GÜZEL SANATLAR

ALANINDA ULUSLARARASI ARAŞTIRMALAR

Aralık 2022

EDİTÖR
PROF. DR. HASAN ARAPGİRLİOĞLU

SERÜVEN YAYINEVİ

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © Aralık 2022

ISBN • 978-625-6399-12-9

© copyright
Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.
Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz. The right to publish this book belongs to Serüven Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing
Türkiye Adres / Turkey Address: Yalı Mahallesi İstikbal Caddesi No:6 Güzelbahçe / İZMİR
Telefon / Phone: 05437675765
web: www.seruvenyayinevi.com
e-mail: seruvenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume
Sertifika / Certificate No: 47083

Güzel Sanatlar Alanında Uluslararası Araştırmalar

Aralık 2022

Editör

Prof. Dr. Hasan ARAPGİRLİOĞLU

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1
YAPAY ZEKÂ VE SANAT İKİLEMİ: DALL-E UYGULAMASI VE GELİŞİMİ
Neslihan Dilşad DİNÇ 1

Bölüm 2
İTECİK LALESİ (PAEONİA PEREGRİNA) STİLİZASYON ÖRNEKLERİ
Ezgi GÖKÇE, Can GÖKÇE 21

Bölüm 3
MAGANDA LÜMPENİN DÖNÜŞÜMÜ: RECEP İVEDİK 7 FİLMİNDE HİCİV DENEMESİ VE SAMİMİYET
Erdem TÜRKAVCI.....35

Bölüm 4
DİJİTAL SANAT'IN SANAL GERÇEKLİK VE NFT İLE DEĞERLENDİRİLMESİ
Şirin Koçak ÖZESKİCİ, Gülçin ÇAVDAR.....59

Bölüm 5
EGON SCHIELE'NİN BİR İMGELEM DÜŞÜ: HASTA BİREY
Evrim ÖZESKİCİ 73

Bölüm 6
ORTAM ODAKLI SANAT ÖRNEĞİNDE HASTANELER
Mahpeyker YÖNSEL.....87

Bölüm 7
ÇİNİ SANATININ GÜNCEL SANAT PRATİKLERİNE YANSIMALARI
Emine CANTÜRK.....99

Bölüm 8
SAĞLIK YAPILARININ SEMANTİK AÇIDAN YORUMLANMASI
Ali Uğur KOÇ, Murat KILIÇ 115

Bölüm 9
TUBANIN YAPISAL ÖZELLİKLERİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ
Fatih AKMAN 129

Bölüm 10
DUSAN BOGDANOVIC'IN "JAZZ SONATA" ADLI ESERİNİN ANALİZİ
İbrahim Şevket GÜLEÇ 159

Bölüm 11
TASARIMDA YARATICILIK VE ÖZGÜNLÜK ARAYIŞLARI
Bilge KINAM 183

Bölüm 12
KORAY SAZLININ DENEYİMLERİ ÜZERİNDEN KÖR MÜZİSYENLERİN AKADEMİK KARİYER OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ
Yusuf DUMLUPINAR 205

Bölüm 13
CAM ALTI SANATI
İsmail TETİKCİ, Berzehan AYDIN.....225

Bölüm 14
MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN "EVREN ÖTESİ"NE ADIMLARI: METAVERSE MÜZİK OLAYLARINA GENEL BİR BAKIŞ
Yasemin ATA.....237

Bölüm 15
ANADOLU SELÇUKLU DÖNEMİ SERAMİK VE ÇİNİ MOTİFLERİNİN GÜNÜMÜZ SERAMİK YÜZEYLERİNE YANSIMASI
Fatime SAVAŞ CAN.....253

Bölüm 16
İFADE BİÇİMİ OLARAK SANAT: MİTLERDE VE ESKİ YAZMA ESERLERDE ACININ TEZAHÜRÜ
Neslihan Dilşad DİNÇ 265

Bölüm 17
DİJİTALLEŞEN KÜLTÜR VE SAVAŞIN TEMSİLİ
Ahmet Sait YILDIZ, M. Uluç CEYLANİ, Uğur GÜNAY YAVUZ 279

Bölüm 18
DİSİPLİNLERARASI SANAT VE SANATIN TERAPİ ETKİSİNİN GÖÇMEN KADINLAR ÜZERİNDE İNCELENMESİ
N. Müge SELÇUK, Büşra ŞAHİN.....293

Bölüm 19
ÇAĞDAŞ SANATTA YAPIBOZUM OKUMALARI
H. Nilüfer SÜZEN.....309

Bölüm 11

TASARIMDA YARATICILIK VE ÖZGÜNLÜK ARAYIŞLARI

***Bilge KINAM*[1]**

1 Doçent, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, bkinam@ogu.edu.tr
Orcid Id: 0000-0002-2516-3186

Tasarım, geçmişten günümüze çağın beklentileri ve talepleri, teknolojik gelişmeler, toplumsal sorunlar, çevresel faktörler, müştelerin ihtiyaç doğrultusunda evrilmiş ve yeni algı biçimleri oluşturmuştur. 2000 yılı sonrası ivmesiyle yükselen teknoloji, toplulukları derinden etkilemeyi başarmıştır. Teknoloji kullanımında, çevre ilişkilerinde ve iş yaşamında farklı tepkiler gösteren insan toplulukları olarak bilinen X, Y ve Z kuşakları bulunmaktadır. Milenyum adı verilen Y kuşağı ve kristal olarak gösterilen Z kuşağı, teknolojinin daha önce görülmediği bir hızda yükseldiği bir dönem içine doğmuşlardır.

1965-1979 arası doğan jenarasyon olan X kuşağı, dünya çapında siyasi, sosyal ve ekonomik sürecin yaşandığı sıkıntılı ve zorlu bir dönem yaşamıştır. X kuşağının büyüdüğü yıllar, teknolojinin henüz gelişmediği; siyah beyaz televizyondan renkli televizyona, otomatik çamaşır makinesine ilk kez geçildiği bir dönemi kapsamaktadır. Genellikle çevresine saygılı, görgülü olan X kuşağı, içinde bulunduğu mevcut imkanlarla yetinen, yeni çıkan teknolojik aletlere uyum sağlamaya çalışan, disiplinli, çalışkan bir insan topluluğu olarak bilinmektedir.

Y kuşağı ise 1980-2000 yılları arasında doğan, teknolojiyle çocukluk döneminde tanışan Z kuşağına bir köprülük yapmaktadır. Şahin Turan ve Karadeniz (2021), Y kuşağının dijital teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bir dönemde doğduğunu ve Türkiye nüfusunun %35'inden fazlasını oluşturduğunu ileri sürmüştür. Otoriteyi çok sevmeyen, özgürlüklerine düşkün ve bağımsız Y kuşağının hızlıca yükselmeyi isteyen bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Farklı görüşlerin dayatılmasından hoşlanmayan, kendisine zıt gelen görüşleri eleştiren, istedikleri olana kadar direnen Y kuşağı, sosyal medyayı aktif olarak kullanmakta ve görüşlerini rahatça paylaşmaktadır.

