



FİKİRLER NEREDEN GELİR?:
GRAFİK TASARIM SÜRECİNDE FİKİR ÜRETİMİ
Sanatta Yeterlik Tezi
Behiye Aycan ERARSLAN
Eskişehir 2024

**FİKİRLER NEREDEN GELİR?:
GRAFİK TASARIM SÜRECİNDE FİKİR ÜRETİMİ**

Behiye Aycan ERARSLAN

SANATTA YETERLİK TEZİ

Grafik Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Mayıs 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Behiye Aycan Erarslan'ın "Fikirler Nereden Gelir?: Grafik Tasarım Sürecinde Fikir Üretimi" başlıklı tezi 20/05/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, Grafik Anasanat dalında Sanatta Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)	: Prof. Melike Taşcıoğlu Vaughan	
Üye	: Prof. Fethiye Gonca İlbeyi Demir	
Üye	: Prof. Pelin Öztürk Göçmen	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi İpek Torun	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Dilek Erdoğan Aydın	

Enstitü Müdürü

ÖZET

FİKİRLER NEREDEN GELİR?: GRAFİK TASARIM SÜRECİNDE FİKİR ÜRETİMİ

Behiye Aycan ERARSLAN

Grafik Anasanat Dalı

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mayıs 2024

Danışman: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Her şey bir fikirle başlar. Grafik tasarım alanında da problem çözme sürecinde fikir üretimi oldukça kritik bir rol üstlenmektedir. Grafik tasarımcının fikir üretim süreci, kişisel ve özgün bir süreçtir, zira her bireyin zihni farklı şekillerde çalışır ve yaratıcı düşünceleri tetikleyen faktörler çeşitlilik gösterir. Bu süreçte, tasarımcının geçmiş deneyimlerinden kültürel arka planına, sanatsal etkilenimlerinden kişisel ilgi alanlarına kadar bir dizi benzersiz etken olduğu söylenebilir. Tasarımcının problemi nasıl algıladığı, bilgiyi nasıl işlediği ve çözüm üretirken hangi yolları takip ettiği bu unsurlar ile şekillenir. Bu tez çalışmasında, böylesine öznel bir süreçte tasarımcının fikir bulma serüvenine yön veren temel üretim süreçleri ve arka planda işleyerek bu süreçleri yöneten beyin mekanizmaları incelenmiştir.

Tezin birinci bölümünde ilk olarak fikir kavramı üzerine durulmuştur. Fikrin ne olduğu, hayata nasıl etki ettiği, felsefede nasıl ele alındığı ve yaratıcı özelliği hangi durumlarda kazandığı konuları ele alınmıştır. İkinci bölümde, önce herhangi bir fikrin sonrasında ise yaratıcı fikrin zihinde nasıl ortaya çıktığı konusu sinirbilim alanından çeşitli araştırmalarla birlikte incelenmiştir. Üçüncü bölümde, fikir üretim sürecine odaklanmadan önce grafik tasarım sürecinin problemin tanımlanması aşamasından geri bildirim aşamasına kadar olan ilerleyişi üzerinde durulmuştur. Devamında ise fikir üretim aşaması problemin zihne ilk yerleşiminden başlanarak fiziksel ortamdaki fikir arayış yöntemleri ve süreçleri, kavramlar arasında bağlantılar kurarak fikir üretme, sıkça karşılaşılan problemlerden biri olarak tek bir tasarım fikrine takılıp kalma, fikrin üzerinde çalışmazken çözümün birden akla gelmesi anını ifade eden evreka ve son olarak ise tasarımcının tamamladığı tasarım ürününü bireysel olarak eleştirmesi konuları ele alınmıştır.

Anahtar Sözcükler: Tasarım, Fikir, Yaratıcılık.

ABSTRACT

WHERE DO IDEAS COME FROM?: IDEA GENERATION IN THE GRAPHIC DESIGN PROCESS

Behiye Aycan ERARSLAN
Department of Graphic Arts
Anadolu University, Graduate School, May 2024
Supervisor: Prof. Melike TAŞCIOĞLU VAUGHAN

Everything starts with an idea. In the field of graphic design, idea generation plays a critical role in the problem solving process. The graphic designer's idea generation process is a personal and unique process, as each individual's mind works in different ways and the factors that trigger creative thoughts vary. It can be said that there are a number of unique factors in this process, such as designer's past experiences, cultural background, artistic influences and personal interests. How the designer perceives the problem, processes the information, and what paths designer follows when producing solutions are shaped by these elements. In this thesis, the basic production processes that guide the designer's adventure of finding ideas in such a subjective process and the brain mechanisms that operate in the background and manage these processes are examined.

In the first part of the thesis, the concept of idea is first emphasized. The topics of what an idea is, how it affects life, how it is handled in philosophy, and in what situations it acquires its creative feature are discussed. In the second part, the issue of how first any idea and then the creative idea arises in the mind is examined together with various researches from the field of neuroscience. In the third chapter, the progress of the graphic design process from the problem definition phase to the feedback phase is focused on, before focusing on the idea generation process. Afterwards, the idea generation phase begins with the first placement of the problem in the mind, the methods and processes of searching for ideas in the physical environment, generating ideas by establishing connections between concepts, getting stuck on a single design idea as one of the frequently encountered problems, eureka, which expresses the moment when the solution suddenly comes to mind while not working on the idea, and the last one. In this section, the issues of the designer's individual criticism of the completed design product are discussed.

Keywords: Design, Idea, Creativity.

ÖNSÖZ

Danışmanım Prof. Melike Taşcıoğlu Vaughan’a,

Ablam Aydan Erarslan’a,

Dostum A. Ceren Asmaz’a,

Doktorum İnci Cengiz Ocak’a,

Aileme,

Bazen yoluma taş koysa da çoğu zaman desteğini benden esirgemeyen zihnime teşekkür ederim.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Behiye Aycan ERARSLAN

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GÖRSELLER DİZİNİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİKİR	3
1.1. Fikir Nedir?	3
1.2. Fikirler Nasıl Oluşur?	11

İKİNCİ BÖLÜM

2. GRAFİK TASARIM SÜRECİ VE TASARIM FİKRİ ÜRETİMİ.....	18
2.1. Grafik Tasarım Süreci.....	18
2.1.1. Problemin tanımlanması	19
2.1.2. Araştırma	23
2.1.3. Hedef kitle belirleme	24
2.1.4. Strateji oluşturma	26
2.1.5. Eskiz	29
2.1.6. Seçme / Eleme	31
2.1.7. Uygulama	33
2.1.8. Değerlendirme	34
2.1.9. Geri bildirim	35

	<u>Sayfa</u>
2.2. Problem ve Problem Çözme	36
2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretim Süreci	40
2.3.1. Zihinsel ortamda gezinme	41
2.3.2. Fiziksel ortamda düşünme	53
2.3.3. Bağlantı arama	68
2.3.4. Tasarıma sabitleme	79
2.3.5. Evreka anı	89
2.3.6. Öz değerlendirme	97

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÇEVİRİMİÇİ GÖRÜŞME FORMU	104
3.1. Tez Çalışması Çevrim İçi Görüşme Formu	104
3.2. Çevrim İçi Görüşme Formunun Hazırlanması ve Uygulanması	106
3.3. Çevrim İçi Görüşme Formundan Beklentiler	108
3.4. Çevrim İçi Görüşme Formlarının Değerlendirilmesi	109

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. UYGULAMA PROJESİ	116
4.1. Araştırmacının Tasarım Süreci	116
4.2. Tasarım Süreci	138
4.2.1. Evreka anı	140
4.2.2. Tasarım fikrinin serüveni	141
4.2.3. İlhan kaynakları	142
4.2.4. Yaratıcılığa etki eden beyin bölgeleri ve beyin ağları	143
4.2.5. Tasarımcı ve akademisyenlerden alıntılar	144
4.3. Sergileme	145

BEŞİNCİ BÖLÜM

	<u>Sayfa</u>
SONUÇ	151
KAYNAKÇA	161
EKLER	
EK-1 Katılımcıların Çevrim İçi Görüşme Formuna Verdiği Cevaplar.....	179
EK-2 Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Karar Belgesi.....	226
ÖZGEÇMİŞ	227

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 1.1. Yaratıcılığın tanımsal unsurları	9
Görsel 1.2. Teknolojik ilerlemeler-zaman grafiği.....	10
Görsel 1.3. Fikir oluşturma için model yapısı ve yaklaşık olarak beyin bölgelerinde haritalanması	15
Görsel 2.1. Farklı dünya görüşleri ve tasarım teorilerine genel bakış	28
Görsel 2.2. Ekibin tasarım sürecinin ana aşamaları	29
Görsel 2.3. Problem çözücünün genel organizasyonu	38
Görsel 2.4. Problem çözme görevi, tasarım problemi çözme görevi	42
Görsel 2.5. Tasarım çalışmasıyla problem çözme görevleri çalışmasını ve problem çözme çalışmasıyla tasarım görevi çalışmasını karşılaştıran istatistiksel parametrik haritalar	43
Görsel 2.6. Literatürde bulunan, farklı eskiz sınıflandırmalarının listesi	54
Görsel 2.7. Eskiz örneği	55
Görsel 2.8. Bilgi yönetimi için eskizin faydaları	58
Görsel 2.9. İlham panosu örneği	60
Görsel 2.10. Zihin haritası örnekleri	63
Görsel 2.11. Kağıdın saydamlık testi, anlam kodlamak üzere saydamlık testi ve Sydney Tiyatro'sunun Ingmar Bergman'ın Face to Face oyununun reklamı için tasarlanmış afiş	64
Görsel 2.12. Üstte karşılaştırma örneği, sol altta birleşme örneği, sağ altta yerine koyma örneği	72
Görsel 2.13. Tasarım perspektifinden görsel metafor yaratım süreci	74
Görsel 2.14. Tasarım problemi çözümü olarak görsel metafor süreci	75
Görsel 2.15. Basılı medyadan profesyonel görsel karışım örneği	76
Görsel 2.16. Sembolü Andıran Metafor	77
Görsel 2.17. İki ip deneyi ve çözümü	82
Görsel 2.18. Fikir üretme sürecinin muhtemel sonuçları	84
Görsel 2.19. İçgörü keşif sürecinin durumları ve aşamaları	92
Görsel 2.20. İçgörü görevleri	97
Görsel 3.1. Çevrim içi görüşme formundaki cevaplama alanı	106
Görsel 3.2. Çevrim içi görüşme formu	107

Görsel 4.1. Sergi alanı pano ve tasarım ölçüleri	118
Görsel 4.2. Grafik dil araştırmaları	119
Görsel 4.3. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve ağları çalışması için görseller ve eskizler	121
Görsel 4.4. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve ağları çalışması için tasarım denemeleri	122
Görsel 4.5. İlham çalışması için toplanan görseller	123
Görsel 4.6. İlham çalışması için tasarım düzeni	124
Görsel 4.7. Tasarım sürecinde fikir üretimi çalışması için tasarım denemeleri.....	125
Görsel 4.8. Alıntılar belirleme süreci.....	126
Görsel 4.9. Alıntı tasarım denemeleri	127
Görsel 4.10. Fikir bulma çalışmasında dinlenen çalma listesi örneği.....	128
Görsel 4.11. Uygulama süreci notlarından örnekler	129
Görsel 4.12. Evreka anı tasarımı için denemeler	131
Görsel 4.13. Tasarım sürecinde fikir üretimi çalışması için temel görsel oluşturma...	134
Görsel 4.14. Giriş bölümü videosundan kesitler.....	135
Görsel 4.15. Özetlenen metinler ve tasarım alanı	136
Görsel 4.16. Tasarım fikrinin serüveni son denemeler	137
Görsel 4.17. Uygulama projesi için kullanılan yazıyüzleri.....	139
Görsel 4.18. Uygulama projesi için kullanılan renk paleti ve kombinasyonları.....	140
Görsel 4.19. Evreka afişi.....	141
Görsel 4.20. Tasarım fikrinin serüveni afişi.....	142
Görsel 4.21. İlham kaynakları örnek görselleri.....	143
Görsel 4.22. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve beyin ağları afişi	144
Görsel 4.23. Tasarımcılardan fikir üzerine alıntılar	145
Görsel 4.24. Giriş alanı uygulaması.....	146
Görsel 4.25. Evreka afişi ve tasarım fikrinin serüveni afişlerinin sergilenmesi	147
Görsel 4.26. İlham kaynakları afişlerinin sergilenmesi	148
Görsel 4.27. Beyin bölgeleri ve beyin ağları afişlerinin sergilenmesi	149
Görsel 4.28. Alıntı afişlerinin sergilenmesi	150

GİRİŞ

Bir fikir kıvılcımı tekerleklerin hiç dönmediği, bitkilerin hiç yetiştirilmediği, yıldızların süs sanıldığı, resimlerin, bestelerin hiç var olmadığı bir dünya hayalini alternatif bir gerçeklik olarak şekillendirebilir. Bu tıpkı başka fikir kıvılcımlarının icatları, devrimleri ve başyapıtları şekillendirmesi gibidir.

Fikirler, bilincin labirentinde yollarını bulup, iş birliği içindeki düşüncelerin fısıltıları olarak ortaya çıkar, orada keşfedilmeyi ve şekillendirilmeyi beklerler. İç ve dış gözlemin birleşiminin sonucu olarak genellikle beklenmedik bir şekilde, bir ilham anının tetiklediği veya bir soruna dair kararlı bir çözüm arayışının sonucu olarak belirirler. Zihindeki bir kıvılcım, insan bilgisizliğinin en karanlık köşelerini aydınlatabilir.

Hayal gücünün ve kavrayışın birleşimi olan fikirler, deneyimlerin ve içgörülerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan bir aydınlanma noktasıdır. Zamanın, mekânın ve koşulların sınırlarını aşarlar. Bir fikir sınırlamalara hapsolmaz aksine, sınır nedir bilmeyen bir güçtür.

Fikrin yolculuğu karmaşıktır; geliştirme, yineleme ve uyarlama yoluyla evrim geçirir. Keşfetmeye ve denemeye dayanır. Yaratıcılar ise onu somut formlara dönüştürmek için büyütüp şekillendirir ve böylece hayatın bir parçası haline getirirler. Bir fikrin gerçek özü yalnızca başlangıcında veya uygulanmasında değil, insanlıkla ve çevreyle uyumu içinde bulunur. Süregelen fikirler gerçeklikle rezonans kuranlar, temel insan ihtiyaçlarını, arzularını veya sorunlarını ele alanlardır. İlerlemenin taslağı olan fikirler, içlerinde dünyayı tamamen yeni ve olağanüstü bir şeye dönüştürme potansiyelini taşırlar. En basit kavramlardan en karmaşık teorilere kadar, fikirler insan yaratıcılığı ve hayal gücünün somutlaşmasıdır.

Fikirler evrimseldir. Doğar, çoğalır, uyum sağlar, gelişir, değişir, zamanı geldiğinde ölür ve yerini bir yenisine bırakır. Normları sorgular, alışılmış düşünceye karşı gelir ve statükonun sorgulanmasına cesaret verir. Ancak her fikir bunları başaramaz. Bazıları karmaşada kaybolup gider, bazıları bakımsızlıktan yıpranır, bazıları ise geleneksel düşüncenin direnişine yenilir. Ancak kaderine bakılmaksızın her fikir, başka fikirlerin yolunu inşa ederek insanlığın ilerlemesine katkı sağlayabilir.

Bugün yaşadığımız dünya, fikirlerin gücünün bir kanıtı olarak karşımızda durmaktadır. Teknolojik harikalar, bilimsel buluşlar, sanatsal başyapıtlar, hepsi bir zamanlar gerçekleştirilmeyi bekleyen fikirlerdi. İnsan zekasının sınırsız potansiyelini

kapsayan, yenilik, ilerleme ve bilgiye olan sonsuz arayışı temsil eden fikirler olduğu sürece, insanlığın ilerleyişı devam edecektir. Çünkü fikirler *şu an olan* ile *olabilecekler* arasındaki boşluğu dolduran özdür. Grafik tasarım fikirleri de mesajla alıcı eylemi arasındaki boşluğu doldurur. Zihinde beliren tasarım fikri kıvılcımı mesajları imge ve yazı aracılığıyla şekillendirir. Bir başka deyişle tasarımcı, tasarım fikrini hedef kitlenin çözümleyebileceği şekilde görsel olarak kodlar. Bütün bu kodlama süreci bir dizi fikir üretimi sonucu ortaya çıkar.

Grafik tasarım fikrinin diğer yaratıcı fikirlerden hiçbir farkı yoktur. Diğer bütün yaratıcı fikirler gibi ortaya çıkar, görevlerini yerine getirir, kendinden sonra gelecek fikirleri iyi veya kötü şekilde etkiler belki de unutulup gider. Fikre yüklenen görevler yerel bir işletmenin yeni bir hizmetinin duyurulmasından bir siyasetçiye seçimi kazandırmaya kadar çeşitli ve etki alanı değişkendir. Bu sebeptendir ki grafik tasarım fikri kimi zaman yönetilebilir boyutta kalırken kimi zamansa ele avuca sığmayarak kitleleri harekete geçirecek bir güç kazanabilir. Grafik tasarımda yaratıcı fikrin büyüğü de buradan gelmektedir. Bir fikrin ortaya çıkışı gibi bir defa fiziksel dünyaya adım atıp yayılmaya başladı mı öngörülemez, kestirilemez, sınırlanamaz ve hükmedilemez hale gelir. Böyle bir potansiyel ve bu potansiyeli doğuran durumlar, tasarım dünyasının teorisyen ve pratisyenlerinin üzerine *kafa ve bilek yorduğu* ve yormaya da devam edeceği bilinmezlerle dolu, etkileyici, heyecanlandırıcı kimi zaman endişe verici ve korkutucu bir fikir evreninin kapıları ardındadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. FİKİR

Fikirler insanlığı bilimsel keşfin labirentinde yönlendirmiş, bir tablonun fırça darbelerinde, bir senfoninin notalarında veya bir şiirin kışkırtıcı dizelerinde kendini göstermiştir. Devrim niteliğindeki her fikir, insanlık yolunu aydınlatan bir ışık olmuştur.

Fikirler, sadece kültürel yönleri şekillendirmekle kalmamış, aynı zamanda sosyal ve politik değişim için katalizör olmuştur. Demokrasi, insan hakları, eşitlik ve adalet gibi devrim niteliğindeki fikirler, toplumları şekillendiren hareketlere yol açmıştır. Bu dönüştürücü fikirler, yönetimde, yasalarda ve toplumsal normlarda önemli değişikliklere yol açarak insan tarihini derinlemesine etkilemiştir.

Fikir oluşturma, problem çözme ve yenilik için vazgeçilmezdir. Yoksullukla mücadeleden, iklim krizinin çözümüne kadar yenilikçi fikirler, engelleri aşmak ve insan refahını artırmak için hayati öneme sahiptir. Yeni fikirler üretebilme yeteneği, karmaşık problemleri çözmede ve olumlu değişiklikler yaratmada etkili bir araç olmuştur.

Kültürel evrim ve çeşitlilik, fikirlerin ortaya çıkışı ve değişimi ile mümkün kılınmıştır. Fikirler, farklı kültürler arasında bilgi ve geleneğin paylaşımını kolaylaştırmış ve bu etkileşim sayesinde toplumları birbirine bağlayan ve insan kültürel dokusunun zenginliğine katkıda bulunan köprüler haline gelmiştir.

Büyük fikirler dansının merkezinde birey bulunmaktadır. Her devrim niteliğindeki bilimsel keşif, her toplumsal adım, her sanatsal başyapıtın arkasında, hayal gücünün ateşiyle aydınlanmış bir zihin vardır. Fikirler üretme ve besleme yeteneği öncelikle kişisel büyümenin temelidir, insanı öğrenmeye, uyum sağlamaya, dünyaya katkı sunmaya ve kendi varlığına anlam kazandırmaya iten güçtür. Geçmişi şekillendiren ve geleceği aydınlatmaya devam eden insan hayal gücünün, sonu gelmeyen varlığına zemin hazırlayan fikir kıvılcımını biraz daha yakından incelemenin, tasarım fikrini anlamaya ve geliştirmeye katkı sağlayacağı düşünüldükçe bu bölümde fikrin ne olduğu ve nasıl oluştuğu üzerinde durulmuştur.

1.1. Fikir Nedir?

Fikir kelimesi özellikle Türkçe’de sıklıkla düşünce kelimesinin yerine kullanılır. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü’ndeki tanım bu durumu destekler niteliktedir ve fikir kelimesinin tanımı olarak sadece düşünce kelimesi bulunmaktadır. Düşünce

kelimesinin tanımı ise Türk Dil Kurumu'na göre "Uzay ve zamanın ötesinde, öznenin dışında, kendiliğinden var olan, duyularla değil, yalnızca ruhen algılanabilen asıl gerçeklik, mütalaa, fikir, ide, idea" şeklindedir. Tanımda görüldüğü üzere fikir kelimesi, düşüncenin eş anlamlısı olarak mevcuttur. Ancak fikir ve düşünce kelimelerinin özellikle de beynin algılayışı ve zihnin işleyişi sebebiyle birbirinden oldukça farklı anlamlara sahip olduğu düşünülmektedir.

Bunu anlamak için Dharani'nin (2015, s. 78-83) bir deneyle birlikte sunulan açıklamasına bakılabilir. Deneyde katılımcıdan zihnindeki görüşünü tamamen kaplayan bir mavi renk tabakası hayal etmesi istenir. Bu sırada algılanan tek şey özelliği veya ismi olmayan bir histir. Zihin bu rengi deneyimden değil kendi temel yapısından alır. Bu hisse birincil düşünce denir. Deneyin devamında ise katılımcıdan bu renge mavi ismini vermesi istenir. Çünkü çocuklukta bu renk için bir isim atama öğretilmiştir. İsimli renk kavramı, birincil düşüncelerin bir birleşimidir, çünkü böyle bir mavi renk, görsel kortekste üretilen isimsiz rengin birincil düşüncesi ile işitsel kortekste üretilen ses sinyallerinin birincil düşüncelerini birleştirerek üretilir. Bu birleştirilmiş kavrama da fikir denir. Zihinsel bir durum ürününün düşünce mi yoksa fikir mi olduğunu anlamak için öznelliğine bakılabilir. Birincil düşünceler karşılaştırılmaz. Örneğin iki farklı zihindeki mavinin aynı mavi olup olmadığı bilinemez, aynı şekilde koku, tat, ses ve acı da özeldir, karşılaştırılmaz, tanımlanamaz ve tarif edilemez. Ayrıca birincil düşünceler deneyimden önce gelirler. Mavi ışığı algılamak için daha önce görmüş olmaya gerek yoktur, nöronlardaki moleküler aygıtların olması yeterlidir ve bu da doğuştan gelir. Örnek olarak bir bebeğin maviyi algılaması için daha önce görmüş olması gerekmez. Bunların dışında fikirler tanımlanabilir, karşılaştırılabilir ve değiştirilebilir. Fikirler birincil düşüncelerin kombinasyonlarıyla oluşturulur bu sebeple de sayısız olabilirler.

Fikir kelimesinin tanımına sosyal bilimler çerçevesinde bakılacak olursa Cambridge'in felsefe sözlüğünde fikir, (Pappas, 2015, s. 490) 17. ve 18. yüzyıllarda düşünüldüğünde zihinde hızlıca beliren şey olarak kabul edildiği görülmektedir. Algı ile bağlantılı olarak, fikirler genellikle temsili imgeler, yani bir şeyin görüntüleri olarak ifade edilmiştir. Diğer bağlamlarda, fikirler bir at kavramı ya da bir imgesi olmasa da sonsuz bir miktar kavramı gibi kavramlar olarak ele alınmıştır. *Eşit miktarlara eşit miktarlar eklenirse eşitlik bozulmaz* (Öklid aksiyomu¹) gibi bir fikir ya da kavram ya da genel bir

¹Aksiyom: Kendiliğinden apaçık ve bundan dolayı öteki önermelerin ön dayanağı sayılan temel önerme (TDK)

hakikattir ve bir anlamda her zaman akılda olduğu, öğrenilmediği iddia edilmiştir. Bazen, Descartes'ta olduğu gibi, doğuştan gelen fikirler kavramlardan veya genel gerçeklerden ziyade yine doğuştan gelen bilişsel kapasiteler olarak kabul edilmiştir. İster bir görüntü ya da bir kavram olsun, harici (adventitious) fikir, o fikrin zihinsel olmayan sebebine ilişkin bir yargının eşlik ettiği fikirdi. Dolayısıyla görsel bir imge, kişinin zihninin dışındaki bir şeyden, muhtemelen görülen nesneden kaynaklandığına dair yargılanması koşuluyla, harici bir fikirdir.

Batı düşünce tarihi fikir kavramını Platon'un icat ettiğini öğretir. Ancak Platon'un *idéası* bugün fikir denilince anlaşılanın tam tersidir. Plato'ya göre bir fikir rastgele icat edilmez, sadece ebedi özü keşfedilebilir. İyi fikir, görünür ve anlaşılır dünyayı birbirine bağlar. Platon'un ahlakla ilişkilendirdiği fikir kavramı hem kalıcı ontolojik ilke olarak hem de tefekkür yani özneyi silme eylemi olarak var olmasaydı bugün fikir geliştirmekle ilgilenilen tekno-bilimsel bir topluma sahip olunamazdı der Sneller (2018, s. 1247-1248). Britannica Ansiklopedisi'nde fikir maddesi bir şeyin aktif, belirleyici ilkesi olarak açıklanır ve devam eder; Yunanca *eidos*'tan İngilizce'ye geçen kelime, bir süre Platon'un form teorisinde fikre yüklediği anlamıyla kullanılmıştır. 17. yüzyıla gelindiğinde, modern haliyle düşünce, kavram, inanç, niyet veya plan anlamlarıyla kullanılmaya başlanmıştır (Britannica, 2023). Alman filozof, matematikçi ve hukukçu Gottfried Leibniz ise 1678 yılında yazdığı notlarında (1989, s. 207) fikir için şöyle der:

“Her şeyden önce, fikir terimi ile aklımızda olan bir şeyi anlıyoruz. Bu nedenle, beyinde etkilenen izler fikir değildir, çünkü zihnin beyinden başka bir şey olduğunu veya beyin maddesinin daha ince bir parçası olduğunu iddia ediyorum. Bununla birlikte, aklımızda fikir olmadığını bildiğimiz birçok şey vardır, ancak fikirler olmadan gerçekleşmezler - örneğin düşünceler, algılamalar ve duygular. Benim düşünceme göre, yani, bir fikir, bir eylemde değil, düşünme becerisinde oluşur ve bir şey hakkında bir fikrimiz olduğu söylenir, eğer bunu düşünmesek bile, sadece belirli bir vesileyle, bunu düşünebiliriz.”

17. ve 18. yüzyıllarda, Platonik anlamı ile değil, çoğunlukla John Locke'a kadar takip edilebilen ve onun da René Descartes'tan aldığı felsefenin teknik bir terimi olarak kullanılmıştır. George Berkeley, algı nesnelerini temsil etmek için bazen *his* kelimesinin eşanlamlısı olarak kullanmış ve fikirlerin akılda olduğu görüşünü savunmuştur. Locke'un çözemediği, maddi dünyanın bilgisini, zihne bağlı fikirlerin algısına dayandırmak probleminden kaçınmak için fikirler ve maddi nesneler arasında herhangi bir ayrım yapmayı reddetmiştir. Berkeley'e göre maddi nesneler, fikirlerin koleksiyonlarıdır ve bu nedenle de sadece akılda var olabilirler. David Hume, Locke'un görüşleri üzerinde pek bir gelişme göstermeyerek algı nesnelerinin akılda olduğunu düşüncesini korumuştur

(Britannica, 2023). Descartes'tan itibaren fikirler, dikkatle incelenecek bir konuyla bağlantılıdır. Yargılayıcı veya rasyonel inceleme yavaş yavaş bir algı incelemesine dönüşür (Sneller, 2018, s. 1249). Taylor (1989'dan aktaran Sneller, 2018, s. 1249), modern öznenin yükselişini bağımsız benlik, yani nesnel olarak kavramak veya algılamak için metodolojik olarak gerçeklikten uzaklaşan bir benlik açısından analiz eder. Bu ayrılma ilk olarak modernitenin özne/nesne ayrımı özelliğini yaratır ve sonrasında da fikir kavramını etkiler. Descartes'tan Kant'a ve sonrasına fikirler, öznenin kavramsal veya algısal incelemesine maruz kalan zihinsel içeriğe eşittir. Romantik gelenek, fikir kavramının belirleyici bir yenilenmesini başlatmaktadır. Bu düşünceye göre fikirler, doğanın gelgit dalgaları ile eşittir; tükenmez bir şekilde kendini yeniler, bu nedenle fikirler her zaman yeniliktir. Sanatçılar, ressamalar veya filozoflar, kendilerini zihnin iç derinliklerine maruz bırakmaları koşuluyla fikirler üretebilirler.

İçerik taşıyan zihinsel bir durum olan fikir tek bir zihinde ortaya çıkar ve sonrasında diğer zihinlere yayılarak başka yerlere ulaşır. Bu aşamada fikir artık somut bir varlıktır. Brock ve Everett (2015, s. 275-279) fikirlerin doğuşu ve yayılışına iki örnek verir. İlki, Darwin'in insan türünün doğal seleksiyonla başka türlerden evrildiği, ikincisi ise yağ ve sirkenin tuzla karıştırılıp sos haline getirilmesidir. Darwin'in fikrinin yayınlanmasıyla önce bilim camiasına, sonra entelektüel topluluğa ardından da halka yayılması gerçekleşmiştir. Sirke sosu fikri Darwin'in fikrinden eskidir. Batı mutfağında yaygın olarak benimsenen bu fikrin tarihi izini sürmek zor olsa da muhtemelen eski Yunanlar tarafından zeytin yağının bolluğu sayesinde icat edilmiş olabilir. Eğer öyle ise bu fikir insandan insana aktarılacak önce Avrupa'nın kalanına, sonra Yakın Doğu ve Kuzey Afrika'ya ve bir ihtimal kolonilerle Amerika'ya ulaşmış olabilir. Bir fikrin doğup yayılma düşüncesi gerçek kabul edildiği takdirde bir fikir için düşünülebilecek en iyi şey belki de bir türe benzeyen, mekânsal olarak süreksiz bir birey olduğudur.

Fikir kafamda bir kavram mı yoksa potansiyel bir entelektüel formülasyon mu, düşündüğüm şeyler mi yoksa bir şeyleri düşünebilmem için kullanılan araçlar mı, eğer fikirler kendi kafamda düşündüğüm bana ait şeylerse nasıl başkalarıyla paylaşabiliyorum ve karşı taraf aynı fikre sahip olduğunu söyleyebiliyor? diye sorar Corrigan (2005, s. 179) ve ekler; bu soruların bazılarını modern ampirist cevap, fikirlerin gerçekten düşünülen şeyler olduğudur. Zihinde, görülenleri temsil eden soyutlama, çağırışım, dönüşüm ve benzerlerinin kavram ve resimlerini oluşturmaktadır. Görülen ve kişinin kendisine yönelik temsil ettikleridir ancak yine de fiziksel imgelerden farklı özelliklerdedir. Başka bir

deyişle fiziksel özellikleriyle birebir aynı, simetri ve detay gibi kesin özelliklere sahip olmayabilir.

Bütün bu düşünce ve açıklamalardan faydalanılarak fikir kavramının, dış dünyanın algılanması ve zihinde bu algı nesnelerinin çeşitli imge ve kavramlarla bağdaştırılmasıyla oluşan düşüncelerin belirli bir hedefe yönlendirilmesi olduğu söylenebilir.

Fikirlerin, sanat ve tasarım açısından ele alındığında yaratıcı özellik göstermesi beklenmektedir. Yaratıcılık, özgünlükten yıkıma, mevcut unsurları yeni bir şey olacak şekilde birleştirmeye kadar birçok farklı unsuru içeren karmaşık bir konudur. Ancak, en temel düzeyde, yaratıcılık yaratmak demektir. Yaratıcılığın kökü olan yaratılış, bir şey var olduğunda gerçekleşir. Yaratmak, bir şeylere sebebiyet vermek, ortaya çıkarmak, üretmek, biçimlendirmek, tanıtmak, icat etmek, ifade etmek, başlatmak ve oluşturmak demektir (Vogel, 2014, s. 14). Yaratıcılık, insan uygarlığının ilerlemesi ve büyük olasılıkla insan muhakeme süreçlerinin gelişimi için hayati önem taşıyan karmaşık ve geniş bir yapıdır (Jung vd., 2013, s. 1). Oldukça çeşitli konulardaki yaratıcı çabalar, tasarımcılardan yazılımcılara, sanatçılardan mühendislere kadar farklı faaliyet alanlarını kapsamaktadır. Ortaya konulan somut bir ürün üzerindeki yaratıcılık izleri aynı şekilde eylemlerde ve düşüncelerde de takip edilebilir.

Yaratıcılığın temel özelliğinin fikrin orijinalliği olduğunu söyleyen Runco ve Jaeger (2012, s. 92) belirsizlikler içerse de yaratıcılığın ne olduğuna dair ilk standart tanımını getirmeye çalışan Stein'a göre yaratıcı çalışmanın, bazı gruplar için yararlı olma eğiliminde ve dolayısıyla sosyal yargı söz konusu olduğunu, halihazırda var olan materyallerin veya bilginin yeniden bütünleştirilmesinden doğduğunu, ancak tamamlandığında yeni unsurlar içerdiğini ve yaratıcı kişinin ise, çevrede var olan boşluklar veya kapanma eksikliği için daha düşük bir eşiğe veya daha fazla duyarlılığa sahip olduğunu belirtir (Stein, 1953'ten aktaran Runco ve Jaeger, 2012, s. 95). Yaratıcılık genellikle hem yeni (orijinal, benzersiz) hem de belirli bir sosyal bağlamda yararlı olan işler üretme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Flaherty, 2005 ve Stein, 1953'ten aktaran Fink vd., 2012, s. 2603). Başka bir deyişle yaratıcı fikir hem orijinal hem de toplum için faydalı olmalıdır. Yaratıcı fikrin topluma olan faydası farklı görüşteki sosyal gruplar göz önüne alındığında tartışmalı olabilir ancak orijinal olup olmadığı üzerinde ortak görüş kurulması daha mümkün görünmektedir. Çünkü bir fikir daha önce ya vardır ya da yoktur. Aynı konudaki, kendinden önceki fikirlerle karşılaştırılma şansı olduğu sürece orijinalliği ölçülebilir hale gelebilir.

Kaufman ve Sternberg, (2007'den aktaran Smith ve Smith, s. 254) yaratıcı fikirleri üç bileşenden oluşan bir kavram olarak tanımlamışlardır; birincisi, bu fikirler farklı, yeni veya yenilikçi bir şeyi temsil etmelidir; ikincisi, yüksek kalitede olmaları gerekmektedir ve üçüncüsü, eldeki göreve uygun olmalıdırlar.

Yaratıcılık hem yeni hem de uygun olan işler üretme yeteneğidir. Yaratıcılık, çok çeşitli görev alanları için hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli olan geniş kapsamlı bir konudur. Bireysel düzeyde, yaratıcılık, örneğin kişi işte ve günlük yaşamda problemleri çözerken önemlidir. Toplumsal düzeyde yaratıcılık belirgindir çünkü yeni ürünler veya hizmetler iş yaratır. Dahası, bireyler, kuruluşlar ve toplumlar, rekabetçi kalabilmek için mevcut kaynakları değişen görev taleplerine uyarlamalıdır (Sternberg ve Lubart, 1999, s. 3). Seelig (2016'dan aktaran Gore ve Cayko, 2016, s. 29) yaratıcılığı, sonsuz cevaplarla problem çözmek için bir araç olarak tanımlar ve örneklendirir; ilkokulda öğretmenler öğrencilere 5+5'in kaç olduğunu sorar ve cevap tektir. Soru zamanla karmaşıklaksa da her zaman tek bir doğru cevap vardır. Ancak yaratıcı insanlar dünyaya ve problemlere farklı bir açıdan bakarlar. 5+5 kaçtır yerine hangi iki sayıyı toplarsak 10 eder diye sorarlar. Dolayısıyla yaratıcılık cevap aramadan önce soruyu irdelemektir der. Abraham (2018, s. 7-8)'a göre ise bir fikrin yaratıcı olarak kabul edilebilmesi için orijinal veya yeni olması gerekmektedir. Özgünlük, bir fikri, herhangi bir zamanda ortaya çıkan diğer fikirlere kıyasla benzersiz veya sıra dışı kılan şeydir. Bir fikir, daha önce böylesine farklı bir şekilde karşılaşılmadığı zaman yeni veya orijinal olarak deneyimlenir. Niceliksel terimlerle, orijinal bir fikir, istatistiksel olarak nadir veya seyrek olandır. Özgünlük, bir fikirle ilişkili yaratıcılığın derecesini belirlemede merkezi unsur olsa da, gerekli olan tek unsur değildir. Görsel 1.1.'de görüldüğü üzere yaratıcılığın oldukça yakın bir karakterizasyonuna ulaşmak için karışıma ikinci bir bileşenin eklenmesi gerekir ve söz konusu bileşen, uygunluk ve alaka düzeyidir. Üretilen çözümlerin veya ifadelerin her birinin yararlı, uygulanabilir, etkili, tatmin edici veya uyarlanabilir olması beklenmektedir. Dolayısıyla uygunluk, belirli bir bağlamda ne kadar anlamlı veya elverişli olduğu açısından yanıtın değerini veya yerindeliliğini ifade eder.



Görsel 1.1. Yaratıcılığın tanımsal unsurları (Abraham, 2018, s. 8)

Yaratıcı fikirlerin beklenen faydayı sağlaması için dolaşıma girmesi, bir başka deyişle kişinin zihninden çıkıp fiziksel dünyaya ulaşması ve burada çeşitli yollarla aktarımının sağlanması gerekmektedir. Yaratıcı bir fikrin ortaya çıktıktan sonra, uygun zemin bulunduğu değişim ve gelişim geçirmesi kaçınılmazdır.

Yaratıcı fikirlerin değişim ve gelişim süreci üzerine bir görüş, bu sürecin Darwinci terimlerle açıklanabileceği yönündedir. *İkili kalıtım teorisi* olarak adlandırılan bu fikir hem kültürel hem de biyolojik bilginin miras alınmasıdır. Kültürel bilgi birimleri bazen *mem*²'ler olarak adlandırılır. Gerekçesi ise doğal seleksiyonun, doğanın yaratıcılığını açıklamada yararlı olmasından dolayı, insan kültürünün yaratıcılığını açıklamak için de yararlı olabilecek olmasıdır. İkisi arasında birçok paralellik mevcuttur. Bu paralelliklerden biri, yeni buluşların mevcut olanların üzerine inşa edilmesidir ancak biyolojik evrimi anımsatan sadece insan yaratıcılığının kümülatif doğası değildir. İnsan kültürlerinin yaratıcılığı, değişimin biriktiği uyarlanabilir ve açık uçlu tarz nedeniyle biyolojik evrimi anımsatmaktadır. Yeni icatlar sadece eski icatlar üzerine kurulmakla kalmaz, bunu ihtiyaçları karşılayacak şekillerde yaparlar ve biyolojik evrimde olduğu gibi, belirli bir icadın veya yaratıcı çalışmanın diğer yaratıcı çalışmalara nasıl ilham verebileceği veya onları nasıl etkileyebileceğine dair bir sınır yoktur. Fikirlerin değişim ve gelişim süreci üzerine bir diğer görüş ise yaratıcı fikirlerin kültür yoluyla evriminin,

²Mem: Mem ya da Mème, Richard Dawkins (2019, s.272-273)'in ortaya attığı kültürel iletim birimidir. Dawkins'e göre nesiller değiştikçe, kültürel ve sosyal içerik bir sonraki nesle memler tarafından aktarılmaktadır. İngilizce *memory* (hafıza) ile ya da Fransızca *meme* (aynı, kendi, bizzat) ile bağlantılı olduğu düşünülebilir. Dawkins, gen kelimesi gibi tek heceli bir isim istediğinden bunu mem olarak kısaltmıştır. Ezgiler, düşünceler, sloganlar, moda ve mimari mem örnekleridir. Genlerin sperm ya da yumurtalar yoluyla bir bedenden diğerine atlayarak gen havuzunda çoğalmaları gibi memler de geniş anlamda taklit veya etkileşim denebilecek bir süreç yoluyla, bir beyinden diğerine zıplayarak kendilerini çoğaltırlar.

yapmış gibi, bütün fikirlerini kendine mal etmektedir. Gerçekte olan ise, bilinçdışı beynin, kişinin o fikrin bilinçli olarak farkına varmasından çok öncesinde çalışmaya başlamasıdır. Fikir bilince erişmeden önce beyin, anıları pekiştirmeye, bunlardan yeni bileşimler üretmeye ve sonuçları değerlendirmek üzerinde çokça çalışmıştır. Bu süreçte insanlar bilinçli bir şekilde erişemez. İnsan sadece bu hummalı beyin aktivitesi sonucunda bilince ulaşabilen ürünü yani fikri görür.

Zihinden fiziksel dünyaya ulaşan bir fikir gerekli özelliklere sahipse yüzlerce yıl yaşayabilir, insanları ve dolayısıyla dünyayı şekillendirebilir, tarihi değiştirebilir, iyileştirebilir, zarar verebilir ve kısırtabilir.

1.2. Fikirler Nasıl Oluşur?

İnsan yaratıcılığının, duygularının, hayallerinin ve rüyalarının kaynağını anlamak üzere ilk kavramlar eski Yunan ve Mısır medeniyetlerinde incelenmiştir. Bu uygarlıklarda düşüncenin kökeni kalp kabul edilmiştir. Vücut için en önemli sıvı olan kanın, kadavra incelemeleri sonucu kalple olan bağlantısının anlaşılması sebebiyle zekâ, yaratıcılık, duygu ve konuşma gibi yetilerin de kalp tarafından yönetildiği düşünülmüştür. Ancak Hipokrat kafa yaralanmaları sebebiyle kişinin yaşadığı duygu ve konuşma problemlerinden beynin sorumlu olduğunu ileri sürmüştür (Koob, 2011, s. 8). Bugün ise beynin, vücudun kontrol merkezi olduğu bilinmektedir.

İnsan beyni sürekli çalışır ve bu çalışmanın neticesi olarak içinde bulunduğu makineyi, mümkün olan en verimli haliyle işler halde tutar. Durmaksızın dış dünyadan veri toplar, analiz eder ve çıktıya dönüştürür. Toplanan verilerin analizi sadece hareket olarak çıktıya dönüşmez, bazıları düşünceler ve fikirler olarak varlığını beyinde sürdürür. Bu süreç öylesine yoğundur ki Tseng ve Poppenk'in (2020, s. 7) fMRI araştırmasına göre ortalama bir yetişkin günde 6500 kadar düşünce üretmektedir.

Tomasello (2014, s.1), insan düşüncesi, “sosyokültürel bir matrisin içine hapsolmuş bireysel doğaçlamadır” der. Bir başka ifadeyle düşüncenin, insanın içinde bulunduğu ortamın sosyal ve kültürel özelliklerinden oluşan bir kümeler bütünüyle çevrili, doğal olarak gelişen kişisel bir zihin durumu olduğu söylenebilir. Ancak eklemek gerekir ki sadece sosyal ve kültürel çevre değil umwelt⁴ de insan düşüncesi üzerine etki etmektedir.

⁴Umwelt: Çevresel dünya (Schrag, 1967'den çev. Şen, 2006, s.213).

İnsanın düşünmeye başlamasının, iş birliğine olan ihtiyaçtan olduğu düşünülmektedir. Bireyler başkalarıyla iş birliği faaliyetlerine katıldıklarında, birlikte ortak hedefler ve ilgiler oluşturmaktadırlar. Bu ortak hedef ve ilgiler de bireylerin kendi içlerinde yönetilmesi gereken bireysel roller ve bakış açıları yaratmaktadır (Moll ve Tomasello, 2007'den aktaran Tomasello, 2014, s. 3). Ayrıca genel olarak insanlar, diğer primatlardan farklı olarak, ortaklaşa yürütülen bir av partisinden, kültürel bir kuruma kadar bir şeyler yaratmak için bir tür çoğul ajan olarak hareket eden *biz* kavramını oluşturmak üzere başkalarıyla koordinasyon kurabilir. Ortak hedefe ulaşmak üzere diğer bireylerle koordinasyon kurmak ancak iletişimle mümkündür. Bireyin diğerleriyle iletişim kurmasının yanı sıra belirlenen hedefin kendisi için uygun olup olmadığı, buna neden ihtiyaç duyduğu, bu hedef için kendi rolünün ne olduğu vb. sorularını iç iletişimle sağlamış, bu da düşünceyi doğurmuştur.

Düşüncenin varlığı ve gelişimi söz konusu olduğunda canlı türleri içinde insanın diğerlerinden ayrıldığı görülmektedir. Çünkü diğer canlı türleriyle karşılaştırıldığı zaman insan beyninin daha fazla sinir hücresine sahip olduğu bilinmekte ancak daha da önemlisi insan beynindeki algı, bellek, dil ve zekâ gibi üst düzey nöral fonksiyonun merkezi olan serebral korteksin diğer primatlara göre çok daha gelişmiş olmasıdır (Dowling, 2020, s.19). Bu durum insanın düşünce sisteminin diğer canlılara göre neden farklı olduğunu açıklamaktadır.

Diğer hayvan türleriyle karşılaştırıldığında insanlar özel bir şekilde düşünmektedir. Birçok hayvan türü durumları ve varlıkları bilişsel olarak, biraz da olsa soyut biçimde temsil edebilse de, yalnızca insanlar aynı durumu veya varlığı, çelişen sosyal perspektifler altında kavramsallaştırabilir. Hayvanlar, dış olaylarla ilgili basit nedensel ve kasıtlı çıkarımlar yapabilirlerken, insanlar başkalarının veya kendi kasıtlı durumları hakkında sosyal olarak yinelemeli ve kendini yansıtıcı çıkarımlar yapabilirler (Tomasello, 2014, s. 4). İnsanların çevrelerindeki mevcut maddeleri belirli oranlarda ve belirli kuralları izleyerek birleştirmesiyle yeni ürünler ortaya koyduğu gibi yeni fikirler üretebilmesi de, zihinlerindeki mevcut hammadde olan bilgi ile mümkündür. İnsan beynindeki birincil düşüncelerin birleşerek oluşturduğu fikirler Turner'a (2014, s. 2) göre de insan beyninin sürekli farklı şeyleri bilinçsizce harmanlamaya çalışmasından doğmaktadır. Zihinde eşzamanlı olarak etkinleştirilen herhangi iki şey bu harmanlamanın adaydır. Harmanlama girişimlerinin çoğu, ortaya iyi bir harman çıkmadığı için hemen başarısız olmakta, iyi bir karışım çıktığında da hiçbir amaca bağlı olmazsa, bilince erişmeden yok

olup gitmektedir. Bu harman aslında zihinsel bir alandır. Diğer zihinsel alanların, zihinsel bir ağda harmanlanması eyleminden kaynaklanır. Soyutlama, benzetme ya da halihazırda adlandırılmış ve sağduyu tarafından tanınan bir şey değildir. Bir harman, zihinsel bir ağdaki farklı zihinsel alanlardan bazı unsurları içeren ancak bu alanlardan kendi yeni anlamını geliştiren yeni bir zihinsel alandır. Turner (2014, s. 7) bunun nasıl gerçekleştiğini şöyle bir örnekle açıklar;

“Kayınbiraderim San Francisco’da yaşayan bir borsacı. Borsa Doğu kıyısında saat 09:30’da, Batı kıyısında henüz saat 06:30 iken açılıyor. Bu yüzden kayınbiraderim eğer saat 06:30’da ciddi ve riskli bir işe başlamak için yeterince uyanık olması gerekiyorsa, hafta içi her gün sabah saat 05:00’da uyanmalı. Eğer kayınbiraderimin yerinde olsaydım perişan olurum. Bu son cümleyi ele alalım. Son cümle beni ve kayınbiraderimi harmanlamanızı ister. Konuyu anlamak için beni içeren bir zihinsel alana, kayınbiraderimi içeren bir zihinsel alana ve bu alanları karıştırmaya ihtiyacımız vardır. Sonuç, sadece belirli şekilde olmak üzere, harmanda benim hakkımda düşündüklerinizin bir kısmı ve kayınbiraderim hakkında düşündüklerinizin bir kısmıyla oluşmuş bir adamdır. Harmanda ben bir şekilde kayınbiraderimim ama aynı zamanda işim hariç kişisel kimliğime sahip bir unsur vardır, benim duygularım ve kayınbiraderimin yetkinliği ve ticari faaliyetleri vardır. Harmanlanmış bu yeni fikir, zihinsel ağdaki başka herhangi bir alandan mevcut değildir. Bu harmana özgüdür. Burada yeni bir fikir vardır ve sadece bu harmanla ortaya çıkan bir fikirdir. Benim, kayınbiraderim olduğum fikri yeni bir fikirdir ve oldukça karmaşıktır.”

Koordine olma ihtiyacının insanı iletişime yöneltmesi, bireyler arası iletişimin de iç iletişimi doğurması ve zihinsel alanda irdeleyebildiğimiz tecrübelerimizin insanı getirdiği nokta, düşünce oluşumuna tarihsel ve sosyolojik bir bakış açısıdır. Bütün bu faaliyetlerin hem geliştiği hem de yönetildiği yer olan beynin, düşüncenin insan zihninde oluşabilmesi için bu ihtiyaca uygun olarak gelişim göstermiş olduğu ve fikir üretimini yapısına borçlu olduğu konusu göz ardı edilmemelidir.

Günümüz sinirbilim araştırmaları beyinle ilgili önemli gelişmeler kaydetse de düşüncenin ve fikrin nasıl oluştuğuyla ilgili cevaplanacak oldukça çok sayıda soru sırada beklemektedir. Bilişi anlamak, binlerce yıldır psikologlar, psikiyatristler, sinirbilimciler ve filozoflar için merkezi bir odak noktası olmuştur, ancak en temel süreçlerinin çoğu hâlâ çok az anlaşılmıştır. Bunların başında düşünce süreci gelmektedir.

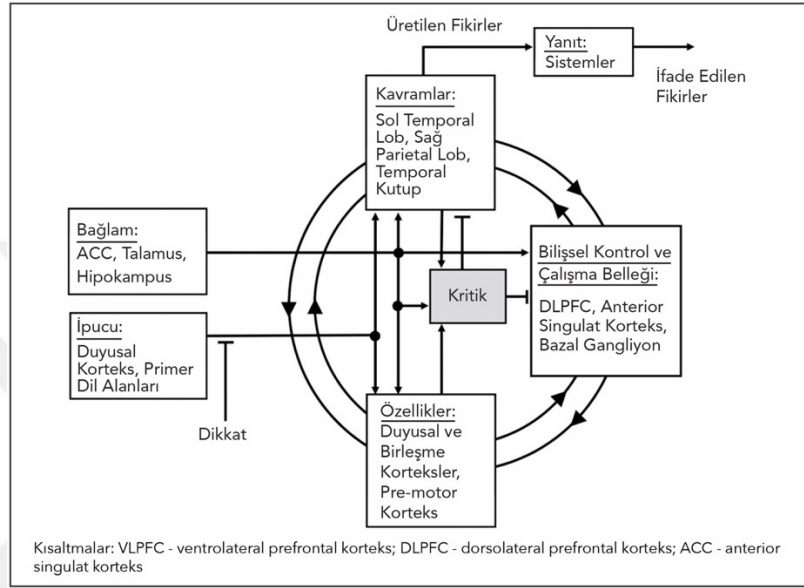
Herhangi bir göreve bağlanmamış, bir diğer ifadeyle *spontane* düşüncenin oluşumuyla ilgili olarak beyin faaliyetlerini inceleyen bir araştırmada (Christoff, Ream ve Gabrieli, 2004, s. 627-629) dinlenme anındaki düşünce üretiminde uzun süreli hafızanın, zihindeki imgelerin ve içgözlemsel (introspective) değerlendirme süreçlerinin katkısı olduğu ortaya konulmaktadır. Bununla birlikte bir diğer araştırmada (Marupaka,

Iyer ve Minai, 2012, s. 147) bilginin gömülü olduğu sinirsel substratın⁵ (alt katman) içsel dinamiklerinden kaynaklandığı ifade edilmiştir. Bu süreçle ilgili önemli bir diğer konu ise bahsi geçen çalışmada ifade edildiği şekliyle, kavramsal kombinasyonların ortaya çıkışı ile temeldeki sinir ağlarının dinamikleri arasındaki ilişkidir. Hemen hemen tüm fikirleştirme teorileri, fikirlerin düşünce sürecinde ilişki yoluyla ortaya çıktığını, her birinin bir sonraki bağlantıyı, örneğin yapısal analogi, semantik benzerlik, çok anlamlılık vb. ile tetiklendiğini varsayar. Özellikle düşüncenin yaratıcılığının, bireylerdeki kavramsal ilişkilerin niteliksel yapısını yansıttığı öne sürülmüştür. Nörogörüntüleme (fMRI) çalışmaları, fikir üretim aşamasının varsayılan mod ağı (default-mode network) tarafından düzenlendiğini öne sürmektedir (Beaty vd., 2016, s.87). Bu ağ, medial prefrontal girus (mPFC), posterior singulat korteks (PCC) ve ayrıca sağ temporal parietal bağlantı gibi orta hat posterior ve anterior bölgeleri içerir. Varsayılan mode ağının, akılda gezinme, gelecek düşünme, bellek alma, şematik bellek ve anlamsal entegrasyonun yanı sıra ıraksak düşünme görevleri sırasında dahil olduğu tespit edildiği için düşünceleri birleştirme sürecinin temelini oluşturduğu varsayılmaktadır (Kleinmintz, Ivancovsky ve Shamay-Tsoory, 2019, s. 131). Tez çalışmasının önceki bölümlerinde birincil düşüncelerin birleşerek fikirleri oluşturduğuna değinilmişti. Fikir üretim süreci, düşünce üretim sürecinde olduğu gibi yine beyinde gerçekleşen bir dizi faaliyetler üzerine yapılan araştırmaların incelenmesiyle açıklanmaya çalışılmıştır.

Fikir üretme sistemine bir örnek olarak Görsel 1.3.'te gösterilen model, sinirbilim ve anlamsal biliş teorilerinden elde edilen sonuçlar temel alınarak üretilmiştir. Anlamsal bilgiyi özellikler, kavramlar ve kategoriler açısından temsil etmekle birlikte takviyeli öğrenme ve seçime dayalı kontrolden gelen fikirleri de içeren bu model (Iyer vd., 2009, s. 675-676), sistem bileşenlerinin niteliksel olarak belirli beyin bölgeleriyle nasıl eşleşebileceğini göstermektedir. Bu modele göre özelliklerin kodlanması, düşük düzeyli ilişkilendirme korteksleri ve motor öncesi bölgelerle tanımlanır; fikirler ve kavramlar yüksek düzeyli ilişkilendirme bölgeleriyle; çalışma belleği dorsolateral prefrontal korteksle ilişkilendirilirken bazal gangliyonların bilişsel kontrolün iç dikkat işlevi için *geçit* işlevi gördüğünü ileri sürmektedir. Sistem birbirini tamamlayan iki alt sistemden oluşmaktadır. İlki, anlamsal bilgiyi barındıran ve dinamikleri kavramsal kombinasyonlar olarak fikirler üreten bir fikir üretme alt sistemidir. İkincisi ise üretilen fikirleri alan ve

⁵Substrat: Bir enzim veya fermentin etki ettiği bir madde (Larranaga, Lewis ve Lewis, 2016, s.1284).

verilen bağlamla ilgili alan bilgisine dayalı olarak değerlendirici geri bildirim üreten bir eleştirmendir. Bir bağlam verildiğinde, fikir üretme sisteminin görevi, kendi iç modelini kullanarak eleştirmen tarafından değerlendirilen belirli kalite kriterlerini karşılayan fikirler üretmektir. Böylece fikir üretme sistemi, dinamiklerini eleştirmenin beğenisine göre uyarlamayı öğrenir.



Görsel 1.3. Fikir oluşturma için model yapısı ve yaklaşık olarak beyin bölgelerinde haritalanması (Iyer vd., 2009, s. 675)

Beyin iki tür hücreden oluşmaktadır. İlki, nöronlar ya da sinir hücreleri olarak bilinen ve görevi bilgiyi almak, birleştirmek ve iletmek olan hücreler, ikincisi ise destekleyici hücreler olan glial hücrelerdir (Dowling, 2020, s.21). Beyin üzerine yapılan araştırmalar sonucu, 1960'lı yıllarda beynin %90'ının glia hücrelerinden, geri kalan %10'unun ise nöronlardan oluştuğu keşfedilmiştir. Böyle bir keşfin üzerine beklenilebileceği gibi, glia hücrelerinin sinir sisteminin temel bileşeni olduğu yorumu yerine, o zamana kadar nöronlara atfedilen önem sebebiyle, insanların beyninin sadece %10'unu kullanabildiği yorumu yapılmıştır (Koob, 2011, s. 1). Glial hücreler ilk olarak Rudolf Virchow, Santiago Ramón y Cajal ve Pío del Río-Hortega gibi 19. yüzyılın önde gelen sinirbilimcileri tarafından tanımlanmıştır. O zamanlar, glianın yalnızca *Nervenkitt* (Almanca sinir yapıştırıcısı) olarak işlev gördüğü ileri sürülmüştür. Bu aynı zamanda İngilizce'de yapıştırıcı (glue) anlamına gelen eski Yunanca *glia* kelimesinden türetilen *glial hücre* adında da görülmektedir. Zamanla bilim insanları, bu hücrelerin olası ek

rolleri hakkında görüşler bildirmeye başlamışlardır (Azevedo vd., 2009; Herculano-Houzel, 2014'ten aktaran Jäkel ve Dimou1, 2017, s. 1). Ancak döneminin önde gelen bilim insanlarından biri olan Santiago Ramön y Cajal'ın nöron üzerine yaptığı çalışmalarla sinirbiliminin kurucusu kabul edilmiş ve onun gliayı sadece nöron macunu olarak görmesi, glia çalışmalarını on yıllarca sekteye uğratmıştır (Koob, 2011, s. 11-16). Son yıllarda glianın işlevi tekrar sorgulanmaya başlanmıştır. Son birkaç yılda elde edilen kanıtlar, glial hücre türü olan astrositlerin uygun nöronal işlev için yeterli çevresel koşulları sağlayan pasif unsurlar kavramına karşı durmuş ve bunun yerine, astrositlerin beynin işlevinde bilgi işlemcileri olarak aktif bir rol oynadığını göstermiştir (Araque ve Navarrete, 2010, s. 2375). Ana bileşenleri mikrogliya, astrositler ve oligodendrosit soy hücrelerinden oluşan glial hücreler, memeli beyninin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır (Jäkel ve Dimou1, 2017, s. 1). Memelilerin yapısı karmaşıklıktıkça, glianın nörona oranı, astrosit yaygınlığı ve teması artmaktadır. Farede her bir nörona karşılık 0,3 astrosit bulunurken insan korteksinde 1 nörona karşılık 1,65 astrosit bulunmaktadır. Aslında glia hücresi olan astrosit sayısındaki artışın, türlerin kendilerine addedilen zekâ oranlarıyla bağlantılı olduğu görülmektedir (Koob, 2011, s. 44). Nöronlar sinir sisteminin temel yapı taşlarıdır ve bilginin vücuda iletilmesinde çok önemli bir rol oynarlar (Shepherd, 2023, s.1). Todd vd. (2006, s.75-83) glial hücreler sadece nöronal aktiviteyi destekleyici bir rol oynamakla kalmayıp, aynı zamanda nöronal ağ plastisitesinin düzenlenmesinde de rol aldıklarını gösteren kanıtlar sunmuştur. Bu kanıtlarla araştırmacılar, glia ve nöronların artık sinir sistemindeki bağımsız hücresel unsurlar olarak değil, bilgi işleme ve esneklikte yer alan birbiriyle ilişkili, birbirine bağlı iki yol olarak düşünülmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Nöral plastisite veya beyin plastisitesi olarak da bilinen nöroplastisite, beyindeki sinir sisteminin, yapısını, işlevlerini veya bağlantılarını yeniden düzenleyerek içsel veya dışsal uyaranlara yanıt olarak aktivitesini değiştirme yeteneğidir (Mateos-Aparicio ve Rodríguez-Moreno, 2019, s. 66). Fikir üretme söz konusu olduğunda beyin plastisitesinin önemi anlaşılmaktadır. Bu sebeple beynin plastisite özelliğinin sadece nöronal faaliyetlere ait olmadığı, nöronların düşünme ve fikir üretme gibi faaliyetlerde glial hücrelerle birlikte çalıştığını gösteren araştırmalara da kısaca değinilmiştir.

Fikir üretimi, birden fazla unsurun etki ettiği oldukça karmaşık bir süreçtir. Algılama, hafıza, dil, akıl yürütme ve problem çözme gibi çeşitli zihin işlev ve durumlarının koordineli olarak çalışması sonucu ilerlediği söylenebilir. Örneğin

algılama, çevreden alınan duyuşsal bilgilerin yorumlanması ve düzenlenmesini sağlarken bellek, hem kısa hem de uzun vadeli sistemleri ile bilişsel süreçlere katkıda bulunmaktadır. Dil, yapılandırma, kurgulama ve ifade etme yeteneği ile düşünce oluşturmaya etkilemektedir. Akıl yürütme ve problem çözme mekanizmaları, bilgiyi analiz etme, değerlendirme ve sentezleme yeteneklerini, yaratıcılık ise mevcut bilgileri olağandışı biçimlerde birleştirme yeteneğini içermektedir.

Sanat ve tasarımda düşünce, yaratıcılığı, kavramsallaştırmayı, problem çözme ve ifadeyi içeren geniş bir süreci kapsamaktadır. Sanatçılar ve tasarımcılar analitik düşünmeyi sezgisel sıçramalarla birleştirerek etkili eserler yaratabilirler. Kavramsal düşünme, özgün bir bakış açısıyla keşfetmeyi içeren bu sürecin temelini oluşturmaktadır.

Sanat ve tasarımda fikir üretimi tek bir aşamadan ziyade üretimin neredeyse her anında devam eder. Sanatçılar ve tasarımcılar eserlerini üretirken kritik bir gözle sürekli analiz halindedirler. Her çizgiyi, rengi, şekli, dokuyu, boyutu ve yerleştirmeyi dikkatlice düşünerek duyguları veya mesajları aktarmak üzere incelerler. Özellikle estetik ile işlevsellik arasında uyum arayan tasarımcılar, biçimi ve amacı dengeleyerek, izleyicileri etkilemek, bilgilendirmek ve ilham vermek amacıyla görseller oluşturmaya çalışırken sürekli bir fikir üretimi içindedirler.

Fikirler, teknolojik ve bilimsel ilerlemelerde, kültürel ve sanatsal katkılarda, sosyal ve politik değişimde, ekonomik büyüme ve girişimcilikte, problem çözme ve yenileşimde, kültürel evrimde ve çeşitlilikte, kişisel büyüme ve gelişimde temel rol oynamıştır. Fikirler, değişimin kaynaklarıdır ve insan yaratıcılığını, ilerlemeyi ve toplumların sürekli evrimini yönlendirirler.

İKİNCİ BÖLÜM

2. GRAFİK TASARIM SÜRECİ VE TASARIM FİKRİ ÜRETİMİ

2.1. Grafik Tasarım Süreci

Tasarım doğası gereği karmaşık bir süreçtir. Düşünce ve eylemin çeşitli biçimlerde görev almasının yanında istenilen sonucun elde edilemediği her aşamada geriye dönüşler yaşanabilmesi sebebiyle süreçlerin birbirini önceden belirlenmiş bir sırada takip ettiğini söylemek oldukça zordur. Yaratıcı bir süreç olan grafik tasarım süreci de diğer yaratıcı süreçler için öngörülen çeşitli aşamalara tabi olabilmektedir. Bunlardan biri Wallas'ın (1926'dan aktaran Sullivan, 2016, s. 228) yaratıcılık aşamalarıdır:

Hazırlık: Kişinin çözmek istediği sorunu tanımlaması, ardından sorunu daha iyi anlamak için araştırma yapması

Kuluçka: Bir problemi araştırmak için zaman harcadıktan sonra, kişinin fikrin bilinçaltında kaynamasına izin vermek için zaman harcaması.

Aydınlatma: Birdenbire, bir süredir üzerinde çalışılan sorunu çözebilecek yeni bir fikrin ortaya çıkması.

Doğrulama: Çözüm oluşturduğunda, sorunu ne kadar başarılı bir şekilde çözdüğünün diğer insanlarla doğrulanması.

Yaratıcı üretim süreci, grafik tasarım özelinde ele alındığında benzer ancak daha detaylı aşamalara rastlanılmaktadır. Sherin'e (2018, s. 28) göre bu süreç yönbilgi (brief) ile başlar, araştırma ve strateji ile devam eder, ardından görsel tasarımın geliştirilmesi gelir, sonrasında revizyon aşaması gerçekleşir ve son olarak ise ürün elde edilir. İletişim tasarımının her parçası yaratıcı sürecin sonucudur. En temel anlamda tasarım, kavramsal ve pratik temelli problemleri çözmek için kullanılan bir dizi tekrarlanabilir adıma girildiğinde üretilir. Profesyonel tasarımcılar ve tasarım şirketleri genellikle müşteri projelerinde kullanılmak üzere özelleştirilmiş süreçler oluşturur ancak tasarım sürecindeki temel adımlar, onları tanımlamak için kullanılan dil değişse bile tutarlı kalır. Tasarım süreci bir bütün olarak kullanılabilir veya tek tek bileşenler ayrılıp kendi başlarına kullanılabilir. Tasarım sürecinin her aşamasında harcanan süre, projenin boyutuna, kapsamına ve görevin tamamlanması için son tarihe bağlı olarak değişmektedir.

Tasarım süreci belirli durumlara göre ileri geri sıçramalardan oluşsa da herhangi bir problemle karşılaşmadan sırasıyla ilerleyen aşamalar dizisi olarak açıklamak gerekirse kabul görmüş bir sıradan söz edilebilir. Bu sıranın başında problemin tanımlanması gelmektedir. Bir problemin ne olduğunu anlamadan çözmenin mümkün olmadığı düşünülürse problemin tanımlanmasını ilk adım olarak kabul etmek gerekmektedir.

Problemin tanımlanmasından sonra araştırma süreci başlamaktadır. Araştırmada amaç, problemin çözümüne katkı sağlayabilecek verilerin elde edilmesidir. Bu veriler elde edildikten sonra sıra hedef kitle araştırmasına gelmektedir. Elde edilen veriler ışığında, iletişim kurulacak kitlenin özelliklerinin de belirlenmesiyle bir sonraki adım olan tasarım stratejisinin belirlenmesi gelmektedir. Bu aşamada tasarımcı hedef kitle ile nasıl etkili bir iletişim kurabileceğinin yollarını aramaktadır. Bir tasarım stratejisi oluşturulduktan sonra üretilen fikirler fiziksel ortama taşınmaktadır. Eskiz süreci olarak adlandırılan bu süreçte problemi özümsemiş, gerekli araştırmaları yapmış, hedef kitlesini ve tasarım stratejisini belirlemiş olan tasarımcı bütün bu bilgiler ışığında iletişim problemini çözmek üzere ürettiği fikirleri görselleştirir. Ortaya çıkan fikirler, tasarım görevinin verildiği ortama göre, atölye ya da tasarım ajansı gibi, tasarımcının bireysel olarak veya eğitmenle ya da tasarım ekibinin başındaki kişi veya kişilerle bir seçme/eleme sürecine başlamaktadır. Bu süreçte çözüme yakın fikirler seçilirken kalanlar elenmektedir. Seçme/eleme aşamasından sonra tasarım problemini çözebileceği düşünülen en iyi fikir veya fikirler üzerinde detaylı çalışmaya başlanan aşama uygulama aşamasıdır. Bu aşamada çözüm nihai haline getirilmektedir. Tamamlanan çalışma bir değerlendirme ile yeniden gözden geçirilmektedir. Bu aşamadan başarıyla çıkan tasarım hedef kitleye ulaştırılmak üzere çeşitli mecralara servis edilmektedir. Son aşama ise geri bildirim aşamasıdır. Hedef kitlenin mesaja beklenen tepkiyi verip vermediğinin, başka deyişle tasarım probleminin çözülüp çözülmediğinin kesin olarak anlaşılmasını sağlamaktadır.

Mevcut tasarım problemi hakkında tanımlanmış hiçbir bilgi olmadığı durumlarla karşılaşıldığında önemli olan açık fikirli bir şekilde yaklaşıma izin veren, ihtiyaç duyulan organik akışı dikkate alan esnek bir sisteme sahip olmaktır. Tasarım düşüncesine ve en iyi sonuçları elde etmek için hangi sıra ve adımların tamamlanması gerektiğini belirlemeye yönelik birçok yaklaşım olsa da asıl ortak nokta insan odaklı olmaları, sürekli gelişmek için zaman ve mekanla geri bildirim alacak bir şekilde inşa edilmeleri gerektiğidir. Bir adımdan diğerine akarken, bu süreci canlı bir süreç olarak düşünebilmek önemlidir.

2.1.1. Problemin tanımlanması

Çoğu tasarım projesi, bir ürünün beklentileri karşılamaması ya da bir logonun yokluğu gibi bir problemle başlar. Tasarımcılar ve müşteriler genellikle problemleri

başlangıçta çok dar düşünürler ve bu da sonucun başarısını sınırlar. Yeni bir broşüre ihtiyacı olduğunu iddia eden bir müşteri, bir web sitesi, tanıtım etkinliği veya pazarlama planı ile daha iyisini yapabilir. Müşterinin yeni bir logoya ihtiyacı olduğunu düşünen bir tasarımcı, resimli bir simgenin veya yeni bir adın küresel bir izleyici kitlesi için daha iyi sonuç vereceğini görebilir. Daha çevre dostu bir ambalaj arayışı, yalnızca bireysel ürünler değil, üretim ve dağıtım için yeni sistemleri de beraberinde getirebilir. Tasarım sürecinin başlangıcında, fikirler ucuz ve boldur, bolca pompalanır ve terk edilmiş bir şekilde ortalıkta dolanır (Lupton ve Phillips, 2015, s. 15). Tasarım problemlerinin temel özelliklerinden biri, genellikle görünür olmamaları, bulunmaları gerektiğidir. Çapraz bulmacaların, zeka oyunlarının veya matematik problemlerinin aksine, ne amaç ne de bu amaca ulaşmanın önündeki engel açıkça ifade edilmez. Aslında, tasarım problemlerinin ilk ifadesi çoğu zaman oldukça yanıltıcı olabilir. Tasarım sorunları karakteristik olarak belirsiz bir şekilde ifade ediliyorsa, o zaman tasarımcıların sunulan sorundan hiçbir zaman memnun olmadıkları da doğrudur (Lawson, 2005, s. 56). Bu durum da tasarımcıları, öne sürülen problemi çözmenin ötesinde asıl problemi bulma arayışına yönleltebilir. Eberhard (1970'ten aktaran Lawson, 2005, s.57), tasarımcıların öne sürülen problemin kendisini sorgulama konusunda tırmanma ve gerilemeden oluşan bir süreci izlediklerini öne sürer ve mimari alanından bir örnekle açıklar; tırmanma örneğinde tasarımcı, müşterinin ofis kapısı için yeni bir düğme tasarlama göreviyle karşı karşıya kaldığında, belki de bir kapıyı açıp kapamanın en iyi yolunun bir kapı tokmağı olup olmadığını kendimize sormamız gerektiğini söyler. Kısa süre sonra tasarımcı, ofisin gerçekten bir kapıya ihtiyacı olup olmadığını, hatta dört duvarı olması gerekip gerekmediğini sorgular. Böyle bir argüman dizisi, müşterinin ve ofisinin parçası olduğu organizasyonun yeniden tasarlanmasına yol açabilir ve nihayetinde bu organizasyonun var olmasına izin veren politik sistem sorgulanır. Bu tırmanış, problemin daha geniş bir tanımına yol açmaktadır.

Gerileme örneği ise şöyledir; yeni bir merkez kütüphane binası tasarlaması istenen bir öğrenci, kitap ödünç verme ve saklamanın çeşitli yöntemlerini incelemesi gerektiğine karar verir. Tasarım eğitmeni bunun mantıklı görüldüğünü kabul etse de sonraki derste öğrencinin çalışmasının artık mimariden çok kütüphanecilik diplomasına hazırlanıyormuş gibi görüldüğünü keşfeder. Bu gerileme izi, analizin sentezden önce geldiği ve veri toplamanın analizden önce geldiği fikrinin pratikteki mantıksal sonuçlarından yalnızca biridir. Buradan çıkarılacak sonuç ise tasarımda hangi

problemlerin alakalı olduğunu ve hangi bilgilerin bir çözüme teşebbüs edilene kadar faydalı olacağını bilmenin zor olduğudur.

