

Yazılar:

GRAFİK TASARIMCILAR MESLEK KURULUŞU

Hikâye anlatmanın geleceği üzerine bir tasarımcının tahminleri

Alex Li
medium.com
Çeviri: Ayşe Dağıştanlı

Bizi bu gezegende bir tür olarak öne çıkaran şeylerden biri de hikâye anlatma yeteneğimizdir.

Hikâyeler bize önemli dersler verebilirler, bizi eğlendirebilir ve sonsuz olasılıklar sunan bir fantezi âlemine kaçmamıza izin verebilirler. Var oluşumuzdan beri hikâyeler anlatıyoruz ve gelecekte de hikâyeler anlatmaya devam edeceğiz. Atalarımız muhtemelen şarkı söyleyip dans ederek bir ateşin etrafında hikâyeler anlattılar, ancak bu döneme ait hikâyeler çoğunlukla geçici doğası ve bilginin kabilenin yaşadığı bölgelerin ötesine geçememesi nedeniyle kayboldu. İnsanlık matbaa gibi daha yararlı araçlar icat ettikçe, hikâye anlatma

kapasitemiz katlanarak arttı, her türden hikâyeyi dünyaya yaymak için romanlar ve gazete makaleleri yazmaya başladık.

Hikâye anlatımı için tercih edilen ortamlar teknoloji ilerledikçe sürekli değişmeye devam edecek: film kamerasının icadından sonra, filmler aracılığıyla hikâye anlatmaya başladık ve bu, film endüstrisini doğurdu. Bilgisayarların ve İnternet'in ortaya çıkışı, hikâye anlatıcılığını her zamankinden daha fazla insana erişebilir hale getirdi, artık herkes hikâyesini anlatabilir ve dünyayla paylaşmak için bir blogda yayınlatabilir oldu. Tabii bu, akıllı telefonlar ve sosyal medya sayesinde daha da kolaylaştı, hızlı hale geldi. Hikâyelerin anlatılmasının ve deneyimlenmesinin iki ana yolu vardır: aktif ve pasif. Aktif hikâye anlatımında, bir romandan cümleler okursunuz ve anlatılan kurgusal dünyayı zihninizde hayal edersiniz veya sürekli seçimler yaptığımız anlatı odaklı bir video oyununda seçimleriniz sonucu etkiler, bir biçimde hikâyeye aktif olarak katılırsınız. Öte yandan, pasif hikâye anlatımında katılımınız gerekli değildir, yapmanız gereken tek şey arkanıza yaslanıp manganızı okuyarak veya film izleyerek yolculuğun tadını çıkarmaktır.

İnsanlar gelecekte nasıl hikâyeler anlatabilir? Dijital ve

bağlantılı bir toplumda hikâye dağıtımının önündeki engeller önemli ölçüde azaltılmış olsa da, yüksek prodüksiyon kalitesinde hikâye anlatma sanatı sadece film yapımında geçerli olan bütçelere ve uzmanlıklara sahip birkaç kişiye özeldir. Şimdi herkesin büyük bütçelere ve profesyonel niteliklere ihtiyaç duymadan Hollywood seviyesinde gişe rekorları kıran filmler yaratabileceği bir gelecek hayal edin. Tek ihtiyacınız olan bir akıllı telefon ve tüm ağır işleri sizin için yapan dijital bir platform. Bu, bildiğimiz film yapım sanatını değiştirecektir, sonucunda film endüstrisini bir bütün olarak yerinden oynatacak ve daha önce var olamayacak yeni değer modelleri yaratacaktır. Böylece anlatı tabanlı oyunlar veya sürükleyici interaktif deneyimler oluşturmak gibi aktif

hikâye anlatma yöntemleri bile gelişebilir.