2000-2010 yılları arasında teknolojinin içine doğan ve kristal kuşak olarak da bilinen Z kuşağı, erken yaşta teknolojik alet kullanmalarından ötürü varlıklarını sosyal medyada ortaya koyan ve sosyalleşen bir topluluktur. Erken yaşta teknolojik alet kullanmaya başlayan çocuklarda bir takım gelişim gerilikleri görülmektedir. Aynı anda birçok işle meşgul olabilen, yaptıkları işten çok çabuk sıkılan bu bireylerin odaklanma süreleri de kısa olduğu söylenmektedir. Z kuşağının bireyleri genellikle çabuk tüketen ve çabuk sıkılan, sabırsız, kararsız, özgüvenleri yüksek, tatminsiz, dikkat ve konsantrasyon eksikliği bulunan bir yapıya sahip oldukları ortaya konmuştur. Bu kuşağın zorluklarla mücadele etmediği için azim ve hırsları yok denecek kadar azdır.[1] X, Y ve Z kuşaklarında bulunan jenarasyonlar üzerinde yapılan genellemeler her insana uymayacağı gibi aile faktörü, çevre koşulları ve eğitim farklılıkları gibi etkenlerden bazen benzerlik ya da değişkenliklerde gösterebilir. Kuşaklar arası farklılıklar-

1 (X, Y ve Z Kuşaklarını Tanıyalım, 2020)

dan kaynaklanan özellikler bireylerin olay, olgu ve kavramlara bakışlarını da etkilemektedir. Bununla beraber toplumsal değişim ve dönüşümlere paralel olarak farklı kuşaklardaki bireylerin eğitime yönelik algıları da değişmektedir (Özoğlu, Gür ve Altınoğlu, 2013'den aktaran Şahin Turan ve Karadeniz, 2021).

X ile Z kuşakları arasında çatışmalarının yaşandığı günümüz tasarım eğitim sisteminde özellikle dijital devrime doğan Z kuşağı, Jarmusch'un ünlü sözünün deneyimlendiği bir zamana tanıklık etmektedir. Julian Rosefeldt'in yönettiği 2015 yapımı Manifesto filminde oyuncu Kate Blanch canlandırdığı çeşitli karakterler arasında bir öğretmen olarak yaratıcılık ve özgünlük kavramını Jim Jarmusch'un "*hiçbir şey orijinal değildir*" sözüyle sorgulamaktadır.

> "Hiçbir şey orijinal değildir. Hayal gücünüzü gazlayan, sizi ilhamla titreştiren her yerden çalın. Eski filmlerden, yeni filmlerden, müzikten, kitaplardan, resimlerden, fotoğraflardan, şiirlerden, rüyalardan, rastgele sohbetlerden, mimariden, köprülerden, tabelalardan, ağaçlardan, bulutlardan, sulak havzalardan, ışık ve gölgelerden beslenin. Sadece ve sadece ruhunuza seslenen şeyleri malzeme alın. Bunu yaparsanız işiniz (ve hırsızlığınız) özgün olur. Özgünlük paha biçilmez, orijinallik safsatadır. Bunları yaptıktan sonra da hırsızlığınızı saklamakla uğraşmayın, tam tersine değerini bilin. Jean-Luc Godard'ın 'Nereden aldığınız değil, nereye götürdüğünüz önemlidir' sözünü hep aklınızda tutun." Jim Jarmusch[2]

Jarmusch'un sözleri günümüz tasarım öğrencilerinin karşılaştığı bir soruna değinmektedir. Grafik tasarım derslerimde öğrencilerime bir tasarım problemi verdiğimde ilk olarak öğrencilerim internette çeşitli sitelerde görsel tasarım fikirleri incelemektedirler. Ağırlıklı olarak Y kuşağından gelen öğrencilerimin projelerinde sundukları fikirlerin internette çok benzerini ya da bazen birebir aynı fikri kullandıklarına şahit oldum.

Savaş ve Karataş'a (2019) göre ülkemiz nüfusunun toplamda %63'ünü kapsayan Y ve Z kuşakları, günümüz eğitim öğretim ortamlarında da ağırlıktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde bu kuşakların öğrenme biçimleri değişmiştir. 2000 sonrası dijital devrimle beraber internet ağında paylaşılan milyonlarca fikir arasında özgün bir tasarım fikri bulmak giderek zorlaşmaktadır. X kuşağının son bireyi olarak klasik öğretim metotlarının genellikle günümüzde olumlu sonuç vermediği görüşündeyim. Çevremiz bu kadar uyarıcıyla donatılmışken ve her tür fikre hızlıca erişmek kolay iken yeni bir fikir bulmak mümkün müdür? Bu kadar yoğun bilgi ve veri paylaşım ağı içinde tasarımcı adayı bir öğrencinin başka fikirlerden etkilenmeden yaratıcı olması mümkün müdür? Bu bağlamda yaratıcı bireylerin genel özellikleri nelerdir? Yaratıcı düşünebilmek için ne gibi teknikler bulunmaktadır? Bu araştırma bu sorulara yanıt aramayı

2 (Söz kimin, tarih yok)

ve görsel tasarım örnekleri üzerinden tasarımda yaratıcılık ve özgünlük kavramlarını irdelemeyi amaçlamıştır.

İlk olarak yaratıcılık ile yapılmış farklı tanımlarına bakmak faydalı olacaktır. San (2003), batı dillerinde karşılığı "*Kreativitaet*" olan yaratıcılık kavramının, Latince *'creare'* sözcüğünden türediğini ileri sürmüştür. Bu sözcük doğurmak, yaratmak ve meydana getirmek anlamına gelmekte; devingen, dirik (dinamik) bir süreç olma niteliği sözcüğün anlamında saklı bulunmaktadır. Boden (1996) ise yaratıcılığı bir bulmaca, paradoks ve bazıları da gizem olarak görmektedir. Yaratıcılık kelimesi, Oxford sözlüğünde[3]; *yeni bir şey üretmek veya sanat üretmek için beceri ve hayal gücünün kullanılması* anlamına gelmektedir. Cambridge sözlüğünde[4] ise *özgün ve sıra dışı fikirler üretme veya kullanma becerisi* olarak tanımlanmıştır. Yaratıcılık kelimesi yaratma fiilinden türemiştir. Yaratmak ise yeni bir şey yapmak veya var etmek veya bir şey icat etmek anlamına gelmektedir. Yaratılışın sözlük anlamı, '*yoktan var etmek veya var etmek*' anlamına gelmektedir.

San (2003) yaratıcılığın önceden kazanılmış bilgilerin ve eski deneylerle yenilerinin birleşmesiyle oluştuğunu ortaya atmıştır. Yaratıcılık süreci 'yapma ve oluş' sürecidir, oluş ise bir değişmedir; şimdi'ye dek olmayan bir şeyin biçimlenmesi demektir. Yaratma, yoktan var etme olabileceği gibi, daha çok ve genellikle var olan malzemenin yeni biçimde kullanımı, yeni baştan uyarlanmasıdır. Yaratıcılıkla ilgili Landua'nun tanımı ise daha önce kurulmamış ilişkiler arasındaki ilişkileri kurabilme, böylece yeni bir düşünce şeması içinde, yeni yaşantılar, deneyimler, yeni fikirler ve yeni ürünler ortaya koyabilme yetisidir (San, 2003). Eceoğlu (2015) yaratıcılığı eleştirel bir gözle bakabilmek, belirlenen ihtiyaçları karşılayabilmek amacı ile yeni önlemler almak ve yeni yaklaşımlar sunabilmek olarak tanımlamaktadır. Albert Einstein da yaratıcılıkla ilgili *"Hayal gücü bilgiden daha önemlidir. Bilgi sınırlıdır. Hayal gücü dünyayı kuşatır"* sözü yaratıcılığın her şeyden üstünde olduğunu vurgulamaktadır. Einstein hayal gücünün bilgiden üstün olduğunu vurgular iken zekanın yaratıcılıkla arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

