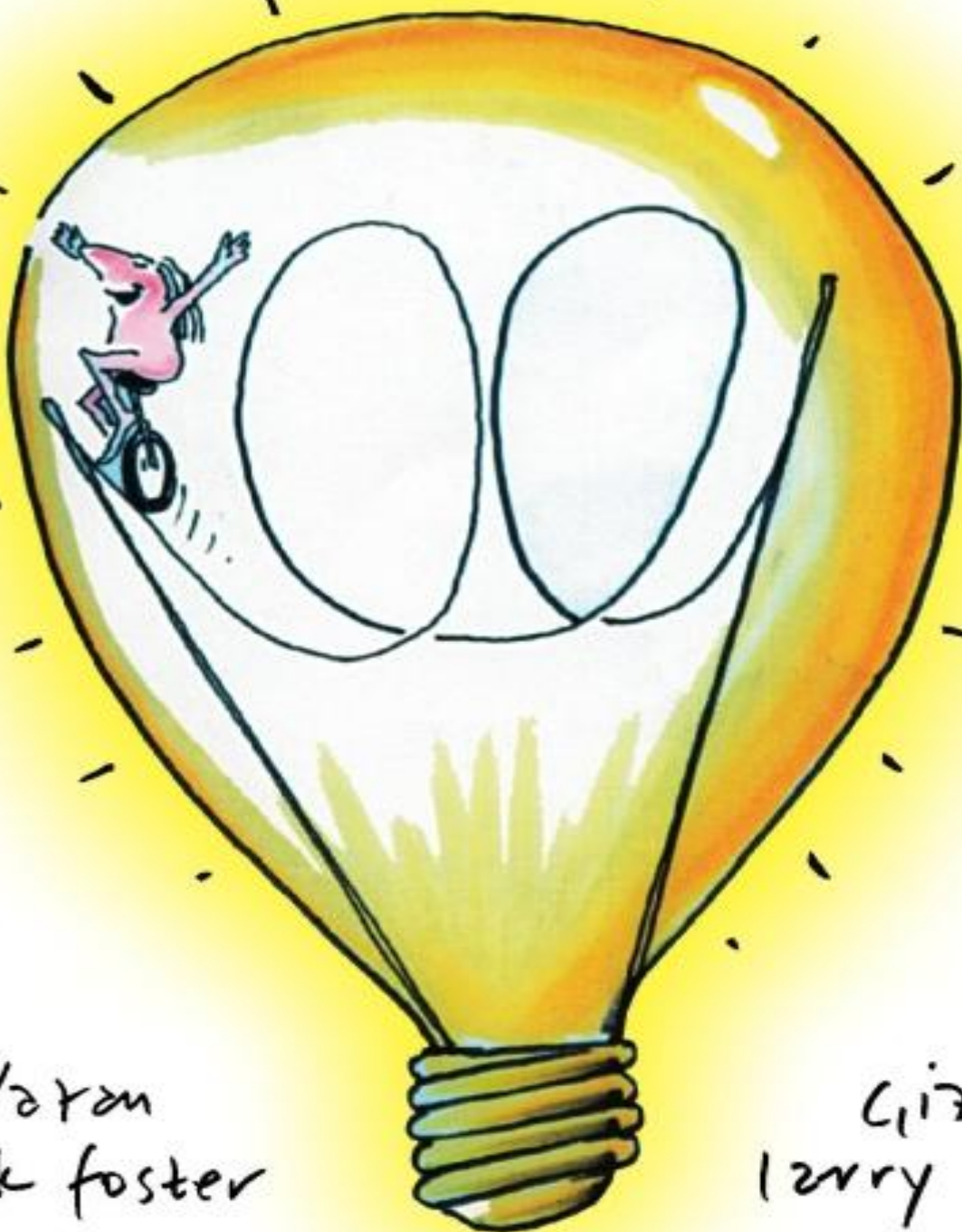


Fikir Nasil Buluhur



Yazan
Jack Foster

Gizlen
Larry Carby

FİKİR NASIL BULUNUR

Önsöz

Yedi yıl süreyle, Southern California Üniversitesi'nde 16 haftalık reklamcılık derslerine yardımcı oldum. AAAA-American Assosiation of Advertising Agencies'nin (Amerikan Reklam Ajansları Birliği) sponsor olduğu bu dersler, reklam ajanslarında çalışan gençlere seçtikleri meslek konusunda eğitim vermeyi amaçlıyordu.

Öğretmenlerden biri, müşteri yönetimi konusunda bilgi verirken, bir diğeri medya ve araştırmayı ele alıyordu. Ben de reklam yaratmayı anlatıyordum.

