

Başlık: Elele Beyin Fırtınası = Ürün

Yazarın adı ve soyadı: T. Fikret Uçar

Bağlı olduğu kurum: Anadolu Üniversitesi

İletişim detayları: Telefon: 0 532 783 1717

Fax: 0222315 0636

e-posta: fikretu@gmail.com

Adres: Anadolu Üniversitesi, GSF, 2470 Eskişehir

Seçilen konu başlığı: Yaratıcılık ve Paylaşım

Bildiri Özeti:

Tasarımın doğasında yaratıcı fikir bulma yatar, bu süreç problemi anlama, tanımlama gibi başlangıç aşamalarının ardından, düşünce evreninin geliştirilmesi, genişletilmesi seçeneklerin çoğaltılması ve kararların verilerek sürecin sonuçlandırılmasından oluşur. Çoğu kez kişisel bir süreç olan bu macera ortak projeler veya grup çalışmalarıyla eğitim aşamasında ortak fayda ve gelişimlere olanak sağlar.

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü yirmidört yıllık kısa sayılacak bir geçmişe sahip. Görsel iletişim konusunda yaratıcı problem çözme yeteneğine sahip, çağdaş teknolojiyi yetkin kullanma becerisini edinmiş tasarımcı bireyler oluşturmayı kendine hedef belirlemiştir. Bulunduğu coğrafi konum tasarım dünyası adına sınırlı bir çevre olmasına karşın, öğrencilerin gerçek hayatla yüzyüze gelmesi için başlangıçtan bugüne yoğun çaba sarfettik. Eğitim verdiğimiz şehirde piyasada yoğun çalışma imkanı bulamayan öğrencilerimize, kurum destekli projeler ürettik. Bu projelerde işveren ve üniversite arasında hazırlanan bir sözleşmeyle tasarım süreci başlar, problem tanımı, amaç ve hedefler tanımlandıktan sonra sınıf ölçeğinde tasarımlar üretilir. Çalışma sonrasında işveren, öğrenci, tasarım yönetmeni konumunda olan, öğretim görevlisi ve Üniversitenin fayda sağlaması esastır. Projeyi tamamlayan tüm öğrencilere birim bir ödeme yapılmasının ardından ilk üç dereceye ödüller ve Üniversiteye donanım ya da nakit katkısı yapılır. Süreç bir tasarım ofisinden farksız işler. Çalışmalar bir sunum ile sonuçlanır ve üretilecek tasarımlara karar verilir.

Geçmişte Cici Çikolata için ambalaj tasarımı, Şütaş için Cowparade projesi, Sarar için ev tekstili projesi, Ford Otosan için afiş tasarımı, Frankfurt Kitap Fuarı için afiş tasarımları gibi çeşitli konularda çalışmalar ürettik. Öğrencinin gerçek bir müşteri-tasarımcı ilişkisini yaşayabilmeleri, zamanlama ve sunum disiplinini öğrenebilmeleri adına sayısız faydalara sahip bu sistem, aynı zamanda işveren kurumlar adına da çekici bir nitelik kazanıyor. Eğitimi, gençleri ve tasarım dünyasını desteklemenin yanı sıra karşılaştıkları nitelikli sonuçlar bize yeni proje teklifleriyle döndü. Bu sayede öğrencilerimiz eğitimleri esnasında ulusal ve uluslararası projelere dahil olabilmekte, basılan, üretilen tasarımlarıyla portfolyolarında önemli bir bölüm oluşturmaktalar.

Anahtar Kelimeler, 5 adet :

Grafik Tasarım

Grup Çalışması

Takım Ruhu

Beyin Fırtınası

Ortak Fikir

ELELE BEYİN FIRTINASI = ÜRÜN

Tasarımın doğasında yaratıcı fikir bulma yatar, bu süreç problemi anlama, tanımlama gibi başlangıç aşamalarının ardından, düşünce evreninin geliştirilmesi, genişletilmesi seçeneklerin çoğaltılması ve kararların verilerek sürecin sonuçlandırılmasından oluşur. Fikir bulma tasarımın özünü doğrudan ilgilidir, ‘yeni bir fikir yoksa tasarım da değildir’ noktasına kadar ilerler bazen bu geniş sınırdır. Çoğu kez kişisel bir süreç olan bu macera, ortak projeler veya grup çalışmalarıyla eğitim aşamasında ortak fayda ve gelişimlere olanak sağlar.