Film yapımının tüm karmaşıklıklarının basitleşip ortalama bir insanın erişebileceği bir şekil alacağını önermek başarılması imkânsız bir şey gibi gelebilir. Ancak, bir zamanlar seri üretimle uygun fiyatlı araba üretme fikri de öyleydi; insanları aya gönderip ve geri getirmek; son derece gelişmiş, ancak kullanımı kolay akıllı ilk telefonu yaratmak; yörüngeye oturup sonra Dünya'ya geri inebilen yeniden kullanılabilir roketleri üretmek de öncesinde aynı derecede inanılmazdı. Bu, imkânsız yaratma fikirlerinin doğasıdır, ilk başta çılgınca gelebilirler, ancak başarılılarsa yaşam biçimimizi sonsuza dek değiştirirler. Film hikâye anlatımını bu biçimde genele yayma fikri, teknolojideki

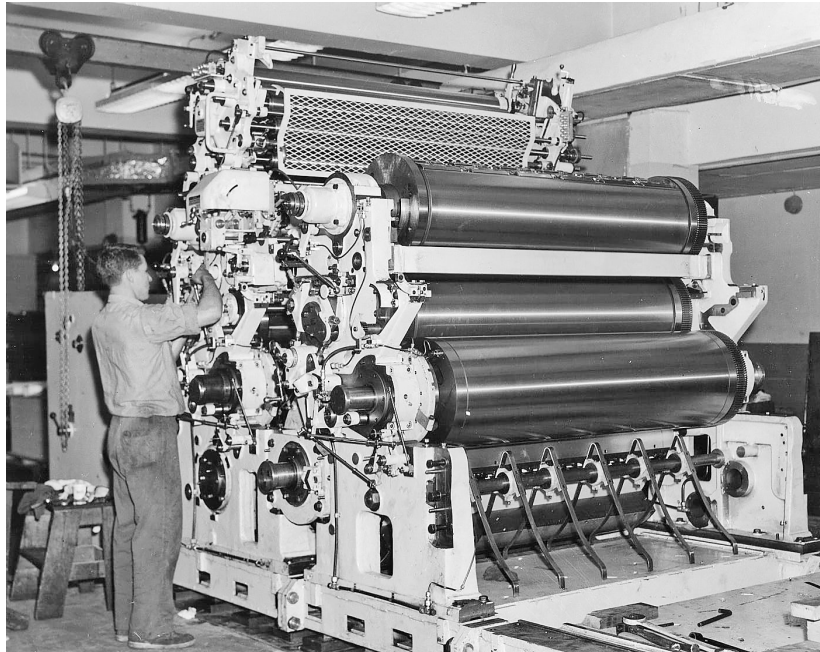


Unsplash'ta bir Myke Simon fotoğrafı.

DALL-E 2 yapay zekâ tarafından üretilmiş sanat eseri.



Unsplash'ta bir NOAA fotoğrafı.



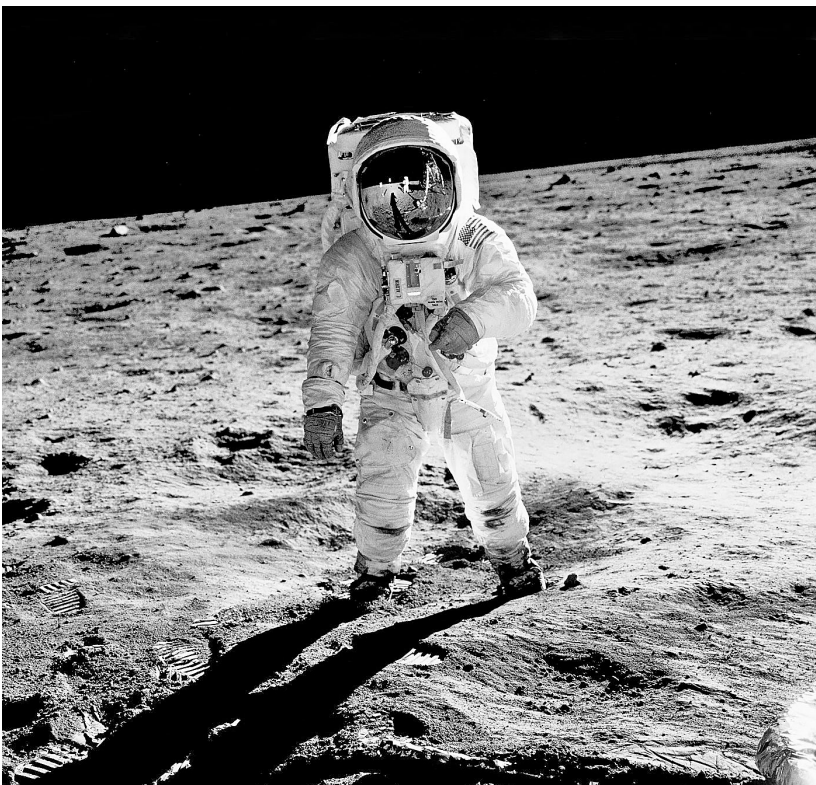


Unsplash'ta Highlight ID'den bir fotoğraf.