Anlattığım konular genel olarak reklamlar, ilanlar; doğrudan posta ve açık hava reklamcılığı; reklamı nelerin çarpıcı kılıp şekillendireceği; müzik ve cingılların kullanımı, ürün sunumları, görüşmeler; kazançlar, tip seçimleri, hedef kitle ve metnin mesajı; alt başlıklar, strateji ve merak uyandırma; bağımsız ekler ve psikografikler vs. başlıkları altında toplanabilirdi.

Birinci yılın sonunda, mezuniyet aşamasına gelen öğrencilerime anlatmam gerektiği halde hiç değinmediğim herhangi bir konu olup olmadığını sordum.

“Fikirler” diye karşılık verdiler. “Bize hep her reklam ve ilanın mutlaka bir fikirden yola çıkması gerektiğinden söz ettiniz ama, bu fikrin ne olduğunu ya da nasıl yakalandığını asla anlatmadınız” diye yazdı aralarından biri.

Harika.

Böylece ben de daha sonraki altı yıl boyunca fikirleri ve onların nasıl yakalandığını anlatmaya çalışıp durdum.

Yalnızca reklamcılık fikirlerini değil, her türlü fikri.

Sonuç olarak, öğrencilerimden pek azı reklam ve ilanlar için fikir üreticiliğiyle ilgilendi; çoğu, yazar ya da sanat yönetmeni olmak yerine müşteri yöneticisi, medya planlamacısı ve araştırmacı olmayı seçti. Ama hepsinin de - herkes gibi; özel sektör ya da kamuda çalışan, okuyan ya da evde oturan, çaylak ya da usta- ilham perisinin nasıl yakalanacağını bilmeye ihtiyacı var.

Neden mi?

Öncelikle, yeni fikirler ilerlemenin tekeridir. Fikir yoksunluğu, durgunluğun hakimiyetine neden olur.

İster bambaşka bir dünyayı düşleyen bir tasarımcı, ister bir iş konsepti geliştirmekle yükümlü bir yönetici, ister bir satış patlaması yaratmanın yollarını arayan bir reklamcı ya da akıllardan çıkmayacak bir okul eğitim programı oluşturmaya çalışan bir öğretmen ya da bildik hayır işi biletlerini farklı bir yöntemle satmaya çabalayan bir gönüllü olun, başarınızın anahtarı yeni fikirler üretme becerinizdir.

İkincisine gelince, bilgisayarlar günümüzde bir zamanlar sizin yaptığınız gündelik işlerin çoğunu yapıyor. Bu da sizin (en azından teoride) bilgisayar sistemlerinin yapamayacağı yaratıcı işlere yönelmekte özgür kalmanızı -ki sizden beklenen de budur- sağlıyor.

Üçüncüsü, çoğunun “Bilgi Çağı” olarak tanımladığı bir dönemde yaşıyorsunuz; potansiyeline tam anlamıyla ulaşmak

ve yazgısını gerçekleştirebilmek için sürekli yeni fikir akışı talep eden bir dönemde.

İşte bu yüzden de bilginin gerçek değeri -işleri daha iyi anlamanıza yardımcı olmasının ötesinde- diğer bilgilerle birleşip yeni fikirler yaratmasında saklı. Yani sorunları çözecek fikirler; insanlara yardımcı olacak fikirler; kalıcı, kurtarıcı ve yaratıcı fikirler; her şeyi daha iyi, daha ucuz ve daha yararlı hale getirecek fikirler; aydınlatıcı, geliştirici, etkileyici, esinlendirici, zenginleştirici fikirler retebilmesinde.

Eğer elinizdeki bilgi hazinesini byleyi fikirler yaratmak için kullanmıyorsanız, heba ediyorsunuz demektir.

Kısacası, tarihte fikirlerin bu derece gerekli ve değerli olduğu başka hiçbir dönem yaşanmamıştır.

Bu kitapta, öğrencilerime fikirler hakkında anlattıklarımın çoğunu bulacaksınız.

Teşekkür

Öğretmenliğini yaptığım ya da birlikte çalıştığım herkesten, fikirler konusunda bir şeyler öğrendim. Hepsini adlarıyla hatırlamak için

ne kadar çabalasam da boş. Bu yüzden de söyleyip söyleyebileceğim, yetersizliğini bilmekle birlikte, içten bir “Hepinize Teşekkürler”den

başka bir şey değil.

Bununla birlikte, bu kitabın ilk baskısını geliştirebilmemi sağlayan önerileri için Tom Pflimlin’e; coşku, bilgi ve yetenekleriyle

karalamalarımı bir kitaba dönüştürmeme yardımcı olan Steven Piersanti ile ekibine ve inançlarıyla yüreğimi pekiştiren aileme özel teşekkür borçluyum.