Alman fizyolog fizikçi ve düşünürü Herman Von Helmholtz yeni fikirlere erişmek için üç aşamalı bir yöntemden bahseder.

Bunlardan birincisi *Hazırlık*: Sorunun incelendiği, sorun evreninin anlaşılmasına çalışıldığı ilk aşamadır .

İkinci süreci *Kuluçka* olarak tanımlamıştır. Bu aşamada sorun üzerinde bilinçli olarak düşünmeye ara verildiği bu süreç, adeta bir bilinçaltı biriktirme aşamasıdır.

Üçüncü süreç ise *Aydınlanma*: Fikirlerin beklenmedik bir şekilde zahmetsizce ilham gelir gibi gelme sürecidir.

Fırtına

Kuşkusuz bu süreç bir tasarımcının yaşadığı yaratma fikir bulma ve üretme sürecinin oldukça basit bir türevidir. Farklı biçimlerde ve detaylı aşamalarda açıklansa da temelde yaşanan süreç bu üç başlık etrafında şekillenir. Bu süreç bireysel bir süreçtir ve her tasarımcının öğrencinin kendi beyninde şekillenir, ancak tasarım eğitiminde kullandığımız bir diğer yardımcı aşama da “beyin fırtınası” (brainstorming) aşamasıdır. Başka bir deyişle herşeyi düzenlemeden başaşağı etme, çalkalama, köpürtme, başka açılardan bakmaya çalışma sürecidir. Fikir bulma sürecinde önemli bir yer tutar. Adeta bir şok etme süreci, bildiklerini de unutma veya farklı perspektiften bakma aşamasında problemin algısı yeniden şekillenir. Edinilmiş deneyleri altüst etme önyargılardan kurtulma sürecidir. İnsanoğlu pekçok doğal organizma gibi alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçemez, değişik bakış açıları geliştirmesi sanıldığı kadar kolay olmaz.

Bu aşamada grup dinamiği önemli bir rol oynar ve farklı ufuklar yaratmada imdada yetişir. Beyin fırtınası süreci kişisel olarak da yaşanabilse de grup içinde daha verimli sonuçlar verir. Farklı kişiliklerin devreye girmesi, farklı bilgi bazen farklı önyargıların katılması bile işe yarar. Çoğu kez eğitici, bir ‘olay yöneticisi’, ‘yönlendirici’dir (moderator). Kelime anlamıyla yatıştırıcı, ara bulucu, yapıştırıcı gibi farklı açılımları da olan bu sözcük, tasarım aşamasında fikir bulma sürecinde değişik açılımlar da yüklenir. Bazen eğitici, fikirleri ve durumu ortaya koyan, yönlendiren bazen de tahrik edici (provocative) bir rol üstlenir. Bu kışkırtıcı, uyandırıcı, etkileyici aşama fırtınanın olmasa olmazıdır. Bir uyanış, şok ve kendini farklı bir boyutta bulmadır. Grup dinamiği bu sürece önceden tahmin edilemeyen sayısız fayda sağlar. Olay yöneticisi tasarımcıların algı şakralarını açma, onları farklı boyutlara ulaştırmak için önemli bir rol üstlenir.