mevcut eğilimleri düşündüğünüzde o kadar da çılgınca gelmeyebilir. Yapay zekâ günümüzde, onlardan talep edilen bilgiler doğrultusunda gerçekçi görüntüler oluşturma konusunda oldukça başarılı, bu nedenle, içerik üretiminin bir uzun metrajlı filmin her karesine kadar ölçeklendirilebileceği bir noktaya gelmesi an meselesi olabilir.

Yapay zekâ, örneğin OpenAI'den yapay zekâ DALL-E 2 doğal bir dil komut isteminden gerçekçi görüntüler ve sanatlar oluşturabilir. Ayrıca, farklı stilleri birleştirip karıştırabilir, estetiği korurken görüntüyü orijinal tuvalin ötesine genişletebilir ve hatta ışığı ve malzemeleri hesaba katarak görüntülerde düzenlemeler yapabilir. Benzer işlevselliğe sahip Stable Diffusion ve Midjourney gibi başka yapay zekâlar da mevcut. Yapay zekânın üretken gücü geliştikçe, bir filmdeki her kare esasında hareketsiz bir görüntüden oluştuğu için, kavramın videoya ve nihayetinde de filmlere

Unsplash'ta History in HD'den bir fotoğraf.



uygulandığını şüphesiz göreceğiz. Bu nedenle konu, AI'nın film endüstrisinin statükosunu bozup bozmayacağı değil, bunun ne zaman olacağı.

Bir an için bu konseptin ideal deneyimini ve özelliklerini gözümüzde canlandıralım: önce kullanıcıların akıllı telefonlarıyla çektikleri görüntüleri düzenleyebilecekleri bir uygulama hayal edin ve bu uygulamadan, istedikleri yüksek kaliteli filmi nasıl oluşturacakları konusunda yapay zekâ destekli yardım alabiliyor olsunlar. Uygulamanın kullanıcıları ortamlar, donanımlar veya oluşturulmuş benzer varlıkları istedikleri gibi sahnelerine ekleyebilsinler veya varlık kütüphanesinden diğer kullanıcılar tarafından yapılmış özel varlıkları da alabilsinler. Bu uygulama aynı zamanda proje ekibinin diğer kullanıcıları tarafından gerçek zamanlı işbirliğine izin veriyor olabilir. Ayrıca, girilen komut istemine göre kullanıcıların

seçebileceği alternatif sahneler de oluşturabilir. Uygulamanın kendisi aynı zamanda kullanıcıların çalışmalarını doğrudan bir tür dijital sinemada yayınlamalarına olanak tanıyan bir platform olabilir. Bu platformun bir başka avantajı da, kullanıcıların başkaları tarafından oluşturulan filmleri *remiksleyebilmesi* olabilir. Sonuçta filmin nasıl bittiğini beğenmediniz mi? Sonu kendiniz değiştirin! Nihayetinde, bu fikrin arkasındaki temel ilke; yalnızca ayrıcalıklı bir azınlığın değil, herkesin kendi filmlerinin yıldızı, yönetmeni ve görüntü yönetmeni olabileceği bir dünya yaratarak, film yapımı gibi havalı bir nişi sadece Hollywood'daki bir zümrenin dışına taşıyıp daha geniş kitlelere sunmaktır.

Teknolojik ilerlemenin mevcut gidişatına ve tabii ki insan davranışına bağlı olarak, gelecekte bu tür ürünlerin ortaya çıkması kaçınılmazdır. Sürekli olarak gelişen yapay zekâyı ek olarak, akıllı telefonlarımız daha iyi kamera donanımları ve daha güçlü işlemciler ile çekim kaydetme konusunda da daha iyi bir konuma geliyor. Bu konsept için yararlı olabilecek diğer teknolojiler arasında, hem içerik oluşturma hem de içerik tüketimi için yeni sürükleyici deneyimler sağlayabilen artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi film endüstrisinde daha önce olmayan faydalar da yer alıyor.

