



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 43 Volume: 9 Issue: 43

Nisan 2016 April 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

ETNOGRAFIK ARAŞTIRMALAR VE TEKSTİL TASARIMI ETHNOGRAPHIC RESEARCH AND TEXTILE DESIGN

Banu H. GÜRCÜM*
Pınar ARSLAN**

Öz

Tasarım en genel anlamıyla hem teorik disiplinleri, hem de uygulama alanlarını ilgilendiren ve bu alanların içinde gelişerek filizlenen bir süreçtir. Tasarımcının tasarım tercihlerini yaparken onları kullanacak kişinin zevkini, tüketici gereksinimlerini ve ürünün işlevlerini de düşünerek üretim, tüketim, kullanma alışkanlıkları, ekonomiklik, satılabilirlik, tutundurma gibi finansal boyutları da düşünmesi gerekmektedir. Bu çok yönlü zihinsel problem, sadece geçmişini inceleyerek çözülemez. Sosyo kültürel unsurların cevaplarının bulunmasında tekstil tasarımcısına etnografik metodlar faydalı olacaktır. Bu çalışma tekstil tasarımının bilimsel metodolojisi olan bir disiplin olarak ele alınması ve yaratıcılık, özgünlük gerektiren tekstil tasarım sürecinde etnografik araştırmaların tasarım araştırma tekniği olarak kullanılması düşüncesiyle ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Araştırma Teknikleri, Etnografik Araştırmalar, Etnometodoloji, Nitel Yaklaşım, Tekstil Tasarımı.

Abstract

Design is a process regarding application fields and develops in these fields. Designer while making design preferences, has to keep the taste of the customer, the needs of consumers, the functions of the product, technical aspects and production other than aesthetics, the habits of buying, using consumption, the approaches of purchasing, the financial and economical sides of retail, sales, presentation, etc. in mind. This kind of multidimensional problem can not be solved only by studying the past and the meaning of the cultural heritage. One has to examine sociocultural parameters like person in the modern society, companies, production and consumption, society and culture, trends, fashion or fads, groups, needs, luxury, the meaning underlying the product inside the design problem. Thus, ethnography can be used to investigate critical and complicated design problems. If the aim is the usability of the designed object by getting inside of the design problem by the ethnographic study. This study is conducted in order for the textile design to be accepted as a discipline requiring a scientific methodology and for the ethnographic research methods to be employed in the process of textile design which needs mental activity, creativity and uniqueness.

Keywords: Design Research Methods, Ethnographic Research, Ethnomethodology, Qualitative Approach, Textile Design.

1. GİRİŞ

Günlük hayatın önemli kavramlarından biri olarak karşımıza çıkan tasarım kavramını Archer, bir amaca yönelik problem çözme eylemi olarak, Mattchet ve Briggs ise belirli şartlarda gerçek ihtiyaçların tümü olarak tanımlamaktadır (aktaran Bayazıt, 2004:13). Pek çok farklı çalışmada bir plan ya da eskizi yapmak üzere tasarımcının zihninde canlandırması sürecine, tasarımcının zihninde canlanan biçime, ya da zihinde canlandırılmasından sonra üretilme aşamasına kadar yapılan faaliyetler bütününe tasarım adı verilmiştir. Tüm bunların ortak paydası tasarımın insanın zihinsel faaliyetlerinin bir sonucu, daha iyiyi arama çabasının bir göstergesi olmasıdır. Önal (2011:155) tasarımın en temel tanımı ile bir düşünme eylemi olduğunu belirterek, zihinsel aktivitelerin ve yaratıcılığın etkisi ile eylemin tasarım ürününe dönüştüğünü ifade etmektedir. Tasarımla ilgili pek çok araştırma yapmış olan Cross, tasarımın doğal bir insan yeteneği olduğunu (Cross, 1999:5), hayvanların ve "şimdilik" makinelerin tasarım yapamadığını ifade ederek, tasarım faaliyetinin sayısal modellerinin insanın tasarım davranışı için açıklayıcı veya betimleyici modeller ortaya koyduğunu belirtmektedir (Cross, 2001). Bir başka araştırmasında Cross (2006), tasarımın insan zekâsının en yüksek biçimlerinden biri ve zihnin yeteneği ile ilgili bir olgu olduğunu ifade etmektedir. Tepecik (2002:27)'e göre tasarım ya hayalde canlandırılan bir olayın projesi ya da 3 boyutlu görüntüsü uygulanan eserlerin tümüdür. Esasen, tasarım zihinde gelişip olgunlaşan bir düşüncenin, bir eserin ilk biçimi sayılabilir. Bu bağlamda Bayazıt (2005:402), tasarımı bir sonucu hazırlayan adımların ortaya konulduğu zihni bir proje ya da şema olarak tanımlamaktadır.

Pek çok araştırma tümdengelsel, tümevarımsal veya karma "tasarım stratejilerine" uygun kişisel veya organizasyonel "tasarım süreçleri" ile sezgisel veya algoritmik "tasarım fikirlerinin"

* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Tekstil Tasarımı Bölümü, banugurcum@gmail.com

** Arş. Gör., Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Tekstil Tasarımı Bölümü, pinar-arslan@windowslive.com

rasyonel geometrik veya irrasyonel organik biçimlerden oluşabilen "tasarım strüktürlerine" dönüştürülmesini tasarım olarak ifade etmektedir (Turan, 2011:163; Friedman (2000:5); Stolterman, Mcatee, Royer ve Thandapani (2008:11); Bielefeld ve El Khouli (2011:11). Tasarım en genel anlamıyla, hem teorik disiplinleri, hem de uygulama alanlarını ilgilendiren ve bu alanların içinde gelişerek filizlenen bir süreçtir. Bu bakış açısıyla tasarım; yöntem bilgisi, yaratıcılık, güçlü hafıza, örüntü tanıma, çözüm uzayında seçkisz araştırma, etraflıca düşünme, beyin fırtınası ve örnekleme yeteneği vs. gibi özelliklerin yardımıyla bir tasarım çözümünün yaratılmasını konu alan yaratıcı bir süreç olarak kabul edilmektedir (Evbuomwan, Sivaloganathan ve Jebb, 1996: 302).

Turan (2011:163) tasarım sürecinin bir ihtiyacın giderilmesini hedeflediğini belirterek, tasarımcının bir ihtiyacı sonlandırmak, bir problemi çözmek için bir takım çalışmalar yapması beklendiğinden tasarımın belirli bir problemin çözümüne yönelik organizasyon ve karar verme süreci olduğunu ifade emektedir. O nedenle tasarım, tasarımcı için pragmatik ve durumsal bir süreçtir, çünkü yapılan şeylerin, kusursuz yöntemlerle yapılmasıyla değil amacımıza ulaşmak için hangi araçları nasıl kullanacağımızla daha çok ilgilidir (Stolterman vd. 2008:11). Tasarım probleminin ayrıntıları belli olsa bile sürecin nereye evrileceği bilinmez. Her tasarım bize taze bilgi edinme ve tasarım problemine uygun bir prototip yaratma fırsatı veren yeni sorular yönelir (Bielefeld ve El Khouli, 2011:11). Bu açıdan tasarımın karmaşık, çoğu zaman çelişkili, doğrusal olmayan bir süreç olduğu ifade edilebilir. Pek çok alanda tasarım karmaşık fonksiyonlar içeren bir olgu olduğundan yaratıcı düşünce, sezgi, mantık veya yetenek gibi unsurların sürece ne şekilde ve hangi oranda katkıda bulunduğu net olarak ortaya konamamaktadır. Bununla beraber, metodoloji olarak tasarımın açıklanması, genel tasarım yaklaşımlarının belirlenmesi, tasarım kuramları, nitel ve nicel tasarım modellerinin oluşturulması gerekmektedir. Bu nedenle, tasarım bilgisinin gelişmeye başladığı dönemlerden başlayarak, tasarım araştırmaları tasarım uygulamalarının neden sonuç ilişkilerini sorgulamak veya adımlarını tasarım kuramları ve sayısal tasarım modelleri ile açıklamak amacıyla uygulanmıştır.