Thurstone, son derece zeki olmanın işte yaratıcı yeteneğe sahip olmakla aynı şey olmadığını ileri sürmüştür. Yaratıcılıkla ilgili yapılan bilimsel testlerde kolej mezunu olan ve olmayan bireyler arasında fark olmadığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda eğitimin ve yaratıcılığın hayati bir bağlantısı bulunmadığı yargısına varılsa da yaratıcılığın eğitim ve egzersiz alıştırmalarla geliştirilebildiğine inanılmaktadır. Örnek olarak hatırlamakla ilgili sorunu olan insanlar çeşitli egzersizlerle hatırlama güçlerini zamanla kazanmaktadırlar. Egzersiz, güçlü bir zihin ve vücut gelişi-

3 (Oxford Learner's Dictionaries, tarih yok)
4 (Cambridge Dictionary, tarih yok)

mi için gereklidir (Osborn, 1953). Spor yapan bir insanın nasıl kasları zamanla gelişiyorsa yaratıcılığın gelişmesi için de zihin egzersizleri yapmak gerekmektedir. "Yaratıcılık ve Yenilik" adlı kitabında Yıldırım, yaratıcılığı geliştirmeyi beynin bazı özelliklerini daha fazla geliştirmekle ilgili olduğunu öne sürmüştür. Beynin, sağ ve sol yarım kürelerinin birbirinden farklı fonksiyonları bulunmaktadır. Sağ beyin hayal gücü, resim, müzik, duygular gibi yaratıcı fonksiyonları yaparken sol beyin matematik, dil ve mantık gibi yüksek analiz gerektiren işlevleri yerine getirmektedir. Beyinde iki yarım küre birbirine fiziksel olarak bağlı olup, bir bütün olarak işlev görmektedir (Yıldırım, 1998).

Ken Robinson'un 2006'daki TED konuşmasında "okullar yaratıcılığı öldürüyor mu?" sorusuna, yaratıcılığın eğitimde okuryazarlık gibi önemli olduğunu ve aynı statüde ele alınması gerektiğine değinmektedir. Konu ve problem ne olursa olsun tek bir bakış açısı yeterli olmayıp öğretmen, öğrenmenin yollarını göstermeli ve öğrenciye rehberlik etmelidir. Yaratıcılıktaki problem, ana okulundan itibaren tek düze eğitim yaklaşımları ve sınırlayıcı faaliyetlerle başlamaktadır. Uzman klinik psikoloğ Ilgın Şirin'e (2021) göre hazır resimlerden oluşturulmuş çizim boyama kitapları çocukların çocuğun serbest düşünme ve görselleştirme becerilerini sınırlayan bir etkinliktir. Boyama etkinliği sırasında hazır olarak sunulan belirlenmiş çizgiler çocuğu sınırları aşmadan boyamaya yönlendirmekte, bu çocuğun motor kas becerilerini geliştirse de çocuğun hayal kurmasını ve yaratıcı düşünmesi engellemektedir.[5] Bununla beraber çocuğun boyayacağı çizimin rengini seçiminde öğretmenin yönlendirmesi de çocuğun özgün fikir üretimini de kısıtlamaktadır. Benzer bir sorun azır plastik oyuncaklarda da bulunmaktadır. Hem boyama kitapları hem de hazır plastik oyuncaklar çocukların hayal kurabilmesini ve yaratıcılığını sınırlamaktadır. Bunun yerine çocukların, doğadan bir kozalak, palamut tohumu, yaprak veya at kestanesi vs gibi bir organik nesnelerle daha yaratıcı oyunlar yaratması sağlanabilir.

Böylelikle çocuklar, organik neslerle aracılığıyla doğayla bağ kurarak, çevrelerini keşfeder ve farkındalık kazanırlar. Buna benzer bir durum olarak tasarım eğitiminde de öğrenci, sınırlandırılmadan olmadan ve farklı malzemeler kullanarak özgürce düşünmeye yönlendirilmeledir.

Öğrenci tasarım eğitimi süresince farklı düşünebilmeyi öğrenmeli, kendi yeteneklerini geliştirmelidir. Ayrıca kendi başına araştırma yapmayı, verileri toplamayı ve analiz etmeyi de öğrenmelidir. Bilkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Mimarlık ve Tasarım Fakültesinde Grafik Tasarım

5 (Kurt, 2021)

bölümünde 1996 ile 2000 yılları arasında öğrenciliğim süresince yeni bir proje verildiğinde araştırma yapmaya kütüphaneye yönlendirilirdik. Çünkü o zamanlar internet hayatımıza yeni girmeye başlamış, Google arama motoru ve akıllı telefonlar henüz icat edilmemişti. Kütüphaneye giderek kitaplar arasında saatlerce vakit geçirerek yaptığım görsel okumalarla farklı tasarımcıların fikrilerini nasıl geliştirdiğini anlamaya çalışırdım. Bu sayede kendi kendime öğrenmeyi keşfetmiş oldum. Çinli Felsefeci Kuan Tzu'ın MÖ. 1000 yıllarından günümüze ulaşan mısraları eğitimle ilgili düşüncelerime tercümanlık ediyor. Bir insana gerçekten yardım etmek için onu eğitmek gerekmektedir.

"Bir yıl sonrasını düşünüyorsan tohum ek,

Ağaç dik on yıl sonrası ise tasarladığın,

Ama yüz yıl sonrası ise düşündüğün, halkı eğit.

Bir kez ürün verir ekersen tohum,

Bir kez ağaç dikersen on kez ürün verir

Yüz kez olur bu ürün eğitirsen halkı.

Balık verirsen bir kez doyurursun halkı,

Öğretirsen balık tutmasını hep doyar karnı."

Kuan-Tzu (Çinli ozan)

(M.Ö. 1000)

İdeal bir eğitimde öğretmenin öğrenciye verebileceği en önemli şey "balık tutmayı öğretmek" olmalıdır. Balık tutmayı öğretecek bir öğretmenin rehberliğinde öğrenmeye hevesli bir öğrenci, ona sunulan yeni yolları ancak bireysel olarak keşfederek ve deneyimleyerek kendi kendine öğrenebilir. Öğrenciye verilen tasarım probleminde, öğrenci ilk olarak konuyu dikkatlice anlamalı, kavramalı ve çok yönlü araştırmalıdır. Yaratıcı fikirlerin temelinde iyice etüd edilmiş, nitelikli bir araştırma, çok yönlü düşünme ve birbiri ile ilişkilendirme yatmaktadır.

Yaratıcılık üzerine araştırmayı yaparken taradığım birçok kaynak, yaratıcı insanlarla ilgili pek çok benzer özellik ortaya koymaktadır. Yaratıcı insanların genel özellikleri arasında hayal gücü geniş, meraklı, sorgulayan, risk alan, cesaretli, değişime açık, araştırmacı, kültürlü, sezgileri güçlü, çok gezen ve çok araştıran mülti disipliner düşünebilen istekli ve azimli bireyler olduklarını söyleyebilir. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü öğretim üyesi Prof. Tevfik Fikret Uçar'ın (2020) yaratıcılık üzerine çevrimiçi yürütmüş olduğu GRA247 no.lu "Yaratıcılık Yöntemleri" adlı derslerinde yaratıcılığın beyinde oluşan ilişkiler zincirinin sonucu; düşünceler arası ilişkiler kurabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Uçar, yaratıcı kişilerin çok meraklı, çok

araştıran, çok izleyen, çok okuyan, çok yorumlayan, çok analiz eden çok düşünen, çok gezen insanlar olduklarını ileri sürmüştür. Profesör Uçar, derslerinde yaratıcı kişileri; gözlem yetenekleri çok güçlü, yeni deneyimlere açık, bir şeyi başka bir amaçla kullanabilme yetisi olan, risk alan, cesur, kendilerine has bir düzeni olan, vazgeçmeyen, bir şeyi birçok kez deneyen, azimli, inandıklarını yapan, yakınsal ıraksal düşünme yeteneğine ve içsel isteklenmeye sahip bireyler olarak tanımlamaktadır. Yaratıcı çalışmalar, bazen risk almayı gerektirmektedir.