Tüm harika *imkânsız yaratma* fikirlerinin içinde, başarılı olmak için üstesinden gelinmesi gereken, orantılı olarak artan zorluklar vardır. AI engelleri bir yana, ele alınması gereken teknolojik olmayan sorular olacaktır. Tasarımcı olarak, zor ve doğru soruları sormanın ve en iyi yanıtları bulmak için mühendisler ve yazılım geliştiricilerle birlikte çalışmanın eğlenceli yanı budur. Tasarımcılar olarak bize kullanıcılarımıza empatiyle yaklaşıp haklarını savunmamız öğretildi, ancak bu, insanların ne istediklerini sormak ve istediklerini vermek kadar net değil. Henry Ford, insanlara ne istediklerini sorsaydı, hepsi "Daha hızlı bir at! Daha güçlü bir at!" derlerdi. Satır aralarını okumak ve "İnsanlar gerçekten ne istiyor?" "İnsanlar neden daha hızlı bir at istiyor?" ve "Nihai fayda nedir?" diye sormak gerekiyor. Sanki çoğu insan zaten var olduğunu bildikleri şeyler tarafından kısıtlanmış gibiler. Daha hızlı ve daha güçlü bir atın nihai faydası, bir yerden bir yere daha hızlı, daha rahat bir şekilde gitmektir. Bir başka güzel örnek de profesörüm Alexander Manu'dan duyduğum şeydi: "İnsanlar temiz giysiler istiyor, çamaşır yıkamak değil." ●

Tasarımdan sorumlu başkan yardımcısı Nicole Kahn ile röportaj

Mika Gu
medium.com

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Carta'daki endüstri liderlerini ve uzmanları tasarım dünyasına ilişkin görüşlerini ve deneyimlerini paylaşmaya davet ettiğimiz Design Voices'un ilk baskısına hoş geldiniz.

İlk konuğumuz Carta'nın tasarımdan sorumlu Başkan Yardımcısı Nicole Kahn. Nicole, insanlar için anlamlı deneyimler yaratan ve yaratıcı ekiplerin de aynısını yapmasına olanak tanıyan, son derece yetenekli ve tecrübeli bir tasarım lideridir. Nicole, bir taraftan empati, sezgi, net ve özlü iletişim, işbirliği, birlikte yaratıcılık gibi vasıflarıyla liderlik ediyor ve aynı zamanda son derece karmaşık ve insani zorluklar için tasarım yapma konusunda oldukça tutkulu biri. Nicole'a, iş, kişisel gelişim ve ötesi hakkındaki düşüncelerini ve bakış açılarını öğrenmek için sorularımızı soruyoruz.

Tipik bir iş günü sizin için nasıl geçiyor?

Genellikle tamamı planlanmıştır! Sabah ilk iş yaklaşık bir saat koşuya çıkarım; sonra dönüp nefis bir kahvaltı yaparım. Doğu yakada yaşayıp, Batı yakası uyanmadan önce çalışmaktan zevk alıyorum – bu bana rahatça odaklanmak için zaman ve alan sağlıyor. Telefonlar genellikle 10:00 ET civarında gelmeye başladığından, kafamı toparlamak için genellikle 1–1,5 saatim olur. Takvimim, yönettiğim kişilerle teke tek, tek seferlik ve proje yöneticileri ve mühendislerle yapılan toplantılarla dolu. Yemek yiyip biraz temiz hava alabilmek için her zaman öğle yemeğine yarım saat ayırmaya çalışırım. Evden çalıştığım günlerde işleri saat 17:00 civarında toparlamaya çalışıyorum. Günün sonunda gevşemek için akşam yemeği yapmaktan da keyif alıyorum. Ailemle akşam

yemeğinden sonra çocukları yatırıp Slack'e (iletişim platformu) bakıp eşimle bir saat televizyon seyredirim, biraz okurum ve erken yatarım.

Carta'daki ilk 100 gününüzü nasıl tanımlarsınız?

