

YARATICILIĞIN ABC'Sİ ve BİR ANALİZ *:

Yaratıcılık kimine göre doğuştan gelen bir yetenek kimine göre sadece Allah'a mahsus bir sıfat kimine göreyse sadece belli sektör ve kişilerin ihtiyaç duyduğu ve onların tekelinde olan bir nitelik. Bilimsel olarak yaratıcılık, en basit tanımıyla beynimizdeki mevcut düşünce kalıplarımız (neural network) yani bilgi ve tecrübe birikimlerimiz arasında kurduğumuz yanal bağlantıdır (lateral thinking). Böyle olunca da yaratıcılık hayatımızın hemen her alanında kullandığımız ve ihtiyaç duyduğumuz belli sınırların içerisine giremeyecek kadar geniş ve genel bir kavram haline geliyor.

Yaratıcılık zannedilenin aksine bir anda ortaya çıkan bir fikir ya da çözümden ibaret değil, esas itibarıyla belli aşamaları olan bir süreç ve yine zannedilenin aksine her zaman için çok karmaşık ve tespit edilmesi ya da ulaşılması çok zor bir hedef de değil. Kanımca en yaratıcı buluşlar aslında en basit işleyişi olanlar olmakta. "Basit olan güzeldir" sözünden hareketle eğer yeni karşılaştığınız bir ürün ya da hizmet size "ben bunu daha önce nasıl düşünemedim" dedirtiyorsa işte o gerçekten çok yaratıcı bir buluştur. Bu duruma verilebilecek en güncel örneklerden biri de sanırım çığ gibi büyüyen "facebook" çılgınlığı. Aslına bakacak olursak internet üzerinden arkadaşlık kurmayı ya da haberleşmeyi sağlayan ne ilk ne de son web sitesi facebook değil, bu yönüyle de yaratıcı olmaktan çok uzak. Facebook'un başarısı ortaya koyduğu farkta ve sunduğu ek hizmetlerde gizli. Kanımca en temel fark daha önce hiç tanımadığınız insanlara ulaşmayı hedefleyen diğer arkadaşlık sitelerinin aksine, daha önceden bir şekilde tanıdığınız ve daha sonra haberleşemediğiniz arkadaşlarınıza ulaşabiliyor olmak. Yaratıcılık eğitimlerimizde kullandığımız teknik tabiriyle Facebook : "arkadaşlık siteleri yeni arkadaşlar bulmak içindir" varsayımını sorgulayıp (yaratıcı düşünmede ön koşullardan birisi) bunu ters yüz (yaratıcı düşünme tekniği) ederek: "arkadaşlık siteleri yeni arkadaşlar bulmak için değildir" haline getirmiş oldu. Sunduğu ek hizmetler anlamında ise; Kişisel sayfanızı adeta bir günlük ya da odanızdaki bir pano gibi kullanabiliyor olmak, yüklediğiniz resimlerdeki arkadaşlarınızın isimlerini yazabiliyor olmak (tag) ve bundan arkadaşlarınızın anında haberinin olması, arkadaşlarınız sizin resminizi yükleyebiliyor olması, arama motoru bölümünden arkadaşlarınızı isimlerini yazarak arayabiliyor olmak, çok hızlı ve etkili bir mesajlaşma ve haberleşme sisteminin olması (e-hediyeler, gruplar, buluşmalar, testler, oylamalar, arkadaşlarınız sayfalarındaki değişikliklerden hemen haberinizin olması, karikatürler...vb) ve belki de daha da önemlisi yerel özelliklere ve ihtiyaçlara çok çabuk adapte edilebilir olması (Ör: Osmanlı pokesi ya da rakı sofrası).

Konumuza dönecek olursak en temel haliyle yaratıcılığın 4 aşaması mevcut, bunlar: Hazırlık, kuluçka, fikrin doğuşu ve geliştirme. Dünya üzerinde hemen hiçbir yaratıcı buluş, hizmet ya da problem çözümü yok ki bu dört temel aşamayı geçmesin. Gelin şimdi bu aşamaları biraz daha detaylı olarak irdelemeye çalışalım.