Büyük fikirlerin risk almakla ilişkili olduğunu belirten Cox (2018) dünyayı değiştiren her fikrin bir bireyin düşüncesiyle başladığını ileri sürmüştür. Örnek olarak Gandhi'nin *"Dünyada görmek istediğin değişimin bir parçası ol"* sözü onun barışçıl vizyonunu ve derinliğini ortaya koymaktadır. Martin Luther King'in *"Bir gün, dört çocuğumun da derilerinin rengi ile değil de kişilikleri ile yargılanacağı bir ülkede yaşayacaklarına dair bir hayalim var"* konuşması ve Yurttaş Hakları Hareketi mücadelesi 1964 yılında çıkan Civil Rights Act ile 1965 yılında çıkan Voting Rights Act ile Amerikan hukukunun birer parçası olmasını sağlamıştır. Ne yazık ki Gandhi ve Martin Luther King gibi düşünceleri ve vizyonları olan kişiler bir suikastçı tarafından öldürülmüş, fakat düşünceleriyle gerçek bir devrim yaratmışlardır. Bu bağlamda büyük fikirlerle değişimi başlatmak risk almayı gerektirmektedir.

Dinçeli'ye göre (2020) yaratıcı insanların aynı zamanda çevresel farkındalığı yüksek, sorgulayan ve ilişkilendirerek analiz eden özellikleri bulunmaktadır. Geçmiş deneyimler, analiz edebilme, ilişkilendirebilme, bağlantı kurabilme, sorgulayabilme ve hayal kurabilme yetileri problemlere özgün ve yaratıcı bakış açısıyla çözüm önerileri üretmeyi sağlar. Hayal gücünün gelişimi ise kazanılan eğitim, deneyimler, sosyal çevre, kişiye ait özellikler, soru sorma ve merak duygusu ile biçimlenmektedir. Tüm bu özellikler kişinin probleme farklı bakabilmesini, yaratıcı sonuçlar üretmesini sağlamaktadır. Yaratıcılığın, yeni fikirler, çözüm yolları yaklaşımlar ve yenilikler üretmekle ilgili herkes de var olan ve geliştirilmeyi bekleyen bir yetenek olduğu söylenebilir.

Araştırmalar, yaratıcılığın temel olarak, zekanın, bilgi birikiminin, problemlere duyarlı olmanın, başarı ihtiyacının, risk almanın, demografik özelliklerin (yaş, cinsiyet gibi), durumsal faktörlerin (fiziksel çevre, görev ya da zaman sınırlılıkları) ve iş yaşamında örgütsel faktörlerin (örgütsel kültür – iklim ya da ödül sistemi) bir sonucu olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Ancak, bu faktörlere ek olarak bireyin kişilik özelliklerinin, yaratıcılık potansiyelini kullanabilmesi ve yaratıcılığının gelişimi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.[6]

6 (Yaratıcı Kişilik ve İş Yaşamında Yaratıcılık, 2007)

21. yüzyılın, sekiz milyar insan popülasyonuna sahip ve rekabetin geçmiş yıllara göre çok arttığı günümüz iş dünyasında, yaratıcı ve özgün düşünebilen, sorunlara yaratıcı çözümler üretebilen ve şirkete yenilik getirecek bireylere öncelik verilmektedir. Yaratıcı bireylerin farklı çözüm yolları üretebilen yapıları onları diğer insanlardan ayrıştırmakta ve öne çıkartmaktadır. Doktora çalışmasını "yaratıcı sorun çözme programı etkinliği eğitim yöneticileri üzerine bir deneme" üzerine çalışmış olan Dr. Nuray Sungur, College Octave Greard'da on iki yaş grubu Fransız ve Türk öğrencilerinin yaratıcılığına ilişkin karşılaştırılmalı araştırmasında ilginç veriler elde etmiştir. Sungur, yaratıcı kişinin özellikleri arasında; sürekli herhangi bir iş ile meşgul, farkındalığı yüksek, gizemli olanla ilgili, farklı değer hiyerarşisine sahip, mükemmelliğe karşı istek, coşkulu, enerjik, hata bulan, güçlü sevecenlik, yapıcı eleştirilerde bulunan, yalnızlığı seven, bireysel, sezgili, hata yapan, meraklı, uyumsuz, garip alışkanlıkları olan, soru soran insanlar olduğunu ileri sürmüştür. Ayrıca bu bireylerin duygularını bastırmayan, mizah duygusuna sahip, içe yönelimli, düşüncelerinde bağımsız, amaca giden yolda kesin kararlı ve kendine yeten özelliklere sahip oldukları düşünülmektedir. Başka düşüncelere ve dış uyaranlara açık olan bu bireyler dik kafalı, içten, her alanda kendini yetiştirmiş, sade, duygusal, görsel algısı güçlü, çeşitliliğe değer veren, riske girmeye istekli, güç ve statüye önem vermeyen yapıya sahiptirler. Örnek olarak yaratıcı öğretmenler statü ya da güç için çalışmaz fakat kabul edilmeyi ve yalnız çalışmayı severler. Hatta kadronun uyumunu zorlaştıracak nitelikler geliştirirler, kendilerine yeten, hata bulan ve yapan, çocukça davranışlar bile sergileyebilirler (Sungur, 1992).

Hata yaparak deneme yanılma yöntemiyle öğrenen ve tüm duyularını kullanarak algılayan yaratıcı bireylerin çevresel farkındalığı ve bilinç düzeyi de yüksektir. Yaratıcı bireyler içsel coşkuya sahip derin bir merak duygusu ile sürekli soru soran insanlardır. Sorun yok iken durduk yere sorun yaratan, belki biraz uyumsuz olarak bile adlandırılan, sıra dışı düşünme yeteneğine sahip bireylerdir. Yaratıcılığın, aktif bir kişilikle, hayal kuran, yenilik getiren, farklı yollar bulmakla, yeniliklere açık olmakla, yapılmamışı denemekle, yepyeni yöntemler keşfetmekle ilişkili olduğunu düşünüyorum. Yaratıcı bireylerin içten gelen bir coşku ve enerji ile problemlere farklı çözüm önerileri getiren ve özgün düşünebilen doğal bir yetenekleri bulunmaktadır. Bu bilgiler bağlamında yaratıcılık, geçmiş, şimdi ve gelecekle ilişki kurabilme, hayal edebilme ve yoktan var edebilme yeteneğidir. Burada en kilit nokta yaşanmış ve özümsenmiş kişisel deneyimlerin şimdide kullanılmasıdır. Yaratıcı kişi geçmiş birikimlerini daha iyi bir amaç uğruna dönüştürerek geleceğe olumlu bir iz bırakabilir.