Tasarımcının ilk görevi, projeyle neyi başarmaya çalıştığını belirlemektir. Ticari grafik tasarım kapsamında bu, iletilmesi amaçlanan mesaj veya ticari bir işletmenin ilişki kurmak istediği hedef pazar olarak özetlenebilir. Bu durumda, üstlenilen çalışma bir uygulamalı araştırma biçimidir. Uygulamalı araştırma, pratik bir problemin araştırılmasıdır. Pratik bir problem gerçek dünyadan kaynaklanır ve maliyet, üretim ve teknoloji gibi pragmatik konular ve koşullarla ilgilidir. Aynı zamanda bağlamından da etkilenebilir, az görenler için kamuya açık tabelalarla ilgili olarak okunaklılığı ve tipografik formu keşfetme ihtiyacı gibi. Bu, uygulamalı bir araştırma alanıdır, çünkü çözümün kendisi, belirli bir araştırma problemini oluşturmak veya ortaya koymakla ortaya çıkabilir. Uygulamalı araştırmanın sonuçları somuttur ve halihazırda mevcut ihtiyaçlara gerçek dünyada ve ticari çözümler sunar. Bir araştırma problemi ise tipik olarak tasarımcının bilmediği veya tam olarak anlamadığı bir konu veya temaya yanıt olarak geliştirilir. Bir araştırma problemi, çözülmesi gereken pratik bir problemten kaynaklanabilir veya bu problem tarafından motive edilebilir. Bu daha sonra araştırmanın proje odağını tanımlamaya yardımcı olur ve keşfedilecek belirli bir soru sağlar. Araştırma ve geliştirme başka bir deyişle araştırma yoluyla kazanılan bilgi ve anlayış gövdesi daha sonra pratik bir duruma veya soruna uygulanır. Bazen buna saf araştırma denir ve sonuçları, örneğin belirli bir teorik bağlam için uygun bir görsel kelime dağarcığının geliştirilmesinde, sıklıkla kavramsaldır. Alternatif olarak, akademik bağlamda amaç daha geniş olabilir; örneğin bir kavram önerisi veya öğrencinin görsel olarak araştırıp yanıtlayacağı bir fikir gibi. Bu durumda, üstlenilen çalışma bir tür saf araştırmadır. Her iki durumda da terminoloji değişebilir ve sürecin farklı aşamaları arasındaki ayrımlar iyi tanımlanmış olabilir, ancak teklifin ayrı araştırma alanlarına bölünmesi ve bir proje gerekçesinin tanımlanması yararlı bir ön çalışmadır (Noble ve Bestley, 2005, s. 46-49).

Tasarımın herhangi bir aşamasında ilerlemeden önce tasarım probleminin tanımlanması gerekmektedir. Bu, birlikte çalışılan müşteriye veya proje yöneticisine bağlı olarak basit veya zor bir görev olabilir. Tasarımcı kendi projesini yaratıyor olsa bile, işi neden yarattığını belirlemesi gerekmektedir. Çoğunlukla bir müşteri tasarımcıdan ne tasarlamasını istediğini söylemektedir. Örneğin işletmeleri için bir web sitesine veya bir logoya ihtiyaçları olduğuna karar vermiş olabilirler ancak ne istediklerini bildiklerini düşünmelerine rağmen, keşfedilebilecek ve muhtemelen daha etkili olabilecek başka bir

yol olabilir. Tasarımcı sadece verilen görevi yerine getirmek üzere yola çıkarsa, müşterinin problemlerini çözmeye yardımcı olacak başka olasılıkların var olabileceğini görme fırsatını kaçırabilir. Bu aşamada önemli olan çözülmek istenilen problemin belirlenmesidir. Örneğin bir web sitesi tasarlanması istendiğinde, çözülmesi gereken bir problem olarak iyi tanımlanması gereken çok etken olduğu düşünülmeyebilir. Ancak insanların neden bir web sitesine gireceği sorgulandığında bu bilgiyi kimin arayacağı, ne arayacağı gibi ortaya çıkan sorular tasarıma ilham vererek çözülmesi gereken problemin doğru tanımlanmasını sağlayabilmektedir. Tasarıma devam etmeden önce problemin tanımlandığından emin olmak diğer her aşama için temel çekirdeği oluşturacaktır (Stevens, 2020, s. 37-39).

Sullivan'a göre (2016, s. 196-197) herhangi bir problemi anlamamanın anahtarı olan bağlam, insanları ve onların zaman içinde belirli bir noktadaki faaliyetlerini içerir. Problemin bağlamını anlamak üzere sorulacak sorular ise şöyledir; bu durumda birincil kişiler kimlerdir, ikincil veya üçüncül kişiler bu durumdan etkileniyor mu, bu durumda ne yapıyorlar, neyi başarmak istiyorlar, hedefleri, motivasyonları ve arzuları nelerdir, mevcut bir ürün veya hizmet var mı, rakip ürün veya hizmetler nelerdir, neden bu ürün veya hizmet geliştirilmek isteniyor, hangi cihazlar (akıllı telefon/dizüstü bilgisayar/tablet) kullanılıyor, bu ürün veya hizmet neden ve nasıl kullanılacak, hangi bilgiler eksik, neyin araştırılması gerekiyor, herhangi bir teknik kısıtlama var mı, bu aktivite nerede ve ne sıklıkla yapılıyor, rakipler ne yapıyor, tamamlayıcı görevler veya benzer deneyimler var mı? Hedef kitle araştırma sorularını da barındıran bu ve benzeri soruların cevaplanması tasarım sürecinin ilk aşaması olan problemin tanımlanmasına yönelik çalışmalardır ve bu çalışmalar sayesinde doğru tanımlanan problemin çözümüne bir adım daha yaklaşılmış demektir.

Deneyimli tasarımcılar, bir tasarım problemi hakkında neredeyse sonsuza kadar bilgi ve veri toplamanın mümkün olduğunu, ancak kendi içlerinde neyin ilgili bilgiyi göstermeye başladığı çözüm önerileri üretmeye geçmeleri gerektiğini bilirler. Bir tasarım projesinde problemin ne olduğu çoğu zaman net değildir; müşteri tarafından yalnızca gevşek bir şekilde tanımlanmış olabilir, birçok kısıtlama ve kriter tanımlanmamış olabilir ve projeye dahil olan herkes, hedeflerin proje sırasında yeniden tanımlanabileceğini biliyor olabilir. Tasarımda problemler genellikle sadece çözümlerine yönelik fikirlerle ilgili olarak tanımlanır ve tasarımcılar tipik olarak önce problemlerini titiz bir şekilde tanımlama girişiminde bulunmazlar. Elbette bu, önemli bilgilerin gözden kaçırıldığı veya

tasarım sürecinde çok geç keşfedildiği ve aksamaya neden olduğu anlamına gelebilir. Bu nedenlerle, ideal bir tasarım sürecinin modellerini ortaya koyma girişimleri ve tasarımcıları verimli bir şekilde iyi bir çözüme yönlendirmesi gereken metodolojiler veya yapılandırılmış yaklaşımlar için önerilerde bulunulmuştur (Cross, 2016, s.268-269). Sorunun hemen ve olduğu gibi kabul edilmesi nedeniyle, maskelenebilecek en belirgin sorunun tanımlanmasını sağlamak için titiz bir analiz gereklidir. Bu analiz ise ancak sorunun birden fazla perspektiften açık, düzenli ve ayrıntılı bir görünümüyle sonuçlandığında işe yarayabilir.

2.1.2. Araştırma

Araştırma, bir tasarım projesinin bir veya daha fazla yönüne yönelik sistematik bir incelemedir. Tasarım sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır çünkü doğru problemin çözüldüğünden, doğru kitlenin hedeflendiğinden ve daha önce yapılmış olanın yeniden yapılmadığından emin olmanın tek yolu olduğu söylenebilir. Sherin'a (2018, s.32) göre daha büyük, uzun vadeli görevlerde araştırma, bir tasarımcının projeye harcadığı zamanın en az üçte birini alabilmektedir. Araştırma, alan hakkında ve diğer tasarımcıların aynı alanda halihazırda ürettikleri hakkında bilgi verir. İzleyicinin tam bir resmini sağlamak ve nihai sonucun görüleceği ortam hakkında bilgi edinmek için kullanılır. Araştırma sadece profesyonel tasarımcılar için değildir. Öğrenciler, üzerinde çalıştıkları projeler için de araştırma yapmalıdır.

Her tasarım projesi yeterli, kesin ve güvenilir bilgi gerektirir. Tasarımcının mevcut bilgisi yeni bir tasarım problemini çözmek için yeterli olmayabilir. Bu, eksik bilgiyi yerine koymak üzere araştırma ihtiyacı doğmuştur. Çünkü mevcut bilgi en iyi ihtimalle bir projeye başlamaya ve ilk prototipi üretmeye hizmet eder ancak optimal bir çözüm üretmek için yeterli olmayabilir (Ritchie ve Lewis, 2003'ten aktaran Frascara, 2012, s. 22). Tasarımcı bir problem hakkında ne kadar çok şey bilirse, problemi çözmesi de bir o kadar kolay olacaktır.

Sorunu çevreleyen tüm ilgili konular, çatışmalar ve kısıtlamalar hakkında derinlemesine bir anlayışa ulaşmak için bağlamın ve paydaşların araştırılması gerekmektedir. Probleme uygulanabilecek tarihsel perspektiflerin ve bir dizi emsal örneğin incelenmesi çözüm üretme süreci için temel adımlardır. Görüşmeler ve mini kültür araştırmaları ve ilgili konudaki uzmanlara danışılması araştırma sürecinin önemli

unsurlarıdır (Pressman, 2019, s. 5). Araştırma sonucunda elde edilecek tüm bu veriler, fikirleri tetikleyen daha zengin bir arka plan sağlayarak tasarımda hedeflenen sonuca ulaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Frascara'ya (2012, s. 17) göre araştırma, kişinin çabalarını tekrarlamadığından, zaman ve kaynak kaybetmediğinden emin olmak ve kişinin kendi hareket noktasını mevcut bilginin son sınırına dayandırmak için eldeki sorunla ilgili mevcut bilgileri araştırmayı içermektedir ve şu amaçlara hizmet etmektedir; güvenilir bilgi elde etmek, şüpheleri ortadan kaldırmak ve soruları yanıtlamak, hipotezleri test etmek ve teklifleri savunmak. Tasarımda araştırma ile ilgili bazı tanımları ise şöyle açıklamıştır; temel araştırma, koşullara bağlı geniş çapta uygulanabilir ilkelerin yaratılmasına yol açarken uygulamalı araştırma, mevcut bilginin uyarlanması gereken belirli durumların incelenmesidir. Yaratılan duruma özel bilginin genelleştirilmesi mümkün olmayabilir, ancak söz konusu proje için vazgeçilmezdir. Nitel araştırma insan bilimlerinde yaygındır; insanların algılarını ve eylemlerini ve bunların nedenlerini inceler ve bir soruna bir tasarım yanıtına nasıl yaklaşılabileceğine dair içgörüler sunar. Son olarak nicel araştırma ise fizik ve kimya gibi bilimlerde ve aynı zamanda sosyoloji ve antropoloji gibi insan bilimlerinde sık görülmektedir.

Kubasiewicz (2012, s. 58) ise tasarımcıların tasarlarken araştırdıklarını öne sürmektedir. Başka bir deyişle, tasarımcıların çeşitli süreç ve etkinlikler aracılığıyla yaptıkları, bir sorgulama yöntemi ve bir bilme biçimidir. Tasarım pratiğinin özü de, araştırmanın bazı amaçlarını paylaşmaktadır. Ancak buradaki araştırma sadece projeye başlamadan önce bilgi edinilmesini değil fikir üretim sürecini de kapsamaktadır.

Neredeyse her tasarım probleminin disiplinler arası olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum, özellikle de geniş kapsamlı tasarım projeleri için araştırmanın da disiplinler arası yöntemlerle yapılabileceği sonucunu doğurmaktadır. Araştırma ile probleme dair gerekli bilgilerin elde edilmesi tasarım sürecinin her adımında rehberlik edebilecek bir kılavuzun oluşturulması olarak yorumlanabilir.

2.1.3. Hedef kitle belirleme

Hedef kitle araştırması, araştırma başlığının altında incelenebileceği gibi ayrı bir bölüm olarak da incelenebilir. Çünkü araştırma, problemin çözümüne yönelik her türlü bilginin elde edilmesini kapsarken hedef kitle araştırması büyük ölçüde insan odaklıdır.

Tasarımda araştırmanın amacı, nesnel ve sistematik olarak planlanmış bir süreçle ulaşılan bilgilerin oluşturulması olsa da çoğu zaman tasarlanacak ürünün kullanıcı popülasyonunun üyeleriyle ilgili bilgiler söz konusudur. Tasarımlar, hedeflenen kullanıcıların olanaklarını ve sınırlarını dikkate almak zorunda olduğundan, kullanıcı araştırması tasarım araştırmasının vazgeçilmez bir bileşenidir (Miller, 1956 ve Wright, 1981'den aktaran Frascara, 2012, s. 17).

Başka birinin ayakkabılarıyla yürümek deyimini empatiyi işaret etmektedir ve olaylara başka birinin bakış açısından bakmak hedef kitle araştırmasının özüdür. Tasarımda yapılabilecek en büyük hatalardan biri, bir şey hakkında varsayımlarda bulunmak ve sonra bu varsayımların geçerli olduğunu kanıtlamak için araştırma yapmaktır. Doğru olan, varsayım yapmaktan ziyade gözlem yapmaktır. Tasarımcının bir önyargıya sahip olduğunu kabul etmesi her bireyin farklı yaşam ve çevre anlayışlarına sahip olduğu gerçeğine açılmak anlamına gelir. Empati kurabilmek ve dolayısıyla da farklı bir bakış açısı düşünmekten daha fazlasının yapılması gerekmektedir. Farklı araştırma yöntemleriyle meşgul olmayı gerektirir. İlk adım gözlemlemek olmalıdır. Gözlem, insanların eldeki görevle meşgul oldukları ortamda nasıl davrandıklarını izlemek, varsayımların ve önyargıların bir kenara bırakılıp etrafta neler olup bittiğinin farkına varmanın önemli olduğu noktadır. İkinci adım, bağlam içinde o alandaki insanlarla etkileşim kurmaktır. İnsanların o anda odaklandıkları bir şey hakkında konuşması, daha sonra olanları hatırlamaktan çok daha kolaydır. Araştırmacının buradaki rolü, insanlar tarafından eğitilmektir. Bu eğitim sırasında tasarımcının konuyla ilgili hiçbir bilgisi yokmuş gibi davranması insanların araştırmacıyı daha eksiksiz bir bakış açısıyla bilgilendirmelerini sağlayacaktır. Son adım ise araştırmacının aktif olarak eylemi gerçekleştirmesidir. Uygulamalı yaklaşım denilen bu adımda araştırmacı bir şeyin başkası için nasıl olduğu hakkında daha kişisel bir anlayış elde etmek için, onu olabildiğince deneyimlemelidir (Stevens, 2020, s. 39-41). Örneğin görme bozukluğu olan bireyler için bir tasarım yapılması gerektiğinde, bu konu üzerine yapılmış çalışmalar incelenebilir. Ancak görme engelli biriyle benzer bir ürünü/hizmeti kullanırken yaşadıkları deneyimler üzerine konuşmak veya onları ürünü/hizmeti kullanırken izlemek doğru hedef kitle araştırmasını güçlendirebilir.

Sullivan (2016, s.195-196) hedef kitle araştırmasını üç başlık altında incelemektedir. Bu başlıklardan ilki insandır. İnsanlar faaliyetlerden bağımsız olarak, kendi kişisel davranışlarına, arzularına, motivasyonlarına, alışkanlıklarına ve daha

fazlasına sahip bireylerdir. Bir kişinin eylemleri göz önünde bulundurulduğunda, ona belirli bir rol (tüketici, paydaş, iş unvanı, karı/koca, siyasi bağlantı vb.) atanabilir. Bir diğer başlık ise aktivitelerdir. Aktiviteler göreve dayalı veya duygusal olarak yönlendirilebilirler. Göreve dayalı aktivitelerin, başlangıç ve bitiş noktaları olan mantıksal bir amacı vardır. Duygusal olarak yönlendirilen faaliyetler ise açık bir amaç olmaksızın duygusal bir tepki uyandırmaya çalışır. Son başlık ise bağlamdır. Herhangi bir durumda bağlam, insanlar tarafından yapılan tüm faaliyetleri ifade eder. İç ve dış faktörler bir durumun bağlamını etkiler. Bir kişinin zihinsel durumu, sağlığı ve inanç sistemleri, bağlamı etkileyen içsel faktörlerdir. Bir aktiviteyi doğrudan etkileyen dış faktörler, bir kişinin konumunu (dış mekân/iç mekân) veya aygıtlarını (akıllı telefon/dizüstü bilgisayar/tablet) içerebilir.

Tasarım öğrencilerinin hedef kitleleri hakkında çok geniş düşünme eğilimi vardır. Hedefin herkes veya okuyabilen herkes olduğu düşünülüyorsa, muhtemelen hedef tanımında yeterince açık olunmamıştır. Bu noktada sorulacak sorular ve projenin hedeflerinin gözden geçirilmesi hedef kitle hakkında net bir anlayış oluşturmayı mümkün kılmaktadır. Bu sorulara örnekler şöyle verilebilir; projenin birincil hedefi nedir, bilgilendirici mi yoksa izleyiciden harekete geçmesini mi istiyor, ikna edici mi, son ürünü kim görüntüleyecek veya kullanacak, gelirleri nedir, ulaşım aracı olarak ne kullanıyorlar, yeni ürünleri veya hizmetleri denemek/satın almakla ilgileniyorlar mı yoksa zaten bildikleri markalara mı bağlılar? Bu sorulara cevap alındıktan sonra hedef kitle ile ilgili bilgilerin tasarım kararlarına çevrilmesi gerekmektedir (Sherin, 2018, s. 42). Hedef kitle üzerine düşünmek için ne kadar çok çalışılırsa, onlara uygun görseller üretme olasılığı da o kadar artar. Hedef kitle araştırmasının önemi tasarımcının hedef kitle ile aynı dili konuşuyor olmasını sağlamasından gelmektedir. Aksi durumda görsel olsun veya olmasın bir iletişimden söz etmek mümkün değildir.

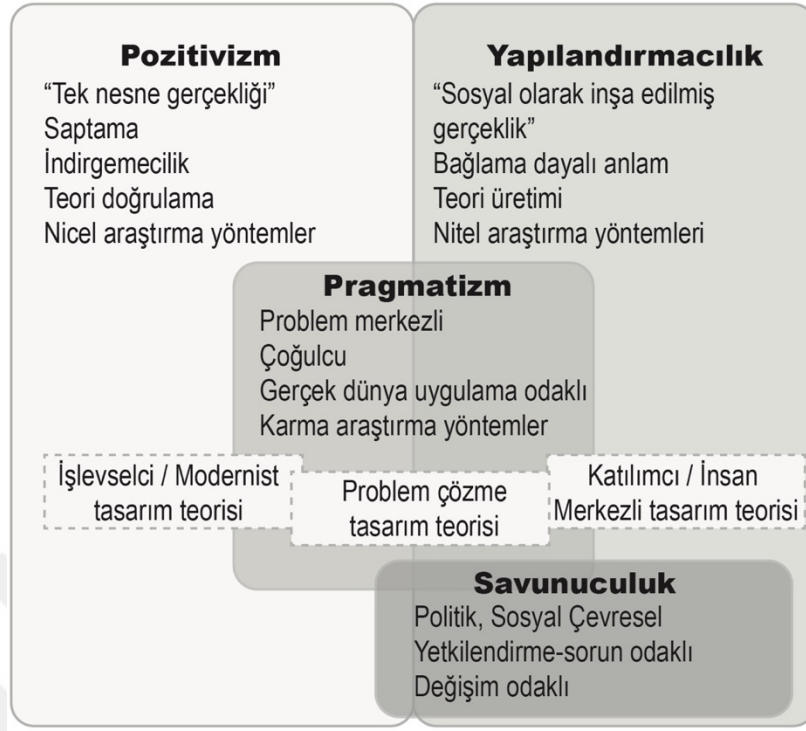
2.1.4. Strateji oluşturma

Stratejinin temel bileşenleri oyunlarda oyuncular ve sınırlar, sporda hücum ve savunma ve savaşta taktikler ve sürprizler olmak üzere oldukça belirgindir. Stratejik planlama, rekabetçi bir pazarda belirli sonuçları hedefler. Tipik olarak, gelecekteki projeler için faaliyetlerin gözden geçirilebileceği kısa ve uzun vadeli planları içerir. Bir misyon ve vizyon ifadesi, stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Bir stratejinin

nihai sonucu, bir şirketin kârını artırmak gibi kesinlikle ticari olandan, bir amaç için bağışları artırmak gibi insani yardıma kadar değişebilmektedir (Bowers, 2011, s. 31). Grafik tasarım süreci içinde strateji oluşturma ise, tasarıma yön verecek genel konseptlerin belirlenmesine işaret etmektedir. Konseptler, kendinden önce gelen aşamalar tamamlandıktan sonra birlikte çalışılması gereken içeriğin özelliklerine ve görevin hedeflerine dayanmaktadırlar.

Büyük çoğunlukla görsel ve sözlü çağrışımları temel alan tasarım stratejisi, tasarımdaki görsel bir öğeye, hatta kimi zaman tek bir kelime veya deyimde dayanabilmektedir. Bazı tasarım projeleri, konsept odaklı olmaya diğerlerinden daha uygundur. Örneğin yeni bir ürünün reklamları, logoları ve ambalajları güçlü konseptlere ihtiyaç duymaktadırlar. Öte yandan, eğitici diyagramların birincil amacı bilgiyi net bir şekilde iletmek olduğu için metin ve çizimler ile oluşturulan basit bir çözüm yeterince etkili olabilir. Konseptler açık veya aleni olabileceği gibi daha incelikli görsel temelli bir düzenleme ve stil sistemini de temel alabilmektedir. Örneğin bir reklam, bir ürünü tanıtmak için bir kelime oyunu kullanabilir veya bir kitap tasarımı konsepti, metinde söz edilen kuşların renklerine dayanabilir. İkinci örnekte, izleyici içerik ve düzen arasındaki bağlantıyı takdir edebilse de arkasındaki konseptleri tam olarak tanımlayamayabilir. Konseptler basit olabilmekte ve açık fikirlerden çok görsel şekillere dayanabilmektedir.

İş stratejisi oluşturma, tasarım düşüncesi ve tasarımı ile ilgili olarak, felsefi referanslar ve epistemolojik dünya görüşleri Liem (2014, s. 94) tarafında *Tasarım Akıl Yürütme Modelleri* ile bağlantılı olarak dört genel strateji perspektifinin tartışılması için bir temel olarak tanıtılmaktadır. Creswell (2009'dan aktaran Liem, 2014, s. 94) dünya görüşünü *eylemlere rehberlik eden temel bir inançlar dizisi* olarak tanımlamakta ayrıca bir paradigma veya epistemolojiye benzetmektedir. Yöneticiler ve tasarımcılar tarafından tercih edilen felsefi inanç türleri, teorileri, yöntemleri ve teknikleri nasıl uyguladıkları üzerinde genellikle büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Görsel 2.1.'de görüldüğü üzere bu noktada dört farklı dünya görüşünden bahsetmek mümkündür; pozitivizm, yapılandırmacılık, pragmatizm ve savunuculuk.



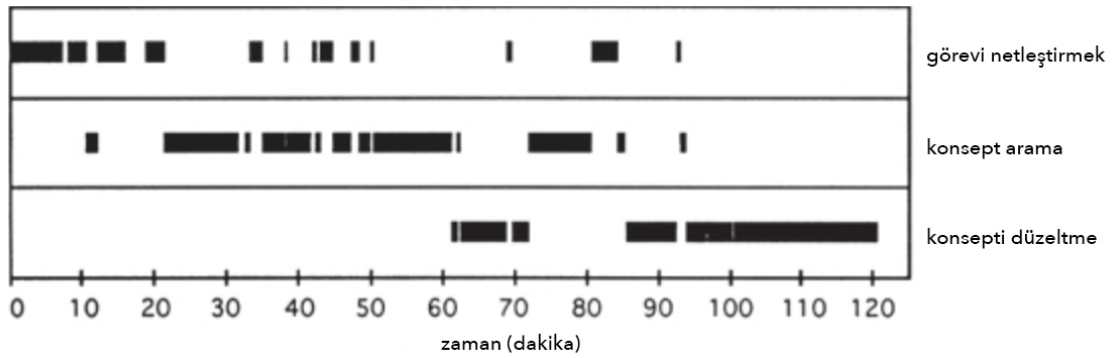
Görsel 2.1. Farklı dünya görüşleri ve tasarım teorilerine genel bakış (Bonnemaire ve Liem, 2011'den aktaran Liem, 2014, s. 95).

İş stratejisi ve tasarım için süreç ve sonuç farklı olsa da çeşitli genel stratejiler, dünya görüşleri ve tasarım akıl yürütme modelleri arasındaki benzerliklerin anlaşılması, tasarımcılar ve işletme yöneticilerinin daha iyi ürünler ve hizmetler yaratması için oldukça önemlidir.

Bazı teorisyenler, tasarım durumlarının benzersizliğini vurgulamaya daha yakın olmakla birlikte tasarımcılar bunların türler halinde geldiğini bilmektedirler. Tasarım durumlarının türlerini anlamak, tasarım uzmanlığının önemli bir parçasıdır. Bir tasarım durumundaki kalıbı tanımak, onu önceden yapılandırmaya yardımcı olur ve problem durumuna yaklaşmak için bir başlangıç stratejisi sağlar. Ayrıntılarda her zaman farklılıklar vardır, ancak bu, en azından tasarımcının karmaşık problem alanında ilk hamlesini yapmak için kullanabileceği bir kumar olduğu anlamına gelmektedir (Dorst, 2019, s. 121). Bir başka deyişle tasarımcı her tasarım problemi için o probleme özel yeni bir strateji geliştirmek yerine önceki benzer görevlerin stratejik planlarını bu yeni göreve uygulayabilecek deneyime sahip olabilmektedirler.

Tasarım süreci çoğu zaman doğrusal bir çizgi izlemediği gibi hem her bir aşama arasında geçişler hem de belirli bir aşamanın içinde, geriye dönüşler ve ileri atlamalar sık

yaşanmaktadır. Strateji oluşturma aşaması için de bu durum geçerlidir. Günther (1996'dan aktaran Cross, 2011, s. 219-222) ideal bir tasarım sürecini irdelemek üzere yaptığı bir deneyde oluşturduğu tasarım ekibi için sorunu ölçme, konseptler üretme, konseptleri geliştirme, konsept seçme, tasarlama ve sunma aşamalarından oluşan bir model belirlemiştir. Bu deneyde Joachim Günther ve meslektaşları protokollerdeki bireysel ifadeleri görevi netleştirmek, konseptleri araştırmak ve konsepti sabitlemekle ilgili üç başlıkta analiz etmişlerdir. Görsel 2.2.'de verildiği üzere bu üç tür faaliyetin önemli ölçüde birbirine karıştığı görülmektedir. Seansın ilk yarısında görevi netleştirmek ve konsept aramak arasında çok fazla yinleme mevcuttur. Ekibin bu seans boyunca yaptığı, birçok kısmi konsept üretmek ve ardından bu konseptlerin sonuçlarını düşünmektir. Görsel 2.2'deki bu grafik, konsept aramanın ekibin sürecin çoğuna hâkim olduğunu, 80 dakika gibi bir sürede konseptin belirlenmesiyle bu sürecin durduğunu göstermektedir.



Görsel 2.2. Ekibin tasarım sürecinin ana aşamaları
(Günther, 1996'dan aktaran Cross, 2011, s. 219-222)

Grafik tasarım sürecinde konseptin belirlenmesi, tasarımın ana hatlarıyla meydana gelmesini sağlamaktadır. Tasarımın sınırlılıklarının, kapsamının ve yaklaşımının dış hatlarının çizildiği strateji üretme aşaması ile üretilecek fikirler de kendisine bir zemin bulmuş olmaktadır.

2.1.5. Eskiz

Roam (2011, s. 49-50), öğrenme aracı olarak resimlerin gücünü vurgulayarak okumayı öğrenmeden önce çocuklardan çizim yapmasının istendiğini ancak okuma yazmanın öğrenilmesinden sonra imgelerin birden durduğuna işaret etmektedir. Ona göre

izimler düşünmenin bir parçasıdır ve genel kanının aksine düşünme, konuşma ve problem çözme eylemlerinin oluşturduğu zihindeki bir bisikletin arkasına takılan eğitim tekerleri değil, bisikletin iki tekerinden biridir. Çizimlerin yazmanın yanında yer almasıyla daha dengeli ve hızlı bir düşünmeye sahip olacağımızı söylemektedir.

Grafik tasarım sürecinde düşünme ve bu düşünceleri fiziksel ortama aktarmanın yolu eskiz yapmaktan geçmektedir. Eskiz, yaratıcılığın saf bir aşamasını, herhangi bir fikrin geçerli ve araştırmaya değer olduğu, sınırlamalarla engellenmemiş bir çıkış aşamasını temsil etmektedir. Tasarımcıların bu eskizlerini bir arada sakladıkları eskiz defterleri ise ister sayısal ister fiziksel olsun, bilgi depoları veya fikir arşivleri olarak da hizmet etmekteLERdir. Eskiz defterinin yapılandırılmamış oyun alanında, daha yakından incelemeye dayanmayan her şeyi çizerek veya silerek ya da daha fazla araştırmaya değer fikirleri düzenleyip yeniden işleyerek, fikirler üzerinde kafa yormak mümkündür (O'Donnell, 2009, s. 7). Fikirleri yazarak veya çizerek fiziksel ortama taşıma ve onları bir kenarda saklama eylemlerinin, fikirleri bilinçte sağlamlaştırılma işlevi gördüğü söylenebilir.

Grafik tasarım araştırmasının bir bölümünü oluşturan sıkıcı toplantıların aksine eskiz yapmak ilgi çekici ve etkileşimlidir. Eskiz yapmak görsel düşünmedir. Eskiz yapmak bir problem çözme etkinliğidir. Eskizler sayesinde müşteriler, tasarım ekipleri ve yöneticileriyle paylaşmak üzere ortak bir vizyonun arkasında toplanır. Kaba fikirlerin iletildiği eskizlerin mükemmel olmaları gerekmez. Çünkü eskizler hızlı ve ucuz olmak içindir (Sullivan, 2016, s. 71). Bir tasarımcının eskizleri - ister deri ciltli bir kitaptaki sıkı, kapsamlı düzenler olsun, ister bir peçetenin arkasındaki gevşek çizikler olsun - etkileri, yöntemleri ve dünya görüşü hakkında önemli ve aydınlatıcı bir fikir verir. Psikoloji profesörü Mihaly Csikszentmihalyi (1996'dan aktaran O'Donnell, 2009, s. 8) eskiz defterlerini, *deneyim ön bellekleri* ve çok yaratıcı çalışmanın kaynaklandığı *hammadde* olarak adlandırmaktadır.

Roam (2021, s. 12-14) belirsiz ve karmaşık bir dünyada görsel hikâye anlatımını sihir olarak kabul eder ve der ki;

“Fikrinizi birkaç eskiz ve basit bir hikâye ile paylaşmak aydınlatıcı, güven verici ve insanidir. (Eskizlerin) Düşüncelerinizi birisine olumlu ve ikna edici bir şekilde iletmek için şimdiye kadar icat edilmiş en iyi yaklaşım olduğuna inanıyorum. Basit resimler çizmek zihninizi açar ve fikirleri yazmaktan daha iyi hafızanıza kodlar.”

Eskizler belirli öğeleri yan yana getirmeyle, alışılmadık bir eşleştirmeyle veya bir öğeyi diğerinin bağlamına yerleştirmeyle ortaya çıkar ve çoğu zaman neden sorusunu

yanıtlamak için farklı yollar denemenin en etkili yoludur. Süreç boyunca açık fikirli olmak temeldir. Eskiz, denemeler ile konfor alanının dışına çıkarak ilerlemesi gereken bir süreçtir. Uygulama aşamasına gelmeden bir yön ve planın mevcudiyeti, eskiz aşamasının atlanarak sonraki adıma geçme durumunda oluşacak göz korkutucu görevi de engelleyebilir (Stevens, 2020, s. 41-46). Eskiz aşaması, uygulama aşamasındaki boş bir sayfayla oluşan yaratıcılık engelini aşmak için oldukça önemlidir. Ayrıca eskiz yapılacak sayfanın boş bir kâğıt olması, bir grafik programının arayüzünün aksine dikkat dağınıklığının önüne geçebilmektedir.

2.1.6. Seçme/Eleme

Tasarımcının fiziksel ortamda düşündüğü eskiz süreciyle çok sayıda fikir üretilir. Bu fikirler sert kısıtlamalar olmaksızın, serbest bir biçimde tasarımcının zihninden ortama dökülürler. Tasarımcı her ne kadar asıl tasarım problemine cevap olarak fikirler üretse de her fikir aynı değeri taşımayabilir. Bir başka deyişle süreçte üretilen her eskiz, tasarım problemine etkili birer çözüm olmayabilir. Eskiz aşamasında üretilen çizimlerin hatları daha sonra uygulama aşamasında belirginleştirilir. Uygulama aşamasında, her eskize aynı çabayı harcamak vakit kaybı olacaktır. Bu sebeple tasarımcıların, tasarım ekibinin başı veya ekibinin veya eğitmenin problemi en iyi çözdüğünü düşündüğü birkaç fikri alarak bir sonraki aşama olan uygulama aşamasına taşımaya karar verdikleri bu aşama etkili fikirlerin seçilmesi ve nispeten daha az etkili olanların elenmesi aşamasıdır.

Bir fikrin başarılı olup olmadığı ancak test edilerek anlaşılabilir. Testler, yapılan tasarıma göre farklılık gösterebilse de tasarımcının test etmedeki rolü öğrenmek üzerinedir. İzleyerek ve dinleyerek, tasarım çözümünde neyin işe yarayıp neyin yaramadığı öğrenilebilir. Tasarıma yeni başlanıldığında testin ilk aşaması çoğu zaman eleştiri şeklindedir. Bu eleştirel ortam tasarımcıyla veya tasarım öğrencisiyle birlikte öğrenen diğer kişilerle, stüdyodaki diğer yaratıcılarla, müşteriyle, kullanıcılarla ve diğer öğrencilerle olabilir. Çalışma hakkında geri bildirim ve farklı bakış açıları almak için, insanların ona nasıl tepki verdiğinin anlaşılması gerekmektedir. İlk aşamada iyi fikirler seçildiğinden, doğru geri bildirimin alındığından emin olmak üzere ilk testçilerin içeriği anlayabileceği bir noktada olduğunu kesinleştirmek gerekmektedir. Bunun yanı sıra fikirler üzerinde konuşacak kişilerin farklı deneyimlerden ve bakış açılarından gelmeleri doğru fikirlerin seçilmesinde yardımcı olabilmektedir (Stevens, 2020, s. 46-51). Bu

revizyon ve deney sistemi, tasarıma özel değildir. Mühendisler, yazarlar ve şefler daha verimli arabalar, ödüllü romanlar ve lezzetli yeni tarifler üretmek için sırasıyla benzer yöntemleri kullanmaktadırlar (Sherin, 2018, s. 46). Sadece testi geçen fikirlerin bir sonraki aşama olan uygulama aşamasına taşınarak gerçek etkileri üzerinde araştırılması vakit ve emek kayıplarını önleyebileceği için seçme/eleme aşaması oldukça önemli bir adımdır.

Seçme/eleme aşamasında her zaman üretilen fikirlerden biri veya birkaçı seçilmeyebilir. Bu durumda hatalı ya da eksik olan nokta tespit edilerek bu noktanın çözümüne ihtiyaç duyulan aşamaya geri dönülmelidir. Bu aşama problemin tanımlanmasına kadar uzanabileceği gibi aynı sürecin başına dönülerek farklı fikirler bulmak da olabilir.

Bazen ilk fikir bir tasarım için en iyi çözüm olabilir ancak çoğu zaman en iyi çözümü belirlemeden önce fikrin versiyonları üzerinde çalışmak gerekebilir. Tasarım şirketleri genellikle müşteriye bir tasarımın en az üç versiyonunu veya fikrini sunar. Müşteri tarafından bir ilk konsept seçildikten sonra bile, tasarımcı sorunu en etkin şekilde çözen, izleyiciyi meşgul eden ve proje hedeflerini karşılayan bir versiyona ulaşmadan önce yeni varyasyonlarını yaratmaya devam edecektir. İster bir okul projesi olsun ister bir müşteri tarafından istihdam ediliyor olsun, tasarımcı için tasarım çözümleri geliştirme süreci bir revizyon ve geri bildirim döngüsüne dayanmaktadır. Hem önerilen ilk tasarım çözümleri hem de sonraki revizyonlar geri bildirim tabidir ve nihai tasarımın üretilmesi için genellikle en az bir konseptin birden çok versiyonu gerekmektedir. Bu, profesyonel uygulama da iş akışının bir parçasıdır ve sınıf veya kişisel nedenlerle projeler geliştirirken kullanmak için etkili bir yoldur (Sherin, 2018, s. 46). Geribildirimler ve revizyonlar hangi fikirlerin seçilip hangilerinin eleneceği konusunda rehber vazifesi görürler.

Seçme/eleme sürecini yönlendiren olumsuz eskiz geribildirimleri sırasında şu sorulara; neden işe yaramadığı düşünülüyor, çalışan bir bölüm var mı, çalışmadığını gördükleri belirli öğeler var mı gibi sorulara cevap alınması eskiz sürecinin daha başarılı ilerlemesine yardımcı olacaktır. Bu sorular sorulmadığı takdirde problemin ne olduğu anlaşılamayabilir. Fikri baştan üretmek yerine ufak bir değişiklik sorunu çözüyor olabilir. Daha derine inmeden ve çalışmayan şeyin kökenine inmek için daha spesifik sorular sormadan, neyin daha fazla değiştirilebileceğini belirleme fırsatı olmayacaktır. Örneğin bir logo tasarlandıysa ve konsept güveni iletme bir grup insana, eğitime, proje

ekibine veya yöneticisine logonun onlara ne düşündürtüğünü sormak önemlidir. Güven teması öne çıkmazsa logonun yeterince iyi bir iletişim kuramadığı ortaya çıkacaktır. Ancak arkasından sorulan, logosunu gördükleri bu şirkete güvenip güvenmeyecekleri sorusu daha spesifik bir sorudur ve konsepti karşılayıp karşılamadığı daha net anlaşılabilir. Eğer yine beklenen cevap gelmezse probleme sebep olan önceki aşama tespit edilip o aşamaya dönülmelidir (Stevens, 2020, s. 46-51).

Seçme/eleme aşamasında en iyisi olduğu düşünülen fikirler yüksek bir çözünürlük ve ayrıntı derecesine taşınarak birkaç alternatif, prototip veya model elde edilmesi önerilen çözümlerin simülasyonları olarak hizmet etmekle kalmaz aynı zamanda manipülasyonları, deneyleri ve hatta oynamaları kolaylaştırarak en etkili çözüm yolunu belirlemede tasarımcıya yol gösterir.

2.1.7. Uygulama

Tasarım problemine en iyi çözümü sağladığı düşünülen fikirler seçildikten sonra sıradaki aşama uygulama aşamasıdır. Uygulama aşamasında seçilen fikirler için üretilmiş eskizler tasarlanmış kompozisyonlara dönüştürülür. Seçilen en iyi çözümler, uygun yazılımlar aracılığıyla yeniden oluşturulur. Ancak oluşturulan bu ürün eskizde olduğu gibi belirsiz hatlardan ve varsayımlardan uzak, net görüntüleri ve yazıları barındırmaktadır.

Uygulama aşamasında renk, tipografi ve düzen gibi denemeleri yapmak bilgisayar programları ile oldukça hızlı bir şekilde mümkündür. Bu aşamada seçilen eskizlerin alternatifleri, bu kolaylıktan faydalanılarak mümkün olduğunda çeşitlendirilir. Uygulama aşamasında sayısal olarak çalışırken farklı fikirler daha hızlı test edilebildiğinden, eskiz aşamasında görülemeyen seçeneklerin tanınmasına yardımcı olabilir. Bilgisayarda çalışırken çoğaltma, tekrarlama, döndürme, katmanlama, konumlandırma ve boyut gibi düzenlemeleri keşfetmek eskiz aşamasında olduğundan çok daha kolaydır.

Tasarımcının arayışı uygulama aşamasında da devam etmektedir. Problemin çözümü fikir olarak netleşmiş olsa da bu fikrin iletilmesiyle ilgili daha detaylı sorulara cevaplar arama uygulama aşamasının konusudur.

Malamed'e (2015, s. 18) göre tasarımlar, uygulama aşamasında son haline ne kadar yakın olursa sunum yapılan kişi veya kişilerin iletilmek istenilen fikri anlaması da bir o kadar olur. Ayrıca uygulaması tamamlanmış tasarımlar daha doğru geribildirimlerin de

kapısını aralar. Bu sunumlar sırasında tasarımcının, tasarım kararlarının açıklanması istenebileceği için tamamlanmış bir tasarım üzerinden çalışmanın dayandığı ilkeleri açıklamak da kolay olacaktır.

Uygulama aşamasında tek bir tasarım seçilecek olsa bile alternatifler üzerinde ne kadar çalışılırsa üretilen her alternatif tasarımcıya bir eğitim olarak geri dönebilir. Fazladan çalışma olarak görülse de uygulama sırasında fark edilemeyen ancak tüm süreçte yardımcı olan, tasarımı son haline taşıyan bir eğitimidir bu.

Uygulama aşamasında tasarımcıların karşılaştığı problemlerden biri de çalışmanın nerede sonlanacağı konusudur. Lawson'a (2005, s. 55) göre tasarım sürecinin doğal bir sonu olmadığı gibi bir tasarım sorununun çözüldüğüne şüpheye yer bırakmayacak şekilde karar vermenin de bir yolu yoktur. Tasarımcılar ya zamanları dolduğunda ya da kendi yargılarına göre konu daha fazla takip edilmeye değmediğinde tasarlamayı bırakırlar. Tasarımda da sanatta olduğu gibi becerilerden biri ne zaman duracağını bilmektir. Uygulama aşamasının sonlandırılması ancak bu şartlar altında mümkün olabilmektedir.

2.1.8. Değerlendirme

Grafik tasarım sürecinin değerlendirme aşaması uygulaması tamamlanan projenin test edilmesidir. Pressman'a (2018, s. 6) göre modeli test etmenin bu önemli adımıyla, çözümü veya projeyi daha iyi hale getirme fırsatı doğar. Proje paydaşlar, meslektaşlar ve objektif yabancılar tarafından eleştirel değerlendirmeye tabi tutularak problem tanımına ilişkin kavramları ve çözümleri doğrulamak veya doğrulamamak süreciyle ilerler. Paydaşlardan gelen geri bildirimler, anlamlı revizyonlar yapmak için özellikle değerlidir. Hangi kaynaktan olursa olsun yapıcı eleştiriyi benimsemek, güçlü bir fikri zedelemekten değişiklikler yapmak ve tekrar test etmek gerekmektedir.

Proje üzerinde ne kadar vakit harcanırsa projenin etkili yönleri ile hala iyileştirilmesi gereken yönleri arasında ayrım yapmak o kadar kolay olmaktadır. Değerlendirme süreci profesyonel tasarım ajanslarında olduğu gibi tasarım eğitimi veren okullarda da aynı şekilde ilerlemektedir. En yaygın eleştiri biçimi, katılımcıların çalışmalarını sergilemelerini ve konuşmalarını gerektirir. Ardından eğitmen ve/veya diğer öğrenciler, çalışmanın ödevde belirtilen kriterleri ne kadar iyi karşıladığı konusunda tavsiyede bulunur. Bazen geri bildirim, bir projenin belirli yönlerinin nasıl geliştirileceğine ilişkin önerileri içerir, ancak diğer zamanlarda eleştiri, yalnızca

revizyona ihtiyaç duyan alanların listelenmesine odaklanabilir. Eleştiriler, birebir toplantılar veya küçük gruplar halinde de yapılabilir. Küçük gruplar halinde çalışmak, öğrencilerin birbirlerine daha doğrudan geri bildirim vererek pratik yapmalarına olanak tanımaktadır.

Değerlendirmenin özü işin gelişmesine olanak sağlamaktır. Değerlendirme aşamasında yapılan eleştiriler ufak bir revizyondan sürecin en başına dönüşe sebep olabilir. Belirli bir aşamaya kadar probleme çözüm ürettiği düşünülen fikrin uygulama aşamasının sonunda beklenen performansı göstermediği anlaşılabılır. Bu durumda sürecin uygun bir adımına geri dönüp baştan başlamak gerekebilir.

Değerlendirme adımının önemi, iş gerçek hedef kitleye ulaşmadan önce etkisini, çalışıp çalışmadığını anlamayı sağlamasıdır. Proje ne kadar büyükse, hedef kitle ile bulunduğu başarısızlığın kayıpları o kadar büyük olacaktır. Bu ve benzeri durumları önlemek adına projeyi test etmek büyük önem taşımaktadır. Değerlendirme aşamasında projenin test edilmesi üzerine hazırlanan ortam hedef kitle simülasyonu ile sağlanabilmektedir. Örneğin hedef kitlenin özelliklerini taşıyan küçük bir gruba projenin sunulması daha doğru bir değerlendirme sürecinin gerçekleşmesine olanak sağlayabilir. Böylece işin güçlü ve zayıf yönleri, asıl hedef kitle ile buluşmadan ve herhangi bir kaynak kaybına sebep olmadan tespit edilebilir.

2.1.9. Geri bildirim

Geri bildirim süreci mevcut tasarımdan ziyade sonraki tasarım projeleri için üzerinde durulması gereken bir aşamadır. Tasarım projesinin sonuçlanmasının ardından gelen yeni bir değerlendirme adımıdır. Bu aşamada, profesyonel ortamda hedef kitle ile buluşan tasarımın veya eğitim ortamında notlanmış projenin beklenen etkiyi yapıp yapmadığı ve sonuca göre sonraki projenin yeni öğrenilmiş bilgiler ışığında nasıl üretileceği üzerine geribildirimler alınmaktadır.

Sherin'e (2018, s. 50) göre bir müşterinin projenin onaylandığına dair imza atmış olması veya öğrencinin projesinden not almış olması tasarım projesinin bittiği anlamına gelmemektedir. Projeden öğrenilenleri değerlendirmek ve daha başarılı bir sonuç elde etmek için değiştirebilecek alanları belirlemek için geri bildirim ihtiyacı duyulmaktadır. Her projenin sonunda, tasarımın başlangıçta yönbilgide veya proje ödevinde açıklanan hedeflere ulaşip ulaşmadığını, kitleyi doğru bir şekilde hedefleyip hedeflemediğini ve iyi

görüntülenip görüntülenmediği gibi unsurları anlayabilmek adına gerçekleştirilen bir aşamadır. Bu aşamanın verimli bir şekilde yürütülmesi sonraki projede tasarım becerisini bir üst noktaya taşıyabilmesi adına oldukça önemlidir.

2.2. Problem ve Problem Çözme

İnsan doğası gereği anlam arar ve problem çözer. Problemler insan hayatının temelidir ve çoğu zaman bir problemin çözümü yeni problemler doğurur. Kendimizi ve başkalarının hayatlarını iyileştirmek, etkileşimlerimiz ve deneyimlerimiz üzerinde bir dereceye kadar kontrol sağlamak için sürekli bir arayış içindeyizdir. Akıl yürütme ve mantıksal düşünme kapasitemiz sayesinde bu aramaya yardımcı olan ilişkilendirmeler, karşılaştırmalar yapabilir ve yargıya varabiliriz.

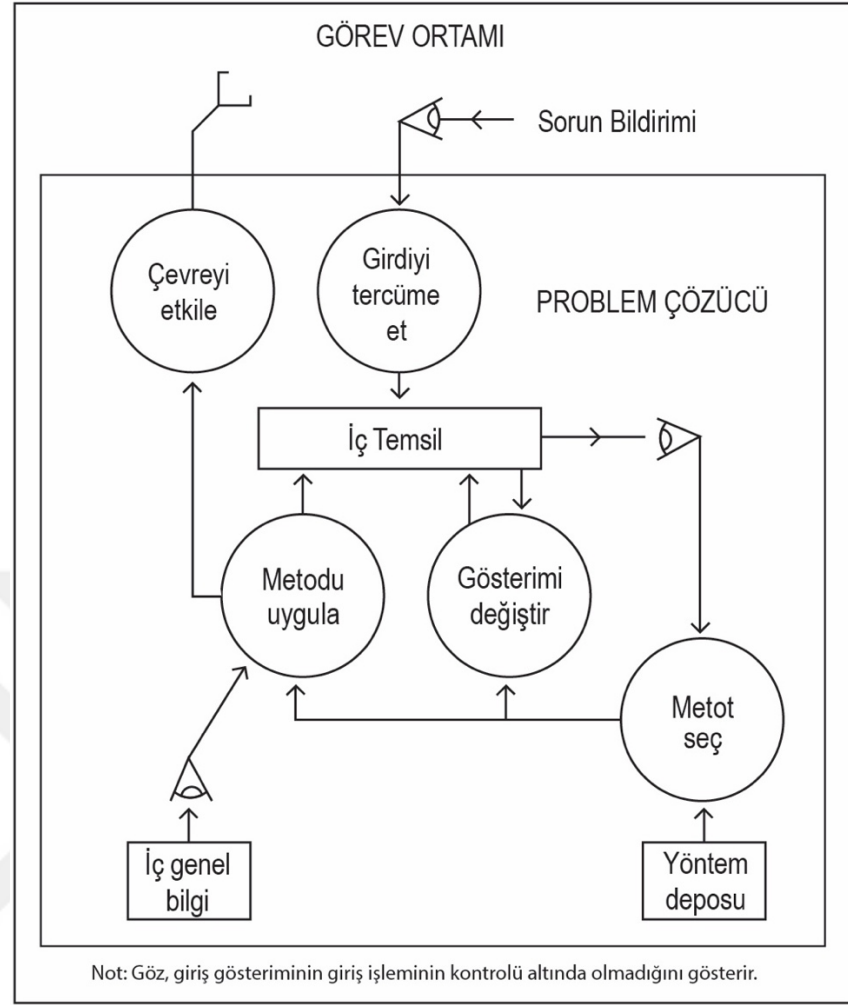
Türk Dil Kurumu (TDK) problemin karşılığı olarak sorun kelimesi göstermiş, sorun ise araştırılıp öğrenilmesi, düşünülüp çözümlenmesi, bir sonuca bağlanması gereken durum, mesele olarak tanımlanmıştır. Oxford İngilizce Sözlüğüne göre, problem hoş karşılanmayan ya da zararlı olarak kabul edilen, ele alınması ve üstesinden gelinmesi gereken bir konu veya durum olarak tanımlanmıştır (Oxford İngilizce Sözlüğü). Gilhooly'ye (1989, s. 2-3) göre problemler, sonsuz çeşitlilikte biçimlerde gelir ve terimin herhangi bir genel tanımı oldukça soyut olmaya mahkûmdur. Gestalt psikoloğu Karl Duncker'ın (Duncker, 1945'ten aktaran Gilhooly, 1989, s. 2-3) problemi, canlı bir organizmanın bir amacı olduğu halde bu amaca nasıl ulaşılacağını bilmediğinde bir problem vardır şeklinde ele almaktadır. Duncker'ın tanımı, bir bilgi işleme sistemi, bir arama süreci olmadan karşılanamayacak bir hedef koşuluna sahip olduğunda bir problem vardır diyerek bilişsel bilim terimleriyle yeniden ifade edilebilir. Bu tanım, hem doğal bilgi işleme sistemlerini bir başka deyişle canlıları hem de program kontrolü altındaki bilgisayarları kapsayacak kadar geniştir.

Bilim adamı David Kirsh, sorunların ayrı bir kategori olmadığını ve problem olarak adlandırılan doğal bir türün olmadığını belirtmiştir (Kirsh, 2008'den aktaran Marchand, 2016, s. 14). Problemler, çözümleri gibi somut ayarlara bağlıdır. Bir uygulama alanından diğerine ve genellikle tek bir alanda faaliyetten faaliyete kapsam ve nitelik bakımından farklılık gösterirler. Problemler de kişilere bağlıdır. Sahibinin problemiyle ilişkisine bağlı olarak büyük veya küçük, karmaşık veya basit, stresli veya heyecan vericidirler.

Dunbar (1998, s. 289) problemi bir hedefe ulaşılması gerektiğinde ve çözüm hemen

açık olmadığında ortaya çıkan olarak tanımlar. Bir problem çözümü, en yaygın ve en eski yenileşim biçimlerinden birini temsil eder. Problemlerin çözülmesi gerekir ve birileri eninde sonunda onları çözecek ustalığa sahiptir (Graham ve Douglas, 2004, s. 44-45).

Newell ve Simon (1971, s. 88) Görsel 2.3.'te görülen problem çözücünün genel şemasını şu şekilde açıklar; girdi tercümesi olarak adlandırılan bir başlangıç işlemi, problem çözücünde, harici ortamın bir temsilini üretir. Daha sonra problem çözme, bu şekilde üretilen içsel temsil çerçevesinde ilerler. Bu temsil problem çözümlerini açık, belirsiz veya belki de ulaşılamaz hale getirebilir. Bir sorun içerde temsil edildikten sonra, sistem belirli bir problem çözme yöntemi seçerek yanıt verir. Bir yöntem, iç temsil açısından formüle edildiği ve görüldüğü gibi, problem çözümüne ulaşmak için rasyonel bir ilişki taşıyan süreçtir. Seçilen yöntem uygulanmasıyla sıra, problem çözücünün hem iç hem de dış davranışının kontrol edilmesine gelir. Her an, uygulamasını izleyen süreçlerden herhangi birinin sonucu olarak, yöntemin yürütülmesi durdurulabilir. Bir yöntem sonlandırıldığında, sorun çözücüyü üç seçenek kalmaktadır, başka bir yöntem denenebilir, farklı bir iç temsil seçilebilir ve sorun yeniden formüle edilebilir veya sorunu çözme girişimi terk edilebilir. Bütün bunlarla birlikte çalışması sırasında, bir yöntem yeni problemler üretebilir (alt hedefler) ve problem çözücü bunlardan birini denemeyi seçebilir. Sorun çözücü, bunun yerine özgün yöntemin başka bir dalıyla devam eden yeni bir alt hedefi bir kenara koyma seçeneğine de sahip olabilir.



Görsel 2.3. Problem çözücünün genel organizasyonu (Newell & Simon, 1972, s. 88)

Problem çözme genellikle problemin açık bir ifadesi ile başlamaz; bunun yerine, çoğu sorun kendi çevresinde tanımlanmalıdır; sonra zihinsel olarak tanımlanmalı ve temsil edilmelidirler. Psikologlar problem çözme sürecini bir döngü olarak tanımlamışlardır. Döngü, problem çözücünün yapması gereken şu aşamalardan oluşmaktadır; sorunu tanımak veya tanımlamak, problemi zihinsel olarak tanımlamak ve temsil etmek, çözüm stratejisi geliştirmek, bilgileri organize etmek, zihinsel ve fiziksel kaynakları tahsis etmek, hedefe ilerleyişi izlemek, çözümü doğruluk açısından değerlendirmek (Bransford ve Stein, 1993; Hayes, 1989 ve Sternberg, 1986'dan aktaran Pretz, Naples ve Sternberg, 2003, s. 3-4).

Tasarım oldukça karmaşık bir eylemdir ve bir günün işlerini planlamaktan bilimde bir teori inşa etmeye veya bir füğ bestelemeye kadar çok çeşitli fenomenleri kapsamaktadır. Bir tasarım problemi karşısında tasarımcıdan beklenen belirli hedefleri karşılayan bir eserin ortaya konmasıdır. Brown ve Chandrasekaran'a (1989, s. 19-20)

göre her tasarım problemi için bir ilkel bileşen kümesinin mevcudiyeti varsayılmaktadır. Bu bileşenlerin grafik tasarım için imge ve yazı olduğu söylenebilir. Tasarım alanı bileşenler arasında olası ilişkileri veya bağlantıların bir repertuarını belirtmektedir. Bu durumda tasarım probleminin çözümü bir dizi kısıtlamayı karşılamak için yine bir dizi bileşen ve bunların ilişkilerinin tam olarak belirtilmesi şeklinde yorumlanabilir.

Görülen ve etkileşimde bulunulan en iyi tasarımlar, her gün karşılaşılan görece küçük görevler üzerinde etkisi olan sorunlara parlak çözümlerin sonucudur. Bu parlak çözümler, günlük hayatta görülenlerde ortaya çıkar ve göz korkutucu bir görevi kolaylaştırmaya yarar. Bu kolaylaştırma, daha önce aynı görevi yapan, bir sorunu kullanım kolaylığıyla görebilen ve sonrasında daha iyi bir çözüm aramak için tasarımdan faydalanan insanların sonucudur. Kullanıcı sadece sonucu görür ancak ondan önce gelen ve bu nihai çözüme yol açan birçok adım vardır (Stevens, 2020, s. 33). Burada ele alınan problem günlük hayatı zorlaştıran ve sıklıkla karşılaşılan durumlara üretilen faydacı çözümlerdir. Grafik tasarımda ise problem, çözülmesi beklenen bir görsel iletişim problemi olarak ele alınabilir. Ürün veya hizmet satmanın da dahil olduğu bu problem çözümü olan grafik tasarım aynı zamanda insanları daha iyi bir dünya için bir şeyler yapma konusunda harekete geçirebilir veya eğitici olabilir. Newcomb'a (1984, s. 20) göre görsel problem çözmenin kelimelerle başlaması gerektiği için tasarımcının hareket noktası editörün başlığı veya metin yazarının fayda beyanı olmalıdır. Tasarımcı bu sözcükleri aynı veya ilgili bir düşünceyi ifade etmek üzere alternatif yollar üretmek için kullanır ve editörün sözcüklerinden yararlanılabilecek paralel fikirlere yönelir. Editörün sözleri ve tasarımcının görselleri birlikte, en büyük duygusal patlamayı, mesajı okuyucunun zihnine yerleştirmeye yardımcı olacak maksimum uğultuyu oluşturur.

Tasarım ve reklamcılık alanındaki birine ne iş yaptığı sorulduğunda çoğunlukla alınan cevap problem çözücü olduklarıdır. Çoğu yaratıcı profesyonelin hayatındaki temel ilkeye en yakın şey budur. Problem çözmenin ne olduğu herkes tarafından bilinir çünkü herkes sürekli problem çözer. Birçok bakımdan problem çözme tüm hayattır ve belki de problem çözme yeteneği doğuştan gelir, öğretilmeye ihtiyacı yoktur. Ancak, çözülmesi gereken önemli sorunlarla kapıdan giren müşteriye bağlı bir meslekte, neden eğitime ihtiyaç duyulduğu görülebilir. Bir güzel sanatlar öğrencisi çözmek için kendi problemlerini yaratırken, bir iletişim öğrencisine genellikle bir başkasının sorunuyla birlikte yaklaşan bir son teslim tarihi verilir (Johnson, 2002, s. 6-8). Grafik tasarımda problem çözme sürecine ilişkin Pressman (2019, s. 131-132) probleme yaklaşım

konusunda farklı bir bakış açısı getirir ve der ki; bir müşteri bir problem sunduğunda, ilk yanıt şu olmalıdır: “Sorun gerçekten bu mu? Onu ortadan kaldıracak başka bir şey var mı?”. En güçlü çözümler gürültüyü görmezden gelir, karışıklığı önler, şüpheler ve yanlış anlamalar tarafından bozulmaz der. Başka bir deyişle, sorunu olduğu gibi kabul etmemek gerektiğini vurgular. Doğru sorunu bulmak için duruma ilişkin küresel bir anlayış bulmaya odaklanmayı, doğal olarak şüpheli olunarak bağlantılar aramayı önemser. Johnson’a (2002, s. 8) göre ise deneyimli bir tasarımcı için problem çözmenin belirli bir stil ve yaklaşımıyla ilişkilidir. Başka bir deyişle deneyimli tasarımcı görsel iletişim tasarımı problemlerini kendi geliştirdiği bir üslupla çözer.

Problem çözüm süreci, fikir üretme eylemini işaret etmektedir. Grafik tasarımda bir tasarım probleminin çözümü diğer birçok alanda olduğu gibi fikir üretmeyle sağlanmaktadır. Bu sebeple daha detaylı olarak fikir üretme süreci grafik tasarımda fikir üretim süreci başlığında ele alınacaktır.

2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretim Süreci

Grafik tasarımcılar bir tasarım sorununu ve onun nasıl çözüleceğini anlamaya çalışırken çok sayıda fikir üretirler. Tasarım süreci ilerledikçe, bu tür fikirler birbirleriyle karşılaştırılarak tartılır ve bazı iyi ve kötü fikirler kavramı geliştirilir. Sonunda bazı fikirler nihai bir tasarım oluşturmak için kullanılır. Grafik tasarımcıların nasıl fikir ürettiği, fikir türlerini, bu üretim sürecini hangi stratejilerin ve kalıpların yönettiği, fikirlerin nasıl değerlendirildiği, kabul edilen fikirler kümesine ulaşmak için hangi sürecin kullanıldığı konuları tasarım sürecini daha iyi anlamak ve etkili bir görsel iletişimin perde arkasında yaşananları kavrayabilmek açısından önem teşkil etmektedir.

Tasarım, mühendislik ve mimarlıktan politika oluşturmaya kadar birçok meslekte mevcut olan doğal bir insan etkinliğidir. Toplumda yenilik ve değişim için önemli bir güçtür. Tasarım ve bilim sıkı bir şekilde bağlantılı olmasına rağmen, tasarımın bilimle karşıtlığı olabilir, çünkü tasarımın mevcut gerçekleri analiz etmek ve tanımlamaktan ziyade yeni gerçeklikleri hayal etmek ve sentezlemekle ilgili olduğu düşünülür. Tasarım, esasen insan amaçları tarafından yönlendirildiği ve amaçlanan işlevlerin yerine getirilmesine yönelik olduğu için sanatla da karşılaştırılabilir. Bu nedenle, bir araştırma alanı olarak tasarım araştırması, genel olarak tasarımın farklı bir düşünme ve bilme modu ile birleştirilmiş ayrı bir disiplin olduğu varsayımına dayanmaktadır (Lawson, 1997 ve

Cross, 2006'dan aktaran Alexiou vd., 2009, s. 623). Tasarım araştırması kapsamında bir tasarım fikrinin doğuşu sürecinin incelenmesi de çeşitli bilimsel yöntemlerle mümkün olabilmektedir. Bu bilimsel yöntemler tasarımcının, tasarım eylemi süresince izlenmesi ve yetkinliği kabul edilmiş diğer uzman tasarımcılar tarafından değerlendirilmeye tabi tutulduğu deneyler olabildiği gibi direkt olarak beyinde bu süreçte neler yaşandığına dair çeşitli sonuçları göstermeye yarayan beyin tarama teknolojilerinden faydalanılan deneyler de olabilmektedir. Bu başlık altında, grafik tasarım sürecinde fikir üretimi konusu genel olarak diğer araştırmacıların ortaya koyduğu bu iki tür deney türünden faydalanılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

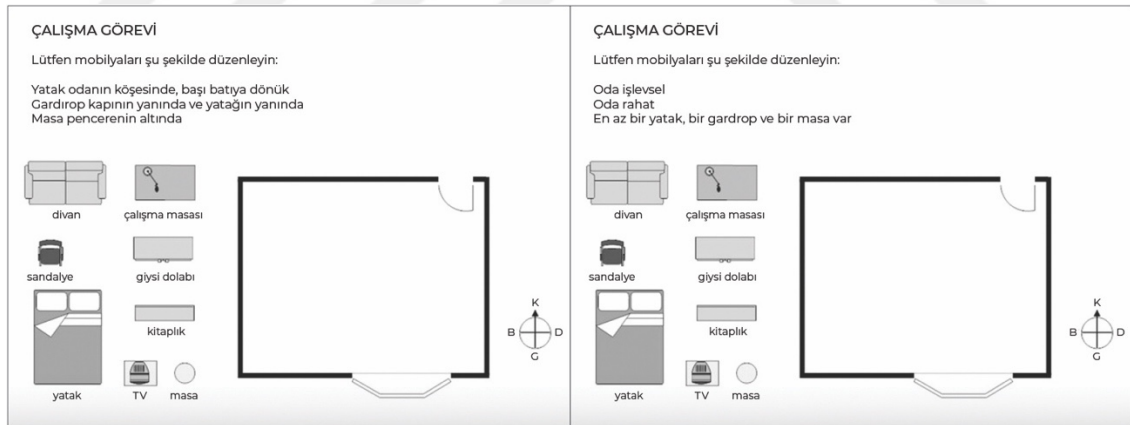
2.3.1. Zihinsel ortamda gezinme

Tasarım sürecinde fikir bulma aşaması, diğer tüm insan çabalarında olduğu gibi ilk olarak zihinde başlar. Tasarımcı, çözüm üretmesi beklenen tasarım problemiyle karşılaştığı anda tasarım yolcuğuna başlamak üzere zihninde bir tür gezintiye çıkmaktadır. Zihinde gezinme (mind wandering), dikkatimizin ana görevden özel düşüncelerimize, bilincin odağı haline gelen bilgilere geçtiği, içsel bilgiye odaklanma durumudur (Smallwood ve Schooler, 2006, s. 946). Problem çözme ise genellikle zihinsel modellerin oluşturulmasını ima etmektedir (Laird, 1983'ten aktaran Salvi ve Bowden, 2016, s. 1). Benzer şekilde, sorunları çözmeye çalışırken genellikle sorun alanının ve sorun senaryosunu oluşturan öğelerin soyut temsilleri hayal edilmektedir. Zihinsel modeller, dış dünyaya ilişkin genel bilgiyi, mevcut durumdan elde edilen bilgilerle birleştirerek devam eden olayların öneminin değerlendirilmesini sağlamakta ve iki farklı amaca hizmet etmektedirler; olaylar arasındaki soyut ilişkileri temsil etmek ve dikkati, modeli daha da geliştirecek bilgilere yönlendirmek (Smallwood, McSpadden ve Schooler, 2008, s. 1144).

Literatüründe tasarım, en yaygın olarak problem çözme ile ilgili olarak tanımlanmaktadır. Tasarımın özel bir problem çözme durumu mu yoksa tamamen farklı bir düşünme tarzı mı olduğu konusunda bazı belirsizlikler mevcuttur. Tasarımda genel olarak, problem uzayı bir dizi gereksinimleri temsil ederken çözüm uzayı bu gereksinimleri karşılayan bir dizi yapıyı temsil etmektedir. Problem çözme teorisinde, problem uzayı, problem çözme görevi için bir değerlendirme fonksiyonu veya durdurma kriterlerinin yanı sıra bir dizi olası durumun temsidir (Ernst ve Newell, 1969 ve Newell

ve Simon, 1972'den aktaran Alexiou vd., 2009, s. 627). Bu görüşe göre tasarım problemleri, araçların da dahil olduğu problem uzayının temsili ve problem uzayı üzerindeki olası işlemler ile aynı zamanda amaçlar olan değerlendirme fonksiyonu veya durdurma kriterleri, görev ortamında verilmemekte ancak tasarım sürecinin bir parçası olarak yerini almaktadır. Bu durumda problem çözme, çözümü çevreleyen tanımlanmış bir problemin varlığını varsayarken, tasarım, problemin çözümle birlikte tanımlanmasını içermektedir. Tasarım problemlerinin *kötü* (wicked) problemler olarak ele alınmasının sebebi budur. Bir başka deyişle tasarım probleminin kendisi açık uçludur ve tek bir optimal çözüme sahip değildir, aksine yorumlama ve değerlendirme gerektiren bir dizi problemdir. Bu durum, tasarım sürecine dair literatürde neden öncelikle problemin tanımlanması gerektiği konusuna ağırlık verildiğini açıklamaktadır.

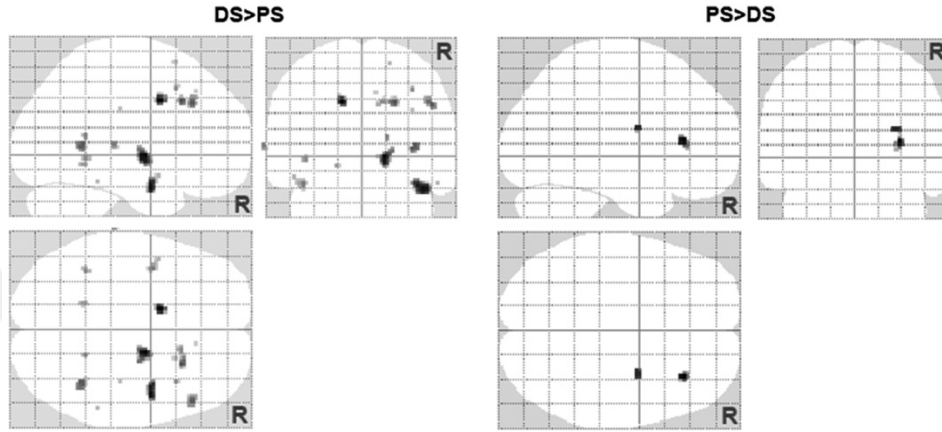
İyi tanımlanmış bir problemle, tasarım probleminin çözümü sırasında beyin aktivitelerini karşılaştırmak üzere yapılan bir deneyde (Alexiou vd., 2009, s. 623-643) katılımcılara iki tür görev verilmiştir. Görsel 2.4.'te soldaki görev iyi tanımlanmış probleme karşılık gelirken, sağdaki görev iyi tanımlanmamış bir tasarım problemine karşılık gelmektedir.



Görsel 2.4. Problem çözme görevi örneği (solda), tasarım problemi çözme görevi (sağda) (Alexiou vd., 2009, s. 628-629)

Katılımcıları mimari, multimedya, grafik tasarım, ürün tasarımı, sanat vb. alanlardan gelen kişilerden oluşan deneyindeki bulgular, tasarım problemi çözmenin ve problem çözmenin, farklı beyin ağlarıyla bağlantılı farklı bilişsel işlevleri içerdiğini göstermektedir. Görsel 2.5.'te görüldüğü üzere problem çözme ile karşılaştırıldığında, tasarım görevlerini incelemek, daha kapsamlı bir beyin alanları ağına çalıştığını ortaya

koymaktadır. Deney sonucunda elde edilen bulgular ışığında araştırmacılar, sağ dorsolateral prefrontal korteksin ve singulat korteksin anlamsal işlemler gerçekleştirmek, uygun tepkilerin ve temsillerin araç ve amaçlarını değerlendirmek, çatışmaların çözümünü desteklemek ve belirsizlik altında karar vermeyi modüle etmek için birlikte çalışması gerektiğini öne sürmektedir.



Görsel 2.5. *Tasarım çalışmasıyla problem çözme görevleri çalışmasını (solda) ve problem çözme çalışmasıyla tasarım görevi çalışmasını (sağda) karşılaştıran istatistiksel parametrik haritalar, (Alexiou vd., 2009, s. 637)*

Algoritmik veya sezgisel yollarla çözüm aranan bir *problem alanı* veya *olasılık alanı* teorisi, merkezi görüşlerden biri olarak kabul edilmekte ve yapısal olarak, eğer problem ve istenen hedef durumu tanımlanırsa, problem çözmenin problem uzayı boyunca istenen çözüme giden bir arama yolu yaratmak olduğu varsayılmaktadır (Perkins, 1996'dan aktaran Wiltschnig ve Onarheim, 2010, s. 4). Bu arama yolunu yaratmada dış etmenlerin, daha açık ifade etmek gerekirse tasarımcının maruz kaldığı çeşitli unsurların problemi tanımlama ve çözme üzerindeki etkilerinin incelenmesi gerekebilir. Bu noktada ise çağrışımsal süreçlerin tasarım konsepti oluşturma da rolünü anlamak önemlidir. Tasarım ürünleri, ön tasarım kararlarının çoğunu yönlendiren bir tasarım konsepti temelinde ortaya çıkmaktadır. Tasarım konseptine, Darke'in (1979'dan aktaran Goldschmidt ve Sever, 2011, s. 139), *birincil oluşturucusunda* olduğu gibi, bir başlangıç noktası olarak açık bir dizi kısıtlama ve hedef kullanılarak ulaşılabilir. Ancak çoğu zaman fikir arayışı oldukça özgür ve sezgiseldir, burada umut verici bir fikir kendisini çağrışımsal bir süreç yoluyla sunabilmektedir. Büyük tasarım fikirleri nereden geliyor? Bu fikirler sadece tasarım probleminin kendi verilerinden çıkarılabilirler mi?

diye soran Goldschmidt ve Sever (2011, s. 139), tasarımcıların, durumun böyle olmadığını bildiklerini ve bir başlangıç konsepti oluşturabilmek için daha fazla bilginin elde edilmesi ve problem alanına dahil edilmesi gerektiğinin farkındadırlar diye belirtmektedirler. Goldschmidt ve Sever (2011, s. 145-153) dış uyaranların, problem alanına ve tasarım fikri üretimine etkisini anlamak üzere bir deney tasarlamışlardır. Metin okumanın etkisi ve farklı metin türlerinin etkisi üzerine yaptıkları araştırmada 35 endüstriyel tasarım öğrencisiyle çalışmış ve şu hipotezleri ele almışlardır; tasarım problemi alanıyla yakından ilgili alanlardan gelen fikirleri içeren metinleri okumak, metinsiz tasarım problemi çözmeye kıyasla tasarım problemini çözmeyi geliştirir, tasarım problemi alanından daha uzak alanlardan fikirleri içeren metinleri okumak, metinsiz tasarım problemi çözmeye kıyasla tasarım problem çözmeyi geliştirir. Araştırmacılar ayrıca şu soruya cevap aramışlardır; hangi tür uyarıcılar (problemle ilgili ya da ilgisiz fikirleri olan metinler) tasarım konseptinin kalitesine/yaratıcılığına daha çok katkıda bulunur? Araştırmanın sonucunda elde ettikleri veriler ışığında fikir içeren farklı metin türlerinin okunmasının ilham verici olabileceğini ve kısa süreli tasarım alıştırmasında öğrenciler tarafından üretilen tasarımların özgünlüğünü ve yaratıcılığını artırabileceğini öne sürmektedirler. Görüntü uyaranlarının da tasarımın özgünlüğü üzerinde bir etkisi olduğunu ve tasarım ödevlerinin açık bir formülasyonunun da benzer bir etkiye sahip olduğunu kabul eden araştırmacılar, metinlerin de aynı etkiye sahip olduğunu düşünmektedirler. Uyarın imgelerin ve muhtemelen metinlerin de (teknik olmayan metinlerin) özgünlük üzerindeki ilham verici gücü anlayışta çoğunlukla şekiller, biçimler ve aralarındaki ilişkilerle ilgilidir. Araştırmacılar, tasarımcıların şekilleri ve formları uyarıdan yola çıkarak görevlerine eşleyebildiklerini, bunları yeni içeriğe uyacak şekilde dönüştürdüklerini öne sürmektedirler.