Uraz (1999:11)'a göre tasarımı rutinleştiren bir yöntem bulmaya yönelik çalışmalar tasarımcının bir takım şemalar izlediğini ispatlayamamakta, ancak araştırmacının tasarım yaklaşımını ortaya koymaktadır. Bu görüşe karşı çıkan görüşler ise iyi tasarımcıların tasarım metodolojisi konusunda yazmaktan çok bizzat tasarım yaptıklarına dikkat çekerek, tasarımın zihinsel bir etkinlik ve düşünme biçimi olduğu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Heriki durumda da tasarım araştırmalarının amaçları insanlar tarafından yapılan yapayın keşfedilmesi ve bu eylemlerin gerek akademik araştırmalara gerekse imalat sektörüne yönetilişiyle ilgili olmuştur (Bayazıt, 2004:4). Tüm bu görüşler nedeniyle tasarım alanbilimsel metodolojisi olan bir disiplin olarak belirlenmeli ve tasarım yapılan her alanda tasarım araştırmalarının belirli araştırma modellerine uygun -örneğin etnografik araştırmalar gibi- yapılması bir zorunluluk haline gelmelidir.

Etnografik yaklaşım, tasarımın ilk yönlenmeli tekrarlarından (iterasyonlar) hatta daha öncesinden başlayarak, gelecekteki müşteriler bağlamının araştırılmasından, üretilen prototipin eşkoşullarda denenmesine kadar tasarım sürecinin tüm aşamalarında işe koşulabilmektedir. Bu yaklaşımın bir ürünü olan etnografik araştırmalar da kapsayıcı tasarım, kullanıcı odaklı tasarım, etkileşim tasarımı ya da hizmet tasarımı gibi pek çok alanda kullanılmaktadır. Segelström, Raijmakers ve Holmlid (2009) bu durumu tasarım araştırmacısının tasarım takımındaki mevcudiyeti genişlemektedir şeklinde yorumlamaktadır.

Bu çalışma tekstil tasarımının bilimsel metodolojisi olan bir disiplin olarak ele alınması ve zihinsel aktivite, yaratıcılık ve özgünlük gerektiren tekstil tasarım sürecinde etnografik araştırmaların tasarım araştırma tekniği olarak kullanılması konularında bir farkındalık yaratması düşüncesiyle ortaya konmuştur. Giriş bölümünden sonra, ikinci bölümde araştırmanın önemi açıklanmakta, üçüncü bölümde tasarım araştırmalarında nitel yaklaşım ifade edilmektedir. Bu bölümleri etnografik araştırmaların yöntemi ve özelliklerinin incelendiği dördüncü bölüm; etnografik araştırmalarda veri toplama ve analiz yöntemlerinin açıklandığı beşinci bölüm, tekstil ürünü tasarım sürecinde etnografik araştırmaların öneminin vurgulandığı altıncı bölüm ve sonuç bölümü izlemektedir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Kültürel miras toplum hayatının önemli birleştirici unsurlarından birisidir. Kiper (2004:14) geçmiş ve gelecek arasında bağ kuran kültürel mirasımızın bir toprak parçasına, bir kültüre, bir ulusa ait olma duygusunu pekiştirdiğinden vurgulayarak bizi bir arada tuttuğunu ifade etmektedir. Pearson ve Sullivan (1995:7) genel olarak kültürel mirasın insanlığın geçirdiklerini simgelerle anlattığı ve örneklerle gösterdiği için önemli olduğunu ifade etmektedir. Önem kavramı, en temel anlamıyla, o kültür varlığının neden önemli olduğu ve onu neden korumamız gerektiği, yani kültür varlığının

ıçerdiği değerler sistemi ile ilgili olmaktadır (De La Torre ve Mason,2002:3; Sarıkaya Levent,2011:118). Burada bahsedilen değerler sistemi, kültür varlıklarının ıçerdiği olumlu özelliklere karşılık gelmektedir (Mason ve Avrami,2002:15). Kültür varlıklarının ıçerdiği bazı değerler, varlığın fiziksel özellikleri ya da bulunduğu yer ile ilgili iken, diğer bazı değerler ise hem kültür varlığının, hem de bulunduğu bağlamın fiziksel olmayan sosyal, kültürel, politik ve ekonomik yönleri ile ilişkili olabilmektedir (Lipe,1984; Carman,2002).

Bir tekstil ürününün tasarlanması sırasında başlangıcından bitimine kadar olan her aşamasını sosyal, kültürel, teknolojik, ekonomik, estetik ve bazı alanlarda fiziksel faktörler fazlasıyla etkilemektedir (Sezgin ve nl,1992:85). Kültür, birçok alanda olduğu gibi tasarım süreçlerinde de zengin bir kaynak olarak işe koşulmuş ve tasarımla ilişkili süreçleri derinlemesine etkilemiştir (Haviland,2002). Moda ve tekstil tasarımcıları toplumda yaşanan kltrlenmenin edinimlerini tasarımcı kimliklerine ve nihayetinde ürünlerine yansıtmaktadırlar. Bedir Erişti ve Tekin Akbulut (2014:12)'unda belirttiği gibi içinde buldukları toplumsal yapıya yönelik kültürleme misyonu üstlenen tasarımcı kültürel srdrebilirliğe yaptığı işle katkı sağlamaktadır.

Kültürel bağlamın dışında, Bayazıt (2008:199) tüm tasarım problemlerinin zevkle ilişkili olduğundan bahisle herhangi bir mantıksal evrime bağlı olmaksızın kişisel bir tercih sonucu ürünün satın alınma kararının verildiğini belirtmektedir. Tasarımcının, tasarım tercihlerini yaparken onları kullanacak kişinin zevkini düşünmesi, tüketiciler gereksinimlerini ve ürünün işlevlerini de inceleyerek, estetik boyutun dışında teknik boyutu; üretim, tüketim, kullanma alışkanlıkları, alışveriş ve değiştokuş yaklaşımları gibi ekonomik boyutu; satılabilirlik, tutundurma gibi finansal boyutu da düşünmesi gerekmektedir. Bu çok yönlü zihinsel problem, sadece geçmişi inceleyerek ve kültür varlıklarının ıçerdiği anlamı araştırarak çözülemez. Çağdaş toplum yapısı içinde kişileri, işletmeleri, üretim tüketim zeminini, toplum yapısını ve kültürünü, eğilimleri, modalarını, grupları, ihtiyaçları, lüksleri, eşyaya yüklenen alt değerleri; kısaca sosyo kültürel pek çok parametreyi de tasarım probleminde irdelemek gereklidir. O nedenle bahsedilen sosyo kültürel unsurların cevaplarının bulunmasında diğer tasarımcılara olduğu gibi tekstil tasarımcısına da etnografik metodlar faydalı olacaktır. Bu alışma tekstil tasarım sürecinde etnografik araştırmaların tasarım araştırma tekniği olarak kullanılması konularında bir farkındalık yaratacağı için önemli olarak değerlendirilmektedir.

3. TASARIM ARAşTIRMALARINDA NİTEL YAKLAşIM

Friedman (2003:512) tasarım bilgisinin uygulamadan kaynaklanmasına rağmen yalnızca uygulama sayılamayacağını, tasarım araştırmalarını oluşturan uygulamalara ya da diğer unsurlara sistematik ve metodik soruştırmalar olduğu için uygulamadan ayrıldığını ifade etmektedir. Esasında tasarım bilgisinin elemanları pek çok kaynaktan beslenmektedir ve uygulama da bunlardan sadece bir tanesidir. Lopez-Mesa, Eriksson ve Thompson (2004:367)bir tasarım problemini çözmek için birden fazla metod ya da alt metod bulunduğunu, hangi metodun daha kullanışlı olduğunun bilinmesinin gerektiğini belirtmektedir.Onlara göre tasarım problemine çözüm yaklaşımını değerlendirirken, en kullanışlı ve en geçerli yaklaşımı seçebilmek için nasıl, ne için, ne zaman, kim için soruları sorulmalı, vasat iyi ve en iyi tasarım çözümleri arasında tercih yapılmalıdır(Lopez-Mesa vd, 2004:367). Bu nedenle tasarımın kavramı, bağlamı ve kapsamı hakkında fikir sahibi olunması, tasarım parametreleri hakkında veri toplanması gerekmektedir.

