’daki katılımcıların ortalaması Ankara’daki katılımcılardan yüksektir. Buna karşın “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda Ankara’daki katılımcıların ortalaması daha yüksektir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Bu araştırmada Ankara ve İstanbul illerinde görev yapmakta olan ilgili Üniversitelerin ilgili bölümlerindeki akademisyenlerin, bu illerdeki mesleki ve teknik Anadolu liselerinde görev yapmakta olan mobilya ve iç mekân tasarımı alanı öğretmenlerinin ve bu illerdeki mobilya firma temsilcilerinin, endüstriyel bir ürün olan mobilyanın, tasarımcısının etkilendiği hususlar ve özgün Türk mobilyasına ilişkin görüşleri ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmaya ilişkin elde edilen sonuçlar ve öneriler aşağıda sistematik bir sıra ile açıklanmıştır.

Çalışma sonuçlarına göre, katılımcılar belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek gerektiğini belirtmektedir. Katılımcılara göre tasarımcıların kimlikleri toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenmektedir. Katılımcılara göre tasarımcılar küresel eğilimleri takip etmeli ve onları etkilemelidir. Katılımcılara göre özgün Türk mobilyası dünya pazarlarında bilinmemektedir. Katılımcılara göre mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmeli, Türk mobilyasının yerel, kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınması gerekmektedir. Analiz sonuçlarına göre tüm sorularda erkek katılımcıların ortalaması kadın katılımcılardan yüksektir. Katılımcıların mesleklerine göre sorularda ise; “Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.” sorusunda en yüksek ortalama akademisyenlere, en düşük ortalama firma temsilcilerine aittir. “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda ise akademisyenlerin ortalaması diğer meslek gruplarına göre çok düşüktür. Bu soruda en yüksek ortalama firma temsilcilerine aittir. “Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda ise en yüksek ortalama öğretmenlere, en düşük ortalama akademisyenlere aittir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre sorularda “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda lisansüstü mezunlarının ortalaması diğer eğitim durumu gruplarına göre düşük olup bu soruda en yüksek ortalama lise ve yüksekokul mezunlarına aittir. Buna göre lisansüstü mezunları özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilinmediğine inanırken lise ve yüksekokul mezunları dünya pazarında bilindiğine inanmaktadır. “Mobilya ürün olarak dizüstü bilgisayar ya da cep telefonu gibi

değildir. Mobilyanın çizgisel değerleri toplumun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.” sorusunda ise en yüksek ortalama üniversite mezunlarına, en düşük ortalama lisansüstü ve yüksekokul mezunlarına aittir. Katılımcıların bölümlerine göre sorularda genel olarak Mimarlık bölümünden olan katılımcıların ortalaması düşüktür. Buna karşın sanat tarihi ve Ağaççileri endüstri mühendisliği bölümlerinden olan katılımcıların ortalamaları yüksektir. Katılımcıların mesleki kıdemlerine göre sorularda genel olarak 1-10 yıl kıdemi olan katılımcıların ortalaması düşüktür. Buna karşın 21 yıl ve üzeri meslek kıdemi olan katılımcıların ortalamaları yüksektir. Soruların katılımcıların görev yaptıkları ile ve yere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit sonuçlarına göre il ve ilçe merkezindeki katılımcılar arasında sadece “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda anlamlı farklılık vardır. Bu soruda ilçe merkezindeki katılımcıların ortalaması daha yüksektir. Ankara ve İstanbul’daki katılımcılar arasında ise 4 soruda anlamlı farklılık vardır. “Tasarımcıların kimlikleri her zaman toplumlarının kültürel niteliklerinin etkisinde şekillenir.”, “Tasarımcı küresel eğilimleri takip etmeli, onlardan etkilenmeli ve onları etkileyebilmelidir.” ve “Özgün Türk mobilyası yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınmalıdır.” sorularında İstanbul’daki katılımcıların ortalaması Ankara’daki katılımcılardan yüksektir. Buna karşın “Özgün Türk mobilyası Dünya pazarlarında bilinmektedir.” sorusunda Ankara’daki katılımcıların ortalaması daha yüksektir.