Kanımca bu aşamalardan en önemlileri başlangıç aşaması olan hazırlık ve son aşama olan geliştirme. Başlangıç aşaması olan hazırlık genel tanımıyla bizim yaratıcı düşünmek istediğimiz konu, ürün ya da hizmet hakkındaki bilgi birikimimiz. Yaratıcı düşünebilmek için adeta ön koşul olan bu aşama oldukça önemli çünkü bizler herhangi bir bilgi birikimimiz ya da en azından belli bir fikrimizin olmadığı bir konu hakkında yaratıcı düşünemeyiz. Yaratıcı düşünme tekniklerinden en temel teknik olan nitelikleri sıralama tekniği (attribute listing) aslında bu durumun iyi bir kanıtı. Ele aldığımız konunun niteliklerini alt alta yazarak fikir geliştirmeyi sağlayan bu teknikte konunun niteliklerini bilmiyor olmak tekniği daha

başlamadan etkisiz hale getirmekte, kaldı ki esas itibariyle tüm yaratıcı düşünme teknikleri ele alınan konunun niteliklerinin o veya bu şekilde farklı bir kombinasyonla bir araya getirilmesinden ibaret. Başka bir ifadeyle genel kültürleri yüksek, farklı konulara merak duyan ve farklı hobileri olan insanlar potansiyel olarak yaratıcı insanlardır çünkü bu kişilerin hazırlık aşamaları çok kuvvetlidir tek yapmaları gereken yanal bağlantıları kurmak için biraz çalışmak ve yaratıcı düşünme tekniklerini kullanmaktır. Bilimsel tanımı gereği beynimizdeki mevcut düşünce kalıpları arasında kurulan yanal bağlantı olan yaratıcılık aslında olmayan bir şeyi var etmekten çok uzak, aksine yaratıcılık zihnimizde olup da fark edemediğimiz bir şeye ulaşmak ya da farkına varmak denebilir bu yönüyle de dini inançlara da ters düşmemekte.

Son aşama olan geliştirme aşaması ise en az hazırlık aşaması kadar önemli, çünkü hemen her fikir ne kadar mükemmel olursa olsun süreç sonunda ne kadar başarılı bir ürün ya da hizmete dönüşürse dönüşün başlangıçta mutlaka zayıf ve eksik yönlere sahiptir yani üzerinde çalışılmaya ve geliştirilmeye muhtaçtır. Bugün çok yaratıcı olarak nitelendirdiğimiz birçok şey aslında başlangıç aşamasında saçma denecek kadar bile zayıf olabiliyor, iş dünyası bununla ilgili sayısız örneklerle doludur. Eminim siz de bunu destekleyecek birçok örnekle karşılaşmışsınızdır.

İkinci ve üçüncü aşamalar ise yaratıcılığın doğuştan gelen bir yetenek olduğuna inananların yüzünü ağartacak nitelikler, kimi insanlar bu iki aşamada daha etkin ve etkili olabilmekteler. Eğitim ve danışmanlık hizmetlerimiz süresince gördüklerimiz bu savı destekliyor demek çok da yanlış olmaz, kimi insanlar pozisyonları ya da görevleri ne olursa olsun çok daha hızlı ve rahat fikir ya da çözüm üretimi yapabilmekteler ancak kişisel görüşüm gereği ilk ve son aşamanın önemine biraz daha dikkat çekmek isterim. Bir insan ne kadar rahat yanal bağlantı kurarsa kursun ele aldığı konuyla ilgili hazırlık aşaması zayıfsa kuracağı yanal bağlantılar da belki nicelik olarak değil ama nitelik olarak o kadar zayıf olur. Kuvvetli bir hazırlık aşamasının getirdiği iyi bir fikir üzerinde yapılan iyi bir geliştirme çalışmasıyla gerçekten en yaratıcı sonuç elde edilmekte ve yaratıcı bir ürün ya da hizmet olarak karşımıza çıkmakta. Tahmin edeceğimiz üzere hazırlık ve geliştirme aşamasının doğuştan gelmeyle pek de bir ilgisi yok, bana göre bu açıdan yaratıcılık da aslında doğuştan gelmekten çok üzerinde çalışılarak sonradan kazanılan bir yetenek olabilmektedir. Diğer bir ifadeyle hemen herkesin içerisinde miktarı değişse de bir yaratıcılık mevcuttur, insanoğlunun doğası bunu gerektirmektedir. Belki de diğer canlılardan en önemli farkımız ve üstünlüğümüz de bu.