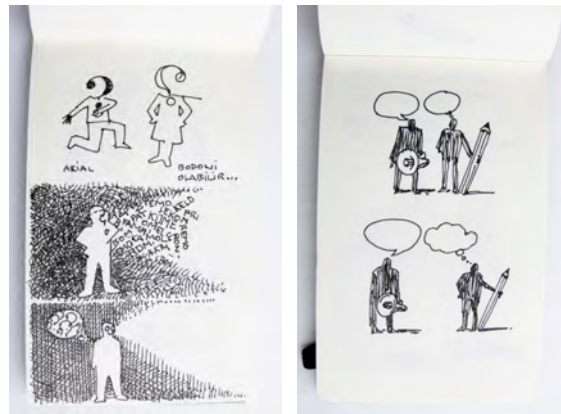
Grup dinamiğinin yarattığı en büyük faydalardan biri de analitik sorgulama sürecine katkısıdır. Analitik yöntemi: “Bir iddia, teori veya problemi, onu oluşturan parçalara ayırarak, bütünü kendisini meydana getiren unsurlara indirgeyerek inceleme” şeklinde tanımlayabiliriz. Bu yöntem sorunu farklı boyutlarıyla ele almayı ve en önemlisi kavramları karşıtlarıyla birlikte yorumlama özelliğini kazandırır. Bu yöntem fikir üretme biçimleri içinde mutlak gerekli aşamaların başında gelir. Sokrat’ın (Socrates) Söyleşme-Dialog (Theatetus) isimli kitabında "Ben bir ebeyim" demektedir. "Ebe nasıl çocuk doğurtursa ben de öyle fikir doğurturum. Sokrat’ın bu yöntemini felsefeci Elenchus daha sonra da diyalektik diye adlandırılmaktadır. Bahsettiğim bakış ve yorumlama yöntemi zaman içinde evrilmiş, gelişmiş, Marks, Engels ve Witgenstein gibi felsefecilerin kazandırdığı yeni boyutlarla üretken bir yaklaşım biçiminin kapılarını aralamıştır. Beyin fırtınası aşamasında kastedilen analitik yöntem sentez sürecine katkıda bulunan yeni yaklaşım biçimlerini uyaran, karşıtlarıyla sorgulayan, yeniyi zıtlıkların dinamiğinde arayan bir yoldur. Sorun evrenini didiklerken yeni kıvılcımlara da zemin oluşturur. Neden olmasın? bakış açısının sıklıkla dile getirildiği bu süreçte yoğun katılım esas alınır, özellikle tasarımcı kitlenin kendi aralarındaki farklılıkları vurgulanıp öne çıkarılarak konu detaylandırılır.

İzlerle Düşünmek

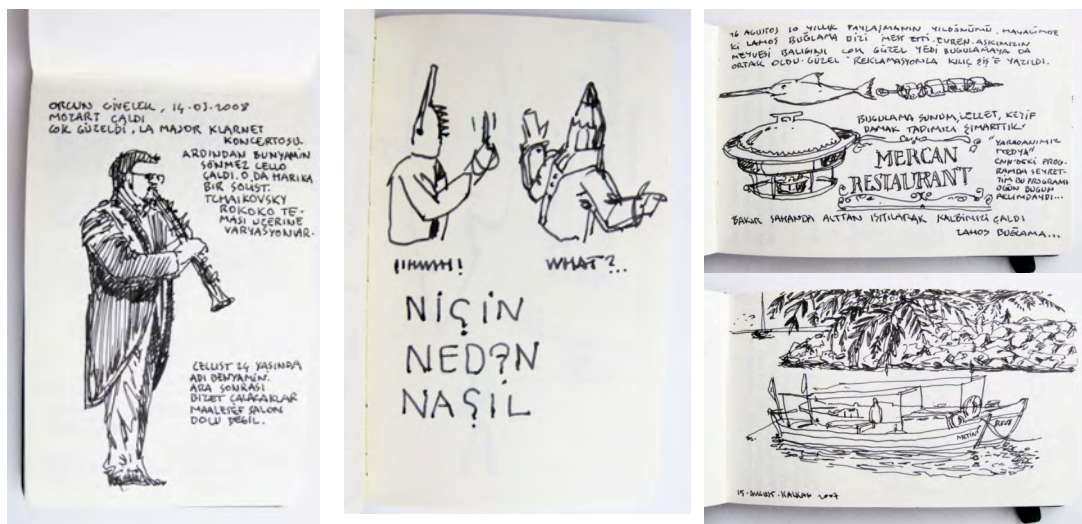
Düşünce, farklı bir bakış açısıyla beynimizdeki bir nöron akımı olarak tanımlayabiliriz.. Bilgilerimizin şekillenmesi edinilmiş deneyimlerimizin boyutlanması aşamasıdır. Uyarıların yeni olasılıklar üretmesi aşamasıdır. İnsanoğlu düşüncelerini izlerle sabitleyerek binlerce yıllık düşünce serüvenini kayıt altına almış, geliştirmiş ve ileri çağlara aktarmıştır. Bu izler bazen mağara duvarlarındaki çizimler, resimler bazen de kağıt üzerine yazılan notlardan oluşur. İster çizerek ister boyayıp kazıyarak isterse sayısal verileri bir yüzeyde şekillendirerek yaratılsın tüm bu izler düşüncenin şekillenmiş halidir.