Problem alanının belirginleşmeye başlamasıyla, tasarımcı zihinsel araç ve gereçlerini kullanarak fikir arayışına başlar. Zihinsel araçların, bir başka deyişle nöral mekanizmanın işleyişi üzerinde bireyin direkt olarak bir müdahalesinden söz etmek zordur. Bu sebeple tasarımcı malzemelere yönelir. Zihinsel imgeler, bu malzemelerin başında gelmektedir. Tasarımcı, tasarım problemine çözüm olabilecek imgeyi bulmak üzere zihnindeki imgelerden seçkiler hazırlar, bunları zihninde değiştirir, birleştirir, bozar ve amacı doğrultusunda yeniden üretir. Zihinsel imgeler oluşturma ve oluşturulan bu imgeleri çeşitli yollarla manipüle etme yeteneğinin tasarımcılar için temel becerilerden biri olduğu söylenebilir. Zihinsel imgelerin üretimi ve manipülasyonu tasarımcının hem

fikir bulmasını hem de fikirlerinin fiziksel ortama taşınmadan önce şekillenmesini sağlayabilir. Bu sebeple zihinsel imgeler oluşturmak tasarım sürecinde, başta fikir bulma aşaması olmak üzere kritik bir rol oynamaktadır.

Zihinsel imgeler oluşturma süreci beyinde birden fazla bölgenin etki ettiği bir dizi eylemler sonucu gerçekleşmektedir. Bu eylemlerden sorumlu ana bölge ve yolların başında görevi görme ve zihinsel görüntüler oluşturma olan oksipital lob, *ne* yolu (what pathway) olarak da bilinen, şekil, renk ve nesne tanıma analizinden sorumlu olan ventral görsel akım yolu ve *nerede* veya *nasıl* yolu (where pathway, how pathway) olarak da bilinen, uzamsal bilgi, konum ve hareketin işlenmesinden sorumlu olan dorsal görsem akımdır (Purves vd., 2018, s. 277, 661, 814). Tasarımda düşünme süreci sırasında beyin bölgelerinin etkileşimini inceleyen ve etkileşime giren bölgeler üzerine bilgiler sunan bir diğer çalışma (Alexiou, Zamenopoulos ve Gilbert, 2011, s. 501-502), fMRI (Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme) taramaları kullanılarak beynin yaratıcı problem çözme ve yenilikçiliğe nasıl yaklaştığını gösteren önemli veriler ortaya koymaktadır. Tasarım bilişselliği üzerine yapılan çalışma, tasarım görevlerinin özel beyin ağları ile ilişkilendirilmiş farklı bilişsel işlevleri harekete geçirdiğini öne sürmektedir. Çalışma, anterior singulat korteks ve dorsoletral prefrontal korteksin eylemleri düzenlemede ve temsilleri oluşturmada iş birliği yapmasının önemli olduğunu, bu işbirliğinin sadece bir problemle başa çıkmak için değil, aynı zamanda içsel temsilleri ve eylem planlarını formüle etmek için temel olduğunu öne sürer ve açık uçlu ortamda oluşan temsil çatışmalarını ele alır. Önerilen tasarım düşüncesi modeli, iki katmanlı beyin aktivitesi koordinasyonunu ifade etmektedir. Bunlardan ilki, alttan yukarıya (bottom-up) bilgi işleme adı verilen, duygusal ve bilişsel görev temsillerini oluşturan katman ve ikincisi, yukarıdan aşağıya yürütme (top-down) adı verilen, çatışan temsilleri izleyen ve yürütme şemalarını oluşturan işlemidir. Araştırmacılara göre tasarım düşüncesi, eksik temsillerin ve çatışmalara ek olarak görev ortamının (verilen tasarım problemi) içsel ve dışsal temsilleri arasındaki çatışmalarının görünmesiyle başlamaktadır. Gözlemlenen anterior singulat ve dorsolateral prefrontal korteks aktivasyonu, farklı temsilleri uyumlu hale getirme sürecini simgelemekte ve içsel temsillerle birlikte uygun eylem yollarının oluşturulması ve bu yolların yeniden formülasyonunu içermektedir.

Tasarımcılar bir tasarım problemini ele alırken, çözüm sunan fikre ulaşmak için aynı yolu izlemeyebilirler. Tasarım problemlerinin açık uçlu oluşu, bu problemlerin birden fazla çözüme sahip olmasına, dolayısıyla çözüm yollarının da çeşitli olmasına

sebebe olmaktadır. Bununla birlikte her zihin ve içinde muhafaza ettikleri birbirinden farklıdır. Aynı duyuşal veri farklı bireyler tarafından farklı yorumlarla kaydedilebilir. Benzer şekilde, verilerin işlenmesi süreci de farklılık gösterebilir. Phillips ve Lupton (2011, s. 167-169), tasarımcılara, kendilerini fikir bulmaya nasıl hazırladıklarını sordukları kısa bir görüşme hazırlamış ve her bir tasarımcıdan kendilerine özgü çeşitli yöntemler üzerine cevaplar almışlardır. Örneğin; Christoph Niemann, boş bir kâğıda bakarak düşündüğünü söylerken Abbott Miller başkalarıyla proje üzerine konuşarak düşündüğünü belirtmiştir. Görüşmeye katılan bir diğere tasarımcı olan Maira Kalman yaptığı yürüyüşlerde düşündüğünü, Bruce Willen ise belirli bir tekniğı olmadığını söylemiştir.

Yaratıcı bir fikir veya bir problemin olası çözümünü ararken, insanlar sık sık zihinlerinde gezintiye çıkmaktadırlar. Elbette, zihinde gezinme mutlaka bir problem üzerinde çalışıldığı veya yaratıcı bir fikir sahibi olunduğı anlamına gelmemektedir. Örneğin kişı geçirdiğı bir tatili düşünüyor olabilir. Ancak, birkaç kanıt hattı, zihin dolaşmasının hem yaratıcılıkla (Baird vd., 2012, s. 1117–1122) ilişkili olduğunu hem de *hiçbir şeye bakmama* davranışıyla ilişkili olduğunu göstermektedir (Smilek, Carriere ve Cheyne, 2010, s. 786-789). Salvi ve Bowden (2016, s. 1) görsel imgelemi açıkça içermeyen düşünce süreçlerinde (zihin dolaşması, problem çözmede içgörü, bellek kodlama ve arama) gözlemlenen bu *hiçbir şeye bakmama* davranışını, dış görsel çevrenin azaltılmış analiziyle ilişkilendirmiştir. Araştırmacılara göre bu durum, yaratıcılık ve problem çözme sürecinde bilişsel yükü azaltıp içsel olarak gelişen aktivasyona dikkati artırarak, dış uyarıcılardan iç uyarıcılara bir dikkat kaymasını gösterir ve eylemi kolaylaştırır. Bu sebeple insanlar bellekten bilgi edinme, hayal kurma, problem çözme veya yaratıcı düşünme ile meşgul olduklarında genellikle bakışlarını problemden veya diğere insanlardan boş bir alana kaydırmaktadırlar. Grafik tasarımcı Christoph Niemann'ın düşünmek için boş bir kâğıda baktığını söylediğı gibi sanatçı Paul Gauguin, *görmek için gözlerimi kapatıyorum* derken Munch ise *görüyor olduğumu değil, görmüş olduğumu çiziyorum* sözünüyle hem içsel üretim süreçlerini ifade etmişlerdir (Tøyen Munch Müzesi, 2023). Görsel ortamda bilgi arama işlemini sağlayan mevcut nöral sistemler, uzun süreli bellekte depolanan görsel olmayan bilgileri arama yeteneğıne sahip nöral sistemlerin ortaya çıkmasına yol açmış olabilir (Ehrlichman ve Micic, 2012). Bu bağlantı, insanların uzun süreli bellekte (görsel olmayan) bilgi aradıklarında, görsel olarak çevreyi tararken yaptıklarına benzer çok sayıda göz hareketi yaptıkları ve uzun süreli bellekteki bilgiye

odaklandıklarında, insanların görsel ortamda bir nesneye odaklandıklarında olduğu gibi çok az göz hareketi yaptıkları bulgusu ile desteklenmektedir. Böylece, içsel dikkat mekanizmaları, dış dünyaya dikkat etmek için zaten mevcut olanlardan evrimleşmiş olabilir (Ehrlichman ve Micic, 2012, s. 99). Benzer şekilde (Brandt ve Stark 1997'den aktaran Salvi ve Bowden, 2016, s. 2) herhangi bir görsel uyarıcı hayal edildiğinde, ona bakıldığı zamanki okülo motor tepkilerin tetiklendiğini bulunmuştur. Bir başka deyişle hayal sırasındaki göz hareketlerinin rastgele olmadığı, hayal edilen sahnenin içeriğini yansıttığı ortaya koyulmuştur.

Göz hareketlerinin zihinsel imgeleri nasıl yansıttığı incelenen bir başka deneyde de (Spivey ve Geng, 2001, s.239-240) katılımcılardan daha önce ekranda sunulmuş dört nesneden birinin özelliğini hatırlamaları istenmiştir. Bu deneyde, geri çağırmayı ele alacak görsel bir bilgi orada olmadığı halde katılımcıların eksik nesnenin sunulduğu ekrandaki boş bölgeye bakma olasılığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Göz hareketleri ve zihinde bilgi tarama üzerine yapılan bir araştırmada (Smilek, Carriere ve Cheyne, 2010, s. 786-789) artan göz kırpma oranının dikkatsiz okuma ile ilişkili olduğu ortaya koyulmuş ve böylece zihin dolaşmasının, gözleri kapatmak suretiyle sağlanan duyuşsal bilgilerin fiziksel blokajı ile eşleştirildiğini, bunun da göz kırpmanın, bir kişinin iç düşüncelere ne ölçüde katıldığının bir göstergesi olarak hizmet edebileceğini göstermiştir.

Yukarıda sözü geçen araştırmalar ile göz hareketleri ve göz kırpma alışkanlıklarının yaratıcılık, problem çözme ve hafıza arama gibi bilişsel süreçlerle ilişkisinin incelenmesi ile bireylerin derin düşünceye daldıklarında çevrelerinden kopmak için daha fazla göz kırpma veya boş alanlara bakma eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır. Bu çalışmaların sonucunda hiçbir şeye bakmama davranışının, dışsal görsel çevre analizini azalttığı ve dikkati dışsal uyaranlardan içsel olanlara kaydırarak yaratıcılığı ve problem çözme yeteneğini artırdığı görülmüştür. İçgörü ile elde edilen çözümlerin, problem çözme sırasında potansiyel olarak engelleyici görsel girdileri aktif olarak azaltarak ve çözüm öncesinde problem alanının dışındaki beyaz boşluğa bakarak kolaylaştırıldığını göstermiştir. Bu araştırmalar doğrultusunda, tasarımcının fikir üretimi sürecinde odaklanmayı kolaylaştırmak üzere boş bir alana bakmasının veya gözlerini kapatmasının yaratıcı süreci teşvik eden bir zihinsel durumu sağladığı söylenebilir.

Yaratıcı fikir üretme çabası söz konusu olduğunda, tasarımcının zihnin çalışma prensipleri üzerinde bilinçli bir kontrolünün olduğunu söylemek güçtür. Ancak bu

prensiplerin anlaşılması yaratıcı fikirlerin nasıl üretildiği hakkında bilgi sahibi olunmasına katkı sağlayabilir. Zihnin fikir üretimi sırasındaki işleyişi ile ilgili sinirbilim alanında yapılan bir diğer araştırmada (Kleinmintz vd. 2019, s. 131-138) yaratıcılığın iki aşamadan oluştuğu ve bu aşamaların, fikirlerin üretilmesi ve değerlendirilmesi olarak adlandırıldığı belirtiyor. Yaratıcılığın bu iki katlı modelini açıklamaya ve genişletmeye yönelik nörogörüntüleme bulgularının sentezlendiği bu çalışmada, fikirlerin üretilmesi ve değerlendirilmesi arasında döngüsel bir hareket olduğu öne sürülmektedir. İlk aşama, yeni fikirlerin üretilmesini içerirken ikinci aşama, bu fikirlerin değerlendirilmesi ve seçilmesi sürecini içerir. Değerlendirme aşaması ayrıca alt aşamalara ayrılmaktadır; değerlendirme, izleme ve seçme. Bu araştırmada fikir üretimi ve değerlendirme için farklı beyin bölgelerinin etkin olduğu vurgulanmaktadır. İlk aşamada yaratıcı fikirlerin oluşturulması sırasında, beynin varsayılan mod ağı olarak adlandırılan bir nöral ağın etkin olduğu belirtilmektedir. Bu ağ, fikirlerin birleştirilmesi, zihinsel dolaşım, geleceği düşünme, hafıza, geri çağırma ve semantik bütünleme gibi süreçlerle ilişkilendirilir. Ayrıca, farklı düşünce yollarını bir araya getirme sürecini destekler. İkinci aşama olan fikirlerin değerlendirilmesi ve kontrol edilmesi sırasında etkinleşen yürütücü kontrol ağı inisiyasyon (kabul etme), inhibisyon (engelleme), çalışma belleği, esneklik (güncelleme/değiştirme), planlama ve hata algılama gibi kognitif süreçleri içermektedir. Bu aşama, yaratıcı fikirlerin seçilmesi ve reddedilmesiyle ilgilidir. Engelleme süreci, sıradan veya yaygın fikirleri reddetmeyi içerirken, değerli ve yenilikçi fikirleri daha fazla dikkat ve ayrıntılı bir şekilde ele alır. İnsanların yaratıcı fikirleri nasıl değerlendirdiği, yaratıcılık süreçlerindeki önemli bir rol oynar ve bu sürece etki edecek kültürel ve çevresel şartlar gibi unsurlar, yaratıcılığın kalitesini değiştirebilir.

İraksak düşünce üzerine odaklanan bir başka araştırmada (Mayseles vd., 2015, s. 232-239) yaratıcılığın iki aşamalı olduğu teorisi ile ilgili olarak farklı yaş, cinsiyet ve eğitim seviyelerine sahip 30 katılımcı ile bir deney gerçekleştirilmiştir. Deneyde katılımcılardan sıradan nesneler (örneğin, bir kalem, bir şişe vb.) verilmiş ve bu nesneler için olası orijinal kullanımlar düşünmeleri istenmiştir. Örneğin, bir kalem için orijinal bir kullanım önerisi, *müzik aleti olarak kullanılması* olabilir. Katılımcıların görev sırasındaki beyin aktivitelerinin manyetik rezonans görüntüleme ile gözlemlendiği bu çalışma sonucunda orijinal fikirler üretme yeteneğinin, varsayılan mod ağının bir parçası olan bölgelerdeki aktiviteler aracılığıyla sağlandığı gösterilmektedir. Ayrıca, daha orijinal fikirler üretebilen bireylerin ventral anterior singulat korteks adı verilen bir bölgede

artmış aktivasyona sahip olduklarını ve bu aktivasyonun sol oksipital-temporal bölge ile ilişkilendiğini göstermiştir. Bu sonuçlar, orijinal fikirlerin üretilmesi için fikir üreten bir sistem ile bu fikirleri değerlendiren bir kontrol sistemi arasındaki etkileşimin bir sonucu olduğu çift modeli desteklemektedir.

Yaratıcı düşüncede iki katlı model temel alınarak gerçekleştirilen bir başka çalışmada (Rominger vd., 2018, s. 13-19) Torrance Yaratıcı Düşünme Testi'nin Resim Tamamlama Görevi (Picture Completion Task) olarak bilinen bir yaratıcı düşünme görevi sırasında üst alfa bandındaki EEG aktivitesi incelenmiştir. 50 katılımcı ile yürütülen bu çalışmada yaratıcı düşünmenin iki temel aşaması olarak ele alınan fikir üretimi ve fikir ayrıtılma süreçleri için iki ayrı görev verilmiştir. Fikir üretimi sürecinde katılımcılardan, verilen soyut çizgi ve şekillerin yaratıcı bir şekilde zihinlerinde tamamlamaları sonra da çizimleri istenmiştir. Bu aşama sırasında, katılımcıların parietal ve oksipital bölgelerde üst alfa bandındaki beyin aktivitesinde bir azalma gözlenmiştir. Bu durum, görsel ve figüratif işleme gereksinimlerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Fikri geliştirme aşamasında ise katılımcılardan, başlangıçta ürettikleri fikri zihinsel olarak geliştirmeleri ve daha sonra bunu çizimleri istenmiştir. Bu aşama sırasında, parietal ve oksipital bölgelerdeki üst alfa bandındaki beyin aktivitesinde artış gözlenmiştir. Bu, üst düzey bilişsel kontrol ve zihinsel imgelerin önemli bileşenlerinin dahil olduğunu göstermektedir. İkinci aşamada, özellikle frontal bölgelerde daha fazla üst alfa aktivitesi gözlenmiştir. Bu deney sonucunda anlaşılmıştır ki fikir üretme aşamasından fikir geliştirme aşamasına geçişte daha fazla yaratıcı çıktılar elde etmek için alttan yukarıya bilgiyi ve motor imgelemeyi kontrol etmekte artan engelleme kontrolü büyük önem arz etmektedir. Bu da önceki çalışmalarda olduğu üzere yaygın veya konuya uygun olmayan fikirlerin elenmesini sağlamaktadır.

Tasarımcılar, tasarım problemleri için kendi ürettikleri veya mevcut tasarımlardan hareketle başka tasarımcılar tarafından üretilen çözümleri hafızalarında bilinçli veya bilinçsiz olarak depolarlar. Yaratıcı fikir üretimine odaklanan bir araştırmada (Benedek vd., 2014, s. 125-133), yeni fikirler üretirken eski fikirleri hatırlamaktan farklı olan beyin bölgelerinin aktif olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcılardan yaygın nesneler için farklı ve yaratıcı kullanım alanları fikri üretmeleri istenen deneyde elde edilen bulgular, çeşitli ve yaratıcı fikirlerin başlangıçta yaygın ve bilinen fikirlerin geri çağırılması ile başladığını ve ilerleyen aşamalarda, yeni ve daha yaratıcı fikirlerin ortaya çıkma olasılığının arttığını ve bu süreci destekleyen bilişsel süreçlerin devreye girdiğini

göstermiştir. Araştırmadan, yeni fikirler üretmenin, önceden bilinen fikirlerden daha fazla yaratıcılık ve beyin aktivasyonu gerektirdiği anlaşılmaktadır.

Hem sanat ve tasarım alanında hem de bilimde çeşitli eserlerin ve icatların, rüyada görüldüğü veya uyku ile uyanıklık hali arasında akla geldiği ile ilgili olarak çeşitli anekdotlara rastlanmaktadır. Beatles'ın Yesterday isimli şarkısı ve Nobel Ödülü sahibi Otto Loewi'nin kimyasal sinir iletimi teorisini deneysel olarak nasıl kanıtlayabileceği fikriyle uyanması örnek olarak gösterilebilir (Ritter ve Dijksterhuis, 2014, s. 1). Rüya ve buluşlar arasındaki bağlantı üzerine olan hikayelerin yaygınlığı sinirbilim alanında kendine yer bulmuş gibi görünmektedir. Uyku sırasındaki beyin aktiviteleri ve yaratıcılık arasında bağlantıyı, özellikle REM uykusu sırasında gerçekleşen rüyalar üzerinden inceleyen bir araştırmada (Krippner, Richards ve Abraham, 2012, s. 170-174), yazarlar özellikle, bipolar bozuklukta hafif ruh hali yükselmesiyle ilişkili yaratıcılık ve REM uykusu sırasında rüya görme fenomeni üzerine yoğunlaşmaktadır. Bahsedilen ruh hali ve rüya görme durumlarını patolojik veya anlamsız olarak değerlendirmek yerine, kaos teorisi (belirli durumların tahmin edilemez ve karmaşık doğasını inceleyen matematiksel bir teori) çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Makalede, kaos teorisi yaratıcılığın daha iyi anlaşılması için bir çerçeve olarak kullanılırken bir taraftan da zihinsel süreçlerin doğrusal olmayan ve öngörülemez yönlerinin incelenmesinde, yaratıcılık ve zihin arasındaki karmaşık ilişkiyi anlamaya yardımcı olduğu belirtilmektedir. REM uykusu sırasında beynin, uyanıklık durumundan farklı bir aktivite düzenine girdiği ve bu süreçteki beyin dalgalarının, yaratıcı düşünce ve problem çözme yeteneklerini etkileyebileceği savunulmaktadır.

Uyku ve yaratıcılık üzerine yapılan bir başka araştırmada (Lacaux vd., 2021, s. 1-10), uyku ve yaratıcılık arasındaki ilişki incelenmiş ve özellikle uyku başlangıcının yaratıcılık üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu öne sürülmüştür. 109 katılımcı ile gerçekleştirilen deneyde katılımcılar, matematik problemlerine maruz bırakılmıştır. Katılımcılara, deney yürütücüleri tarafından bu problemleri çözmek için gizli bir kural bulunduğu söylenmiştir. Araştırma sonuçları, katılımcıların uyku başlangıç evresinde geçirdikleri zamanın, bu gizli kuralı keşfetme şanslarını üç katına çıkardığını göstermiştir. Makalede uyku başlangıcının, yaratıcılığın artırılmasında kritik bir *tatlı nokta* olduğu vurgulanmakta ve bu süreçte alfa ve delta beyin dalgalarının rolüne dikkat çekilmektedir.

Rüyada ortaya çıkan fikirlerin sadece beynin uyanıklık halinden farklı bir dalga boyuna geçmesi sebebiyle olmadığı, kuluçka döneminin de bu yaratıcılık üzerinde etkisi

olduğu düşünülebilir. Entelektüel keşif süreçlerine ilişkin anekdot niteliğindeki raporlar ortak bir temayı paylaşıyor görünmektedir. Bu anekdotlara göre bireyin zihninde beklenmedik bir şekilde bir içgörü parıltısı belirmekte ya da çözülmemiş bir sorunu bir süreliğine bir kenara bırakmış ve ilk çözüm girişimlerinde başarısız olmuştur. Çözülmemiş bir sorundan, sanki hiçbir ek çaba gösterilmiyormuş gibi görünen bir çözümün ortaya çıkmasına izin veren bu geçici uzaklaşma, kuluçka dönemi olarak adlandırılmaktadır (Wallas 1926'dan aktaran Sio ve Ormerod, 2009, s. 94). Yaratıcı fikir üretiminde tasarımcıların bilinçli olarak veya şartlar sebebiyle deneyimledikleri kuluçka dönemi, bir problemle ilk bilinçli karşılaşmadan sonra, bilinçli düşünceden uzaklaşarak problem üzerinde doğrudan odaklanılmayan bir dönem olarak tarif edilebilir. Bu dönemin, bilinçaltı süreçlerin aktif olarak çalıştığı ve yaratıcı çözümlerin oluşmasına ve fikir üretimine katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Bu dönem, yaratıcılıkta önemli bir role sahip olup, yeni fikirlerin ve çözümlerin bilinçli düşünceden bağımsız olarak gelişebileceği bir süreç olarak görülmektedir (Ritter ve Dijksterhuis, 2014, s. 1-10). Problem çözme ve yaratıcılıkta kuluçkaya ilişkin deneysel literatür problem türü, kuluçka dönemindeki faaliyetler, yetenek ve cinsiyet gibi birçok değişkenin kuluçka dönemleriyle etkileşime girebileceğini göstermiştir. Bilinçli problem çözmeden uzakta geçen süre önemli olsa da, geri dönüşte daha iyi problem çözmeyle sonuçlanan tek faktör bu sürenin geçmesi değildir. Bu incelemenin gösterdiği üzere, problem çözme ve yaratıcılığı geliştirmek için tanımın kuluçka dönemiyle etkileşime giren diğer bileşenleri de içerecek şekilde genişletilmesi gerekebilir (Dodds, Ward ve Smith, 2004, s. 43). Bu durum kuluçka dönemi ve yaratıcı fikir bulma üzerine olan etkileri konusunda daha fazla araştırma yapılması ve deneyler yürütülmesi gerektiğini göstermektedir.

Yukarıda sözü edilen araştırmaların yanı sıra, yine tasarımcının müdahale edemeyeceği ancak yaratıcı fikir üretimiyle ilişkilendirilen hormon ve nörotransmitterler ile ilgili olarak yürütülen bir çalışmada (Heilman, Nadeau ve Beversdorf, 2003, s. 369-379) yaratıcı yenilik için olası beyin mekanizmalarını incelemektedir. Araştırmada yaratıcı yeniliğin, yeni ve düzenli ilişkileri anlama ve ifade etme yeteneği olarak tanımlandığını ve genel zekâ, alan özgü bilgi ve özel becerilerin yaratıcılık için gerekli bileşenler olduğu vurgulanmaktadır. Yaratıcı yenilik için geniş bilgi ve farklı düşünme yeteneği gerekli olmakla birlikte, yaratıcılığın gerçekleşmesi için farklı bilgi formlarının birbiriyle bağlanmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur. Norepinefrin'in yaratıcı yenilik üzerindeki etkisi incelenen makalede beyin bölgeleri arasındaki iletişimin yaratıcı

yenilik için önemli olduğu ve düşük uyarılma seviyelerinde norepinefrin gibi nörotransmitterlerin değişikliklerinin yaratıcı yenilikte önemli olabileceği tartışılmaktadır. Norepinefrin, beyin fonksiyonlarını ve duygusal tepkileri etkileyen bir nörotransmitterdir. Yaratıcı yenilik sürecinde, düşük uyarılma seviyelerinde norepinefrin düzeylerindeki değişikliklerin önemli olduğu öne sürülmüş ve bu değişikliklerin, beyin bölgeleri arasındaki iletişimi etkileyerek yaratıcı düşünce süreçlerine katkıda bulunabileceği sonucuna varılmıştır.

Fikir üretimi söz konusu olduğu zaman kişinin zihninde gezinmesi, çevresel uyaranlar ve bu gezinme sırasında beyinde hangi mekanizmaların devreye girdiği ve hangi beyin bölgelerinin aktifleştiği konusunda çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Çeşitli deneylerle desteklenmeye çalışılan bu araştırmalar henüz oldukça kısıtlıdır. Ancak yine de fikir üretimi konusunda genel hatlarıyla aydınlatıldığı söylenebilecek olan belirli temel noktalar olduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan en önemlisi yukarıda da bahsedildiği üzere fikir üretimi esnasında beyinde en yoğun şekilde aktif olan bölgeler ve bu bölgelerin ortaklaşa bir çalışmanın sonucu olarak çıktılar oluşturduğudur. Bununla birlikte yaratıcılığın nöral temelleri üzerine yazılan 63 makalenin incelendiği bir çalışma (Dietrich ve Kanso, 2010, s. 844-846), yaratıcılıkla ilgili herhangi bir teoriye destek sağlayacak kadar kanıt bulunmadığını ve araştırmaların atıf konusundaki yetersizliğin, teorilerin sürekli olarak korunmasına yol açmasıyla birlikte bilimsel ilerlemenin sınırlandığını ifade etmektedir. Literatür incelemesine dayanan bu araştırma, yaratıcılığın nöral temellerinin daha fazla araştırılması gerektiğini ve mevcut teorilerin kesin tahminler sunmadığını, bu konudaki karmaşıklığı ve teorik belirsizliği öne sürmüştür. Bu nedenle, yaratıcılığın farklı yönleri ve bileşen süreçleri üzerinde daha fazla odaklanmanın ve bu süreçleri daha ayrıntılı bir şekilde incelemenin gerekliliği vurgulanmıştır. Tez çalışmasının bu başlığında, tasarımda fikir üretme konusunda mevcut çalışmalardan faydalanılarak çeşitli açıklamalar sunulmaya çalışılmış olsa da bu durum, yukarıda bahsi geçen araştırmaların detaylı ve karşılaştırmalı bir şekilde ele alınmış teoriler olmadığını ve bu konuda gidilmesi gereken uzun bir yol olduğu sonucunu doğurmaktadır.

Tez çalışmasının bu başlığında, yaratıcı fikir üretimi esnasında dış uyaranların etkisi, belirli eylemler ve gerçekleşen nöronal aktiviteler, çeşitli örnekler ve deneylerle incelenmeye çalışılmıştır. Zihinde gezinme konusunun dış uyaranlarla ve fiziksel ortamlarla olan ilişkisi bir başka deyişle fiziksel ortam eylemleri ise tezin sıradaki başlığında ele alınacaktır.

2.3.2. Fiziksel ortamda düşünme

Önceki başlıkta, zihinsel ortamda gezinerek, bir tasarım problemine çözüm bulmak üzere fikir üretme süreçleri incelenmiştir. Bu başlıkta ise tasarımcıların fiziksel ortamda gerçekleştirdikleri eylemler üzerinden fikir üretme süreçleri incelenecektir. Bu süreçlerin başında da eskiz üretme gelmektedir.

Grafik tasarım sürecinin önemli bir parçası olarak kabul edilen eskizler, genel olarak düşüncelerin görselleştirilmesine ve daha karmaşık tasarımların temelinin oluşturulmasına yardımcı olan bir aşamadır. Almanca kökenli olan *sketch* kelimesi, bir şeyin ana hatlarını veya belirgin özelliklerinin detay vermeden yapılan kabaca çizimi veya tasviri anlamına gelmektedir (Oxford English Dictionary, 2023). Tasarım alanı için, tasarımcıların düşüncelerini ve fikirlerini zihinlerinden çıkararak kâğıt ve ekran gibi yüzeylere aktarma yoluyla fiziksel ortama taşımalarını, kaydetmelerini ve geliştirmelerini sağlayan hızlı bir araç olarak tanımlanabilir.

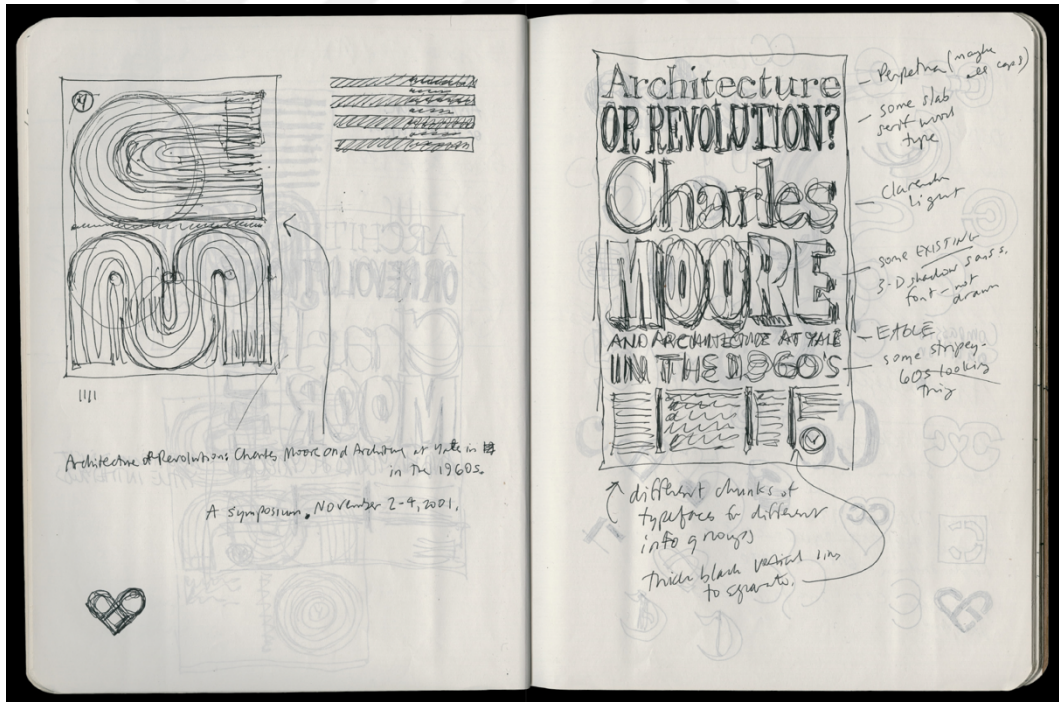
Yıllar içerisinde araştırmacılar eskiz sürecini anlamak ve bu süreci geliştirmek üzere çeşitli çalışmalar gerçekleştirmiş ve bu çalışmaları yürütürken eskizleri sınıflandırma ihtiyacı duymuşlardır. Sınıflandırma çalışmalarını bir araya toplamayı ve analiz etmeyi hedefleyen bir araştırma (Hua vd., 2018, s. 266) için oluşturulan çalışma Görsel 2.6.'da sunulduğu haliyle hem araştırmacıların sınıflandırmalarını hem de neye göre sınıflandırıldıkları bilgisini bir araya getirmiştir. Araştırmacıların bir bölümü, eskiz aşamasındaki ihtiyaca göre sınıflandırma yaparken bir bölümü ne niyetle çizildiğine göre sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmalar, araştırmacıların kendi çalışmalarıyla elde ettikleri bilgiler doğrultusunda eskizin işlevleri ve eskize yüklenen görevler hakkında genel bir perspektif oluşturmaktadır. Söz konusu çalışmada ise araştırmacılar, çalışma eskizi adını verdikleri ve tasarım sürecinde üretilen eskizler ile çalışma dışı eskiz olarak adlandırdıkları ve tasarımcıların boş zamanlarında bir başka deyişle tasarım süreci dışında ürettikleri eskizler olarak ikiye ayırmışlardır.

Tovey	Diyagramatik çizimler; Fikir skeçleri; Konsept çizimler; Ölçülü çizimler
Radcliffe & Lee	Fonksiyonel eskizler; Geometrik eskizler; Resimsel eskizler
Porter	Ortografik projeksiyonlar; Aksonometrik çizimler; Perspektif çizimler
Ferguson	Düşünme eskizler; Konuşma eskizleri; Yönergeci eskiz; Depolama eskizi
Fraser & Henmi	Referans çizimler; Diyagramlar; Tasarım çizimleri; Sunum çizimleri; Vizyoner çizimler
Goel	Yanal dönüşümler; Dikey dönüşümler
McGown	Seviye 1, Seviye 2, Seviye 3, Seviye 4, Seviye 5
Ching	Çoklu görünüşlü çizimler; Pralin çizimler; Perspektif çizimler
Olofsson & Sjöln	Fikir eskizi; Keşif eskizi; Açıklayıcı eskiz; İkna edici eskiz
Menezes	Ortografik çizimler; Aksonometrik çizimler; Perspektif çizimler
Pipes	Tematik eskiz; Paket kısıtlı eskiz
E. Pei	Kişisel eskiz; Paylaşılan eskiz; İkna edici eskiz; Devir teslim eskiz
Yang	Boyutsuz eskiz; Boyutlandırılmış eskiz
Lawson	Sunum çizimleri; Talimat çizimleri; Danışma çizimleri; Deneyimsel çizimler; Diyagramlar; Muhteşem çizimler; Teklif çizimleri; Hesap çizimleri

Görsel 2.6. Literatürde bulunan, farklı eskiz sınıflandırmalarının listesi (Hua vd., 2018, s. 266)

Eskizlerin, tasarımcıların tasarım stratejisini nasıl desteklediğini inceleyerek eskizlerin üretken etkilerini analiz etmeyi amaçlayan ve mimarlık alanında gerçekleştirilen bir çalışmada (Brun, Masson ve Weil, 2016, s. 1-26) eskizin tasarımcıların fikirlerini dışa vurmasına olanak tanıdığı ve bu sayede yeni içgörüler kazandırarak fikir üretimini artırdığı vurgulanmaktadır. Araştırma, eskizlerin sadece mevcut fikirleri temsil etmekle kalmayıp, aynı zamanda tasarım sürecine önemli bir katkı sağladığını göstermektedir. Eskizlerin, tasarımcıya sadece konseptler değil, aynı zamanda bilgi sağladığı ve bu bilgilerin bazen başlangıçtaki konseptten farklı olabildiği belirtilen makalede, üç diziden oluşan vaka araştırması sonuçlarına göre eskiz yapmak, önceden şekillenmiş bir zihinsel imgenin ifadesiyle veya yalnızca fikir üretimiyle sınırlı olmayıp aynı zamanda bilgi ve bilgi yaratımıyla da ilgilidir. Araştırmacılara göre eskizler, mevcut bilginin bir sentezini sağlayabilmekte, mevcut uzmanlığı harekete geçirebilmekte ve bilgide özgül yapılar yaratmaya yardımcı olabilmektedir.

Grafik tasarımcıların, yaratıcı ve yenilikçi görevler yaratmak için eskiz üretmenin rolü üzerine yapılan bir araştırmada (Zulqarnain, Zareef ve Hashmi, 2018, s. 137-143) grafik tasarımcılarla röportajlar yapılmış, çizim uygulamaları gözlemlenmiş ve tasarımcıların çizimleri analiz edilmiştir. Bu çalışmada, grafik tasarımcıların konseptler oluşturmak ve yaratıcı fikirler geliştirmek için sıklıkla eskizi kullandıkları, Görsel 2.7.'de bir örneği sunulan eskizlerin, fikirlerin ve yaratıcı kararların formülasyonunun, grafik tasarım sürecinin önemli bir adımı olarak eskizleri içerdiği, eskizlerin fikir düşünürken yaşanan zihinsel blokajlara karşı zihni temizleyerek bir çözüme ulaşmada yardımcı olduğu, yaratıcı bir strateji planlarken gözden kaçırılanları fark etmeye olanak tanıdığı, tasarım sürecinin erken aşamalarında, yaratıcı ekibin tasarım hakkında konuşurken oluşturdukları hızlı karalamaların, konseptlerin kontrol listesi olarak görüldüğü ve son olarak ise tasarımcı, ilerlemeden veya daha fazla zaman harcamadan önce müşterinin tasarım seçimi konusunda anlaşmaya varmış olmayı sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır.



Görsel 2.7. Eskiz örneği (Bierut, 2015, s. 24-25)

Gero ve Purcell (1998, s. 389) tasarım sürecinin, çeşitli çizim türlerinin kullanımını içerdiğine, özellikle erken aşamalarda yapılandırılmamış ve belirsiz eskizlerin ön plana çıktığına vurgu yapmaktadırlar. Araştırmacılara göre, tasarımcılar bu eskizlere, yenilik ve yaratıcılıkla ilişkilendirdikleri için büyük önem vermektedirler. Tasarımcıların belirli

bir problem için birçok olası çözümü değerlendirirken, sonunda tek, gerçekleştirilebilir bir fiziksel eser üzerinde karar kılması gerekmektedir. Bu karar, genellikle iyi tanımlanmamış problemler ve belirli malzemeler, formlar ve düzenlemeler hakkında sınırlı bilgi içeren durumlar altında verilir. Ana problem, ilgili fiziksel formları nasıl üreteceği, geliştireceği ve test edeceğiyle ilgilidir.

Uzun süreli hafızanın, kavramsal bilgi ve önceki deneyimleri içerdiğini ve bu bilginin, olası fiziksel formların görüntülerini oluşturmak için kullanıldığını savunan Goldschmidt'e (1991, s. 125-132) göre eskizler bir görüntünün içeriğini ifade ederken diğer taraftan dışsal bir hafıza yardımcısı olarak işlev görmektedir. Eskizlerin belirsizliği, yeni yorumlama yollarına ve yeni eskizlerin üretilmesine olanak tanır. Araştırmacı, görüntülerin, uzun süreli hafızadaki materyalden bir benzetme veya akıl yürütme süreci yoluyla üretildiğini ve bu sürecin görsel nitelikte olduğunu belirtmektedir. Hem acemi hem de uzman mimarlık tasarımcılarının katıldığı tasarım oturumlarının protokollerini analiz eden Goldschmidt, tasarım sürecinin genel bir modeli, eskiz yapmanın rolü ve gözlemlenen tasarım aktivitelerini destekleyebilecek psikolojik süreçler geliştirmiştir. Araştırmacıya göre tasarım süreci *hamleler* ve *argümanlar* olarak iki ana bölüme ayrılır: hamleler, tasarımın en küçük birimleridir ve tasarlanan bir varlıkla ilgili tutarlı önerileri temsil eder. Argümanlar, belirli bir hamle ile ilişkilendirilen tasarımın veya yönlerinin ifadeleridir. Eskiz aktiviteleri, hamlelerle ilişkilidir ve tasarımcının bir eskiz üzerinde düşünmesi, bilgi çıkarması veya eskiz aktivitesine hiç dahil olmaması gibi durumları içerir. Hamlelerdeki argümanları ise iki türe ayırmıştır: *olarak görmek* (seeing as), eskizdeki fiziksel özelliklerin yeniden yorumlanmasını; *bunu görmek* (seeing that) ise tasarım hakkında figürsel olmayan ifadeleri içermektedir. Olarak görmek argümanlarının eskiz yaparken, bunu görmek ifadelerinin hem eskiz yaparken hem de incelerken kullanıldığı gözlemlenmiştir. Goldschmidt bu diyalektik sürecin, tasarımcının, tasarımın fiziksel ve soyut yönleri arasında köprü kurmasına yardımcı olduğunu savunmaktadır. Yazara göre tasarım süreci, hem belirli bir fiziksel nesneye yönelik olmalı hem de soyut, kavramsal bilgiler içermelidir. Bu süreç, biçimin özel özelliklerinin genel niteliklere ve genel kuralların özel görünümlere çevrilmesini sağlamaktadır.

Eskize atanan görevlerin literatürdeki yerini inceleyen bir araştırmada (Eppler ve Pfister. 2011, s. 5) bilgisayar bilimi, psikoloji ve tasarım alanlarında *sketching* anahtar kelimesini içeren 48 makale incelenmiş ve bilgi yönetimi için eskiz yapmanın diğer bir deyişle görsel iş birliği uygulamasının faydalarını araştırmışlardır. Sistematiik bir literatür

incelemesi yaparak gerçekleştirilen bu çalışmada, bilgi yaratma, bilgi paylaşımı ve bilgi dokümantasyonu (belgeleme) olarak adlandırılan, bilgi yönetimindeki üç ilgili görevi destekleyen genişletilmiş bir fayda listesi elde edilmiştir. Araştırmacılar, Görsel 2.8.'de sunulan bu listenin, eskiz kullanımının mevcut bilgi yönetimi uygulamalarını nasıl geliştirebileceğine dair basit ve etkili yolları gösterdiğini öne sürmektedirler. Tasarım sürecinde eskiz hem bilgi veya fikir üretme hem de üretilen bilginin tasarım ekibinin diğer üyeleriyle, müşteriyle veya eğitmenle paylaşmak üzere kullanılması sıkça üzerinde durulan bir konudur. Ancak dokümantasyon işlevinin bazen göz ardı edildiği söylenebilir. Bir tasarım fikrinin doğuşuna şahitlik eden eskizler son ürüne giden yolu da görünür kılarlar. Aynı zamanda tasarımcının tasarım sürecine yaklaşımını, tecrübelerini ve gelişimini kaydetmenin de bir yoludur. Bununla birlikte özellikle yapay zekâ dünyasının yeni yeni aralanmaya başlayan kapılarıyla sahiplik tartışmasından söz edilebilir. Bu nedenle tasarımcının üretim sürecinin hangi aşamalarında ne kadar görev aldığına ve nasıl ilerlediğine dair bir kanıt olması açısından da önemini dikkate almak gerekmektedir.

Goldschmidt bir başka çalışmasında (2017, s.95) mimarlık alanında eskiz sürecine odaklanmış ve geleneksel eskiz ile dijital eskizi karşılaştırmıştır. Bu çalışma sonucunda grafik tasarım için de geçerli olabilecek bazı veriler sunmaktadır. Çünkü grafik tasarımda da geleneksel eskiz yönteminin yanında teknolojinin gelişmesiyle önce grafik programlar daha sonra da grafik tabletler kullanılmaya başlanmış ve dijital eskiz kavramı ortaya çıkmıştır. Goldschmidt önceleri, eskiz ile başlayan üretim sürecinin, fikir yeterince olgunlaştığı zaman dijital ortama taşındığına değinmiş ancak yeni dijital araçların yaygın kullanımının, tasarımın ön aşamaları dahil olmak üzere, manuel eskiz yapmayı giderek değersizleştirdiğini vurgulamıştır. Manuel eskiz yapmanın, hesaplamalı araçlarla kolayca yer değiştiremeyecek bilişsel faydaları olduğunu ve bu nedenle, özellikle tasarımın başında geleneksel yöntemlerle eskiz yapmanın hala geçerli bir yol olduğunu öne sürmektedir. Araştırmacıya göre tasarım problemleri genellikle yapılandırılmamış olduğundan, tasarım sürecinin başında bir arayış veya keşif gerektirmekte ve bu süreçte, fikir üretimi ve bunlar hakkında düşünme ana faaliyetlerdir. Tasarım disiplinlerinde, tasarım sürecinin sonucunun tasarlanan ile ilgili görsel temsiller olduğunu belirten yazar, manuel çizimin diğer görüntü oluşturma modlarına göre erken tasarım fikir aşamasında avantajlar sunduğunu ve bilişsel ekonomi, üretim hızı, kurallardan bağımsızlık, esneklik gibi özellikleri sayesinde çizimin görsel imgeleme etkileşime girebildiğini ve dolayısıyla tamamlanmamışlık, doğruluğun eksikliği ve ölçeksizliği tolere ettiğini vurgulamaktadır.

Bilgi Yaratımı	Bir grubun fikirlerini ve sadece bireylerin fikirlerini temsil eder, böylece tüm grup üyelerinin sürece olan bağlılığını artırır.
	Uyum, bütünlük ve yaratıcılığı artırır.
	Belirsiz ve spesifik ifadelerin dile getirilmesine ve kritik ve ilgili olanların çıkarılmasına olanak tanır.
	İmgeleme bilgisini açığa çıkarır.
	Somut bir olay veya durumdan soyutlamaya veya genelleştirmeye yardımcı olur.
	Devam eden işi belirtir ve değişiklikler için davetiyeler gönderir.
	Perspektif değişikliklerini keşfetmeye ve zihinsel engellerin üstesinden gelmeye yardımcı olur.
	Mevcut fikirlerin açıklığa kavuşturulmasını ve yeni fikirlerin geliştirilmesini/test edilmesini destekler.
	Problem çözme sırasında hafızayı destekler.
	Düşünceleri organize etmeye yardımcı olur.
Bilgi Paylaşımı	Fikirlerin dışsallaştırılması ve paylaşılan anlamlar.
	Sınırlı çalışma hafızasını rahatlatır.
	Bilgi işleme ve iletişimi kolaylaştırır.
	Etkili ve keyifli iş birliğini teşvik eder ve ortak bir odak noktası oluşturur.
	Takım üyelerinin daha iyi dinlemesine ve katılımına yol açar.
	Fikirlerle erişilebilirliği artırır ve daha önceki fikirler üzerine inşa edilmesini sağlar.
Bilgi Dokümantasyonu	Sonraki referanslar veya daha sonraki analizler için anında dokümantasyon oluşturur.
	Bilgi arşivleme ve geri çağırma işlemlerini kolaylaştıran kolektif grafik hafızayı oluşturur.

Görsel 2.8. Bilgi yönetimi için eskizin faydaları (Eppler ve Pfister, 2011, s. 5)

Serbest el çizimleri çoğunlukla düşünce süreçlerinin bir aracı olarak kabul edilirken dijital çizimlerin kavramsal tasarım aşamasında yaratıcılığı desteklemediği fikrine karşı Bilda ve Demirkan (Madrazo, 1999'dan aktaran Bilda ve Demirkan, 2003, s. 28), bilgisayar ortamında yoğun görselleştirmenin ve anında geri bildirimin tasarımcıyı geleneksel medyaya kıyasla zihninde daha sık görüntü oluşturmaya yönlendirdiğini belirterek, tasarımcının görsel düşüncelerinin dijital medyada farklı olabileceğine dair kanıt sağladığını düşünmektedir.

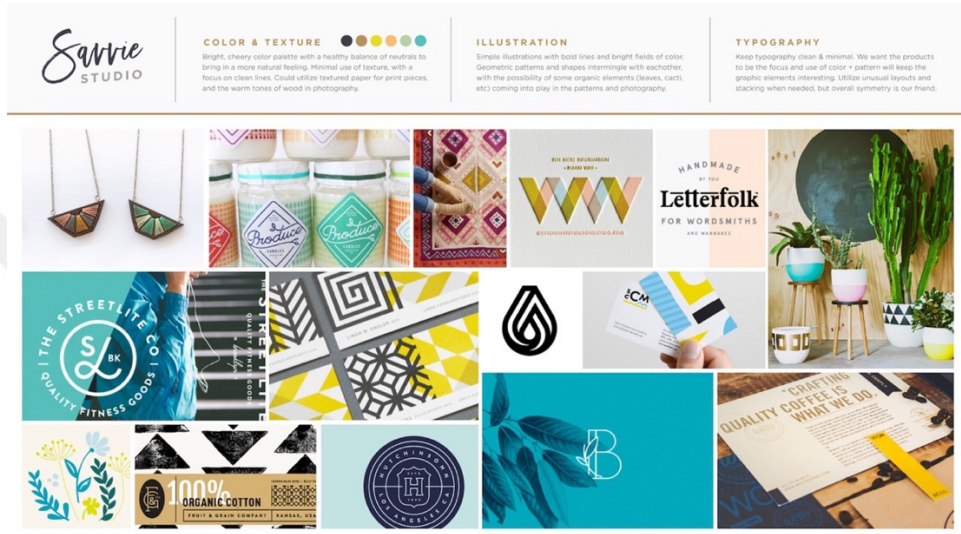
Eskizler, tasarımın ayrılmaz bir parçası olarak, tasarım çözümlerini depolamanın yanında, çatışmaları ve olasılıkları tanımak, fikirleri gözden geçirmek, yeniden şekillendirmek, kavramlar oluşturmak ve problem çözmek için gerekli görülmektedir. Bu nedenle tasarım araştırmaları, tasarım sürecinin erken aşamalarını (kavramsal aşama) ve

çizim yapmanın rolünü geniş ölçüde incelemiştir. Bu tez çalışmasında incelenen araştırmalar ışığında eskizlerin, tasarımcıların üretimdeki diyalektik sürecinde temel bir araç olduğu anlaşılmaktadır.

Fiziksel ortamda düşünme konusunda, üzerinde durulması gereken araçlardan biri de ilham panoları olabilir. Görsel 2.9.'da bir örneği sunulan ilham panosunu, tasarımcının ilham almak ve müşteri ile iletişim kurmak için kullandığı medya koleksiyonları olarak tanımlayan Mcdonagh ve Storer (2004, s. 16-31) tasarımcı ve eğitimci olarak deneyimleri doğrultusunda, tasarımcıların ilham panosu kullanmayı tercih etme konusunda ikiye bölündüğünü öne sürmektedir. Bazıları ilham panolarının yaratıcılığı teşvik ettiğini ve iletişimi kolaylaştırdığını savunurken, diğerleri bunları değersiz bulmaktadır. Konu üzerine literatürün sınırlı olduğunu belirten araştırmacılar hem uygulayıcı hem de öğrenci endüstriyel tasarımcıların ilham panolarına karşı tutumlarını ve kullanımlarını inceleyerek ilham panolarının, tasarım araştırması ve destek aracı olarak potansiyelini araştırmıştır. Yapılan çalışmada, tasarım uygulayıcılarının ilham panolarını iletişim aracı olarak ve yan düşünmeyi teşvik eden bir araç olarak değerlendirdiklerini ancak endüstriyel tasarım lisans öğrencilerinden oluşan örneklem grubu tarafından değersiz bulunduğunu ifade etmişlerdir. Yazarlar, ilham panolarının görüntüler, dokular, formlar gibi bileşenlerden oluşan bir koleksiyonu olduğunu belirtmekte ve bir tasarım görevi etrafında yan düşünmeyi teşvik etmeyi amaçladığını bunun yanı sıra çeşitli görsel ve medya içeriklerini sunarak, yeni form ve stil kombinasyonları önererek tasarımcıya ilham verebileceğini vurgulamışlardır. Özellikle tasarım sürecinin ön tasarım aşamasında ve ilk kavram üretim aşamasında, ilham panosunun en fayda sağladığı an olduğunu ve projeye birlikte aktif kalarak büyümesi gerektiğini düşünmektedirler.

Yaratıcı çıktıyı en üst düzeye çıkarmak için tasarım süreçlerini yönetmek, yaratıcı süreçte fikir kaynaklarının rolünü anlamayı ve entelektüel kaynakların yenilenmesini destekleyip teşvik edecek *proaktif* (etkisini sonradan gösteren) bir yönetimi gerektirdiğini ifade eden Eckert ve Stacey (1998, s. 9-16) araştırmalarında, yaratıcılığı desteklemek için bazı pratik adımlar önermekte ve yaratıcı faaliyetlerin çeşitli gözlemleri, benzerliklerin ve bağlantıların tanınmasına bağlı olduğunu, mevcut fikirlerin yeni gereksinimleri karşılamak için yeni formlara dönüştürülmesini ve birleştirilmesini içerdiğini vurgulamaktadır. Ayrıca araştırmacılara göre yaratıcı düşünürlerin, iyi fikirler üretmek için önceden edindikleri bilgilere ve ihtiyaç duyduklarında bunların ilgisini tanımlarına, aynı zamanda fikirleri birleştirme ve iyi fikirleri kötülerden ayırt etme yeteneklerine

bağlıdır. Tasarımcıların hazırlıklı zihinlere sahip olması için sürekli araştırma yapmaları ve ilham kaynakları toplamalarının önemini ifade etmektedirler. Özellikle belirli bir tasarım görevi için toplanan bu kaynakların bir araya getirilmesiyle tasarımcı için bir yol haritası ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda ilham panolarının, yaratıcı tasarım fikirlerine erişimde, projenin başından itibaren kullanılabilecek canlı bir kaynak olarak hizmet edeceği düşünülebilir.



Görsel 2.9. İlham panosu örneği (<https://shorturl.at/> Erişim Tarihi: 17.01.2024))

Tasarım süreci boyunca düşünce ve ilişkilendirmeyi teşvik edebilecek kritik tetikleyiciler olarak kelimeler, görseller ve diğer semboller önemlidir. Geçmişte, tasarımcılar fikirleştirme (*ideasyon*) sırasında çoğunlukla yazılı bilgiye bağımlıydılar. Günümüzde ise, çevrim içi kaynak erişiminin kolaylaşması nedeniyle, tasarımcılar ihtiyaçları olan kaynaklara ulaşmak için anahtar kelimeler kullanma alışkanlığı sergilemektedirler. Bu nedenle, tasarım bilişi üzerine yapılan araştırmalarda düşünce modlarının dönüşümünde metnin değerini vurgulama ihtiyacı duyan Cheng (2016, s. 74) çevrim içi kaynakları arama ve elde etme durumunun, tasarımcıların referans alma davranışlarını değiştirdiği öne sürmektedir, bu da onların çevrim içi kaynaklara başvurarak ve onlardan ilham alarak bu konuda alışkanlık kazanmaları anlamına geldiğini ifade etmiş, ve önceki çalışmaların (Cheng, 2010; Cheng ve Yen, 2008'den aktaran Cheng, 2016, s. 75) tasarımcıların kaynaklara başvuru yaklaşımlarının düşünce kalıplarını ve fikir gelişimini etkileyebileceğini belirlediğini vurgulamıştır.

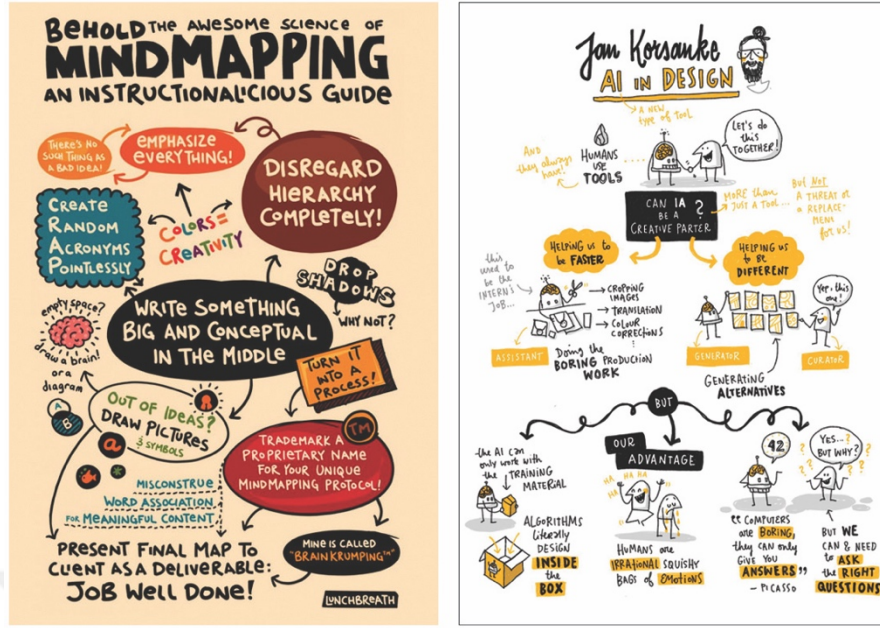
Laing ve Masoodian'a (2016, s. 187-209) göre grafik tasarım yaratıcılığı, farklı

taraflar arasındaki iletişim ihtiyaçları tarafından sınırlanan bir alanda var olur ve çeşitli bilinmeyenlerin varlığında gerçekleşir. Tasarımcı için zorluk, mesajın biçimini müşterinin kabul edebileceği bir biçime uydurmak, aynı zamanda mesajın hedef kitle tarafından da anlaşılır ve kabul edilebilir bulunmasını sağlamak, ayrıca pazarda zaten var olan rakiplerin alanına girmemektir. Bu bağlamda, müşterinin zevkleri, hedef kitlenin estetiği ve pazarda mevcut olanlar hakkında bilgi sahibi olmanın tasarımcıya bir avantaj sağlaması ve tasarımcının bu sınırlar içinde daha yaratıcı işler üretmesine neden olması anlaşılır görünmektedir. Araştırmacılar bu görüşü incelemek üzere, fikirleştirme aşamasında belirli türde görsellerin grafik tasarım sürecinin yaratıcı çıktıları üzerindeki etkilerini daha iyi anlamak için 18 grafik tasarım öğrencisi ile bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada gruplardan birine müşteri zevkinin, şirketin ve görevin görselleri, yazılı açıklamalar ile verilirken diğer gruba sadece yazılı açıklamalar verilmiştir. Bulgular, uzman hakemler ve müşteriler tarafından değerlendirilen tasarım çıktılarının yaratıcılığı üzerinde görsellere maruz kalmanın oldukça az bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Tasarımcıların farklı ilham kaynaklarına maruz kalması ve bu maruz kalışın tasarım kalıplarına etkisi üzerine odaklanan bir başka araştırmada (Cai, Do ve Zimring, 2010, s. 146-168) deneyimli ve deneyimsiz tasarımcılara anahtar kelimeler, diyagramlar, planlar, eskizler ve örnek fotoğraflar içeren beş tür dış uyaran sunulmuş ve bu uyaranların tasarım sürecindeki yaratıcılık ve *fikse* (kör bağıllık) eğilimlerine etkisi incelenmiştir. Çalışma, dış uyaranların kısa süreli hafızada arama ipuçları oluşturduğunu ve uzun süreli hafızada bilgi edinmeyi kolaylaştırdığını göstermiştir. Araştırmacılar, uyaranların özel koşullarının ve temsillerin soyutlama düzeyinin tasarım performansını nasıl etkilediğini incelemişlerdir. İki boyutlu şekillerin ve üç boyutlu formların farklı mesleklerde yaratıcılık üzerindeki farklı etkilerinin incelendiği önceki bir çalışmada (Kokotovich ve Purcell 2000'den aktaran Cai, Do ve Zimring, 2010, s. 148) denekler arasında grafik tasarımcılar, endüstriyel tasarımcılar ve hukuk öğrencileri bulunmaktadır. Bu çalışmanın sonucunda deneklerin, kendi alanlarında daha yaygın kullanılan uyarıcılara daha duyarlı olduklarını bulmuşlardır. Örneğin, grafik tasarımı öğrencileri iki boyutlu şekillerle daha iyi performans gösterirken, endüstriyel tasarım öğrencileri üç boyutlu formlara yanıt vererek daha iyi performans göstermişlerdir. Bu araştırmada ise fiziksel prototipler ve eskizler gibi farklı temsillerin tasarım performansına farklı etkileri olduğunu bulmuşlardır. Çalışmada, ilham kaynaklarına maruz kalmanın, bilişsel müdahale veya kısıtlamalar oluşturarak yaratıcılığı engelleyebileceği de ele alınmış ve bu durumun,

tasarımda erken bir taahhüde ve tasarımda takılıp kalmaya (design fixation) yol açabileceğini öne sürmüşlerdir. Sonuç olarak, tasarım sürecinde ilham kaynaklarının kullanımının hem yaratıcılığı teşvik edebileceği hem de bazı durumlarda yaratıcılığı sınırlayabileceği gözlemlenmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda ilham panosunun farklı şartlarda farklı sonuçlar verebileceği için faydalı olup olmadığı konusu tartışmalı görünmektedir.

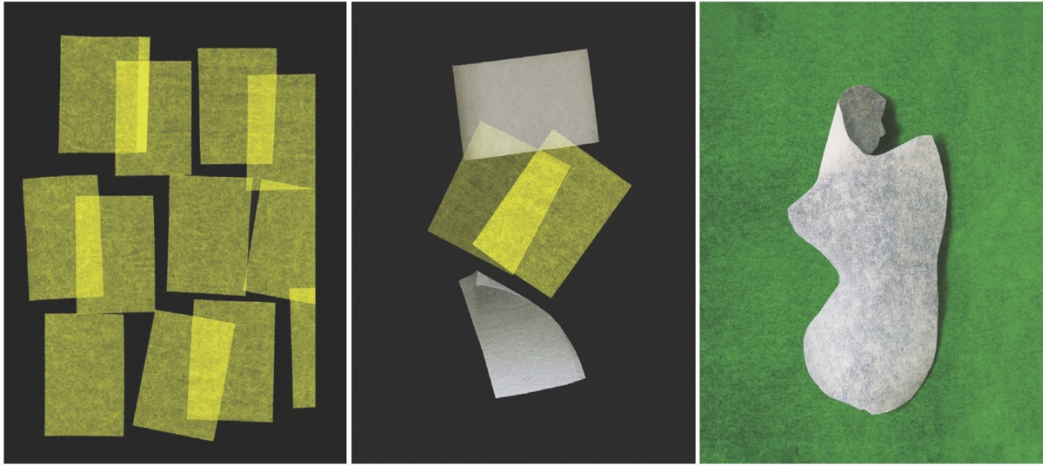
Tasarım sürecinde fikir üretmenin fiziksel ortamdaki pratiklerinden biri de zihin haritalarıdır. Zihin haritalarını, düz bir yazılı metinden ziyade düşünce patlamaları veya düşünce parçacıklarının yıldız patlamaları gibi görüldüğü görsel araçlar olarak tanımlayan Faste (1997, s. 1-4), genellikle bir anahtar ifade, konu ya da soru ile boş bir sayfanın ortasından başladıklarını ve fikirlerin radyal olarak kaydedildiğini söylemektedir. Bu düşünceler birbirine çizgilerle bağlanmaktadır. Görsel 2.10.'da iki farklı örneğine yer verilen zihin haritaları, harita yapımıcısının bir düşünce akışı bittiğinde merkeze geri dönebilmesi ve yeni fikirler ekleyebilmesi sebebiyle düşünme sürecinin doğrusal olmayan yapısı sayesinde fikirler arasında bağlantılar kurmaya izin verme yeteneğini göstermektedir. Bunlar, düşünce sürecinin gerçek zamanlı yapısını ortaya çıkarmak için kullanılır ve organiklerdir. Yaratıcı düşünme görevleri için uygundur ve sorular sorma, alakasız fikirler arasında bağlantılar kurma gibi durumlarda oldukça faydalı bir şekilde çalışmaktadırlar. Yazara göre zihin haritaları, bir sorunu ele almak, düşünceleri açığa çıkarmak, konunun bileşenlerini detaylandırmak, bir durumu bağlamsallaştırmak, gizlenmiş veya gözden kaçan unsurları keşfetmek, desenleri bulmak, yaygın düşünceleri sorgulamak ve düşünceleri düzenlemek gibi çeşitli amaçlar için kullanılabilirler.



Görsel 2.10. Zihin haritası örnekleri (<https://shorturl.at/cgiS6> (solda), <https://shorturl.at/grLZ5> (sağda) (Erişim Tarihi: 12.12.2023)

Grafik tasarım alanında, son ürün sayısal bile olsa fiziksel ortamdan ve fiziksel araç gereçlerden faydalanarak fikir üretilebilir. Materyalin özelliklerinde anlamların yorumlandığı fikri olarak tanımlanan *materyal okuryazarlığı* kavramının ortaya konulduğu bir araştırmada (Grigg, 2020, s. 1-27) fikir üretmek üzere materyal kullanımını grafik tasarım pratiğinde incelenmiştir. Bu araştırmada, mevcut *okuryazarlık* ve *görsel okuryazarlık* tanımlarına dayanarak, malzemelerin ifade kapasitesinin kelime ve görseller kadar çeşitli olduğu teorisi öne sürülmekte ve malzemelerin kendi başlarına bir tasarım dili oluşturduğu savunulmaktadır. Araştırmanın amacı, görsel iletişimlerde materyalin önemini ortaya çıkarmak ve post-dijital grafik tasarımda analog süreçlerin ilgisini göstermektir. Görsel 2.11.'de yazarın bu araştırma için kâğıt kullanarak yaptığı fikir arayışının aşamaları görülmektedir. Soldaki görsel kâğıdın saydamlığını gösterirken ortaki görselde bu saydamlıklar neler elde edilebileceğinin bir araştırması görülmektedir. Sağdaki görselde ise ortaya çıkan tasarım fikri görülmektedir. Bu araştırmada incelenen materyal *yetenekleri*, düşünme ve yapma entegrasyonunu araştıran teoriler tarafından desteklenmektedir. Bu teoriler arasında Donald Schön'ün *eylemde yansıma* (1983, s. 49), Nigel Cross'un *bilişsel imajları dışsallaştırma* (2011, s. 150), Richard Sennett'in '*yeniden biçimlendirme*' ve farklı alanları birleştirme fikirleri (2008, s. 194-213) son olarak ise tesadüfi olayların uygulanması (Goldschmidt, 2003, s. 72-89) yer almaktadır. Araştırmacı, aşağıda görseli sunulan çalışma ile bir uygulama daha gerçekleştirmiş ve bu

iki çalışma vakasında, yalnızca bir malzeme üzerine odaklanarak yaptığı analize dayanarak, malzemelerin grafik tasarım fikirleştirmesiyle olan sonsuz etkileşim yollarını ve bu nedenle tasarım sorgulamasının bu tarzında mevcut olan potansiyel çeşitliliği gösterdiğini öne sürmüştür. Ayrıca, materyal okuryazarlığı özelliklerinin, yalnızca kullanımdaki malzemelere göre değil, her projenin koşullarına, her tasarımcının kişisel eğilimlerine ve bir tasarım özeti için özgün koşullara göre değiştiğini vurgulamaktadır. Araştırmacı, materyale odaklanan grafik tasarım uygulayıcılarının hayal gücünü uyaran, deney yapmayı teşvik eden ve grafik tasarım fikirleri geliştiren belirli koşulları aradığını ifade etmektedir. Bu bağlamda araştırmacı kendi analizi doğrultusunda, materyal uyumsuzluğunun kullanılması, tesadüfen ortaya çıkan öngörülemeyen fikirleri davet etmek ve tasarım sorgulamalarının yapıldığı perspektifleri değiştirmek için etkili bir faktör olabileceği görüşünü savunmaktadır.



Görsel 2.11. Kağıdın saydamlık testi (solda), anlam kodlamak üzere saydamlık testi (ortada) ve Sydney Tiyatro'sunun Ingmar Bergman'ın Face to Face oyununun reklamı için tasarlanmış afiş görseli (sağda) (Grigg, 2020, s. 7-8)

Yaratıcı fikir üretme yollarının fiziksel eyleme döküldüğü yöntemlerden bir diğeri beyin fırtınasıdır. Beyin fırtınası veya takım çalışmasında, bir tasarım görevinin problem alanını tanımlayan, sınırlayan ve açıklayan, bazen tekrarlayan değerlendirme eylemlerine dayanan, yaratıcı eylemlerin gerekliliği söz konusudur. Tasarım problemini çözmek üzere fikir arayışında bireysel çalışma veya beyin fırtınası yöntemlerinden hangisinin daha verimli sonuç sağlayacağı üzerine yapılan bir araştırmada (Goldschmidt, 1995, s. 189-209), tasarımcı bireysel olarak çalıştığında, işbirliği yapacak takım arkadaşları olmadan, önerici, yaratıcı hamlelerle birlikte özetleyici ve değerlendirmeyici hamlelerin üretilmesi hala

gerekli bir süreçtir. Bu nedenle, tek bir tasarımcı tüm türdeki hamleleri tek başına gerçekleştirmek zorundadır, oysa bir takım çalışması durumunda, belirli bir türdeki hamlelerin üretiminde kalıcı veya anlık uzmanlık geliştirebilir ya da en iyi sonuçlara doğru ilerlemek için tüm katılımcıların en güçlü yeteneklerinden yararlanan bir üretim deseni oluşturabilir. Yazar, aynı tasarım görevinin, üretilen fikir sayısı, yaratıcılık seviyesi vb. açısından aynı sonucu aldığı, bireysel ve takım olmak üzere iki farklı grupta gerçekleştirdiği çalışmanın analizinde takım katılımcılarının tek bir tasarımcının farklı yönlerine benzemediğini, bunun yerine tek bir tasarımcının takıma benzeyen bir bütünsel sistem olduğunu öne sürmektedir. Farklı gelenekler, farklı zevkler ve farklı inançlar bu konuda anlaşmazlık içindedir. Konuyla ilgili teoriler, çoğunlukla anlık gözlemlere dayanmaktadır. Bu sebeple bireysel çalışmanın mı yoksa takım çalışmasının mı daha verimli olduğu bir başka deyişle üretilen fikirlerin nicelik veya nitelik açısından daha iyi sonuç verdiği konusu tartışmalı görünmekte ve bu yöntem üzerine araştırmalar devam etmektedir.

Beyin fırtınası yönteminin en verimli halini bulmak üzere bir deney tasarlayan araştırmacılar (Korde ve Paulus, 2017, s. 177-189), fikir oluşturma süreçlerinin verimliliğini artırmak için bireysel ve grup çalışmalarını birleştiren *hibrit beyin fırtınası* ismini verdikleri yöntemi incelemeyi hedeflemişlerdir. Bu yöntemde katılımcılar önce bireysel olarak fikir üretmekte, ardından bu fikirler grup içinde tartışılmaktadır. Araştırma, hibrit yöntemin sadece bireysel veya grup çalışmalarına kıyasla daha fazla fikir üretimi sağladığını göstermektedir. Çünkü bu yöntem katılımcıların fikirlerini genişletmelerine ve çeşitlendirmelerine olanak tanımaktadır. Araştırmaya göre bireysel çalışma aşaması daha derin düşünceye ve kişisel yaratıcılığın gelişimine imkan tanırken, grup çalışması sırasında ortaya çıkan sosyal dinamikler ve farklı perspektifler, yaratıcı düşünmeyi teşvik eden özellikler göstermektedir.

Bilişsel uyarımlar, diğer insanların fikirlerine maruz kalma ve yaratıcılık arasındaki ilişkiye odaklanan bir diğer çalışma (Fink vd., 2012, s. 2607-2609), bireylerin özellikle diğer insanların bazı fikirlerine maruz kaldıklarında daha yaratıcı olma eğiliminde olduğunu ve özgün fikirlere maruz kalmanın, belirli beyin bölgelerini içeren geniş bir sol yarım küre ağını etkinleştirdiğini öne sürmektedir. Bu etkinleşme, özgün fikirleri işlemek için artan bilişsel gereksinimleri yansıtmakta dolayısıyla da ortak veya orta düzeyde özgün fikirlere maruz kalmanın yaratıcılığı olumlu etkilediği ifade edilmektedir. Araştırmacılara göre bu fikirler, olumlu duygusal tepkileri tetikleme eğilimindedir ve

bireyler tarafından daha sık tartışılır ve hatırlanır. Diğer yandan başkalarının eşsiz veya tuhaf fikirlerine maruz kalmanın, fikir üretimi üzerinde dikkat dağıtıcı veya engelleyici etkilere sahip olabileceğini ileri süren araştırmacılar, bu fikirlerin, hipokampusu ve diğer hafıza bölgelerini aktive ederek, benzer fikirler üretmek için daha fazla çaba gerektiğini gösterirken görev zorluğu nedeniyle dikkat kontrolü ile ilişkili alanlarda daha yüksek aktivite ile bağlantılı olduğunu belirtmektedirler. Çalışma, ortak veya orta düzeyde özgün fikirlere maruz kalmanın yaratıcılığı artırabileceğini ve bu artışın belirli beyin bölgelerindeki nörofizyolojik aktivasyon kalıplarına yansıdığını önermektedir. Bununla birlikte, ilişkisiz veya son derece özgün fikirlere maruz kalmanın yaratıcılık üzerinde dikkat dağıtıcı etkilere sahip olabileceğini de öne sürmektedir.