Yaratıcı sürecin bu dört aşaması için gözden kaçırılmaması gereken diğer önemli bir husus da her aşamanın kendine has kimi kural ve işleyişinin olması. Uygulamada eğitim ve danışmanlık hizmetlerimiz boyunca karşılaştığımız en temel ve yaygın sorunlardan biri bu çerçevede karşımıza çıkmakta: yaratıcı fikrin ya da problem çözümünün her yönüyle değerlendirilip ürün ya da hizmet haline geleceği geliştirme aşaması sırasında yönlendirilmesi gereken olumlu ya da en yaygın olarak olumsuz eleştirilerin, teknik adıyla “evet,ama...” ların daha ilk aşamada kullanılmak istenmekte. Belirttiğim üzere hemen her fikir ortaya ilk çıktığında mutlaka eksik ve zayıf yönlere sahip biz bu fikrin negatif yönlerini daha ilk aşamada ortaya dökerek olursak süreç sonunda çok başarılı olabilecek yaratıcı fikirleri bile en başta elemine etmiş oluruz. Esasında bu sorun tesadüfi ya da sadece bizlere has bir durum da değil, bu doğanın kanunu gereği ortaya çıkan bir olgu. İnsan beyninin temel dürtüsü tahmin edeceğimiz üzere potansiyel olarak öyle olduğu halde yaratıcı düşünmek değil, bizim beynimizin temel dürtüsü diğer canlılarda olduğu gibi yönettiği bedeni hayatta tutmak bu nedenle de karşılaştığı durumların negatif ve

kendine zarar verebilecek yönlerini hemen tespit edip buna karşı bir tedbir alma ihtiyacı hissetmekte. Yaratıcılık alanına dönecek olursak da bu nedenle biz yeni duyduğumuz fikirlere hep negatif yönlerine dikkat ederek yaklaşır, literatürdeki adıyla da “siyah şapka”¹mızı takarız. Ancak fikirler de yine doğada olduğu üzere tıpkı anne karnındaki bir bebek gibi başlangıç aşamasında biraz kollanıp korumaya muhtaç olmaktadır. Bizler nasıl doğmadan evvel anne karnında 9 ay 10 gün çevrenin negatif etkilerinden izole bir ortamda büyüüp daha sonra dünyaya geliyorsak fikirler de bu yönüyle aynı özelliğe sahiptirler. Belli bir geliştirme çalışması yapıldıktan sonra ancak eleştiriye müsait bir hale gelebilirler. Yeni bir fikirle karşılaştığımızda ilk yapmamız gereken şey fikrin kötü ya da işe yaramaz hatta saçma olduğuna inansak bile içerisinde olabilecek olumlu nüveyi bulmak ya da en azından bulmaya çalışmak olmalıdır. Bunu başardığımız zaman artık bu olumlu nüveyi geliştirip bir yaratıcı ürün ya da hizmete dönüştürmek için büyük bir adım atmış oluruz. Eğitim ve danışmanlık faaliyetlerimiz boyunca gördük ki bu kurala uyulduğu durumlarda süreç sonunda diğerlerine kıyasla çok daha yaratıcı ve verimli ürün ya da servis önerileri ya da problem çözümlerine ulaşılabilir.

Yazımın başında belirttiğim üzere yaratıcılık gibi geniş bir alanın tamamını sadece bir makale ile taramak oldukça zor. Bu yazımda genel bir bakış açısı ortaya koymak ve bir giriş yapmak asıl amacımdı umarım buna biraz olsun yaklaşabilmişimdir. Yaratıcılığın bir lüksten çok bir ihtiyaç olduğu artık ülkemizde de genel bir kabul görmeye başladı. Bizim de ABC Danışmanlık ve Eğitim olarak temel hedeflerimizden bir tanesi bu konuda bir farkındalık yaratmak ve ülkemizde zaten fazlasıyla bulunan yaratıcılığı biraz olsun tetikleyip su yüzüne çıkarmak ve somutlaştırmak. Sizlerin de yardımıyla bu amacımıza ulaşmayı diliyorum, saygılarımla.

Arif Gökhan RAKICI

Aralık 2007

¹ Karar verme aşamasında ortaya atılan fikrin negatif yönlerinin tespit edilmesi. Ayrıntılı bilgi için bkz. Edward De Bono, “Altı şapkalı düşünme tekniği”, Remzi kitapevi

* Bu makale Kariyerinfo'da ve İK Bilgi Paylaşım Platformu'nda yayımlanmıştır, 14.06.2010. Ayrıntılı bilgi için <http://www.ikpaylasim.com/makale/ik-ve-inovasyon/yaraticiligin-abc%E2%80%99si-ve-bir-analiz.html> ve http://www.kariyerinfo.com/kariyer_yazilari.asp?T=35&S=27&I=0&TID=3002