Sosyal Bilimler toplumsal olayları ve toplumları oluşturan insanların toplumsal yönlerini incelemektedir. Çok karmaşık yapıya sahip olan toplumsal olaylar ve insanların toplumsal yönlerine çözüm önerilebilmesi için başvurulan bilimsel araştırmalar nitel ve nicel araştırmalar olmak üzere iki grup altında toplanmaktadır (Ataseven, 2012: 544). Ilgar ve Ilgar (2013: 199) nitel yaklaşımın bir olayı etkileyen değişkenleri kendiliğinden ortaya ıkartığını belirtmektedir. Nitel araştırmayı insanın, kendi sırlarını çözmek ve kendi çabasıyla biçimlendirdiği toplumsal sistemlerin derinliklerini keşfetmek üzere geliştirdiği bilgi üretme yollarından birisi olarak tanımlamak mümkündür(zdemir, 2010: 326).Nitел Araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi (literatür tarama) gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır(şen, 2005: 345). Ilgar ve Ilgar (2013: 199)isenitel araştırmanın sosyal bir olayı doğal ortamı ve doğal oluşumu içinde tasvir eden bir araştırma türü olduğunu ve deneysel nicel araştırmalar gibi olayın değişkenleriyle oynamadığını, bir durumu ilişki bağlantıları içinde anlamaya çalıştığını belirtmektedir.

Nitel araştırmanın en temel özelliği, üzerinde araştırma yapılan kişilerin bakış açılarıyla araştırılan olay, olgu, norm ve değerleri incelemeye çalışmasıdır. Bu inceleme sırasında, araştırma yapılan kişilerin oluşturdukları ve kullandıkları özel dil, anlamlar, kavramlar üzerinde durup onları anlamak ve bunların araştırılan kişiler için ne anlam ifade ettiğini ortaya çıkarmak, önemli bir çalışma

stratejisidir(Ekiz, 2003:27).Nitel araştırma sonuçları araştırılan yere, olaya veya bağlama özel sonuçlar olduğundan bu araştırmalarda öncelikli amaç genelleme değildir. Bu konuda Saruhan ve Özdemirci (2011:236-237) araştırmacının dünyanın tanımlanmış değişkenleri arasındaki korelasyonları keşfetmek için çeşitli olguları keyfine göre soyutladığı, arıttığı ve denetlediği bir laboratuvar olmadığını belirtmektedir. Gall, Borg ve Gall(1996) tasarım problemlerine uygulanacak nitel yaklaşımı şu şekilde özetlemektedir:

- Sosyal gerçeklik katılımcıları tarafından inşa edilmektedir.
- Sosyal gerçekliğin kendine özgü durumlarda yenideninşa edilmektedir.
- Sosyal olgular (fenomenler) içindeki gündelik ilişkileri açıklamakta en temel rolü insan amaçlarına atfetmek gereklidir.
- Araştırma katılımcılarının bakış açılarını paylaşmak ve çok ilgili bir yaklaşım göstermek noktasında onlarla kişisel olarak ilgilenmek gereklidir.
- Bireylerin yarattıkları anlamları ve diğer iç fenomenleri ayrıntılı olarak incelemek faydalıdır.
- İnsan davranışlarını kendi doğal ortamlarında incelemek daha anlamlı sonuçlar doğurur.
- Sosyal olayın gerçekleştiği bağlamın genelinde bütüncül (holistik) gözlem yapmak gereklidir.
- Veri toplandıktan sonra kavramlar ve teorileri keşfetmeye çalışmalıdır.
- Sosyal çevreyi temsil eden sözlü ve resimsel veri oluşturmak gereklidir.
- Veriyi analiz etmek için analitik tümevarım yöntemleri kullanılmalıdır.
- Benzer vakalar araştırılarak vaka bulguları genellenmelidir.
- Araştırmacının veri yapılandırması hakkında açıklayıcı bir rapor hazırlanmalı ve rapora dayanarak okuyucuda kendi veri yapılandırmasını nasıl yapacağına dair bir farkındalık oluşturulmalıdır.

Nitel araştırma bir topluluğun ya da bireyin davranışlarındaki neden-sonuç ilişkisi ile ilgilenir; bunun sonucunda kavram ve teoriler oluşturabilir ancak yine de birşeyi ön planda tutarak tutarak subjektif verilerin (tecrübe, algı, fikir ve duygu gibi) yorumlanmasını esas alır. Bu nedenle nitel araştırmanın Sosyoloji, Felsefe, Dilbilim, Antropoloji, Psikoloji gibi çeşitli disiplinlerden kaynaklanan güçlü kuramsal temelleri vardır (Ilgar ve Ilgar, 2013:199). Sonuç olarak Saruhan ve Özdemirci(2011:237)'nin de ifade ettiği gibi "Nitel araştırmalar sosyal ve kültürel olay ve olguları doğal ortamında izleyerek, bütüncül anlayışa özen göstererek yapılan değerlendirmeleri ön planda tutmaktadır".

4. ETNOGRAFİK ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ETNOGRAFİK ARAŞTIRMALARIN ÖZELLİKLERİ

Agafonoff (2006:117) etnografiyi, kültürel ya da sosyal hayatın, dünya ve deneyimin resmedilme türü olarak tanımlamaktadır. Harvey ve Myers (1995:17) tasarım araştırmalarında anlamı keşfetmek için yapılan nitel gözlemler ve analizler için bağlamın çok önemli olduğunu ve bu tarz araştırma yaklaşımlarının ana gövdesinin etnografi olduğunu ifade etmektedir. Etimolojik olarak "etnografi" Yunanca ethnos (ulus, halk) ve graphia (yazı)kelimelerinden gelmektedir ve dünya çapında özelliklerini açıklamayı ve tespit etmeyi arayan, aynı zamanda sadece bir topluluğun ayrıntılı özelliklerini araştıran bir halk ya da nüfusun yazılmış bir sahnesini ifade etmektedir (Bâlan, 2011:66). Genel anlamıyla, etnografi "sosyal bir grubun fotoğrafını çizmek" anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle, sosyal hayat, dünya veya deneyimin değişik türde bir ilüstrasyonu olmaktadır. Etnografyanın kökleri kültürel antropolojiye dayanmakta, küçük ölçekli topluluklara odaklanmaktadır. Etnografılar "kültür" adı verilen ortak değerler bütünü için bireylerin söylediklerinin ötesine bakıp daha derinleri anlamaya çalıştıklarından etnografya bir bilim olarak antropoloji ile yakından ilişkili olmuştur(Goulding, 2005:298). Etnografi, antropolojide, küçük gruplar halinde yaşayan ve Batılı olmayan toplumların gündelik gerçeklerinin açıklanması ve bu gerçeklerin başkalarına açıklanabilmesi için bir yöntem olarak geliştirilmiştir. Etnografinin uzun yıllardan beri geliştirdiği araştırma teknikleri ve stratejileri, etnografin insanların dünyevi etkinlikleri, yaşadıkları sıradışı veya olağanüstü olaylarda "hazır bulunmasını" sağlayacak yollar ortaya koymaktadır(Blomberg, Burrell ve Guest, 2002:966).

Etnografik araştırmalar ilk kez bir toplumu veya toplumun bir yönünü, kültürünü veya bir grubu derinlemesine araştırmak isteyen antropologlar tarafından yirminci yüzyılın başlarında kullanılmıştır(Arıkan, 2007: 92). Metodu adapte eden ilk antropolog Bronislaw Malinowski, Trobriand Adası yerlileriyle saha çalışmalarını yazdığı ünlü kitabı Batı Pasifik'in Argonotları'nı 1922 yılında yayımlamıştır(Harvey ve Myers, 1995:17-18). Geçmişteki uygulamalarına bakıldığında, sosyal ilişkilerin ve kültürlerin daha yakından ve detaylı bir şekilde anlaşılabilmesi için o ilişki ve kültür içerisine bizzat "katılım" göstererek uygulandığı görülmektedir. Etnografi çalışmalarının ilk uygulamaları incelendiğinde, özellikle ilkel toplumların kabile yaşamları, kabilelerin bu yaşamlara verdikleri özel anlamlar, kullandıkları dil, yaşam için oluşturdukları araçlar, insanların doğayı nasıl

gördükleri ve ona nasıl yaklaştıkları konuları araştırmacıların ilgi alanları haline geldiği belirlenmiştir (Ekiz,2003: 42).

Pole ve Morrison (2003:3)'a göre etnografinin genel özellikleri şu şekildedir:

- Farklı bir yere, olaya/olaylara ya da bir kurguya odaklanır.
- Yer, olay veya kurgu içerisindeki sosyal hareketin geneli üzerinde fikir yürütür.
- Nitel ve nicel yaklaşımları birleştirebilen bir dizi farklı araştırma metodu kullanır, ancak temel hedef yer, olay veya kurgu içerisindeki sosyal davranışın açıklanmasıdır.
- Temel odak noktası toplanan veri ve veri analizidir. Veri analizi detaylı davranış tariflerinden, yer, olay ve kurgu içerisinde toplanan verilerde gömülü olan kavramlar ve teorilerin tanımlanmasına kadar çeşitlendirilebilir.
- Yer, olay ve kurgunun genellemelerden ya da kapsayan eğilimlerden daha önemli olduğu detaylı ve titiz araştırmalar yapılır.