Fikir üretme yollarının oldukça çeşitli ve kendilerine has çalışma mekanizmalarına sahip olduğu söylenebilir. Bu fikir üretme yöntemlerden biri de fiziksel aktivitelerdir. Çeşitli fiziksel aktivite türlerinin ve yoğunluklarının yaratıcı düşünce üzerindeki etkisini değerlendiren bir incelemede (Chen, 2024, s. 1-15) ana bulgular arasında, yürüyüşün, orta yoğunluktaki aerobik egzersizlerin ve dansın, yaratıcılığın bir bileşeni olan çeşitli düşünmeyi iyileştirdiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, yoğun aerobik egzersizin fikir üretiminin miktarını ve esnekliğini geliştirebileceği belirtilmiştir. Araştırma kapsamında tasarlanan deney, katılımcıların çeşitli fiziksel aktiviteler yapmadan önce ve sonra yaratıcılık testlerini tamamladıkları bir yapıya sahiptir. Bu testler, katılımcıların yaratıcı düşünme kapasitelerini ve problemleri çözme yeteneklerini değerlendirmektedir. Makalede, fiziksel aktivitenin yaratıcılığı artırdığına dair bulguların arkasındaki beyin mekanizmaları da incelenmiş ve bulgular, fiziksel aktivite sonucu artan kan akışı, oksijen ve besin maddelerinin beyine daha etkin taşınması gibi faktörlerle ilişkilendirilmiştir. Bu süreçlerin, beyin fonksiyonlarını ve sinirsel bağlantıları iyileştirerek, özellikle frontal lob ve beyincik gibi yaratıcılıkla ilişkili beyin bölgelerinin daha iyi çalışmasına yardımcı olabileceği belirtilirken, endorfin ve diğer nörotransmitterlerin salınımının da yaratıcı düşünmeyi destekleyen bir etki yaratabileceği savunulmuştur.

Yaratıcı tasarım fikri üretirken aktif bir biçimde gerçekleştirilen bir başka deyişle tasarımcının bilinçli olarak yaptığı çeşitli aktiviteler yukarıda sıralanmıştır. Eskiz çizme, ilham panoları oluşturma, malzeme ile deneysel çalışmalar üretme, beyin fırtınasına katılmak yöntemleri incelenmiştir. Sıradaki yöntem yaratıcı fikirler üretmeyi teşvik etse de tamamen bilinçli bir yöntem olduğunu söylemek güç olabilir. Bu yöntem dinlenmektir ancak dinlenmeye karar vermek ya da zorunlu haller sebebiyle çalışmadan uzak kalmak

bilinçli bir eylemdir. Bununla birlikte dinlenme sırasındaki beyin faaliyetleri bilinçli olarak yönetilemez. Diğer yöntemlerde de elbette beyin faaliyetlerini yönetmek söz konusu değildir ancak bilinçli bir fikir üretme çabası vardır.

Beyin işlevselliği ve yaratıcılık arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırmada (Beaty vd., 2014, s. 92-98), farklı yaratıcı düşünme yeteneklerine sahip bireylerde beyin bölgeleri arasındaki işlevsel bağlantılar analiz edilmiş ve yüksek yaratıcı düşünme yeteneğine sahip bireylerde, inferior prefrontal korteks ve beyinde, dinlenme durumunda aktif olan, dikkat gerektirmeyen içsel düşünce süreçleriyle ilişkili bir ağ olarak tanımlanan varsayılan mod ağı arasında artmış işlevsel bağlantı gözlenmiştir. Araştırmada, varsayılan mod ağının aktivasyonunun, içsel ve hayal gücüne dayalı süreçlerin işlenmesiyle ilgili olduğu ve bu bulgular ışığında, yaratıcı düşünmenin, bilinçli kontrol ve spontan bilişsel süreçler arasında güçlü işbirliği gerektirdiği ifade edilmiştir. Bu sonuçlar, beynin dinlenme durumunda yaratıcı fikir üretebildiğini göstermektedir. Konuyla ilgili olarak Heilman (2016, s. 292), dinlenme durumundaki beynin yaratıcı faaliyetlerine ilişkin, sinir teorisi kurucusu Ramon y Cajal'ın *Genç Bir Araştırmacıya Öğütler* isimli kitabındaki, yaratıcı bir çözüm geliştirmekle ilgili bulunduğu şu tavsiyeye dikkat çekmektedir;

“Bütün bunlardan sonra bir çözüm bulunamazsa ve yine de başarının hemen köşede olduğunu hissedersen, bir süre dinlenmeyi deneyin. Kırsalda geçirilen birkaç haftalık dinlenme ve sakinlik, zihni sakinleştirir ve netleştirir. İlk sabah donu gibi, bu entelektüel tazelenme, iyi tohumu boğan parazitik ve kötü bitkileri kurutur. Sonunda gerçeğin çiçeği patlar ve çoğu zaman uzun ve derin bir uykudan sonra sabahın o sakin saatlerinde açılır - Goethe ve pek çok kişinin keşif için özellikle uygun bulunduğu saatler.”

Buna ek olarak Heilman (Kuhn, 1996'dan aktaran Heilman 2016, s. 292), bilimsel düşüncede büyük bir değişimi ifade eden *paradigmatik kayma* ismi verilen duruma örnekler olarak Einstein'ın görelilik teorisi, Mendel'in genetik biliminin gelişimiyle kalıtım teorisi, Darwin'in evrim teorisi ve Newton'un yerçekimi teorilerini göstermiştir. Bu paradigmatik kaymaların her biri bilime farklı bir etki yaratmış olsa da, bu büyük bilimsel devrimler, bu bilim insanlarının benzer bir psikolojik durumdayken meydana geldiğini eklemektedir. Buna örnek olarak Darwin'in, Beagle gemisinde seyahat ederken, Isaac Newton'ın, Cambridge Üniversitesi'nde çalışırken veba salgını nedeniyle üniversitenin kapanmasıyla gittiği annesinin çiftliğinde dinlenirken ve Gregor Mendel'in ise manastırda bezelye yetiştirirken büyük teorilerini gerçekleştirdiğini söylemekte ve

tüm bu paradigmatik kaymaların, bu yaratıcı insanların dinlenirken meydana geldiğini vurgulamaktadır.

Yaratıcı fikirler, hem zihinsel hem de fiziksel ortamda gerçekleşen oldukça karmaşık süreçlerin bir sonucudur. Bu karmaşıklık, süreçlerin takip edilmesini zorlaştırır da hem sinirbilimi alanında hem de bilişsel ve algısal süreçlerin çeşitli deneylerle izlenmesi ile anlaşılmaya çalışılmaktadır. Yaratıcı fikir üretimi mekanizmasının daha iyi anlaşılması ve bu anlayışın paylaşılması, başta tasarım alanları olmak üzere diğer birçok alanda, çıktıların niteliklerini artırmak açısından oldukça önemlidir.

2.3.3. Bağlantı arama

Grafik tasarım alanında mesajın iletilme yolu hem ürünler hem de yöntemler olarak farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bir afişle mesaj iletimi sağlandığı gibi bir ürün ambalajı ile de mesaj iletimi sağlanmaktadır. Aynı şekilde, metnin ve imgenin bir arada kullanımındaki çeşitlilik de mesaj iletmek için farklı yollarıdır. Kompozisyonun yazıyüzü seçimine kadar birçok unsurun müdahil olduğu bu çeşitlilik sadece görsel açıdan değil kavramsal açıdan da alternatifler içermektedir. Bu başlıkta, grafik tasarım alanında mesaj iletmek için kullanılan metaforik anlatım ele alınacak ve görsel elemanlar arasında mesaj iletmek üzere kurulan bağlantılar ve bu bağlantıların nasıl kurulduğu açıklanmaya çalışılacaktır.

Metafor kelimesi, bir yeri başka bir yere taşımak anlamına gelen, Yunanca *metapherein* fiilinden türemiştir (Miller, 1979'dan aktaran Boozer, Wyld ve Grant, 1991, s. 60). Bir metaphor, analogi ve benzerlikten türetilir. İnsanların alanlar arası bilişsel farklılıkları nedeniyle, metaforlar insan düşüncesine genel içgörüler sağlamada hayati bir rol oynamaktadır (Smith ve Medin, 1981'den aktaran Tsai, 2017, s. 30). Benzerlik, insan bilişinde merkezi bir etkiye sahiptir. William James (1985'den aktaran Markman ve Gentner, 2000, s. 501) tüm insanların karşılaştırmalardan -soyut ilişkisel öğeler dahil- ortak unsurları çıkarabildiklerini belirtmiştir. Bu, “A, B gibi ise, C de D gibidir” şeklinde bir karşılaştırmaya dayanır.

Metaforları anlamak, iki farklı şeyi benzerliklerine ve farklılıklarına göre karşılaştırmayı içermektedir. Örneğin, “New York, Chicago’ya benzer” denildiğinde, her iki şehrin de büyük Amerikan şehirleri olduğunu ve gökdelenler içerdiği düşünülür. Aynı zamanda, bu şehirlerin birbirinden farklı yönlerini de anlamayı sağlar, mesela New

York'un büyüklüğü veya Chicago'daki belirli müzeler gibi. Bu şekilde, metaforlar iki şey arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların hızlıca görülmesine olanak tanır. Altındaki temel işleyiş “A, B gibi ise, C de D gibidir” şeklindedir (Boozer, Wyld ve Grant, 1991, s. 60). Metaforla ilgili olarak karşılaştırma araştırmalarından ortaya çıkan temsil ve işleme doğasının üç merkezi sonucu olduğunu ifade eden araştırmacılar söz konusu sonuçları şöyle ifade etmişlerdir;

Bilişsel Temsillerin Yapılandırılması: Metaforlar ve karşılaştırmalar bilişsel (zihinsel) temsiller aracılığıyla işlenir. Bu süreç, iki farklı yapı veya kavramı birbiriyle hizalayarak, onları bir çerçevede karşılaştırmaya olanak tanır. Yani, zihindeki bilgi yapılarını düzenler ve bu yapıları birbiriyle ilişkilendirerek anlam çıkarır.

Analojik İlişkilendirme: Metaforlar ve analogiler, karşılaştırılan iki alan arasındaki anlamsal (kavramsal) ortaklıklara dayanır. Bu, bir konsept veya nesnenin başka bir konsept veya nesneyle olan ilişkisini anlamaya yarar, böylece bir alandan diğerine geçiş yaparken anlamın korunmasına yardımcı olur.

Karşılıkların Aranması: Karşılaştırma süreci, birbiriyle ilişkilendirilen unsurlar arasındaki bağlantıları koruyarak, bu unsurların karşılıklarını bulmayı amaçlar. Yani, bir metafor içindeki iki farklı öge arasında mantıklı ve anlamlı bağlantılar kurmaya çalışır.

Lakoff ve Johnson (1980'den aktaran Neale ve Carroll, 1997, s. 441), metaforları bir tür şeyi başka bir tür şey olarak anlama ve deneyimleme olarak tanımlar ve metaforların sadece dilde yaygın olmadığını, aynı zamanda insan düşünce ve eylem konsept sisteminin temel bir parçası olduğunu öne sürmektedirler. Bir metaforda, kaynak ve hedef alanlar arasındaki karşılaştırma örtülüdür. Metafor iki alan arasında bir ilişki olduğunu iddia etse de, ilişkinin detaylarını belirtmez. Kaynak ve hedef arasındaki ilişkilerin gizli olması, metaforun özüdür. Bu durum, sürpriz ve meydan okuma yönü oluşturur. İlişkinin detayları açıklama yapılmaksızın önerildiğinde, bu detayları belirlemek ve açıklamak kullanıcıya bırakılır. Aslında, metafor için karşılaştırmanın temeli her zaman öğrenen tarafından keşfedilmeli veya oluşturulmalıdır (Duit, 1991'den aktaran Neale ve Carroll, 1997, s. 441). Dilin ifade gücünü sağlamlaştırmada büyük rol oynayan metaforların kullanım alanı sadece dil ile sınırlı kalmayarak görsel iletişimde de kendine yer bulmaktadır. Baturlar'ın (2021, s. 162) ifade ettiği üzere *görsel metafor* çalışmaları, kavramsal metafor teorisinin öncüleri olarak kabul edilen Lakoff ve Johnson'ın çalışmalarını takip ederek başlamıştır ve *görsel metafor* teorisi, Max Black ve Charles Forceville tarafından geliştirilmiştir.

Görsel metafor üretimi ve görsel yolla sağlanan iletişim becerisi, görsel metaforlara grafik tasarım alanında da oldukça büyük bir kullanım alanı kazandırmıştır. Lasserre'e (2012, s. 3) göre tasarım, dünyada değerli olanı alır ve bu değerleri yansıtan nesneleri yaratır. Tasarım sadece görsel nesnelerin oluşturulmasından daha fazlasıdır, aynı zamanda görsel ve malzeme dünyasında karşılaşma sistemlerinin yapılandırılmasıyla ilgilidir. Bu sebeple grafik tasarımda, tasarım problemlerini çözmek üzere böyle bir karşılaştırma sistemi için metafor, analogi ve metonimlerden sıklıkla faydalanılmaktadır.

Risch (2008, s. 17), analogik grafikler ile metaforik grafikler arasında birincil bir ayırım yapılabileceğini savunmuştur ve bu iki türün, temsil ettikleri olguların doğası açısından farklılık gösterdiğini ifade etmiştir. Analogik grafikler, hedefte mevcut olan doğal uzaysal ilişkileri koruyacak şekillerde yapısı gereği uzaysal olan olguları tasvir etmektedirler. Bu tür grafikler, bu olguların insanın algı, hafıza ve bilişsel yeteneklerinin sınırları içine getirmeye hizmet etmektedir. Öyle ki, coğrafi haritalar gerçek arazilerin özellikleri arasındaki uzaysal ilişkileri filtreler, soyutlar ve insan ölçeğinde doğrudan anlaşılabilir ürünlere sıkıştırır. Bu tür grafikler, kaynak ve hedef alanların her ikisinin de uzaysal doğada olması ve unsurlar arasındaki uzaysal ilişkilerin kaynak ve hedefte aynı olması nedeniyle analogik olarak kabul edilir. Öte yandan metaforik grafikler, uzaysal olmayan kavramları uzaysal terimlerle sunar. Bunlar soyut kavramları, doğal kavramsal yapılandırma modlarını uyaran sistematik yollarla ilişkilendirir. Araştırmacı metaforik grafiklerin anlamının büyük bir kısmının, algı ve biliş arasında teorik olarak ana köprü görevi gören, fiziksel deneyimlerin bilişsel olarak kökleşmiş modelleri olan imgelenim şemaları ile işlevsel uyumlarından kaynaklandığını savunmaktadır. Bu modeller, bilişsel ve algısal deneyimlere dayanan metaforlar aracılığıyla soyut akıl yürütme süreçlerini yapılandırmayı ve sınırlamayı sağlamaktadır.

Görsel iletişimde kullanılan başka bir araç olan metonim ise ne kastedildiğinin yerine, sözcüğün ve onun referansının arasındaki ilişkileri göstermek için bir özellik veya çağrışım yapan bir kavramın kullanılmasıdır. Kraliyet için taç ve yazarlar için kalem (Corbett ve Connors, 1999'dan aktaran Willerton, 2005, s. 11) örneklerinde görüldüğü üzere görsel metonimin, tematik içeriği aktarmanın bir yolu olduğu söylenebilir. Özellikle reklamcılık alanında sıkça kullanılan metonimler tüketicilerin ürün ve hizmetleri belirli kavramlarla ilişkilendirmelerini sağlamaya çalışmaktadır (Messaris, 1994'ten aktaran Willerton, 2005 s. 12). Görsel medya aracılığıyla, izleyicinin diğer bir deyişle hedef kitlenin zihnine özel bilgiler yansıtılır, beyin farklı duyguları kapsamlı bir şekilde işler ve

günlük deneyim ve bilgiyle bağlantı kurar, sonunda, beyin hayal gücü yeteneğini geliştirerek kavramları şekillendirir. Böylece gönderen ve alıcı arasında tamamlanan bir bilgi transferi süreci olan alışverişi ve iletişimi gerçekleştirmiş olur. Tasarımın görsel unsurlarının yüklendiği bilgi, bir kodlama süreci iken bilginin izleyici tarafından kabul edilmesi bir kod çözme sürecidir. Diğer bir deyişle, iki taraf arasında bir bilgi eşleşmesi ilişkisi oluşur. Sembol, renk ve metin gibi grafik tasarım dili öğeleri bilginin bireysel kodlarını oluşturarak bilgi alışverişi sürecinde düşünce ve bilincin iletimi ve iletişimi için önemli bir rol oynamaktadır. Görsel dilde ve fikir dilinin yapısal formunda yer alan düşünceler ve duygular aracılığıyla izleyicinin psikolojik yönlendirmesini manipüle edebilir ve ayrıca Gestalt yeteneği aracılığıyla insanların anlam tamamlayıcılığı ve düşüncenin derinleştirilmesi gerçekleştirebilir (Du ve Yu, 2012, s. 480-481).

Aristoteles yaklaşık 2300 yıl önce bir fikri satmak için iyi bir metaforun değerini tartışmıştır. Daha yakın zamanlarda, araştırmacılar etkili satıcıların ve reklamların sıklıkla metafor kullanımında bulunduğunu fark etmeye başlamışlardır. Bu gözlemler arasındaki yıllar boyunca, çeşitli şairler ve politikacılar savaştan aşka, ölümsüzlükten diğer her şeye kadar insanlığa birçok şeyi *satmak* için metaforlardan yararlanmışlardır (Boozer, Wyld ve Grant, 1991, s. 59). Metafor literatürü, kaynak ve hedef arasındaki görsel ilişkiyi tanımlayan karşılaştırma, birleşme ve yerine koyma olarak üç yapısal tür üzerinde genellikle anlaşılmıştır (Phillips ve McQuarrie, 2004'ten aktaran Peterson vd., 2015, s. 3-4). Karşılaştırma (juxtaposition) görüntüleri kaynağı ve hedefi ayrı ama genellikle etkileşen varlıklar olarak sunmaktadır. Görsel 2.12.'de üstteki örnekte görüldüğü üzere bir ev kedisi, bir aslanla doğrudan etkileşimde olduğu bir karşılaştırma söz konusudur. Birleşme (fusion) görüntülerinde, her iki unsuru da Görsel 2.12. sol altta sütun, bir süper kahramanın pelerini ile imkansız bir süt pelerini aracılığıyla ilişkilendirilmesi örneğindeki gibi manipüle edilmiş tek bir varlık olarak sunmaktadır. Yerine koyma (replacement) görüntüleri ise Görsel 2.12. sağ altta sağlam tırnakların, tırnağın bir konserve kapağının üstünden kesilmesi vasıtasıyla bir konserve açacağı ile ilişkilendirilmesi örneğinde olduğu gibi kaynağı veya hedefi çıkarır ve bağlam aracılığıyla eksik bir varlık ima eder. Her durumda okuyucunun, kaynağın ve hedefin karşılaştırıldığını tanıması ve hangi varlığın hangi olduğunu belirlemesini gereklidir. Bu kritiktir çünkü görsel metaforun mekanizması, aslanın vahşiliğinin ev kedisine haritalanması örneğinde olduğu gibi, kaynak varlığın özelliklerinin hedef varlığa yönlendirilmiş bir haritalanmasıdır. Metafor kullanımının temel bir insan yeteneği

olduğunun unutulmaması gerektiğini ifade Peterson vd. (2015, s. 3-4), görsel metaforun sunduğu *oyun* izleyici tarafından tanınmalı, kaynak ve hedef rollerinde tanımlanmalı ve ilgili özellikler sadece görsel yapının ve okuyucunun bağlamsal faktörleri doğru bir şekilde yorumlayabilme yeteneği aracılığı ile haritalanmalıdır ifadesi üzerinde dururlar.



Görsel 2.12. Üstte karşılaştırma örneği, sol altta birleşme örneği, sağ altta yerine koyma örneği (Peterson vd, 2015, s. 15).

Tasarım sürecinin erken aşamalarında görsel benzerlik, tasarım problem çözümünü geliştirmek için faydalı bir bilişsel strateji olarak görülmektedir. Bunun nedeni, tasarımcıların tasarım süreci boyunca zengin görsel gösterimlerden yararlanma alışkanlıklarına sahip olmaları ile ilgili olabilir (Casakin ve Goldschmidt, 1999, s. 155). Uzmanlık, edinilen problem çözme yöntemlerindeki ustalığın yanı sıra belirli bir alan veya görev türünde ilgili genel bilişsel stratejilerin kullanımındaki akıcılığı da içerir. Analogik akıl yürütme, iyi tanımlanmamış problem çözmede bilişsel stratejilerin

kullanımına dahildir. Görsel analogik muhakeme iyi tanımlanmamış tasarım problemi çözmenin en iyi örneklerinden biridir. Bir tasarım problemini yapılandırma, uzun ve birbiriyle ilişkili hamle zincirleri üretebilme yeteneği (bellekten alınan daha büyük bilgi parçaları ile) ve ipuçlarını tanıyabilme kapasitesi, uzman tasarımcının becerilerindendir (Casakin ve Goldschmidt, 1999, s. 174). Grafik tasarımda, tasarımcıların yaratıcı fikirler geliştirmek için önceki örneklerden ilham almanın yaygın olduğunu belirten Kang vd.'ne (2021, s.1) göre görsel metafor yaratımı, sadece bir stil veya düzen olarak karakterize edilemeyecek kadar yenilikçi bir öge birleşimi gerektirir. Tasarımcılar için görsel metaforların yaratılması ile, yeni ve tanıdık arasındaki boşluğu köprülemesi ve beklenmedik fikirler sunarak *a-ha* etkisi yaratması beklenmektedir.

Algı, duyuşal deneyimden kaynaklanır ve gözlem, sınıflandırma ve kavramsal düşünmeyi içerir. Metaforik düşünmenin yapısı kavramsal harmanlama (conceptual blending) olarak tanımlanmaktadır (Fauconnier ve Turner, 2002'den aktaran Serig, 2006, s. 230). Görsel metaforların işlenmesini kavramsallaştırma, ifade ve iletişim olmak üzere üç semiyotik boyut üzerinden inceleyen Ventalon, Erjavec ve Tijus (2023, s. 1-11) kavramsallaştırmanın, görsel imgelerin zihinsel kavramlar ve anlamlarla bağlantılı hale getirildiğini ve görsel metaforların anlamının çözümlenmesinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedirler. Araştırmacılar göre diğer semiyotik boyut olan ifade, metaforun görsel sunumu ve estetik öğelerine odaklanır ve görsel metaforun ilk algılanışını ve izleyicinin tepkisini etkiler. İletişim boyutu ise görselin mesajını ve izleyiciler tarafından algılanışını incelemektedir. Görsel metaforların etkili yorumlanması ve mesajlarının doğru algılanmasında kritik bir rol oynamaktadır.

Tasarımda metaforlar, tasarım düşüncesini organize etmeye ve iyi tanımlanmamış tasarım sorunlarının üstesinden gelmeye yardımcı olan sezgisel yöntemler olarak görülmektedir. Metaforik akıl yürütme, tasarımcıların bir tasarım durumuna ilişkin bilgilerini kademeli olarak arttırdığı yinelemeli bir süreçtir. Temel olarak metaforların kullanımı, tanımlı gereği rutin olmayan tasarım problemlerinin yapılandırılmasına yardımcı olur. Metaforlar yalnızca problemin yansıtılmasına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda başlangıçtaki problem kısıtlamalarının dayattığı sınırlamalardan kurtulmaya, alışılmadık tasarım alternatiflerini keşfetmeye ve tasarım problemiyle yeni ilişkiler kurmaya da yardımcı olur. Bunlar, metaforların tasarım yaratıcılığını teşvik ettiğine inanılan önemli nedenlerdir. (Rowe, 1987; Antoniadis, 1992; Snodgrass ve Coyne, 1992; Coyne, 1995; Casakin, 2006'dan aktaran Casakin, 2007, s. 22).

Çoğu zaman sorunlu bir durum, -grafik tasarım açısından iyi tanımlanmamış tasarım problemlerine denk gelebilir- benzersiz bir durum olarak kendini gösterebilir. Bir

doktor, bir dizi semptomu tanır ancak aynı anda bilinen bir hastalıkla ilişkilendiremediği bir dizi semptomun da farkına varır. Bir makine mühendisi, elindeki araçlarla kesin bir analiz yapamayacağı bir yapıyla karşılaşır. Kişi böyle bir durumda hazır yanıtı olmayan sorun karşısında bir tür sezgisel anlayışın farkına varabilir. Benzersiz vaka, mevcut teori ve teknik kategorilerinin dışında kaldığından uygulayıcı, bunu mesleki bilgi deposundaki kurallardan birini uygulayarak çözülecek araçsal bir sorun olarak ele almakta zorlanabilir. Problemin çözümü *kitapta* değildir. Eğer bu sorunla yetkin bir şekilde başa çıkacaksa, bunu bir tür doğaçlama yaparak, kendi tasarladığı durum stratejilerini icat ederek ve test ederek yapmalıdır (Schön, 1987, s.4-5). Buchanan’a (2006’dan aktaran Lee, 2019, s. 39) göre metaforlar, tasarımcıların tasarım problemlerini anlamaya ve çerçevelemelerine yardımcı olarak, ilgili problem bağlamını göz önünde bulundururken, analogi ve analogik akıl yürütme süreci ise tasarımcıların, tasarım problemleri ile olası çözüm hedef alanları arasında sebep-sonuç ilişkilerini düzenlemelerine yardımcı olabilir. Tasarım düşüncesi, problem çözme yöntemi olarak tasarımcının araçlarının, süreçlerinin ve zihniyetlerinin karmaşık tasarım problemlerini çözmek için tasarım dışı alanlara uygulanmasıdır (Lee, 2019, s. 41). Görsel odaklı yaklaşım, tasarım sürecini hızlandırabilir ve Görsel 2.13.’te gösterildiği gibi, daha sezgisel yollarla eyleme götüren içgörüler sağlayabilir.

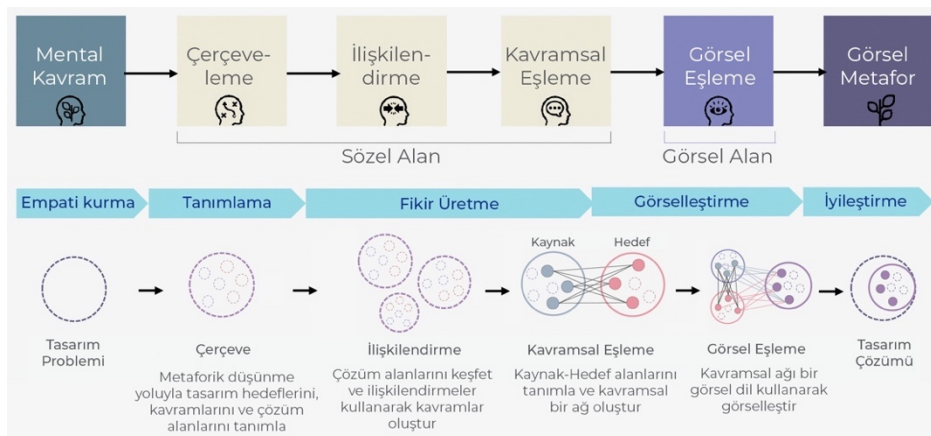
Aşama	Açıklama	İlgili Görevler	Yöntemler
Empati Kur	Kullanıcı/izleyiciyi tanımla, ihtiyaçlarını ortaya çıkar, mental boşluğu keşfet	Problem Tanımlama	Zihin haritası, paydaş haritası, empati haritası, toplanan verilerin kavramsal haritası, merdiven röportaj haritaları
Tanımla	Metafor Tanımlama bulgularını açığa çıkar ve sentezle, anlamlı ve eyleme geçirilebilir tasarım görevlerini kapsamlı	Metafor Tanımlama	Kavram haritaları, matris, Venn diyagramı, Kişilikler
Fikirleştir	Fikir üretme için çeşitlilik, fikir seçimi için yakınsama	Etiketleme, Odak İşleme, Taşıtlı Yapımı, İlişkilendirme Kurma, Metafor Oluşturma, Metafor İşlevselleştirme Metafor Bağlamı Oluşturma ve Metafor Kavrayışı	İraksama: İşbirlikçi eskizler, ikili zihin haritası, beyin yazma Yakınsama: Kavramsal diyagramlar, matris, Venn diyagramı
Görselleştir	Fikirleri ilk önce en basit formlarıyla görsel bir alana çevir	Görsel Metafor Bağlamı Oluşturma, Hedef veya Kaynak Oluşturma, Görsel Metafor Oluşturma, Metafor Kavrayışı	Düşük çözünürlüklü prototipler: Eskizler, maketler, Sankey diyagramı, Kesişme diyagramı
İyileştir	Hedefe ulaşmak için görselleştirmeyi daha karmaşık hale getirerek iyileştir	Çözüm Problemi Tanımlama Uygunluk Tanımlama	Pilot Çalışmalar, sezgisel veya uzman değerlendirme, memnuniyet anketleri, deneyim sonrası röportajlar

Görsel 2.13. *Tasarım perspektifinden görsel metafor yaratım süreci (Lee, 2019, s. 41).*

Bir tasarım süreci, genellikle iyi tanımlanmamış bir yapıya sahip bir problemi iyi tanımlamakla başlar. Alternatif çözümlerin keşfi ve problemin yeniden çerçevelemesi yoluyla, tasarımcı problemi alt problemlere ayırır ve/veya problemin farklı yönlerine öncelik verir. Logan ve Smithers (1993’den aktaran Casakin ve Goldschmidt, 2000, s.

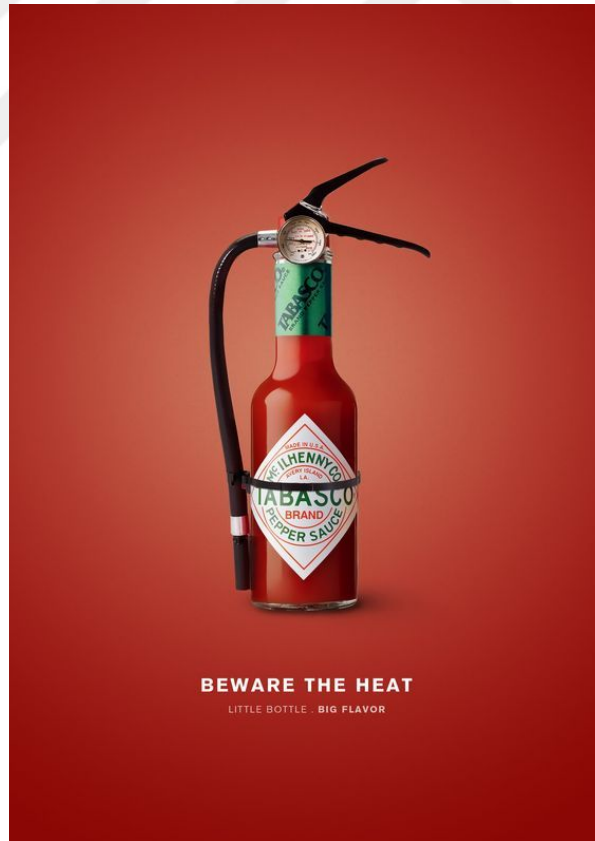
106), alternatif çözümler geliştirmeye çalışırken, tasarımcının problemi yeniden formüle etmeye yönlendiren yeni bilgiler edindiğini iddia etmiştir. Bir tasarım problemi çözerken, tasarımcı, aşına olduğu önceki çözümlerin mevcut bağlamı içinde kararlar alır. Tanıdık çözümler, daha sonraki alternatif tasarımların seçimlerini etkileyebilir. Bu süreçte, probleme dair yeni içgörüler elde edilir ve hem problem hem de aday çözüm yeniden yapılandırılır. Görsel benzerlik, problemin anlaşılmasında ve tasarım çözümüne ulaşılmasında, arama sürecinin erken aşamalarında çok yardımcı olabilir. Tasarımcılar, tasarım problemlerini çözerken, hedef problemleri için potansiyel benzerlikler olarak hizmet eden zengin görsel gösterimler kullanır. Tasarımda görsel benzerlik kullanımının öncü çalışmalarında Goldschmidt (1995, s. 54-57), tasarımcıların problem çözmek üzere, görsel gösterimlerdeki (visual displays) ipuçlarını aradıklarını ve bunların ilgili kaynak benzerlikleri olarak tanımlandığında çözülebilir hale geldiğini öne sürmüştür.

Görsel 2.14.'te tasarım problemi çözümü olarak metafor üretme üzerine, çerçeveleme aşamasından görsel eşleştirmeye kadar her aşama ve görevi, bir tasarım problemi çözme perspektifi kullanarak düzenleyen Lee (2019, s. 39), metaforların üç adımda problem çözme aracı olarak düşünülebileceğini ifade etmektedir; birinci adım, hedef alanlardan çeşitli yabancı kavramlar çıkarmaktan oluşmaktadır, ikinci adım, metaforik kavram ile sorun arasında kavramsal veya üst düzey ilişkilerin bir eşleşmesini oluşturmayı içermektedir. Bu adımda, tasarımcılar metaforik kaynak ile sorun arasında yapısal bir ilişki kurmaya teşvik edilir. Son adımda ise metaforik kaynağa bağlı yapısal uyumların, ele alınan probleme aktarılması ve uygulanması ile ilgilenir (Gentner vd., 2001'den aktaran Lee, 2019, s. 38-39). Görsel 2.14.'de metafor üretimini gösteren bu aşamalar, yöntemleri ile birlikte aktarılmıştır.



Görsel 2.14. Tasarım problemi çözümü olarak görsel metafor süreci (Lee, 2019, s. 39).

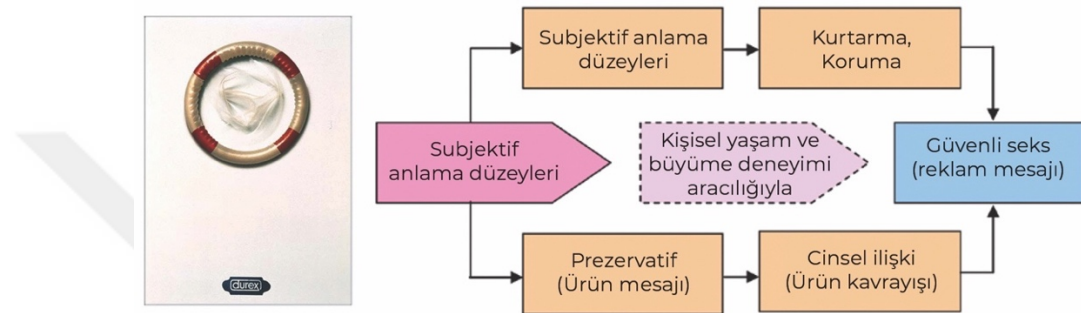
Kültürler arası olarak görsel metaforların izleyici üzerindeki etkisini incelediği çalışmalarında Forceville (1994'ten aktaran Chilton, Petridis ve Agrawala, 2019, s. 2), görsel metaforların üç türünü tanımlamaktadır; nesnelerin *görsel olarak ayrı* olduğu benzetmeler, nesnelerin *birleştirildiği* hibritler ve bir nesnenin bağlam veya ortamdan çıkarıldığı bağlamsal metaforlar. Forceville, nesneleri birleştiren hibritlerin izleyici beğenisinde en olumlu sonucu verdiğini öne sürmektedir. Ayrıca, yüksek karmaşıklıkta görsel metaforların beğeni ile negatif olarak ilişkilendirildiğini bulmuştur. Diğer bir deyişle daha az nesne içeren daha basit karışımların algılanması ve yorumlanması daha kolaydır. Her iki kavramı ilgilendiren nesneleri birleştirerek üretilen görsel karışıma örnek olarak Chilton, Petridis ve Agrawala (2019, s. 2-3), hem şekil hem de kavramsal açıdan birleşimi sağlanmış Tabasco şişesi ile yangın söndürücü metaforunun örneğini Görsel 2.15.'te olduğu haliyle sunmuştur.



Görsel 2.15. Basılı medyadan profesyonel görsel karışım örneği (Chilton, Petridis ve Agrawala, 2019, s. 3).

Lin ve Yang'a (2010, s. 66) göre metafor üretmenin bir başka yolu da mesajı

işlemenin A→B'nin işlevi, C→D'nin işlevine benzer olduğudur. Bu süreçte, öncelikle A ve B araçları bilinmelidir, ardından A+B'nin sonuçları C ve D'nin sonuçlarıyla karşılaştırılır ve sonunda bunlar C+D'nin hedefine yansıtılır. Bu yöntem, çok aşamalı bir düşünme modelidir ve bu tür mesajlar için tüketicilerin gelişmiş mesaj işlemlerini uyandırır. Reklamın mesajını iletmek için Görsel 2.16.'da hem örnek hem de işleme mantığının açıklamasının görüldüğü üzere hedef kitleye tanıdık olan bir nesnenin anlamını kullanır.



Görsel 2.16. Sembolü Andıran Metafor (Lin ve Yang, 2010, s. 67)

Sir Ernst Gombrich (1963'den aktaran Cupchik, 2003, s. 14), tarafından dile getirilen,

“Metaforun olasılığı, insan zihninin sonsuz esnekliğinden kaynaklanır; bu, yeni deneyimleri daha önceki deneyimlerin modifikasyonları olarak algılama ve asimile etme kapasitesine, en farklı fenomenlerde eşdeğerler bulma ve birini diğeriyle değiştirme yeteneğine tanıklık eder. Bu sürekli yer değiştirme süreci olmadan ne dil ne de sanat, hatta medeni yaşam mümkün olurdu”

ifadesi, metaforun insan zihni üzerindeki etkisini ve önemini vurgulamaktadır. Bir grafik tasarım eserinin başarısı, semantik mesajın görüntünün stilistik işlemesi içinde yerleştiği ve bunlarla bütünleştiği ölçüde belirlenir. Burada stil, mesajın anlamını canlandıran bir deneyimi uyandırır. Yani, stil ve mesaj birbirine öyle bir şekilde entegre olmalıdır ki, stilin kendisi mesajın anlamını güçlendirmeli ve izleyicide canlı bir deneyim uyandırmalıdır (Cupchik, 2003, s. 23). Bu metafor üretme ve üretileni anlama yeteneğinin, daha açık haliyle nesnelerin zihinsel temsillerini oluşturma, duysal ve duygulanım deneyimlerini bütünleştirme ve ilişkisel kavramları oluşturma yeteneğinin sadece insanlara özgü olmadığı, hayvanlar aleminde de yaygın olarak dağıldığı düşünülmektedir. Muhtemelen hayvanlar doğal ortamda benzer uyum sorunlarını çözmek için evrimleşmişlerdir. Bu yeteneklerin varlığı ve uygulanmasının, doğrudan Darwinci uyarlamaların ötesine iten karmaşık sosyal amaçlar için de ortaya çıktıkları söylenebilir.

Örneğin, nöbetçi davranış veya belirli türdeki grupları avcılardan koruma ihtiyacı, doğal dünyadaki nesneleri, belirli olanlar da dahil olmak üzere kategorize etme ve bunu çevredeki mevcut bilgileri kullanarak esnek bir şekilde yapma yeteneğinin bir parçası olabilir (Pepperberg, 1999 ve Seitz, 1999'dan aktaran Seitz, 2005, s. 83). Nesneleri tanıma, numaralandırma, gezinme ve bilgi edinmeyi içeren böyle bir *evrensel araç seti* bir türün yeteneğinin temelini oluşturabilir (Hauser, 2000'den aktaran Seitz, 2005, s. 82). Gelişimsel (ontogenetik), evrimsel (filogenetik) ve karşılaştırmalı kanıtlar algısal, etkileşimli, sinestetik ve fizyonomik metaforik yeteneklerin (temel metafor teorisi) yaşamın çok erken bir döneminde ortaya çıktığını, belirli alanlarda benzerliği algılama yeteneğinde biyolojik olarak temellendiğini ve yaratıcı düşüncenin özünü oluşturabileceğini kuvvetle öne sürülmektedir (Seitz, 2005, s. 83). Grafik tasarımda metafor kullanımının etkileri ve bu metaforların tüketiciler üzerindeki nörofizyolojik etkilerinin ele alındığı bir çalışmada (García-Madariaga vd., 2020, s. 11-13) karmaşıklık ve pozitif hisler arasında bir noktaya kadar pozitif bir ilişki olduğunu, ancak bu noktanın ötesinde karmaşıklığın anlamayı aştığı bir noktada bu ilişkinin değiştiği belirtilmiştir. Metafor içeren reklamların, metafor içermeyenlere göre daha olumlu tepkiler uyandırdığı ve orta düzeyde karmaşıklığa sahip reklamların daha olumlu tercih ve satın alma niyetleri elde ettiği bulunmuştur. Bu, tüketicilerin sunulan bilgiyi işlemek için göstermeye istekli ve yetenekli oldukları çabayla uyumlu olduğunda mesajın etkisinin maksimize edildiğini gösterir. Karmaşık akıl yürütme süreçlerinin genellikle frontal ve parietal korteksin geniş bölgelerinin aktivasyonu ile eşlik ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca, görsel karmaşıklığın artmasıyla bilişsel yükün arttığı ve metaforik içeriği işlemek için gereken bilişsel kaynakların da arttığı gösterilmiştir.

Hem sözel hem de görsel metafor anlama süreçlerinin benzer beyin bölgelerini etkinleştirdiğini öne süren Ojha vd. (2019, s. 10-11), bu durumun metafor işleme sürecinin çoklu modaliteye sahip olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle görsel metaforların anlaşılması için daha fazla hemisfer işbirliği ve daha fazla kaynak tahsis edildiğini ifade eden araştırmacılar aynı zamanda görsel metaforların yaratıcı yorumlarının, aynı modalitedeki kelime oyunlarının yaratıcı yorumlarına kıyasla daha fazla beyin kaynağının tahsis edilmesini gerektirdiğini, bu sebeple de bilişsel olarak daha maliyetli olduğunu göstermişlerdir.

Ortiz, Murcia ve Fernandez'in (2017, s. 117-124) yürüttüğü araştırmada metafor üretimi ve beyin aktivasyonunu sol açılal girüs, sol dorsomedial prefrontal korteks ve

posterior singulat korteksi içeren sol yarımküredeki beyin bölgelerinde artmış aktivasyonla ilişkilendirilmiştir. Ayrıca, sağ orta temporal girüs bölgelerindeki beyin aktivasyonunun, yanıtların yaratıcı kalitesiyle orantılı olarak arttığı bulunmuştur. Bu sonuçlar, metafor üretiminin bilişsel süreçler ve yaratıcı düşünce ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bir diğer bulgu olarak da kelimenin gerçek anlamıyla kullanıldığı sıradaki beyin faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerin, metafor üretiminden farklı beyin bölgeleri olduğunu ortaya koymuşlardır. Ojha'nın (2013, s. 114-115), sözel metafor ve görsel metafor üzerine yürüttüğü araştırmasında ise sağ beyindeki bağlam ve görsel algılama yeteneklerinin metafor anlayışında önemli olduğunu bulgusuna erişilmiştir. Ayrıca, görsel metafor anlama görevinde, beynin dil anlayışı ve konuşmayla ilişkili bölgesinde yüksek aktivasyon gözlemlenmesi, görsel metaforların anlaşılmasının dil işleme yeteneklerini gerektirdiğini göstermiştir. Araştırmalar, metaforların çoklu modal etkileşimi içerdiğini ve farklı modalitelerin (görsel, duyu motor, dil) etkileşiminin metafor anlamının oluşumunda önemli olduğunu da ortaya koymuştur.

Tasarım literatürü, tasarımda metafor kullanımıyla ilgili zengin örneklerle doludur. Ancak, birkaç çalışma dışında, metaforik düşünme tasarımda deneysel olarak araştırılmamıştır. Bu bilişsel stratejinin tasarım problemlerini çözme, tasarım pratiğine katkısı, genel olarak tasarım yaratıcılığını ve özellikle tasarım eğitimini incelemek için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğu ifade eden Casakin (2007, s. 25-34), uzmanlık geliştikçe, analiz, sentez ve kavramsal düşünme konularındaki daha güçlü yeteneklerle birlikte, metaforların kullanımının tasarım faaliyetlerinde yaratıcılığı teşvik etmeye yardımcı olabileceğini, bununla birlikte bilinen tasarım şemalarını ve tanıdık çözümleri tekrar kullanmak yerine, metaforların kullanılmasının, sıra dışı düşünmeye katkıda bulunarak daha yenilikçi tasarım ürünleri üretebileceğini de savunmaktadır.

Yaratıcı fikir üretimi ve tasarım problemi çözmenin, yaratıcı düşünce teorilerinin temel alındığı görüşler ışığında, geçmiş deneyimlerden elde edilen bilgilerin, beynin esnek yapısının da yardımıyla, yeniden kombinasyonu ve hayal etmenin dahil olduğu zihinsel temsillerin kurgulanması sürecini içerdği görülmektedir.

2.3.4. Tasarıma sabitleme

Tasarımda yaratıcı fikir üretim süreci oldukça karmaşık ve çoğu durumda çıktıları öngörülemezdir. Bu sürecin çalışma mekanizmasına müdahil ve beklenen akışa olumsuz

etkileri olan çeşitli durumlardan söz edilebilir. Bu durumlar yaratıcı çıktıların karşısında duran engellerdir. Söz konusu engeller dış faktörlerin, tasarımcının zihninde yaratıcı sürece zarar verecek bir karşılık bulabilmesiyle ortaya çıkarlar. Müşteri ile başarısız iletişimden zaman kısıtlamasına kadar birçok unsur tasarımcının üretimini olumsuz yönde etkileyebilir. Bunlara ek olarak tasarımcı üzerinde olumsuz etki bırakması beklenmeyen, tasarımcının hem müdahale edebileceği hem de beynin yapısından dolayı doğrudan müdahale edemeyeceği durumlar da mevcuttur. Bu durumların başında, tasarımcının bulduğu fikrin dışına çıkamaması, bireysel önyargılar ve beynin savunma mekanizmasının sonucu olarak ortaya çıkan ve yaratıcılığı bir tür risk almak olarak işleyen sistemden geldiği söylenebilir.

Tasarımcılar yeni fikirler üretirken başka fikirlerle çeşitli bağlantılar kurarlar. Birçok çalışma tasarımcının şu anda çözülmesi gereken bir problemle (hedef) karşılaştığında geçmişteki benzer problemlere (kaynak) bakabileceğini ve hedef ile kaynak arasında ilişki kurabileceğini göstermiştir. Tasarımcıların bu bağlantıyı kurduğu temel bilişsel stratejiye analogik bir akıl yürütme atfedilmiştir (Gick ve Holyoak, 1980, s. 306). Kaynak ve hedef arasındaki haritalamanın doğası, çözümün ne kadar yaratıcı olduğunu belirler; burada yüzeysel düzeyde veya karmaşık düzeyde haritalama, çözümün kalitesini belirler. Yaratıcılık ne kadar büyük olursa, kaynak ile hedef arasındaki *mesafe* de o kadar büyük olur. *Yakın* kaynaklardan gelen analogiler sonucu ortaya çıkan yaratıcı çözümlere *zihinsel zıplama*, *uzak* kaynaklardan gelen analogilerden elde edilen yaratıcı sonuçlara ise *zihinsel sıçrama* adı verilmektedir. Çeşitli araştırmalar birçok tasarımcının daha orijinal ve yaratıcı sonuçları uzak bir kaynaktan gelen analogik akıl yürütmeyle elde ettiğini göstermiştir (Ward, 1998; Kalogerakis 2010'den aktaran Lazar, 2018, s. 3). Zihinsel sıçrama, bu tez çalışmasında ele alınacağı bir alt süreci olarak yaratıcı sıçrama, bir sonraki başlıkta daha detaylı incelenecektir. Bu başlıkta tasarımcıların yeni fikirler üretirken kurmaya çalıştıkları bağlantıları etkileyen bir durum olan tasarıma sabitlenme (*design fixation*) konusu ele alınmıştır.

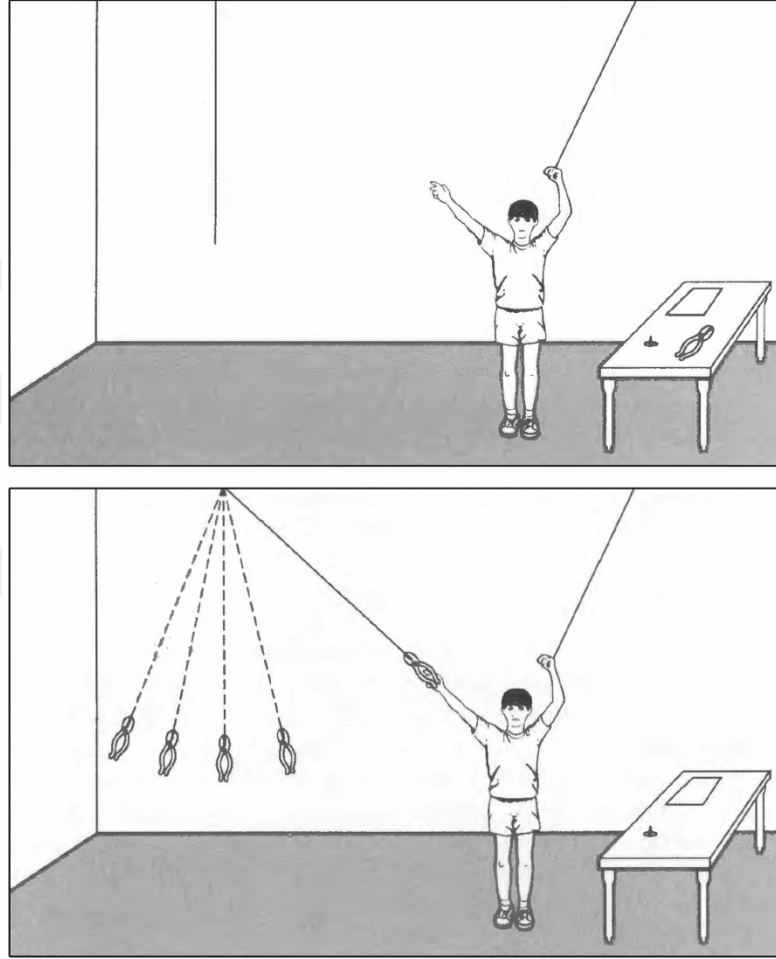
Design fixation teriminin Türkçe karşılığına literatürde üç kaynakta rastlanmıştır. Bu kaynaklardan ikisi (Yazıcı ve Erdoğan, 2010, s. 1; Yazıcı ve Erdoğan, 2011, s. 1), mimarlık alanından makalelerdir ve terimin Türkçe karşılığı *tasarımda sabitlik* olarak kullanılmıştır. Üçüncü kaynak ise bir çeviri makalesidir (Kaçar, 2023, s. 163) ve yine diğer iki makale ile aynı şekilde kullanılmıştır. Bu tez araştırmasında ise terimin Türkçe karşılığı olarak *tasarımda sabitlik* yerine *tasarıma sabitlenme* tercih edilmiştir.

Tasarımda sabitlik, tasarımın belirli bir durumunda karara varılması ve bu durumun korunması gerektiği gibi bir algıya sebep olabilmektedir. Ancak bu başlığın ilerleyen bölümlerinde daha detaylı açıklanacak olan *design fixation* terimi, fikir üretim aşamasındaki tekrarlarla ortaya çıkan ve yaratıcılığa zarar veren tasarım başarısızlığını ifade etmektedir. Bu sebeple tez çalışmasının devam eden bölümlerinde *design fixation* terimine karşılık olarak *tasarıma sabitletme* terimi kullanılacaktır.

Beda, Smith ve Orr (2020, s. 2), yaratıcı problem çözme üzerine yapılan çalışmaların, bugün hala geçerliliğini koruyan iki ana tema etrafında toplanmış olduğunu ifade etmektedirler. Bunlardan ilki, beklenmedik yaratıcı fikirlere yol açabilen bir olgu olan içgörü deneyimi, bir başka deyişle *a-ha* anıdır. İkinci çalışma teması ise yaratıcı fikir bulma zorluğunu temel alan hem yaratıcı yöntemler geliştirmeye yönelik çalışmaları hem de geniş bir temsili fikir alanında fikirleri bulma veya birleştirme olasılığı üzerinedir. Bu bağlamda, beyin fırtınası gibi yöntemler geliştirilmiş ve yaratıcılığı ölçen psikometrik testler, yaratıcı düşüncüyü akıcılık, esneklik, özgünlük ve uygunluk olmak üzere çeşitli ölçümlere ayırmıştır. Yaratıcılığın önemli dönüm noktalarından biri, beyin fırtınasının icadıdır (Osborn, 1953'ten aktaran Beda, Smith ve Orr, 2020, s. 2). Bu yöntem, katılımcıların mümkün olduğunca çok fikir üretmelerini ve fikirleri eleştirmeden önce geliştirmelerini teşvik eder. Yaratıcılık teorileri, genellikle yaratıcı olmayan birçok fikrin arasından yaratıcı bir fikrin çıkma olasılığının daha yüksek olduğunu öne sürmektedir. Bu, yaratıcı olmanın iki temel stratejisine işaret eder; içgörüyü engelleyen sabitletmelemlerin üstesinden gelmek ve yaratıcı fikirler bulabilmek için fikir alanında daha uzağa gitmek.

Tasarıma sabitletme, tasarım sürecinde sınırlı sayıdaki fikirlere kör ve bazen de verimsiz bir bağlılık anlamına gelir. Deneysel bilişsel psikologlar, problem çözme ve hafızaya yönelik zihinsel engeller üzerinde çalışmışlar ve bu olgunun varlığına dair çeşitli kanıtlar sunmuşlardır. Sabitletme, genellikle problem çözücünün kendi kendine koyduğu ve bir problemin başarılı bir şekilde tamamlanmamasına sebep olan bir engeli ifade eder (Jansson ve Smith, 1991, s. 3-4). Maier (1931'den aktaran Bransford ve Stein, 1984, s. 59-60), gönüllü katılımcılara, Görsel 2.17.'de (üst) illüstrasyonu bulunan, laboratuvar tavanından birbirinden belli bir mesafe uzaklıkta asılı duran iki ipi birleştirme problemi vermiştir. Bir çift pense, tipik bir şekilde, yani bir tutma aracı olarak kullanıldığında, katılımcının her iki ipi aynı anda ulaşacak kadar tutmasını sağlamıyordu. Problemi çözmek için, Görsel 2.17.'de (alt) olduğu gibi penselerin atipik bir kullanımı olan bir sarkaç ağırlığı olarak kullanılması gerekiyordu. Maier, pek çok katılımcının, penseleri

sadece onlar için tasarlandıkları normal işlev modunda, yani nesneleri tutmak için kullanma dışında bir şekilde kullanamadıklarını gözlemlemiştir. Katılımcılar sadece pensenin en yaygın işlevini görebildikleri için penseyi bir ağırlık olarak kullanamamışlardır. Bu olguya işlevsel sabitleme denmektedir.



Görsel 2.17. İki ip deneyi (üstte), çözümü (altta) (Bransford ve Stein, 1984, s. 59-60)

Problem çözme psikolojisinde işlevsel sabitleme olarak adlandırılan etki, problem çözmenin temel olduğu tasarım alanında da kendini göstermektedir. Tasarım problemlerinde bu tür sabitleme etkilerinin hangi koşullar altında ortaya çıktığına dair sistemik kanıtların yeterli olmadığını öne süren Purcell ve Gero (1996, s. 363-364), doğası gereği belirsiz olan tasarım problemlerinin çözümünün yenilikçi ve yaratıcı olması gerektiğini dolayısıyla da tasarıma sabitleme çalışmalarının yaratıcılığı artırma konusunda önemli bir alan sunduğunu ifade etmektedir.

Bir dizi yaratıcılık yöntemi, insanların rutin davranışlardan ve sorunlar hakkında

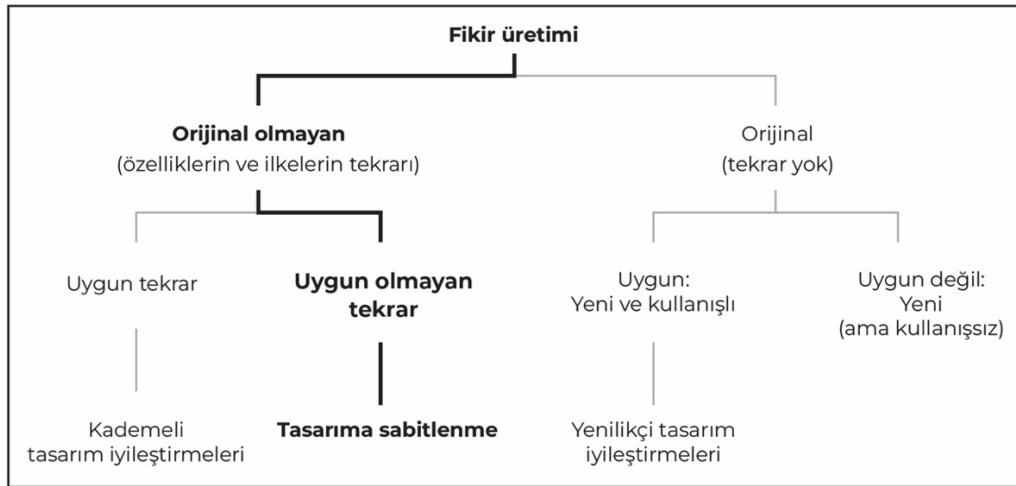
tipik düşünme biçimlerinden kurtulmalarına yardımcı olacak bir mekanizma olarak sorgulamayı dolaylı veya açık bir şekilde kullanmaktadır. Yaygın tasarımcı davranışlarından biri, yakın zamanda algılanan uyaranlar veya tasarım problemlerine yönelik rutin yaklaşımlar da dahil olmak üzere önceden edinilmiş bilgilerin, yeni tasarım problemlerine uymayacak bir şekilde kullanmasıdır (Cardoso, Badke-Schaub ve Eris, 2016, s. 60). İster sistematik ister sezgisel olsun, tasarım süreçlerinin sıklıkla, tasarım probleminin belirli bir temsiline veya bu problemin olası çözümlerine vaktinden önce bağlanmayı caydırarak yaratıcılığın kilidini açtığı iddia edilmesine rağmen Crilly (2015, s. 54), tasarımcıların fikir geliştirirken aslında *sabit, dar görüşlü* veya *kör* olduğunun sıklıkla dile getirilmesine dikkat çekmekte ve tasarımcıların yeni bir şey tasarlarken önceki bir örnekteki belirli ve yardımcı olmayan özellikleri taşımasının ise kasıtsız olabileceğini ifade etmektedir.

Kişinin belirli türdeki sorun veya durumlarla ilgili bilgi ve deneyimi, geçmişle benzer özellikleri paylaşan yeni bir sorunu çözme girişimlerini destekleyebilir. Problem çözmedeki bu olgu, analogik aktarım olarak tanımlanmaktadır ve bunun olumlu etkileri söz konusu iken öte yandan, analogik aktarım başarılı çözümleri her zaman desteklemez. Tasarımda sabitleme, yaratıcı tasarım çözümlerinin üretilmesine olası zararlı etkileri nedeniyle, yaratıcı tasarım tartışmalarıyla özellikle ilgilidir. Bu tartışmaların başında, problem çözme sırasında örneklere odaklanma gelmektedir (Chrysikou, 2015, s. 229). Hem fikir üretme süreci öncesinde, buna herhangi bir tasarım probleminin olmadığı durumlar da dahildir, hem de tasarım problemi çözerken, mevcut çözümlerden ilham alma yaratıcılığın özünde mevcuttur. Ancak kimi durumlarda bu hazır çözümler, ister tasarımcının önceki deneyimlerinin ürünü olsun ister başka tasarımcıların çözümleri olsun, ilhamın sınırlarını aşabilir.

Jansson ve Smith (1991, s. 3-11) mühendislik tasarım öğrencilerine ve profesyonellere, mümkün olduğu kadar çok tasarım çözümü üretme göreviyle farklı tasarım problemleri sundukları bir deney yürütmüşlerdir. Üretilen tasarımların toplam sayısı benzer olsa da, örnek tasarımlar alan katılımcılar, bu tür örneklere maruz kalmayan katılımcılara göre örnek tasarımın unsurlarına önemli ölçüde daha fazla uyma eğiliminde olmuşlardır. Kritik olarak, katılımcılara örnek tasarımın olumsuz özelliklerini vurgulayan ayrıntılı açıklamalar verildiğinde veya deneklere açıkça örnekleri tekrarlamaktan kaçınmaları söylendiğinde etki azalmamıştır. İlginç bir şekilde, profesyonel tasarımcılar da bu etkiden muaf olmamış ve örneklere mühendislik tasarım öğrencileriyle

karşılaştırılabilecek düzeyde bağılılık göstermişlerdir.

Yaratıcı problem çözme sırasında tasarımcılar sıklıkla çeşitli zengin görsel kaynaklara başvururlar. Farklı kaynakları tararken, üzerinde çalıştıkları tasarım problemi çerçevesine girebilecek resimsel temsillere karşı daha duyarlı olabilirler. Ancak tasarımcılar, tasarım problemlerine yeni çözüm fikirleri üretmeye başladıklarında, karşılaştıkları bazı örneklerle genellikle fazla bağlanırlar. Bu durum mevcut çözümlerdeki nesne/form özellikleri veya ilkeler gibi temel niteliklerin yetersiz ve aşırı tekrarına sebep olabilir. Cardoso ve Badke-Schaub'un (2011, s. 130) yürüttüğü çalışmada, belirli bir çözümün farklı resimsel temsillerinin bir fikir egzersizi sırasında endüstriyel tasarım öğrencileri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bulgular, kontrol koşuluyla karşılaştırıldığında, deney grupları tarafından üretilen sonuçlarda belirli temel niteliklerin yüksek düzeyde tekrarlandığı görülmüştür. Sonuçlar ayrıca, bu tür nitelik tekrarlarının, üretilen fikirlerin belirli yönleri için gözle görülür bir zararlı etkiyle birlikte tasarıma sabitlenmeye yol açtığını göstermektedir. Görsel 2.18.'de sunulan diyagram, araştırmacıların bu çalışma sonucunda deneydeki tasarıma sabitlenmenin mevcut çözümlerle birleştirilen bir veya daha fazla öğenin uygunsuz yeniden kullanımının sonucu olarak konumlandırılmıştır. Yukarıda iki farklı tasarım alanlarda yürütülen deneylere ait bulgulara yine bir tasarım alanı olan grafik alanında da ulaşılmasının mümkün olduğu söylenebilir.



Görsel 2.18. Fikir üretme sürecinin muhtemel sonuçları (Cardoso ve Badke-Schaub, 2011, s. 132)

Tasarıma sabitlenme, tasarımcıların fikir aradıkları çözüm alanını kısıtlar, dolayısıyla yeni fikirlerin üretilmesini engeller. Bu bilişsel engel tasarım alanına göre farklılık gösteren eskizler, bilgisayar destekli tasarımlar, fotoğraflar ve fiziksel modeller

gibi çeşitli örnek temsillerinde mevcuttur. Tasarıma sabitleme konusuna psikoloji literatüründen bir açıklama, hafızanın ağ modelleri açısından uzun süreli bellekte depolanan bilginin, ilişkili kavramlardan oluşan çağrışım ağları şeklindedir (Collins ve Loftus, 1975'ten aktaran Viswanathan vd., 2014, s. 26). Bu süreç bilinçsizce gerçekleşir ve tasarımcı tarafından üretilen fikirlerdeki özelliklerin tekrarlanmasına yol açmaktadır.

Bazı araştırmacılar bu olguyu tasarımcıların tasarım sürecindeki bilişsel stratejilerine bağlamaktadır. Çalışmalar, tasarımcıların iyi yapılandırılmamış problemleri çözerken, gereksinimleri ilk konseptlerine veya aşına oldukları bir örneğe dayanarak formüle ettikleri bir *geriye doğru çalışma* stratejisi benimsediklerini göstermektedir. Bu da onları ilk konseptlerine ya da örneklerine karşı bir erken bağlılığa götürür ve tasarıma sabitlemeye yol açar (Ho, 2001'den aktaran, Viswanathan vd., 2014, s. 26). Tasarımcılara sunulan örnekler tasarım problemini çözemeyen ve orijinal olmayan özellikler içerdiğinde, bu tür erken bağlanmalar daha düşük nitelikte fikirlerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Yaratılan her tasarım, bilişsel psikolojinin ilgi alanı olan insan zihni tarafından kavramsallaştırılır. Bilişsel psikologlar, *çalışma belleği* veya *zihinsel modeller* gibi bilişsel yapılar ve *kodlama* veya *görselleştirme* gibi bilişsel süreçler hakkındaki teorileri test etmek için çeşitli deneyler yapmışlardır. Bilişsel yapıların ve süreçlerin yaratıcı fikirler üretmek için iş birliği yaptığı çeşitli yollara *yaratıcı biliş* denmektedir. Yaratıcı biliş yaklaşımı, tekil bir *yaratıcı süreç*'e odaklanmak yerine, yaratıcı düşünmeyi, yaratıcı fikirlerin üretilmesine yönelik bir dizi beceri, işlem ve yöntem olarak tasvir edilmektedir. Yaratıcı biliş, yani yaratıcı düşünme birçok farklı bilişsel mekanizmayı devreye sokar. En öne çıkanlardan bazıları problem çözme, kavramsallaştırma, analogik akıl yürütme, tümevarımsal çıkarım, kavramsal birleştirme ve görselleştirmedir. Bu bilişsel mekanizmalar bütün insanlarda bulunsa da yaratıcı bilişi özel kılan, bu yapılar ve süreçler değil bireylerin bunlarla meşgul olma yollarıdır. Bir müzik performansı veya bilim gibi yaratıcılığın farklı alanları, yaratıcı katkıların üretilme ve keşfedilmesinde çok farklı yollara sahip olabilir ve hatta tek bir disiplin içinde bile, farklı bireyler yaratıcı düşünmek için farklı yaklaşımlardan yararlanabilmektedirler. Bununla birlikte, hemen hemen tüm alanlarda ve bireylerde ortaya çıkan birkaç evrensel düzen vardır ve bilim insanları, yaratıcı bilişi daha iyi anlamak için bu düzenlilikler üzerinde çalışmışlardır (Smith, Linsey ve Kerne, 2010, s. 35). Bilişsel psikolojinin yanı sıra sinirbilimi alanında da yaratıcı biliş, yapısal sabitleme ve tasarıma sabitleme konuları üzerine çeşitli

araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırma konusu Fu, Sylcott ve Das (2019, s. 1-23) tarafından yürütülen bir deneyle ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, tasarım problemlerini çözerken bir kişinin beyinde tasarıma sabitlenmenin tespit edilip edilemeyeceğini, edilebilirse beyin hangi bölge veya bölgelerinde olabileceğini anlamak amacını taşımaktadır. Mühendislik tasarımcıları ile gerçekleştirilen bu araştırmada kavramsal tasarım sırasında tasarımcıların beyin aktivitesini incelemek için fonksiyonel manyetik rezonans görüntülemeden (fMRI) yararlanılmıştır. Tasarım zmleri, sabitlenme etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde tespit edilebileceğini göstermiştir. fMRI sonuçları, *rnek çözüm* kullanan fikir faaliyetleri ile *rneksiz çözüm* kullanan fikir oluşturma faaliyetlerini karşılaştırırken görsel-uzaysal işlemeyle ilişkili alanlarda artan aktivasyonu göstermiştir. Aktivasyon sağ alt temporal girus, sol orta oksipital girus ve sağ superior parietal lobül bölgelerinde bulunmuştur. rnek durumda yaratıcı çıktıyla ilişkili olan prefrontal kortekse yakın olan sol lingual ve superior frontal girusların daha az aktif olduğu görülmüştür. Araştırmacılar sonuçların, bir tasarımcı sabitlendiğinde zihinsel kaynaklarda değişimin meydana gelebileceğine dair kanıt sağladığını ne sürmüşler ve tasarımcının örneklere maruz kalması durumunda, yaratıcılık ile ilişkilendirilen beyin bölgelerine yakın olan bölgelerde aktivasyonun azaldığını ortaya koymuşlardır.

Literatürde tasarıma sabitlenmeyi azaltmak için çeşitli yöntemler mevcuttur. Bunlar arasında kuluçka, kışkırtıcı uyaranlar, istenmeyen özelliklerle ilgili uyarılar ve soyutlamalar yer almaktadır. Tasarımlar bir çözüme sabitlendiğinde konseptin temeli oluşturacak yeni fikirler yerine uygun olmayanlar çözümler daha kolay çağırılır. Probleminin bir süreliğine kenara bırakıldığı durumları ifade eden kuluçka yöntemi, tasarımcılar sabitlenme sorunu yaşadığında hazır bilgilerin uzaklaşmasıyla sabitlenmenin kırılmasına yardımcı olabilir. Birçok yaratıcılık çalışması kışkırtıcı uyaranlara dayanmaktadır (Shah vd., 2001'den aktaran Viswanathan vd., 2014, s. 27). Yaratıcı grup toplantılarında diğer grup üyelerinin fikirleri bu uyaranlara örnek olarak gösterilebilir. Tasarımcılar sabitlendiklerinde tek bir fikrin özellikler kümesi, çözüm ilkeleri vb. referans çerçevesine odaklanırlar. Rastgele kışkırtıcı bir uyaran bu odağı bozabilir ve referans değişikliği sağlayabilir (Viswanathan vd., 2014, s. 27). İstenmeyen zm özelliklerinin tasarımda fikir üretim süreci öncesinde veya sırasında belirtilmesi veya tasarımcının kendisi tarafından ilk örnek sonrasında tanımlanabilmesi bir uyarı etkisi yaparak sabitlenmenin etkilerini azaltabilir. Chrysikou ve Weisberg, (2005, s. 1134-

1148), psikoloji alanında yürüttükleri çalışmaların sonucunda, uyarı alan katılımcıların istenmeyen tasarım özelliklerine daha az odaklandıklarını göstermişlerdir.

Smith ve Linsey (2011, s. 83-84), tasarıma sabitlemenin verimsiz etkilerinin üstesinden üç yönlü bir yaklaşım kullanılarak gelinebileceğini ifade etmektedir. Bu yöntemler; ideal biçimde bağlamları değiştirerek sabitlemenin unutulması, tasarımların soyut işlevlerini kullanarak tasarım problemlerinin yeniden tanımlanması ve yeni fikirleri teşvik etmek için analogilerin kullanılması. Belirli bir durumda bilgi veya deneyimlerin uygunsuz kullanımı veya uygulanması anlamına gelen sabitleme unsurunun unutulması, onun bilgiden veya hafızadan silinmesini gerektirmez. Sabitlemeyi unutmak, kişinin sabitlemiş sorununu, uygunsuz bilgi veya eylem kullanılmadan veya akla gelmeden kavramak anlamına gelmektedir. Tasarımcı problemi çözmek için belirli bir yaklaşımı kullanmaya takılıp kaldıysa ve bu yaklaşım belirli bir problem için uygun değilse, beklenen sorunu çözmek için o bilgiyi hafızasından silmek değil söz konusu sorun kavrandığında sabit yaklaşımdan uzaklaşmak, onu akıldan çıkarmaktır. Unutma yaklaşımı engelleme, müdahale ve bağlam değişikliğinden oluşan üç bilişsel mekanizmaya uygundur (Anderson ve Green, 2001'den aktaran Smith ve Linsey, 2011, s. 87). Engelleme genellikle bir düşünceyi bastırmaya yönelik tekrarlanan girişimlerle gerçekleştirilir. Sabitleyici bilgiyi engellemek için çoğu zaman örtülü olan sabitleyici bilginin açıkça tanımlanması gerekmektedir. Müdahale, sabit bir yanıtın farklı bir yanıtla değiştirilmesi anlamına gelir. Bağlamin değiştirilmesi ise sorunun farklı şekilde kodlanmasına veya tanımlanmasına olanak tanıyan bir yöntemdir. Bir sonraki yöntem olan tasarım probleminin yeniden tanımlanmasını gerektiren durum, sorunların başlangıçta tanımlanma şekli başarılı olamayacak belirli bir çözüm veya yaklaşımı ima ediyorsa kullanılabilir. Başlangıçta sabitleyici tanımlar tipik iş bağlamıyla ilişkilendirilebilir, çünkü bu bağlam muhtemelen daha önceki sorunların tanımlandığı ve çözüldüğü bağlamdır. Tasarımcının tipik çalışma durumunun dışındaki sorunları dikkate alarak tasarım sorunlarını yeniden tanımlaması çözüm girişimlerini kolaylaştırılabilir. Tanımlamadan sonra gelen analogi ise tasarıma sabitlemenin üstesinden gelmeye yardımcı olabilecek zengin bir potansiyel olarak benzetmeler dünyasına işaret etmektedir (Smith ve Linsey, 2011, s. 87-89). Tasarımcıların bağlantılar kurgulamak için hazırlamış oldukları zihin haritaları aslında dalları her yöne uzanan bir çeşit analogiler ağacıdır. Tasarıma sabitlemeye çözüm olarak bu analogiler takılıp kalınan fikirden uzaklaşılmasını sağlayabilir.

Bir grup profesyonel olarak tasarımcılar da işlerinde diğer herkesle aynı önyargılara ve normatif olmayan davranışlara karşı hassastır. Çözüm üretmede normatif olmayan davranışın bir başka örneği de tasarıma sabitlenmedir. Araştırmalar (Cross, 2001; Schmidt ve Calantone, 2002'den aktaran Nikander ve Liikkanen, 2014, s. 475), tasarımcıların ana fikirlerine bağlandıklarını ve bedeli ne olursa olsun mümkün olduğu kadar uzun süre bu fikirlere bağlı kalmaya çalıştıklarını öne sürmüştür ve bir ürün geliştirme projesi başlatan yöneticilerin başarısız bir projeyi finanse etmeye devam etme olasılıklarının, proje sırasında daha sonra liderlik üstlenen yöneticilere göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. İnsanlar kendileri ile maddi ve manevi nitelikte çok sayıda varlık arasında psikolojik bağlantılar kurarlar. Bu bağlantılara ait çağrışımlar, varlığın yakınlığı, onun üzerinde kontrol sahibi olunması veya fiziksel olarak ona sahip olunması yoluyla ortaya çıkar. Ayrıca bu çağrışımlar, varlığın yaratılması sırasında ya da onunla yoğun zaman geçirilirken ortaya çıkan samimi ilişkiler sebebiyle de kendini gösterebilmektedir (Furby, 1978; Beggan, 1992'den aktaran Nikander ve Liikkanen, 2014, s. 477). Konu üzerine yürütülen çalışmada Nikander ve Liikkanen (2014, s. 489), katılımcıların tasarım ürünlerinin sıralanması ve değerlendirilmesi görevinde kendi fikirlerini tercih etmesinin hem niceliksel hem de niteliksel verilerde açıkça görüldüğünü ifade etmektedir. Tasarımcı üzerinde uzun zaman geçirdiği çözüm yoluyla kurduğu ilişkiye ek olarak çözümün kendisine ait olması sebebiyle de bir bağ kurabilir. Söz konusu bu bağ tasarımcının başarıya götürmeyen fikirlerinde ısrarcı olmasına neden olabilir. Bu sebeple tasarımcının içinde olduğu bu durum tasarıma sabitlenmeye sebep olan unsurlardan biri olarak ele alınmıştır.