İlk birkaç ay, heyecan ve bunalmışlık arasında bir uçtan bir uca, bir ileri bir geri sallandım. Netleşmesi gereken çok şey vardı, ancak tasarım ve görev açısından pek çok fırsatın olduğu sıcak ve davetkâr bir yerdi.

Carta'nın tasarım ekibi için vizyonunuz nedir?

Kısaca özetlemek gerekirse, tasarımcıları daha fazla liderlik etmelerine teşvik etmek olurdu. Şu anda yol haritasına biraz bağlıyız. Hedefimin büyük bir kısmı bunun ötesine geçmek. Tasarım vizyonunu ve stratejisini nasıl geliştiririz? Çoklu ürün deneyimi nasıl olmalıdır? Temel Carta ürünümüzün gelecekteki navigasyonu nedir? Tüm bunlar bir platform olarak nasıl çalışır? Sırada bekleyen pek çok heyecan verici proje var. Platformdaki kullanıcı deneyimimizin görsel olarak yeniden markalanması ve yeniden hayal edilmesi benim için en önemli şeyler. Tasarımcılar, harika bir sohbete ilham veren stratejileri görselleştirip hayata geçirebilmek için bu sihirli araca sahipler. Bunu daha fazla yapmalıyız. Daha fazla liderlik etmemiz gerekiyor.

Carta'nın tasarım ekibi için vizyonunuza ulaşmak için neleri daha fazla yapmaya başlamamız gerekiyor?

Tasarımcılarımı, kendilerini olması gereken biçimde yüksek sesle ifade eden, ön yargılı ve dikkatli olmalarını severim. Örnekler arasında yol haritasında olması gerekenleri savunmak, keşif ve vizyon için ne kadar zamana ihtiyaç duyulduğunu bildirmek veya bir Kuzey Yıldızı işlevi görebilecek stratejik bir çerçeve önermek yer alır. Vizyon çalışmasıyla uğraşmanın, aynı zamanda araştırma açısından tasarımda liderlik etmenin hayranıyım. Sıklıkla önsezilerimiz olur, ancak o önsezileri keşfetmek için araştırmaya geri getirmemiz gerekir. Geri adım atmak ve doğru soruları sormak önemlidir: Yapabileceğimizin en iyisi bu mu? Daha iyisi olabilir mi? Vizyonumuzu savunmak için o zamanı ve alanı yaratmak bize ve ürün ekibine düşüyor.

Bir yönetici olarak sizce, teke tek görüşmelerden en iyi sonuçları almak için raporlar ne kadar önemlidir?

Birlikte bir şeyler üzerinde çalışmaya geliyorsanız, hazırlanmış olarak gelmelisiniz! En verimli yönetici ilişkilerinden bazıları, içlerinden birinin bana gelip "x ile zorlanıyorum, ne yapmalıyım" diye sorduğu zamanlardır. İçerik, yönetim, büyüme veya beceriler gibi ne olursa olsun üzerinde birlikte çalışmak istediğiniz şeyleri bulmalısınız. Konuşmak istediğiniz şeyleri içeren bir dosya getirmelisiniz. Birlikte çalışacak belirli şeyler olduğunda zaman hep daha tatmin edici kullanılır.

Daha önce yönetim tarzınız/felsefeniz hakkında: "Kendimi kesinlikle bir anne ayı olarak

tanımlıyorum – ekibime son derece sadığım, yüksek standartlarım var ve dosdoğru konuşurum. Neler olup bittiğini söylemenin her zaman birey, iş ve şirket için en yararlı şey olduğuna inanıyorum"