Eceoğlu (2015) yaratıcılığın ana ilkesinin kendimizi ve çevremizi hatta dünyayı değiştirme olduğu görüşünü savunmaktadır. Ona göre yaratıcılığın bireyde gelişim süreci kişinin geçmişinde yaşadığı deneyimlerinden, kişisel

gelişiminden, bilgi birikiminden, etrafındaki gerçekleşen olayları dikkatle inceleyip değerlendirmesinden, bilinç altında kurguladığı ve hayal ettiği birikimlerinden kazandığı deneyimler sonucu ortaya çıktığını ileri sürmüştür. Bu bağlamda San'da (2003) yaratıcılığın önceden kazanılmış bilgilerin ve eski deneyimlerle yenilerinin birleşmesiyle yaratıcı sürecin oluştuğunu ortaya atmıştır. Yaratıcılık süreci '*yapma ve oluş*' sürecidir, oluş ise bir *değişme*'dir; *şimdi'ye dek olmayan bir şeyin biçimlenmesi* demektir. Yaratma, yoktan var etme olabileceği gibi, daha çok ve genellikle var olan malzemenin yeni biçimde kullanımı, yeni baştan uyarlanmasıdır.

Ayvazoğlu (2015) yaratıcılık üzerine yaptığı birçok saptamada; yaratıcılığın iki şeyi birleştirme, benzetme veya tersten gösterme, abartma, metafor olduğunu ileri sürmüştür. Dinçeli'ye göre (2020) yaratıcılık, kişinin geçmiş deneyimlerini, hayata bakış açısını, sezgilerini, duygularını ve kişisel algılarını yeni durum karşısında ortaya koyma yaratma biçimidir. Kişisel deneyimlerin oluşumunda çevresel, toplumsal ve sosyolojik faktörler de çok etkilidir. Robinson (2008) yaratıcılığın kültürle bağlantılı olduğunu ve kültürel koşulların yaratıcılığı ateşleyebileceği ya da öldürebileceğini öne sürmüştür. Yaratıcı bir insan zekâsı, düşünmeyi, görmeyi, düşünceler üretmeyi ve hayat ile deneyimleri anlamlandıracak şekilde yorumlamayı gerektirir. Lowenfeld (1959), yaratıcılığı, bireylerin sahip oldukları ve durumlara bağlı olarak az çok ortaya çıkmaya elverişli bir tür özellik olarak ele alınmıştır. Başka bir deyişle kendini göstermek için uygun koşullarda karşılaşılması gereken kişide bulunan bir potansiyel güç olarak da söylenebilir (Rouquette, 1992).

İki nesneyi birleştirme olarak tanımlayan Ayvazoğlu'nun ve Dinçeli'nin ilişki kurabilme ve bağlantı kurabilme fikrini Fransız iletişim ajansı Les Créatonautes'un görsel tasarlarımları ortaya koymaktadır. Görsel 1 ve Görsel 2'de yer alan tasarımlarda, hayvanların biçimlerine uygun formda farklı hayvan bedenleri ve farklı nesnelerin biçimsel olarak benzeyen formlarıyla birleştirilmiştir. Örnek olarak Görsel 1'de bir kaplumbağanın kabuğundaki desenler yerine, bir ananasın yüzeyindeki dokular kullanılmış, bir filin havaya doğru kıvrılan hortumu yerine bir ahtapotun kolu uyarlanmıştır. Bir flamingonun gövde kısmı, muz koçanı ile, bir kedinin gövdesi balık gövdesi ile yer değiştirmiştir. Benzer biçimlerin büyük bir ustalık ile değiştirildiği görsel kolajlar yeni hayvan formlarını yaratmıştır. Görsel 2'de ise nesnelerden yola çıkılarak yapılan görsel tasarımlarda, bir kasetin yüzeyi kızarmış bir ekmek dokusuyla kaplanmış, ağzı açık bir bozuk para cüzdanına ironik bir yaklaşımla sivri dişler eklenmiştir. Bir gergedanın gövdesi bir okul otobüsü ile, bir kırmızı soğanın alt tarafındaki püskülleri ahtapotun kolları ile, bir arının gövdesi bir mısır koçanı ile yer değiştirmiştir. Bu tür biçimsel benzer formlar arasında ilişki kurabilmek; görsel hafızanın ve hayal edebilme gücünü, iyi görebilmeyi ve çok iyi derecede görsel yazılım programlarına hakim olmayı gerektirmektedir.



Görsel 1: Farklı nesnelerin benzer formları ilişkilendirilerek oluşturulan yaratıcı tasarımlar
Tasarım Ajansı: Les Créatonautes
Link: https://www.instagram.com/les.creatonautes/



Görsel 2: Farklı nesnelerin benzer formları ilişkilendirilerek oluşturulan yaratıcı tasarımlar
Tasarım Ajansı: Les Créatonautes
Link: https://theinspirationgrid.com/bizarre-photo-manipulations-by-les-creatonautes/

Nesnelerle benzerlik ilişkisi kuran disiplinler arası çağdaş sanatçısı Martha Haversham'ın birleştirdiği objelerde ağırlıklı olarak eller ve ayaklar üzerinde farklı malzemeler yer almaktadır. Sanatçı Haversham, kendi tasarımlarında estetik, kavramsal ve hicivsel bir yaklaşım olduğunu ileri sürmektedir. Haversham'ın görsel tasarımlarında genellikle var olan malzemelerin işlevinin dışına çıkarılarak ve yaratıcı bir yeni düzenleme ile başka bir nesne ile ilişkilendirildiği görülmektedir.



Görsel 3: Smallditch – bulunan Çöp Projesi 2018 - 2022
Tasarımcı: Martha Haversham
Link: https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6933054410994409472/

Haversham, sokaklardan, tuz bataklığından ve plajlardan topladığı nesneleri, aksesuarları, otoportreleri, geri dönüşüm kutularını ve yardım dükkanlarından topladığı kağıt parçalarıyla birleştirerek *smallditch* adını verdiği mevsimlik koleksiyonlar üretmektedir. Estetik beğeninin algıyı bireyin ve toplumun yararına değiştirme gücüne sahip olduğuna inanan Haversham, *smallditch* adlı koleksiyonunu her gün Instagram'da güncelleyerek yayınlamaktadır. Geri dönüşüme olan duyarlılığını, *"Vücudunda estetik kemik olmayan kimse kumsala çöp atmaz"* sözleriyle vurgulamaktadır. Dökuntülere, düşük statüdeki nesneleri önemseyen sanatçı örnek olarak bir komposttan, bitkisel bir atıktan ya da plastik bir çöpünden aldığı bir nesneyi bir sanat formuna dönüştürmektedir. Sanatçı bu çöplerin, insanı sokakta durduran ve yüzünüze bir gülümseme koyan ve hayal gücünüzü tetikleyen formlar olduğunu ileri sürmektedir. Haversham, gerçek yaratıcılığın, hayal gücü kuvvetli çocukluk beyinlerimize *Smallditch* gibi eğlenceli bir yere giden yolu aydınlattığına inanmaktadır. Haversham, bir sanatçı olarak görevinin daha kaliteli giysilerle dolu bir deponun anahtar-

larını insanlara vermek, onları birer arzu nesnesi olarak görmek ve ona göre değer biçmek olduğunu vurgulamaktadır.[7]



Görsel 4: Farklı nesnelerin birleştirildiği yaratıcı tasarımlar
Tasarımcı: Martha Haversham
Link: https://www.crossconnectmag.com/post/637410963527778304

Martha Maversham el ve ayak üzerine yaptığı kolajlarda bitkiler, sebzeler, hazır ambalaj kağıtları kullanarak biçimlendirdiği özgün ve yaratıcı tasarımları Coco Chanel'in *"Hayattaki en iyi şeyler bedava, geri kalan her şey çok pahallı*" sözüyle bütünleşmektedir. Yaratıcı tasarımlarda çoğunlukla hazır nesnelerin başka bir obje ya da çizimle birleştirmesi ve bazen de hazır nesneler var oldukları çevresel tasarımlar yapılmaktadır. Görsel 5'de yer alan yangın söndürücü tüpleri ve yangın söndürücü hortumun çevresine objenin işlevinin değiştirildiği ve yeni bir anlam yüklendiği çizimler bulunmaktadır.