Yeni fikirler üretme süreci, uyarıların düzenlenmesi sürecidir. Bu süreç biriktirilmiş uyarıların zenginliği, derinlik ve genişliğiyle doğru orantılı olarak artar. Bahsedilen uyarı tasarımcının beyin fırtınası aşamasında oluşturduklarının yanı sıra o ana kadar biriktirdikleridir. Yaşadıkları, gördükleri, dinledikleri hissettikleri oluşturduğu düşünce sistemi ve bakışı yönlendirir tasarımını. Bu yüzden önemlidir biriktirmek görmek ve görmeyi bilmek, öğrenmek. John Lock'a göre %1 deneyerek, %2 dokunarak, %4 Koklayarak, %10 Duyarak ve %83 görerek-gözlemleyerek öğreniriz.



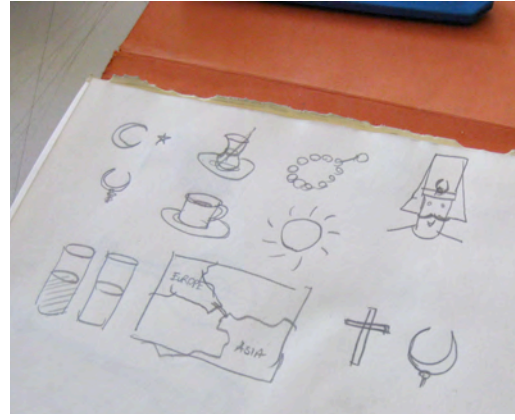
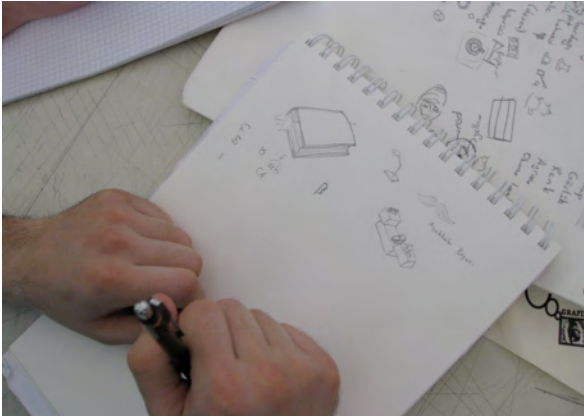
Aslında her öğrendiğimiz sonradan yararlanılabilecek bir bilgi kıvılcımıdır, bir düşünce uyaranıdır. Bu uyarıların biriktirilmesi görsel notlar haline getirilmesi bir görsel iletişim tasarımcısının en önemli hazinesidir. Fikir, bilgi, söz gibi öğelerin biriktirilmesinin yanısıra bir kalem ve kağıt görsel iletişim tasarımcısı için önemli bir uyarandır, güdüleyici bir etkiye sahiptir. Önemli bir disiplini, iş ve çalışma disiplini yaratır. Latincenin ünlü mottosu “Söz uçar yazı kalır” (Verba volant, scripta manent) biçimlenmiş düşüncenin önemini vurgular. Görsel iletişim tasarımcıları sözcükleri belleklerinde betimleyebilme yeteneğine sahip olsalar da, her betimleme farklılıklar arzeder ve herbiri farklı anlamlar ifade edebilir.