İnsan yaratıcılığının iki süreci gerektirdiği düşünülmektedir. Biri, fikirlerin çağrışımsal olarak ortaya çıktığı fikir üretme süreci, diğeri ise üretilen fikirlerin değerlendirilip elendiği fikir değerlendirme sürecidir. Şimdiye kadar, nörogörüntüleme çalışmaları çeşitli beyin bölgelerinin yaratıcılığa dahil olduğunu tanımlasa da çok az sayıda çalışma bu iki sürecin altında yatan sinirsel temeli incelemiştir. Sol temporopariyetal kanaması olan ve daha önce sanatçı olarak deneyimi olmayan bir bireyin dikkat çekici bir sanatsal yaratıcılık geliştirdiğini ve bu yaratıcılığın kanama azaldıkça azaldığını ifade eden Mayseless, Aharon-Peretz ve Shamay-Tsoory (2014, s.157), başlangıçtaki hematom sırasında yaratıcılığın değerlendirme aşında meydana gelen hasarın, fikir üretme sistemini *serbest bırakarak* yaratıcılık üzerindeki baskıcı etkiyi kaldırdığını varsaymışlardır. Bu hipotez doğrultusunda, yaratıcı fikirleri

değerlendirirken sağlıklı bireylerde sol temporal ve parietal aktivasyonların azalmasının seçici olarak daha yüksek yaratıcılığı öngördüğünü gösteren bir fMRI çalışması gerçekleştirmişlerdir. Mevcut çalışmalar, sol temporoparietal alanın yaratıcılığın değerlendirilmesinde yer alan bir sinir ağının parçası olduğunu ve bu nedenle yaratıcılığın engelleyici olarak hareket edebileceğini öne süren kanıtlar sunmaktadır.

Hipokampus, geleceği kurgularken geçmişteki bilgileri yeniden bir araya getirir ve bu süreç, insanlara gelecek simülasyonları yapma imkânı sunar. Bu simülasyonlar insanların eylemlerini zihinlerinde teste tabi tutarak gelecek adımları için bir güvenlik sağlar. Ancak bu zihinsel süreçler yalnızca hayatta kalmaya yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda var olmayan dünyaları hayal etmeyi ve cisimleştirmeyi de sağlar. “Şöyle olsa ne olur?” çıkışlı simülasyon yeteneği, insanlara ilerleyebileceği yeni yollar sunar. İnsan beyni, verimlilik ilkesine göre hareket ettiğinden, sıklıkla en çok denenmiş çözümlere yönelme eğilimindedir. Enerji depolarına bağlı olarak yaşayan insan bir şeye ne kadar aşına olursa, o kadar az nöral enerji harcar. Bu tekrarlama, tahminlerde daha güvenli ve eylemlerde daha verimli olmayı sağlasa da yaratıcılık ve yenilik adına, ilk bulunan çözüme hemen bağlanmamak önemli bir derstir. Çünkü “bir beynin en yaratıcı olduğu zamanlar, güvenceyi sürprize, alışılmışı bilinmeyene feda ettiği zamandır.” (Eagleman, 2016, s. 31; Eagleman, 2019, s. 19, 28, 172, 184).

Tasarıma sabitlenme, grafik tasarım problemlerinde ilk bulunan çözüme bağlanma ve alternatifleri göz ardı etme durumudur. Tasarımcının önyargıları ve zihinsel modelleri bu duruma yol açabilir. Belirtileri arasında ilk tasarımdan vazgeçememe, alternatif çözümleri aramama, eleştirilere kapalı olma ve tasarımın kusurlarını görmezden gelme bulunmaktadır. Bu durum, yaratıcılığın sınırlanmasına, daha iyi çözümlerin gözden kaçırılmasına ve zayıf tasarımların ortaya çıkmasına neden olabilir. Farklı bakış açılarından geri bildirim alma, beyin fırtınası, kavramsal veya biçime özel sınırlamalar koyma ve tasarımdan zaman zaman uzaklaşarak zihni tazelemek tasarıma sabitlenmeyi önlemek için kullanılabilecek yöntemlerin başında gelmektedir.

2.3.5. Evreka anı

Kant ve diğerleri dehanın ve buna bağlı olarak yaratıcılığın doğuştan geldiğini ve dolayısıyla öğrenilemeyeceğini veya öğretilmeyeceğini ileri sürmüşlerdir. Ancak buluşsal/sezgisel (heuristik) yöntemler çoğu zaman öğrenilebilir ve öğretilir kabul

edilmektedir. Yaratıcı çalışmaların meyvelerini vermek için sıklıkla bilinçli çabaya ihtiyaç duyulur ancak bu işin bir kısmı buluşsal yöntemlerin kullanılmasıyla kolaylaştırılabilir. *Evreka* ve *höristik* eski Yunanca'da aynı kökene sahiptir: *Buldum* (I have found) anlamına gelen *heúrēka*, *heuriskō*, *buldum* (I find) fiilinin bir biçimidir (Hájek, 2018, s. 292). Başarılı ürünler için yaratıcılığın elzem olduğu tasarım dünyasında da evreka anlarının yaşanabilmesi için öncelikle bilgi birikimine, tecrübeye ve çabaya ihtiyaç vardır. Ancak bu noktada sezgi (intuition) ve içgörü (insight) arasındaki fark üzerinde durmak gerekmektedir. Hem sezgi hem de içgörü karar verme süreçlerinde rol almaktadır. Sezgi, genellikle bilinçaltı ve bilinçdışı süreçlerden kaynaklanan, hızlı ve mantıkla açıklanamayabilen bir düşünme sürecidir. İçgörü ise genel olarak daha çok mantıksal düşünme sürecinin sonucu olarak tanımlanır. Sezgi neden ve nasıl olduğunu bilmeden bilmek hissi olarak ifade edilirken içgörü, belirli bir problem üzerinde çalışılırken önceden edinilmiş bilgi birikimi sayesinde, çözümün birdenbire anlaşılmasını ifade eder. Bu nedenle, sezgi ve içgörü birbirinden farklı kavramlardır ve her biri farklı süreçleri ve sonuçları ifade etmektedir (Rooij vd., 2021, s. 253-254). Bu başlıkta içgörü kavramı üzerinde durulmuş ve içgörünün sonucu olarak yaşanan evreka anı, işleyişi, arkasındaki nörolojik süreçler ve grafik tasarım sürecindeki yeri ele alınmıştır.

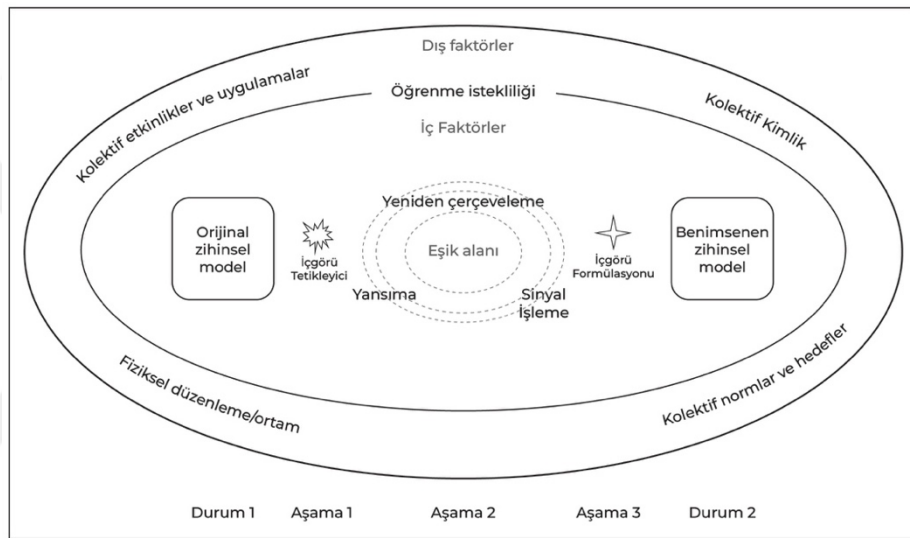
İçgörü, bir problemin işleyişinin derinlemesine anlaşılması anlamına gelir ve bu, zor problemleri çözebilecek kritik fikirleri de içerebilir. Böyle bir anlayış ani bir farkındalıkla akla geldiğinde buna içgörü deneyimi, *a-ha* deneyimi veya evreka anı denir. İçgörü deneyimleri beklenmediktir ancak görünüşte zorlu sorunları çözmek için kritik olan fikirleri bulmakta faydalıdırlar. İçgörü tarihsel açıdan önemli bilgiler, bilimsel sorunlara beklenmedik çözümler, yeni ürünler için fikirler, iş uygulamaları için yöntemler ve tarihi değiştiren buluşlara imkân sağlamıştır (Smith, Linsey ve Kerne, 2010, s. 36).

İçgörü deneyiminin yaygın olarak evreka ile anılmasına sebep olan Vitruvius'un Arşimet hakkındaki hikayesidir. M.Ö. 1. yüzyılda yaşayan Romalı yazar, mimar ve mühendis olan Marcus Vitruvius Pollio, İmparator Augustus'a ithaf ettiği, Rönesans'ın birçok mimarına ve sanatçısına ilham kaynağı olan "Mimarlık" adlı kitabı yazmıştır. Kitap, klasik antik çağın en büyük bilim adamlarından biri olan Syracuse'lu Arşimet hakkındaki en ünlü ve popüler anekdotlardan birinin de kaynağıdır (Sparavigna, 2011, s. 1). Arşimet vücudunu banyoya indirdiği olağanüstü anda, bir kıvılcımla karşılaştırılabilir eşsiz bir hayal gücü örneğini hissetmiş ve o anda özellikle zor bir sorunun olası bir çözüm düşüncesiyle bağlantılı olduğunu fark etmiştir. Uzun bir tefekkür

döneminin ardından, sessiz bir anda ya da zihni dinlendiğinde, bu bağlantı bir anda gelmiş gibi görünmektedir. Vitruvius'un Arşimet hakkındaki hikayesi, uyumsuz fikirlerin mantıksal bir ilişki bulduğu bir geçiş noktasının anlaşılmasına yardımcı olacak bir benzetmedir. Arşimet'in zihninde ortaya çıkan kavram, öncesinde çok fazla düşünmeyi gerektiriyordu. Bu sürecin sonrası da aynı derecede önemlidir. Bir fikir ortaya çıktıktan sonra uygulama, onu kararlılık ve beceri gerektiren pratik kullanıma dönüştürür. Evreka anıyla aydınlanmış zihinle, kıvılcım sonrası somut bir şey geliştirmek için gereken adımlar yerine getirilmelidir. Hayal gücünün bu evreka sonrası aşaması, Arşimet'in gümüş ve altının ağırlığıyla ilgili deneyleriyle ilgilidir. Hamamda kendi hacmi kadar suyun yerini değiştirdiğini gözlemlemesi, yani evreka anı deneye çevrilmiştir. Bu aşama olmasaydı, sözü edilen bu evreka anı tanınmazdı (Smith, Smith ve Stanford, 2013, s. 167-171). Hikâyenin bu sıradışı sürece evreka adını kazandırması ise rivayet göre Arşimet'in bu aydınlanmanın heyecanı ile çıplak bir şekilde kendini sokağa atarak Evreka! yani Buldum! diye bağırmasıdır.

İçgörü keşif süreci, bireyin başlangıçtaki bilgi durumundan yeni bir anlayışa geçişi olarak iki durum ve üç farklı aşamaya ayrılmaktadır; orijinal zihinsel model, içgörü tetikleyici, eşik alanı, içgörü formülasyonu ve uyarlanmış zihinsel model (BinBin vd., 2022, s. 1-6). Görsel. 2.19.'da bu durumların ve aşamaların ilişkisi sunulmuştur. İlk durum, bireyin yeni bilgiler veya deneyimler sunulmadan önceki bilgi durumunu ifade eden orijinal zihinsel modeldir. Kişisel deneyimler, tutumlar ve önceki bilgiler tarafından belirlenen bireyin bir durumu algılama, anlama ve çerçeveleme şeklidir. İçgörü tetikleyici, yeni bilgi parçalarının bireysel veya kolektif olarak edinilmesi ve mevcut zihinsel modeli zorlaması aşamasıdır. Bu, bireyin mevcut anlayışına uymayan bilgilerle karşılaşması ve buna bağlı olarak bilişsel uyumsuzluk yaşaması sürecidir. Eşik alanı (liminal space), bireyin konfor alanını terk edip *keşfedilmemiş bölgeye* geçtiği, yeni bilgileri işleyip mevcut varsayımlarını sorguladığı aşamadır. Yansıma, yeniden çerçeveleme ve sinyal işleme gibi alt aşamaları içerir. İçgörü formülasyonu, yeni anlayışın ve netliğin elde edildiği, bireyin zihinsel modelinde bir değişikliğe yol açan anı temsil etmektedir. Son olarak ise uyarlanmış zihinsel model, içgörü sonucu elde edilen yeni bilgi durumunu ifade etmektedir. Bu aşamada, birey kazanılan içgörülerini problem alanına uygulayabilir ve yeni bir anlayışla ileriye dönük problemleri değerlendirebilir. Aynı süreç grafik tasarım üretim sürecine uyarlandığında içgörü keşfinin, tasarımcının yaratıcı çözümler üretmesine olanak tanıdığı söylenebilir. Bu süreç, bir projenin

başlangıcında tasarımcının mevcut bilgi ve anlayışıyla başlar. Bir problem veya ihtiyaç belirlendiğinde, bu tetikleyici tasarımcının mevcut düşünce yapısını zorlar ve yeni fikirler aramaya yönlendirir. Eşik alanında tasarımcı farklı disiplinlerden ve deneyimlerden gelen bilgileri entegre ederek yenilikçi içgörüler geliştirir. Bu süreç, tasarımın bir sonraki aşamasına geçişte, yani bir fikrin somut bir tasarım çözümüne dönüştürülmesinde kritik bir rol oynar. Sonunda, tasarımcı bu yeni içgörülerini kapsamlı bir şekilde uygulayarak, projenin gereksinimlerini karşılayan ve hedef kitlenin beklentilerini sağlayan bir zihinsel model veya tasarım çözümüne ulaşır.



Görsel 2.19. İçgörü keşif sürecinin durumları ve aşamaları

Yaratıcı problem çözme sürecindeki a-ha anlarının nöral temellerini inceleyen bir çalışma (Tik vd. 2018, s. 3241-3249), bu anlar sırasında subkortikal dopaminerjik ödül ağının kritik bir şekilde devreye girdiğini göstermiştir. Çalışmada Uzaktan İlişkilendirme Görevi (Remote Associates Task - RAT) kullanılarak, katılımcılara üç kelime sunulmuş ve bu kelimelerle ilişkili dördüncü bir kelimeyi bulmaları istenmiştir. Bu görev sırasında ultra yüksek alan fMRI ile beyin aktiviteleri incelenmiştir. Bulgular, a-ha anlarının, nükleus akkumbens (beynin ödül merkezi), talamus, hipokampus ve ventral tegmental alanı içeren subkortikal bölgelerde belirgin nöral aktivasyon değişiklikleri ile ilişkilendirildiğini göstermiştir. Bu sonuçlar içgörü ile problem çözmenin hem, öğrenme ve hafıza oluşumuyla ilişkili nöral mekanizmalarla hem de bireyin içsel motivasyon sistemleriyle derinden bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma, a-ha anlarının yaratıcı problem çözme sürecinde önemli bir motivasyon kaynağı oluşuyla bu anların,

bireylerin yeni ve etkili çözümler geliştirmelerini teşvik ettiğini de göstermektedir.

İçgörü anlarının nöral temellerini ve ödül sistemiyle olan ilişkisini daha detaylı bir şekilde incelemek üzere, katılımcıların anagram görevlerini çözerken yaşadıkları a-ha anları sırasında beyin aktiviteleri EEG ile kaydedilmiş ve bu anların ödülle ilişkili beyin bölgelerindeki aktivasyon artışlarına nasıl karşılık geldiğini analiz edilmiştir (Oh, 2020, s. 1-13). Bulgular, içgörü anlarının, özellikle striatum gibi ödülle ilişkili beyin bölgelerinde belirgin nöral aktivasyon artışları ile karakterize olduğunu göstermiştir. Bu bulgunun, içgörü deneyimlerinin neden motivasyonel olarak teşvik edici ve tatmin edici olduğuna dair önemli bilgiler sunduğunu ifade eden araştırmacılar önceki çalışmada olduğu gibi içgörünün pek çok insan için ödüllendirici olduğunu ve yaratıcı düşünciyi teşvik eden evrimsel bir mekanizmanın tezahürü olabileceğini öne sürmüşlerdir.

İnsanların problem çözme ihtiyacının, problemin çözüme kavuşmuş olmasının yanı sıra problemin çözülmesi sırasında hissedilen mutlulukla ilişkili olabileceğini inceleyen bir başka çalışma da (Danek vd., 2014, s. 1-3) sihirbazlık numaralarını çözme sürecinde yaşanan aydınlanma anı ve bu anın eşlik ettiği duygusal deneyimler ele alınmıştır. Araştırma, 34 farklı sihirbazlık numarasının video kliplerinin katılımcılara sunulduğu ve katılımcıların bu numaraları nasıl yaptıklarını bulmaları istendiği bir deney şeklinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan, çözüm süreci boyunca bir evreka anı yaşayıp yaşamadıklarını belirtmeleri istenmiş ve daha sonra bu anların kapsamlı bir nicel ve nitel değerlendirmesi yapılmıştır. Bulgular, sunulan çözümlerin %41'ine bir a-ha anının eşlik ettiğini göstermiştir. Bu anların değerlendirilmesi, beş boyutta (ani kavrayış, mutluluk, şaşkınlık, çıkmaz ve kesinlik) kendini göstermiş ve en önemli boyut olarak mutluluk derecelendirilmiştir.

Yaratıcılık üzerine yapılan çalışmalarda, evreka anları kendine geniş bir yer bulmuş gibi görünmektedir. Bu anın arkasındaki nöral mekanizmaların incelenmesi de aynı şekilde sinirbilimde araştırma konusu olarak önemli bir konumdadır. Bu çalışmalardan biri de Kounios ve Beeman (2009, s. 210-215) tarafından gerçekleştirilen ve yürütülen deneylerle, a-ha anlarının nöral temellerini ve bu anlar sırasında beyinde meydana gelen aktiviteleri incelemek üzere gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalarda, elektroensefalografi (EEG) ve fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) teknikleri kullanılmıştır. Deneylerde katılımcılara, üç kelime verilmiş ve bu kelimelerle ilişkilendirilebilecek dördüncü bir kelimeyi bulmaları istenmiştir. Örneğin; crab (yengeç), pine (çam), sauce (sos) kelimeleri için doğru yanıt *apple* (elma) olacaktır. Katılımcılardan çözümü

bulduklarında hemen butona basmaları ve çözümün kendilerine birdenbire mi geldiğini (içgörü) yoksa adım adım mı çözdüklerini (analitik düşünme) belirtmeleri istenmiştir. Deney sonuçları, a-ha anlarının sağ ön temporal lob üzerinde belirgin bir yüksek frekanslı gamma bandı aktivitesi ile ilişkilendirildiğini göstermiştir. Bu aktivite, çözümün bulunmasından yaklaşık 300 milisaniye öncesinde başlamaktadır. Aynı zamanda, alfa bandı aktivitesinin artışı, özellikle sağ oksipital kortekste, çözüm bulunmadan hemen önce gözlemlenmiştir. Bu, bireyin dikkatini dışsal uyaranlardan uzaklaştırarak içsel düşünce sürecine odaklanmasına yardımcı olan bir mekanizmayı işaret etmektedir. Ayrıca, problem çözme sürecine girmeden önce katılımcıların beyin aktiviteleri incelenerek, hangi beyin durumlarının a-ha anlarına yol açma olasılığını artırdığı da araştırılmıştır. Bu öncüllere dayanarak, a-ha anlarının sadece anlık aydınlanma anları olmadığını, bunun yerine problem çözme stratejileri, dikkat dağıtıcı unsurlardan uzaklaşma eğilimi ve bireyin mevcut ruh hali gibi çeşitli beyin süreçlerinin ve durumlarının sonucu olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu makalenin bulgularından yola çıkarak, tasarımcıların, a-ha anlarına ulaşmak için, dışsal uyaranlardan uzaklaşmayı ve içsel düşünce süreçlerine odaklanmayı gerektiren görevler ve ortamlar oluşturmalarının yaratıcılıklarını teşvik edebilecekleri söylenebilir. Fiziksel ortamda düşünme başlığında, bu öneriyi destekleyecek diğer sinirbilim araştırmalarına değinilmiştir.

Bir bilim insanının veya sanatçının aklına yeni bir fikir geldiğinde, geniş bir bilgi ve uzmanlık havuzundan faydalanyor olabilirler. Bu nedenle içgörü deneyiminin, yeni fikrin bireyin mevcut bilgi ve deneyimleriyle oldukça tutarlı olduğu sinyali vermektedir. Burada sadece içgörüden değil yukarıda da tartışıldığı gibi hem içgörü hem de sezgiler karar alma süreçlerinde rol oynamaktadır. Aynı zamanda iki kavramı birlikte de kullanabilmektedir. Alanında uzman kişilerin, genellikle sezgilerinin neden doğru olduğunu açıkça bilmeden uzmanlıklarını otomatik ve sezgisel olarak kendi alanlarına taşıyabilecekleri bilinmektedir (Ericsson ve Charness, 1994, s. 725-745). Bir sorunun çözümü akla geldiğinde, sorun çözücü yavaş ve zahmetli bir değerlendirme yapmak yerine fikrin bildikleriyle tutarlı olup olmadığına dair hızlı bir değerlendirme, bir başka deyişle aha deneyimini sezgisel bir kısayol olarak kullanabilir (Slovic vd., 2007; Gigerenzer ve Gaissmaier, 2011'den aktaran Laukkonena vd., 2020, s. 2). Ancak bu kısayolun ardından gelen fikrin, her koşulda doğru olup olmadığı tartışılabilir. İnsanların a-ha anlarını diğer bir deyişle aniden gerçekleşen içgörü anlarını, bir bilginin veya fikrin doğruluğu hakkında bir işaret olarak yanlış yorumlayabileceğini inceleyen çalışmada

(Laukkonena vd., 2020, s. 2-5) 300 katılımcıya önce çözmeleri için bir anagram veriliyor. Sonraki aşamada ise anagramın bulunduğu önermenin doğruluğu soruluyor. Anagram ve önerme şöyledir; “ithlium tüm metallerin en hafifidir”. Burada karıştırılan kelime “lityum”dur. Katılımcıların önerme tamamlanmadan önce karıştırılmış kelimeyi çözerek doğru sonuca ulaşmaları daha sonra da önermenin doğru olduğuna ne ölçüde inandıklarını derecelendirmeleri gerekiyordu. Araştırmacılar, anagramı başarılı bir şekilde çözmenin önermeye yanlış atfedilecek bir aha deneyimine yol açarak önyargılı doğruluk yargılarına yol açabileceği hipotezi üzerinde durmuştur. Deneyin sonucunda içgörü anları yaşandığında, katılımcıların sunulan ifadeleri daha doğru olarak değerlendirme eğiliminde oldukları gösterilmiş, içgörü anlarının sadece bilgi işleme süreçlerini değil, aynı zamanda karar verme ve yargı oluşumunu da etkileyebileceği ortaya konulmuştur. İçgörü anlarının, tasarımcıların yeni fikirler üretmesini ve problemlere yenilikçi çözümler bulmasını teşvik eden motivasyonel bir unsur olarak işlev görebileceği anlaşılmaktadır ancak çalışmanın bulguları göz önüne alındığında, tasarımcıların yaratıcı çözümler geliştirdikleri içgörü anlarının, karar verme sürecine olan etkisi, tasarımcıların bir fikrin yaratıcılığı veya uygunluğu hakkında karar verirken dikkatli olmaları gerektiğini de düşündürmektedir. Yanlış bir güven duygusuna kapılmadan, içgörülerin değerlendirilmesi ve eleştirilmesi, tasarım sürecinin daha bilinçli ve eleştirel bir şekilde yönetilmesine katkıda bulunabilir.

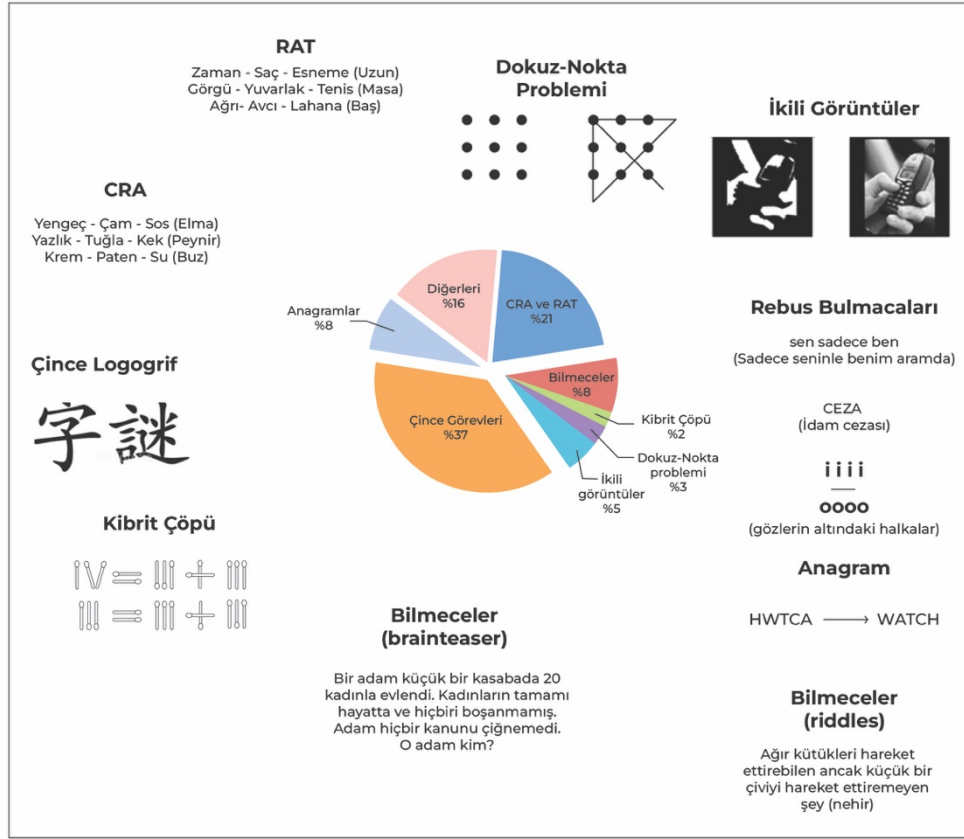
Her problem çözümü veya her bulunan fikir bir evreka anı sonucu ortaya çıkmıyor olabilir. Çözüme sadece bir evreka anının sonucunda değil kimi zaman analitik düşünmeyle, çözüme doğru adım adım ilerlemeyle ulaşılabilir. Problem çözümünde içgörünün rolünü anlamak üzere gerçekleştirilen bir deneyde (Metcalf ve Wiebe, 1987, s. 238-243), içgörü gerektiren sorunlar ile gerektirmeyen sorunlar arasındaki farklar araştırılmıştır. Bulgular, cebir gibi içgörü gerektirmeyen sorunlarda katılımcıların sergiledikleri performanslarını öznel bilgileriyle tahmin edilebileceğini, ancak içgörü gerektiren sorunlarda bu tahminlerin genellikle gerçek performanstan yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca, katılımcıların çözüme yaklaştıklarını hissettikleri *sıcaklık* derecelendirmeleri, içgörü ve içgörü gerektirmeyen sorunlar için farklılık göstermiştir; içgörü sorunlarında aniden aydınlanma yaşanırken, diğer sorunlar daha kademeli bir çözüm süreci sergilemiştir. Bu farklılıklar, içgörü ve içgörü gerektirmeyen sorunların çözüm süreçlerinin temelde farklı olduğunu göstermektedir. Bulgular tasarım alanında değerlendirilecek olursa her ne kadar yaratıcılık söz konusu olduğunda evreka anlarının

varlığı anlaşılrsa da her tasarım problemi sadece içgörü anlarıyla değil karşılaşılan probleme bağlı olarak analitik düşünme süreçleri ile de çözülebilir.

Her tasarım problemi kendine özgüdür. Bu problemlerle tasarım süreci boyunca konseptin oluşturulmasından, herhangi bir tasarım elemanının boyutuna kadar oldukça çeşitli şekillerde karşılaşılmaktadır. Burada içgörü konusu dikkate alındığında, probleme bağlı olarak içgörü sürecinde veya arka planda çalışan mekanizmalarda bir farklılık olup olmadığını anlayabilmek üzere yine sinirbilim alanından bir çalışma örnek gösterilebilir. Bu çalışma (Shen vd., (2016, s. 81-88) yaratıcı içgörünün farklı problem türlerine göre değişip değişmediğini anlamak üzere 15 deneyi kapsayan bir meta-analiz sunmaktadır. Farklı üç tür görev ile gerçekleştirilen deneyler sonucunda, yaratıcı içgörü sürecinin farklı görevlerde farklı beyin bölgelerini etkinleştirdiği ve içgörünün göreve bağlı olarak değişebileceği görülmüştür. Aynı zamanda, bazı beyin bölgelerinin birden fazla içgörü türü arasında ortak olduğu, ancak genel olarak içgörü sürecinin göreve özgü olduğu sonucuna varılmıştır. Grafik tasarım sürecinde, bir tasarımcının karşılaştığı özgün problemler ve çözümler, farklı içgörü türleriyle ilişkilendirilebilir. Örneğin, bir tasarım problemini çözme sürecinde ortaya çıkan a-ha anı, belki de yeni semantik ilişkilerin kurulmasını ve eski bilgilerle yeni bağlantıların yapılmasını sağlayan bölgede gerçekleşirken başka bir tasarım görevinde görselin işlendiği beyin bölgesi içgörü için devreye girebilir. Elbette bunların varsayımdan öteye gidebilmesi ancak grafik tasarım özelinde tasarlanacak olan deneylerle mümkündür.

İçgörünün öngörülemeyen doğası göz önüne alındığında, içgörü problemi çözmenin tanımı, davranışsal ve nörofizyolojik ölçümü çağdaş bilişsel sinirbilimde büyük bir zorluk teşkil etmektedir. En yaygın kabul gören teorik modeller, mevcut görevler, mevcut içgörü sinirbilimine ve beyin stimülasyon tekniklerinin uygulanmasına genel bir bakışın sunulduğu çalışmada (Sprugnoli, 2017, s. 99) Görsel 2.20.'de paylaşıldığı üzere içgörü görevleri ve içgörü problemi çözmeyi değerlendirmek için kullanılan farklı görevlerin örnekleri görülmektedir. Çalışma ayrıca içgörü ve evreka anlarının nörofizyolojik temelleri üzerine yapılan araştırmaları incelemiş ve bir dizi önemli bulgu ortaya koymuştur. İçgörü süreçleri sırasında aktif olan beyin bölgelerinin, yaratıcılık ve akıcı zekâ gibi düşünme yetenekleriyle ilişkili diğer beyin bölgeleriyle örtüşme derecesi gösterdiği belirlenmiştir. Buna ek olarak dikkat çekerlik ağı (salience network) ile paylaşılan bölgelerin, dikkat kaynaklarının yeniden tahsis edilmesi ve zıt ağlar arasında dinamik bir geçiş yapılmasını sağlayabileceği öne sürülmüştür. Bu

bulgular, içgörü ve yaratıcılık süreçlerinin beyinde bir ortak altlık paylaştığını ve bu süreçlerin, bilişsel işlevlerin daha geniş bir ağ tarafından desteklendiğini göstermektedir.



Görsel 2.20. İçgörü görevleri (Sprugnoli, 2017, s. 101)

Problem çözmeyle ilgili olarak tarih boyunca evreka anlarına dair çok sayıda anekdot bulunmaktadır. Özellikle yaratıcılık söz konusu olduğunda bilimden sanata pek çok alanda evreka anlarının yaşandığı, yaratıcı sıçrama olarak da ele alınabilecek bu kritik anların varlığı bu kavramı incelemeye değer hale getirmiştir.

2.3.6. Öz değerlendirme

Tasarımcı üretim sürecini tamamlayıp son ürüne (end product) ulaştığında önünde yeni bir adım belirir; değerlendirme. Grafik tasarımda üretim süreci boyunca bir kontrol söz konusudur. Üretilen fikrin başarılı olup olmadığı neredeyse her adımda sorgulanır. Fikrin ortaya çıkış anından kâğıt gibi bir fiziksel ortama taşınmasına, konseptin iyileştirilmesinden sayısal ortamda yeniden üretimine kadar her durumda fikrin ve uygulamanın farklı boyutları bir sınava tabi tutulur. Tasarımın etkililiğinin

değerlendirilmesi olarak ele alınabilecek bu süreçte tasarımcı için en zor olan şey objektif olabilmektir. Bu aşama, tasarımın hedefe ulaşp ulaşmadığını, mesajını doğru bir şekilde iletip iletemediğini ve hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığını analiz etmeyi içermektedir. Değerlendirme sürecine müşteri ve kullanıcı geri bildirimleri de dahildir. Ancak bu başlıkta tasarımcının bireysel üretim sürecine bir başka deyişle tasarımın henüz tasarımcıyla baş başa olduğu ana odaklanılmıştır. Bu süreçte tasarımcının kendine has öz değerlendirme yöntemlerini geliştirmesi ve eleştirel düşünme becerilerini kullanması önemli bir yer tutar. Burada karşılaşılan problemlerin başında üzerinde zaman geçirilen işe karşı bir nevi körleşme, kendi işine karşı acımasız olamama veya kayırma gibi objektiflikten uzak olma gelmektedir.

Grafik tasarım iletilen mesajla hedef kitleyi harekete geçirme çabası olarak ele alınabilir. Bu sebeple bir grafik tasarım ürününe çalışıyor veya çalışmıyor denildiğinde, görsel mesaj yoluyla hedef kitlede bir davranış oluşturup oluşturamayacağı kastedilir. Bu da grafik ürününün bir bakıma, işe yarayıp yaramaması olarak değerlendirilmesidir. Grafik ürün parçalarına ayrıldığında da aynı anlayış ürünü oluşturan her bir görsel eleman ve tasarım ilkeleri için de geçerlidir. Çünkü iyi bir tasarımdan beklenen, bütün görsel elemanların ve ilkelerin mesajı etkili bir şekilde iletmeye rol almasıdır. Dolayısıyla grafik tasarımda eleştirinin, neyin işe yaradığını veya yaramadığını kontrol etme süreci olarak ele alınması mümkündür.

Tasarımcıların üretimlerine eleştirel bir gözle bakmaları, tasarımlarını sürekli olarak değerlendirip, iyileştirmeleri için önemlidir. Bu süreç, tasarımların amaca daha iyi hizmet etmesi, kullanıcı deneyimini artırması ve estetik değerleri yükseltmesi gibi katkılar sağlayarak niteliği güçlendirebilir. Eleştirel düşünme, tasarımcıların kendi çalışmalarını objektif bir bakış açısıyla görmelerine, zayıf noktaları belirlemelerine ve yaratıcılıklarını geliştirmelerine olanak tanır. Bu, onların mesleki gelişimlerinde sürekli bir öğrenme ve adaptasyon süreci anlamına da gelir. Tasarımcılar, eleştirel değerlendirme yoluyla, tasarım süreçlerini ve sonuçlarını daha etkili bir şekilde yönlendirebilirler.

Problem çözmek her tasarımcı için temel bir beceridir. Bu sorunları çözebilmek için tasarımcının eleştirel ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmesi gerekmektedir. Ancak eleştirel düşünme ile yaratıcı düşünme birbirinden farklıdır. Eleştirel düşünme, sorunları analiz etme ve karar vermede önemli bir rol oynarken yaratıcı düşünme, sorunları çözmek için yenilikçi ve orijinal fikirler bulma sürecini ifade eder. Eleştirel düşünme yeteneğine sahip olmak, bireyin bağımsız düşünebilmesi, mantıksal akıl yürütme yapabilmesi ve

sorunları sistematik bir şekilde ele alabilmesi anlamına gelir.

Eleştiri terimi ilk olarak Yunanca *critic* veya *kritike* kelimeleri ile ortaya çıkmıştır. Daha sonra kelime Latinceye *criticus* olarak geçmiş ve oradan diğer dillere yayılarak “yargı sanatı” anlamında kullanılmaya başlanmıştır. M.Ö. 600 civarında Sokrates eleştirel düşünmeyi bir sorgulama yöntemi olarak ele almış ve “bir şeyi iyi ve kötü yönleriyle değerlendirmek” anlamıyla tanımlamıştır (Ruppel 2005’ten aktaran Bilgin ve Eldeleklioğlu, 2007, s. 56). Eleştiriye daha detaylı ele almak ve eleştirel düşünme ile ifade edilmek istenilenin ne olduğunu daha iyi anlayabilmek üzere Watson ve Glaser (1964, s. 328) eleştirel düşünmeyi ölçme üzerine geliştirdikleri ve literatürde oldukça sık başvurulan teste değinmek gerekmektedir. Söz konusu test şu beş maddeyi ölçüt almıştır; (1) Çıkarım: Verilen bilgilerden çıkarılan sonuçların doğruluk veya yanlışlık dereceleri arasında ayırım yapabilme, (2): Varsayımların Tanınması: İfade edilmemiş varsayımları veya ön kabulleri tanıyabilme, (3) Tümdengelim: Akıl yürütme ile çıkarım yapabilme ve önermeler arasındaki çıkarım ilişkisini tanıyabilme, (4) Yorumlama: Kanıtları değerlendirebilme, genelleştirmelerin doğruluğunu belirleyebilme, genellemeler arasında ayırım yapabilme, (5) Argümanların Değerlendirilmesi: Güçlü ve konuyla ilgili argümanlar ile zayıf veya konuyla ilgisiz argümanlar arasında ayırım yapabilme becerisi.

Tasarımcı Barbara Says tasarımı değerlendirmenin önemini vurgulamak için şöyle der; “Tasarladığım her şeyin içine izleyiciden gelen işlenmemiş geribildirim alabilme potansiyelini eklemeyi isterdim.” (Twemlow, 2011, s. 186). Hedef kitleden gelen geribildirim, tasarım aşamasındaki en önemli yol göstericilerden biri olarak kabul edilebilir. Öz eleştiriye oranla tasarımın başarıya ulaşması yönünde bir kısa yoldur. Ancak üretim sürecinde, örneğin bir *plot* çalışma vb. bir yöntem ile hedef kitleden geribildirim alınamayan durumlarda, tasarımcı karar verme süreciyle baş başa kalır. Öz eleştirinin önemi de buradan gelmektedir.

Öz eleştirinin üretildiği yer diğer bütün düşünce ve fikirler gibi elbette beyindir. Rutherford (2019, s. 34), beynin karmaşık yapıya sahip kimyasal süreçlere bağlı bir organ olduğunu ifade eder ve bu sebeple de insanların mükemmel öz denetime sahip olmadığını vurgular. Genellikle anlık kararlara ya da kötü öz denetime maruz kalan insanın alışkanlıklarını bilinçli olarak değiştirmeye çalışması çoğunlukla başarısızlıkla sonuçlanır, çünkü beyinlerinin kimyasal dengelerini ve arzularını yeniden ayarlamak zor olabilir. Ön lob, karar verme sürecinde önemli rol oynar ancak çok enerji tüketir ve her zaman etkin olarak kullanılmaz, bu da insanları çoğunlukla içgüdülerine bağımlı hale

getirir. Buna rağmen, insanlar karar verme yeteneğine sahiptir ve beynin tuzaklarının ve zayıflıklarının farkında olmak, eleştirel düşünmeyi ve alışkanlıklarını değiştirmeyi mümkün kılar. Eleştirel düşünme, davranış ve düşünce kalıplarını değiştirerek beyinde fiziksel ve nörolojik değişiklikler yapılmasını sağlar. Bu süreç, bireyin *ilkel beyin* tarafından oluşturulan tuzaklardan kaçınmasına ve daha mantıklı, deneyimsel araçları hayatının her alanına uygulamasına olanak tanır.

Yaratıcılığın eleştirel düşünmenin bir alt kümesi olduğunu savunan Sternberg ve Halpern (2020'den aktaran Park, Li ve Niu, 2023, s.2) eleştirel düşünmeyi, yaratıcı düşünme ve analitik düşünme dahil olmak üzere çeşitli düşünme biçimlerini kapsayan geniş bir şemsiye olarak kavramsallaştırmıştır. Ayrıca, yaratıcılığın başlıca iki özelliği olan özgünlük ve uygunluğu, eleştirel düşünme tanımı dikkate alındığında, yaratıcılığın olasılığını artıran bilişsel becerilerin veya stratejilerin kullanılmasını içerdiğini öne sürmüştür.

Tasarım düşüncesi eleştirel düşünme becerileri ile zenginleştirilmiş bir yaklaşımı temsil etmektedir. Tasarım düşüncesi, problemleri çözme ve yenilikçi çözümler üretme sürecinde, kullanıcı merkezli düşünme, empati kurma, yaratıcı ve iraksak düşünmeyle birlikte eleştirel ve analitik düşünme becerilerinin birleştirilmesini içermektedir. Bu, tasarım sürecinde karşılaşılan zorlukların ve problemlerin ele alınmasında eleştirel düşünme becerilerinin önemini göstermektedir. Tasarım düşüncesinin hem tasarım pratiğinde hem de iş ve sosyal yenilik alanlarında kullanımının, eleştirel düşünme becerileri ile desteklenmesi gerektiği anlamına gelir (Cross, 2023, 1-10). Gelişmeyi amaçlayan bir eserin veya fikrin doğru incelenmesi olarak tanımlanan eleştirel düşünme (Elboksomaty, 2018, s. 350), grafik tasarım alanında tasarımcıların projelerinde karşılaştıkları belirsizlik, karmaşıklık ve değişimle baş edebilmeleri için oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Eleştirel düşünme, grafik tasarımcılarının bilgiyi değerlendirmesine, mantıksal sonuçlar çıkarmasına ve yenilikçi tasarım çözümleri geliştirmesine olanak tanır. Tasarım sürecinde karşılaşılan sorunları çözmek için eleştirel düşünme, bilgiyi analiz etme ve bu bilgilerden anlamlı, etkili tasarım kararları verme yeteneğini içerir.

Eleştirel düşünme, yaratıcı fikirlerin ve çözümlerin değerlendirilmesi, geliştirilmesi ve rafine edilmesi süreçlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu, yaratıcı düşünce sürecinde eleştirel düşünmenin yalnızca fikirleri sorgulama ve değerlendirme kapasitesiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda yaratıcı fikirlerin gelişimini ve iyileştirilmesini de destekleyen

bir araç olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Eleştirel düşünme, tasarım problemlerini tanımlama, çözümler üretme ve çözümleri teorize etme süreçlerinde kilit bir rol oynar. Tasarımcıların, mevcut ve arzu edilen durumları tanımlayarak, *olduğu gibi* ve *olması gereken* modeller arasındaki farkı belirlemeleri ve bu farkı bir problem olarak tanımlamaları gerekmektedir (Horikami ve Takahashi, 2022, s. 9). Sonrasında, bu probleme yaratıcı çözümler üretmek ve seçilen fikirleri mantıklı ve ikna edici bir çözüm planı olarak düzenlemek eleştirel düşünme becerilerini gerektirir. Bu süreç, tasarımın sadece yaratıcı bir faaliyet olmadığını, aynı zamanda mantıklı ve eleştirel düşünmeyi de içerdiğini gösterir.

Eleştirel düşünme çeşitli argümanların ve iddiaların güvenilirliğini değerlendirme yeteneği, mantıklı sonuçlar çıkarma ve yenilikçi çözümler geliştirme süreci olarak tanımlanır. Eleştirel düşünme belirsizlik, karmaşıklık ve değişimle başa çıkmada kritik bir üst düzey düşünme becerisidir. Bu, inancın veya bilginin yetenekli bir analiziyle düşüncenin sürekli ve yeniden yapılandırmasını, farklı bakış açılarını değerlendirmeyi ve karmaşık problemleri çözme becerisini içerir. Bu beceri, aynı zamanda sağlam argümanlar geliştirme ve çeşitli durumlar karşısında esneklik gösterebilme yeteneği ile de ilişkilendirilir. Eleştirel düşünürler, bilginin değerlendirilmesi konusunda istekli olup, düşünce, tutarlılık ve çelişki alanlarını tanıma, kendi düşüncelerindeki olası hataları kabul etme, başkalarının perspektiflerini anlama çabası gösterme ve akla güvenme gibi entelektüel erdemleri geliştirmeyi hedeflerler. Eleştirel düşünme farklı değişkenleri göz önünde bulundurarak sorunları yeniden değerlendirme ve mantıklı riskler alma yeteneğini sağlayan bir beceri olarak da tanımlanmaktadır. Yaratıcılık, herkesin geliştirebileceği ve hem orijinal hem de değerli sonuçlar üretebilen bir yetenek olarak görülmektedir. Bireylerin yaratıcılığı geliştirmek için hayal güçlerini ve sezgilerini kullanmaları, yeni fikirleri keşfetmek için oyuncu bir tutum benimsemeleri gerekir (Sala vd., 2020, s. 64-67). Bütün bu ifadeler göz önüne alınarak eleştirel düşünmenin grafik tasarımdaki rolü tartışmasına dönülecek olursa eleştirel düşünme becerileri, tasarımcıların projelerinde karşılaştıkları belirsizlik, karmaşıklık ve değişimle baş edebilmeleri için büyük önem taşımaktadır. Eleştirel düşünme, grafik tasarımcılarının bilgiyi değerlendirmesine, mantıksal sonuçlar çıkarmasına ve yenilikçi tasarım çözümleri geliştirmesine olanak tanır. Tasarım sürecinde karşılaşılan sorunları çözmek için eleştirel düşünme, bilgiyi analiz etme ve bu bilgilerden anlamlı, etkili tasarım kararları verme yeteneğini içerir. Tasarımcılar için eleştirel düşünme projelerin hedeflerine ulaşmasını sağlamak üzere

tasarımın her yönünün dikkatli bir şekilde değerlendirilmesini ve sorgulanmasını gerektirir. Eleştirel düşünürler olarak tasarımcılar, bir tasarımın tutarlılığını ve çelişkilerini belirleme, kendi tasarımlarındaki olası zayıflıkları kabul etme, kullanıcıların veya müşterilerin bakış açılarından bakma yeteneği olarak kabul edilebilir. Bu süreç, ortaya çıkan tasarımın etkili olması için tasarımcının kendi fikirlerini sürekli olarak yeniden yapılandırmasını ve iyileştirmesini gerektirir.

Bireylerin kişisel başarısızlıklara veya hatalara nasıl tepki verdiğini inceleyen bir fMRI çalışmasını içeren bir araştırmada (Longe vd., 2010, s. 1849-1854) öz eleştirinin hata işleme ve çözümleme ile ilişkili beyin bölgelerini, öz tesellinin ise başkalarına karşı şefkat ve empati ile ilişkili alanları aktive ettiğini göstermektedir. Hata işleme, çözümleme ve davranışsal inhibisyon (davranış kontrolü) ile ilişkilendirilen lateral prefrontal korteks bölgesindeki aktivasyon öz eleştiri ile bağlantılı bulunmuştur. Genellikle hata ve çatışma izleme ile ilişkilendirilen dorsal anterior singulat bölgesindeki aktivasyon ise öz eleştirideki motivasyonel bilgileri ve hata sinyalleri ile ilişkilendirilmiştir. Çalışma tasarım süreci bağlamında ele alındığında bireylerin öz eleştirilerini nasıl gerçekleştirdiklerine ve bu süreçlerin beyin üzerindeki etkilerine dair yapılan bu fMRI çalışmasının sonuçları, tasarım sürecindeki öz eleştiri ile doğrudan ilişkilendirilebilir. Tasarımcılar, kendi işlerini değerlendirirken hataları tespit edip iyileştirme yolları ararlar; bu, çalışmadaki öz eleştirinin aktivasyon gösterdiği hata işleme ve çözümleme ile ilişkili beyin bölgeleriyle paralellik göstermektedir. Öte yandan, tasarımcıların işlerindeki güçlü yönleri kabul ederek kendilerini motive etmeleri, öz tesellinin başkalarına karşı şefkat ve empati ile ilişkili beyin bölgelerini aktive etmesiyle benzerlik taşıdığı söylenebilir. Bu, tasarım sürecinde öz eleştirinin ve öz motivasyonun dengelenmesinin hem yaratıcılığı hem de psikolojik iyi oluşu destekleyebileceğini göstermektedir. Tasarımcının kendi işine yönelik eleştirel ve yapıcı yaklaşımı, araştırmadaki bulgular ışığında hem bireysel hem de profesyonel gelişim için önemli bir araç olarak görülebilir.

Tasarımcı, yazar ve eğitimci Wendy Richard'a (2004) göre, tasarımcılar eleştiriye açıktır. Tasarımcılar eğitimcilerinin, meslektaşlarının ve patronlarının işi hakkında ne düşündüğünü bilmek ister. Çünkü yapıcı ve dürüst geri bildirimler, büyümeye yardımcı olacak yeni bir bakış açısı sağlar. Tasarımcıların eğitim yıllarından itibaren nasıl öz eleştiri yapacağını öğrenmesi gerekmektedir. Tasarımın karşısında yalnız kalmanın en büyük dezavantajı işe sıkı sıkıya bağlanmaktır. Tasarımcı o işe nasıl başladığını, nasıl

geliştirdiğini, neyi saklayıp neyi attığını bilir. Ancak seyirci veya hedef kitle yalnızca son ürünü görür. Bu sebeple yaratıcı süreçteki en zor görevlerden biri, işi objektif olarak değerlendirebilecek kadar ondan uzaklaşmaktır. Bu noktada Richard öz eleştiri için çeşitli öneriler sunmaktadır. Tam tersini düşünme, işi yatak odası ve banyo gibi sabah ilk olarak görülebilecek bir yerde sergileyerek onunla yüzleşme ve içgüdüsel tepki oluşturma, işi ekrandan çıkarıp model (mock-up) uygulaması ile kullanılacak ortamda görme, işi parçalara ayırıp başka bir görsel dilde -bir illüstrasyon çalışılıyorsa web sitesi tasarımı olarak ele almak gibi- yeniden üretmek bu önerilerin başında gelmektedir. Burada hedeflenen, tasarımcı tek başına bir çabaya derinlemesine gömülmüş olsa bile, yeni bir bakış açısı kazanmasına ve kendi çalışmasını *uzaktan* görmesine yardımcı olmasıdır.

Eleştirel düşünme sadece üretim aşamasında değil grafik tasarımcılarının çalışma ortamı dışındaki gelişimleri için de önemlidir. Eleştirel düşünme tasarımcıların, tasarım trendlerini, yeni teknolojileri ve malzemeleri değerlendirirken eleştirel bir bakış açısı geliştirmelerini sağlar. Bu onların modaaya uygun geçici çözümler yerine dayanıklı, kullanışlı ve sürdürülebilir tasarım çözümleri üretmelerine yardımcı olabilir.

Sonuç olarak eleştirel düşünmenin yaratıcı fikir üretmek ve fikri başarılı bir şekilde hayata geçirmek konusunda merkezde yer aldığı söylenebilir. Bilginin ustaca analiz edilmesi, entelektüel erdemlerin geliştirilmesi ve yenilikçi çözümlerin üretilmesi, tasarımcıların karmaşık sorunları çözmesine, etkili iletişim kurmasına ve işlevsel tasarımlar yaratmasına olanak tanır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ÇEVİRİM İÇİ GÖRÜŞME FORMU

Nitel araştırmada veri elde etmek üzere kullanılan bir çok yöntem mevcuttur. Görüşmeler bu yöntemler arasında oldukça yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biridir. Nitel araştırma görüşmeleri, katılımcıların yaşamlarına ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmayı ve böylece deneyimlerine, duygularına ve sosyal dünyalarına erişmeyi amaçlamaktadır. Yapılandırılmamış veya yarı yapılandırılmış olabilmektedirler. Yapılandırılmamış görüşmeler genellikle, görüşmeyi yöneten araştırmacıdan ziyade, katılımcıların hikayelerini anlatırken daha büyük ölçüde önderlik ettiği günlük bir konuşma tarzında gerçekleştirilir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, bir görüşme kılavuzu kullanılarak belirli bir konunun daha odaklı araştırılmasını kolaylaştırmak için kullanılır. Mülakat kılavuzları genellikle mülakata odaklanmış, ancak esnek ve diyaloga dayalı bir tarzda rehberlik etmek için tasarlanmış bir soru ve yönlendirme listesi içerir (Minichiello vd., 1990'dan aktaran Fossey vd., 2002, s. 726-727). Grafik tasarım alanında fikir üretme konusunun incelendiği bu tez çalışması kapsamında, fikir üretme sürecinin bu alanda alanında çalışan profesyonellerin ve öğretmenlerin kendi fikir üretme yöntemlerinin ortaya çıkarılmasının amaçlanması sebebiyle veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi seçilmiştir.

Pandemi sebebiyle çevrim içi olarak aşılın mesafeler özellikle iletişim konusunda oldukça büyük bir kolaylığın benimsenmesini sağlamıştır. Daha fazla insana daha kısa sürede ulaşmaya imkân tanınması, bu tez çalışması kapsamında yapılacak olan görüşmelerden daha fazla veri toplama fırsatı da yaratmıştır. Bu sebeple görüşmelerin birebir yapılması yerine çevrim içi olarak yapılması planlanmıştır. Yarı yapılandırılmış olan çevrim içi görüşmede bir dizi soru içeren görüşme formu, katılımcıların soruları açık uçlu cevaplayacakları şekilde düzenlenmiştir.

3.1. Tez Çalışması Çevrim İçi Görüşme Formu

Tasarım problemlerinin birden çok çözümü olabileceği konusu tezin önceki bölümlerinde tartışılmıştır. Tasarım probleminin doğası gereği, problem ve çözüm evreni arasındaki organik bağ da yine önceki bölümlerde ele alınmıştır. Grafik tasarım alanında da problem çözme sürecinin, tasarım probleminin yapısı göz önünde bulundurulduğunda tasarımcıya özgü bir dizi eylemi içerebileceği fikrini doğurmuştur. Tasarımcıların, fikir

arama/bulma süreçlerini anlayabilmek ve deneyimlerini bu tez çalışmasına dahil edebilmek amacıyla mevcut veri toplama yöntemlerden biri olan görüşmeden faydalanılmıştır. Grafik tasarım alanında çalışan tasarımcıların ve grafik tasarım veya görsel iletişim tasarımı eğitimi veren akademisyenlerin kendi fikir üretme süreçlerine dair veriler elde etmenin birincil amaç olduğu bu görüşme formunda kullanılacak sorular da bu amaç doğrultusunda hazırlanmıştır. Çevrim içi görüşme formu, açık uçlu sorulardan oluştuğu için katılımcıların soruları cevaplamaya ayırmayı isteyeceği vakit ve odaklanma süresi de dikkate alınarak beş soruyla sınırlandırılmış ve en fazla 30 dakikada cevaplanması öngörülmüştür.

Hazırlanan sorulardan ilki, tasarımcı ve alanın akademisyenlerinin fikir bulma sürecinde ulaşmaya çalıştıkları yeri, fikir bulma konusunda hangi noktaya ulaşmaya çalıştıklarını anlayabilmek üzere, *Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?* sorusudur. Katılımcıların iyi fikir üzerine düşüncelerinin sonraki sorulara verilen cevaplara temel oluşturacağı düşünülmüştür.

Formun ikinci sorusu, en yaygın fikir arama yöntemlerinden biri olan eskiz üretmenin alternatifi olarak, katılımcıların kendilerine özgü geliştirdikleri bir yöntemin olup olmadığını öğrenmek, özellikle de diğer tasarımcıların ve tasarım öğrencilerinin kendi süreçlerinde faydalanabileceği bir yöntemin görünür olmasını sağlamak üzere kurgulanmıştır. *Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?* sorusu ile bahsi geçen amaçlara ulaşılması planlanmıştır.

Üçüncü soru, tasarımcıların sıklıkla yaşadığı bir problemi nasıl aştıklarını anlamak üzere hazırlanmıştır. Fikirlerin tükenmesi problemi, yaratıcı alanda çalışan insanların sıklıkla karşılaştığı bir durumdur. Katılımcıların bu probleme buldukları çözümleri öğrenmek üzere *Fikir bulmada tükendiğinizde ne yaparsınız?* sorusu sorulmuştur.

Çözüm süreci boyunca, tasarım problemini beklendiği ölçüde çözemeyen bir fikrin etrafında dolaşmak ve o fikir zihinde bir nevi sabitlendiği için başka fikirlerin ortaya çıkmasını engellemesi tasarımcıların karşılaştığı yaygın sorunlardan biridir. Bu sorunun çözümü olarak katılımcıların neler yaptığını öğrenmek amacıyla *Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümleriniz nelerdir?* sorusu formun dördüncü sorusu olarak hazırlanmıştır.

Formun beşinci ve son sorusu, katılımcıların tasarım problemlerine çözüm bulma yolculuklarına biraz daha yakından bakmak ve bu süreci şekillendiren unsurları

anlayabilmek üzere hazırlanmıştır. Bunun yanı sıra katılımcının fikir bulma sürecini şekillendiren bu unsurların ne kadar farkında olduğunu, sürecin nerede başlayıp nerede bittiğini izleyip izleyemediğini ve bu sürecin ilerleyişini anlamak amacıyla “Sizin için özel olan veya aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar ve olaylar nelerdi?” sorusu kullanılmıştır.

3.2. Çevrim içi Görüşme Formunun Hazırlanması ve Uygulanması

Çevrim içi görüşme formu başlık, bilgilendirme metni, katılımcının adı-soyadı ve çalıştığı kurum bilgisi bölümü, danışan ve danışman bilgileri, gerekli bilgilendirmeler ve sorulardan oluşmaktadır.

Görüşme formunun çevrim içi olarak katılımcılarla paylaşılacak olması elbette ki sayısal metin formatlarını kullanmayı gerektirmiştir. Bu formatlar arasında PDF (Portable Document Format) tercih edilmiştir. PDF formatının seçilmesinin sebeplerinin başında en yaygın biçimde kullanılan işletim sistemlerinde izlenebilir olması gelmektedir. Bir diğer etken, doldurulabilir belge olarak hazırlanabilmesi sebebiyle Görsel 3.1.’de görüldüğü gibi katılımcıların cevap alanlarının anlaşılır ve karakter sayısı haricinde sınırlı olması imkânı sunmasıdır. Diğer metin yazılımlarında, farklı cihazlarda ortaya çıkabilen kaymaların önüne geçilmesi de tercih edilme sebeplerinden biridir.

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril

Görsel 3.1. Çevrim içi görüşme formundaki cevaplama alanı

Tez çalışması kapsamında elde edilmesi beklenen verilere en etkili biçimde ulaşılmasını sağlayacağı düşüncesiyle tercih edilen açık uçlu, yarı yapılandırılmış görüşme formunda katılımcıların vereceği cevapların uzunluğu dikkate alınarak daha önce değinildiği üzere cevap alanı bir çerçeve içine alınmış olsa da karakter sayısında sınır bulunmamaktadır. Böylelikle katılımcıların, kendilerini ifade ederken özetleme veya kısaca anlatmaya çalışma çabasına girmelerinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

GÖRÜŞME FORMU

Adınız Soyadınız

Çalıştığınız Kurum/Kuruluş

☐ Araştırmacı bu çalışmada adımı kullanabilir.

Görüşme formunu lütfen bilgisayarda doldurunuz. Metin uzunluğunda sınır bulunmamaktadır. Metin kutularını dilediğiniz uzunlukta kullanabilirsiniz.

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

3- Fikir bulmada tükendiğinizde ne yaparsınız?

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

5- Sizin için özel olan veya aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar ve olaylar nelerdi?

Bu görüşme formundan elde edilecek olan bilgiler, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalında yürütülmekte olan bir sanatta yeterlik tez çalışmasında bilimsel amaçla kullanılacaktır. Söz konusu çalışma, "Fikirler Nereden Gelir?: Grafik Tasarım Sürecinde Fikir Üretimi" başlıklı olup grafik tasarım alanında üretim yapan tasarımcıların ve aynı alanda eğitim veren eğitimcilerin fikir üretim süreci üzerine genel tutum ve düşüncelerini saptamak için yapılmaktadır. Bu form 5 sorudan oluşmaktadır ve yaklaşık 30 dakikanızı alacaktır. Katılım gönüllü olup, katılmanız durumunda bu alana katkı sağlamış olacaksınız. Daha ayrıntılı bilgi için tarafımıza dönüş yapabilirsiniz. İlgi ve yardımlarınız için teşekkür ederiz.

Danışan: Behiye Aycan Erarslan
behiyeaycan@gmail.com, 05346744796

Danışman: Prof. Melike Taşcıoğlu Vaughan

Görsel 3.2. Çevrim içi görüşme formu

Görsel 3.2.'de sunulduğu üzere takip edilmesini kolaylaştırmak adına tek sayfadan oluşmaktadır. Ayrıca form tasarımının göz yoracak veya dikkat dağıtacak fazla görsel eleman kullanımından kaçınarak sade ve anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir.

Bütün bu ihtiyaçlar doğrultusunda oluşturulan görüşme formu, Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan onay

alınarak Türkiye'deki üniversitelerin grafik tasarım ve görsel iletişim tasarımı bölümlerinde görev yapmakta olan akademisyenler ve özel kurumlarda çalışan grafik tasarımcılara ulaştırılmak üzere hazırlanmıştır. Katılımcıların isim ve kurumlarına ait paylaştıkları bilgilerin paylaşılması forma eklenen bir kutucuk ile katılımcıların tercihine bırakılmıştır.

Çevrim içi görüşme formunun katılımcılara ulaştırılması için ilk olarak katılımcı profiline uygun olan akademisyenlerin çalıştıkları kurumların internet sayfalarında paylaştıkları e-posta adresleri toplanmıştır. Özel kurumlarda çalışan grafik tasarımcılara ulaşmak için Grafikerler Meslek Kuruluşu'na yapılan başvuru ile kurumun internet sayfasında yayınlanan banner aracılığıyla paylaşımına sunulmuştur. Ek olarak çeşitli yollarla özel kurumlarda çalışan grafik tasarımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır.

Veriler, katılımcıların kendilerine iletilen PDF dosyasını doldurarak araştırmacıya e-posta yoluyla göndermesi yoluyla toplanacaktır. Elde edilen veriler analiz edilerek tez çalışmasının devam eden başlıklarında incelenecektir. Bunun yanı sıra katılımcıların verdiği cevaplar bir araya toplanarak tez çalışmasıyla birlikte ek olarak sunulacaktır.

3.3. Çevrim İçi Görüşme Formundan Beklentiler

Grafik tasarım süreci, literatürde ve eğitim alanında genel hatlarıyla belli bir akışı izlemektedir. Problemin tanımlanması ile başlayıp geribildirim ile sonuçlanan bu sürecin temel ve değişmez aşamalarından biri olan fikir bulma aşaması yaratıcılıkla olan ilişkisinden dolayı hatları net bir şekilde çizilerek, kolaylıkla açıklanabilecek bir adım olmaktan uzaktır. Ayrıca fikir bulma aşaması kendi içinde de bir sürece karşılık gelmektedir. Bu sürecin grafik tasarımcılar ve grafik tasarım eğitmenleri tarafından hangi yöntemlerle yürütüldüğünün ve sonuçlarının incelenmesinin mevcut ve kanıksanmış yöntemlerin sorgulanmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Bu görüşmenin amacı grafik tasarım sürecinde fikir üretimi aşamasında profesyonel grafik tasarımcıların ve grafik tasarım eğitmenlerinin izledikleri yollar üzerine görüş toplamak, bu görüşlerin ortak veya farklı noktalarını tespit ederek fikir üretme aşamasının şemasını irdelemektir. Elde edilecek veriler ile tasarım sürecinin temel noktalarından biri olan fikir aşamasının nasıl kurgulandığı, geliştirildiği ve sonuca bağlandığı konusunda bir ilişkinin olup olmadığı araştırılacaktır. Aktif olarak grafik tasarım alanında çalışanlar ve eğitim verenlerden toplanacak görüşlerle, mevcut grafik tasarım süreci bilgisinin dışında, alana katkı

sağlayacak yeni bakış açılarının ve yöntemlerin ortaya konması amaçlanmaktadır.

3.4. Çevrim İçi Görüşme Formlarının Değerlendirilmesi

Çevrim içi görüşme formları 2 uluslararası tasarım ajansına, 38 yurtdışından tasarımcıya ve 530 yurtiçinden tasarımcı ve akademisyene gönderilmiştir. 30'u akademisyen olmak üzere toplam 35 kişi katılım göstermiştir. Katılımcıların tasarım fikri ve fikir bulma süreçleriyle ilgili paylaştıkları görüş ve deneyimler, fikir bulma yöntemlerinin çeşitliliğini ve bu sürecin kişisel yaklaşımlara nasıl açık olduğunu göstermektedir. Görüşme formundan elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan belirli yaklaşımlar ve yöntemler genel olarak şöyle ifade edilebilir;

- **Eskiz Yapma:** Katılımcılar eskiz yapmanın, düşünceleri görselleştirmek ve fikirleri somutlaştırmak için temel bir yöntem olduğu vurgulamaktadır. Eskizin katılımcılar arasında temel bir yöntem olarak kabul görmesinin sebebi eskiz yapmanın aklındakileri görme ve tartma sürecinde en doğrudan ve etkili yol olarak değerlendirilmesidir.

- **Zihinsel ve Fiziksel Mekân Değişikliği:** Katılımcılar tükenmişlik anlarında rutinleri kırmak, etrafındaki insanlardan fikir almak, farklı sorular sormak gibi yöntemlerle yeni perspektifler kazanılabileceği üzerinde durmaktadır. Zihinsel mekân değişikliği olarak ifade edilebilecek yöntemle bir süre konudan uzaklaşmak ve daha sonra yeniden başlamak, dinlenmek ve *kafayı dağıtmak* gibi eylemleri de tıkanıklık anları için çözüm yöntemi olarak tercih ettikleri söylenebilir.

- **İlham ve Çağrışım:** Görüşme formlarında, benzer veya farklı konulardaki iyi çalışmalara bakmanın ilham verici olduğu sıklıkla ifade edilmiştir. Özel fikir bulma hikayelerine bakıldığı zaman ise, günlük gözlemlerden, öğrencilik veya profesyonel projelerden ilham alma süreçlerinin örneklendirildiği görülmektedir.

- **Yaratıcı Fikirlerin Ani Belirmesi:** Katılımcıların verdiği cevaplarda fikirlerin zihinlerinde aniden belirmesi konusuna değinilmediği görülmektedir. Aniden gelen fikirle ilgili olarak sadece bir katılımcı fikirlerin bazen *uykuyla uyanıklık arasında*, rüya gibi durumlarda veya beklenmedik anlarda belirdiği, bu anların değerlendirilmesi gerektiği vurgulamıştır.

Söz konusu görüşme formu, içeriği sebebiyle nitel araştırma yöntemleri dikkate alınarak hazırlandığı için nicel olarak analiz edilmesi pek mümkün ve yararlı

görülmemektedir. Örneğin eskiz yöntemiyle ilgili olarak kaç kişinin bu yöntemi kullandığı ve kaç kişinin kullanmadığı gibi bir bilgiden ziyade katılımcıların eskize karşı genel görüşlerinin anlaşılmasını sağlayacağı düşünülen ortak yönler ele alınarak bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

Katılımcıların yanıtlarında diğer görüşlerle zıtlık oluşturacak verilere rastlanılmamıştır. Yanıtların farklılıkları daha çok, tasarımcıların fikir üretiminde ağırlık verdikleri yöntemler veya ikinci plana attıkları yöntemler olarak görülmektedir. Örneğin “Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?” sorusuna verilen yanıtlardaki ortak görüşlerin başında gelen bir süre uzaklaşma yönteminin yanlış veya işe yaramaz olduğu yanıtı yerine, farklı bir yöntemin üzerinde durulan yanıtlar mevcuttur. Bu sebeple araştırma sonuçlarını değiştirecek önemli bir karşıt görüş olmadığından görüşme formunun analizinde katılımcıların ortak görüşleri paylaşılmıştır.

Soru 1: Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Katılımcıların cevapları, iyi bir tasarım fikrinin işlevsellik, estetik ve özgünlük gibi farklı unsurları barındırması gerektiğini göstermektedir. Öne çıkan ortak görüşler şunlardır:

- İşlevsellik: Tasarım fikri, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamalı ve kullanımı kolay olmalı.
- Estetik: Tasarım fikri görsel olarak çekici olmalı ve kullanıcıların ilgisini çekmeli.
- Özgünlük: Tasarım fikri özgün ve benzersiz olmalı.
- Kullanıcı odaklılık: Tasarım fikri, kullanıcıların ihtiyaçlarını ve davranışlarını göz önünde bulundurarak geliştirilmeli.
- Basitlik: Tasarım fikri karmaşık olmamalı ve kolayca anlaşılır olmalı.
- Etki: Tasarım fikri kullanıcılar üzerinde olumlu bir etki yaratmalı.

Soru 2: Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Katılımcıların cevapları, eskiz yapmanın yanı sıra farklı fikir bulma yöntemleri de kullandıklarını göstermektedir. Öne çıkan bazı yöntemler şunlardır:

- Araştırma yapmak: Kullanıcı araştırması, rakip analizi ve trend araştırması gibi

araştırma yöntemleri, tasarımcılara yeni fikirler üretmek için ilham verebilir.

- Beyin fırtınası: Ekip arkadaşlarıyla veya diğer tasarımcılarla beyin fırtınası yapmak, farklı bakış açıları kazanmak ve yeni fikirler üretmek için faydalı olabilir.
- Farklı disiplinlerden ilham almak: Sanat, müzik, mimari gibi farklı disiplinlerden ilham almak, tasarımcılara özgün fikirler üretmek için yardımcı olabilir.
- Kullanıcı testi yapmak: Kullanıcıların tasarıma nasıl tepki verdiğini görmek, tasarımcılara fikirlerini geliştirmek ve yeni çözümler üretmek için yardımcı olabilir.
- Teknolojiden yararlanmak: Yapay zekâ gibi yeni teknolojilerden yararlanmak, tasarımcılara farklı fikirler üretmek için yardımcı olabilir.

Soru 3: Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Katılımcıların cevapları, fikir bulmakta tükendiklerinde farklı yöntemlere başvurduklarını göstermektedir. Öne çıkan bazı yöntemler şunlardır:

- Ara vermek ve zihni dinlendirmek: Bazen fikir bulmakta tükenmenin en iyi çözümü, kısa bir ara vermek ve zihni dinlendirmektir.
- Farklı bir şey yapmak: Farklı bir şey yapmak, zihninizi yenilemenize ve yeni fikirler üretmenize yardımcı olabilir.
- Farklı insanlarla konuşmak: Farklı insanlarla konuşmak, farklı bakış açıları kazanmak ve yeni fikirler üretmek için faydalı olabilir.
- İlham verici kaynaklara göz atmak: Tasarım kitapları, web siteleri ve bloglar gibi ilham verici kaynaklara göz atmak, yeni fikirler üretmek için yardımcı olabilir.
- Çevreye dikkat etmek: Çevreye dikkat etmek ve günlük hayattaki unsurlardan ilham almak, yeni fikirler üretmek için yardımcı olabilir.

Soru 4: Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Katılımcıların cevapları, tek bir tasarım fikrine takılıp kaldıklarında farklı çözümlere başvurduklarını göstermektedir. Öne çıkan bazı çözümler şunlardır:

- Tasarımı bir süreliğine bırakmak ve daha sonra tekrar ele almak: Bazen tek bir tasarım fikrine takılıp kalmanın en iyi çözümü, tasarımı bir süreliğine bırakmak ve daha sonra tekrar ele almaktır.
- Farklı tasarım seçeneklerinin eskizini yapmak: Farklı tasarım seçeneklerinin eskizi, en iyi çözümü bulmak için yardımcı olabilir.

- Kullanıcı testi yapmak: Kullanıcıların tasarıma nasıl tepki verdiğini görmek, tasarımcılara tıkanıklığın üstesinden gelmek ve yeni çözümler üretmek için yardımcı olabilir.
- Ekip arkadaşlarından veya diğer tasarımcılardan geri bildirim almak: Ekip arkadaşlarından veya diğer tasarımcılardan

Soru 5: Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Bu soruya verilen cevaplar, her katılımcının kendine özgü bir deneyime sahip olduğunu göstermektedir. Bazı katılımcılar kişisel deneyimlerinden ilham alırken, bazı katılımcılar ise diğer kaynaklardan ilham almıştır. Ancak bu soruya verilen cevaplardan görüldüğü üzere katılımcıların neredeyse tamamı belirgin bir fikir bulma anına işaret etmemişlerdir. Bunun iki sebebi olabileceği düşünülmektedir. İlk olarak, yaratıcı fikir bulma evreka anları ile yaşanabiliyor olsa da bir süreç sonucunda da fikir üretilebildiği için bu görüşme formuna katılan tasarımcıların çoğunlukla evreka anı yaşamamış olduğu yorumu yapılabilir. Bir diğer seçenek ise katılımcıların evreka anlarına yeterli ilgiyi göstermemiş olabilecekleridir. Yaratıcı fikir bulmak genel olarak sancılı bir süreç olarak kabul edilir. Bir fikir evreka anıyla bulunmuş bile olsa, o sırada önemli olan bulunan fikirdir. Bir tasarımcının o anda fikri nasıl bulduğuna değil fikrin kendisine odaklanması anlaşılabilir bir durumdur. Bu sorunun asıl amacı tam olarak budur. Bir işin nasıl yapıldığının bilinmesi sezgisellik veya tesadüfler bir kenara bırakıldığında o işin yapılabilmesinin ilk şartıdır. Dolayısıyla tasarımcıların nasıl fikir bulduklarına yeteri kadar ilgi göstermelerinin, onların kendi yaratıcı süreçlerini daha iyi anlayıp, üretimlerini güçlendirebileceği düşünülmektedir. Fikir üretiminde çok fazla parametrenin etken olduğu açıkça görülse de en azından birkaçını anlayabilmek tasarımcıyı ileri taşıyabilir.