Biraz açar mısınız? Oradaki pedagoji bir tür sorumluluk duygusuyla birlikte gelir. IDEO'dayken Chicago'daki bir meslektaşımın birlikte, hikâye anlatımında çitayı yükseltmek üzere tabandan yaklaşım amacıyla bir hikâye anlatımı platformu kurdum. Tasarımcıların tüm zamanlarını harika tasarım çözümleri geliştirmeye harcadıklarını, ancak tasarım çalışmalarını müşterilerle paylaşmada sunumlarına çok fazla zaman ayırmadıklarını gözlemledik. 5-6 IDEO'cuyla (IDEO, uluslararası tasarım ve danışmanlık şirketi) ilgi çekici kişisel hikâyeler geliştirmeleri için koçluk yapma sürecine başladık, ardından bunları tüm ofisin önünde sergiledik. Buna IDEO Hikâyeleri adını verdik ve grup içinde büyük bir olay haline geldi. İlk IDEO Hikâyeleri harikaydı, birlikte çalışacak harika insanlar seçtik ve hayatlarını değiştiren şeylerle ilgili sarsıcı hikâyeler de dahil olmak üzere her türlü hikâyeyi paylaştılar. Hikâyesi yerine oturmayan biri vardı – büyük bir sorun yoktu aslında, sadece sonuç harika değildi. Sahip olduğumuz zaman içinde elimden gelen en iyisini yaptım. Sonra onu tebrik ettim ama o kendini çok kötü hissetti; ben de koç olarak onu yüzüstü bıraktığımı hissettim. Hikâyeye ilgili sorunlar olduğunu fark etseydim ve ona geri bildirimde bulunmuş olsaydım, hikâyesi daha iyi bir yere varırdı ve o da gurur

İşinizi yapın ama daha fazla isteyin! Hem merakın hem de eyleme yönelik ön yargının herhangi bir tasarımcı için, özellikle de daha genç olanlar için önemli beceriler olduğunu düşünüyorum. İş yaparken, başka nerelere uygulanabileceğini merak edin ve arkasındaki "nedeni" anlayın.

duyardı. Bireyin hizmetinde açık davranmalıydım.

Anne ayı kısmı sadece benimle ilgili bir şey – bunlar benim insanlarım, onlarla uğraşmayın! Ancak bununla birlikte sorumluluk gelir – çitayı nasıl yükseltiriz? Hedefimizi nasıl mükemmelliğe kilitleriz ve bunu sunarız?

Tasarımcılar, araştırmacılar ve metin yazarları Carta ekibine neden katılmalı?

Carta görev odaklıdır ve yeni iş fırsatlarını ortaya çıkarmak için soğanın katmanlarını soyduğunuz bir noktadadır. Carta Total Comp (CTC) buna harika bir örnektir – bir işletme olarak öz sermaye ve sermaye tablolarıyla başlamıştık, sonra tazminat verileri üzerinde çalıştığımızı fark ettik. Şimdi, bu yeni iş fırsatının sınırlarını keşfedeceğiz.

Carta'nın yüksek kültürlü bir şirket olmasına bayılıyorum. Carta'daki insanlarla etkileşim

kurduğunuzda kişilik özelliklerimizi günlük olarak deneyimlersiniz. Yardımsever, nazik, acımasız ve sıra dışıldılar. Çalışmak için harika bir ortam!

Genç ve deneyimsiz tasarımcılar için herhangi bir tavsiyeniz var mı?

İşinizi yapın ama daha fazla isteyin! Hem merakın hem de eyleme yönelik ön yargının herhangi bir tasarımcı için, özellikle de daha genç olanlar için önemli beceriler olduğunu düşünüyorum. İş yaparken, başka nerelere

Design—Voices

01

NICOLE KAHN



uygulanabileceğini merak edin ve arkasındaki “nedeni” anlayın. Eyleme yönelik ön yargılı olmaya çalışın, sadece sorun değil çözümler önerin. Tasarımcının bu gücünü, sizin ve diğer insanların sorunlarını çözmeye yardım için kullanmak, kariyerinizi hızlandırmaya yardımcı olacaktır. Ne kadar çok iş yaparsanız, o konuda o kadar güvenle konuşabilir ve diğer fırsatlarla bağlantı kurabilirsiniz.

Kariyerinizin farklı aşamalarından öğrendiğiniz temel dersler nelerdir?

İhtisasımı yaparken sezgilerime nasıl güveneceğimi, güçlü bir bakış açısı geliştirmeyi, bir sonraki adımda nerelerde zorlanacağımı ve nasıl iyi hikâyeler anlatacağımı öğrendim. IDEO bana tasarımın sihrini öğretti – bu ayrıntı önemlidir. Ayrıca bana liderlik tarzlarını denemeyi, bunun projeye değil insanlarla ilgili olduğunu ve iyi insanlarla en sıkıcı işin mükemmel hale gelebileceğini öğretti. WeWork, *sahtekârlık sendromunun* bir kısmından kurtulmama yardımcı oldu. Orada bir uzman olduğumu ve fikrimin geçerli olduğunu anladım. WeWork’te geçirdiğim süre boyunca birçok patron ayrıldı, ancak bu, güven ve deneyim oluşturan liderliğimi kullanmam için daha fazla fırsat yarattı. Ve şimdi, işte buradayım!