Bu yöntem araştırmada iki önemli yarar sağlamaktadır. Bunlardan biri bizzat inceleme grubunun içine girerek ve onlarla yüzyüze temas sağlayarak, grup içinde hem gözlem, hem de görüşme yapma şansını yükseltmektedir. Diğer ise araştırmada, özellikle araştırmacının yaklaşımını (etik) değil, bizzat içinde araştırma yapılan grubun yaklaşımını (emik) ortaya koymasındır (Türkdoğan, 2000).

Geleneksel anlayış olan bir araştırma metodunun sadece bir alanda kullanılması (etnografinin antropolojide kullanılması gibi) alışkanlığın intersine, bazı araştırmalar birden fazla disiplinde kullanılabilir. Tablo 1'de nitel araştırmaların benzer fenomenlerle ilgilenen üç kategoride düzenlenmiş hali bulunmaktadır. Yaşanmış deneyimlerin tabiatı ile ilgilenen Tip I; sosyal ve kültürel olguları açıklamaya çalışan Tip II ve lisan ve iletişim olgularını açıklamaya çalışan Tip III (Gall vd, 1996:593) araştırmaları da birden fazla disiplinde kullanılabilir. Etnografinin Toplum ve Kültür Araştırmalarında bir kültürün kalıpları ve karakteristik özelliklerini; Etnometodolojinin ise, yine aynı tip araştırmalarda günlük sosyal olayların temelini oluşturan kuralları araştırmak amacıyla kullanıldığını görmekteyiz. Lisan ve iletişim araştırmalarına baktığımızda Etnografik İçerik Analizinin kültürel bakış açısı içinde belge analizleri yapmak için, İletişim Etnografisinin sosyal yaşamda kültürel grup üyelerinin konuşmayı nasıl kullandığını belirlemek için ve Etnobilimin bir kültürün anlambilim sistemlerini ortaya koyabilmek için kullanıldığı ifade edilmiştir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Araştırılan Olguya Göre Sınıflandırılan Nitel Araştırma Gelenekleri (Gall vd 1996:593).

Araştırma geleneği	Hangi alanı kapsamaktadır?
I. Yaşanmış Deneyimin Araştırılması	
1. Bilişsel psikoloji	Farklı durumlarda bireyler tarafından kullanılan mental yapılar ve süreçler
2. Yaşam Tarihi	Kişilerin kendi bakış açılarından yaşama dair deneyimler
3. Fenomenografi	Gerçekliğin kişisel kavramsallaştırılması
4. Fenomenoloji	Bireyler için kabul gören gerçeklik
II. Toplum ve Kültür Araştırmaları	
1. Kültürel Çalışmalar	Bir kültürün baskıcı güç ilişkileri
2. Serbest Olay Araştırması	Uygulayıcıların özyargılayıcı çabaları rasyonelliği geliştirmek ve çalışmalarını yargulamak
3. Etnografi	Bir kültürün kalıpları ve karakteristik özellikleri
4. Etnometodoloji	Günlük sosyal olayların temelini oluşturan kurallar
5. Olay örüntü Analizi	Sosyal olayların mantıksal yapıları
6. Sembolik Etkileşimcilik	Sosyal yapılarda sosyal etkileşimlerin etkisi ve bireylerin öz benliği
III. Lisan ve İletişimin Araştırılması	
1. Etnografik İçerik Analizi	Kültürel bakış açısı içinde belge analizi
2. İletişim Etnografisi	Sosyal yaşamda kültürel grup üyelerinin konuşmayı nasıl kullandığı
3. Etnobilim	Bir kültürün anlambilim sistemleri
4. Yorumbilim / Tefsir	Bireyler tarafından bir metinden varılan anlam süreci
5. Didaktik analiz	İnsan deneyimlerinin açıklamalarını ve temsillerini organize etme
6. Göstergebilim	İşaretler ve taşıdığı anlamlar
7. Yapısalcılık	Dil, metin ve diğer olguların dizgesel özellikleri

5.ETNOGRAFIK ARAŞTIRMALARDA VERİ

5.1.Etnografik Araştırmalarda Veri Toplama

Etnografi geleneksel olarak çalışma alanında uzun süreli ilişkiye ya da sahaya dayanmaktadır. Etnografik araştırmalarda sahada veri toplama yöntemleri *Gözlem* ve *Tarama* yöntemleridir. Ancak hangi yöntem olursa olsun zaman alıcı olması dolayısıyla küçük örneklemeler üzerinde çalışılması etnografide esas kabul edilmektedir.

Gözlem Yöntemi: Etnografide başlıca araştırma yöntemi gözlem olarak kabul edilmekte ve doğadaki

olaylar, insanların davranışları gözlem yoluyla izlenip kaydedilerek veri haline dönüştürülmektedir. Arıkan (2007:111) veri toplamaya başlamadan önce detaylı bir gözlem kılavuzu (yönerge veya rehber) hazırlamak gerektiğini, gözlem kaydına uygun araçlar ya da saat, kronometre, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı gibi çeşitli ölçü ve kayıt araçları ile gözlem kaydının titizlikle rehber üzerinde uygun boşluklara yazılarak yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Gözlem tekniğinde, gözlenenlerin objektif olarak belirlenebilmesi için kendi doğal ortamları içerisinde bulunması gereklidir. Karasar (2014:157) öteki tekniklerle insanlardan veri toplarken, "oldukları gibi" değil "görünmek istedikleri gibi" davranma eğilimlerini ve belleğe dayalı bilgilerin hatırlanma güçlüğüne vurgulayarak gözlemin bazı durumlarda güvenilir veri toplama aracı olabileceğini belirtmektedir.

Gözlem yönteminde *katılımcı gözlem*, *katılımsız gözlem* ve *mekanik gözlem* olmak üzere üç teknik kullanılır:

(a) Katılımcı gözlem tekniği: Burada araştırmacı, pasif bir gözlemciden daha fazladır ve çalışılan olaylara katılır. Karasar (2014:158) gözlemcinin gözlenenlerle birlikte olup, onlardan biri gibi davrandığını ve dışarıdan gözlemlenirken gözlemci tarafından kestirilmeye çalışılan gözlenen davranışların nedenlerinin katılımcı gözlemlenirken daha derinliğine ve daha geçerli bir biçimde öğrenilebileceğini belirtmektedir. Esas itibarıyla katılımcı gözlem içinde bulunulan topluma ait daha fazla bilginin daha derinlemesine edinildiği bir tekniktir.

(b) Katılımsız gözlem tekniği: Arnould ve Wallendorf katılımsız gözlem ve katılımcı gözlemi birbirinden ayıran noktanın araştırmacının katılımsız gözlemlenirken pasif, katılımcı gözlemlenirken ise aktif bir rolü olması olduğunu ifade etmektedir (aktaran Akturan, 2007: 244). Pekçok araştırmacı etnografik araştırmada katılımsız gözlem tekniğinin *tam gözlem* ve *gözlemci olarak katılım* olmak üzere iki düzeyde gerçekleştiğini belirtmektedir (Agafonoff, 2006: 118; Akturan 2007:243). Araştırmacının incelediği toplum veya bireylerle arasında mesafe olması ve birbir iletişiminde olmaması tam gözlem tekniği olarak ifade edilir. Karasar (2014:158) dışarıdan bakan gözlemcinin içeride olup bitenleri gördüğü halde, gözlenenin bundan haberi olmadığı için gözlemcinin varlığı ile gözlenenin etkileme tehlikesinin bu teknikte en düşük düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Gold (1958:221)'a göre gözlemci olarak katılımın katılımcı gözlemlenirken farkı araştırılan bireylerle birbir ilişki kurmayı gerektirmesidir.

(c) Sistemik gözlem/ Mekanik gözlem tekniği: Bu teknikte araştırmacı fotoğraf makinesi, videokamera, ses kayıt cihazı gibi araçlar kullanarak davranış ve sosyal ortama ilişkin gözlemlerini kayıt altına almaktadır (Arnould ve Wallendorf, 1994: 487). Mekanik gözlem, sosyal ortamda davranışa ilişkin açık ve net bilgi ortaya koymaktadır. Bu nedenle katılımcı ve katılımsız gözlem tekniği için destekleyici bir araç olarak kullanıldığı da görülür.