İzlemesi Kolay Bir Yol Haritası

Bugün insanoğlunun karşısında, tarihin herhangi bir dönemindekinden daha fazla yol ayrımı var. Yollardan birinin sonu mutlak yıkım ve umutsuzluğa çıkıyor. Diğeri ise mutlak yok oluşa. Şimdi oturup doğrusunu seçebilmek için dua etmeliyiz.

Woody Allen

Kanada dediklerinde, bir dağın tepesinde bir yerlerde olduğunu düşünmüştüm.

Marilyn Monroe

Neredeyim ben? Yaya ışıklarının bulunduğu köşede bir telefon kulübesindeyim.

Anonim

Erkek kardeşim, büyük bir gazeteye makaleler yazar. Ben de büyük bir reklam ajansında metinler yazıyorum. Her ikimiz de birbirimizin bu işleri nasıl yaptığını anlayamıyoruz. “Nasıl olup da bütün okurlarının ilgilenebileceği 20 farklı konuda makale yazabiliyorsun, bu fikirleri nasıl buluyorsun?” diye sorduğumda aldığım yanıt, “Nasıl olup da bir Sunkist portakal suyu hakkında 20 değişik reklam yazabiliyorsun, bu fikirleri sen nasıl buluyorsun?” olmuştu. Aslında, ikimiz de büyük ihtimalle aynı teknikleri kullanıyoruz. Ayrıca, fikirleri inceden inceye analiz ettiğini bildiğim herkes, fikirlere

erişmek için izlenecek yolların aynı olduğu konusunda hemfikir.

A Technique for Producing Ideas (Fikir Üretimi İçin Bir Teknik) adlı kitabında James Webb Young, fikir üretimini beş adımda tanımlar.

İlk olarak, zihin “hammaddeleri toplamak”la meşgul olmalıdır. Reklamcılık söz konusu olduğunda bu hammaddeler “ürün ve insanlar hakkında özgün bilgileri (ve) hayat ve olaylar hakkında da genel bilgiler”i içerir.

İkincisinde ise zihin “bu materyalleri özümseme süreci”ne giriyor.

Üçüncüsünde, “bütün konuyu toparlamalı ve olabildiğince aklınızdan çıkartma”ya çalışmalısınız..

Dördüncü adım, “fikir, herhangi bir yerde doğabilir” evresidir.

Beşincisi, “yeni doğmuş küçük fikrinizi dünyanın gerçekleriyle yüzleştirin” ve ne değerde olduğunu görün.

Alman düşünürü Helmholtz ise, yeni fikirlere erişmek için üç aşamalı bir yöntem kullandığını söylemişti:

Birincisi: Hazırlık. Sorunu “bütün yönleriyle” incelediği süre (Young’ın ikinci aşaması).

İkincisi: Kuluçka. Sorun üzerinde bilinçli olarak düşünmeye ara verdiği süre (Young’ın üçüncü aşaması).

Üçüncüsü: Aydınlanma. “Fikirlerin beklenmedik bir şekilde zahmetsizce, ilham gelir gibi gelme” süresi (Young’ın

dördüncü aşaması).

California Üniversitesi'nde bilimsel sorun çözme uzmanı olarak çalışan Moshe F. Rubinstein ise, sorun çözmede dört farklı aşamadan söz eder:

Birinci aşama: Hazırlık. Sorunun unsurlarını toplar ve aralarındaki ilişkiyi araştırırsınız (Young'ın birinci ve ikinci aşaması).

İkinci aşama: Kuluçkaya yatma. Sorunu çabucak çözemiyorsanız, uyutun. Bu aşamada, yanıt bulamadığınız ve bunu nasıl yapacağınızı bilmediğiniz için tedirginlik duyabilirsiniz (Young'ın üçüncü aşaması).

Üçüncü aşama: Esinlenme. Ansızın çözüm için bir kıvılcım çıktığını ya da çözüme giden bir yol göründüğünü fark edersiniz (Young'ın dördüncü aşaması).

Dördüncü aşama: Sağlama. Çözümün gerçekten işleyip işlemeyeceğini sınarsınız (Young'ın beşinci aşaması).

Predator of the Universe: The Human Mind'da (Evrenin Avcısı: İnsan Beyni) Charles S. Wakefield, yaratıcı eylemi tanımlamanın beş zihinsel aşaması olduğunu yazar:

Birincisi, sorunun özünü kavramak.

İkincisi, sorunu tanımlamak.

Üçüncüsü, sorun ve onu saran gerçek verileri ortaya çıkarmak (Young'ın birinci ve ikinci aşamaları).

Dördüncüsü, bir kuluçka ve yüzeysel dinginlik durumuna geçmek (Young'ın üçüncü aşaması).