Seni neler motive eder?

Benim mutlu yerim insanlar. İşinde uzman kişilerle çalışarak motive oluyorum. Onlar kendi alanlarında son derece zekidirler, biraz içe kapalıdır belki, onlarla çalışmayı seviyorum. Onlardan öğrenme fırsatını seviyorum. Ayrıca büyük bir podcast dinleyicisiyim. Birinci şahıs hikâyelerine bayılırım, bu yüzden çok fazla röportaj dinlerim.

En sevdiğiniz podcastler hangileri?

Design Matters podcast’ini dinliyorum. Bu harika – tasarımcıların kariyerlerinde buldukları yere nasıl geldiklerine dair röportajlar dinliyorsunuz. Ayrıca, özellikle Rich Roll podcast’inden iyi *eziklik* hikâyeleri dinlemeyi seviyorum. Podcast sunucusu, iyileşmekte olan bir bağımlı ve ultra bir atlet ve harika konukları hikâyelerini anlatmaya davet ediyor. En sevdiğim bölümlerden biri, butik otel şirketi Joie De Vivre’i kuran Chip Conley ile olan röportajı mesela. Adam ardından Airbnb kurmak isteyenlere danışmanlık yapmak için Airbnb’ye girmiş. Mücadele unsurları ve yol boyunca öğrendikleri ile harika bir kişisel hikâye paylaşıyor. Dünyayı diğer insanların bakış açılarından anlama fırsatına sahip olmayı seviyorum. ●

Yaratıcılık kısıtlamaları sever

Lee Duncan

medium.com

Çeviri: Ayşe Dağistanlı

Tasarımcılara, sanatçılara, yazarlara ve her türden kreatif kişiye genellikle zihinlerini “normların dışına çıkarmaları” ve hayal güçlerini serbest bırakmaları söylenir.

Peki ya size yaratıcılığın kısıtlamaları sevdiğini söylesem, ne dersiniz?

Acaba sınırlamalar aslında yaratıcılığımızı engellemek yerine, geliştiriyor olabilir mi?

Kısıtlamaların yaratıcılığı besleyebileceği fikri yeni değil. Aslında, fikir ünlü “Green Eggs and Ham” (Yeşil Yumurtalar ve Jambon) kitabını sadece 50 farklı kelime kullanarak yazan Dr. Seuss da dahil olmak üzere dünyanın en yenilikçi düşünürlerinden bazıları tarafından benimsenmiştir. Steve Jobs bir keresinde şöyle demişti: “Yaratıcılık sadece bir şeyleri birbirine bağlamaktır. Yaratıcı insanlara bir şeyi nasıl yaptıklarını sorarsanız, kendilerini biraz suçlu hissederler çünkü aslında gerçekten de *yapmamışlardır*, onlar sadece bir şey görmüşlerdir. Bir süre sonra da o şey önlerinde apaçık ortaya çıkar. Aslında olan, sahip oldukları deneyimleri birbirine bağlayabilmiş ve yeni şeyler sentezleyebilmiş olmalarıdır.”

Fotoğraf: UX Endonezya, Unsplash.



Farklı düşünmek

Kısıtlamalar bizi farklı düşünmeye zorlar. Bizi bir soruna farklı bir açıdan bakmaya ve ona yeni bir şekilde yaklaşmaya yönlendirirler. Sınırlamalarla karşılaştığımızda, daha becerikli, daha yenilikçi ve daha yaratıcı olmaya zorlanırsınız.

Örneğin, Instagram’ın ilk günlerinde, platformun kurucu ortakları bir kısıtlamayla karşı karşıya kalmışlardı: iPhone için yalnızca telefonun yerleşik kamerasını kullanarak bir fotoğraf paylaşım uygulaması geliştirmek zorundaydılar. Bunu bir sınırlama olarak görmek yerine veri olarak kabul ettiler ve görsel içeriği paylaşma ve tüketme şeklimizde devrim yaratan bir platform yarattılar.