Etnografik araştırmalarda veri toplama aracı olarak filmin ve fotoğrafın kullanılmasının ilk örnekleri Torres Boğazi keşfine giden takımın kurucusu Alfred Cort Haddon'ın alan çalışması içerisinde görsel kaydın gerekliliğinin vurguladığı araştırma (Grimshaw, 2001:16) ile 1888'de patolojik anatomi çalışmaları yapan Félix-Luis Regnault'un laboratuvarından çıkmadan "vahşi"ler arasında çalışma imkanı verdiği (Rony, 1996:46) için görüntülerin kaydedilmesi gerekliliğini ortaya koyduğu araştırma (Yıldırım, 2013: 113) verilmektedir. 19. yüzyıldaki bu yaklaşımlar daha önceden elde edilen etnografik bilgilerin misyonerlerden, kolonilerdeki memurlardan ya da gezginlerden gelmesinden kaynaklanan bilimsellikten uzak yapısını ortadan kaldırarak "nesnellığe" ulaşma ve etnografiyi rivayetten arındırma (Pinney, 1992) çabasının ürünleri olmuştur. 1895'te Regnault ve Charles Comte batı Afrikalı ve Malagasi kabileleri çeşitli ortamlarda filme almış ve daha sonra bu çekim etnografik filmin temeli olarak kabul edilmiştir (Rony, 1996:48). Regnault etnografik filmin gözle görülmesi güç bazı hareketlerin saptanmasına ve daha sonra bu görüntülerin çalışılmasına imkân verdiği için fotoğrafa göre daha üstün olduğunu ifade etmektedir (Yıldırım, 2013: 112). Scherer (1995:201) etnografik fotoğrafların kullanılmasında iç kanıtların analizinin mümkün olduğunu ve diğer imajlarla fotoğrafların kıyaslanabildiğini belirtmektedir.

Etnografik araştırmaların temel tekniği etnografın toplum içinde katıldığı (örneğin, insanlar arasında yaşayarak) durumlarda ya da kültürünü çalıştığı toplumlarda yaptığı katılımcı gözlemdir. Buna karşın Tacchi, Slater ve Hearn (2003:9), etnografın düşünme ve analiz yoluyla çalışma konusunu yorumlayabilmesinin, daha sonra tanımlayabilmek için analitik ve gözlemsel kayıtlar yapabilmemesinin mümkün olduğunu ifade etmektedirler. Bu nedenle nitel araştırmalarda veri toplama araçları olan *gözlem*, *mülakat* ve *anket* tekniklerine ilişkin araçlara; *sistemik gözlem/ mekanik gözlem* tekniğine ilişkin araçlar olarak görüntü kaydı cihazları da eklenmiştir. Wellington ve Szczerbinski (2007:93) bu araçların standart araçlar olmalarının uygun olduğunu ifade etmektedir.

Gözlemin avantaj ve dezavantajı:

-Gözlem doğal ortamında dış etkilerden uzak oluşan bir davranışı inceler (Hogg ve Vaughan, 1995).

- Sık sık gerçek hayattan veri alır.
- Sayısal veri elde edilmediğinden verilerin standartlaştırılma problemi olur(Kağıtçıbaşı, 1999).
- Ortama, ana, gruba, kişiye bağlı yinelenemeyen, sadece bir kere rastlanabilecek davranışlar gözlemlendiğinden genel sonuçlar çıkarılmamalıdır (Morris, 2002).
- Gözlenen kişiler gözlemlediklerini bildiklerinde doğal değil tepkisel davrandıklarından doğal gözlemde "gözlemci etkisi" ifade edilen bir sınırlılık bulunur.

Tarama Yöntemi:Sosyal psikolojide bir davranışın ya da bir tutumun bir toplulukta, grupta görülme derecesi, sıklığı ve bazı etmenlerle değişme durumunun ortaya konduğu araştırma yöntemidir.Tarama yönteminin diğer nitel yöntemlerden farkı ulaşılan kişi sayısının çokluğudur. Bu nedenle çoğu zaman evreni temsil eden örneklem seçilir. Örneklem üzerinde çalışma özelliği ile tarama yöntemi çok geniş olmayan örnekleme genelleme yapmaya imkan verir.Çok sayıda kişiden kısa sürede fazla bilgi toplama olanağı vardır, bu nedenle örneklem üzerinde çalışma imkanı zamanın ve maddi kaynakların daha etkin kullanılmasını sağlar. Ancak toplanan bilgiler daha yüzeyseldir. Büyük örneklem alınması durumunda ise, daha organize etkinliklere, daha fazla zaman ve maddi kaynağa ihtiyaç duyulur.Tarama yönteminde veri toplama tekniği olarak *anket* ve *görüşme* kullanılır.

a)Anket Tekniği:Anket, açık uçlu ya da çoktan seçmeli olarak hazırlanan bir grup güdümlü sorunun anketi uygulayan kişi (anketör) tarafından denekleri etkilemeden objektif olarak sorulduğu yüzyüze görüşme ya da posta, e-posta aracılığı ile gönderilen yazılı metin aracılığı ile veri toplama tekniğidir.

Anketin avantaj ve dezavantajı:

- Geniş kitlelere ulaşmak, çok sayıda elemandan veri toplamak mümkün olmaktadır.
- Yüz yüze olmadığından çekinme azalacağı için daha güvenilir cevap alınabilir.
- Daha sınırlı bilgi alınabilir.
- Okuma yazması olmayanlar bir yakınından cevapların yazılmasını isteyebilir ve cevaplar ken yakınından çekinilebilir ve etkilenebilir.
- Cevaplanmamış çok sayıda soru kalabilir.
- Geri dönme az olabilir. Katılma oranı düşük olabilir. Cevaplama gecikebilir (Arlı ve Nazik, 2010: 48-49).

b)Görüşme/MülakatTekniği:İlgili kişi veya topluluk ile karşılıklı görüşmelerin, sorulan soruların, cevapların kaydedilmesi suretiyle yapılan yüzyüze görüşmedir.Önceden yapılan hazırlık çalışmalarına bağlı olarak görüşme çeşitleri yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olarak sınıflandırılır. Eğer bir araştırma için sorulacak sorular belirlenip, görüşmenin detayları tasarlanmış ise yapılandırılmış; belirlenmiş soruların dışında katılan kişinin verdiği yanıtlara göre ek sorular sorulmakta ise yarı yapılandırılmış; konu belli ama sorular belli değil ve görüşmenin seyrine uygun anlık sorular sorulmakta ise yapılandırılmamış görüşme tekniği adını almaktadır. Görüşmeye katılanların sayısına göre de, görüşmeler: *bireysel* ve *grupça* olmak üzere, iki sınıfta incelenebilir. Bireysel görüşmede, görüşmeci ile kaynak kişi dışında kimse bulunmaz. Grupça görüşmede ise çok sayıda kaynak kişi konuyu birlikte görüşüp tartışırlar (Karasar, 2014:166-167).

Görüşmenin avantaj ve dezavantajı:

- Araştırmacının insiyatifi ile derin ve ayrıntılı veriler toplanabilir.
- Karşılıklı görüşme olduğundan anlaşılmayan hususlar açıklanabilir ve yanıt alma oranı yüksektir.
- Soru sayısı, görüşme süresi ve maliyet sınırlılıklardandır.
- Randevu almak zor olabilir.
- Görüşme amacı dışına sapabilir (Arıkan, 2007: 112).

5.2.Etnografik Araştırmalarda Veri Analizi

Etnograf, gözleyerek, dinleyerek, karşılıklı konuşarak ve insan grupları arasına karışarak emik perspektif ya da "yerlinin bakış açısı" adı verilen bir bakış açısını kendi kavramsal çerçevesini dayatmadan edinir. Emik dünya etikten ya da "dışarıdakinin yerli hayat hakkındaki" görüşünden oldukça farklı olabilir ki, bu da etnografinin kritik noktası olarak kabul edilir. Etnograf, gözlem ve dinleme sonucunda detaylı alan notları alır, açık uçlu sorulara dayanan görüşmeler yapar ve kültüre ait alan dökümanı olarak ne varsa onları veri olarak kaydeder(Rodgers ve Anusas, 2008:187-188).

Yazı insanoğlunun iç ve dış dünyasının görüntüsünü kodlamakta ve kodların çözümünde, kullandığı en yalın ifade biçimi olmuştur. Etnografi içinde kendine yer edinen görüntüler bu nedenle metin tarafından çözümlenerek kaydedilmektedir. Sonuçta tüm etnografik araştırmaların sonuç aşamaları yazı ile bitmektedir (Yıldırım, 2013: 118).