Özgün Türk mobilyasının dünya pazarlarında bilinmediği, belirli bir kültürün kimlik özelliklerini taşıyan mobilya tasarımı için, kendi değerlerini keşfetmek, kendi kültürünü daha derinlemesine incelemek ve değerlendirmek gerektiği, özgün Türk mobilyasının yerel/kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınması gerektiği belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur;

- Özellikle kültürümüzü yansıtan mobilya tasarımının lise eğitimi döneminden başlayarak üniversitelerin ilgili bölümlerinde özellikle ele alınmalı ve sektör firmalarında da tasarımlar uygulanabilmelidir.

- Mobilya tasarımı paydaşlarının Özgün Türk mobilyası konusuna gereken önemi vermeleri ve farkındalıklarının artırılması amacıyla bu tür bilimsel çalışmalar ve analizlerin yapılması gerekmektedir.

- Özgün Türk mobilyasının bilinirliğinin sağlanması amacıyla Devletin ilgili kurumları tarafından bu tip üretim yapan firmalara teşvik kapsamında maddi destek sağlanabilirse firmalar bu tip mobilya üretimine yönelebilirler.

- Özgün Türk mobilyası oluşturmak amacıyla Selçuklular döneminin en karakteristik motiflerinden birbirini kesen altıgen ve yıldızların oluşturduğu geometrik süslemeler gibi Türk motifleri konusunda araştırmalar yapılabilir.

- Geleneksel Osmanlı/Türk mobilyası oluşturulması amacıyla Üniversitelerin ilgili bölümlerinde ve mesleki ve teknik Anadolu liselerinin ilgili alanlarında tasarım dersleri verilmelidir.

- Türkiye mobilya sektöründeki kişilere geleneksel Türk mobilyası oluşturulması amacıyla eğitimler verilebilir.

- Geleneksel Osmanlı/Türk mobilyası ile ilgili kültürümüzü yansıtan tasarımların hazırlanması için tasarım okulları açılabilir. Bu konuda ARGE merkezleri kurulabilir ve özgün tasarımlar geliştirilebilir.

- Özgün Türk mobilyanın çizgisel değerleri Türk toplumunun kültürel karakteriyle ilişkilendirilmelidir.

- Özgün Türk mobilyasının tanınırlığının artırılması amacıyla yapılacak çalışmalarda Türk mobilyasının yerel, kültürel ve küresel değerleri birlikte taşınmasına önem verilebilir.

TEŞEKKÜR (ACKNOWLEDGMENTS)

Bu araştırmanın anketini dolduran değerli katılımcılara ve Gazi Üniversitesi Etik Kuruluna çok teşekkür ederiz.

ETİK STANDARTLARIN BEYANI (DECLARATION OF ETHICAL STANDARDS)

Bu çalışma için Gazi Üniversitesi Etik Komisyonu 08.05.2018 tarih ve 04 sayılı toplantısında Araştırma Kod No:2018-195 ile araştırmanın uygulanabilirliği için bilimsel araştırmalar etiği açısından izni bulunmaktadır.

For this study, Gazi University Ethics Commission received permission in terms of scientific research ethics for the applicability of the research with Research Code No: 2018-195 at its meeting dated 08.05.2018 and numbered 04.

YAZARLARIN KATKILARI (AUTHORS' CONTRIBUTIONS)

Bu çalışmada tüm yazarlar eşit katkı sağlamıştır.