Kısıtlamalar karşısında beyin

Araştırmalar, kısıtlamaların aslında beyni uyarabildiğini ve problem çözme becerilerimizi geliştirebildiğini göstermiştir. Zor bir problemle karşılaştığımızda, beynimiz varsayılan tanıdık çözümlere yönelme eğilimindedir. Ancak kısıtlamalarla karşılaştığımızda, yeni çözümler keşfetmeye ve alışılmışın dışında düşünmeye zorlanırsınız.

Amsterdam Üniversitesi tarafından yürütülen bir araştırmada, çalışmaları için birtakım kısıtlamalar verilen katılımcıların, hiçbir kısıtlama verilmeyenlere göre problem çözmeye daha yaratıcı oldukları bulundu. Başka bir çalışmada, yaratıcı bir projeye zaman sınırı dayatmanın, katılımcıların kararlar almaya ve işlerinde ilerlemeye zorladığı için aslında yaratıcılığı artırdığı ortaya çıktı.

Fikirler ve kısıtlamalar

Kısıtlamalar ayrıca daha iyi fikirler üretmemize yardımcı olabilir. Bize boş bir sayfa verildiğinde ama yön verilmediğinde, nereden

başlayacağımızı bilmek bunaltıcı ve zor olabilir. Ancak bize bir dizi kısıtlama verildiğinde, belirli parametreler dahilinde çalışmak zorunda kalırız, bu da aslında daha iyi odaklanıp ve bağlantılı fikirler bulmamıza yardımcı olabilir.

Örneğin, bir grup tasarımcıya yeni bir ofis mobilyası serisi yaratma görevi verildiğinde, onlara belirli bir bütçenin yanı sıra, mobilyaların modüler ve montajı kolay olması gerekliliği de dahil olmak üzere bir dizi kısıtlama getirildi. Bu kısıtlamalar, yaratıcılıklarını engellemek yerine, müşterinin ihtiyaçlarını karşılayan hatta beklentilerini aşan bir dizi yenilikçi fikir üretmelerine yardımcı oldu.

Kolaylaştırıcılara kısıtlamalar uygulamak

Kısıtlamalar kolaylaştırmaya yönelik olabilir veya yaratıcı bir problem üzerinde çalışmayı üstlenmiş bir gruba liderlik etme sürecine de uygulanabilir. Kolaylaştırıcı, gruba kısıtlamalar getirerek onları daha yaratıcı çözümlere yönlendirmeye yardımcı olabilir.

Örneğin kolaylaştırıcı, bir gruptan yeni bir ürün için beyin fırtınası yapmasını isteyebilir, ancak ürünün tamamen geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılması konusunda bir kısıtlama da getirebilir. Bu kısıtlama, grubu daha yenilikçi fikirlere yol açabilecek sürdürülebilirlik ve çevresel etki hakkında düşünmeye zorlar.

Mantığa aykırı görünse de, kısıtlamalar aslında yaratıcılığı körüklemek için güçlü bir araç olabilir. Bizi farklı düşünmeye zorlarlar, beynimizi harekete geçirirler, daha iyi fikirler üretmemize yardımcı olurlar ve grupları daha yenilikçi çözümlere yönlendirmek için kolaylaştırıcılar olarak uygulanabilirler. Bir dahaki sefere kendinizi sıkışmış veya ilham kaynağınız kurumuş gibi hissettiğinizde, bir veya iki kısıtlamayı benimsemeyi deneyin ve bunun yaratıcılığınızı nasıl geliştirebileceğini görün. ●

YAZILAR

Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu

Derneği adına sahibi

Zeynep Tonguç

Tasarım

Bülent Erkmən

Sorumlu Yayın Yönetmeni ve

Tasarım Devamlılığı

Osman Tülü

Grafik Uygulama: Tipograf

Baskı: A4 Ofset

Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.

Tüm hakları saklıdır.

Grafik Tasarımcılar

Meslek Kuruluşu Derneği

Ortaklar Caddesi Bahçeler Sokağı 17/4

Mecidiyeköy 34394 İstanbul

Tel: (0212) 267 27 58

Faks: (0212) 267 27 59

info@gmk.org.tr www.gmk.org.tr