Görsel 5: Çevresel obje ve çizgi ile yaratılan tasarımlar

Yaratıcı tasarımlar arasında algı biçimlerini değiştiren biçim ya da logo üzerinden kurgulanan kavramsal çalışmalar da bulunmaktadır. Örnek

7 (Haversham, tarih yok)

olarak Görsel 6'da yer alan McDonald'ın fastfood şirketinin 'Tüm gece servis' (All night servis) sloganı ile gece saatinde farklı yüzeylerde McDonalds'ın logosunun gölgesinin yansıtılmıştır.

Ayrıca bu temaya benzer diğer konsepti "Geç saate kadar açık" (Open late) sloganında hamburger, patates kızartması gibi yiyecek ürünlerinin formları parlak ışıklarla biçimlendirilmiştir. McDonalds'ın 'Gece servis hizmeti' konseptini iki farklı yaratıcı fikirle sunulmuştur.



Görsel 6: McDonalds'ın Tüm gece Servis (All night Servis) adlı yaratıcı kampanyası

Link: https://www.linkedin.com/company/creativecampaigns/posts/?feedView=all

Günümüz reklam dünyasının acımasız rekabet ortamında ayakta kalabilmek için tasarımcılar farklı, özgün ve yaratıcı fikirler üretmeye yönlendirilmektedir. Firmaların rakipleri arasından öne çıkabilmeleri için hedef grubun beklentilerini, taleplerini ve ihtiyaçlarını analiz etmekte, rakip ürünlerin reklam stratejilerini incelemektedir. Daha önce düşünülmemiş özgün yeni bir fikir bulmanın arkasında nitelikli bir araştırma yatmaktadır. Harris (1959) tasarımla ilgili aşamalar arasında ilk olarak ihtiyacın belirlenmesi ikinci olarak bilginin toplanması, üçüncü aşama bilgiyi işleyen

düşünce etkinliği, dördünce aşama ise çözümlerin tasarlanması beşinci aşama doğrulama ve son aşama ise uygulamaya koyulması olduğunu ileri sürer (Rouquette, 1992).

Yaratıcı tasarım çalışmaları arasında özel günlere yönelik kampanya çalışmaları bulunmaktadır. Örnek olarak Görsel 7'de Noel ve yeni yıl temasına yönelik uyarlanan tasarımlar arasında; Hellmann's adlı mayonezin kaşığı üzerindeki Noel baba formu, Coca Cola tekene kutusunu çevreleyen Noel Baba kemeri ve Starbucks içeceklerinin kremasıyla oluşturulmuş Noel ya da yeni yıl ağaç formunu ürünle bütünleştiren görseller tasarlanmıştır. Noel, yılbaşı, bayram gibi özel günlerde kutlamalar için en çok tüketilen özellikle markalaşmış ve belirli bir kitleye hitap eden yiyecekler ve içecekler için inovasyon (yenilik) yaratıcı düşünme çok önemli bir faktördür. Hedef kitlenin demografik özellikleri, çağın beklentileri ve talepleri, tasarım fikrini etkilemektedir. Ayrıca markaların farklı ülkelerin kültürlerine göre hazırladığı yaratıcı kampanya tasarımları da bulunmaktadır.



Görsel 7: Noel ve Yeni Yıl temalı yaratıcı afiş tasarımları
Link: https://www.linkedin.com/company/creativecampaigns/posts/?feedView=all

Son örnek olarak Rus Bryansk süt ürünleri fabrikasının *Milgrad* adlı markası için Depot Marka Ajansının üstlendiği ve sanat yönetmeni Vera Zvereva tarafından tasarlanan yaratıcı ambalaj tasarımlarını inceleyelim. Süt ürünleri, Rusya'nın hızlı tüketim malları pazarının %22'sinden fazlasını elinde tutmakta, ancak süt ürünleri markalaşması son yıllarda ilerleyememektedir. Rekabetin yüksek ve rafta öne çıkmak zor olduğu bir dönemde Milgrad'ın pazarlama ekibi, ürünün tüketicinin kalbini nasıl kazanabileceğini araştırmış ve sevimli ve zarif bir yaratıcı fikir bulmuşlardır. Markanın farklı süt ürünlerinin ambalajlarında dolaşan, ilgiyle bakan, bir iple oynayan, casusluk yapan bir kedi karakteri tasarlanmış ve

hareketlendirilmiştir. İllüstrasyon, ambalajın bir tarafından başlayıp diğer tarafında devam etmekte böylece süpermarketin raf üzerinde sıralanmış ürünün tüketiciyle arasında bir etkileşim kurması amaçlanmıştır. [8]



Görsel 8: Bryansk süt ürünleri fabrikasının Milgrad adlı markası ambalaj tasarımları

Sanat yönetmeni: Vera Zvereva

Link: https://www.depotwpf.com/portfolio/milgrad/



Görsel 9: Bryansk süt ürünleri fabrikasının Milgrad adlı markası ambalaj tasarımları

Sanat yönetmeni: Vera Zvereva

Link: https://www.depotwpf.com/portfolio/milgrad/

8 (Depot, Milgrad, tarih yok)

Zvereva, süt kategorisindeki ana ürünleri yeniden tasarlarken yaygın olarak beklenen renk kodlamasında; süt için beyaz, kefir için yeşil ve ayran için açık kahverengi renklerini kullanmıştır. Milgrad'ın tüm süt ürünü ambalaj tasarımlarında arka plan düz bir renk olarak kullanılmış ve yazı rengi her üründe değiştirilerek minimalist bir yaklaşım sergilenmiştir. Ana ürün olan süt ambalajı, sadece mavi ile saf beyaz olarak kullanılmış, sevimli kedi her üründe aynı mavi tonda farklı hareketlerle ürün ambalajı üzerine yerleştirilmiştir. Mavi kedinin meraklı yüzü Milgrad'ın süt yelpazesi olan ekşi krema, süzme peynir, muhallebi tatlıları, tereyağı, lor peyniri ve salamura olgunlaştırılmış peynirde de kullanılmıştır.[9] Yaratıcılığın ve özgün düşünmenin bir örneği olarak Milgrad markasının, Rusya pazarında rekabeti arttıracağı düşünülmektedir.

Üstte gösterilen yaratıcı tasarım örneklerinde farklı düzeylerde yaratıcılık bulunmaktadır. Taylor, beş farklı yaratıcılık düzeyinin olduğunu ileri sürmektedir.

1) Anlatımsal Yaratıcılık: ürünün kalitesi söz konusu değildir yalnızca kişinin gösterisi önemlidir.

2) Üretici Yaratıcılık; Geliştirilen ve kontrol edilen yeteneklerin veya yatkınlıkların devreye sokulmasını gerektiren yaratıcılık.

3) Buluşcu Yaratıcılık: Yeni ilişkilerin algılanmasıyla nitelenen buluşçu yaratıcılık, daha önce kazanılmış tecrübelerin orijinal kullanımı olarak tanımlanabilir.

4) Yenilikçi Yaratıcılık: Daha üst bir aşama olan yenilikçi yaratıcılık, yüksek bir soyutlama kapasitesini gerektirir ve genellikle ilerlemenin üretici bir dönüşümüne dayanır

5) Temel Prensiplere Dayalı Yaratıcılık: Su yüzüne çıkan yaratıcılık, tamamen yeni temel prensipler anlayışına denk düşer (Rouquette,1992).