Tasarımda uygulama yapılmadan önce, yöntem ve süreçler bölümünde verilerin nasıl analiz edileceğinin ayrıntılı olarak açıklanması gerekir. Veri analizi araştırma tasarımının karakterine göre

şekillenir(Erdoğan, 2003:239).Veri analizi tümevarım bir karakter taşır: Eleştirel temalar veriden çıkar.

Niteliksel analiz ham verileri mantıksal ve anlamlı kategorilere koymak, onları tümcel bir şekilde irdelemek ve yorumunu başkalarına aktarma yolu bulmak gerektirdiği için bilgi ve yaratıcılık ister (Erdoğan, 2003:239).Niteliksel incelemede analiz, gözlemlerle (örneğin ilgili kayıtlı literatürden, mülakatlardan, alan gözlemlerinden) elde edilen verilerin ayıklanması, düzenlenmesi, anlamlı parçalara ayrılması ve bu parçaların içlerinin anlamlı bir bütün oluşturacak biçimde doldurulması gerektirir. Niteliksel tasarımda analiz araştırılan konu/sorun hakkında toplanan ve/veya var olan bilgileri önce en ayrıntılı parçalarına ayırmayı ve anlamlandırmayı (tümdengelim sürecini) ve sonra bu parçaları yeniden birleştirerek sonuçlar çıkarmayı (tümevarım sürecini)içerir. Analiz araştırmada sentez için gerekli olan bilgilerin değerlendirilmesidir. Analizdeki amaç araştırılan konuyla/sorunla ilgili bir senteze ulaşmaktır (Erdoğan, 2003:261).

6. TEKSTİL ÜRÜNÜ TASARIM SÜRECİNDE ETNOGRAFİK ARAŞTIRMALARIN ÖNEMİ

Cross (1999:6)'a göre, alan araştırmasının (Etnografik yöntem) en önemli uygulama alanı, tasarım süreçlerinin çalışması ve tasarımcıya yardım eden yöntemlerin uygulaması ve gelişmesini kapsayan metodolojidir. Buna göre tasarım araştırma alanının taksonomisi insana, süreç ve ürüne bağlı üç ana kategoriye ayrılmaktadır: *Tasarım epistemoloji*, *Tasarım praksiyolojisi* ve *Tasarım fenomenolojisi*.İnsanları, ürünü ve süreci konu alan temel bilimsel çalışmalar tasarım bilginin (epistemoloji), tasarımın uygulamalarını ve süreçlerini temel alan çalışmalar tasarım eyleminin (praksiyoloji) ve eserin form ve konfigürasyonu ile uğraşan araştırmalar ise tasarım olgubiliminin (fenomenoloji)alanları olmaktadır(Cross, 1999:6).

Araştırma kriteri kabul edilen ve tasarım araştırması içerisine yerleştirilerek konumlandırılan her tasarım araştırma metodolojisinin alana, ürüne ve ihtiyaca göre düzenlenme ihtiyacından tasarım araştırmasının temel özellikleri olan multidisiplinerlik ve tasarımın yaratıcı doğası ortaya çıkmaktadır(Niedderer, 2009: 16). Malins ve Gary (1995:8)'e göre genel metodolojik yaklaşım, tasarımda keşif ve deneysel olarak tanımlama imkânı vermekte ve bu da zanaat uygulamalarında tanımlanan gerçek alanlarda kullanılabilir. Burada bahsedilen zanaat uygulamalarını tekstil alanında değerlendirecek olursak, tekstil tasarımının gerektirdiği estetiğe ve zanaata dayanan uygulamalar ile tekniktekstil üretim süreçlerinden bahsetmek gereklidir. Kullanılabilecek özel yöntemler ise, bağlama, kapsama ve içeriğe uygun olarak araştırmayı yönetmek (tanımlanan endüstriyel kullanımlar),teknik araştırma takımını oluşturmak, tasarım ve üretim için bilgisayar yazılımlarını kullanmak, tekstil tasarım metodolojisinin deneysel süreçlerini uygulamak, prototip üretimini gerçekleştirmek,ekipman testleri ve üretim süreçlerini üstlenmek olarak sıralanabilir.

Etnografinin birincil avantajı gözleme dayalı teknik olmasıdır ki, bu durum oluşan davranışın kaydedilmesi için araştırmacıya imkân vermektedir. Dahası, açığa çıkarılacak ve bir toplum içindeki fenomen enine boyuna belirlenecektir. Bu yönüyle etnografi tasarım fenomenolojisi ile örtüşmektedir. Etnografik araştırmanın diğer avantajı ise çalışılan kişilerin perspektifinden fenomeni etüt ederek anlamaktır. Bu nedenle, bulgu, dış deneyleri kullanarak değişkenleri manipüle eden bir araştırmadan daha gerçektir (Nurani, 2008:447). Gall vd., (1996) etnografinin özellikle sosyokültürel araştırmalardaki üstünlüğünü ifade etmek amacıyla "Kültür olarak bilinen karmaşık fenomeni araştıran etnografinin bu yeteneği, başka bir araştırma geleneği ile eşleşmez." demektedirler. Bütünsel yönü ile kültürün birçok esasını tanımlamak için yetenekli araştırmacıya imkan tanımakta ve uyumlu modellerle dokumaktadır. Etnograflar genellikle kültür üyelerinin kendi algı ve dil kategorilerini açıklamaya ve tanımlamaya alışkın olan emik (iç) bakış açısını ele almaktadır. Bu bakış açısı okuyucunun eşsiz bir sosyal gerçek olarak kültürü anlamasına yardım ederken, sosyal hayatın ortaya çıkarılan adetleri için bir temel oluşturmaz. Araştırmacının kültürü anlamak için kendi kategorilerini geliştirdiği etik (dış) bakış açısı ise çok kültürlü adetlerin ortaya çıkarılması ve çok kültürlü çalışmalar için daha iyi bir temel sağlamaktadır(Gall vd., 1996).

Etnografik araştırma tasarımcının tüketicileri anlamasına imkân sağlamaktadır. Genel olarak bir grubun nasıl davrandığının, ne istediğinin ve bir kavrama karşı tutumları, algıları ve davranışlarının neler olduğunun belirlendiği bir dizi araştırma olduğundan tasarımcıya karşılanmamış talepler konusunda ve bir ürünün belirli bağlamda etkisi hakkında fikir verebilmektedir. Pazar taleplerinin ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasında ürün ve hizmetlerin ayarlanmasını sağlayarak etnografik araştırmalar yeni bir ürünün lanse edilmesi sırasında karşılaşılabilecek riskleri de azaltmaktadır(Skaggs, 2010:2).

Bir tasarımın başarısının ölçülebilmesi için kullanılabilecek kriterlerinden en önemlisi, şüphesiz tasarımcının ürünü ile vermek istediği mesajın, kullanıcılar tarafından doğru algılanmasıdır. Sadece doğru okunabilen ya da başka bir deyişle doğru algılanabilen bir tasarım, taşıdığı mesajı

verebilir(Eryayar, 2011:133). Bu nedenle tasarımcı, tasarım yaparken tasarım olgusunu yönlendiren bir takım ilkelere göre hareket eder. Bu ilkeler çağa göre değişiklik gösterebiliyorken değişmeyen belirli ilkeler vardır. Bunlar şöyle sıralanabilir:

- İnsanın gelişimindeki her dönem, kendi malzeme ve teknikleri ile karakterize edilir,
- Her dönem, kendi özel düşünme şekillerini ve kendi alışılmamış değerler dizisini oluşturur,
- Her başarılı dönem, daha önceki dönemlerin başarıları üzerine kurulmuştur. Önemli gelişmeler bu sayede gerçekleşir.

Kültürel faktör olarak isimlendirdiğimiz, değişik sosyal çevrelerde yaşayan insanların kültürel yapıları, tasarlanacak ürünü etkileyen bir diğer faktördür. Sosyal yapı ile bir bütünlük içinde olan kültürel faktörler, insanların geçmiş dönemlerden günümüze değin edindiği düşünce, davranış ve geleneksel öğeler olarak tasarımcıyı ve tasarlayacağı ürünü etkileyecektir (Sezgin ve Önlü, 1992:84).