Katılımcıların tasarım süreçleri hakkındaki görüşleri, tasarımın çok yönlü ve katmanlı bir süreç olduğuna dair bir içgörü sunmaktadır. Katılımcıların deneyimlerinde, tasarım sürecinde esneklik ve açık fikirlilik gerektiği, aynı zamanda farklı yöntemlerin ve perspektiflerin bu süreçte önemli rol oynadığı fikri öne çıkmaktadır. Her tasarımcı, tasarım sürecinde farklı yöntemler ve teknikler kullanıyor, ancak genel olarak benimsenen yaklaşımlar arasında problemi doğru anlama, kapsamlı araştırma yapma, eskizler oluşturma, fikirler üzerinde kuluçka süreci geçirme, fikir alışverişinde bulunma

ve çeşitli ilham kaynaklarından yararlanma gibi ortak noktalar bulunmaktadır.

Tasarımcılar için fikir geliştirme süreci, sadece bir imge üretmekle sınırlı değil aynı zamanda işlevsellik, kullanılabilirlik, estetik değer ve hedef kitleyle etkileşim gibi faktörleri de içermektedir. Bu süreçte, tasarımcıların kendi deneyimlerinden, çevrelerinden ve hatta beklenmedik anlardan ilham alabildikleri görülmektedir. Bir firmanın logosundaki çizgilerden esinlenerek tüm kurumsal kimliğin tasarımını şekillendiren bir tasarımcının deneyimi, stratejik kaygılar gibi unsurların fikir bulma sürecini direkt olarak etkileyebileceği örneğini sunarken bir diğer katılımcının yolculuk sırasında camına yapışan bir salyangozdan ilham alarak bir kısa film fikrini geliştirmesi daha rastlantısal bir fikir bulma sürecine işaret etmektedir. Bu ve benzeri örnekler tasarım fikirlerinin ne kadar çeşitli ve özgün kaynaklardan türeyebileceği dolayısıyla öngörülemeyen bir süreç olabileceği düşüncesini destekler görünmektedir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda yaratıcı tasarım fikri üretim süreci, araştırma, gözlem, analitik düşünme, empati, açık fikirlilik, sürekli öğrenme merakı/ihtiyacı, bilgi ve deneyim gerektiren karmaşık bir etkileşimler bütünüdür.

Grafik tasarım alanındaki kabul görmüş genel yaklaşımlarla katılımcıların verdiği cevaplar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları değerlendirirken, grafik tasarımın yaratıcılık, problem çözme, etkili iletişim ve hedef kitle odaklılık gibi temel prensipleri ve fikir üretim yöntemleri temel alınabilir. Katılımcıların cevaplarının, başlıca birkaç temel prensip ve yöntemlerle nasıl örtüştüğü veya farklılaştığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu noktada ortaya çıkan benzerlikler şöyledir;

- **Yaratıcılığın Önemi:** Grafik tasarım, yaratıcılığı merkezine alır. Katılımcıların anlattıkları fikir bulma süreçleri ve yöntemleri, tasarımcıların yaratıcı potansiyellerini nasıl keşfettiklerini ve kullanıcıların dikkatini çekecek yenilikçi çözümler üretmeye nasıl odaklandıklarını göstermektedir. Bu süreçler, grafik tasarımın yaratıcılık odaklı doğasıyla uyumludur.

- **Problem Çözme:** Tasarım süreci, temelde bir problem çözme sürecidir. Katılımcıların tasarım fikirleri bulma ve geliştirme sürecinde karşılaştıkları zorlukları aşma yöntemleri, grafik tasarımın problemlere yaratıcı çözümler bulma amacıyla örtüşmektedir.

- **Çeşitli İlham Kaynakları:** Grafik tasarımcılar, genellikle geniş bir ilham yelpazesinden faydalanır. Katılımcıların cevapları da doğadan teknolojiye, günlük yaşamdan sanata kadar çeşitli kaynaklardan ilham alınabileceğini göstermektedir. Bu

ayrıca grafik tasarımın disiplinler arası bir yaklaşım benimsediğini ve farklı alanlardan beslenebildiği görüşünü de yansıtmaktadır.

Grafik tasarım alanındaki kabul görmüş genel yaklaşımlarla katılımcıların verdiği cevaplar arasındaki farklılıkları aşağıdaki maddeler halinde belirlenmiştir;

- **Bireysel Yaklaşımlar ve Teknikler:** Grafik tasarım eğitimi ve pratiği genellikle belirli prensip ve tekniklere dayansa da katılımcıların cevapları, tasarımcıların bireysel yaklaşımlarının ve tercih edilen tekniklerinin çeşitliliğini göstermektedir. Dolayısıyla katılımcıların ifadelerinden, grafik tasarımın belirli katı kurallarının her zaman uygulanmayabileceği, bireysel yaratıcılığa ve kişisel ifadeye oldukça açık bir alan olduğu anlaşılmaktadır.

- **Teknolojik Araçların Kullanımı:** Grafik tasarım alanı hızla gelişen teknolojiyle iç içedir. Ancak, katılımcıların bazıları teknolojik araçlardan ziyade daha geleneksel yöntemleri tercih edebilir. Bu, grafik tasarımın hem analog hem de dijital araçlara yer veren geniş bir spektruma sahip olduğunu gösterir.

- **Sosyal ve Çevresel Etkileşimler:** Grafik tasarım hedef kitle odaklıdır ve tasarımların sosyal etkileşimleri göz önünde bulundurularak yapılması beklenir. Katılımcıların cevapları bu odaklılık durumunun yanı sıra tasarımcıların özellikle ilham alma ve fikir bulma süreçlerinde kişisel deneyimlerin ve çevresel gözlemlerinin önemini vurgulamaktadır. Bu, tasarım sürecinin ve son ürünün sadece hedef kitle etkileşimini değil, aynı zamanda tasarımcının kendi deneyimlerini ve çevresel etkileşimlerini de içerebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların cevapları, grafik tasarımın temel prensip ve uygulamalarıyla büyük ölçüde uyumlu olmakla birlikte, tasarım sürecinin bireysel yaratıcılık, kişisel deneyimler ve çeşitli ilham kaynaklarına açık olduğunu da göstermektedir.

Görüşme formundan elde edilen verilerin grafik tasarım alanına sağlayabileceği katkılar birkaç önemli noktada değerlendirilebilir:

- **Yaratıcı Süreçlerin Çeşitliliğinin Vurgulanması:** Katılımcılardan alınan cevapların, tasarım fikirleri bulma sürecindeki çeşitliliği ve bireysel farklılıkları ön plana çıkardığı düşünülmektedir. Bu sebeple tasarımcıların farklı ilham kaynaklarına, tekniklere ve yaklaşımlara nasıl başvurduğunu göstererek, yaratıcı süreçlerin anlaşılmasına katkıda bulunabilir.

- **Profesyonel Pratikte İçgörüler:** Form, profesyonel tasarımcılara kendi yaratıcı süreçlerini gözden geçirme ve yeni teknikler deneme fırsatı verebilir. Katılımcıların

deneyimleri, tasarım sürecinde karşılaşılabilecek zorluklar ve bu zorlukların üstesinden gelme yöntemleri hakkında içgörüler sağladığı düşünülmektedir.

- **Tasarım Araştırmaları:** Görüşme formunun, grafik tasarım alanındaki araştırmalara küçük ölçekte bir ampirik veri sağladığı söylenebilir. Tasarım süreçleri, yaratıcı düşünce ve ilham alma yöntemleri üzerine yapılan çalışmalarda kullanılabilecek veri kaynağı olabilir. Bununla birlikte görüşme formu, katılımcıların deneyimlerinin tasarım sürecinin çok katmanlı yapısına işaret etmesi sebebiyle disiplinler arası çalışmaların alana fayda sağlayacağı öne sürülebilir.

- **İlham ve Motivasyon Kaynağı:** Tasarımcıların kişisel hikayeleri ve yaratıcı süreçleri üzerine detaylar, diğer tasarımcılar için ilham ve motivasyon kaynağı olabilir. Bu, tasarım topluluğu içinde paylaşımı ve dayanışmayı da teşvik edebilir.

- **Eğitim ve Öğretimde Yenilikler:** Formdaki bulgular, eğitimciler için tasarım eğitimi yaklaşımlarını çeşitlendirme ve geliştirme fırsatları sunabilir. Öğrencilere yaratıcılık ve problem çözme becerilerini geliştirmek için daha geniş bir perspektif ve çeşitli yöntemler sunabilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. UYGULAMA PROJESİ

Tez çalışması kapsamında hazırlanan uygulama projesi teorik ve pratik olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Tasarım aşamasında araştırmacı, fikir üretim sürecini kendi sergileme tasarımı süreci üzerinden incelemiştir. Bir anlamda bireysel bir tasarım fikri bulma “hikayesi” olan incelemede araştırmacı tez projesi kapsamında ürettiği tasarımları ilk aşamasından son aşamasına kadar bu bölümde paylaşılmakta ve görseller yardımıyla açıklanmaktadır. Uygulama projesinin sergileme aşaması ise tez çalışmasının odaklandığı, grafik tasarımda fikir üretiminin belirli noktalarını, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar Bölümü sergileme alanında, bir sergi biçiminde aktarmak ve grafik tasarım alanında eğitim gören ve eğitim veren toplulukla paylaşmak olarak belirlenmiştir.

Uygulamalar, grafik tasarım sürecinde fikir üretiminin temelini oluşturan dinamikleri gözler önüne seren, bilgilendirici afişler ve sergi panoları dizisinden oluşmaktadır. Bu dizi, yaratıcılığın kıvılcım anı olarak kabul edilen evreka anının keşfiyle başlamaktadır. Tez çalışması temel alınarak, fikir üretim süreci içinde takip edilebilen adımları süreç çizelgesi halinde sunan bir pano tasarlanmıştır. Devamında beslenmenin ve ilham almanın yaratıcılık üzerindeki etkisini ifade etmek üzere ilham alınabilecek kaynaklara ithafen çeşitli görseller seçilmiştir. Bunların yanında yaratıcılık sürecinde etkinleşen beyin bölgeleri ve beyin ağları ile ilgili bilgi sunan ve iki parçadan oluşan bir pano tasarlanmıştır. Sinirbilimine ait araştırmalara dayanan bu pano tasarımı ile, yaratıcılığın beyindeki karşılığı ve yaratıcı sürecin görselleştirilmesi hedeflenmiştir. Serinin son halkası olarak, tez kapsamında yapılan görüşme formlarından elde edilen ve katılımcıların fikir üretim sürecine dair görüşlerini içeren alıntılar pano tasarımı haline getirilmiştir. Uygulama projesini oluşturan bu panolar, grafik tasarım ve yaratıcılık süreçleri hakkında bilgi vermesi ve ilham kaynağı olması amacıyla tasarlanmış ve bir sergi bütününde izleyici ile paylaşılmıştır.

4.1. Araştırmacının Tasarım Süreci

Tez çalışması kapsamında hazırlanması planlanan sergi, araştırmacının kendi tasarım problemi olarak ele alınmış ve bu başlık altında incelenmiştir. Tezin yazın kısmında olduğu gibi uygulama projesi süresince de danışman ile her pazartesi görüşülmüş ve süreç

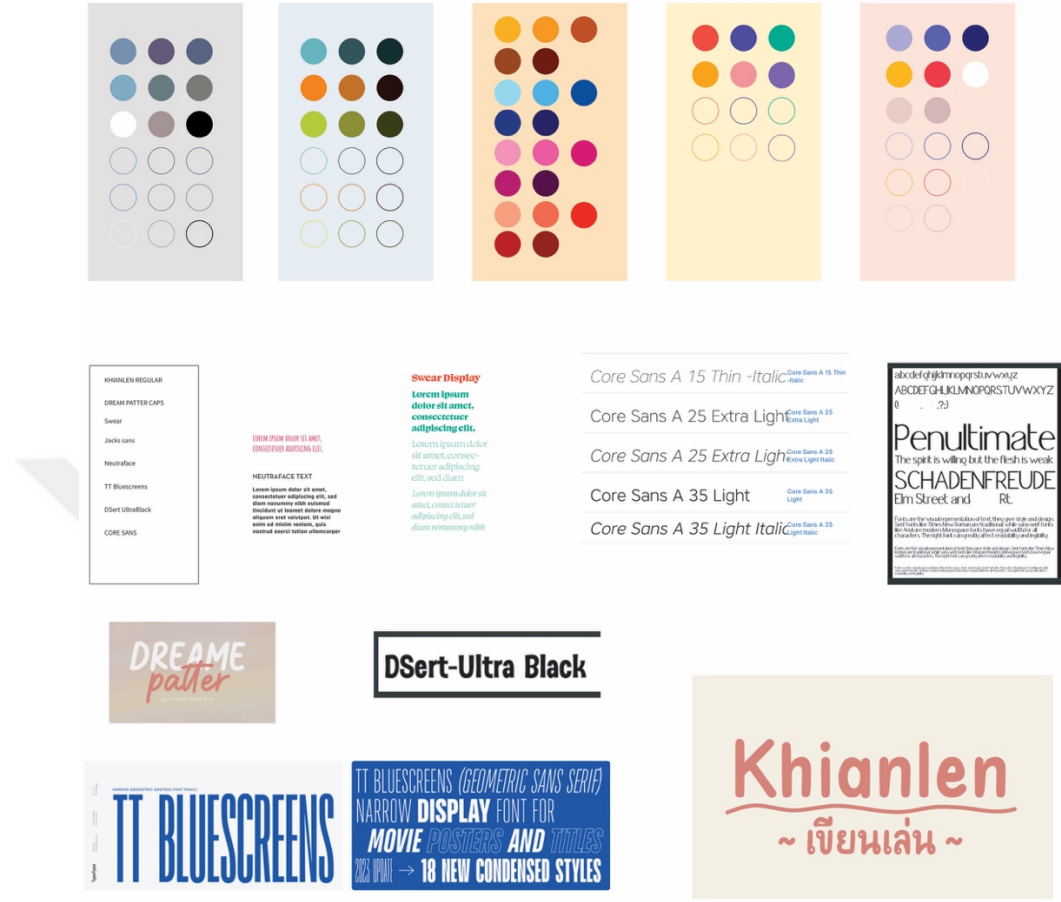
sunum yapılarak ve kritik alınarak ilerlemiştir. Sergi planlamasında ilk alınan karar, tezde yer alan yaratıcı tasarım fikri üretimi üzerine olan teorik bilginin görselleştirilmesi olmuştur. Bu aşamada hangi bilgilerin aktarılması gerektiğine karar vermek üzere ilgili bölümler okunarak bir şema çıkarmak amaçlanmıştır. Okumaların sonucunda tezin “2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretimi” başlığındaki süreç, beynin yaratıcı fikir üretimindeki görevlerini temel alan tasarımların ve tez kapsamında gerçekleştiren görüşmelerden elde edilen verilerin paylaşılabileceği tasarımlar üzerinde durulmasına karar verilmiştir. Sergi alanı, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar Bölümü sergi alanı olarak belirlenmiştir. Bu alanın ölçüleri belirli olduğu için tasarımın yerleştirileceği panolar kararlaştırılmış ve Görsel 4.1.’de sergi için üretilecek tasarımların ölçü planlaması yapılmıştır.



Görsel 4.1. Sergi alanı pano ve tasarım ölçüleri

Uygulama projesinin tasarım problemi, yukarıda sözü geçen başlıklardaki bilgileri hızlıca iletebilen, açık, anlaşılır ve ilgi çekici bir şekilde iletebilmek olarak belirlenmiştir. Zihinde gezinmenin ilk adımı bu problemin iyi tanımlanması olmuştur. Beraberinde Görsel 4.2.'de paylaşıldığı üzere Adobe Illustrator üzerinde grafik dil araştırmaları

ilerlemiş ve süreç boyunca alternatifler göz önünde bulundurulmuştur.



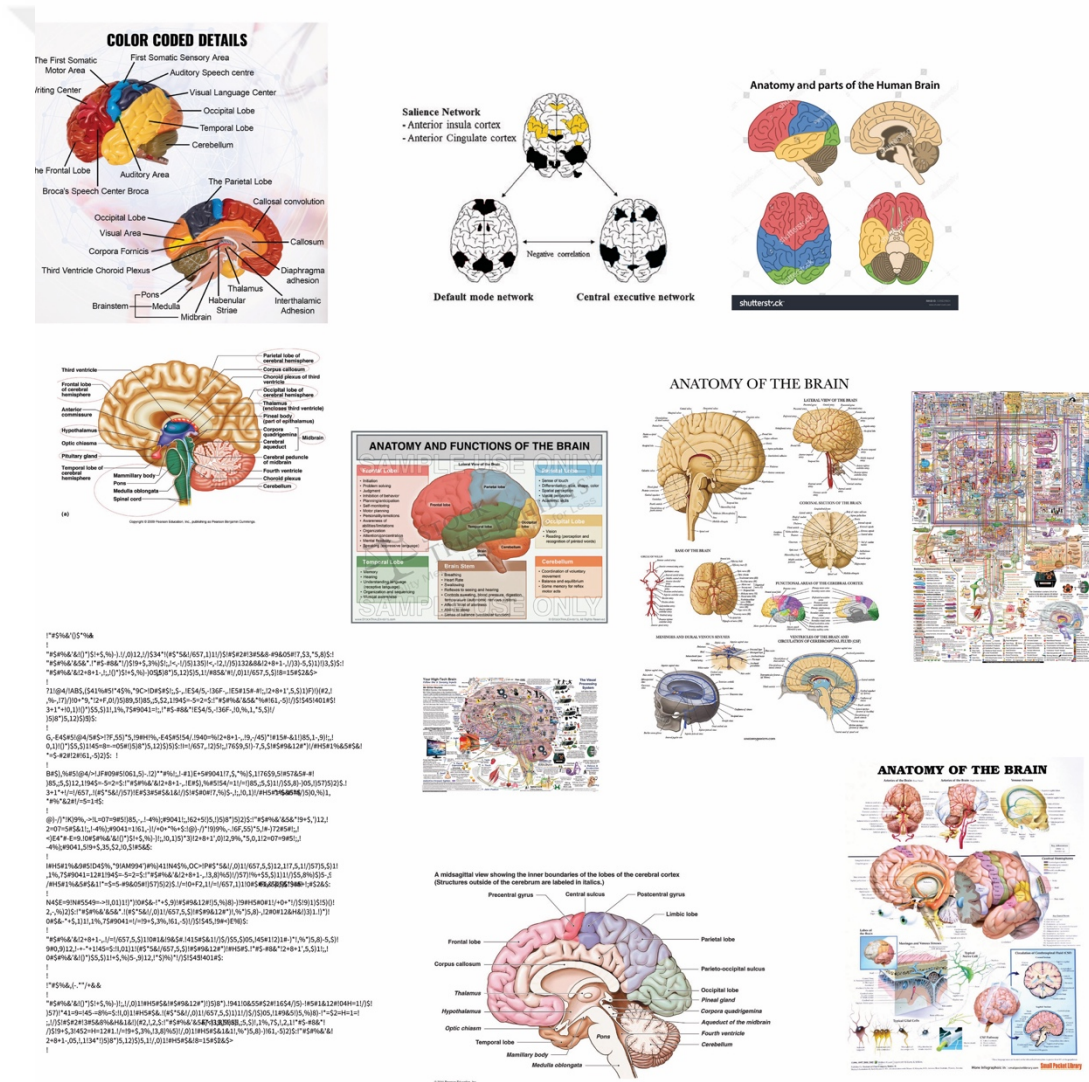
Görsel 4.2. Grafik dil araştırmaları

İyi tanımlanmış probleme ulaşabilmek adına; sanatta yeterlik tezi uygulama projesi, tez çalışmasının alana katkısının sergi aracılığıyla güçlendirilmesi ve grafik tasarımda fikir üretimi konuları üzerinde durulmuş ve böylece genel yol haritası belirginleşmeye başlamıştır. Bir süre için zihinden çıkıp fiziksel ortama geçerek tezin yazın kısmı ile baş başa kalınmıştır. Mümkün olduğunca uyaranları azaltarak, aynı gün içinde hedef başlıklar birkaç defa okunmuştur. İlk okumadan sonraki okumalarda “bu bilgi bana görsel olarak nasıl sunulsaydı daha iyi anlardım?” sorusuna cevap verilmeye çalışılmıştır. Bu noktada araştırmacı, söz konusu “2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretimi” başlığındaki adımları bir arada gösterecek bir bilgigrafinin ihtiyacı karşılama ihtimali üzerinde yoğunlaştığını fark etmiştir. Okuma çalışmalarından sonra araştırmacı fikri bulmada sıklıkla tercih ettiği uyku öncesi düşünme yöntemine başvurmuştur. Yaklaşık olarak iki hafta süren bu eylem her seferinde istekli ve planlı bir şekilde gerçekleşmemiştir. Bazı zamanlar uykuya dalmayı engelleyen bir stres unsuru olarak araştırmacının karşısına çıkmışsa da zamanla

problem tohumlarının zihne ekilmesine yardımcı olduğu düşünülmektedir.

Danışmanın yönlendirmesiyle söz konusu başlıklardaki özel durumların başlı başına bir konu olarak ele alınması fikri doğmuştur. İzleyicinin büyük bir bölümünü oluşturacak lisans öğrencileri için sergiyi daha faydalı hale getireceği düşüncesiyle ilham ve evreka konularının da ayrı birer tasarım olarak görselleştirilmesine karar verilmiştir. Bu iki konunun nasıl görselleştirileceği ise daha sonraki aşamalara bırakılmıştır. Adımlar yavaş yavaş netleştikçe tasarım sürecinin *karanlık tarafı* ile yüzleşmeye başlayan araştırmacı, her tasarımcı gibi *boş kâğıt* endişesine kapılmış ve dosyalar arasında sürekli gidip gelerek çıkış yolu arayışına girmiştir. Bir günlük molanın ardından yeterli motivasyon ve dinginlik sağlanınca üretilmesi planlanan tasarımlardan biri seçilerek küçük adımlarla ilerlemeye karar verilmiştir.

Seçilen tasarım görevi, beynin yaratıcı fikir üretimindeki görevlerini görselleştirmek olmuştur. Bilgi grafinin görselleştirme yöntemi olarak tercih edilmesinin veriyi daha anlaşılır kılacağı fikrinden yola çıkarak yaratıcı fikir üretimi sırasında aktif olan beyin bölgeleri ve ağılarının ifade edilmesine karar verilmiştir. Burada bir beyin imgesinin çeşitli açılardan gösterimleri kararına hızlıca varılmıştır, bunun nedeni tezin yazım kısmı süresince literatür taramasında karşılaşılan bilimsel olarak tutarlı görsellere sıkça maruz kalınması olmuştur. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve ağıları çalışması için Görsel 4.3.'teki örnek görseller ve eskizler toplanmış ve üzerinde çalışılmıştır.



Görsel 4.3. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve ağıları çalışması için örnek görseller ve eskizler

Görsel 4.4.'de gösterilen örneklerde bu süreçteki çeşitli denemeler görülmektedir. Her bir değişikliğin yeni bir tasarım kararına işaret ettiği bu denemeler sonucunda, danışmanın onayıyla birlikte tasarım tamamlanmıştır.

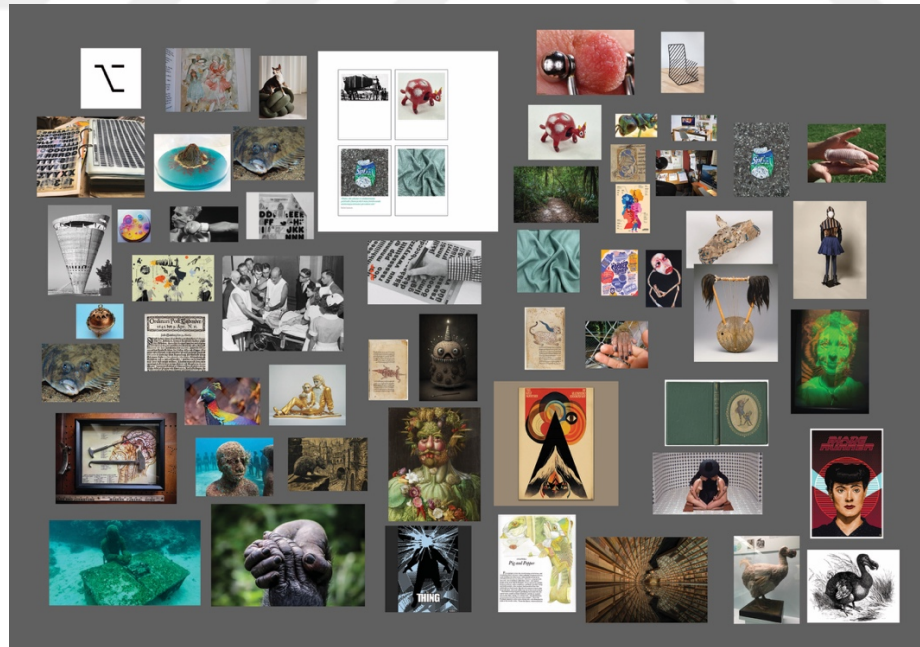


Görsel 4.4. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri ve ağları çalışması için tasarım denemeleri

İlk üretim sürecinde karşılaşılan problemlerin büyük sancılar olmadan çözülmesi ve beyin konulu tasarımın tamamlanması yeni bir motivasyon kaynağı olmuştur. Bu motivasyonun etkisiyle, daha sonra “Tasarım fikrinin serüveni” ismini alacak olan tasarım başına yeniden geçilmiştir. Bu tasarımın amacı “2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretimi” başlığındaki altı aşamayı metinlerden faydalananarak aktarmak olarak belirlendiğinden yine bilgigrafi gibi ele almak gerektiği düşünülmüştür. Çalışmanın teorik alt yapısı çok fazla veri içerdiğinden en büyük problemler bilginin özetlenmesi, verilerin değerini kaybetmeden izleyiciye aktarılabilmesi, alan yönetimi ve kompozisyon olmuştur. Bütün bu problemler fikir bulmada tıkanmaya sebep olmuş ve çalışma bu aşamada bırakılarak diğer tasarımlara odaklanılmıştır.

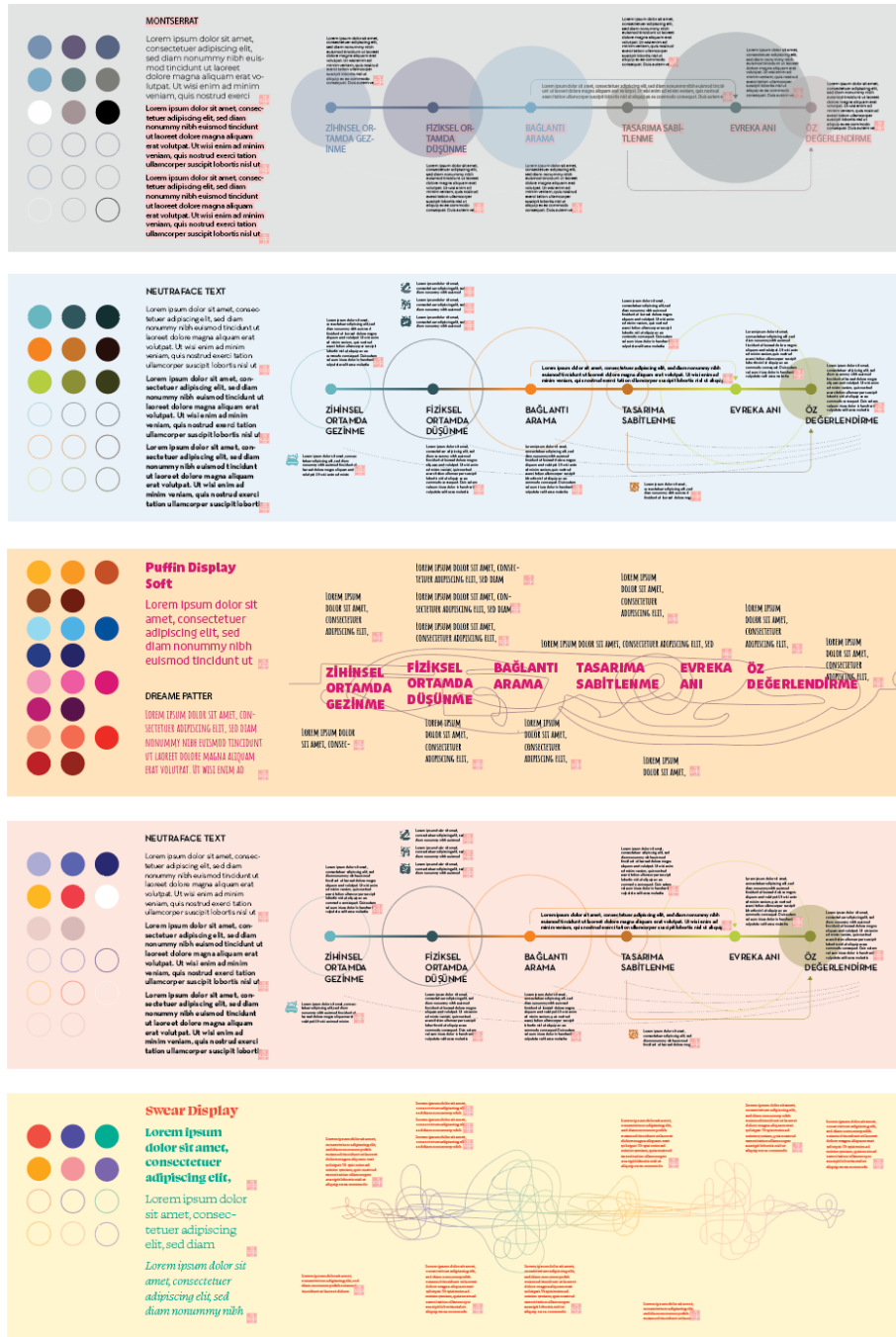
Çözüm bulmak konusunda ilerleyemediği tasarım problemlerini kuluçkaya yatırma yöntemi ile aşmayı planlayan araştırmacı, ilham konulu tasarım üzerine yoğunlaşmış ve

zihinsel ortamda gezinme çalışması şu iki soru çerçevesinde ilerlemiştir: Açıklamalar ve görsellerle destekleyerek ilham konusunu mu anlatmalı yoksa ilham mı olunmalı? Arzu edilen cevap ilhamı, bir nevi ilham vererek anlatma olmuş ve bunun nasıl yapılacağı üzerinde zihinde fikirler çarpışmaya başlamıştır. Tezin yazım kısmındaki başlıca vurgulardan biri yaratıcı fikir üretim sürecinin dış dünyadan beslenme ile mümkün oluşudur ve bilgiyi hem sözel hem de görsel olarak ifade etmek ilk amaçken izleyicinin bilinçli veya bilinçsiz olarak ilham almayı tecrübe etmesini sağlamak ise ikinci amaçtır. Sözel ifade olarak kısa bir metin ve ilham kaynakları için bir dizi görsel ihtiyaç duyulmuştur. Metin ilham konusunda özet bir içgörü sağlarken görseller hem besin kaynaklarının çeşitliliğini göstermeli hem de izleyiciyi besleyebilmeli diye düşünülmüştür. Fikrin onaylanmasından sonra görsel toplanmaya başlanmıştır. Görseller toplanırken iki husus dikkate alınmıştır; her zaman her yerde karşılaşılabilecek görseller olmaması ve serginin gerçekleştirileceği ortam ile hedef kitle gereği rahatsız edici, provokatif, pornografik, siyasi veya şiddet içerikli olmaması. Bu kıstaslar doğrultusunda Görsel 4.5.'teki görseller toplanmış ve aralarında seçim yapılarak uygulama çalışmasında kullanılmak üzere tasarıma geçilmiştir.



Görsel 4.5. *İlham çalışması için toplanan görseller*

Araştırmacı en zorlandığı tasarım görev olan “2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretimi” başlığının görselleştirilmesi üzerine, diğer çalışmalara paralel olarak çeşitli denemeler yapmasına rağmen parlayan fikri bulamamış, Görsel 4.7.’deki sunulan tasarım süreçleri içinde bir süre bocaladıktan sonra sonuca ulaşamadığı için yine bir başka çalışmayla devam etmeye karar vermiştir.



Görsel 4.7. Tasarım sürecinde fikir üretimi çalışması için tasarım denemeleri

Çözülmedikçe her geçen gün büyüyen tasarım problemlerinden sonra yeni bir tasarıma odaklanmak fikri nefes aldırıp sakinleştirmiş ve görüşme formunu izleyiciyle paylaşma tasarımına geçilmiştir. Görüşme formlarının yanıtları tekrar okunmuş, izleyiciye en çok hangi verilerin faydalı olacağı üzerine uzun zihin gezilerine çıkılmıştır. İlk bulunan fikirler yine bilgigrafi şeklinde hem vurucu cümlelerin hem de nicel verinin dinamik bir dille ifadesi olmuştur. Ancak zihinsel süreçte “şu kadar kişi şöyle dedi?” benzeri veriler nitel bir araştırmadan çok uzak ve alan dahilinde yararsız olacağı için sadece katılımcıların ifadelerine odaklanılmıştır. Bunun üzerine yine okumalara başlanmış ve alıntılarla devam etme konusunda kesin karara varılmıştır. Görsel 4.8.’de aşamaları görülen alıntıları belirleme sürecinde ölçüt kısa, öz, metin içinden çıkarıldığında bağlamından kopmayacak, farklı düşünmeye sevk etme potansiyeline sahip, dikkat çekici ve kolay anlaşılabilir alıntılar olmuştur.

Görsel 4.8. Alıntıları belirleme süreci

Alıntılarının belirlenmesinin ardından pano ölçüsü, okunabilirlik vb. tasarım kararları doğrultusunda alıntı sayısı netleştirilmiş ve son bir eleme yapılmıştır. Görsel 4.9.'da örnekleri paylaşılan bu denemeler danışmanın onayıyla son şeklini almıştır.



Görsel 4.9. Alıntı tasarım denemeleri

“Tasarım Fikrinin Serüveni” isimli tasarım görevi araştırmacının *kabusu* haline gelse de kaçmanın bir faydası olmadığı için konunun üzerine gitmeye karar vererek tez yazın kısmında yer verilen, tıkanmayı çözmek üzere bilimsel olarak faydaları kanıtlanmış yaratıcılık yöntemlerine başvurmuştur. İlk yöntem olan dinlenme anında varsayılan mod ağının aktive olması beklentisinden stres sebebiyle yarar sağlanamadığı için diğer yöntemler denenmiştir. Bunlardan ilki, farklı alanlara ait çeşitli verilere maruz kalarak beyindeki uzak noktalar arasındaki bağlantıları harekete geçirmek olmuştur. Araştırmacı birbirinden oldukça uzak türlere ait müzikleri dinleyerek zihnini canlandırmayı amaçlamıştır. Görsel 4.10.'da paylaşıldığı gibi geleneksel Hint filmi müzikleriyle heavy metal müzik türüne ait şarkıları rastgele çalma sırasıyla bir saat kadar gözleri kapalı bir şekilde dinlemiştir. Bu egzersiz boyunca tasarım adına hiçbir bilinçli çabaya girilmemiştir. Araştırmacı daha sonra hafif egzersizin kan akışını hızlandırması ve yaratıcı fikir için gerekli olan çeşitli kimyasalların beyne taşınmasını amacıyla yine bir saat kadar dans etmiştir.

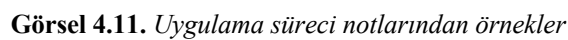
	Arrival	King Diamond	Abigail	5:27
	Udi	Sunidhi Chauhan Shail ...	Guzaarish	3:22
	Are Re Are	Lata Mangeshkar ve Udi...	Dil To Pagal Hai	5:35
	Somewhere out in Space	Gamma Ray	Somewhere out in Space	5:28
	Princess of the Night (Re-Recorded)	Saxon	Classics Re-Recorded	4:12
	Rise and Fall	Helloween	Keeper of the Seven Key...	4:23
	Is That You, Melissa	Mercyful Fate	In the Shadows	4:42
	Last Man Standing	Hammerfall	Any Means Necessary	4:31
	Yeh Ladka Hai Allah	Jatin-Lalit	Kabhi Khushi Kabhie Gh...	5:28
	Dola Re Dola (From "Devdas")	Kavita Krishnamurthy, Shr	Devdas (Original Motion...	6:36
	Emerald Sword	Rhapsody	Symphony of Enchanted...	4:22
	Edge of Thorns	Savatage	Edge of Thorns (Bonus ...	5:57
	Breaking the Law	Judas Priest	British Steel	2:34
	Zara Sa Jhoom Loon Main	Asha Bhosle, Abhijeet	The Sur Queen - Asha B...	5:54
	Black Wind, Fire and Steel	Manowar	Fighting The World	5:16
	Wasted Years	Iron Maiden	Somewhere in Time	5:10

Görsel 4.10. Fikir bulma çalışmasında dinlenen çalma listesi örneği

Araştırmacı, yaratıcılık çalışmalarının ardından gelen birkaç gün boyunca, evreka tasarımına geçerek dikkatini başka yöne vermiş ve beynin işini yapması için zaman tanımıştır. Söz konusu çalışmayla ilgili elinde sadece özetlenmeyi bekleyen metinler ve tez boyunca araştırmacının zihninde çoktan belirmiş olan bir süreç çizgisi bulunan araştırmacı bu noktada yine tıkanmıştır. Tasarım sürecinin karmaşıklığını, süreçteki geri gitme ve ileri sıçramaları ifade eden bu çizgi için yapılan çeşitli denemeler mevcut olsa da tasarımın geneline göre son halini alacağından öylece bırakılmıştır.

Uygulama projesinin en zorlayıcı aşamasında doğası gereği öngörülemez bir sorun ortaya çıkmıştır. Bipolar II bozukluğuna sahip olan araştırmacının belirli aralıklarla yaşadığı depresyon atağı tetiklenmiş ve araştırmacı genellikle 3-5 gün süren içe kapanma, sosyal hayattan uzak kalma, yetersizlik hissi, sorgulama ve varoluşa dair karamsar düşüncelere kapıldığı sürece girmiştir. Bu ataklar kimi zaman yaratıcılığı desteklerken kimi zamansa odaklanma başta olmak üzere çeşitli problemlere sebep olduğu için araştırmacı, tasarım çalışmalarına devam etse de verimsiz geçen çalışma saatleri depresyonun şiddetini artırmasıyla ara vermek zorunda kalmıştır. Doktor kontrolünde atlatılan bu birkaç günlük süreç sonrasında kararlı duygusal döneme geçen araştırmacı

Uygulama süreci boyunca araştırmacı neredeyse her adımda yazdığı uyarılar, anımsatıcılar, yönlendirmeler, eskizler ve hesapları içeren notlardan da faydalanmıştır. Görsel 4.11.'de bir kısmı paylaşılan bu notlar idealin aksine düzensiz olsa da araştırmacı için oldukça işlevsel olmuştur.



129

hayal edilmeye çalışılmıştır. Bu imgeleri üretebilmek üzere bir odaklanma yöntemi olan *boş alana bakma* çalışmasından faydalanılmıştır. Araştırmacı kanepeye oturup, tam karşısındaki boş duvara bakarak bir film izler gibi Arşimet'in hikayesini zihninde canlandırmış ve tasarımın ana görseli olacak kareyi yakalamaya çalışmıştır. Arşimet'in problemi çözmeye çalışırken büründüğü ruh hali, hamamda küvete girme anı, problemin kendisine ilk verilmiş anı vb. sahneler üzerinde düşünürken bir yandan da her kare için ayrı ayrı görselleştirme türlerine dair fikirler de havada uçuşmaya başlamıştır. Boş alanı izleme çalışmasının ardından yine beyne zaman tanımak ancak bir yandan da farklı bir konuyla meşgul etmek üzere sıradaki tasarıma geçilmiştir.

Yeni odak noktası, danışmanla yapılan görüşmelerin ardından iyi tanımlanmış bir tasarım problemi haline gelen ve sergi alanının girişinde izleyiciyi karşılayacak olan bilgilendirme tasarımı olarak seçilmiştir. Proje sergisinin yer alacağı alanın giriş tasarımında önceki sergilerde izlenen yol dikkate alınacağından tasarımın temeli hazır kabul edilmiştir. Giriş duvarında bulunan monitör üzerinde yer alması gereken sergi adı, altında ise bir sergi metni ve tez bilgilerinden oluşan tasarımın elemanları siyah zemin üzerinde beyaz metin olarak netleştirilmiştir. Halihazırda yazıyüzü seçimi çoktan yapılmış ve alanın ölçüleri de belli olduğu için araştırmacı tasarıma doğrudan fiziksel ortamda başlamıştır. Sergi metni için çeşitli denemeler üretilmiş ve tasarımın düzeni büyük ölçüde tamamlanmıştır. Danışman ile yapılan görüşme sonucunda metin ve düzenleme son halini almış ve tamamlananlar klasöründeki yerine kavuşmuştur. Giriş tasarımı için danışmanla yapılan ilk görüşmelerde monitör için planlanan tasarım metninin bir kısmını içererek duvarın bir parçası gibi olması fikri üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte sergileme alanında bir monitörün olması hareketli ve dinamik bir tasarım imkânı sağladığı için bu imkândan faydalanma düşüncesiyle birlikte yeni bir tasarım problemi doğmuştur. “Ekranı nasıl bir hareketli grafik olmalı ki hem serginin amacına hizmet etsin hem de ilgi çekici olsun” sorusu biraz beklemeye alınmış ve evreka tasarımına dönmüştür çünkü fikirler gelmeye başlamıştır.

Evreka anında beyindeki ödül mekanizmasının çalışmasıyla birlikte dopamin salınımının artması, eğer efsane doğruysa, Arşimet'in coşkusunu açıklar görünmektedir. Bu coşkunun, evreka anının nadiren yaşanan özel bir durum olduğunu ve güçlü bir zihinsel tatmin sağladığını aktarabilme potansiyelinin görülmesiyle birlikte örnek çalışmalar incelenmiş, çeşitli dijital eskizler üretilmiş ve bu süreç sonunda Arşimet'in coşkuyla çıplak bir şekilde koştugu halini gösteren çalışma ortaya çıkmıştır. Görsel

4.12.'deki hem metin hem de belirlenen grafik dil sınırları içindeki denemelerin ardından tamamlananlar klasöründeki öge sayısı bir dosya daha artmıştır.



Görsel 4.12. Evreka anı tasarımı için denemeler

Uygulama projesinde eksik tek bir çalışma kalmış ve ara ara başına geçilse de bir türlü hedeflenen yönde ilerlemediğinden daha da büyüyen bu son çalışmayı ertelemek için artık hiçbir sebep ya da bahane kalmamıştır. Araştırmacı yine tezin yazın kısmındaki tıkanma ve sabitlenme kısımlarını incelemiş ve bir çıkış yolu aramıştır. Yazın kısmındaki bilgilendirmeler doğrultusunda en doğru kararın problemin tekrar tanımlanması aşamasına dönülmesi gerektiği anlaşılmış ve problemle ilk kez karşılaşılıyormuş kabul edilerek yeniden işin başına geçilmiştir.

Tasarım problemini yeniden tanımlamayı hedefleyen araştırmacı (A), düşüncelerini netleştirebilmek ve probleme başka bir gözle bakabilmek için zihninde ikinci bir karakter (Z) yaratarak onunla şöyle bir diyalog yürütmüştür:

A-2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretimi başlığındaki alt başlıkları görselleştirmek istiyorum.

Z-Bu alt başlıkları yazar mısın? Düşünürken önünde dursun.

A-Elbette (başlıkları bir kâğıda yazar).

Z-Bu tasarımla ilgili yaşadığın problemlerden bahsedelim mi? Seni en çok ne zorluyor? Sence neden ilerlemiyor bu tasarım?

A-İlk ve en büyük problem, bu başlıkta izleyici ile paylaşmam gerektiğini düşündüğüm çok fazla metin olması. O yüzden özetlemekte çok zorlanıyorum. İkinci problem, bu süreci yansıtacak görsel elemana/elemanlara ihtiyaç duyuyor olmam. Bu görsel eleman hem metni desteklemeli hem de dinamizm sağlamalı. Tamamen metinden oluşan bir afiş ne anlatıyor olursa olsun insanları kendisine çekmeyi başaramayacaktır. Bir diğer problem ise bu altı başlığın yerleşimi üzerine. Alanın izin verdiği kadar metni, değerini koruyacak şekilde özetlemeyi başarsam bile kompozisyonu yönetemem halinde mesajım iletilemez.

Z-Yapacağın ilk şey çok açık. Metinleri özetleyeceksin. Bu adımı tamamlamazsan elinde hiçbir çalışma olmayacak. Ama endişe etme, alıştırma alıştırma özetleyeceksin.

A-Alıştırmaktaki kasıt nedir?

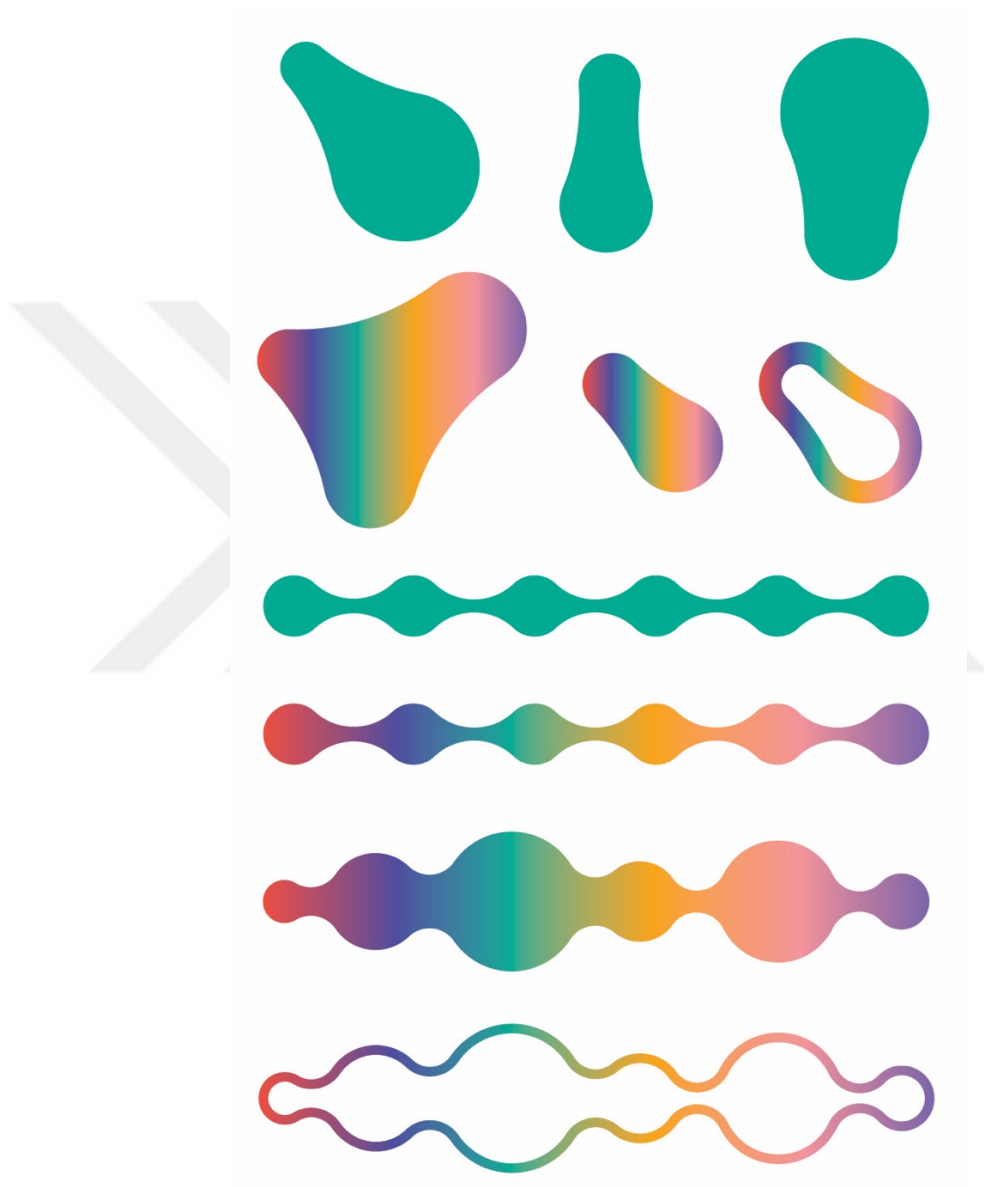
Z-Bu başlıklardaki metinlerin bir cümlesini bile elemeye kıyamıyorsun. Her şeyi paylaşmak istiyorsun. Bu anlaşılabilir bir duygu olsa da tasarıma asla yardımcı olmuyor. Danışmanın söylediıklarını hatırla. Tasarımın izleyicinin ilgisini çekerse tez sisteme yüklendiğinde açıp okur ama ilgisini çekmezse afişte ne yaptığının veya nasıl yaptığının hiçbir önemi kalmaz demişti kısaca. Görsel iletişim tasarımının temel kurallardan birini unutmuş olamazsın; ilk amaç izleyicinin dikkatini çekmek ve dikkati orada olduğu bu kısıtlı sürede mesajını iletme. Bu tasarımın için, satırlarca metnin dikkat çekici olmayacağı konusunda hemfikirsek özetleme konusuna geçelim. Alıştırarak özetlemekten kastım şuydu; ilk başlığı seni en mutlu edecek şekilde özetle. Önemseydiğin ve paylaşmak istediğin hiçbir cümleyi eleme. Sonra panonun izin verdiği ölçüde bir tasarım alanı belirle. Özetini tasarım dosyasına yapıştır. Kapladığı alana, yoğunluğuna, *sıkıcılığına* şöyle bir bak. Gördüğün manzaradan memnunsan ne alâ değilsen elindeki özet metni tekrar özetlemen gerekecek. Bu özetleme süreci beklentilerini karşılayıncaya kadar devam etmeli. Baştan bütün metni özetlemek yerine bir önce özetlediğin belge üzerinde çalışacağın için dikkatin daha az dağılacaktır. Özetlemenin sonunda sonraki aşama için tekrar görüşürüz. İyi çalışmalar.

Araştırmacı bu diyalog sonrasında başlığı konuşulduğu gibi özetlemiş ancak bir yandan da bu çalışmada ihtiyacı olan görsel elemanı düşünmeye devam etmiştir ve

görselden beklentilerini kendisine tekrar tekrar hatırlatmıştır; yaratıcı tasarım fikri üretmenin organik doğasını, aşamalar arasındaki sınırların belirsizliğini ve geçirgenliğini ifade etmeli, süreci karşılayacak şekilde yatay olmalı, izleyicinin dikkatini çekmeli ama metinlerin odaklanmasına engel olmamalı ve son olarak da belirlenen tasarım diliyle görselleştirmeye uygun olmalı.

Araştırmacı özetleme molalarından birinde hızlı, ulaşılabilir ve ucuz bir dikkat dağıtma yöntemi ayrıca dopamin kaynağı olan Instagram reels'leri arasında gezinirken Adobe Illustrator tutorial'ları paylaşan bir tasarımcının videosuna denk gelmiştir. Videodaki iki compound path'e çevrilmiş şekli kullanarak offset path aracılığı ile farklı ve yeni bir şekil üretme yöntemi araştırmacının ilgisi çekmiş ve hemen denemek istemiştir. Ekranın başına geçip Adobe Illustrator penceresini öne getirdiğinde bir türlü çözemediği tasarıma ait dosyayı açık bulmuş ve öğrendiği bu yeni tekniği kenarda bir yerde hızlıca denemiştir. Bir iki deneme sonucunda yöntemi öğrenmiş ve artık bu yöntemin başka nelere izin verdiğini görmek için üzerinde *oynamaya* başlamıştır. Tam bu sırada günlerdir aradığı görsel elemanın temelini karşısında durduğunu fark etmiştir.

Araştırmacı bir sonraki çalışma sekansında bu temel görsel üzerinde, hedef odaklı bir yeni bir oyuna başlamış ve Görsel 4.13.'te görüldüğü üzere genel hatlarıyla bütün beklentilerini karşılayan bir hale getirmiştir. Metinlerin tamamlanması ve tasarımın genel düzeni içindeki son şekline ulaşması için beklemeye alınmıştır.



Görsel 4.13. *Uygulama süreci notlarından örnekler*

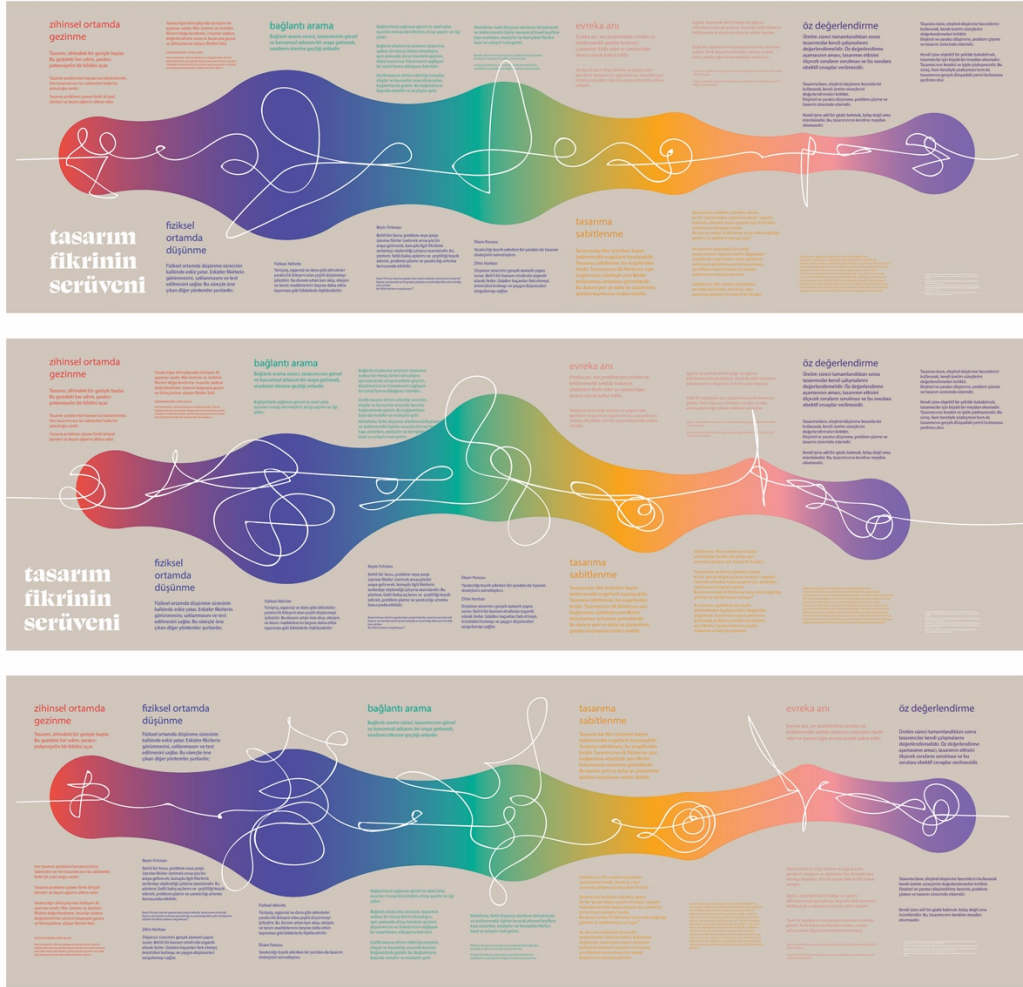
Tasarım fikrinin serüveni çalışmasındaki temel görsel eleman, serginin girişindeki ekranda kullanılmak üzere ihtiyaç duyulan hareketli grafik fikrini de sağlamıştır. Bu tasarımda, her biri bir aşamayı ifade eden dairelerin tasarım sürecinin esnek doğasına bir vurgu olarak birbirlerinin içinden geçmesi, ekranda gezinmesi, kimi zaman boyut ve renk değiştirmesi planlanmıştır. İlk denemenin ardından görüntüyü zenginleştirmek adına alıntı afişlerindeki cümlelerin eklenmesine karar verilmiştir. Görsel 4.14.'te ekran görüntüleri paylaşılan bu çalışmadaki video 1 dakika 27 saniye uzunluğundadır ve sergi süresince döngü (loop) olarak oynatılmıştır.



Görsel 4.14. Giriş bölümü videosundan kesitler



Araştırmacı Görsel 4.16.'da ki başlıklar, iki görsel eleman ve son özetleri içeren ekrana ulaşmıştır. Devamındaki süreç danışmanla yapılan görüşmeler ışığında çeşitli düzenlemeler, eklemeler ve çıkarmalarla ilerlemiş ve uygulama projesinin en zorlayıcı çalışması tamamlananlar klasörüne eklenmiştir.



Görsel 4.16. *Tasarım fikrinin serüveni son denemeler*

Araştırmacı hem eğitim hayatında hem de profesyonel hayatında yaptığı tasarımların neredeyse hiçbirinde süreç boyunca yaşadıkları, düşündükleri, hissettikleri veya tıkanmaları üzerine etraflıca düşünmemiş, fikir bulmanın tadını bilinçli bir şekilde çıkarmamış, tasarım sürecinde hangi yollardan geçtiğine geri dönüp hiç bakmamıştır. Bu tez çalışması kapsamında araştırmacı kendi uygulama sürecini, yazın kısmındaki bilgileri aklının bir köşesinde tutmaya çalışarak gerektiğinde yeniden okuyarak değerlendirmiş ve yaşadıklarını aktarmıştır. Bu çaba araştırmacıya daha önce tecrübe etmediği bir deneyim yaşattır. Uygulama sürecini uzaktan bir göz gibi izlemek ve tez çalışmasında yer

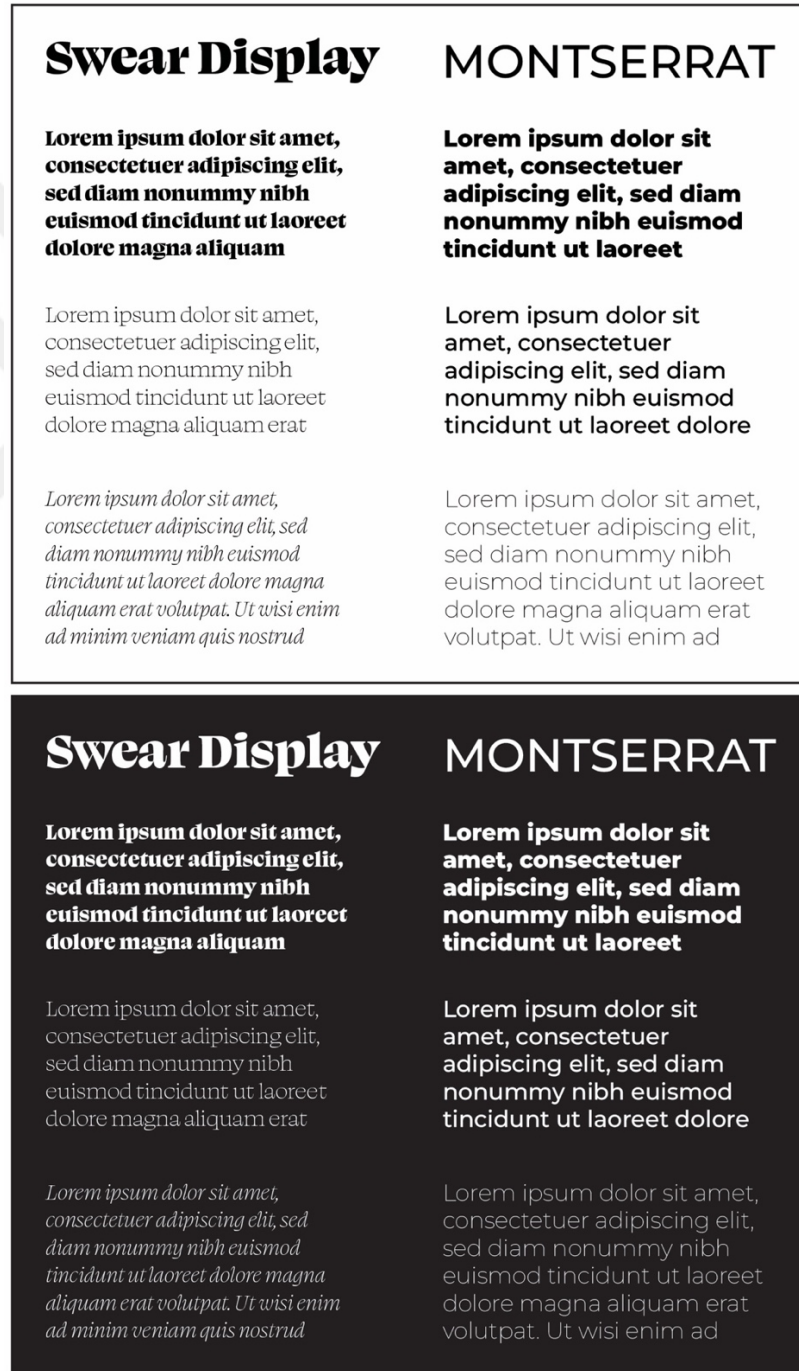
verebilmek üzere yeniden yaşamak, araştırmacının tasarım sürecine olan bakışını etkilemiştir. Bu deneyimle birlikte sürecin kimi zaman sanıldığından daha kontrol edilebilir olduğu, fikir bulmada tıkanmanın pes ettirmek yerine yaratıcılık yöntemlerini denemek ve öğrenmek için fırsat sunduğu, beynin çalışmayı hiç bırakmadığı, uzun süre aranan fikri bulma tatminini işin telaşıyla görmezden gelmek yerine kıymetini bilerek tadını çıkarmanın güçlü bir motivasyon olduğu, sürecin tek bir yönde ilerlemediği ve akışkan bir yapıda oluşu sebebiyle özgürlük sağladığı kadar tasarımcıya yolunu kaybettirme potansiyeline de sahip olduğu tecrübe edilmiştir.

4.2. Tasarım Süreci

Projeyi oluşturan afişlerin tasarımında sergileme alanı dikkate alınarak ilenlenmiştir. Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü'nün sergi alanına göre kurgulanmış olan afişlerin ölçüleri de bahsi geçen sergi alanındaki panolar temel alınarak belirlenmiştir. Afişlerde kullanılan metinlerin yerleşiminde izleyicilerin yürüyeceği alanın koridor şeklinde ilerleyişi göz önünde bulundurularak tasarım alanı, yazının büyüklüğü ve zeminle olan ilişkisi üzerine verilen tasarım kararlarıyla serginin izlenmesini kolaylaştırması hedeflenmiştir.

Projenin hedef kitlesini ağırlıklı olarak Grafik Bölümü lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Bu nedenle dinamik ve ilgi çekici bir grafik dil uygulaması temin edebilmek amaçlanmıştır. Yukarıda değinildiği üzere koridor şeklinde ilerleyen sergi alanına uygun olarak çalışmalar arasında bir dil birliği sağlamaya ve panolar arasındaki boşlukların oluşturduğu kesintilerin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Projenin tamamında Görsel 4.17.’de sunulan iki farklı yazıyüzü kullanılmıştır. Bunlardan ilki ve projeye ait tasarımlarda okuturluğu sebebiyle diğer yazıyüzüne göre daha sık tercih edilmiş olan Montserrat isimli yazıyüzüdür ve yeterli kontrastı sağlamak üzere bu aileden ExtraBold, Medium ve Thin tercih edilmiştir. Diğer yazıyüzü ise Swear Display’dir ve bu ailen de Black, Thin ve Thin Italic üyeleri tercih edilmiştir.



Görsel 4.17. Uygulama projesi için kullanılan yazıyüzleri, 2024

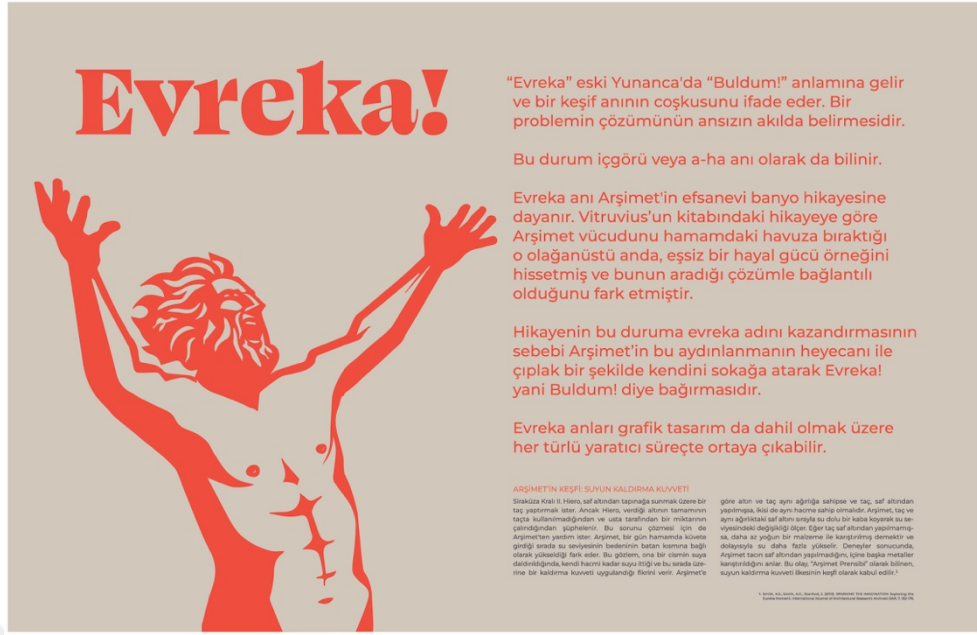


Görsel 4.18. Uygulama projesi için kullanılan renk paleti ve kombinasyonları, 2024

Projede kullanılan renk paleti dinamik tasarım anlayışını desteklemesi üzerine oluşturulan renk paleti kodları ve bir arada kullanım alternatifleriyle birlikte Görsel 4.18.'de paylaşılmıştır.

4.2.1. Evreka anı

Uygulama projesinin ilk afişi, bir probleme ait çözümün, zihinde bir anda ve beklenmedik bir şekilde belirmesi durumunu ifade eden evreka anı üzerinedir. Tez çalışmasında, yaratıcı fikir üretimi sürecinde tasarımcıların yaşadığı özel ve önemli bir deneyim olması sebebiyle ele alınmış olan evreka anının neyi ifade ettiği ve bu durumun neden evreka olarak adlandırıldığı açıklanmıştır.

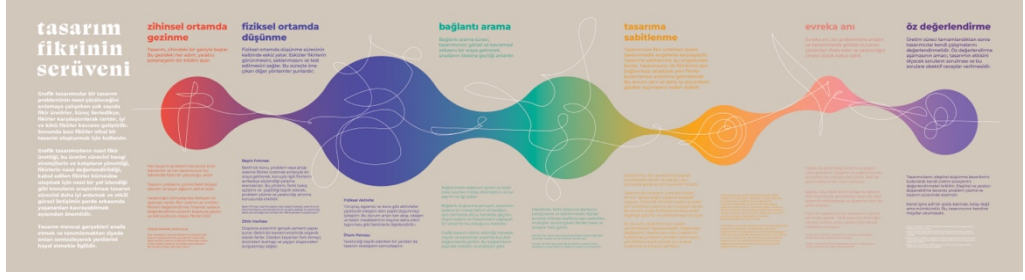


Görsel 4.19. Evreka afişi, 2024

Afiş çalışmasında, cevap aranan bir problemin çözülmesinin verdiği heyecan ve fikir bulmanın tatmini, evreka efsanesi üzerinden aktarılmıştır. Sözü edilen heyecanı gösterebilmek adına, Görsel 4.19.'da görüldüğü üzere efsaneye ithafen, Arşimet'in sokakta koşuşunu canlandıran bir illüstrasyon çizilmiş ve açıklayıcı metin eklenmiştir. Afiş, 170x110 cm. ölçülerinde tasarlanmıştır.

4.2.2. Tasarım fikrinin serüveni

Projeye ait bu afişte, tez çalışmasında 2.3. Grafik Tasarımda Fikir Üretim başlığı altında incelenen ve fikir üretim sürecine etki eden unsurların incelendiği zihinsel ortamda düşünme, fiziksel ortamda düşünme, bağlantı arama, tasarıma sabitlenme, evreka anı ve öz değerlendirme başlıkları ayrı ayrı özetlenmiş ve maddeler halinde afişe yerleştirilmiştir. Projenin genelinde olduğu gibi bu çalışmada da bilgilendirmeye öncelik verilmiş ancak yorucu ve dikkat dağıtıcı etkenlerden kaçınmak amaçlanmıştır. Görsel 4.20.'de sunulan afişte, tez çalışmasından alınan bilgilerin kaynakları da paylaşılmıştır.



Görsel 4.20. *Tasarım fikrinin serüveni afişi, 2024*

Çalışmanın merkezinde bulunan görsel, yukarıda sözü geçen başlıkları aşamalar halinde sunmaktadır. Görselin yatay ilerleyen yapısı ve çeşitli boyuttaki bağlantılı dairelerin kullanılmasının sebebi ise fikir üretim aşamasının organik yapısını göstermektir. 360x110 cm. ölçülerinde hazırlanan bu çalışmada kullanılan renkler, aşamaların hem birbirilerinden ayrılmasını sağlamakta hem de geçişlerin gradyan ile sağlanması ile aşamalar arasında keskin sınırlar olmadığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte görselin ortasındaki çizgi yine fikir üretim aşamasının her zaman doğrusal ilerlemeyebileceği kimi zaman da geriye veya öne sıçramalar ile ilerleyebileceğini göstermektedir.

4.2.3. İlham kaynakları

Uygulama projesinin üçüncü çalışması olan bu tasarımda, tez çalışmasında sıklıkla değinildiği üzere dış çevreden toplanan verinin yaratıcılığın temellerinden biri oluşu konusu üzerinde durulmuştur. Çalışma toplamda 23 parçadan oluşmaktadır. Görsel 4. 21.'de paylaşılan ilk parça 75x56 cm. ölçülerindedir ve çevreden ilham almak üzerine yazılmış kısa bir metinden oluşmaktadır.

yaratıcı fikir üretimi sürecinde aktif hale gelen önemli beyin ağlarını göstermektedir. Bu çalışmada da açıklayıcı kısa metinlerden faydalanılmıştır.



Görsel 4.22. Yaratıcı fikir üretiminde aktif olan başlıca beyin bölgeleri afişi (solda) ve beyin ağları afişi (sağda), 2024

İki parçadan oluşan bu afiş çalışması ile amaçlanan yaratıcı fikir üretim sürecinde beyinde işleyen mekanizmaya dair izleyicilerin konuyla ilgili genel bir bilgi edinmelerini sağlamak olmuştur.

4.2.5. Tasarımcı ve akademisyenlerden alıntılar

Uygulama projesinin son çalışması ise alıntı afişleridir. Tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen çevrim içi görüşme formu aracılığıyla katılımcıların fikir üretme üzerine olan düşünceleri alınmıştır. Bu görüşler arasından, öğrencilere gerek yöntem önerisi gerekse ilham olarak fayda sağlayacağına inanılan çeşitli alıntılar seçilmiştir. Görsel 4.23.'de paylaşılan bu çalışma 15 parçadan oluşmaktadır ve her bir afiş 35x50 cm. ölçülerindedir.



Görsel 4.23. Tasarımcılardan fikir üzerine alıntılar, 2024

Çalışmada her bir alıntının üzerine katılımcının bu sözü neye göre söylediğinin anlaşılması ve bağlamı güçlendirmek adına cevaba ait soru da eklenmiştir. Çevrim içi görüşme formunda bulunan, katılımcının isminin kullanılmasına dair seçeneği *kullanabilir* olarak işaretleyen katılımcıların isimleri afişlerde paylaşılmış, diğerlerinin isimleri ise verilmemiştir.

4.3. Sergileme

Uygulama projesi kapsamında tasarlanan grafik ürünlerin, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Sanatlar Bölümü'nde sergilenmesi planlanmıştır. Bu sergileme alanının seçilmesinin sebebi, fakülte öğrencilerinin dersliklere gitmek üzere sıklıkla kullandığı bir koridorda bulunması ve bu durumun serginin izlenmesini kolaylaştıracak bir avantaj olarak görülmesidir.

Sergileme alanı ağırlıklı olarak duvar panolarından oluşmakta ve eserler bu panolara mıknatıslar yardımıyla sabitlenmektedir. Serginin giriş bölümü yani koridorun başlangıcında bulunan duvar izleyiciyi karşılamaktadır. Bu duvarda sergileme için folyo uygulamasından yararlanılmaktadır. Görsel 4.24.'de izleyicileri karşılayan bu giriş duvarı üzerindeki sergi bilgileri uygulaması görülmektedir.



Görsel 4.24. Giriş alanı uygulaması, 2024

Sergi alanının devamında karşılıklı iki pano bulunmaktadır. Panolardan sol tarafta olanı Türkçe okuma-yazma yönü göz önüne alınarak serginin başlangıcı olarak tercih edilmiştir. Bu panoda Görsel 4.25.'te görülmekte olan haliyle evreka afişi ve hemen yanında ise tasarım fikrinin serüveni afişi yer almıştır.