Farklı yaratıcılık düzeyindeki insanların ortak özellikleri arasında dili iyi kullanama, akıcı bir konuşma yeteneği, kendini çok iyi bilgilendirmiş olma, girişkenlik ve riskler alabilen yapıları bulunmaktadır (Barron, 1968). Herkeste yaratıcı bir potansiyel bulunmaktadır, bu gücün doğru çalışma ile ortaya çıkarılması için insanların yönlendirilmesi ya da farkındalığının artırılması gerekmektedir. Yaratıcılık potansiyeli olan kişinin tasarımda fikir bulma aşamasında izlemesi gereken bazı evreler bulunmaktadır. Eceoğlu & Avzazoğlu, (2015) hangi bilim dalı açısından yaratıcı bir etkinliğin aşamalarının olduğunu şu maddeler halinde tanımlamaktadır;

- Hazırlık evresi, sorunu benimseyip yeniden ele alınması
- Oluşma evresi, sorun saptanır düşünceler ayrıştırılır

9 (Depot, Milgrad, tarih yok)

- Planlama evresi
- Esinlenme evresi, farklı bir sıçrayış yapabilir
- Doğrulama evresi, özgün bir yapıt ortaya çıkar
- Denetim eylemi

Üstte bahsedilen evreleri adım adım uygulandığında yaratıcı tasarımlar görülebilmektedir. Fakat bazen Cox'un da (2018) söylediği gibi yaratıcı düşünme öngörülemeyen bir sonuca da götürebilmektedir. Çünkü yaratıcı düşünme bazen insanı yeni ve bilinmeyen bir yere de ulaştırmaktır. Grafik tasarımda yaratıcı bir fikir bulmanın evreninde problemi doğru algılamak ve doğru sorular sorarak fikrin geliştirilmesi yatmaktadır. Clegg ve Birch (2010) sorunu bulabilmek için kullanılan pusula adlı yönlendirme tekniğinde *"nasıl ve "neden"* kalıpları ile soru sorulması gerektiğini ileri sürmektedir. Beyin fırtınası tekniğinin yaratıcısı Alex Osborn *"Neden? Nerede? Ne zaman? Kim? Ne? Nasıl?"* sorularını sormanın problem çözme becerilerini harekete geçireceğini ve yaratıcılığı tetikleyeceğini ileri sürmektedir. Bu sorular aracılığıyla probleme yeni fikirler ve yaratıcı çözümler aranır. Alex Osborn'un ilk kez bulduğu beyin fırtınası yöntemi ve daha sonra öğrencisi Bob Eberle tarafından geliştirilen Scamper tekniği daha pragmatik hale getirilmiştir.

Scamper kelimesi, İngilizcede yerine koyma (Substitute), birleştirme (Combine), ayarlama (Adjust), değiştirme (Modify), başka bir şeyde kullanma (Put to other use), ortadan kaldırma (Eliminate) ve tersine çevirme (Reverse) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur ve yaratıcı düşünme anlamında kullanılmaktadır. Özellikle okul öncesi dönemdeki çocukların zihinsel gelişimlerini ve yaratıcı düşünme yetilerini geliştirmek için kullanılan Scamper tekniği bir düşünme yöntemidir. Yönlendirilmiş beyin fırtınası yöntemi olan Scamper tekniği, sistematik ve aşamalı olarak bir fikre yaratıcı çözüm önerileri bulmasını sağlar. Kişiye çeşitli sorular sorularak konu ile ilgili beyin fırtınası yapması ve farklı düşünebilmesi sağlanır. Bir uygulayıcı eşliğinde bir veya birden fazla kişi ile gerçekleşen Scamber'da uygulayıcının bu tekniği daha önce deneyimlemiş olması, uygulama basamaklarına hâkim olması ve soruları önceden hazırlaması gerekmektedir. Scamber tekniğinde kimsenin düşüncesinin yargılanmayacağı bir ortam yaratılması gerekmektedir. Scamper tekniğinin aşamaları bulunmaktadır; ilk olarak "Yer değiştirme" (substitude) aşamasında, bir fikrin/nesnenin yerine başka bir şeyin koyulduğu sorular yardımıyla nesneye farklı açılardan bakabilmek yaratıcı düşünmeyi tetiklemektedir. İkinci aşama olarak "Birleştirme" (combine) aşaması nesnenin başka hangi nesnelerle birleştirilip yeni bir nesne üretmeye yönelik soruların sorulduğu bir basamaktır. Üçüncü olarak "Uyarlama" (adapt) aşaması yaratıcı düşünmede sık kullanılan birleştirme yöntemi

uygulanır. Yaratıcı düşünme, yoktan var etme değil; elde olanı geliştirme anlamına gelmektedir. Örnek olarak tasarımda en çok uygulanan bir nesnenin formunda değişiklikler yapılarak ya da o nesne başka nesnelerle birleştirilerek yeni bir ürün ortaya koyulmasıdır. Dördüncü aşama olan "Büyütme, değiştirme, küçültme" (magnify/modify/minify) aşamasında nesnenin formunun büyütüp küçültme ya da yeniden düzenleme gibi yöntemlerle değiştirilmesine yönelik sorular sorulur. Beşinci aşama ise "Başka amaçlarla kullanma" (put the other uses) aşamasında sorulan sorular nesnenin farklı amaçlarla da kullanılmasına yöneliktir. Çıkarma/yok etme (eliminate) aşamasında sorulan sorularda nesneyi daha işlevsel hale getirmek için hangi kısmının çıkarılabileceği sorgulanır. Böylelikle farklı düşünme teşvik edilerek yeni çözüm önerileri bulunur. Yeniden düzenleme, ters düz etme (rearrange/reverse) aşaması alternatif çözümler sunmak için sorulan sorularda nesnenin mevcut koşulları üzerinde düzenlemeler yapmak amaçlanır.[10] Scamper tekniği, yaratıcılığın önemli unsurları arasında bulunan özgünlük, sorgulayıcılık, hayal kurma ve farklı düşünme becerisini bir arada kullanarak çocuğun bilişsel yetilerini geliştirmeyi amaçlar. Scamper tekniğinde çocuğa bazı sorular sorulur ve çocuk bu zihin açıcı sorulara yanıt bulmaya çalışarak yaratıcı düşünme becerilerini geliştirir. Scamber tekniği dışında yaratıcı fikir bulmak için çok çeşitli teknikler de bulunmaktadır.

Clegg ve Birch (2010) "Soru nedir? sorusuna engel haritası, seviye zinciri, havadan araştırma, hedef, hiçbir şey yapmama, macera, dıştan içe, yukarı ve aşağı, zaman dilimleri, eş anlamlılar sözlüğü, kristal küre, ağda gezinme, mükemmellik, bin kişilik ordu, farklı bir sorunu çözme, yeniden ifade, beyaz tahta, çamur atma, soru yarış teknikleri ile yaratıcı çözüm önerileri bulunabilmektedir. Yanıt nedir? sorusuna cevap bulmak için zorlayıcı varsayımlar, çarpıtma, tersine çevirme, fantezi, başkasının görüşü, mecaz, rastgele söz, rastgele resim, bulunan nesneler, anlamsız cümle, manşetler, alıntılar, sincap kutusu, müzik olarak ayarla, Da Vinci karalamaları, iç görünüm, gölgeler, mükemmel problem, sınırlar, bileşenler, temsilci, arkasında, çiz, dokun ve hisset beni, kötü deha, oyun, konuşan resimler adlı teknikler kullanılmaktadır. Yaratıcılık teknikleri, insanları farklı bir başlangıç noktasına iter, yeni çağrışımlar yapma fırsatı verir, yeni bir bakış açısı kazanmaya ve bambaşka bir şey ortaya çıkarmaya yardımcı olur. Tekniklerin çoğu, bir konuyla ilgili bağlantılar kurmanızı ve farkındalığınızı artırmanızı sağlar (Clegg & Birch, 2010).