Tekstil tasarım araştırmasında en iyi uygulama örneklerinin ortak özellikleri ise önemli bir sorun veya siparişin tanımına dayanık olması ve fonksiyonel olmasıdır. Çok miktarlarda üretimden veya pahalı bir üründen bahsedildiğinden sistemli, disiplinli bir yaklaşım içerisinde tekrar edilebilir ve sınırlanabilir bir üretim süreci gerektirir. Bilgi teknolojisi araçları tasarımda çok yaygın değildir, bu yüzden tasarım uygulayıcıları anlamlı çözümlerin içinde veriyi analiz etme ve el ile düzenleme ve kendi becerilerine dayanmaları gerekmektedir (Pichyangkul ve Israsena, 2012:1519). Ancak tasarımcı tarafından tasarlanan tekstil ürünü tasarım sürecinde hem belirli bir kültüre ait izler taşıması hem de o kültürden beslendiğine dair kilit noktaları denilebilecek kültürel ayrıntıları tasarımda yansıtması tasarım araştırma yöntemlerinden biri olan etnografik araştırma yöntemi uygulanması ile mümkün olmaktadır.

Etnografik araştırmalar pek çok avantajlar sunmaktadır. Örneğin, katılımcı gözlem kullanımı bir ortamda kendilerini "daldırmak" için dolayısıyla farklı bağlamlarda kendi inceliklerini ve toplumsal olayın zengin bir anlayışını oluşturmada etnografılara olanak tanır. Katılımcı gözlem bir de kamusal bakışın normalde "gizli" olan sosyal uygulamalar içine ampirik anlayışlar toplamak için etnografılara fırsatlar vermektedir. Ayrıca tüme dayalı sosyal anlatımlar üretmeyi amaçladığı için, etnografik araştırma, birbiriyle yüzeyde çok az bir bağlantısı olan sosyal olguları bağlayabilir, araştırabilir ve tanımlayabilir(Reeves, Kuper ve Hodges, 2008:514).

7. SONUÇ

Etnografik araştırma olayları, olguları kendi doğal ortamını bozmadan gözlemler sonucu veri elde etmeyi sağlayan ve temeli gözleme dayalı bir araştırma anlayışı barındıran nitel tasarım araştırma metodudur. Ayrıca etnografi, sosyoloji, kültürel araştırmalar ve tüketici araştırmaları gibi alanlarda giderek popülerlik kazanan antropolojik bir araştırma yöntemidir (Özhan Dedeoğlu, 2002:85).

Etnografik araştırma yönteminde gözlem yöntemi (katılımcı-katılımsız-sistematik)ve tarama yöntemi(anket-görüşme) olmak üzere iki farklı yöntem ile veri elde edilebilmektedir. Veri toplama yöntemlerinin çeşitli olması yapılacak tasarımın planlama, çizim ve üretim sürecinin belirlenmesinde yol gösterici ve tüketicilerin beklentilerinin ne olduğu ve ne olması gerektiğini saptamada en belirleyici basamaktır. Özellikle bir sınırdan bir sınıra, bir ulustan bir ulusa değişmekte ve gelişmekte, gelişirken kültürel geleneksel bağı da koparmayan, küreselleşmenin etkisi ile de her ulus kendi öz benliğini yansıtan ve yaşatan nitelikte ürünlerin daha iyi hissettirmesine ve kültürler arası farklılığın ortaya konmasına ihtiyaç duymaktadır. Buna göre özellikle tekstil tasarımı alanında bir kitleye hitap eden beğeniler ile başka bir kitleye hitap eden beğeniler farklılık gösterirken; tasarımda kullanılan renk, desen, motifler de bir alandan başka bir alana farklı anlamlara gelmektedir. Kimi zaman aynı bölgede de çeşitlilik sunmaktadır. Bu nedenle günümüzde moda olgusunun etkisinde olan tekstil ürün tasarımlarını temel bir dayanağı olan, sembolize eden, içselleştiren ve kültürel kökeni niteleyen ürünlerle çekici ve ayakları yere basan tasarım anlayışı geliştirebilmesi gerekmektedir. Bu durumda beklentilere cevap veren tasarım ihtiyacının etnografik-antropolojik yöntemlerle irdelenmesi ve bir kimliğin derinliklerinin başından sonuna keşfedilmesine olanak tanıyan, keşfederken de birebir doğal yaşantıya dâhil olan araştırma yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Böylece tasarımların kültürel ve simgesel boyutta özel anlamlar sunması; daha açık, anlaşılır ve o ulusa aitliği yansıtması mümkün olabilmektedir.

Sonuç olarak, ekonomide uzun yıllardan beri lokomotif sektör olan, teknik yönü kadar sanatsal ve tasarım yönü bulunan Türk tekstil sektörü binlerce yıllık kültürel birikimi ve kültürel mirasımızı özgün tasarımlara dönüştürecek bir yaklaşım göstermelidir. Can ve Özkartal(2013: 133-134)'ında ifade ettiği gibi Türk tasarımcıların zengin kültürümüzün ürünlerini yeniden değerlendirmesi ve kendi kimliklerinden ödün vermeyerek tasarımlarını oluşturması gerekmektedir.

Böylece geleneksel formlar, motifler, kumaşlar yeniden özgün ve çağdaş tekstil koleksiyonlarında kullanım sahası bulabilecek, sektörün ihtiyacı olan motif, desen, kompozisyon, kumaş kendi öz kültürümüzden karşılanacaktır.

NOT: Bu çalışma Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil Tasarımı Anabilim dalı Doktora Programında yürütülmekte olan Tasarım Araştırma Teknikleri dersinde araştırma projesi olarak hazırlanmıştır.

KAYNAKÇA

- AGAFONOFF, Nick (2006). "Adapting Ethnographic Research Methods to Ad-hoc Commercial Market Research", *Qualitative Market Research: An International Journal*, S. 9, s. 115-125.
- AKTURAN, Ulun (2007). "Tüketici Davranışına Yönelik Araştırmalarda Alternatif Bir Teknik: Etnografik Araştırma", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 11, s. 237-252.
- ARIKAN, Rauf (2007). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*, Ankara:Baran Ofset.
- ARLI, Mine ve Nazik, M. Hamil (2010). *Bilimsel Araştırmaya Giriş*, Ankara: Özbaran Ofset Matbaacılık.
- ARNOULD, Eric J. ve Wallendorf, Melanie (1994). "Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building and Marketing Strategy Formulation", *Journal of Marketing Research*, S. 31, s. 484-505.
- ATASEVEN, Burçin (2012). "Nitel Bilimsel Araştırmalarda Veri Kalitesinin Önemi", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, S. 2, s. 543-564.
- BĂLAN, Sergiu (2011). "Ethnographic Method in Anthropological Research", *Cogito*, S. 3, s. 61-69.
- BAYAZIT, Nigan (2004). "Tasarımı Keşfetme: Tasarım Araştırmalarının Kırk Yılı", *itüdergisi/a*, S. 3, s. 3-15.
- BAYAZIT, Nigan (2005). "Tasarım, Zanaat ve Endüstriyel Tasarım Farklarının İrdelenmesi", *Legal Fikri ve Sinai Haklar Dergisi*, S.2, s. 402.
- BAYAZIT, Nigan (2008). *Tasarımı Anlamak*, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- BEDİR Erişti, Suzan Duygu ve Tekin Akbulut, Ayşe Seçil (2014). "Anadolu Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu Moda Tasarımı Bölümü Öğrencileri Örneğinde Sanatsal Tasarım Ürünlerine Dayalı Kültür Algısı", *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi - Journal of Qualitative Research in Education*, S. 2, s. 9-37.
- BIELEFELD, Bert ve El Khouli, Sebastian (2011). *Adım Adım Tasarım Fikirleri*, Çev. Volkan Atmaca. İstanbul: Yem Yayın.
- BLOMBERG, Jeanette, Burrell, Mark ve Guest, Greg (2002). *An Ethnographic Approach to Design*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- CAN, Özgün ve Özkartal, Mehmet (2013). "Endüstrileşmenin Cumhuriyet Dönemi Sonrası Tekstil-Moda Tasarımında Kimlik Arayışına Etkileri", *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi, Art-E.*, S. 11, s. 120-136.
- CARMAN, John (2002). *Archaeology and Heritage: An Introduction*, London: Continuum.
- CROSS, Nigel (1999). "Design Research: A Disciplined Conservation", *Design Issues*, S. 15, s. 6.
- CROSS, Nigel (2001). "Can a Machine design?", *Design Issues*, S. 17, s. 44-50.
- CROSS, Nigel (2006). *Designerly Ways of Knowing*, London: Springer Verlag.
- DE LA TORRE, Marta ve Mason, Randall (2002). *Assessing the Values of Cultural Heritage*, Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- EKİZ, Durmuş (2003). *Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- ERDOĞAN, İrfan (2003). *Pozitivist Metodoloji Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum*, Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- ERYAYAR, Erkut (2011). "Endüstri Ürünleri Tasarımında Gestalt Teorisi Uygulaması", *Zeitschrift für die Welt der Türken: Journal of World of Turks*, S. 3, s. 125-133.
- EVBUOMWAN, Nosa F., Sivaloganathan, Sangarappilai ve Jebb, Alan (1996). "A Survey of Design Philosophies, Models, Methods and Systems", *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, S. 210, s. 301-320.
- FRIEDMAN, Ken (2000). "Creating Design Knowledge: From Research into Practice", içinde *Proceedings of IDATER 2000 Conference*, Loughborough University, Loughborough.
- FRIEDMAN, Ken (2003). "Theory Construction in Design Research: Criteria: Approaches, And Methods", *Design Studies*, S. 24, s. 507-522.
- GALL, Meredith D., Borg, Walter R. ve Gall, Joyce P. (1996). *Educational Research: An Introduction*, New York: Longman.
- GOLD, Raymond L. (1958). "Roles in Sociological Field Observations", *Social Forces*, S. 36, s. 217-223.
- GOULDING, Christina (2005). "Grounded Theory, Ethnography and Phenomenology: A Comparative Analysis of Three Qualitative Strategies for Marketing Research", *European Journal of Marketing*, S. 39, s. 294-308.
- GRIMSHAW, Anna (2001). *The Ethnographer's Eye: Ways of Seeing in Modern Anthropology*, Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- HARVEY, Lynda J. ve Myers, Michael D. (1995). "Scholarship and Practice: The Contribution of Ethnographic Research Methods to Bridging the Gap", *Information Technology & People*, S. 8, s. 13-27.
- HAVILAND, William A., (2002). *Cultural Anthropology: The Human Challenge*, Fort Worth: Harcourt College Publishers.
- HOGG, Michael A. ve Vaughan, Graham M., (1995). *Social Psychology: An Introduction*, London: Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf.
- ILGAR, M. Zeki ve Ilgar, Semra Coşkun, (2013). "Nitel Bir Araştırma Deseni Olarak Gömülü Teori (Temellendirilmiş Kuram)", *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 3, s. 197-247.
- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem (1999). *Yeni İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Kitabevi.
- KARASAR, Niyazi (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- KİPER, Perihan (2004). "Küreselleşme Sürecinde Kentlerimize Giren Yeni Tüketim Mekânları ve Yitirilen Kent Kimlikleri", *Planlama Dergisi*, S. 4, s. 14-18.
- LIPE, William D. (1984). *Value and Meaning in Cultural Resource, Approaches to The Archaeological Heritage: A Comparative Study of World Cultural Resource*, ed. by Henry Cleere, Cambridge: Cambridge University Press.
- LOPEZ-Mesa Belinda, Eriksson, Sören ve Thompson, Graham (2004). "The Decomposition and Linkage of Design Methods and Problems", içinde *Proceedings of International Design Conference-Design 2004*, Dubrovnic.
- MALINS, Julian ve Gray, Carole (1995). "Appropriate Research Methodologies for Artists, Designers & Craftspersons: Research as A Learning Process", içinde *Proceedings of 'Making It': UK Crafts Council Conference*, Wakefield, UK.