Görsel 4.25. Evreka afişi ve tasarım fikrinin serüveni afişlerinin sergilenmesi, 2024

Serginin devamında, sağ tarafta ilham kaynaklarının çeşitliliğinin vurgulanması üzerine hazırlanmış olan bir seri afişin yer aldığı pano bulunmaktadır. Görsel 4.26.’da görüldüğü üzere önce ilham üzerine kısa bir metin ve bu metinle birlikte yerleşimi planlanmış olan afişler yer almıştır.



Görsel 4.26. İlham kaynakları afişlerinin sergilenmesi, 2024

Bir sonraki panoda, tasarım fikri serüveni çalışmasında kısaca değinilen beyin bölgeleri ve beyin ağlarının yaratıcı süreçteki etkisini daha detaylı olarak açıklayan iki afiş Görsel 4.27.'de sunulduğu haliyle bir arada sergilenmiştir.



Görsel 4.27. *Beyin bölgeleri ve beyin ağları afişlerinin sergilenmesi, 2024*

Serginin tamamlandığı son panoda Görsel 4.28.'deki haliyle sergilenmekte olan alıntı afişleri yer almaktadır. Bu alıntılar, tez araştırması kapsamında yürütülen görüşme formundaki cevaplardan derlenmiş ve izleyicilerle paylaşılmıştır.



Görsel 4.28. Alıntı afişlerinin sergilenmesi, 2024

SONUÇ

Yaratıcı üretimler, üretimin amacından sonucuna kadar çok fazla parametreye bağlı olması sebebiyle oldukça karmaşık bir süreçte ilerler. Yaratıcılık, bu karmaşık doğası ve hatta ortaya çıkan sonuçların büyüleyici etkilerinin uyandırdığı merak dolayısıyla her zaman için araştırma konusu olma özelliğini korumuştur. Bu tez çalışması ile grafik tasarım özelinde yaratıcı fikir üretim sürecinin yapısına ve işleyişine dair içgörüler sunulması amaçlanmıştır. Grafik tasarımda fikir üretim sürecinin her adımının, verilen tasarım kararlarının ve tasarımcı davranışlarının bütünüyle anlaşılıp en ince detayına kadar sebep sonuç ilişkisine bağlanması mümkün görünmemektedir. Bu durumun en büyük sebeplerinden biri fikrin doğum yeri olan beyne dair cevaplanamamış, sinirbilim alanının konusu olan binlerce sorunun mevcudiyetidir. Grafik tasarımda fikir üretim sürecine dair belirli durumların arkasındaki işleyişi aydınlatma potansiyeline sahip olduğu düşünülen, özellikle sinirbilim alanından tasarım ve yaratıcılık odaklı çeşitli bilimsel araştırmaların ışığında grafik tasarımda fikir üretimi konusu ele alınmaya çalışılmıştır. Tasarım sürecinin arka planında işleyen mekanizmaların mümkün olduğunca anlaşılmasının, üretimi güçlendirebilecek olması fikri temel alınarak mevcut çalışmalar eşliğinde süreçteki bilinmezlere dair cevaplar aranmıştır.

Fikirler, teknoloji, bilim, kültür, sanat, sosyal değişim, ekonomik büyüme, yenileşim ve kişisel gelişimde kritik bir rol oynamaktadır. Değişimin motorlarıdır ve insan yaratıcılığını, ilerlemeyi ve toplumların evrimini yönlendirirler. Fikirlerin, dış dünyanın algılanmasından ve bu algıların zihinsel imge veya kavramlarla entegrasyonundan türetildiği görülmektedir. Yaratıcı fikirler üzerine çok sayıda tanımlama olsa da yaygın ve temel görüş orijinal ve görev uygun olması gerektiğidir. Bunun yanı sıra çözümler ve ifadeler, pratiklik, uygulanabilirlik ve adaptasyon gibi çeşitli ölçütlere göre de değerlendirilmektedir. Fikirlerin evrimiyle ilgili, ortaya çıktığı andan itibaren içinden geçtiği süreçleri doğal seleksiyona oldukça benzeten çeşitli görüşler olsa da doğal seleksiyondan ziyade, daha yaygın olarak hemfikir olunduğu üzere kendiliğinden örgütlenme ve yenilikçi alışveriş yoluyla gerçekleştiği, ilerlemesinin tesadüfi mutasyonlardan çok dünya görüşünün organik ve kendiliğinden yenilenen doğasından kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.

İnsan beyninin, fikirleri sürekli olarak birbirine bağlayıp dönüştürerek kendini beslediği, dış dünyadan sürekli veri toplayıp, analiz ettiği ve bu bilgileri düşüncelere, fikirlere ve eylemlere dönüştürdüğü anlaşılmaktadır. Söz konusu tasarım olduğunda ise

bu süreç yaratıcılığı, kavramsallaştırmayı, problem çözümünü ve ifadeyi kapsamaktadır. Tasarımcıların, analitik düşünme ve içgüdüsel atılımları birleştirerek özgün eserler oluşturduğu söylenebilir. Fikir üretimi, eserlerin her yönünün dikkatli bir şekilde incelenmesini ve estetik ile işlevsellik arasındaki dengeyi bulmayı içermektedir.

Tasarım sürecinin hem belirsizliklerle dolu hem de sayısız denilebilecek çeşitlilikle etken tarafından şekillenmesi sebebiyle oldukça karmaşık bir süreç olduğu ve bu sürecin problemi tanımlama, araştırma, hedef kitleyi belirleme, strateji oluşturma, eskiz yapma, seçme/eleme, uygulama ve değerlendirmeyi içeren adımları tasarımcının karşılaştığı zorlukları, bu zorlukların üstesinden gelmek için gereken yaratıcılığı ve analitik düşünmeyi vurgulamaktadır. Tasarım sürecinin, çözüm arayışında esneklik, sabır ve sürekli öğrenmeyi gerektiği anlaşılmaktadır. Her adım, sonraki adımlar için temel oluştururken, geri bildirim ve eleştiriler yoluyla sürekli bir iyileştirme ve geliştirme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Tasarım sürecinin bu dinamik doğası, tasarımcının her projede yeni bilgiler edinmesini, becerilerini geliştirmesini ve yaratıcılığını çeşitli yollarla ifade etmesini sağlar. Bu durum değerlendirildiğinde tasarım sürecinin sadece nihai ürünün kalitesini değil, aynı zamanda tasarımcının profesyonel gelişimini de şekillendiren bir yolculuk olduğu görülmektedir. Bu süreçte edinilen deneyimler, tasarımcıya, belirsizliklerle dolu problemleri çözme konusunda benzersiz bir yetenek kazandırır. Tasarım, bu nedenle, sadece görsel bir disiplin olmanın ötesinde, karmaşık problemleri çözme ve yenilikçi çözümler üretme yeteneğidir.

Problem çözme insanın varoluşsal bir faaliyeti olarak insan deneyiminin temel yönlerinin başında geldiği görülmektedir. Problemler, yaşamın kaçınılmaz bir parçası olarak kabul edilmekte ve bu problemlerin çözüm süreci çok yönlü bir etkinlik olarak ele alınabilir. Problem çözme sadece pratik zorlukların üstesinden gelme yöntemi olmakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin ve toplumların karşılaştığı zorlukları aşma ve daha iyi bir gelecek inşa etme kapasitesinin temelini oluşturur. Grafik tasarım gibi yaratıcı disiplinlerde problem çözme, görsel iletişim sorunlarına yenilikçi ve etkili çözümler bulma süreci olarak öne çıkmaktadır.

Tasarım sürecinde fikir üretiminin zihinde çıkılan bir geziyle başladığı söylenebilir. Zihinsel gezinme, tasarımcının çeşitli düşüncelere daldığı, içsel bilgiye odaklandığı ve bu süreçte yaratıcı fikirlerin oluşumuna zemin hazırladığı bir durum olarak tanımlanabilir. Zihinsel modellerin oluşturulması ve soyut temsillerin hayal edilmesi, problemlerin çözümünde kritik bir rol oynamaktadır. Literatürde tasarımın problem çözme ile yakından

ilişkilendirildiği, ancak tasarımın kendine özgü bir düşünme tarzını da temsil ettiği açıkça görülmektedir.

Fikir üretimi ve değerlendirme süreçleri, farklı beyin ağlarını ve bilişsel işlevleri harekete geçirmektedir. Sinirbilimi alanında bu konu üzerine yapılan deneyler literatürde incelendiğinde tasarım görevlerinin geniş bir beyin alanları ağını aktive ettiği görülmüştür. Ayrıca, yaratıcı süreçlerde dış uyaranların ve çevresel faktörlerin etkisi, zihinsel imgelerin oluşturulması ve manipüle edilmesinin önemi vurgulanmaktadır. İnsanlar, yaratıcı fikirler üretirken veya problemleri çözerken sık sık zihinlerinde gezindiği ve bu sürecin, çeşitli nörofizyolojik aktivasyon kalıplarını içerdiği anlaşılmaktadır.

Tasarım sürecinde yaratıcı fikir üretimi, bireyin zihinsel ortamda gezinmesiyle başlar ve bu gezinti, yaratıcılığın ve problem çözmenin temel bir parçasıdır. Zihinsel imgelerin oluşturulması, dış uyaranlara maruz kalma gibi faktörler, tasarımcının yaratıcı sürecini şekillendirir. Fikir üretim süreci, çeşitli bilimsel disiplinlerden elde edilen bulgularla desteklenen zengin ve çok boyutlu bir alan olarak ele alınmaya devam edilmektedir. Bu süreçteki gezinti, tasarımcının kendi iç dünyasında ve dış çevredeki bilgiler arasında köprüler kurmasını sağlayarak, yaratıcı ve yenilikçi çözümlerin geliştirilmesine olanak tanır. Tasarım sürecinde yaratıcı fikir üretimi fiziksel ortamda gerçekleştirilen eskiz yapma, ilham panoları oluşturma, materyal ile deneysel çalışmalar yapma, beyin fırtınası ve basit egzersizler gibi aktif pratikler ve dinlenme gibi pasif pratikler üzerinden ilerlediği görülmektedir. Eskizlerin, fikirlerin görselleştirilmesinde ve daha karmaşık tasarımların temellerinin oluşturulmasında kritik bir rol oynadığı, aynı zamanda tasarımcılara yeni içgörüler kazandırarak fikir üretimini artırırken ilham panolarının, tasarımcıların düşünce süreçlerini ve iletişimlerini destekleyen önemli bir araç olduğu, farklı medya ve görsel içeriklerin bir araya getirilmesiyle yeni form ve stil kombinasyonlarının keşfedilebileceği anlaşılmaktadır. Sık tercih edilen bir yöntem olmasa da materyal okuryazarlığı ve farklı malzemelerin kullanımının, tasarımcıların yaratıcı fikirler geliştirmesine katkıda bulunduğu bu yöntem sıklıkla tercih edilmese de tasarımın bilişsel ve algısal boyutlarıyla etkileşime girdiği görülmektedir.

Fiziksel ortamda gerçekleştirilen bu pratikler, tasarımcılara zihinsel modellerini dışa vurmanın, yeni bağlantılar kurmanın ve yaratıcı çözümler geliştirmenin çeşitli yollarını sunmaktadır. Bu süreçler, tasarımın hem bireysel hem de kolektif bir faaliyet olarak, yaratıcı düşüncüyü ve yenileşimi teşvik ettiğini ve desteklediğini göstermektedir.

Fiziksel ortamda gerçekleştirilen fikir üretimi pratiklerinin, tasarım sürecinin zenginliğini ve çeşitliliğini ortaya koyarak, tasarımcıların yaratıcı potansiyellerini maksimize etmelerine yardımcı olduğu söylenebilir.

Tez çalışması kapsamında, tasarım alanında mesaj iletimi için en çok kullanılan yöntemlerden biri olan görsel metaforlar ele alınmıştır. Görsel metaforların nesneler veya kavramlar arası bağlantılar kurarak, izleyicilerin anlam üretmesine olanak tanıdığı görülmektedir. Metaforların dildeki ve düşüncedeki rolü, görsel iletişimde de benzer bir etkinliğe sahiptir; soyut kavramları somut imgelerle ilişkilendirerek daha güçlü ve etkili mesajlar oluşturulmasını sağlarken bir yandan da iletişimde derinlik ve çok katmanlı anlamlar sunar.

Yaratıcı düşünme ve problem çözme süreçlerinde metaforik akıl yürütme, tasarımcıların mevcut bilgi ve deneyimlerini yeni ve özgün tasarım çözümlerine dönüştürmelerine olanak tanır. Bu süreç hem tasarım pratiğinin hem de tasarım eğitiminin temel parçasıdır ve tasarımcıların yaratıcılıklarını sürekli olarak geliştirmeleri için önemli bir araçtır. Görsel metafor kullanımı, tasarımın sadece bir iletişim aracı olmakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve toplumsal değerleri şekillendirme gücüne sahip olduğunu gösterir.

Tasarım süreci her zaman için sırasıyla ilerleyen adımlarla devam etmeyebilir. Başlangıçla bitiş arasında karşılaşılan engeller sebebiyle geri sıçramalar yaşanabilir. Tasarımcının brief, imkanlar, süre vb. kendi kontrolü dışında ortaya çıkan problemlerin dışında bireysel yaratıcı sürecinde de problemler yaşayabilir. Bunların başında tasarıma sabitlenme gelmektedir. Tasarıma sabitlenme, tasarımcıların belirli fikirlere, yöntemlere veya çözümlere aşırı bağlı kalması ve yeni veya alternatif fikirlere kapalı olması durumu olarak tanımlanabilir. Bu durum, tasarımcının yaratıcılığını sınırlar ve potansiyel olarak daha iyi çözümlerin keşfedilmesini engeller. Tasarıma sabitlenmenin nedenleri arasında, tasarımcının geçmiş deneyimlerinden kaynaklanan önyargılar, problem çözme sürecinde erken aşamada çözümlere aşırı bağlanma ve yenilikçi düşüncüyü engelleyen zihinsel modeller yer alır. Tasarımcıların sabitlenmeyi aşabilmeleri için farklı perspektiflerden geri bildirim alma, tasarım problemlerini yeniden tanımlama, kışkırtıcı uyaranlara maruz kalma ve kuluçka gibi zihinsel süreçleri kullanma gibi yaratıcılıklarını teşvik etmeye yönelik yöntemler önerilebilir.

Tasarım sürecinin herhangi bir adımında tıkanıklık veya sabitlenme gibi engellerin karşısında tam tersi bir durum olan evreka anından söz etmek gerekmektedir. Evreka anı,

çözümün beklenilmeyen bir anda bulunup hızlı bir şekilde kavranması gibi zihinsel bir parlama anına işaret etmektedir. Bu durum zorlu problemleri çözmede kritik fikirler sunabilme potansiyeline sahiptir. Evreka anının yaşanabilmesi içgörüye bağlıdır. İçgörü, belirli bir probleme yönelik derinlemesine anlayışla çözümün hızlıca bulunmasıdır ancak öncesinde bir bilgi birikimi, tecrübe ve çaba olmaksızın tasarımcıyı fikre götürmesi olanaksızdır. Bu noktada evreka ve kuluçka süreçleri birbirine karıştırılabilir. Evreka anı ve kuluçka süreci, yaratıcı düşünme ve problem çözme sürecinin farklı aşamalarını temsil etmektedir. Kuluçka süreci, evreka anının bir ön koşulu olarak görülebilir. Tasarımcı genellikle bir problem üzerinde bilinçli olarak çalışıp üzerinde düşünmeyi bıraktıktan sonra kuluçka sürecinden geçer ve bu süreç sonunda ani bir anlayış yani evreka anı yaşayabilir. Ancak, her yaratıcı süreç veya problem çözme girişimi bir evreka anıyla sonuçlanmayabilir. Kuluçka sürecinin ardından bulunan çözümler yavaş ve sistematik bir şekilde geliştirilmeye ihtiyaç duyabilirler. Evreka anında ise aranan çözüme bir anda ulaşılır. Bu süreçler arasındaki temel benzerlik, her ikisinin de tasarımcının bilinçdışı düşünce kapasitesinden yararlanıyor olmasıdır.

Grafik tasarım üretim sürecindeki en önemli aşamalardan biri öz değerlendirmedir. Tasarımcının kendi çalışmasını objektif bir bakış açısıyla değerlendirmeyi ifade eden bu adım tasarımcıyla tasarım arasında geçer. Tasarımın etkililiğinin sorgulandığı kritik bir aşamadır. Bu süreç, tasarımcının kendi üretim sürecini eleştirel bir gözle incelemesini, zayıf noktaları belirlemesini ve yaratıcılığını geliştirmesini gerektirir. Zihinsel olarak oldukça zorlayıcı olsa da grafik tasarım sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır ve tasarımcının gelişimi için kritiktir. Öz değerlendirme süreci tasarımcılara, tasarımlarını sürekli olarak geliştirmeleri için gereken eleştirel düşünme becerilerini kullanma fırsatı sunar. Böyle bir eleştirel düşünme, tasarımcının gelişiminde sürekli bir öğrenme ve adaptasyon süreci anlamına gelir ki bu da tasarımcının kendi tasarım süreçlerini ve sonuçlarını daha etkili bir şekilde yönlendirmesine olanak tanır.

Tez çalışması kapsamında hazırlanan çevrim içi görüşme formu sorularına verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların fikir bulma süreçlerinde eskiz yapmayı, zihinsel ve fiziksel mekân değişikliğini, ilham ve çağrışımları önemli bulduğu anlaşılmaktadır. Bu yöntemler, fikir üretim sürecindeki çeşitliliği ve bireysel yaklaşımların önemini vurgulamaktadır.

Katılımcılar, iyi bir tasarım fikrinin işlevsellik, estetik, özgünlük, kullanıcı odaklılık, basitlik ve etki gibi unsurları barındırması gerektiği konusunda hemfikir

olmuşlardır. Ayrıca, fikir bulma aşamasında eskiz yapmanın yanı sıra araştırma yapmak, beyin fırtınası yapmak, farklı disiplinlerden ilham almak, kullanıcı testleri yapmak ve teknolojiden yararlanmak gibi yöntemlere başvurdıklarını belirtmişlerdir.

Fikir bulmakta tükendiğinde ara vermek, farklı bir şey yapmak, farklı insanlarla konuşmak, ilham verici kaynaklara göz atmak ve çevreye dikkat etmek gibi yöntemlere başvurulduğu görülmüştür. Tek bir tasarım fikrine takılıp kalındığında ise, tasarımı bir süreliğine bırakmak, farklı tasarım seçeneklerinin eskizini yapmak, kullanıcı testi yapmak ve ekip arkadaşlarından veya diğer tasarımcılardan geri bildirim almak gibi çözümlere yöneldikleri belirtilmiştir.

Katılımcıların paylaştığı fikir bulma hikayeleri, tasarım sürecinin sadece teknik becerilere değil, aynı zamanda kişisel deneyimler, çevresel etkileşimler ve rastlantısal ilham anlarına da dayandığını göstermektedir. Bir başka deyişle grafik tasarımın yaratıcılık, problem çözme, etkili iletişim ve hedef kitle odaklılık gibi temel prensipleri üzerine kurulu olduğu, ancak bu sürecin aynı zamanda tasarımcının bireysel yaklaşımlarına, kişisel deneyimlerine ve çeşitli ilham kaynaklarına açık olduğu sonucuna varılmıştır.

Uygulama projesinin ilk başlığı araştırmacının kendi tasarım sürecine ayrılmıştır. Tasarım aşamasında, araştırmacı kendi sergileme tasarımları üzerinden fikir üretimini incelemiş ve bu süreci tez çalışmasının “4.1. Araştırmacının Tasarım Süreci” başlığında görsellerle destekleyerek paylaşmıştır. Bu çalışma sonucunda araştırmacı, eğitim ve profesyonel hayatında ürettiği tasarımlarında süreç boyunca yaşadıkları, düşündükleri ve hissettikleri üzerine *derinlemesine* düşünmediğini anlamıştır. Ancak, bu tez çalışması sırasında kendi uygulama sürecini değerlendirip yaşadıklarını aktararak yeni bir deneyim kazanmıştır. Bu süreç, araştırmacının tasarım sürecine olan bakış açısını değiştirerek, sürecin kimi zaman görüldüğünden daha kontrol edilebilir olduğunu, tıkanmaların yaratıcılık için fırsatlar sunduğunu ve fikir bulmanın keyfinin güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu fark etmesini sağlamıştır. Ayrıca, tasarım sürecinin esnek yapısının hem özgürlük sunduğunu hem de bazen yön kaybettirme riskine sahip olduğunu deneyimlemiştir.

Tasarımın katı prensiplere dayalı esnek bir disiplin olduğu söylenebilir. Buradaki ifade ile anlatılmak istenen şudur; bir alandaki çalışma yöntemlerinin veya süreçlerin belirli sabit kurallar ve standartlar üzerine kurulu olduğu ancak bu kuralların ve standartların, bireysel yaratıcılığı, yenilikçi düşüncüyü ve özgün çözümleri destekleyecek

şekilde uyarlanabilir olduğudur. Bu, bir denge unsuru olarak düşünülebilir. Örneğin, grafik tasarım gibi bir alanda, temel tasarım prensipleri sabittir ve tüm tasarımcılar tarafından anlaşılabilir ve uygulanabilir. Ancak, bir tasarımcının bu temel prensipleri kullanırken kendi yaratıcı vizyonunu, hedef kitleyle iletişimi ve proje gereksinimlerini nasıl ele alacağı tamamen esnek ve tasarımcının bireysel tasarım kararlarına bağlıdır. Buradaki ifade, bir disiplinin hem öğrenilebilir ve öğretilebilir olmasını (katı prensipler aracılığıyla) hem de bireysel keşif ve yenilikçilik için alan bırakmasını (esneklik aracılığıyla) vurgulamaktadır. Bu süreç her ne kadar karmaşık görünse de farklı disiplinlerden elde edilen bulgularla desteklenebilir ve her yeni çalışma ile tasarımcıların yeni perspektifler kazanması sağlanabilir.

Söz konusu disiplinlerin başında sinirbilim alanının geldiği söylenebilir. Tasarım alanı ile sinirbilimin ortak çalışması, tasarım sürecini ve tasarımın insan üzerindeki etkisini anlama konusunda yeni ve derinlemesine bilgiler sağlayabileceği için önemlidir. Tasarım araştırmalarında sinirbilim araçlarının kullanımı, tasarımcıların ve araştırmacıların, insan beyninin tasarım süreçlerinde nasıl çalıştığına dair direkt ve objektif veriler elde etmelerini sağlayabilir. Bu yaklaşım tasarım düşüncesini, yaratıcılığı, tasarım değerlendirmesini ve estetiği incelemek için güçlü bir araç olarak ele alınabilir. Ortak yürütülecek bu tür çalışmalar, tasarımın insan deneyimi üzerindeki karmaşık etkileşimini aydınlatır ve tasarım pratiğini bilgilendirir, böylece tasarımcılar insan deneyimini geliştiren daha etkili ve duyarlı tasarımlar geliştirebilirler. Örneğin, tasarım görevleri sırasında beyin aktivasyon desenlerinin incelenmesi, tasarım ve problem çözme arasındaki ilişkiyi, deneyimli tasarımcılarla daha az deneyimli tasarımcıların beyin aktivasyonları arasındaki farklılıkları ve yaratıcı düşünce ile ilgili beyin mekanizmalarını ortaya koyabilir. Elde edilecek olan bilgiler, tasarımcıların kendi tasarım süreçlerini nasıl daha etkili hale getirebileceklerini anlamalarına yardımcı olurken bir yandan da tasarımın insan deneyimi ve tepkileri üzerindeki etkilerini daha iyi anlama fırsatı sunar. Bu da kullanıcı deneyimini merkeze alan ve insan sağlığı, toplumun ve çevrenin iyi oluşu işlevselliğini destekleyen tasarımlar geliştirmelerine olanak tanıyabilir. Dolayısıyla, bu tür bir iş birliği, tasarımcıların yaratıcılıklarını artırmalarına ve daha bilinçli, etkili ve duyarlı tasarım kararları almalarına yardımcı olabilir. Bu nedenle, sinirbilim araştırmalarını tasarım süreçlerine entegre etmeye yönelik disiplinler arası çalışmaların teşvik edilmesi önem taşımaktadır.

Fikir üretimi odağında grafik tasarım eğitim programlarının, öğrencilere yaratıcı

düşünmeyi teşvik eden, fikir üretimi süreçlerinde kullanabilecekleri çeşitli metodolojileri ve teknikleri sunacak şekilde genişletilmesi gerektiği söylenebilir. Böylece tasarım öğrencileri, yaratıcılıklarını farklı yollarla ifade etme ve karmaşık tasarım problemlerine yenilikçi çözümler geliştirme yeteneklerini artırabilir. Bununla birlikte tasarımcıların yaratıcı bloklar ve tasarıma sabitleme gibi zorlukların üstesinden gelmelerine yardımcı olacak stratejilerin geliştirilmesi de oldukça önemlidir. Bu tür zorluklarla başa çıkma yöntemlerinin başında farklı perspektiflerden geri bildirim alma, problemleri yeniden tanımlama, çeşitli kışkırtıcı uyaranlara maruz kalma ve bilinçdışı düşünce süreçlerini teşvik eden kuluçka süreçlerini kullanma yer alır. Ayrıca fikir üretimi sürecinde fiziksel ve zihinsel çevrenin optimizasyonu da kritik öneme sahiptir. Tasarımcıların, eskiz yapma, ilham panoları oluşturma, dış mekân değişiklikleri gibi fiziksel pratiklerin yanı sıra, zihinsel sağlık ve iyilik hali üzerine de odaklanmaları gerekmektedir. Bu, yaratıcılığı teşvik eden bir ortam yaratmanın yanı sıra, tasarımcıların zihinsel kapasitelerini de en yüksek sınırına getirebilir. Yaratıcı süreçlerde teknolojinin ve yeni medyanın etkin bir şekilde kullanılması, tasarımcılara yeni ifade biçimleri ve araçlar sunarak fikir üretimini destekleyebilir. Bu bağlamda, tasarım araçlarının yanı sıra, tasarım düşüncesini destekleyen yazılımlar ve uygulamaların kullanımına ilişkin yol gösterici çalışmaların yapılması yararlı olacağı düşünülmektedir. Ek olarak, tasarım topluluğu içinde iş birliği ve bilgi alışverişini teşvik eden platformlar ve etkinlikler, tasarımcıların fikir üretimi süreçlerini keşfetmelerine, test etmelerine ve gerçek dünya projelerinde yenilikçi çözümler üretmelerine olanak tanır. Bu, hem bireysel tasarımcıların gelişimine katkıda bulunabilir hem de grafik tasarım alanının genel olarak ilerlemesine yardımcı olabilir.

Tez çalışması kapsamında hazırlanan görüşme formunda, alana katkı sağlamak ve tasarımcıların üretim süreçlerini daha iyi anlayabilmek için başka sorulardan da faydalanmak mümkündür. Mevcut formda aşağıda önerilen soruların yer almamasının sebebi cevaplama süresinin, katılım ihtimalini artırmak ve daha çok katılımcı ile daha zengin bir veri havuzu elde etmek üzere sınırlandırılmış olmasıdır. Bu noktada en önemli olduğu düşünülen sorular seçilmiş ve fayda sağlayacağı düşünülen aşağıdaki sorular kullanılamamıştır.

- Tasarım sürecinizde karşılaştığınız en büyük zorluk nedir ve bu zorluğu nasıl aşıyorsunuz?
- Hangi tasarım araçlarını tercih ediyorsunuz? Bu tercihiniz yaratıcı sürecinizi etkiliyor mu?

- Tasarım ilhamınızı sürdürmek için izlediğiniz bir rutin var mı? Varsa nedir ve etkilerini nasıl gözlemliyorsunuz?

Tez çalışmasının kapsam ve sınırlılığı dışında kalan ancak grafik tasarımın fikir ile olan ilişkisini daha iyi anlamak üzere faydalanılacak başka yöntemlerden bahsetmek mümkündür. Grafik tasarım sürecini anlamak üzere içgörüler sunabilecek olan diğer yöntem önerileri şöyle sıralanabilir;

- Vaka Çalışmaları: Belirli tasarım projelerini detaylı bir şekilde incelemek, tasarım sürecinin başlangıcından sonuna kadar olan aşamaları, karşılaşılan zorlukları ve çözüm stratejilerini ele almak.
- Gözlem: Tasarımcıları çalışma ortamlarında doğrudan gözlemleyerek tasarım sürecinin daha doğal ve spontane yönlerini yakalamayı hedeflemek.
- Portfolyo İncelemeleri: Tasarımcıların portfolyolarını tasarımcılarla birlikte incelemek ve belirli tasarımlar hakkında tartışmalar yapmak. Bu, tasarımın arkasındaki düşünce sürecini ve yaratıcı kararları daha iyi anlamaya yardımcı olabilir.
- Anketler ve Anonim Geri Bildirimler: Mevcut bir veya birkaç tasarım ürünü için geniş bir tasarımcı kitlesinden anonim geri bildirimler toplamak alandaki belirli konularla ilgili genel eğilimleri ve görüşleri belirlemeyi sağlayabilir.

Yukarıda sunulan ek sorular ve araştırma yöntemleri, grafik tasarım hem fikir üretim süreci hem de genel süreçleri hakkında daha kapsamlı ve çeşitlendirilmiş bir anlayış geliştirmeye yardımcı olabilir. Disiplinler arası ortak çalışmayla birlikte, araştırmanın amacına ve kapsamına bağlı olarak bu yöntemlerden biri veya birkaçının seçilmesiyle tasarım süreçleri üzerine derinlemesine bilgiler elde edilebilir.

Tez çalışmasında elde edilen veriler dikkate alındığında grafik tasarım sürecinde fikir üretiminin kesintisiz takibinin, şu an için mümkün olamayacak kadar karmaşık bir eylem olduğu görüşü sunulmuştur. Grafik tasarımcıların fikir üretirken kendi zihnindekilerle, dış çevredeki bilgiler arasında anlamlı ve işlevsel köprüler kurarak yaratıcı ve yenilikçi çözümler geliştirdikleri görülmektedir. Bütün bu fikir üretim sürecinde tasarımcıların bilinçli olarak gerçekleştirdikleri eylemler kadar bilinçdışı süreçlerin de etkili olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu fikir bulmak olduğunda insan beyninin kapasitesinin ve çalışma mekanizmasının oldukça büyük bir rol üstlendiği açıktır. Yaratıcı fikir bulmak kimi zaman çok özel ve gizemli bir durum gibi ele alınsa da

özel oluşu nadirliğinde, gizemli oluşu ise sinirbilim başta olmak üzere çeşitli pozitif bilimlerle tasarım alanlarının hem tek hem de ortaklaşa yürüttüğü çalışmaların yetersizliğinde saklıdır. Çünkü bütün fikirler, sayısız içsel ve dışsal durumların etki ettiği beyin aktivitelerinin bir ürünüdür. Dolayısıyla mevcut bilimsel veriler ışığında, tasarım fikri bulma sürecinde dış dünyadan toplanan verinin beyinde işlenmesi ve ortaya çıkan sonucun tekrar fiziksel dünyaya taşınması, istenilen sonuca ulaşınca kadar beyin ve dış dünya arasında gidip gelmesi dışında herhangi bir durumdan bahsetmek oldukça zordur. Sanat ve tasarımın büyüğü, diğer bir deyişle insanlarda yarattığı güçlü duygu ve davranışlar konusunda çok sayıda bilinmez olması sebebiyle bu iki kavramı da fiziksel dünyadan koparıp onlara tinsel veya doğüstü bir anlam yükleme çabasının insanın yaratım potansiyeline karşı haksız bir duruş olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abraham, A. (2018). *The Neuroscience of Creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alexiou, K., Zamenopoulos, T., & Gilbert, S. (2011). Imaging the Designing Brain: A Neurocognitive Exploration of Design Thinking. J. S. Gero (Dü.), *Design Computing and Cognition* içinde (s. 489-504). London: Springer Science.
- Alexiou, K., Zamenopoulos, T., Johnson, J. H., & Gilbert, S. J. (2009). Exploring the neurological basis of design cognition using brain imaging: some preliminary results. *Design Studies*, 30(6), 623-647.
- Araque, A., & Navarrete, M. (2010). Review: Glial cells in neuronal network function. *Philosophical Transactions of The Royal Society*, 2375-2381.
- Audi, R. (2015). *The Cambridge Dictionary of Philosophy*. ABD: Cambridge University Press, Third Edition.
- Baird, B. S., Mrazek, J., Kam, M. D., Franklin, J. W., Schooler, M. S., & W., J. (2012). Inspired by distraction: mind wandering facilitates creative incubation. *Psychological Science* 23, 1117–1122.
- Baturlar, Ş. S. (2021). “Visual Metaphor” and “Metonymy” as the Reflection of Creative Thought in Art: An Analysis on Graphic Designer Yossi Lemel’s Poster Designs on the Coronavirus (Covid-19) from Charles Forceville’s Perspective. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 157-183.
- Beaty, R. E., Benedek, M., Silvia, P. J., & Schacter, D. L. (2016). Creative Cognition and Brain Network Dynamics. *Trends in Cognitive Sciences*, 87-95.
- Beaty, R. E., Benedek, M., Wilkins, R. W., Jauk, E., Fink, A., Silvia, P. J., . . . Neubauer, A. C. (2014). Creativity and the default network: A functional connectivity analysis of the creative brain at rest. *Neuropsychologia*, 64, 92-98.

- Beda, Z., Smith, S. M., & Orr, J. (2020). Creativity on demand – Hacking into creative problem solving. *NeuroImage*, 216, 1-13.
- Benedek, M., Jauk, E., Fink, A., Koschutnig, K., Reishofer, G., Ebner, F., & Neubauer, A. C. (2014). To create or to recall? Neural mechanisms underlying the generation of creative new ideas. *NeuroImage*, 125-133.
- Bierut, M. (2015). *How to use graphic design to sell things, explain things, make things look better, make people laugh, make people cry, and (every once in a while change the world*. London: Thames & Hudson.
- Bilda, Z., & Demirkan, H. (2003). An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media. *Design Studies*, 27-50.
- Bilgin, A., & Eldeleklioğlu, J. (2007). An Investigation Into The Critical Thinking Skills Of University Students. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)* 33: 55, 33, 55-67.
- Boozer, R. W., Wyld, D. C., & Grant, J. (1991). Using Metaphor to Create More Effective Sales Messages. *The Journal of Consumer Marketing*, 8(2), 59-67.
- Bowers, J. (2011). *Graphic Design Methodologies and Process Understanding Theory and Application* . Hoboken: John Wiley & Sons.
- Brandt, S. A., & Stark, L. W. (1997). Spontaneous eye movements during visual imagery reflect the content of the visual scene. *Journal of Cognitive Neuroscience* 9, 27–38.
- Bransford, J. D., & Stein, B. S. (1984). *The ideal problem solver. A guide for improving thinking, learning, and creativity*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Brock, S., & Everett, A. (2015). *Fictional Objects*. Oxford: Oxford University Press.
- Brown, D. C., & Chandrasekaran, B. (1989). *Design Problem Solving Knowledge Structures and Control Strategies*. London: Morgan Kaufmann Publishers.

- Brun, J., Masson, P. L., & Weil, B. (2016). Designing with sketches: the generative effects of knowledge preordering. *Design Science*, 1-26.
- Cai, H., Do, E. Y.-L., & Zimring, C. M. (2010). Extended linkography and distance graph in design evaluation: an empirical study of the dual effects of inspiration sources in creative design. *Design Studies*, 31, 146-168.
- Cardoso, C., & Badke-Schaub, P. (2011). The Influence of Different Pictorial Representations During Idea Generation. *The Journal of Creative Behavior*, 45(2), 130–146.
- Cardoso, C., Badke-Schaub, P., & Eris, O. (2016). Inflection moments in design discourse: How questions drive problem framing during idea generation. *Design Studies*, 46, 59-78.
- Casakin, H. P. (2007). Metaphors in Design Problem Solving: Implications for Creativity. *International Journal of Design*, 1(2), 23-35.
- Casakin, H. P., & Goldschmidt, G. (2000). Reasoning by visual analogy in design problem-solving: the role of guidance. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 27, 105-119 .
- Casakin, H., & Goldschmidt, G. (1999). Expertise and the use of visual analogy: implications for design education. *Design Studies*, 20(2), 153-175.
- Chen, C. (2024). Exploring the impact of acute physical activity on creative thinking: a comprehensive narrative review with a focus on activity type and intensity. *Discover Psychology*, 4(3), 1-15.
- Cheng, P.-J. (2016). Development of a mobile app for generating creative ideas based on exploring designers' on-line resource searching and retrieval behavior. *Design Studies*, 74-99.

- Chilton, L. B., Petridis, S., & Agrawala, M. (2019). VisiBlends: A Flexible Workflow for Visual Blends. *Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 1-14). Glasgow: Association for Computing Machinery.
- Christoff, K., Ream, J. M., & Gabrieli, J. D. (2004). Neural Basis of Spontaneous Thought Process. *Cortex*, 623-630.
- Chrysikou, E. G. (2015). Creative States: A Cognitive Neuroscience Approach to Understanding and Improving Creativity in Design. J. S. Gero içinde, *Stydying Visual and Spatial Reasoning for Design Creativity* (s. 227-243). New York: Springer Science+Business Media Dordrecht.
- Chrysikou, E. G., & Weisberg, R. W. (2005). Following the Wrong Footsteps: Fixation Effects of Pictorial Examples in a Design Problem-Solving Task. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 31(5), 1134–1148.
- Corrigan, K. (Vol. 36/1-2, 2005). A New View of Idea, Thought, and Education in Bergson and Whitehead? *Interchange*, 179-198.
- Crilly, N. (2015). Fixation and creativity in concept development: The attitudes and practices of expert designers. *Design Studies*, 38, 54-91.
- Crilly, N. (2015). Fixation and creativity in concept development: The attitudes and practices of expert designers. *Design Studies*, 38, 54-91.
- Cross, N. (2011). *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*. London: Bloomsbury Publishing.
- Cross, N. (2023). Design thinking: What just happened? *Design Studies*, 86, 1-10.
- Cupchik, G. C. (2003). The Interanimation of Worlds: Creative Metaphors in Art and Design. *The Design Journal*, 6(2), 14-28.
- Davidson, J. E., & Sternberg, R. J. (2003). *The Psychology of Problem Solving*. Cambridge:

Cambridge University Press.

Dharani, K. (2015). *The Biology of Thought A Neuronal Mechanism in the Generation of Thought - A New Molecular Model*. ABD: Elsevier Inc.

Dietrich, A., & Kanso, R. (2010). A Review of EEG, ERP, and Neuroimaging Studies of Creativity and Insight. *Psychological Bulletin*, 822-848.

Dodds, R. A., Ward, T. B., & Smith, S. M. (2023, 10 17). *A Review of Experimental Research on Incubation in Problem Solving and Creativity*. Semantic Scholar: <https://www.semanticscholar.org/paper/A-Review-of-Experimental-Research-on-Incubation-in-Dodds-Ward/25b1f7904e63271fbb6b106e610b4cd69930bfff1>
adresinden alındı

Dorst, K. (2019). Design beyond Design. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 5(2), 117-127.

Dowling, J. E. (2020). *Beyni Anlamak*. İstanbul: Ketebe Kitap ve Dergi Yayıncılığı A.Ş.

Du, H.-M., & Yu, W.-D. (2012). The study of graphic design encoding based on knowledge coupling. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 51, 480-488.

Dunbar, K. (1998). Problem Solving. *A companion to Cognitive Science*, 289-298.

Eagleman, D. (2016). *Beyin Senin Hikayen*. İstanbul: Domingo.

Eagleman, D., & Brandt, A. (2019). *Yaratıcı Tür Fikirler Dünyayı Nasıl Yeniden Yaratıyor*. İstanbul: Domingo.

Eckert, C., & Stacey, M. (1998). Fortune Favours Only the Prepared Mind: Why Sources of Inspiration are Essential for Continuing Creativity. *Creativity And Innovation Management*, 9-16.

Eerland, A. G., & A., R. (2011). Leaning to the left makes the Eiffel tower seem smaller:

- posture-modulate destination. *Psychological Science* 22, 1511–1514.
- Ehrlichman, H., & Micic, D. (2012). Why do people move their eyes when they think? *Current Directions in Psychological Science* 21, 96–100.
- Elboksomaty, M. M. (2018). *Strategies of creative thinking for solving design problems in the field of graphic design*. London: Routledge.
- Eppler, M. J., & Pfister, R. (2011). Sketching as a tool for knowledge management: an interdisciplinary literature review on its benefits. *11th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies* (s. 1-6). New York: Association for Computer Machinery.
- Faste, R. (1997). *Mind Mapping*. Faste Foundation:
http://www.fastefoundation.org/publications/mind_mapping.pdf adresinden alındı
- Fink, A., Koschutnig, K., Benedek, M., Reishofer, G., Ischebeck, A., Weiss, E. M., . . . Neubauer, A. C. (2012). Stimulating Creativity via the Exposure to Other People's Ideas. *Human Brain Mapping* 33, 2603-2610.
- Fossey, E., Harvey, C., McDermott, F., & Davidson, L. (2002). Understanding and evaluating qualitative research. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 36, 717-732.
- Frascara, J. (2012). Research, design, and the kind of design we need. *Research in Graphic Design* (s. 17-29). Katowice: ASP Katowice.
- Fu, K. K., Sylcott, B., & Das, K. (2019). Using fMRI to deepen our understanding of design fixation. *Design Science*, 5(22), 1-31.
- Gabora, L., & Kaufman, S. B. (2010). Evolutionary Approaches to Creativity. *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 279-300). içinde New York: Cambridge University Press.

- García-Madariaga, J., Moya, I., Recuero, N., & Blasco, M.-F. (2020). Revealing Unconscious Consumer Reactions to Advertisements That Include Visual Metaphors. A Neurophysiological Experiment. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-16.
- Gick, M. L., & Holyoak, K. J. (1980). Analogical Problem Solving. *Cognitive Psychology*, 12, 306-355.
- Gilhooly, K. J. (1989). *Human and Machine Problem Solving*. New York: Plenum Publishing.
- Goldschmidt, G. (1991). The Dialectics of Sketching. *Creativity Research Journal*, 123-143.
- Goldschmidt, G. (1995). The designer as a team of one. *Design Studies*, 16(2), 189-209.
- Goldschmidt, G. (2017). Manual Sketching: Why Is It Still Relevant? S. Ammon, & R. Capdevila-Werning içinde, *The Active Image Philosophy of Engineering and Technology* (s. 77-97). New York: Springer International Publishing.
- Goldschmidt, G., & Sever, A. L. (2011). Inspiring design ideas with texts. *Design Studies*, 139-155.
- Gore, A., & Cayko, L. (2016). *The Creativity Code: The Power of Visual Thinking*. Alexander K Gore.
- Graham, D., & Bachmann, T. T. (2004). *Ideation The Birth and Death of Ideas*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Grigg, J. (2020). Materials and tools as catalysts of invention in graphic design ideation. *Design Studies*, 1-27.
- Hegarty, J. (2012). *Hegarty on Creativity: There are No Rules*. Londra: Thames & Hudson.
- Heilman, K. M. (2016). Possible Brain Mechanisms of Creativity. *Archives of Clinical*

Neuropsychology, 31, 285-296.

Heilman, K. M., Nadeau, S. E., & Beversdorf, D. O. (2003). Creative Innovation: Possible Brain Mechanisms. *Neurocase*, 9(5), 369-379.

Horikami, A., & Takahashi, K. (2022). The Tripartite Thinking Model of Creativity. *Thinking Skills and Creativity* 44 (2022), pp. 1, 44, 1-24.

Hua, M., Han, J., Wang, P., & Huang, S. (2018). Towards A Comprehensive Understanding of Design Sketch - A Literature Review of Design Sketch Taxonomy and Considerations for Future Research. *Ideology*, 261-277.

Idea. (2023). Britannica Dictionary: <https://www.britannica.com/topic/idea> adresinden alındı

Iyer, L. R., Doboli, S., Minaic, A. A., Brown, V. R., Levine, D. S., & Paulus, P. B. (2009). Neural dynamics of idea generation and the effects of priming. *Neural Networks* 22, 22(2009 Special Issue), 674-686.

Jäkel, S., & Dimou, L. (2017). Glial Cells and Their Function in the Adult Brain: A Journey through the History of Their Ablation. *Frontiers in Cellular Neuroscience*, 11:24, 1-17.

Jansson, D. G., & Smith, S. M. (1991). Design Fixation. *Design Studies*, 12(1), 3-11.

Johnson, M. (2002). *Problem Solved A Primer for Design and Communication*. London: Phaidon Press Limited.

Jung, R. E., Brittany S. Mead, J. C., & Flores, R. A. (2013). The Structure of Creative Cognition in the Human Brain. *Frontiers in Human Neuroscience* 7:330, 1-13.

Kaçar, D. (2023). Tasarımın Ötesinde Tasarım (çeviri makale). *MUJAD Marmara Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 14(2), 153-170.

- Kang, Y., Sun, Z., Wang, S., Huang, Z., Wu, Z., & Ma, X. (2021). MetaMap: Supporting Visual Metaphor Ideation through Multi-dimensional Example-based Exploration. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (s. 1-15). Yokohama: Association for Computing Machinery.
- Kim, H., & Lee, H. (2016). Cognitive Activity-Based Design Methodology for Novice Visual Communication Designers. *International Journal of Art & Design Education*, 162-212.
- Kleinmintz, O. M., Ivancovsky, T., & Shamay-Tsoory, S. G. (2019). The two-fold model of creativity: the neural underpinnings of the generation and evaluation of creative ideas. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 131-138.
- Koob, A. (2011). *Düşüncenin Kökeni*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Korde, R., & Paulus, P. B. (2017). Alternating individual and group idea generation: Finding the elusive synergy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70, 177–190.
- Krippner, S., Richards, R., & Abraham, F. D. (2012). Creativity and Chaos in Waking and Dreaming States. *International Journal of Existential Psychology & Psychotherapy*, 5(1), 164-176.
- Kubasiewicz, J. (2012). Design Research is Design Practice: Mapping Design Intelligence. *Research in Graphic Design* (s. 59-73). Katowice: ASP Katowice.
- Lacaux, C., Andrillon, T., Bastoul, C., Idir, Y., Fonteix-Galet, A., Arnulf, I., & Oudiette, D. (2021). Sleep onset is a creative sweet spot. *Science Advances*, 7, 1-29.
- Laing, S., & Masoodian, M. (2016). A study of the influence of visual imagery on graphic design ideation. *Design Studies*, 187-209.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.

- Lakoff, G., & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. New York City: Basic Books.
- Larranaga, M. D., Lewis, R. J., & Lewis, S. R. (2016). *Hawley's Condensed Chemical Dictionary*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lasserre, B. (2012). Speaking the critique in graphic design: The role of metaphor. *Art, Design & Communication in Higher Education*, 10(1), 51-66.
- Lawson, B. (2005). *How Designers Think The Design Process Demystified*. (Fourth, Dü.) Oxford: Elsevier.
- Lazar, L. (2018). The Cognitive Neuroscience of Design Creativity. *Journal of Experimental Neuroscience*, 12, 1-6.
- Lee, K. (2019). Yayınlanmamış Doktora Tezi Understanding The Role Of Visual Metaphors In Emerging Media Arts Research And Practice. Illinois.
- Leibniz, G. W. (1989). *Philosophical Papers and Letters* (Cilt 2). (L. E. Loemker, Dü.) Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Liem, A. (2014). Toward prospective reasoning in design: an essay on relationships among designers' reasoning, business strategies, and innovation. *Le travail humain*, 77(1), 91-102.
- Lin, P.-C., & Yang, C.-M. (2010). Impact of product pictures and brand names on memory of Chinese metaphorical advertisements. *International Journal of Design*, 4(1), 57-70.
- Loemker, L. E. (Dü.). (1989). *Gottfried Wilhelm Leibniz Philosophical Papers And Letters*. ABD: Kluwer Academic Publishers.
- Longe, O., Maratos, F. A., Gilbert, P., Evans, G., Volker, F., Rockliff, H., & Rippon, G.

- (2010). Having a word with yourself: Neural correlates of self criticism and self reassurance. *NeuroImage*, 49, 1849-1856.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic Design: The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press.
- Malamed, C. (2015). *Visual Design Solutions: Principles and Creative Inspiration for Learning Professionals*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Marchand, T. H. (2016). *Craftwork as Problem Solving*. Surrey: Ashgate Publishing Limited.
- Markman, A. B., & Gentner, D. (2000). Structure Mapping in the Comparison Process. *The American Journal of Psychology*, 113(4), 501-538.
- Markman, A. B., & Gentner, D. (2000). Structure Mapping in the Comparison Process. *The American Journal of Psychology*, 113(4), 501-538.
- Marupaka, N., Iyer, L. R., & Minai, A. A. (2012). Connectivity and thought: The influence of semantic network structure in a neurodynamical model of thinking. *Neural Networks*, 147-158.
- Mateos-Aparicio, P., & Rodríguez-Moreno, A. (2019). The Impact of Studying Brain Plasticity. *Frontiers in Cellular Neuroscience*, 13, 1-5.
- Mayseless, N., Aharon-Peretz, J., & Shamay-Tsoory, S. (2014). Unleashing creativity: The role of left temporoparietal regions in evaluating and inhibiting the generation of creative ideas. *Neuropsychologia*, 64, 157–168.
- Mayseless, N., Eran, A., & Shamay-Tsoory, S. G. (2015). Generating original ideas: The neural underpinning of originality. *NeuroImage* 116, 232-239.
- Mcdonagh, D., & Storer, I. (2004). Mood Boards as a Design Catalyst and Resource: Researching an Under-Researched Area. *The Design Journal*, 16-31.

- Neale, D. C., & Carroll, J. M. (1997). The Role of Metaphors in User Interface Design. M. G. Helander, T. K. Landauer, & P. V. (eds.) içinde, *Handbook of Human-Computer Interaction*. North-Holland: Elsevier Science.
- Newcomb, J. (1984). *The Book of Graphic Problem-Solving*. New York: R. R. Bowker Company.
- Newell, A., & Simon, H. A. (1972). *Human Problem Solving*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Nikander, J. B., & Liikkanen, L. A. (2014). The preference effect in design concept evaluation. *Design Studies*, 35, 473-499.
- Noble, I., & Bestley, R. (2005). *Visual Research An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*. Lausanne: AVA Publishing.
- O'Donnell, T. (2009). *Sketchbook: Conceptual Drawings from the World's Most Influential Designers*. Singapore: Rockport Publishers.
- Ojha, A. (2013). Yayınlanmamış Doktora Tezi An Experimental Study on Visual Metaphor. Hyderabad: Cognitive Science Lab International Institute of Information Technology.
- Ojha, A., Ervas, F., Gola, E., & Indurkha, B. (2019). Similarities and Differences between Verbal and Visual Metaphor Processing: an EEG Study. *Multimodal Communication*, 8(2), 1-15.
- Ortiz, M. J., Murcia, G., & Fernandez, E. (2017). Brain processing of visual metaphors: An electrophysiological study. *Brain and Cognition*, 113, 23-35.
- Pappas, G. S. (2015). idea. *The Cambridge Dictionary of Philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Park, J. H., Li, Y., & Niu, W. (2023). Revisiting creativity and critical thinking through content analysis. *Journal of Creativity*, 33, 1-7.

Peterson, M., Wise, K., Lindgren, R., Cox, D., & Mathayas, N. (2015, 11 20). *Understanding and Implementing Visual Metaphor*. textimage:
<https://textimage.org/indexing/pdf/Understanding-Visual-Metaphor.pdf> adresinden alındı

Phillips, J. C., & Lupton, E. (2011). *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*. (E. Lupton, Dü.) New York: Princeton Architectural Press.

Pressman, A. (2019). *Design Thinking A Guide to Creative Problem Solving for Everyone*. London: Routledge Taylor & Francis Group.

Pretz, J. E., Naples, A. J., & Sternberg, R. J. (2003). Recognizing, Defining, and Representing Problems. J. E. Davidson, & R. J. Sternberg içinde, *The Psychology of Problem Solving*. New York: Cambridge University Press.

Purcell, A. T., & Gero, J. S. (1996). Design and other types of fixation. *Design Studies*, 17, 363-383.

Purcell, A. T., & Gero, J. S. (1998). Drawings and the design process A review of protocol studies in design and other disciplines and related research in cognitive psychology. *Design Studies*, 389-430.

Purves, D. (2018). *Neuroscience, 6th Edition*. (D. Purves, G. J. Augustine, D. Fitzpatrick, W. C. Hall, A.-S. LaMantia, R. D. Mooney, . . . L. E. White, Dü) New York: Oxford University Press.

Richard, W. (2004). *Designing the Self Critique*. Communication Arts:
<https://www.commarts.com/columns/designing-the-self-critique> Designing the Self
adresinden alındı

Risch, J. S. (2008). *On the role of metaphor in information visualization*. arXiv:

<https://arxiv.org/abs/0809.0884> adresinden alındı

Ritter, S. M., & Dijksterhuis, A. (2014). Creativity—the unconscious foundations of the incubation period. *Frontiers Human Neuroscience* 8:215.

Roam, D. (2011). *Blah Blah Blah What to Do When Words Don't Work*. London: Penguin Group.

Roam, D. (2021). *The Pop-up Pitch: The Two-Hour Creative Sprint to the Most Persuasive Presentation of Your Life*. New York: PublicAffairs.

Rominger, C., Papousek, I., Perchtold, C. M., Weber, B., Weiss, E. M., & Fink, A. (2018). The creative brain in the figural domain: Distinct patterns of EEG alpha power during idea generation and idea elaboration. *Neuropsychologia*, 13-19.

Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 92-96.

Rutherford, A. (2019). *Neuroscience and Critical Thinking*. Seattle: Published by Kindle Direct Publishing.

Sala, A., Punie, Y., Garkov, V., & Cabrera, M. (2020). *LifeComp The European Framework for Personal, Social and Learning to Learn Key Competence*. Luxembourg, 2020: Office of the European Union.

Salvi, C., & Bowden, E. M. (2016). Looking for Creativity: Where Do We Look When We Look for New Ideas? *Frontier Psychology* 7:161.

Schön, D. A. (1987). *Educating the Reflective Practitioner Toward a New Design for Teaching and Learning in the Professions*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Seitz, J. A. (2005). The neural, evolutionary, developmental, and bodily basis of metaphor. *New Ideas in Psychology*, 23, 74-95.

- Serig, D. (2006). A Conceptual Structure of Visual Metaphor. *Studies in Art Education*, 47(3), 229-247.
- Shepherd, B. (2023). Neurophysiology: Understanding the function of neurons and their interactions with the body. *Journal of Neurology and Neuroscience*, 1-2.
- Sherin, A. (2018). *Introduction to Graphic Design A Guide to Thinking, Process and Style*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Sio, U. N., & Ormerod, T. C. (2009). Does Incubation Enhance Problem Solving? A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 135(1), 94-120.
- Sketch*. (2023). Oxford English Dictionary: <https://doi.org/10.1093/OED/4006611643>
adresinden alındı
- Smallwood, J., & Schooler, J. W. (2006). The Restless Mind. *Psychological Bulletin*, 132(6), 946-958.
- Smallwood, J., McSpadden, M., & Schooler, J. W. (2008). When attention matters: the curious incident of the wandering mind. *Memory & Cognition*, 36(6), 1144-1150.
- Smilek, D., Carriere, J. S., & Cheyne, J. A. (2010). Out of mind, out of sight: eye blinking as indicator and embodiment of mind wandering. *Psychological Science* 21, 786–789.
- Smith, J. K., & Smith, L. F. (2010). Educational Creativity. *The Cambridge Handbook of Creativity* (s. 250-264). içinde New York: Cambridge University Press.
- Smith, K. S., & Albert C. Smith, J. S. (2013). SPARKING THE IMAGINATION Exploring the Eureka Moment. *International Journal of Architectural Research*, 7(1), 162-175.
- Smith, S. M., & Linsey, J. (2011). A Three-Pronged Approach for Overcoming Design Fixation. *Journal of Creative Behavior*, 45(2), 83-91.

- Smith, S. M., Linsey, J. S., & Kerne, A. (2010). Using Evolved Analogies to Overcome Creative Design Fixation. T. Taura, & Y. Nagai içinde, *Design Creativity 2010* (s. 35-39). London: Springer.
- Sneller, R. (2018). What is an Idea? Between Synchronicity and Opacity. *Proceedings IFKAD*, 1245-1256.
- Spivey, M. J., & Geng, J. J. (2001). Oculomotor mechanisms activated by imagery and memory: eye movements to absent objects. *Psychological Research* 65, 235–241.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). *The concept of creativity: Prospects and paradigms, Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stevens, R. (2020). *Powered by Design An Introduction to Problem Solving with Graphic Design*. San Rafael: Rocky Nook Inc.
- Sullivan, B. (2016). *The Design Studio Method Creative Problem Solving with UX Sketching*. Burlington: Focal Press.
- Şen), C. O. (2006). Heidegger Felsefesinde Fenomenoloji, Varlık Bilim ve Tarih. *ÇITAD*, V/13, 205-215.
- Todd, K. J., Serrano, A., Lacaille, J.-C., & Robitaille, R. (2006). Glial cells in synaptic plasticity. *Journal of Physiology, Paris* 99, 75-83.
- Tomasello, M. (2014). *A Natural History of Human Thinking*. Londra: Harvard University Press.
- Tsai, C.-Y. (2017). Effect of graphic simplification and graphic metaphor on the memory and identification of travel map. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 61, 29-36.
- Tseng, J., & Poppenk, J. (2020). Brain meta-state transitions demarcate thoughts across task

contexts exposing the mental noise of trait neuroticism. *Nature Communications* 11, Article number: 3480, 1-12.

Turner, M. (2014). *The Origin of Ideas Blending, Creativity, & The Human Spark*. New York: Oxford University Press.

Twemlow, A. (2011). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* (Cilt 146). İstanbul: Yem Yayın.

Ventalon, G., Erjavec, G., & Tijus, C. A. (2023). A review of processing and analysing visual metaphors in psychology. *European Review of Applied Psychology*, 73(4), 1-11.

Viswanathan, V., Atilola, O., Esposito, N., & Linsey, J. (2014). A study on the role of physical models in the mitigation of design fixation. *Journal of Engineering Design*, 25(1-3), 25-43.

Vogel, T. (2014). *Breakthrough Thinking A Guide to Creative Thinking and Idea Generation*. Blue Ash: HOW Books.

Watson, R. A. (1995). *Representational Ideas From Plato to Patricia Churchland*. Heidelberg: Springer Netherlands.

Willerton, R. (2005). Visual Metonymy And Synecdoche: Rhetoric For Stage-Setting Images. *Journal of Technical Writing And Communication*, 35(1), 3-31.

With Eyes Closed Gauguin And Munch. (2023). Munchmuseet: <https://shorturl.at/lpBKS> adresinden alındı

Yazıcı, Y. E., & Erdoğan, M. (2010). Mekansal Deneyim ve Tasarımda Sabitlik Etkileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 167-180.

Yazıcı, Y. E., & Erdoğan, M. (2011). Mekansal Deneyimin İlk Yıl Mimarlık Öğrencilerinin Tasarımları Üzerindeki Etkileri. *Megaron Dergisi*, 6(3), 184-192.

Zulqarnain, D. W., Zareef, A., & Hashmi, N. U. (2018). The Importance of Drawing in the Graphic Design Process A Study from the Perspective of Designers. *Journal of Research & Reviews in Social Sciences Pakistan*, 137-143.



EKLER

EK1. Katılımcıların Çevrim İçi Görüşme Formuna Verdiği Cevaplar

Katılımcı: A

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Uygulanması gereken tasarım fikrinin mesajı, kullanıcıya en etkili bir biçimde yansıtan, hedef kitle bağlamında ya da genel kitle bağlamında özgün üretimler dahilinde sonuca ulaştırılması, bu ulaşımın sonucunda da yolcu ve yola çıkanlar için keyifli süreçlerin başlamasıdır...

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Yapmış olduğum tasarımlar da almış olduğum brief tahlilinde ya da müşteri bazlı bir çalışma değilse kişisel bir üretim, bir tasarım ise ikisinde de izlediğim başlangıç yolum şudur; Konuyu kapsayacak bir şekilde bolca zihnimde düşünmek ardından bununla alakalı farklı mecralar ile bağlantı kurmaya çalışmak örneğin, bir sinema filmi ya da konuya yardımcı olabilecek bir belgesel ya da daha önce okumuş olduğum kitaplar, izlemiş olduğum resimler veya sergiler diyebilirim. Tabi bunları yaparken de genelde ya yürüyüşe çıkmış olurum ya bisiklet kullanıyor olurum ya da bir göl kenarında balık tutuyor olurum yani kısacası genelde bu fikirleri, fikirlerin başlangıç aşamaları yalnız başıma ve doğada ilham alabildiğim malzemelerden konulardan ya da düşüncelerden ibarettir. Sonrasında somut bir şekilde kağıda dökmeye başlarım.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Bu durumlarda yaptığım tek şey hemen o an çalıştığım konuyu bırakmak belli bir süre bu tasarımdan uzak kalmak. Kafamı dağıtabileceğim farklı işlerle uğraşıp taze bir göz ile taze bir zihin ile tekrardan, birkaç gün sonra fikir bulmak için çabalamak. Yine bir çözüm bulunamazsa eğer uzun uzadıya muadil tasarımları incelemek ardından daha özgün çalışmalar yapmaya gayret etmek diyebilirim.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bu tarz durumlarda farklı malzemelerle oynayarak farklı yönlerden bakarak farklı uygulamalar yapmaya çalışarak tekdüzelikten kurtulmaya uğraşırım ve bunları yaptığım çalışmaları yansıtırım. Tabi burada müşteri ya da bir hedef kitle düşüncesi var ise ortak bir paydada buluşup hedef kitlenin anlayabileceği hedef kitleyi yakalayabileceğim türde

tasarımlar üzerinde üretimler yapmaya çalışırım...

- 5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Genelde ilham kaynaklarımı ikinci sorunuzda cevap bulmaya çalışmışım. Benim bir tasarımcı olarak, eğitimci olarak ya da bir akademisyen olarak aktarabileceğim etkilendiğim, beslendiğim genel alanlarımdan bazıları şunlardır. Tasarım anlayışımı destekleyen dönemsel yapımlar sinema, belgesel vb., içerik ve yapısal olarak üretilen her türlü tasarım nesneleri (eski, güncel vb.), fantastik kitaplar, çizgi romanlar, resim, fotoğraf, klasik müzik, caz gibi sanatın, estetiğin, duygunun olduğu tüm alanlar. Sanat ve estetik alanlarında üretim yapmış olan yaşadığımız yerküre de geçmişten günümüze kadar bilinen sanatçıların yaşamlarında ki çalışma prensipleri. Benimle ciddi şekilde takıntılı olduğum bazı konular, çok disiplinli bir şekilde takıntılı bir şekilde çalışmam diyebilirim. Fikir bulma hikâyesine gelince, bir reklam ajansında art director olarak çalıştığım dönemlerde şu anda da büyük olan bir büro mobilya firmasının reklam kampanyası alınmıştı. Daha önceki çalışmış oldukları ajanstan getirdikleri reklamlar, basılı veya dijital mecra çalışmaları dahilinde bizden istenilen bunların daha üstüne çıkılması daha iyi tasarımların üretilmesiydi. Firmanın en büyük kaygısı iyi bir sloganı hayata geçirmekti. Firmayı temsil eden Sloganı ekip arkadaşlarımızla beraber günlerce süren bir beyin fırtınasından sonra tabii ki bulamadık :) Ancak birkaç gün sonra yapmış olduğumuz halı saha maçındaki birkaç olaydan sonra, futbol oynarken geçirilmiş olan sakatlıktan dolayı acil bir şekilde hastaneye gittik. Tedavi merkezinde kullanılan mobilyalardan sonra aramızda birkaç konuşma oldu. Konuşmalar dahilinde yavaş yavaş bir sonuca varmaya çalıştık slogan anlamında diyebilirim. Firmanın hedef kitlesi ya da hedeflediği satış merkezleri genel olarak sağlık kurumlarıydı. Yani bu olayda bize, karma yasasının verdiği bir hediye miydi bilemeyiz ama, bu şekilde iyi bir sonuç çıkarmıştık diye hatırlıyorum. Güzel bir anıydı her ne kadar sakatlık olmasa da en azından iyi bir reklam kampanyası başlatmıştık. Reklam kampanyasını firmaya sunduğumuzda gayet iyi sonuçlar aldık bu da bir anı olarak benim cebimde saklıdır...

Katılımcı: B

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bir probleme çözüm üretmesi.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Serbest çağrışım ile o konunun zihninde çağrıştırdığı şeyleri listeleyerek aralarında bağlantı kurmak. Bir ağacın dalları gibi çağrışan başlıklardan zihin haritamı somutlaştırmak.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

O konuda yapılan benzer bir üretim olum olmadığına bakmak, +1 ne katabilirim yada çözüm geliştirilmeyen hangi eksikliği tamamlayabileceğimi irdelemek.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Ara verip, hayata karışıp, bir gün sonra tekrar denemek. Uyumak beyinde yeni bağlantılar oluşmasını sağlıyor.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Anadolu üniversitesi sanatta yeterlilik sınavı için israf konusunda bir poster üretmemiz istenmişti. İsim, slogan, logo, poster, illüstrasyon yapmamız istenmişti kısa sürede. Derin bir anlam mı içersin, mesajı hızlıca mı ilet sin sorusuna cevap vererek başladım. Oluşturduğum hayali kurumun adı; 1KDD, (Açılımı: 1 kere daha düşün) Posterde bir dünya illüstrasyonu ve üstünde elektrik anahtarı vardı. “Gereksizse söndür. “,” Geleceğin için” şeklinde iki parçalı bir slogan içeriyordu. Basit, net ve bakan herkese kaynakların verimli kullanılmasını çağrıştıran, kolay anlaşılabilir, ortak mesajı hızlı iletilebilen bir çözüm seçmiştim. Bazen tasarım fikri için (devamı belgede mevcut değil)

Katılımcı: C

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Önce yaratıcılık ve özgünlük, (neler yapılmış, başkası ne yapmış diye arama motorlarında KESİNLİKLE gezilmemeli (günümüz tasarım eğitiminin en büyük problemidir bu)). Bu ikisi olursa estetik ve işlevsellik unsurları da etkili olacaktır. Bu dört elemente dikkat edildiğinde tasarım fikri iyidir diyebiliriz.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Bence eskiz (taslak) tercih değil zorunluluktur. Çünkü beyin ve el koordinasyonu en güzel taslak çalışmayla ortaya çıkar ve düşünülerek (yukarıda bahsettiğim KESİNLİKLE ilkesine uyulması şartıyla) ortaya konan her fikir daha özgün ve daha eşsiz olur. Tasarım sürecimde en fazla zamanı düşünmek ve taslak yazı ve karalamalar almaktadır.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Okurum, çevre (özellikle doğa) gözlemi yaparım, kahve içer, :) farklı malzemeleri birbirine karıştırarak doğaçlama bir şeyler (üç boyutlu) üretmeye çalışırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Düşünerek ve karalama (taslak) yaparak çalışılması durumunda farklı fikirler üretilmesi mümkün, bu anlamda “tek bir fikre takılmak” kavramı çok fazla karşılaştığım bir durum olmadı hayatımda, ancak, sanatın farklı disiplinlerinde üretim yapan arkadaşlarla beyin fırtınası yaparak, tartışarak yeni bakış açıları geliştire bilmişliğim vardır.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Lisans eğitimimde TSE dersinde guvaş boya ve yumuşak kurşun kalemle denemeler yaparak, bir nevi mozaik etkisi yarattığım çalışmanın (çok zaman almış, süreç sonuç anlamında sevgili hocamla tatlı atışmalarımıza sebep olmuştu (100 puanla değerlendirilmişti :) bu arada) tekniğini uygulayarak daha büyük boyda ürettiğim başka bir çalışma 64. Devlet Resim Heykel yarışmasında sergilemeye değer görülmüştü (katalogu hemen hocamla paylaşmıştım tabii ki:)), mesleki hayatımda önemli bir etken olmuştur. Denemeyi severim, olur mu? Olmaz mı? Diye çok fazla kafa yormam, olursa güzel olur, olmazsa ne yapalım derim. Gözlem, araştırma, okuma-izleme, dinleme, deneme bunlar çalışma sürecimde olanlardır.

Katılımcı: D

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Özgünlük ve çıkış noktası.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Yıllarca beslendiğiniz her konu, her yaşanmışlık size ilham olabilir. Tıkandığınızda hemen kitap, dergi karıştırmak yeterli olurdu. Ambalajdaki bir görsel, size afiş için fikir verebilir, dergide gördüğünüz modelin kravatındaki bir desen, logonuza yine bir dokunuş sağlayabilirdi. Şimdi, bu kitap ve dergiler yerine bir sürü dijital sayfalar, linkler mevcut.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Eskiden Görsel Bankaların çok şık stok foto katalogları olurdu. Düşünüp tıkandığınızda, fikirleri alternatifleştirmek istediğinizde çayınızı, kahvenizi alıp bu kataloglardaki görselleri karıştırırdınız. Ve bir sürü ek fikir bulabilirdiniz. Genellikle bunlar görsele göre bulunmuş fikirlerdi. Yani düğmeye göre elbise dikmek gibi bir şey.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Deneyim, araştırma...

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Bir yaz iznime çıkmış güneyde tatil yaparken telefonum çaldı ve hemen ajansa dönmem söylendi. Konyalı bir üretici konkura çalıştığım ajansı da davet etmişti. Ben bir kampanyayı oradan çözeceğimi ajansta da bir tane yapıldığı zaman iki fikrin yeterli olacağını söylemiştim. Ajans, Konya'daki tesisi ziyaret etmiş, çalışmalara başlamıştı. Bu üretici pekmezi üzümünden değil farklı meyvelerden üretmekte ve aileye göre farklı meyveler kullanarak konumlandırmıştı. Mesela kadınlar için elma, armut, vişne, şeftali ve kayısı gibi daha masum meyveler kullanırken, erkek için elma, hurma, keçiyoynuzu, kayısı ve muz gibi meyveler seçilmişti. Bu arada önemli ajanslar konkura davet edilmiş, tanınmış marka danışmanlarıyla çalışıyorlardı.

Ben deniz kenarında olduğumdan ve lisedeki İngilizce kitaplarından kalan bir monolog aklıma gelmişti. "Mr. Mrs. Brown, go to do sea side..." Ve markanın adını Mr. Brown..Mrs Brown...Jr Brown olarak belirlemiş. Ve bunun üzerine inşa etmiştim..

Katılımcı: E

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bence herhangi bir fikir ortaya çıkan final ürünün nasıl ve ne olduğuyla ilgili bir şekilde iyi bir fikir olma potansiyeline sahiptir. Bu bazen yalnızca estetik/duygusal yönlerden olabileceği gibi bazen tamamen işlevsellik yönünden de olabilir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Referans araştırma kısmının ve konseptte dair bir moodboard oluşturmanın da önemli olduğunu düşünüyorum ve her zaman olmasa da genelde uyguluyorum.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Bir süre o işin üzerinde durmayı bırakırım, bu bazen birkaç saat bazen birkaç gün de olabilir. Daha sonra tekrar döndüğümde çok iyi bir çözüm hala bulamamışsam bile en azından daha farklı şekilde bakabiliyor olurum.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Eğer çıkan neticeden memnunsam bunu fazla sorun etmem. Ancak iyi bir sonuç çıktığını düşünmüyorsam o fikri kullanmamayı tercih ederim. Deadline vb. gibi bir zaman sorunu yoksa bir üst cevaptaki gibi o fikirden bir süre uzaklaşıp daha sonra tekrar dönerim.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

O şekilde doğrudan belirli bir anı aklıma gelmiyor fakat uzun süredir üzerinde çalıştığım bir konu ya da konsept varsa onun etrafında fikirler silsilesi gelişebiliyor. Artık o konu ile ilgili araştırdığım, izlediğim, düşündüğüm şeylerin devamında kendiliğinden biçimlenen fikirler bir nevi günlük rutin halini alıyor diyebilirim.

Katılımcı: F

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İyi bir araştırma ve planlama yapılmalı öncelikle. ve eskiz çok önemli.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Öncelikle eskiz oluşturulmalı benimde tercihim bu yönde, bir defter edinilebilir mesela, ben kullanırım, tasarım veya fikirleri anında kaydedirim ki unutmayayım. Tasarım dışında yazmak en iyi yöntem bence, öğrencilerime de tavsiyemdir.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Bir süre konuyu kapatırım, hiç ilgilenmem, sonra baştan başlarım, duygularımı, hislerimi, bir rengi, dokuyu mutlaka yazarım ve içinden elle tutulur bir tasarım çıkar.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Tek bir fikre takılı kalmak istemem kısır bir süreç doğurur, bir kaç fikir, öneri, taslak daha verimli bir sürece götürür beni. Eğer tek bir taslak, fikir ürettiysem de bu o tasarım için en uygundur.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi

Öğrencilik yıllarında bir ajans deneyimi ve gelen bir işten bahsetmek isterim. Firma ismi asena, kişi asla asena ismini çağrıştıran bir tasarım isteyemediğini belirtiyor, çok zorlandığımı ancak tasarımı tipografik çözüp, beğendirdiğimi hatırlıyorum.