Kağıt ve kalemin çazibesi salt mesleki bir fikir yaratma süreci için değil yaşamın akıp giden anlarını yakalayıarak dondurma isteğini de tatmin edebilir. Bazen yenen güzel bir yemek, restaurantın adı, bazen gözlemlediğimiz bir görüntü yerini alır küçük defterimizde. Anların şekil bulduğu bir evrene dönüşür küçük defterimiz. Bir tasarım aracı, kişiliğimizin bir uzantısı haline gelir. Betimlenen görsellerin tek tek ve birlikte anlamları da farklı olabilir. Bileşkeler değişik anlam öbekleri yaratır, firkin bu evrimi anlamı ve kavramı değiştirir. Ünlü film kuramcısı Eisenstein farklı sahnelerin kurgu tekniğiyle birleştirilmesi sürecini ve kurgulanan filmin kavramsal ve duygusal olarak dönüşümünü $a+b=c$ şeklinde ifade etmiş ve önemli bir kuramsal yaklaşımı çok basit şekilde özetlemiştir. Bu förmül biçimli anlatım grafik tasarıma da kalaylıkla uyar.

$$a + b = c$$

Bu ilişkiler zinciri sonsuz kombinasyonlar ve dolayısıyla sayısız kavramsal açılımlar yaratır. Çoğu tasarımcı çizimin kalitesini sorun haline getirdiği için görsel notlar almaktan kendini alıkoyar ve üretilenin bir sonuç değil bir başlangıç olduğunu, mesleki bir oyun, görsel bir antreman olduğunu gözardı eder. Bu eşiği aşan tasarımcılar yepyeni ve eğlenceli bir üretim biçimiyle tanışmış olurlar.



Yaratıcı beyin alışılmadık benzerlikleri veya farklılıkları gören beyindir. Öncelikle kavramların not alınması bu kavramların çağrışımlarının listelenmesi ısınma aşamalarına önemli katkılar sağlar. Sesli ve izli düşünme süreci olarak da adlandırabileceğimiz bu süreç, firkin sınırlarının zorlandığı hata yapma korkusu olmaksızın deneysel bir düşünce sisteminin kurgulandığı bir aşamadır. İlk aşamada sözcükler ve kavramlardan başlanarak sonra bunların açılımları ve çağrışımları sorgulanır. Örneğin “Frankfurt Kitap Fuarı Konuk Ülke Türkiye” afiş çalışması için; Frankfurt, Türkiye, Türk, Alman, konuk, kitap, edebiyat, yazı, misafirlik, misafirperverlik, Türk ve Alman hatta Frankfurt yerel ikonografisi başlangıçta hızlıca not aldığımız öğeler arasındaydı. Bu sözcük ve kavramların küçük göstergelerini oluşturmak, bunların bileşkelerini tasarlamak bizi sonuca götüren yollardandır. İlk akla gelenler genelde klişe düşünce ve kavramlardır. Bu yüzden ilk fikir üretim aşamasının verilerin olabildiğince çok oluşturmak önemlidir. Hatta belirli sayılar

koymak bu sayılarda fikir ve eskiz üretmek gibi sınılamalar çoğu kez fayda sağlar. İster hep birlikte ister bağımsız çalışılsın ilk fikirlerin benzer yaklaşımlar içerdiği sıklıkla görülen bir sonuçtur.

Önemli bir tasarımcı ve bana göre görsel bir felsefeci olan Sigeko Fukuda bütün zamanların en iyi afişleri arasında gösterilen afişinde iki ayrı öğeyi alışılmadık, yaratıcı ve anlamlı şekilde bütünleştirmiş adeta sözle şekillendirilemeyecek yeni bir iletişim kulvarına yerleştirmiştir. Savaş karşıtı kendine has bir hiciv, taşlama içeren “zafer 1945” adlı afiş Fukuda’nın en çok bilinen çalışmaları arasındadır



Francis H. Cartier’e göre “Bir insanın yeni bir fikir yakalayabilmesinin tek bir yolu vardır: Sahip olduğu iki veya daha çok fikri yeni bir bütünsellik oluşturacak biçimde birleştirmek veya bütünleştirmek. Bunun yolu da, bu fikirler arasında o zamana kadar farkına varamadığımız ilişkiyi bulmaktan geçer” Yeni görsel fikirler yaratmada ilişkiler, bileşkeler, bütünleştirmeler, zıtlılaştırmalar, görsel şoklar önemli yardımcılarımızdır. Yaratıcı ve özgün bileşkelerin özgün bir tarzda ortaya çıkması yaratıcı görsel tasarımları oluşturur.