- MASON, Randall ve Avrami, Erica (2002). "Heritage Values and Challenges of Conservation Planning" içinde *Management Planning for Archaeological Sites*, (der.) Jeanne Marie Teutonice ve Gaetano Palumbo, Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- MORRIS, Charles G. (2002). *Understanding Psychology*, Çev. H. Belgin Ayvaşık ve Melike Sayıl, Psikolojiyi Anlamak (Psikolojiye Giriş), no: 23, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- NIEDDERER, Kristina (2009). "The Culture and Politics of Knowledge in Design Research: How to Develop Discipline Specific Methodologies" içinde *Proceedings of Design & Cultures, 5th Annual Design Research Conference*, Washington State University, Spokane, USA.
- NURANI, Lusia Marlina (2008). "Critical Review of Ethnographic Approach", *Journal Sositoknologi Edisi 14 Tahun*, S. 7, s. 441-447.
- ÖNAL, Gökçe Ketizmen (2011). "Yaratıcılık ve Kültürel Bağlamda Mimari Tasarım Süreci", *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, S. 16, s. 155-161.
- ÖZDEMİR, Murat (2010). "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 11, s. 323-343.
- ÖZHAN Dedeoğlu, Ayla (2002). "Tüketici Davranışları Alanında Kalitatif Araştırmaların Önemi ve Multidisipliner Yaklaşımlar", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S. 17, s. 75-92.
- PEARSON, Michael ve Sullivan, Sharon (1995). *Looking after Heritage Places: The Basics of Heritage Planning for Managers Landowners and Administrators*, Melbourne: Melbourne University Press.
- PICHYANGKUL, C. ve Israsena, P., (2012). "Co-creation at the Front-end: The Matching of User Typologies and Innovation Aspects for New Product Development Success", içinde *DRS 2012*, Bangkok Chulalongkorn University Bangkok, Thailand.
- PINNEY, Christopher (1992). *Anthropology and Photography*, New Haven and London: Yale University Press.
- POLE, Christopher ve Morrison, Marlene (2003). *Ethnology for Education*, UK: McGraw-Hill Education.
- REEVES, Scott, Kuper, Ayelet ve Hodges, Brian David (2008). "Qualitative Research Methodologies: Ethnography", *BMJ*, S.337, s. 512-514.
- RODGERS PAUL, A. ve Anusas Mike (2008). "Ethnography and Design" içinde *Proceedings of New Perspectives in Design Education, 10 th International Conference on Engineering & Product Design Education*, Barcelona.
- RONY, Fatimah Tobing (1996). *The Third Eye: Race, Cinema, and Ethnographic Spectacle*, Durham: Duke University Press.
- SARIKAYA Levent, Yasemin (2011). "Kültür Mirasına İlişkin Koruma Politikaları ve Uygulamalarında Kamu Yararı İlkesi", *Toplum ve Demokrasi*, S. 5, s. 115-132.
- SARUHAN, Şadi Can ve Özdemirci, Ata (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- SCHERER, Joanna Cohan (1995). "Ethnographic Photography in Anthropological Research", Hockings, P. (ed.) *Principles of Visual Anthropology* içinde, Berlin ve New York: Mouton.
- SEGELSTRÖM, Fabian, Raijmakers, Bas ve Holmlid, Stefan (2009). "Thinking and Doing Ethnography in Service Design", *Proceedings of Rigor in Service Design Research at IASDR 2009*, 18-22 Ekim 2009, Seoul.
- SEZGIN, Şerife ve Önlü, Nesrin (1992). "Tekstilde Tasarım Olgusu", *Tekstil ve Mühendis*, S. 6, s.84-89.
- SKAGGS, Paul (2010). "Ethnography in Product Design—Looking for Compensatory Behaviors", *Journal of Management and Marketing Research*, S. 3, s. 1-6.
- STOLTERMAN, Erik, Mcatee, Jamie, Royer, David ve Thandapani, Selvan., (2008). "Designerly Tools" içinde *Proceedings of Undisciplined Design Research Society Conference*, Sheffield, UK.
- ŞEN, Ülkü Sevim (2005). "Sanat Eğitiminde Bilimsel Araştırma Yöntemlerinin Kullanılması", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 5, s. 343-360.
- TACCHI, Jo, Slater, Don ve Hearn Greg (2003). *Ethnographic Action Research*, New Delhi: Unesco
- TEPECİK, Adnan (2002). *Grafik Sanatlar Tarih Tasarım Teknoloji*, Ankara: Detay ve Sistem Ofset.
- TURAN, Bülent Onur (2011). "21. Yüzyıl Tasarım Ortamında Süreç, Biçim ve Temsil İlişkisi", *Megaron Dergisi*, S. 6, s. 162-170.
- TÜRKDOĞAN, Orhan (2000). *Bilimsel Araştırma Metodolojisi*, İstanbul: TİMAŞ Yayınları.
- URAZ, Türkan Ulusu (1999). "Mimarlık Bilgisi "Eskizler" ve Düşündürdükleri", *Mimarlık Dergisi*, S. 37, s. 11-13.
- WELLINGTON, Jerry ve Szczerbinski, Marcin (2007). *Research Methods for the Social Sciences*, London: Continuum International Publishing.
- YILDIRIM, İskender (2013). "Etnografik Alan Çalışmasında Görüntü Kaydının Kullanımı", *Milli Folklor*, S. 25, s. 111-121.