Katılımcı: G

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İyi bir tasarım, problemine getirdiği çözüm ve bu çözümün ne kadar farklı ve/veya yaratıcı olduğu ölçüde iyi bir tasarımdır.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Farklı alanlardaki kitapları, süreli yayınları karıştırmak, sokakta yürümek ve algıyı dağıtmak bazen de 'tasarımı nadasa bırakmak' da en az eskiz yapmak kadar fikir bulmada etkilidir.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Rutinlerimi kırmaya çalışırım. Etrafımdaki insanların fikirlerini alırım. Kendime farklı sorular sormaya çalışırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bu fikrin bir başkası tarafından nasıl algılanabileceğini, başka bir tasarımcının nasıl başka bir fikir bulmaya çalışacağını hayal etmeye çalışırım.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Çoğunlukla fikirler belirli bir “damıtma”, ve kimine göre “sancılı” denebilecek “filtreleme” süreçlerinden geçtikten sonra ortaya çıkarlar. Çoğunlukla da göz önünde olan jenerik şeylere geri dönülür ama bu sefer çok daha rafine bir şekilde ve net olarak anlatılacak yöntem de çözümüyle birlikte bulunmuş olur.

Katılımcı: H

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bence tasarım fikrini iyi yapan, ele alınan konu ile tasarımın görüntüsü, yapısı ya da fonksiyonu arasında kurulan ilişkinin paralel olmasıdır. Çözümün işlevselliği ve çevreye zarar vermeyecek özelliklerde tasarlanmış olması ise tasarımın birincil önceliklerindendir. Kuşkusuz iyi veya kötü her türlü tasarımın etik ve hukuksal açıdan herhangi bir kusur barındırmaması gerektiğini unutmamak gerekir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Aslında fikir bulma aşamasında genelde eskiz yapmam, bulanık da olsa zihnimde bir fikir uyandıktan sonra soyut düşünceleri nesnel olarak görüntülemek amacıyla eskiz yaparım. Zihinde hiçbir fikir olmadan eskiz yapabileceğini düşünmüyorum. Herhangi bir tasarım konusu ile ilgili fikir bulmam gerektiğinde öncelikle konuyu teorik olarak netleştirmek adına anahtar kelimeler kullanarak problemi tanımlarım. Bu aynı zamanda tasarımın izleyicide uyandırmasını hedeflediğim hislerin bir listesi şeklinde olur. Sonrasında tespit ettiğim anahtar kelimelere görseller atarım ve görselleri bir arada kullanma amacıyla basit çizimli eskizler yaparım.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Başka bir zaman devam etmek üzere tasarım yapmayı bırakırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Yeni bir sayfa açarak bir önceki tasarım fikrine rakip olabilecek bambaşka bir çözüme yönelirim.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Çağrı Saray'ın kaybolan tarihi mekanlar ile hatırlamak ve unutmak gibi kavramları irdelediği “Uygun Isıda Mekanlar”, “Unutmanın Eşiği” ve “Bellek Mekanları” isimli 3 serginin derlemesinden oluşan “Bellek Mekanları” isimli kitap tasarımı örnek olarak verebilirim. Kitabın giriş kısmında yer alan ve inceleme yazılarını tipografik olarak tasarlariken metin sütunlarında yer alan önemli cümleleri %10 siyah tonda renklendirmeye karar verdim. Böylelikle metin sütunlarında yer alan okunamayacak kadar açık tondaki cümleler ile, yok olan mekanların şehir içinde oluşturduğuna benzer bir boşluk etkisi

yaratmayı hedefledim. Metinden eksilttiğim cümleleri okutmak amacıyla sütun kenarında spot metinlere dönüştürdüm. Bu da bir anlamda şehirden kaybedilen mekanların Çağrı Saray'ın sergileri aracılığı ile kayıt altına alınması gibi, kaybolan cümleleri okuyucuya yeniden hatırlama fırsatı veriyordu.



Katılımcı: I

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Problemin çözümüne yönelik etkili ve daha önce düşünülmemiş bir çözüm sunabilmesi

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Eskiz yapmak bazen yanlış anlaşılabilir, sanki aklımızdakileri en doğru haliyle çizmek ve başkasına aktarmak gibi algılanıyor. Bu yüzden eskiz yapmak yerine çizerek düşünmek demeyi tercih ediyorum. Ben çizerek düşünüyorum, aklımdakileri görmek ve tartmak için çizerek (ve yazarak) düşünmek en kolay ve verimli yol oluyor. Ve burada kesinlikle “güzel çizmek” durumu yok. Çizmek benim için aklımdakilerle karşılaşma aracı. Kağıt ve kalem bunun için en özgür alanı sunuyor, çünkü yazı ve çizgi bir arada ve hazır fontlar veya ara gereçler yok. Doğrudan beyinden ele, elden yüzeye akabiliyor.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Çıkıp dolaşırım. Bulduğum yerden ve durumdan ayrılıyorum. Tükenme hali aslında ulaşılmak istenen bir haldir; tüm fikirlerin bittiği, akıldaki her fikir kırıntısının kağıda döküldüğü bir seansın ardından durmak bana iyi geliyor. Durmak ve tamamen başka bir şeyle ilgilenmek, dinlenmek, “kafayı dağıtmak”, beyni başka bir odağa çevirmek sonrasında yeni fikirlerin önünü açıyor, mayalanarak açığa çıkmasına olanak veriyor.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Zorlamak. Tam tersini düşünmek.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Tek bir anım yok öne çıkan. Ama genel anlamda fikirleri nasıl bulduğumu ve bulma tekniğimi kontrol edebilir ve gözlemleyebilir haldeyim. Fikirler yüzeyde ve derinde ilerliyor. Yüzeyde çizerek düşünerek, çeşitli fikir fırtınası çalışmaları veya toplantılarla ilerlemenin ardından, konuya hâkim olduktan sonra tüm bu bilgileri beynimin arkasındaki işlemciye emanet ediyorum. Beynimiz muhteşem bir bilgisayar, tüm veriler değerlendiriliyor ve günlük tüm diğer beyin aktivitelerinin ardında arkada bu problemi çözecek işlemcisi var ve çözdüğü zaman size uyarı geliyor “çınn” sesi gibi. Siz de “aaa” diye heyecanlanıp fikir buldum diye övünüyorsunuz.

Bunu mayalanmak olarak adlandırıyorum. Fikir ile ilgili tüm malzemeleri bir araya

getirdikten sonra dinlenmesi ve mayalanması gerekiyor. Bu mayalanmanın kendi içinde bir süreci var, aceleye getiremezsiniz. Getirseniz de organik olmaz. Süresi dolduğunda da otomatik haber verecek kadar akıllı bir oluşum ile karşı karşıyayız.

Bu maya önceden biriktirdiğimiz tüm bilgi, görgü ve deneyimleri de barındırıyor. Çağrışım ve ilham almalar da buradan doğrudan etkileniyor. Bu nedenle bu birikime yönelik beslenmeyi sağlıklı yapmak gerekiyor, yani doğru ve iyi kalitede kaynaklardan beslenmek, çünkü tüm bu birikim sizin ilham ve yaratıcılık temelinizi oluşturuyor, mayanızın kalitesini belirliyor bir nevi. Yani soruya dönecek olursam ilham kaynağı, olay ve durumlar, o ana kadar yaşadığımız her şeyin toplamı diye düşünüyorum; beyin aradan hangisinin ilişkili olduğunu bizim için seçiyor.



Katılımcı: ATİLA IŞIK

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Özgün olması.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Konu ile ilgili ince görsel sonra yazınsal kaynakları okumaya çalışırım, varsa bilimsel araştırmalara ulaşmaya çalışırım.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Başka şeylerle ilgilenip arka planda yeni fikirlerin filizlenmesini beklerim.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümleriniz nelerdir?

A,B,C...diye birçok alternatifli düşünürüm. Sonuçta çok iyi bir fikir bulsanız dahi başka biri daha önce uyguladığı için elenebilir.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Bir İngiliz emlak firması için yaptığım kurumsal kimlik çalışmasında logoda İngiltere dışındaki egzotik bölgeleri çağrıştıran bir simge istenmişti. Nazar boncuğu kullanmıştım, biçimsel olarak dikkat çeken bir imge olması dışında anlamını anlatmanın müşterileri ile pozitif iletişim kurmalarını sağladığını söylemişlerdi.

Katılımcı: EDA UZUN

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İyi bir tasarım fikri tasarım problemini ne kadar iyi çözdüğüyle ilgilidir. Tasarım problemi çözülmüşse fikir iyidir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Üzerinde çalıştığım tasarımın son halini hayalimde canlandırmayı denerim.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Çalışacağım konuyla alakalı yapılmış çalışmalara ve ilgili görselleri incelemeyi tercih ederim.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Diğer tasarımcı ve konuyla ilgili kişilerle beyin fırtınası yapmayı tercih ederim.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Üniversitede Lisans derslerinde semiyotik dersinde iyi bir WC sembol tasarlamıştım. Aslında sadece güzel bir kadın kalçası çizebildiğim için böyle bir sonuca ulaşmış oldum diyebilirim. Erkek ve kadın kalçalarını kadın ve erkek WC sembollerine dönüştürmüş oldum. Ve çok beğenildi. Bazen sadece bir şeyi iyi yapmak gereklidir.

Katılımcı: MEHMET EMİN AYKURT

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Özgün, hedef odaklı, beklenmedik bağlantılar içeriyor olması.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Gözlem ve zihinsel egzersiz.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Konu ile alakalı ya da alakasız başka konularda araştırma yapar, örneklerle bakarım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

İlk eskizlerimde mümkün olduğunca, saçma da olsa, fikir üreterek tek bir fikre takılıp kalmamaya çalışırım. Buna rağmen tek bir fikre takılıp kalmışsam onun iyi bir fikir olduğunu umarım.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Kendi ajansım için eğlenceli bir web sitesi yapmak istiyordum. Amacım aslında iyi tasarım yapabileceğimizi fakat gerektiğinde kalitesiz işler çıkarabileceğimizi de göstermekti. Zira Kayseri piyasasında beklentiler büyük ve maalesef ücretler düşüktü. Bu tezat ve “ne kadar ekmek o kadar köfte” mantığını web sitesine yansıtmak istiyordum. Bulduğum fikir ise web sitesini grafik açıdan profesyonel fakat içerik açısından oldukça amatör hatta konu ile tamamen alakasız göstermekti. Aslında bu fikre gitme sebebim, beynimde sürekli alakasız çağrışımların dolaşıp bunun da mizah anlayışımın bir yansımasıydı. Çok zor anlaşılacak, hatta belki birkaç sene sonra ben de görsem anlamayacağım espriler yapmaktaydım. Kısacası, geçmişteki tecrübeler, edindiğim gerekli gereksiz bilgiler web sitesini hem grafikte alakalı (görsel açıdan) hem de alakasız ve tasarımla dalga geçer (içerik açıdan) şekilde tasarlamama neden oldu.

Katılımcı: ÖZLEM MUTAF BÜYÜKARMAN

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Tasarım fikrini iyi yapan unsurların başında orijinallik/yaratıcılık ve yaratılan konsept kapsamında bağlam ve tasarım açısından tutarlık gelir. Orijinallik, hem yeni bağlantılar, yeni ilişkilendirmeler ile konunun iletişimini kurarak, hem de tasarımda yeni bir yaklaşım benimsenmesi yoluyla sağlanabilir. Bu aşamada devreye, konu hakkında olabildiğince çok gösterge tespit etmek, analoji ve metaforlardan faydalanabilmek, deneysellik, buluş ve akabinde buna bağlı bir iletişim ve tasarım sistemi geliştirmek girer.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Eskiz aşamasından önce mutlaka konu hakkında ön araştırma yapmak, akabinde mind map (zihin haritaları) ya da keywords list (anahtar sözcük listesi) gibi yöntemlerden faydalanarak göstergeleri çıkarmak, "ya olsaydı" niteliğinde sorularla mind map'i kullanarak benzetim, analoji ve metaforlara bakmak gerekir. Fikirleri bulup geliştirmek ve bu fikirler için yaratıcı görsel ifade biçimlerini denemek ve geliştirmek için de eskiz aşamasına geçilir.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Fikir bulmakta tükendiğimizde, konudan kısa bir süre uzaklaşmak ön araştırmamızın ve ön fikirlerimizin olgunlaşmasına yardımcı olabilir. Yaratıcılığımız çevremizdeki birçok şeyden beslenebilir, bu evrede algıda seçicilik ile kuluçka evresindeki fikirler olgunlaşabilir. Ancak bu yöntem her zaman işlemeyebilir, özellikle kısıtlı zamanlarda. Bu durumda, bazı formüllere başvurulabilir, konuyu tersinden ele almak, ön plana çıkarılmak istenen sorgulayarak, konuyu en farklılaştıran/ayrıştıran unsurları belirlemek, şaşırtıcı çözümler için abartıdan faydalanmak ve kontrast oluşturmak (boyut - mekan - doku transformasyonları, çakışmalar gibi)...

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümleriniz nelerdir?

Tek bir tasarım fikrine takıldığımızda, o tasarım fikrinin konsept olarak sürdürülebilirliğine, kendisinin başka çözümlere açık ya da adapte edilebilir ya da esnek olup olmadığına bakmak gerekir. Bu arayışla başka çözüm arayışları ve denemelerin de önü açılacaktır. Bulunan fikre rakip fikirler geliştirmeye çalışmak ve içlerinden en etkin olacağını düşündüğümüz çözümü seçmek gerekir.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Tasarımcıların meslek hayatının büyük çoğunluğu, özgün ve iyi fikirlerin arayışı ile geçer. İlham kaynakları aslında genelde hep konunun kendisinde, göstergelerinde, sorduğumuz sorularda, bulduğumuz benzetimler ve kurduğumuz ilişkilerde, güncel hayattaki karşılaşmalarda yaratacakları şaşırtıcı çözümlerde saklıdır diyebilirim.



Katılımcı: RABİA ÖZGÜL KILINÇARSLAN

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Yenilikçi, anlaşılır, kullanışlı, önceki problemlere cevap verirken yeni problemlere yol açmayan, çevre dostu olmasıdır.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Belirlediğim temalarla ilgili benden önce yapılmış iyi örnekleri analiz etmek, fikir ile dolaylı ilişki alanlarda okumalar yapmak

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Ara veririm, gündelik bir işle uğraşırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Onun da çok kombinasyonu olabilir, malzemeyi düşünmek, sınırlılıklar bile başka bir bakış açısı getirebilir.

6- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Bende görsel imgeler ve fikirler kavramlarla birlikte gelir. Kavramların ya da bazen bir romandaki bir bölümün ya da cümlelerin yaptığı çağrışım kesin bir imge olmasa da renk, biçim ya da doku olarak belirir. Çok ilginç bir anım yok, ne yazık ki...

Katılımcı: ERDEM ÇAĞLA

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Tasarım fikrini iyi yapan husus, bulunmuş olan fikrin özgün, dikkat çekici ve mesaj verici olmasıdır. Aynı zamanda muhteviyatında yaratıcılık unsurları barındırmasıdır. Herkesin aklına gelebilecek beyin fırtınası sonucunda oluşmamış fikirler başarıya ulaşamazlar.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Kuluçka tekniğini kullanıyorum. Görsel bir tasarım yaptıktan sonra veya bir yazı hazırladığımda ki -yazı yazmak da bir tasarımdır- çalışmayı bitirip belirli bir süre bazen birkaç gün bazen de bir hafta onu görmüyor ondan uzaklaşıyorum. Adeta yaptığım çalışmayı unutup yabancılaşıyorum. Sonra tekrar dönüp çalışmaya baktığımda yanlışlarımı, eksiklerimi görüp üzerinden son düzeltmeleri yapıp aklıma o an farklı bir fikir gelmişse alternatif tasarımları üretip çalışmayı sonlandırıyorum. Tabii ki bu yöntem acil işlerde mümkün olmuyor.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Görsel ve kültürel olarak çok daha fazla kaynaktan zihinsel olarak beslenmeye çalışırım. Daha fazla okur, araştırma yapar, beynimin ve zihnimin konuya daha farklı perspektiften bakmasını sağlamak için sezgilerimi harekete geçiririm. Günlük yaşam içinde her anda problemi düşünürüm. Aklıma gelen fikirlerin uygulamada nasıl duracağını görmek için hemen fikri görselliğe dökerim. Bazen aklınızda canlanan fikir uygulandığından görsel olarak istenileni vermeyebilir ve başka fikir arayışına yönlenebilirsiniz.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Duayen tasarımcı ve akademisyen Prof. Emre Becer'in dediği gibi her tasarım ürünü yaratıcı bir süreç sonunda ortaya çıkar. Yaratıcılığı geliştirmek için sizden önceki işlerden ve fikirler esinlenmek önemlidir. Beyninizin bilgi dağarcığı arttıkça yaratıcı, farklı ve özgün tasarım çözümleri üretme oranınız artacaktır. Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun dediği gibi ne yersek onu kusarız. Yaratıcı fikirden beslenen bir tasarım üretmek için binlerce tasarım görmek ve fikir analiz etmek gereklidir.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Piyasada çalıştığım dönemde binaları dinamitle patlatarak birkaç saniye içinde toz

bulutuna dönüştürüp yıkım işlemini gerçekleştiren bir şirket Türkiye'ye gelmişti ve reklam kampanyasını biz üstlenmiştik. Ülkemizde patlatma ile yıkım yapılmıyordu bu sebeple şirketin başarıya ulaşması lazımdı. Şirketin basın ilanları için elimizdeki doneleri incelerken binaların yıkım videolarını da izledik. Videonun başında ayakta sapasağlam duran yapıların birkaç saniye sonra tuz buz olması çok dikkatimizi çekmişti. Birkaç saniye önce var olan adeta yok olmuştu. Bu olayı masalların başlangıcında söylenen “bir varmış bir yokmuş” deyişiyle birleştirme fikri aklımıza geldi. Şirket adını da geçirerek reklam sloganı yazıp görsel olarak destekleyici unsurlarla basın ilanı tasarımı yapmıştık, çok beğenilmiş ve ses getirmişti.



Katılımcı: CİHAN AYBAY

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İlk ve en önemli olan; tasarıma başlamadan önce tasarımla ilgili alınan bilginin doğru anlaşılması yani doğru brief almaktır. Ardından konu hakkında araştırma yapmak, bol eskiz çalışması, eskizlerin belli bir süre bekletilip tekrar ele alınması (kuluçka), fikir alışverişi (Beyin fırtınası), yorum alma fikri zenginleştiren önemli aşamalardır

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Araştırma yapmak, güncel baskı ve tasarım teknolojilerini incelemek, yorum almak, belli bir süre sonra (birkaç gün veya birkaç hafta sonra) tasarımı tekrar ele alarak değerlendirmek.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Ara verip ve biraz başka işlerle meşgul olduktan sonra (birkaç gün veya birkaç hafta sonra) tasarlamaya tekrar devam ederim. Behance ve Pinterest web sitelerinde yayınlanan projeleri incelerim.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Behance ve Pinterest web sitelerinde yayınlanan projeleri incelerim. Yapmış olduğum tasarımı; farklı tasarım uygulama teknikleri ile şekillendirmeye ve zenginleştirmeye çalışırım. Fikir alışverişinde bulunurum.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Kartvizit tasarımı istenen bir firma için yapmış olduğum tasarımda firmanın logosundaki kalın ve ince çizgilerden esinlenmiş ve kartvizit tasarımında kullandığım bu çizgiler daha sonra firmanın yönlendirme ve cephe tasarımlarından ürün ambalajlarına kadar tüm tasarımlarında farklı biçimlerde şekil alarak kullanılabilmişti. Burada kurumsal kimliğin ana ögesi olan logo ilham kaynağım olmuş ve kurumsal kimlik bütünlüğü çerçevesinde tasarımlar ortaya konulabilmişti.

Katılımcı: KEREM YÜKSELOĞLU

- 1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir? (cevapsız)
- 2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir? (cevapsız)
- 3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Fikir bulma konusunda tıkanıp an beslenmeye, diğer çalışmalarını seyretmeye, dinlemeye, okumaya başlıyorum. Buna ek olarak en sık yaptığım şey ki bu zaten temel üretmen yöntemlerimden biridir: “Ya öyle olsaydı...” diyerek yazmaya ve öyküleştirmeye başlıyorum. İngilizce’de “What If...” diye geçen bu kalıp özellikle senaryo yazımında çok sık kullanılmaktadır. Ben de bu kalıbı bir hikaye yazarken ya da tasarım yaparken sıkça kullanırım. “Bugün işe giderken karşılaştığım insan aslında bir başkası olsaydı ne olurdu” ya da “Bu obje bir başka formda olsaydı ne olurdu? Hem görsel hem de kavramsal olarak ne gibi farklılıklara yol açardı?” diye soruyor ve alternatifleri düşünmeye başlıyorum.

- 4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir? (cevapsız)
- 5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Mayıs 2018 yılında yaptığım bir araba yolculuğunda ön camıma bir salyangozun yapıştığını fark ettim. Belki kıyamadığımdan belki de dokunmaya korktuğumdan “e iyi bari kalsın orada” dedim ve yola devam ettim ancak yolculuğun ortasında şiddetli bir yağmur başladı, şimşekler çakıyor, gök gürüldüyordu. Ve arabamın ön camı su içinde kaldı fakat bir sorunumuz vardı: salyangoz tam da sileceklerin olduğu noktadaydı ve silecekleri çalıştırırsam salyangoz ölecekti... Yolculuğuma kenardan ağır ağır ilerleyerek ve kafamı camdan çıkarıp yola bakarak devam ettim...

O gece eve döner dönmez, “peki ya kan davası yüzünden birini öldürmek üzere yolda olan bir adamın camına yapışsaydı” motivasyonu ile düşünerek daha sonra “Tek Yön” adıyla çektiğimiz kısa filmimin hikayesini “Salyangoz ve Kaplumbağa” adıyla yazmıştım.

Katılımcı: BERKEM BULUT

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Problemi etkili şekilde çözmesi, muadilleri ile kıyaslandığında fark olumlu yönde fark yaratması

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Kavram haritası, beyin fırtınası, bir de şöyle bir şey fark ettim özellikle yoğun bir bilgi birikiminden, problem üzerine düşündükten sonra uyku ile uyanıklık arasında beynin bir evresinde beyin çok yaratıcı fikirler bulabiliyor. Bir anda gözümün önüne gelen yaratıcı fikirler olabiliyor zaman zaman.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Kafa dağıtmak, farklı şeyler yapmak genelde iyi geliyor.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Çok fazla gerçekleşiyor. Ya onu geliştirmeye, problemleri kısımlarını çözmeye çalışırım ya da bırakıp bambaşka, zıt fikirler üzerine düşünürüm.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Yukarıda biraz bahsetmiştim aslında. Bitirip teslim ettiğim bir iş vardı. Tam memnun değildim sanırım. Uykuya dalmak üzereyken konu üzerine rüya görür gibi çok yaratıcı fikirler, görseller canlandı. Not aldım bu fikirleri. Farklı bir iş için bir sürü logo denemesi yapmıştım. İçlerinden birinin yeterli olduğunu düşünüyordum. Biraz daha sayıyı arttırmak için hiç düşünmeden öylesine bir iki deneme daha eklemek istedim. En iyi fikir o hiç düşünmediğim anda hızlıca tasarladığım logo olmuştu.

Katılımcı: CEM KARA

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Tasarım fikrini iyi yapan; basit ve net, ancak bir o kadar da yenilikçi, dolayısıyla şaşırtıcı ve düşündürücü olmaktır

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Araştırma. İki tip araştırma önemlidir; ilki benzer tasarım çalışmaları üzerine yapılan, diğeri ise tasarım problemi, konusu ya da içeriği üzerine yapılan.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Fikir bulma aşamasında tekrara düştüğümüzü, akla ilk sonuçlara yöneldiğimizi ve heyecanı kaybettiğimizi düşündüğümüz zaman çalışılan konudan uzaklaşmalı ve tamamen farklı bir uğraş ile zihnimizi tazelemeliyiz

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Tek bir tasarım fikrine takıldığımızda diğer kişilerin düşüncelerine, yorumlarına başvurabilirsiniz. Hatta bu kişi yine aynı alandan bir profesyonel olmaz ise sonuçlar daha da ilginç olabilir.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Aklıma gelen ilk fikir bulma hikayem lisans dönemime aittir. Lisans dönemi 2. sınıf, semiyotik tasarım dersinde spor branşları ile ilgili piktogram çalışmaları yapmamız istenmişti. Futbol branşı ile ilgili çalışmamda branşın ismi gereği olan ancak tekrar olduğunu düşündüğüm yorumların dışına çıkmak istedim. Bu sebeple tasarımımda ayak ile topa vurmak yerine, kafa ile topa vurma anını stilize ettim. Elbette dersi veren hocamız, futbol branşını dolaylı yoldan anlatması nedeniyle bu çalışmamı tercih etmedi. İstemeyerek de olsa ben de herkes ile aynı biçimi tasarlamak durumunda kaldım. Fakat bugün bile geri dönüp kendi alternatifime bakar ve haz duyarım.

Katılımcı: YAŞAR USLU

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Aslında fikir ve fikrin görselleştirilmesi çok uzun soluklu bir çaba ve süre gerektirir. Bundan dolayıdır ki zor ama hızlı tükenen bir olgudur. Grafik tasarım tarihine baktığımızda nasıl bir süreç yaşandığı görülmektedir. Ne tasarımlar ne tasarımcılar ne görseller geldi geçti diyebiliriz. Tasarım fikrinin kuluçka ve sonrasını bir yazımda; “Tasarı-Tasarı-Tasarım” olarak yazmıştım. Zihindeki sancılı bir dönem sonrası topluma mâl edilen bir durum söz konusudur. Nicolas Petersen (Grafik Tasarımcı) “İyi tasarım bir soruna çözüm bulmaktır, harika tasarım ise aynı soruna en basit çözümü bulmaktır” demektedir. Bunların yanında iyi bir tasarım fikri, toplum içinde organik bir şekilde yaşaması, kabul görmesi, süreklilik kazanması, göze gelmesi ve her şeyden önemlisi karşı tarafa ulaşması, deneyimlenmesi ve dönütlerin olmasıdır. Kısacası tasarımda görsel iletişim, yani işimiz iletmek. Görsellerdeki mesajları karşı tarafa hızlıca iletmek...

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

O anda fikrimi sesli olarak telefona kaydedirim. Veya o an yanımdaki birine anlatır, bana hatırlatmasını isterim. El çantamda not defterim veya tabletim varsa tasvirler şeklinde notlar yazarım. Bol bol betimlemelerle zihin haritamı oluştururum. Farklı frekanslar ile yelpazemi, skalamı geniş tutarak görsel bilinç elde ederim. Böylece görsel görgü kültürümü geliştiririm.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Aslında tükenmek bolluğun habercisidir. Biz millet olarak son günün, son gecenin, son an'ın gücünü yaşayanlarız. Özellikle öğrencilerde bunu görüyoruz. Sınav öncesi gece bitirilen uygulamalar, projeler gibi.

Massimo Vignelli “Bir tasarımcı bir kaşıktan bir kente kadar her şeyi tasarlayabilmeli” demektedir. Fikir eskilerin deyimiyle tefekkür daha çok kelimeler veya kavramlarla yapılan medcezirlerdir. Bu kelime ve kavramlar üzerinde görsel araştırmalar yaparım. Bol bol gözlem yaparım. Beyinde zorlama oluyorsa, alan içinden uzmanlara (Grafik tasarım disiplininin akademisyen, sektör içinde olan tasarımcılar, öğrenciler vb.) soru sorarım. Yine zorlandığım veya çıkmaza girilen noktalarda, alan dışından (tarih, edebiyat, felsefe, işletme vb.), disipliner olarak farklı bölümlerden akademisyen, öğretmen, öğrenci vb. sorular yöneltirim. Bir yerde okumuştum. Genç bir tasarımcı bir ajans açmayı

düşünüyor. Fikir açısından ilk başvuru yapacağı yer neresi olur? Diye soru yöneltmişler. Tasarımcı çok ilginç bir cevap vermiş. GÖZ DOKTORU demiş. Açıklamasında şöyle anlatıyor; bu yerleşim yerinde yaşayan insanların göz sağlığı nasıl. Uzağı mı daha iyi görüyorlar yoksa yakını mı daha iyi görüyorlar. Çünkü ona göre tasarımlarımda kullanılabilirlik, büyüklük-küçüklük, ekonomiklik özelliklerini düşünmeliyim diye cevap vermiş. Bunların yanında farklı yaş grupları ile iletişim kurarım. Bazen küçük bir çocuğun söylemi, fikir olarak ışık olabilir. Bazen de yaşlı bir insanın soruya verdiği dönüt farklı bir kulvarda yol almanızı sağlayabilir. Tasarım toplum içinde yaşayacağı için park, AVM, kitapevi, kırtasiye, kafe vb. mekânlarda gözlemler yapar, fotoğraflar çeker, kısa süreli küçük diyaloglar, söyleşiler gerçekleştiririm.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Ben bunu otobüs duraklarına, terminallere benzetiyorum. Durak belki bir durağanlık-duraksama gibi algılanan bir yer. Hareketsiz gibi algılanır ama aslında en hareketli yerlerdir aslında. Farklı marka otobüsler, farklı insan çeşitleri, daha birçok farklılıkları içinde barındıran mekânlardır. Bence üstü açık okullardır. Formal değil ama informal yerlerdir. Beslenmek için gayet yararlı olabilir. Jetter Parnau “Tasarım BEYİNDE, Yaratıcılık RUHTA gizlidir” demektedir. Yani hem beynimizi hem de ruhumuzu beslemeliyiz. Buradan yola çıkarak takip ettiğim tasarım alanında yerli veya yabancı tasarımcılar veya web sitelerini ziyaret ederim. Bol bol görsel avcılık yaparak, fikrime yönelik ipuçları yakalamaya çalışırım. Ekleme, eksiltme, sadeleştirme gibi uygulama biçimleri üzerinde deneysel çalışmalar yaparım. Özellikle son günlerde bu tarz tasvir yazma çoğaldı. Çünkü AI artık bir nevi Hızır gibi yetişiyor gibi bir durum var. Artık kabullenmek gerekiyor ki tasarım mecraları farklı bir zaman yaşıyor. Direnmek yerine uyum sağlamayı deneyimlemeliyiz. Üslubumuzdan ödün verelim gibi algılanmasın. Bilgimize ve tecrübemize bir level daha ekleyelim diyelim. Belki panel üzerinde o gözü kapatırız ama yeri geldiğinde o göz açılır ve sizi farklı bambaşka yerlere götürebilir. Bazen de bir tasarım fikri şiir mısraları arasında olabilir diye şiir okur, bazen de bir müzik tınısında olur düşüncesiyle farklı türden şarkılar dinlerim. Yerli veya yabancı, sözlü veya sözsüz fark etmez. Belki bir arabesk söylemlerinde belki bir rap sözlerinde belki de bir caz notalarında fikrimiz, sloganımız gizli olabilir. Bir tasarımcı devamlı toplum içinde olmalıdır. Çünkü yapılan tasarım toplum içinde yaşayacaktır, görülecektir. Bunu şuna benzetirim hep. Bir yakınınız veya sizden biri farklı bir yerde okur, görev yapar, yaşar. Onun yaşadığı yeri görmek istersiniz. Tasarımda böyledir. Sizindir, sizden biridir o.

Yaşadığı yeri görmek sizin hakkınızdır. Kendini güncelleştirme toplumun nabzına göre değişmektedir. Toplumda neler oluyor, hangi renkler kullanılıyor, hangi jargon kelimeler türedi, bunların hepsi toplum içinde yaşıyor. Kore'deki renk trendini bilelim, Eskişehir'deki renk skalasını da gözlemleyelim. Farklı kültürler hakkında tabii ki bilgili, bilinçli olalım ama kurumsal duruş içinde kendi öze uygunluğu ve olabilirliği düşünelim. Tasarımda kültürel dokulara katkı sağlayalım. Klişe olacak ama farklılıklar zenginlik kaynağı olabilir.

- 5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Yeni açılmış bir kafenin ismi ve logo-amblemi için arkadaşlar davet ettiler. Öncesinde kamufle olarak gittim, orayı gözlemledim. Çok salaş bir yerdi. Duvarlarda ve yerde eski kilim, halılar, niş içinde eski gaz lambası, saz, kemençe, eski ahşap bavullar, gramofon, eski radyolar, çini-seramik objeler vb. vardı. Hele ki siyah beyaz bir çerçeveli fotoğraf vardı ki beni çok etkiledi. Eski bir BMC kamyon önünde çocuk figürü yer alıyordu. Çocukluğuma götürdü beni. Organik bir bağ kurdum orada. Çünkü aynı kurgu ve kompozisyonda benim de fotoğrafım vardı. Bir yandan Radyo 45 çalışıyordu. Gençler olduğu gibi orta yaş kişilerde vardı. Kahve, kömür üzerinde yapılıyor. Biraz oturdum. Sonra bir vatandaş içeri girdi ve yan masaya oturdu. Yöresel şivesiyle ve birazda uzatarak “bigaave vercen mi? Diye seslenince hemen ismini “BİGAVE” olarak belirledim. Notlarımı aldım. Logo amblem üzerinde taslaklar hazırladım. Aradan bir zaman geçtikten sonra işyeri sahibiyle buluştum. Yaşadığım süreci ve işyeri isminin çıkış hikâyesini paylaştım. Çok organik bir isim olduğunu belirttim. Ve logo-amblem için elimdeki birkaç taslağı gösterdim. Hemen kabul gördü ve artık o isim ve tasarımla yaşıyor. Goethe'yle bitireyim. “En zor şey, gözlerimizin önünde ne olduğunu görmektir.”

Katılımcı: MEHTAP UYGUNGÖZ

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Kullanılan tasarım malzemesinin, ön planda göze hitap ederken amacına ulaşması ve arka planda da izleyiciye beyin yoluyla farklı düşünceler uyandırmasıdır.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Masa başına oturarak fikir bulma gayreti bazen sonuç vermez. O yüzden gezmek (fiziki veya dijital), bakmak ve görmek yaratıcılığı tetikler. Uykuya geçmeden önce de yaratıcı duygular beyine hücum edebilir (bende oluyor).

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Tasarımdan anlayan veya normal bir insanla beyin fırtınası yapmak, o zamana kadar düşünülmemiş bakış açısını harekete geçirebilir.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Kenara kaldırıp dikkatimi başka konulara veririm; beynimi boşaltacak ilgi alanlarına yönelirim. Temiz beyinle tekrar eldeki tasarıma dönüş yaptığımda daha iyi sonuçlar aldığımı görürüm.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Öğrenciliğimde verilen bir ödev aklımdan çıkmaz. Tasarım konusu bir çocuk kitabı resimlemesi idi. Derya deniz olan çocuk masalları arasından birini seçmek, resimsel kaygı ile şekillendirmek beni haftalarca karın ağrısına sürüklerken, bir gün yere dökülmüş boya lekesi moralimi yükseltti. Gördüğüm o lekeden hareketle ilk önce Dede Korkut Hikayelerinden birine ilham kaynağı oldu, ardından lekesel form oluşturma seçeneğini geliştirmemi sağladı. Son gün hızlıca bitirdiğim ödevimden de 95 alarak hem karın ağrılarımdan kurtuldum hem de sonucun başarısından mutlu oldum. Bugün bile ihtiyaç duyduğumda benzer lekesel çözümlere başvuruyorum.

Katılımcı: DİLEK ERDOĞAN AYDIN

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Farklı, yenilikçi ve yaratıcı oluşu.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Genelde eskiz yaparken fikir bulurum.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

İyi işlere bakıp esinlenmeye çalışırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bu fikri üretip bir kenara koyarım böylece ondan koptuğumu düşünüp yenilerini bulmak için kendimi zorlarım.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Sevdiğim bir afiş tasarımımda, fikir bulmamı sağlayan şeyin konuyu çok içselleştirmem olduğunu hatırlıyorum. Konuyu tanımlarken sözel olarak konuyu ifade edişimden yola çıkmıştım, durumu ve konuyu benzetme yöntemiyle ele alıp çözüm üretmiştim.

Katılımcı: EREN EVİN KILIÇKAYA

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Özgün olması ve yaratıcı fikir barındırması

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Bolca eskiz yapmak en iyi fikir bulma yöntemi olarak hala geçerliliğini korumaktadır. Bunun dışında gezdiğim veya gördüğüm yerlerden de fikirler bulmaya çalışırım. Yani gezmek ve yeni yerler keşfetmek de fikir bulma aşamasında destekleyici bir yol olarak görülebilir.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Başka şeyler düşünmeye çalışırım. Kafamı dağıtmaya gayret eder, yeni bir bakış açısı için tekrar toparlamaya başlarım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Tek bir tasarım fikrinin alternatiflerini (Renk, layout vs.) üretmeye çabalarım.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Lisans öğrencisi iken daha çok tasarım süreci ile haşır neşirdik. Şuanda görevim icabı idari işlerden tasarım yapmaya çok vakit bulamıyorum maalesef. Bu nedenle örnek de eskilerden olacak. 2. sınıfta Grafik Tasarım dersinde Emre Becer hocamızın verdiği bir konu vardı dergi kapağı tasarımı yapılacak ve güncel bir problem ele alınacaktı. Düşünüyordum fakat aklıma bir türlü yaratıcı bir fikir gelmiyordu. Bir kaç gün geçti, proje devam ederken çok sıkıldığımı hatırlıyorum fikir bulmakta zorlandığımdan dolayı. Sonra izin isteyip sınıftan çıktım, tuvalete gittim ve birden aklıma bir fikir geldi. Birdenbire aniden kafamda örümcek ağlarından birbirine dolanmış bir yol canlandı, trafik sorununu ele almaya çalıştığım bu tasarımdaki fikir bulma süreci ilginç bir anı olmuştur.

Katılımcı: SEDEF BİNGÖL ÇETİNKAYA

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bir tasarım fikrini iyi yapan tasarım problemine özgün ve yaratıcı çözüm getirmesidir. Bu çözüm basit ya da ihtiyaca göre karmaşık da olabilir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Eskiz yapmak dışında benzer konularda yapılmış iyi çalışmalara bakmak yol gösterici oluyor. Hatta benzer konularda olmasa bile iyi işlere bakmak ilham verebiliyor. Kısacası çok bakmak diyebilirim.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Hemen derin nefes alır gökyüzünü izlerim. Kendime iyi gelecek sözler söyler beni motive edecek iyi müzikler dinlerim. İyi müzik hep yardımcı olmuştur.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Genellikle böyle bir şey olmaz. Çünkü alternatifli düşünürüm. Ama olursa da her işin farklı şekilde çözülebileceğini bildiğimden önce saplandığım fikirden uzaklaşmak için farklı bir şeye yoğunlaşıp belki bir film izler ya da bir şeyler okur. Sonra o problemi tekrar düşünürüm.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Edding markasının derz kalemi için çalışıyordum reklam ajansı yıllarında. Çok basit bir şekilde kalemin işlevini gösterecek bir çalışma isteniyordu. Düz bir şey bir türlü içime sinmiyordu. İş dergide yayınlanacağı için şeffaf bir layer olarak asetet bir sayfa önermiştim. “tek kalemde silmek” fikrinden de bir slogan başlık atmıştım. O fikri ajansın tuvaletinde bulmuştum. Bir şeye yoğunlaştığımızda bazen gerçekten fikrin nerde ne zaman nasıl geleceği belli olmuyor. Çok sevdiğim iyi bir iş çıkmıştı.

Katılımcı: KONUR KOLDAŞ

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Öncelikle amaca hizmet etmesi, izleyiciyi etkileyerek onda kalıcı iz bırakmasıdır. Böylece tasarım fikri yaşayacak ve çıkış noktasından daha gelişmiş bir noktaya ulaşacaktır.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Öncelikle konu üzerinde daha önce yapılmış çalışmaları inceleyerek yeni fikre daha geniş bir yol açmaya çalışırken tekrar eden, bulunmuş fikirleri uygulama riskinden de uzaklaşıyorum.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Üzerinde düşündüğüm konudan tamamen uzaklaşmaya çalışarak zihnimde bambaşka konular canlandırmak yoluyla mobilya yer değişikliği yaparak bulunması gereken fikir için yeni alanlar, boşluklar yaratmaya çalışırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bu fikrin iyi olduğunu kabul eder, kendimi takdir ederim ancak çok daha iyi onlarca fikrin derinlerde bir yerde beklemekte olduğunu kendime hatırlatarak takılınan fikri dinlenmeye alıp, sen biraz dinlen, ben yeni oyun arkadaşları bulayım sana diyerek konu üzerinde düşünmeye devam ederim.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Anadolu Üniversitesi'ndeki lisansüstü eğitimim sürecinde Prof. Tevfik Fikret Uçar'ın yönettiği bir ders projesi kapsamında ürettiğim onlarca tasarım fikri sürekli reddedilmiş ve fikirlerimin çalışmalarımın hiç biri kabul görmemişti. Konu üzerine çalışmayı, düşünmeyi bırakmadan ancak yöntem değiştirerek bilgisayar başından kalkıp atölyede elime mürekkep, boya bulaştırarak yeni arayışlara girdim ve projenin başından beri yaptığım çalışmaların, verdiğim emeğin varlığını yok saymadan bambaşka fikirlerin peşine düştüm. Sonuç olarak harcanan zaman ve rafa kalkan onlarca fikir bana hala dimdik arkasında durabildiğim ve kabul gören bir tasarım olarak geri döndüler. Böylelikle başarılı tasarıma giden süreçte denemelerin, araştırmanın ve emeğin ortak gücüne tekrar şahitlik etmiş oldum

Katılımcı: PINAR EKE

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İşlevsellik ve estetiği buluşturması, bir ve hatta birkaç soruna çözüm üretmesi, bunu yaparken pratik olması.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Eskiz dışında örnek teşkil edebilecek işleri incelemek ve üzerine düşünmek de sık kullandığım bir yol.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Başka, o fikirle çok alakasız bir işle/uğraşla ilgilenirim.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Fikrime aşık mıyım diye etrafımdan görüş almak.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Fikirlerin daima süreci basitleştirebilmekten geldiğine inanırım. En yalın haliyle sürecin bütününe görebildiğimde en etkili fikirler çıkar hep. Aklımda kalan bir olay yok ancak ilhamı bulduğum yer çoğunlukla “bilmek”. Çalıştığım konu ile ilgili detaylı bilgiye sahip olmak o konuyu tanımakla eş değer olduğundan tanıdığım bir şey hakkında fikir üretmek de kolay oluyor.

Katılımcı: ZİYACAN BAYAR

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bu soruya Donald Norman'ın insan bilişselliğinin katmanları formülü üzerinden bakmak belki yararlı olabilir. Bu bağlamda iyi bir tasarım insanın içgüdüsel beğenisi ve bilişsel kavraması arasındaki köprüyü kurabilen fikirdir. Oldukça öz biçimde tariflersek İletişim kurmayı hedeflediği insanlar üzerinde oldukça açık bir iletişim kurgulayabilmesi ve aynı zamanda doğru ve öngörülen duyguları uyandırabilmesidir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Eskiz yapma aşamasının bir önceki hali olan bol araştırma yapmak ve konu üzerinde sürekli öğreniyor olmak yapılacak eskizlerin de derinliğini arttırır düşüncesindeyim. Bu yüzden araştırma en az eskiz kadar fikir bulmada önemli bir yoldur.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Başka şeylerle ilgilenirim. Bu sırada beynimin hala fikir aradığı fakat bunun üst katmanlarda çalışan görünür bir çaba olmadığının da bilincinde olurum.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

İnsanlarla test ederim. Takılı kaldığım fikrin yalnızca çokça üretmek aşkına mı bir kenara atmam gerektiği, yoksa gerçekten hedefe ulaşan görsellik olup olmadığı konusunda bana geribildirim verir.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Özel yeri olan bir hikayeden bahsedemem fakat İyi Tasarım İzmir etkinlikleri için yaptığım kimlik tasarımlarında özellikle birkaç aya varan düşünme süreci karar vermenin evreleri konusunda bana oldukça şey öğretti diyebilirim. İlk birkaç haftada işler gibi görünen fikirlerin araştırmalar doğrultusunda git gide evrilmesi ve bu uzun sürecin sonunda son dakikada ortaya çıkan bambaşka bir fikrin seçilmesi. 7 yıl aralıksız süren bu tasarım serisi için her yıl tekrarlanan bu süreç ilginç bir tesadüf. Ya da zihnin yaratıcı süreç bulmada izlediği bir pattern.

Katılımcı: SİNEM ÜNAL

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bana göre bir tasarım fikrini iyi yapan şey zamansız ve dikkat çekici olmasıdır. İyi bir tasarım, hangi zamanda olursak olalım mutlaka izleyicinin dikkatini çeker.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Bol bol araştırma yapmak. Farklı tasarımcıların işlerini incelemek ve konu ile alakalı ne varsa okumak, izlemek, araştırmak.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Eğer iyice araştırmışsam, fikir bulmaya çalışmayı bırakırım. Tamamlanmadığı için zihnimde açık kalan bu “sekmeye” hiç beklemediğim bir anda bir fikir mutlaka gelir.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Genellikle tek bir fikre takılıp kalmam. Mutlaka aklıma tasarım fikrini aradığım anahtar kelimeleri bir kağıda yazarım. Bu anahtar kelimeler üzerinde düşünerek farklı fikirler bulmaya çalışırım.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Red Bull yarışması. Dünyada “Yaratıcı Kutular” adıyla anılan Red Bull Yaratıcı Kutular yarışmasında finale kalan 50 adayın eserleri Santral İstanbul'da sergilenecekti. Halka açık olan bu sergide jüri, tasarlanan kutuların tasarım fikrini ve kullanılan tekniği ne kadar iyi yansıttığını değerlendirdi. “Jingle Bulls” adını verdiğim tasarımı ilk elli tasarım arasında yer aldı ve sergilenmeye hak kazandı. Bu beni tasarım alanına adım atmaya teşvik etti ve ilham verdi. Burada Red Bull'un enerji verme, uçurma gibi mesajlarını göz önünde bulundurarak yılbaşı temasından ve Noel Baba efsanelerini araştırarak, kendisini uçuran geyikler yerine redbull kutularını koyduğum gerçek malzemelere dayalı bir eser tasarladım.

Katılımcı: FUNDA ÖZBUCAK

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İşlevsellik: Tasarım, kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamalı ve belirli bir işlevi yerine getirmelidir. Tasarımın temel amacını anlamak ve bu doğrultuda işlevsel olması önemlidir.

Kullanılabilirlik: Tasarım, kullanıcıların kolayca anlayabileceği ve etkileşimde bulunabileceği bir yapıya sahip olmalıdır. Kullanılabilirlik, kullanıcı deneyimini artırarak tasarımın başarılı olmasına katkıda bulunur.

Estetik Değer: Tasarımın estetik açıdan çekici olması, genellikle kullanıcıların ilgisini çeker ve ürünün veya hizmetin algısını olumlu yönde etkiler.

Orijinallik: Tasarım, yenilikçi ve orijinal olmalıdır. Başkalarından farklı, özgün bir bakış açısı sunarak dikkat çekici ve hatırlanabilir olabilir.

Kapsamlılık: Tasarım, genel bakışı ve detayları içermeli, kullanıcıların ihtiyaç duyduğu bilgileri eksiksiz bir şekilde iletmelidir.

Teknoloji ile Uyum: Eğer bir dijital tasarım söz konusuysa, kullanılan teknoloji ile uyumlu olmalı ve çağın gereksinimlerini karşılamalıdır.

Hikaye Anlatma Yeteneği: Tasarım, bir hikaye anlatma yeteneği ile kullanıcıları etkilemeli ve onlara bir deneyim sunmalıdır.

Esneklik: Tasarım, farklı platformlarda ve farklı cihazlarda uyumlu bir şekilde çalışabilme esnekliğine sahip olmalıdır.

Marka Tutumunu Yansıtma: Eğer tasarım bir markayı temsil ediyorsa, marka değerlerini ve tutumunu doğru bir şekilde yansıtmalıdır.

Geri Bildirim Alma ve İyileştirme: Tasarım sürecinde geri bildirim alma ve bu geri bildirimleri kullanarak tasarımı sürekli olarak iyileştirme yeteneği, başarılı bir tasarımın önemli bir özelliğidir.

İyi bir tasarım fikri, bu faktörlerin dengeli bir şekilde bir araya getirilmesiyle ortaya çıkar. Bu, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak, estetik bir deneyim sunmak ve öne çıkmak için önemlidir.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Araştırma ve Analiz: İlk adım olarak, tasarımcılar belirli bir proje veya konuyla ilgili detaylı bir araştırma yapabilirler. Bu, mevcut trendleri, sektörü, hedef kitlenin

ihtiyaçlarını ve benzeri faktörleri anlamak için önemlidir. Bu bilgiler, tasarımcılara tasarım sürecinde rehberlik edebilir. Mood Board Oluşturma: Mood board, renk paletleri, grafik öğeler, fotoğraflar ve diğer ilham verici öğelerin bir araya getirildiği bir koleksiyondur. Tasarımcılar, mood board oluşturarak görsel bir rehber elde edebilir ve tasarım fikirleri için ilham alabilirler.

Brainstorming (Fikir Patırtısı): Grup halinde veya bireysel olarak yapılan beyin fırtınası, yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olabilir. Farklı konseptlerin hızlıca paylaşılması ve tartışılması, tasarım fikirlerinin gelişimine katkı sağlar.

Kullanıcı Geri Bildirimi: Var olan bir tasarımı kullanıcılardan alınan geri bildirimlere dayanarak iyileştirmek veya yeni fikirler geliştirmek de mümkündür. Kullanıcılar, ürün veya hizmetle ilgili ihtiyaçları ve beklentileri hakkında önemli bilgiler sağlayabilirler.

Doğa ve Çevre İncelemesi: Doğa, sanat, mimari ve çeşitli çevresel etmenler, tasarımcılar için ilham kaynakları olabilir. Doğal formları, renkleri ve desenleri inceleyerek tasarım fikirleri geliştirebilirler.

Öykü Anlatma: Tasarım sürecini bir hikaye olarak düşünmek, tasarımcıların daha derin ve bağlamlı fikirler geliştirmelerine yardımcı olabilir. Tasarımın kullanıcılarla nasıl etkileşime geçeceği ve nasıl bir deneyim sunacağı hakkında bir hikaye oluşturmak, tasarımın yönlendirici bir vizyonunu belirleyebilir.

Bu yöntemleri bir araya getirerek, tasarımcılar daha kapsamlı, kullanılabilir ve etkileyici tasarım fikirleri oluşturabilirler. Her bir tasarımcının tercih ettiği yöntem, kişisel çalışma tarzına ve projenin gereksinimlerine bağlı olarak değişebilir.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Mola Verme: Zihinsel bir mola, bazen en iyi çözümdür. Bir süre uzaklaşmak, dinlenmek veya başka bir şeyle ilgilenmek, zihinsel tazeleme sağlayabilir ve yeni perspektifler sunabilir.

Farklı Alanlarda Araştırma Yapma: Tasarımcılar, çalıştıkları alandan farklı konulara yönelerek yeni perspektifler kazanabilirler. Bu, tasarım sürecine farklı bakış açıları ve ilham kaynakları ekleyebilir.

İlham Almak İçin Dışarı Çıkma: Doğa yürüyüşleri, müze ziyaretleri veya farklı bir çevre, tasarımcılara yeni fikirler bulma konusunda yardımcı olabilir. Dışarıda olmak, duyuları harekete geçirerek yaratıcılığı artırabilir.

Günlük Tutma: İlginç gözlemler, düşünceler ve ilham kaynakları günlükte kaydedilebilir. Bu, tasarımcının zihinsel süreçleri daha iyi anlamasına ve ilham kaynaklarını daha etkili

bir şekilde takip etmesine yardımcı olabilir.

Farklı Disiplinlerden İlham Alma: Tasarım dünyası dışındaki disiplinlerden, örneğin edebiyat, müzik, sanat veya bilimden ilham almak, tasarımcılara farklı bir bakış açısı sunabilir.

Önce Hedef Belirleme Sonra Yaratma: Tasarımcılar, önce hedeflerini belirleyip ardından tasarım sürecine odaklanabilirler. Belirlenen hedefler, düşünce sürecini yönlendirebilir ve tasarımcının odaklanmasına yardımcı olabilir.

İşbirliği Yapma: İşbirliği, farklı bakış açıları ve düşünce tarzları getirebilir. Diğer tasarımcılarla veya takım üyeleriyle bir araya gelmek, yeni fikirlerin ortaya çıkmasına ve problem çözme sürecine katkıda bulunabilir.

Geçmiş Çalışmaları Gözden Geçirme: Önceki projelerinizi veya başkalarının başarılı tasarımlarını gözden geçirmek, ilham almanıza ve yeni bir projede kullanabileceğiniz öğeleri tanımlamanıza yardımcı olabilir.

Her tasarımcının çalışma tarzı farklı olduğu için, bu önerilerden hangisinin en etkili olduğunu belirlemek kişisel bir süreçtir. Fikir tikanıklığıyla başa çıkmak için birkaç farklı strateji denemek, genellikle yaratıcılığı canlandırabilir ve yeni perspektifler sunabilir.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir

Perspektif Değiştirme: Farklı bir bakış açısı benimsemek için bir süreliğine projeden uzaklaşın. Tasarımı başka bir kişinin gözüyle düşünmeye çalışın. Kullanıcı perspektifinden bakarak tasarımınızı değerlendirin

Mood Board Oluşturma: Tasarımınıza ilham vermek ve yeni fikirler bulmak için bir mood board oluşturun. Renk paletleri, desenler, görseller ve ilham aldığınız öğeleri içeren bir koleksiyon oluşturun.

Küçük Hedeflere Bölme: Büyük bir tasarım problemini küçük parçalara bölerek her bir parçayı ayrı ayrı ele alın. Küçük hedeflere odaklanmak, daha yönetilebilir ve çözülebilir bir problem seti oluşturmanıza yardımcı olabilir.

İlişkileri ve bağlantıları daha iyi anlamak, yeni fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olabilir

İçsel Günlük Tutma: İçsel düşüncelerinizi ve duygularınızı bir günlükte yazmak, duygusal blokajları aşmanıza ve içsel motivasyonu artırmanıza yardımcı olabilir.

Her tasarımcının zorlandığı durumlar farklıdır, bu nedenle bu önerileri kişisel çalışma tarzınıza ve projenizin gereksinimlerine uyarlamak önemlidir. Farklı yöntemleri deneyerek, yaratıcılığınızı canlı tutabilir ve tasarım sürecinizde ilerleme

kaydedebilirsiniz.

- 5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Problem: Bir kullanıcı deneyimini iyileştirmek veya belirli bir ihtiyacı karşılamak amacıyla yeni bir tasarım fikri geliştirmeye karar verdim.

Araştırma: İlk olarak, sektördeki trendleri, mevcut çözümleri ve benzer tasarımları araştırdım. Bu aşama, sektördeki boşlukları ve kullanıcıların karşılaştığı sorunları anlamamı sağladı.

İlham Kaynakları: Daha sonra, ilham almak için farklı kaynakları keşfetmeye başladım. Bu kaynaklar arasında sanat, doğa, kitaplar, diğer tasarımcıların çalışmaları, müzik ve hatta günlük yaşam yer alabilir.

Katılımcı: DENİZ ERTEN

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

İşlevsellik, özgünlük, uygulanabilirlik.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler. Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Çalışacağım konuya dair hızlı bir araştırma yaparım. Bunun amacı görsel ve zihinsel olarak kendimi tetiklemektir. Kendi bilgi birikimimle buluntuları birleştirerek bir beyin fırtınası yaratır ve fikre ulaşmanın yaratıcı sürecini başlatırım, eskizle devam ederek bu yaratım sürecini geliştiririm.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Eğer vakit sıkıntım yoksa konudan tamamen uzaklaşıp ve kendime zaman veririm. Dar vakitli işlerde muhakkak birileriyle beyin fırtınası yaparım. Kimi zaman bir işe çok baktığımda, yani tükenmişlik anlarında körleştiğimi hissedirim ve denkleme benim göremediğim farklı bakış açılarını sokmanın önemine inanırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bu gibi durumlarda daha derin bir araştırmaya girmem gerektiğini hissedirim. Bir konuyla ilgili kesinlikle uygulanabilir en az 2-3 fikir bulmadan yola devam etmeyi istemem ve fikre aşık olmayı gelişim açısından tehlikeli bulurum.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Basitçe; bir sanat kitabı tasarımı dersi için hazırladığım müziğin görece öznel, görsel yorumlaması olan projemden örnek vereceğim. Burada hayat boyu müziğe duyduğum ilgi ve konservatuar geçmişimden kaynaklanan bilgi birikimim, güçlü görsel hafızam, zevkle yaptığım kaligrafi çalışmalarım ve asemik yazı üzerine yazdığım tez nedeniyle lekesellik ve açık anlamlı yazılara olan görsel aşinalığım sayesinde, ritim, renk, vuruş, leke, tasarım ve malzeme bilgimi, müziğin bende yarattığı duygularla birleştirmiştım. Görüleceği gibi, yaşanmışlığım, duygu ve bilgi birikimim, ilgi alanlarım, bu projenin tasarım fikrinin en büyük temel taşları olmuştur dolayısıyla çok görmek, çok okumak ve tecrübe, bence fikirleri besleyen en önemli unsurlardır.

Katılımcı: BARIŞ HASIRCI

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Konular arasında, konu ve görsel arasında, görseller arasında kurulan ilginç bir bağlantı, izleyeni gülümsetebilecek bir ilişkinin sunulması olabilir. Ziraat Bankası'nın logosu çocukluğumda bile çok etkilerdi beni. “Z” ve “B” harflerinin başak biçiminde kullanılabilmiş olması çok şaşırtırdı. İzleyeni şaşırtmak, gülümsetmek önemli sanırım.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Kurşunkalem ve kağıtla hızlı taslaklar yapmak en sık kullandığım yöntem herhalde. Bununla birlikte, fikir bulmak için çalışılacak konuyu iyi anlamak, konuyu araştırmak yeni düşüncelerin doğmasına, bağlantıların kurulmasına yardımcı olabiliyor. Başarılı bulduğum tasarımcıların çalışmalarını, ufuk açıcı, farklı biçimlerde düşünmeyi örnekleyen çalışmaları incelemek, nasıl bir çalışma yapmak istediğimi anlamamı da kolaylaştırabiliyor.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Fikir bulamam bazen konuyla ilgili yeterince bilgiye sahip olmamamdan kaynaklanıyor olabiliyor. Bununla birlikte, bazen konuyla ilgili çok bilgiye sahip olup, kuramsallığa çok ağırlık verdiğim için konun görselliğini çözemiyor olabiliyorum. Sonuç olarak, çok kesin olarak söyleyemeyecek olsam da, bazı durumlarda daha çok bilgiye ihtiyacım olması gerektiği için araştırmaya ağırlık veririm, bazı durumlarda da biriken bilgileri bir kenara bırakıp görselliğe odaklanır, bilgi birikiminin doğal olarak ortaya çıkacağına güvenmeye çalışırım.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Bazen takılıp kalmanın nedeni, bir şey anlatmaya çalışmaya çok takılmam olabiliyor o yüzden konuyu anlatmaya çalışmayı bırakıp biçimlerle, harflerle, kompozisyonla sadece oynamak düşüncelerin özgürleşmesini sağlayabiliyor. Hesapsız, çok daha gelişigüzel ilerlendiğinde kendiliğinden ortaya çıkan ilişkileri görmeye, onları kullanmaya çok daha açık olabiliyorum.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Önceki sorularda değindiğim konuyla ilgili bir örnek geldi aklıma: 8 Mart Dünya

Kadınlar Günü'yle ilgili düzenlenen bir serginin afişini hazırlamaya çalışıyordum. Afişle, biçimlerle anlatmak istediklerimi kuruyor, biçimleri bunları yansıtacak biçimde oluşturmaya çalışıyordum yalnız taslaklarım belki kullanılabilecek olsa da pek tat vermiyordu. Uzunca bir süre afiş üzerinde uğraştıktan sonra az çok bir çalışmada karar kıldım. Artık çalışma tamamlanmaya yakın olduğu için rahatlamış bir biçimde son bir kez tasarım öğeleriyle kısaca oynamak, atladığım bir şey var mıydı bir kere daha bakmak istedim. Sadece gerekli olan yazı, logo gibi öğeleri yerleştirdim ve onlarla oynamaya, eğip bükmeye, katı düşüncelerime çok da uymayabilecek biçimler oluşturmaya, ilişkiler kurmaya başladım. Uzun süredir ilk defa çalışırken eğlenmeye, şaşırtıcı ve belki etkili olabilecek ilişkiler görüp kullanmaya başladım. Böylelikle afiş teslim edeceğim son gün sıfırdan bir afiş çalışıp kısa sürede tamamladım ve çalışma hem içime sindi hem de sonunda bu çalışma kullanıldı. İnanılmaz bir çalışma oldu mu? Büyük olasılıkla hayır, yalnız önemli olan; çalışırken şaşırdım, eğlendim ve az da olsa aklımdaki kalıplar büküldü. Tasarımla ilgili bildiğim kurallara uymaya çalışmak yerine kendim için radikal yaklaşımlar uygulasam, kendimi zorlamayıp serbest çalışsam, malzemeyle oynasam da temeldeki tasarım bilgimin, anlayışımın doğal olarak ortaya çıktığını, tasarımı koruduğunu görmüş oldum.

Katılımcı: ZAFER LEHİMLER

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Tasarım fikrinin dayandığı temel içeriktir. İyi bir tasarım fikrini ise temelden etkileyen şey bilgi birikimi ile şekillenen entelektüel yapıdır. İçerik açısından yapılan yazınsal/görsel araştırma tasarım fikrinin olgunlaşmasına yönelik her türlü olasılığın gözden geçirilmesine yön vererek biçimin karakterini belirler.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

İki boyutlu bir kağıt yüzeyde eskiz yapmaya nadiren ihtiyaç duyarım. Benim için eskiz sadece zihinsel süreçte başlar ve sonuçlanır.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Fikir bulmada tükendiğim bir süreç yaşamadım. Bana göre iyi bir tasarımcı hiçbir zaman fikir bulmada tükenmez! Sadece etkili bir görsel mesaj açısından çeşitlendirebileceği tasarım fikirlerinden hangisini uygulamaya karar vereceğinde gelgitler yaşayabilir.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Görsel olasılıkları çeşitlendirerek pek çok farklı deneysel süreci takip ederim.

6- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Benim için bir dönüm noktası olan en önemli tasarım fikri 2011 yılında Almanya'da düzenlenen "Project Sunhine for Japan" etkinliğine gönderdiğim ve "En İyi Afiş" ödülü aldığım "Radiation" isimli afiş tasarımıdır. Afişin eskiz süreci tamamen zihinsel bir süreçte gerçekleşti. Dolayısıyla "Radiation" isimli afiş tasarımından itibaren her türlü eskiz süreci sadece zihinsel bir süreci kapsamaktadır.

Katılımcı: ÖNDER SAKIP DÜNDAR

1- Sizce bir tasarım fikrini iyi yapan nedir?

Bana göre tasarım fikrini iyi yapan şey ezberin dışına çıkarak beklenmedik, bilinmedik yollara girerek problemi çözmektir. İlk akla gelen ezberlenmiş yollarla sonuca ulaşmak yerine yeni yollar ve yöntemler araştırmanın bizi iyi fikre götüreceğine inanıyorum.

2- Tasarımcılar fikir bulma aşamasında çoğunlukla eskiz yapmayı tercih ederler.

Tasarım fikri bulmak için eskiz yapma dışında izlediğiniz bir yol var mı? Varsa nedir?

Bana göre tasarım fikrini iyi yapan şey ezberin dışına çıkarak beklenmedik, bilinmedik yollara girerek problemi çözmektir. İlk akla gelen ezberlenmiş yollarla sonuca ulaşmak yerine yeni yollar ve yöntemler araştırmanın bizi iyi fikre götüreceğine inanıyorum.

3- Fikir bulmakta tükendiğinizde ne yaparsınız?

Tıkanmak diye tabir ettiğimiz bu an her tasarımcının mutlaka başına gelen bir sancıdır. Ben böyle durumlarda önce bir soluklanıp yöntem değiştirmeye çalışıyorum. En başa dönüp başka bir perspektiften bakmaya çalışıyorum.

4- Tek bir tasarım fikrine takılıp kaldığınızda çözümlerinizi nelerdir?

Tek bir tasarım fikrine takılıp kalma hali bana göre bir önceki sorudaki sancıdır. Bazen asla sizi çözüme götürmeyecek bir fikre adeta kenetlenip o fikri bir yere de götüremezsiniz. Böyle durumlarda en iyi yöntem vazgeçmek ve başa dönmektir. Her hangi bir fikre aşık olmak bizi tıkanıklıktan başka bir yere götürmez.

5- Sizin için özel olan ya da aklınızda kalan bir fikir bulma hikayenizi paylaşabilir misiniz? Nasıl bir süreç yaşadınız, sizi o fikre götüren çağrışımlar, ilham kaynakları, durumlar veya olaylar nelerdi?

Fikir bulma anlarım değişkenlik gösteriyor. Bazen briefi dinlerken buluyorum. Bazen uyurken. Bazen sunmam gereken tarihe çok fazla yaklaştığım anda. Ama çoğu fikri uykuyla uyanıklık arasında bir yerde buldum. Tam o esnada uykuya dalmayıp kalkıp hemen bir eskiz yapmak ya da not almak gerekiyor tabii :)

Katılımcı: EVAN ABRAMS

1- In your opinion, what is it that makes a design idea good

Good “ideas” are like leverage. They do more with less. A good idea effectively accomplishes a goal or outcome of some kind.

2- Designers often prefer making sketches during the idea generation phase. Do you have any other methods for coming up with design ideas besides sketching?

If so, what are they?

It may be true that some do, but in my experience it starts with words before any images are created. A script becomes an AV Script which becomes boards and sketches. A brief describes deliverables and those are drawn up. The ideas exist before the sketches, the sketch is only the refinement of the idea into a visible form.

3- When you feel stuck in generating ideas, what do you do?

I return to the problem. Who is this for? Why are we doing it? What are we trying to accomplish? The goals and purpose of the thing dictate the direction. The problem will lead us to areas of research, things we can observe or test, trends we can oppose or follow, we must step out of the void and into the environment.

4- When you find yourself fixated on a single design idea, what strategies do you employ to overcome this?

I return to the source, same as being stuck in generating ideas. But, if I'm fixated on an idea it's typically because we have iterated and refined and followed a process that tells us we are dug into the right course. If we were fixated on an idea that does not satisfy the requirements then it's the same as not having an idea so we return to the source.

5- Could you share a personal or memorable story of how you came up with a specific idea? What was the process like, and what were the associations, sources of inspiration, situations, or events that led you to that idea?

I don't have many memories of these things. They are not remarkable or interesting. Ideas are a thing I create and discard with incredible regularity. To me, it is like asking a farmer if they remember any seeds they planted. Until it becomes a prize winning pumpkin, it's just a seed. Most seeds are nothing and are completely useless. I remember the execution of ideas, much more than their genesis.

Katılımcı: LUKAS VOLDERAUER

1- In your opinion, what is it that makes a design idea good?

A good design idea is characterized by a clear goal, user-centricity, innovation, aesthetic responsiveness, functionality, coherence, consistency and adaptability, while being flexible enough to accommodate different contexts.

2- Designers often prefer making sketches during the idea generation phase. Do you have any other methods for coming up with design ideas besides sketching?

If so, what are they?

Various methods for generating design ideas, besides sketching, include creating mind maps, brainstorming, assembling mood boards, analyzing user personas, prototyping, taking roles, observing and analyzing trends, associating words, analyzing competitors, and using constraints as a source of inspiration.

(If the question is limited to visual sketching only): Another option would be to create a collage from ideas you have collected yourself (for example, your own photos of different designs or on Pinterest) This approach is similar to the mood board (or a StyleCape) but is not for presenting to the client...

3- When you feel stuck in generating ideas, what do you do?

When I feel stuck in the ideation process, it helps to take a step back, change the environment, engage in activities away from the project, seek inspiration from multiple sources, collaborate with others to get fresh perspectives, or revisit the goals and constraints of the project to spark new thoughts.

4- When you find yourself fixated on a single design idea, what strategies do you employ to overcome this?

Fixation on an idea can be due to unclear briefs or insufficiently elaborated earlier steps. Thorough planning and clear communication in the early stages of the design process are crucial to encourage diversity and avoid such fixations):

When I become fixated on a single design idea, I employ strategies such as taking breaks to gain a different perspective, seeking feedback from colleagues or mentors to gain alternative viewpoints, exploring creative activities outside of the project to refresh my thinking, researching to discover new inspiration, and challenging assumptions by brainstorming alternative concepts to encourage a more diverse range of ideas.

5- Could you share a personal or memorable story of how you came up with a specific idea? What was the process like, and what were the associations,

sources of inspiration, situations, or events that led you to that idea?

I think the most important thing in creative services (not art) is to understand the client - I'll give you two examples that have significantly influenced not only the design process but also the whole marketing process (just graphic design examples for you here of course):

1st example: a client complained about his horrible past - he was often teased, and was never really taken seriously because of his small height. After all these years, he now wants to start his own business and show the world that he too can achieve great things. After this sentence, a majestic logo with capital letters (not small letters - see statement "small" from above) and a steadfast corporate design were created in the visual area.

2nd example: A new corporate identity should be created for 4 ladies who run a beauty salon. The contract was drawn up and only needed to be signed. However, this contract was not signed because all 4 ladies were firmly convinced that their stars (horoscope) were not aligned well this month and they would only sign next month...

They actually signed next month and we based the entire concept on "Stars in the beauty industry" - this was of course also incorporated into the corporate design

I hope I was able to give you some insight into your question "Where do ideas come from". In short: the idea actually already comes from the customer - we as service providers have to understand, absorb and feel this idea in order to deliver good results. The questions you mentioned above help us to do this.

Ek2: Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Karar Belgesi

Evrak Kayıt Tarihi: 13.12.2023

Protokol No: 665278

Tarih: 28.12.2023



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Güzel Sanatlar
BAŞLIK:	Fikirler Nereden Gelir?: Grafik Tasarım Sürecinde Fikir Üretimi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Melike TAŞÇIOĞLU VAUGHAN
TEZ YAZARI:	Behiye Aycan ERARSLAN
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
Prof. Dr. Saime ÖNCE (Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
Prof. Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (Başkan Yardımcısı -İkt. ve İdari Bil. Fak.)	Prof. Dr. Fatime GÜNEŞ (Edebiyat Fak.)
Prof. Dr. Yıldız ÜZÜNER (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Erkan YÜKSEL (İletişim Bil. Fak.)
Prof. Dr. Handan PEVECİ (Eğitim Fak.)	Prof. Dr. Kamil ÇEKEROL (Açıköğretim Fak.)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Behiye Aycan Erarslan

Yabancı Dil :

Doğum Yeri ve Yılı :

E-Posta :

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- Erciyes Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Araştırma Görevlisi (2013 yılından itibaren)
- Sanatta Yeterlik (2019) Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik ASD (devam ediyor), Tez Danışmanı: Prof. Melike Taşcıoğlu Vaughan
- Yüksek Lisans (2015-2019) Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik ASD, Tez Danışmanı: Prof. Tefik Fikret Uçar
- Lisans (2008-2012) Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Grafik ASD

Yayınları ve/veya Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri

- Erarslan, Behiye Aycan (2022). İkonik Gösterim ve Görsel İletişim. International Social Sciences Studies Journal, Doi: 10.26449 (Uluslararası) (Hakemli) (Derleme Makale) (e-ISSN:2587-1587)
- Çoruh Levent, Erarslan Behiye Aycan (2017). The Principles of Book Design For Electronic and Printed Books. E-Journal of New World Sciences Academy, Doi: 10.12739 (Uluslararası) (Hakemli) (Derleme Makale) (Yayın No: 4528441)
- Çoruh Levent, Erarslan Behiye Aycan (2016). Dijital Çağda Kitabın Dönüşümü. Anadolu Üniversitesi Sanat Tasarım Dergisi, Doi:10.20488 (Ulusal) (Hakemli) (Derleme Makale) (Yayın No: 4528476)
- Uluslararası, Sergiler/25-29.01.2023, ARTMODERN 3RD International Group Exhibition, Academy Global, Cape Town
- Uluslararası, Sergiler/24-25.12.2022, 13th International Group Exhibition Adventure of Art from Traditional to Contemporary, İzmir
- Ulusal, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 15.04.2022-25.04.2022, 15 Nisan Dünya Sanat Günü Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

Öğretim Elemanları Karma Sergisi, ERÜ GSF Prof. Dr. Zafert Bayburtluoğlu
Sergi Salonu

- Ulusal, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 08.03.2022-18.03.2022,
8 Mart Dünya Kadınlar Günü Öğretim Elemanları Karma Sergisi, Erciyes
Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Prof. Dr. Zafert Bayburtluoğlu Sergi
Salonu
- Ulusal, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 01.12.2021-10.12.2021,
2021 Ahi Evran Yılı Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim
Elemanları Karma Sergisi, Erciyes Kültür Merkezi Sergi Salonu
- Uluslararası, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 21.04.2021,
Uluslararası Sanat - Tasarım Konferansı ve Performans ve Sergisi, Dokuz Eylül
Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi
- Uluslararası, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 09.11.2020-
20.11.2020, 12. Uluslararası Anadolu Kaligrafi ve Tipografi Etkinliği “Yunus
Emre” Sergisi, Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü Çağdaş Sanatlar
Müzesi
- Uluslararası, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 04.11.2020-
15.11.2020, 12. Uluslararası Anadolu Kaligrafi ve Tipografi Etkinliği “Yunus
Emre” Sergisi, Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü Çağdaş Sanatlar
Müzesi
- Ulusal, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 04.05.2018-11.05.2018,
ÜAK Sanat Dalları Eğitim Konseyi 2018 Büyük Buluşma Sergisi
- Uluslararası, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 31.01.2018-
02.02.2018, USBİK Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Güzel Sanatlar
Sergisi Ulusal, SERGİLER/Karma SERGİLER/ 07.11.2017-17.11.2017, Yarının
Ustaları Yarışması
- Ulusal, Sergiler/Üniversitelerin Düzenlediği SERGİLER/ 18.05.2015-25.05.2015,
Yüzüncü Yıl Üni. Gençlik Buluşması Karma Sergisi

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri:

- Grafikerler Meslek Kuruluşu