Elele

James Webb Young’a göre ise “Fikir, eski unsurların yeni birleşiminden başka bir şey değildir.” Arthur Koestler "Yaratma işi" isimli kitabını tümüyle "Yaratıcı özgünlüğün bir fikirler sistemini yoktan var etmek ya da yaratmak değil; daha çok, çaprazlama yoluyla döllenme süreci, iyice oturmuş düşünce yollarının birleştirilmesi" tezi üzerine kurmuştur. "Yaratıcı faaliyet; mevcut olay, fikir ve yeteneklerin seçilmesi, birleştirilmesi, tekrar gözden geçirilmesi veya sentez edilmesidir." der.

Tüm bu tasarım sentezlemesi süreci kişisel olarak da yaşanabileceği gibi grup çalışması olarak da ele alınabilir. Beyin fırtınası, fikirlerin oluşturulması ve geliştirilmesi sürecinin de takım çalışması olarak kurgulandığı projelerin pek çok faydası vardır. Kuşkusuz faydaların yanısıra farklı kimyasal maddeleri karıştırmak gibi bazı riskler de taşır. Uygulanacak fikirlerin seçimi, tarzın kararlaştırılması hep karşılıklı tartışma ve hemfikir olma süreçleri anlamına gelir. Herkesin aynı anda ve

oranda mutlu olamadığı iletişim ve ikna gibi yetilerin sınındığı önemli bir hayat dersine dönüşüverir proje. Farklı kişilik, karakter, ciddiyet, bakış, zevk ve yaklaşım biraradadır. Birlikte olma kültürünün öğrenildiği bu aşamada ufak tefek sızlanma ve homurtular çalışma sisteminin doğasından gelir. Öğreticiliğinin yanı sıra her bireyin kişisel gelişimi için bulunmaz bir fırsattır.



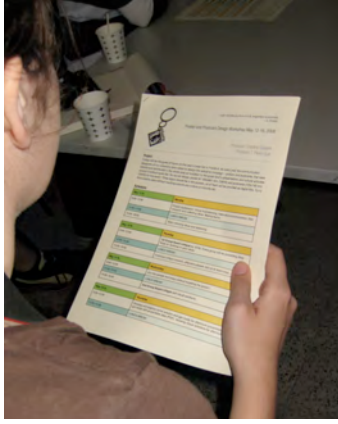
Frankfurt Kitap Fuarı Konuk Ülke Türkiye Afiş Projesi

Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü yirmidört yıllık kısa sayılacak bir geçmişe sahip. Görsel iletişim konusunda yaratıcı problem çözme yeteneğine sahip, çağdaş teknolojiyi yetkin kullanma becerisini edinmiş tasarımcı bireyler oluşturmayı kendine hedef belirlemiştir. Bulunduğu coğrafi konum tasarım dünyası adına sınırlı bir çevre olmasına karşın, öğrencilerin gerçek hayatla yüzyüze gelmesi için başlangıçtan bugüne yoğun çaba sarfettik. Eğitim verdiğimiz şehirde piyasada yoğun çalışma imkanı bulamayan öğrencilerimize, kurum destekli projeler üretmekteyiz. Bu projelerde işveren ve üniversite arasında hazırlanan bir sözleşmeyle tasarım süreci başlar, problem tanımı, amaç ve hedefler tanımlandıktan sonra sınıf ölçeğinde tasarımlar üretilir. Çalışma sonrasında işveren, öğrenci, tasarım yönetmeni konumunda olan, öğretim görevlisi ve üniversitenin fayda sağlaması esastır. Projeyi tamamlayan tüm öğrencilere birim bir ödeme yapılmasının ardından ilk üç dereceye ödüller ve Üniversiteye donanım ya da nakit katkısı yapılır. Süreç bir tasarım ofisinden farksız işler. Çalışmalar bir sunum ile sonuçlanır ve üretilecek tasarımlara karar verilir.