All authors contributed equally to this study

ÇIKAR ÇATIŞMASI (CONFLICT OF INTEREST)

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

There is no conflict of interest in this study.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- [1] Efe, H. H. (2017), Mobilya Tasarımında Dikkate Alınacak Temel Faktörler ve Temel Tasarım İlkelerinin Uygulanması, 4. Uluslararası Mobilya ve Dekorasyon Kongresi, 19-21 Ekim 2017, Düzce Üniversitesi, Düzce
- [2] Dinçel, K. (1979). *Mobilya Döşemeciliği*, Erkek Teknik Yüksek Öğretmen Okulu Matbaası, 11-90.
- [3] Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, (1997). Yapı Endüstrisi Merkezi Yayınları, 67-71.
- [4] Tosun, Ö., (2022), II. Abdülhamid Han Dönemi Mobilyalarının Tasarım, Konstrüksiyon Özellikleri ve Günümüzde Üretilebilirliğinin Araştırılması. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 15-180.
- [5] İrez, F., (1988). *XIX. yüzyıl Osmanlı saray mobilyası*. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, 1-70.
- [6] Küçükerman, Ö., (2007). *Sanayi ve tasarımda bir İmparatorluk iki Saray Topkapı ve Dolmabahçe*. Yapı Kredi Yayınları, 401.
- [7] Arıburun L.N.E., (2012). 19. Yüzyıl Osmanlı Saray Mobilyaları: Batılılaşma Etkisi ve Biçimsel Açından Yemek Kültüründeki Değişim Süreci. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 7-88.
- [8] Öztürk, Y., (2013). XV. Louis ve XVI. Louis Stili Mobilyalarının Genel Özelliklerinin ve Günümüzdeki Örneklerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, G.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1-80.

- [9] Erdem, T., (2007). Mobilya Tarihine Genel Bakış ve Art Deco. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 1-102.
- [10] Gürleyen T., (2005). Geleneksel Türk Süsleme Motiflerinin Günümüz Mobilyalarına Uygulanmasını. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1-290.
- [11] Burdurlu, E., Usta, İ., Berker, U. Ö. ve Altun, S., (2005). Farklı demografik özellikli mobilya kullanıcılarının klasik sandalye stil ve renk tercihlerinin belirlenmesi, *Politeknik Dergisi*, 8(4): 359-367.
- [12] Abdelrazik, A. M., (2015). Cultural Variables and Their impact on the Furniture Desing Process in the Era of Globalization, Doctoral Thesis, Doctor of Philosophy in Desing Braunschweig University of Art, Germany, 2-84.
- [13] Şişman Y. A., (2012). Döşemeli Mobilya Sanayiinde İşletme Ölçeğine göre Üretim Teknolojilerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 12-15.
- [14] Demirci, S., (2004). Türkiye Mobilya Endüstrisinin Yapısı Sorunları ve Çözüm Önerileri. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 13-24.
- [15] Üstüner, A. İ., (2010). Ankara'daki Mobilya ve Dekorasyon İşletmelerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2-113
- [16] Türkmen Ö., (2014). Mobilya İhracatında Kültürel Farklılıkların Mobilya Tasarımına Etkisi: İngiltere Pazarı İçin Örnek Bir Mobilya Tasarımı. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 3-151.
- [17] İnternet: Web 1. <https://istatistik.yok.gov.tr>, Son Erişim Tarihi: 12.01.2019.
- [18] Mobilya Sektörü Haziran Raporu, (2016). Ankara: ORAN Orta Anadolu Kalkınma Ajansı Yayınları, 1-5.
- [19] Cochran W. (1962). *Sampling techiques*. New York: John Willey & Sons Publishing, 14-15.
- [20] Anderson, G., (1990). *Fundamentals of educational research*. London: the farmer press, 15-16.
- [21] Büyüköztürk, Ş., (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık, 17-24.
- [22] İnternet: Web 2. <http://www.meb.gov.tr/baglantilar/okullar/index.php?ILKODU=6>, Son Erişim Tarihi: 29.04.2018.
- [23] İnternet: Web 3. <http://www.meb.gov.tr/baglantilar/okullar/index.php?ILKO DU=34>, Son Erişim Tarihi: 09.05.2018.