Yaratıcılığı tetikleyen bir başka dinamik ise yaşam deneyimleridir. Örnek olarak seyahat etmek, yeni yerler görmek, farklı kültürlerden insanlarla kolektif çalışmalarda bulunmak yaratıcılığı çok besleyen deneyimler bütünüdür. Problemlere farklı özgün çözümler üretmede geçmiş

10 (Ilgın, 2022)

deneyimlerin ve imgelemenin rolü çok büyüktür. Kişisel deneyimler kazanıldıkça, kişinin hayal edebilme (imgeleme) yetisinin geliştikçe yaratıcı düşünmenin de evrildiği söylenebilir. Robinson (2008, s.135) imgelemeyi, zihin gözüyle görmek, şu an burada olmayan insanları, olayları, duyguları ve deneyimleri zihnimizde canlandırmak olarak tanımlamıştır. İmgeleyebilme, hayal edebilme yeteneği, yaratıcı çözümler bulma sürecinde gereklidir.

Yaratılan bir tasarıma ya da esere baktığımızda o sanatçının/ tasarımcının hayata karşı duruşunu, dirençlerini, cesaretini, görüş açısını algılarız. Yaratıcı eserler daha önce hiç duyulmamış, görülmemiş ve okunmamış özgün bir biçimde insanda farklı duygular uyandırır. Bir şiiri, bir resmi, bir heykeli ya da bir düşünceyi yoktan var eden bir insanın kaygıları, hüznü, umutsuzlukları, tutkuları, arayışları, sorgulamaları içsel olarak onu yaratmaya yöneltir. Bu yaratıcı sürecin içinde kişinin sezgileri, imgelemi, araştırma becerileri de önemli bir rol oynamaktadır. Kişinin içinden gelen isteği, merakı, hayal kurabilme yetisi de yaratıcı çözümler bulmasında çok önemli bir yapı taşıdır. Özellikle grafik tasarımda yaratıcı fikirler ortaya çıkarmada kişinin entelektüel birikimi de önemli bir rol üstlenmiştir. Tasarım adayı öğrencilerime nitelikli sanat ve film festivalerine, konserlere, sergilere, müzelere, konferanslara ve çalıştaylara gitmeleri için önerilerde bulunurum. Pandemi öncesi sıradan yaşamlarımızda şehirde gerçekleşen çeşitli etkinliklere; masal dinletisinden müzik konserlerine, çeşitli sanat sergilerine ve film festivallerine beraber giderek onların vizyonlarının genişlemesi için girişimlerde bulundum. Yaratıcı düşünmeyi geliştirmenin ve vizyon kazanmanın başka bir yolu da yeni diller öğrenmekte ve yeni kültürler tanımakta yattığına inanıyorum. Öğrencilerime farklı yabancı diller öğrenmelerini ve Erasmus+ değişim programları ile eğitimlerine yabancı bir ülkede devam etmeleri tavsiye ederim. Böylece farklı kültürlerden beslenerek ve farklı akademisyenlerin öğretilerinden etkilenerek vizyonlarını ve bakış açılarını geliştireceklerdir. Kişinin entelektüel birikimi, yaşam ve iş deneyimleri, geçmiş, hayal gücünün güçlü olması ve yoktan var edebilme yeteneği, problemlere yaratıcı çözümler bulmasında etkili olacaktır. Özellikle çevresel farkındalığı yüksek ve duyarlı, bilinçli, merak eden ve sorgulayan, ilişkilendirerek analiz eden, coşkulu bir bireyin daha önce kurulmamış ilişkiler kurarak, yaratıcı ve yenilikçi fikirler üretebileceğine gönülden inanıyorum. Geçmiş, şimdi ve gelecekle ilişki kurabilen, çevresel farkındalığı, bilinç düzeyi yüksek kişiler entellektüel birikimlerini ve yaşam deneyimlerini daha iyi bir amaç uğruna dönüştürerek, gelecege olumlu ve yararlı bir iz bırakması kaçınılmaz olacaktır.

KAYNAKÇA

Boden, M. A. (1996). *Dimentions of Creativity.* London: The Mit Press.

Cambridge Dictionary: https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/creativity

Clegg, B., & Birch, P. (2010). *Instant Creativity.* Philadelphia: Kogan Page limited.

Cox, D. (2018). *Creative Thinking for Dummies.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Depot, Milgrad. (n.d.). From https://www.depotwpf.com/portfolio/milgrad/

Dinçeli, D. (2020). *"Yaratıcılık ve Sanat".* SED Sanat Eğitimi Dergisi. s. 43-55.

Eceoğlu, E., & Avzazoğlu, Y. (2015). Mekan Tasarımında Yaratıcılığın Önemi. *Kültür Atölyesi, "Yaratıcılık"*, 68-70.

Haversham, M. Smalldıtch:

https://www.marthahaversham.com/foundfashion

Ilgın, S. (2022). Scamper Tekniği Nedir?: https://istanbulbogazicienstitu.com/scamper-teknigi-nedir

Kurt, Ö. (2021). From Boyama kitapları faydadan çok zarar mı veriyor?: https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/omur-kurt/boyama-kitaplari-faydadan-cok-zarar-mi-veriyor-41948255

Osborn, A. F. (1953). *Applied Imagination Principles and Procedures of Creative Thinking.* New York: Charles Scribner's Sons.

Oxford Learner's Dictionaries: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/creativity

Robinson, K. (2008). *Get out of Minds, Learning to be Creative.* İstanbul: Kitap Yayınevi.

Rouquette, M. L. (1992). *Yaratıcılık.* İstanbul: İletişim Yayıncılık A.Ş.

S, S., & Karataş, S. (2019). Z kuşağı Öğrencisini Tanımak. *Eğitim Araştırmaları*, 223-237.

San, İ. (2003). *Sanat ve Eğitim.* Ankara: Ütopya Yayınevi.

Söz kimin: https://www.sozkimin.com/hicbir-sey-orijinal-degildir-hayal-gucunuzu-gazlay-s33202.html

Sungur, N. (1992). *Yaratıcı Düşünce.* İstanbul: Özgür Yayın Dağıtım.

T, Ş., Turan, S., & Karadeniz, O. (2021). X, Y ve Z Kuşaklarının Eğitim, Öğretmen, Öğrenci Algıları. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 18*(43).

Uçar, T. F. (2020). *Yaratıcılık Yöntemleri GRA247.* From Tevfik Fikret Uçar: https://www.youtube.com/watch?v=mvQADNvcQGE

X, Y ve Z Kuşaklarını Tanıyalım. (2020). https://www.iienstitu.com/blog/x-y-ve-z-kusaklarini-taniyalim

Yaratıcı Kişilik ve İş Yaşamında Yaratıcılık. (2020). https://www.kariyer.net/kariyer-rehberi/yaratici-kisilik-ve-is-yasaminda-yaraticilik/

Yıldırım, R. (1998). *Yaratıcılık ve Yenilik.* İstanbul: Sistem Yayıncılık.