Bu projelerden en yakın zamanda yaşadığımız Frankfurt Kitap Fuarı Konuk Ülke Türkiye Afiş Projesi 2008 yılında Almanya Wiesbaden Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Grafik Bölümü mezuniyet sınıfı öğrencileri arasında yapıldı.



11 Anadolu Üniversitesi Grafik Bölümü 22 Almanya Wiesbaden Üniversitesi olmak üzere toplam 33 öğrenci ve Profesör Christina Wagner, Eskişehir'e gelerek bir haftalık bir beraberlik yaşadılar, kurra çekerek üç kişilik takımlar oluşturduk. Özellikle her takımda Türk ve Alman Öğrencilerin olmasına özen gösterdik. Projenin görünen yararlı sonucu olan afiş tasarımı yanısıra iki kültür, ulus ve üniversite arasındaki ilişki yakınlaşma ve iletişim beklediğimiz diğer bir yararlı sonuçtu.



Proje yöneticileri Profesör Christina Wagner ve Profesör T. Fikret Uçar, Arş. Gör. Eren Evin Kılıçkaya Boğ'un asistanlığında ekiple birlikte çalışmaya başladı. Fikir eskizleri, grup eleştirileriyle derinleştirilerek üzerinde çalışmaya değer olanlar seçildi ve geliştirildi.





Bu aşamada özellikle farklı gruplar biraraya getirilerek fikir alışverişi sağlandı imece ruhu desteklendi. Bu aşamalarda hararetli tartışmalarda herkes birbirini dinlemeyi ve anlamayı biraz daha öğrendi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi'ndeki sunuş ardından bir web sitesi oluşturularak bütün çalışmalar paylaşıldı. Ardından Frankfurt Kitap Fuarı yöneticileri, Proje yöneticileri, Türkiye Cumhuriyeti'nin Almanya Kültür Ateşesi ve Wiesbaden Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanının katıldığı bir sunum ve değerlendirme yapıldı. Bu aşamada amaç kullanılacak bir afişin seçilmesiydi, ancak özellikle fuar yöneticileri çalışmaların tasarım kalitesi ve kavramsal çözümlerinden çok mutlu olduklarını bir afiş seçmek yerine birkaç afiş seçmek istediklerini belirttiler. Toplanan jüri dört afiş ve on adet tasarımı da kartpostal olarak basmak üzere seçti. Tasarımların Eskişehir ayağından sonar bütün süreç ekiplerin web üzerinden paylaşımıyla gerçekleşti. Örneğin Alman bahçe heykeli kavramı için çay bardakları ve çay tepsisi Eskişehir'de çekilerek almanyada aynı açı ve ışıktaki çekilen heykelle bilgisayar da birleştirildi. Aynı şekilde 'gülen yüz' afişinin simit ve çay düzenlemesi Eskişehir'de yapıldı.

Sonuç:

Bütün süreç tam bir İmece örneğiydi, Sosyal kaynaşma sonrası Alman ekipten iki Türk asıllı öğrenci kendilerini keşfetti. Almanya'da buna yeltenmedikleri halde Türkçe konuşmaya başladılar. Baklava partisinden Hamam gezisine kadar ömür boyu unutamayacakları bir deneyim yaşadılar. Daha önce Almanya Wiesbaden'den hiç Erasmus öğrencisi almadığımız halde bu çalıştay sonrası iki öğrenci konuk öğrenci olarak bölümümüze geldi. Vize engelini aşan tüm öğrenciler Fuar konuğu olarak bütün masrafları Frankfurt Kitap Fuarı ve DAAD tarafından karşılanmak üzere Almanya'da konuk edildi. Şimdi ise bu başarılı projenin kitabının hazırlamaktayız. Amacımız bir örnek olay olarak gelecek kuşaklarla paylaşmak.

Yararlanılan Kaynaklar:

- 1-) <http://www.andaman.org/BOOK/chapter54/text-MonteAlegre/text-MtAlegre.htm> (15.06.2009)
- 2-) Foster, Jack,, "Fikir Nasıl Bulunur" MediaCat Yayınları, 2006, İstanbul.
- 3-) Johansson Frans, "Yaratıcılık ve İnovasyon) MediaCat Yayınları, 2007, İstanbul.