Beşinci olarak patlama-zihinsel aydınlanma gelir. Mantığın ve normal çözümlerin alışılmış temel taşlarının üzerinde ani bir sıçrayış (Young'ın dördüncü aşaması).

Bu arada, hepsi de genel anlamda bir fikre erişmek için atacağınız adımlar konusunda hemfikirdirler; ama bu adımları atmanız için gerekli koşulların ne olduğundan pek söz etmezler. Atacağınız adımları bilseniz bile, bunları gerçekleştirecek kondisyona sahip değilseniz hiçbir işe yaramayacaklardır; dolayısıyla aslında erişebileceğiniz fikirleri asla yakalayamazsınız. Çoğu insana ilham perisini nasıl yakalayacağını söylemekle, ilkokuldaki bir çocuğa $x+1=2x+4$ 'ü ya da bacakları zayıf bir insana nasıl yüksek atlama yapacağını anlatmak arasında hiç fark yoktur. Eşitliği çözebilmek için, önce aritmetik bilmeniz gerekir, tıpkı yüksek atlama yapabilmeniz için güçlü bacaklara sahip olmanız gerektiği gibi. Bu yüzden bir fikir yakalamaya kalkışmadan önce, zihninizin kondisyonunu yükseltmeniz gerekir.

Bu kitabın 1. bölümü, bir fikri tanımlamayı amaçlamaktadır.

Takip eden sekiz bölüm ise sizlere zihninize nasıl kondisyon kazandıracağınızı anlatacak. İsteddiğiniz sırayla okuyabilirsiniz.

2. Eğlenin

3. Fikirsever Olun

4. Hedeflere Kilitlenin

5. Çocuk Gibi Olun

6. Kafayı Doldurun

7. Cesaretinizi Kırın

8. Düşüncenizi Yeniden Düşünün

9. Birleştirmeyi Öğrenin

Gerektiği için, bütün bunları sıralı yazıyorum. Ama, yaşamınızda hep bir arada yer almalılar çünkü, zihninizi öyle fikir kondisyonuna sokup sonra da istediğiniz anda durduramazsınız. Bu, yaşam boyu sürececek bir etkinliktir; asla bitmeyecek bir iş, asla erişilemeyecek bir hedeftir.

Bölüm on ile on dört arasında ise sizlere, fikirleri yakalamanın yöntemini anlatacağım. Uygulanması gereken adımların yer alacağı bu bölümler sırasıyla okunmalıdır. Her ne kadar farklı sözcükler kullansam da, iki istisna dışında genel olarak Young ile aynı görüşteyim. Onunkilere bir aşama daha ekliyorum: Sorunun tanımlanması gerekliliği. Ayrıca onun üçüncü ve dördüncü aşamalarını birleştiriyorum. Çünkü bunlar benim için iki değil, tek bir aşama. Bazılarına göre, benim (ve Young'ın) son aşamaları bir fikri yakalama sürecinin parçası olarak görülmeyebilir, ama aslında öyledir; çünkü bir fikir beraberinde bir şeyler ortaya çıkartamıyorsa fikir değildir.

10. Problemi Tarif Edin

11. Bilgi Toplayın

12. Fikri Arayın

13. Fikri Unutun

14. Fikri Hayata Geçirin

Başlamadan önce, her şeye karşın, bir soru sormalıyız. Ve tabii bir de yanıt almalıyız.



1. Fikir Nedir?

Yanıtı biliyorum. Yanıt, insanoğlunun yüreğinde yatar!

Ne, yanıt on iki mi? Sanırım ben yanlış binadayım.

Charles Schultz

Kesin bir yanıt verebileceğim için mutluydum; öyle de yaptım.

Bilmiyorum dedim!

Mark Twain

Fikirleri nasıl yakalayacağımıza gelmeden önce, fikirlerin ne olduğunu tartışmalıyız. Çünkü, eğer bir şeyin ne olduğunu bilmezsek, nasıl olur da daha fazlasına erişebiliriz?

Tek sorunumuz var: Bir fikri nasıl tanımlarsınız?

A. E. Housman der ki: “Ben şiiri, bir terrier’in fareyi tanımlayacağından daha açık tanımlayamam, fakat her ikimiz de nesneyi bizde oluşturduğu semptomlardan tanırız.” Güzellik de tıpkı böyle değil midir?

Nitelik ve aşk gibi şeyler de böyledir. Tabii, hiç kuşkusuz bir fikir de böyledir. Tanıdığımız biriyle karşılaştığımızda onu hissederiz; içimizde bir şeyler hemen tanır onu. Ama gelin de birini tanımlamaya çalışın bakalım.

Sözlüklere bakın, onlarda her şeyi bulursunuz. “Düşünce ve bilgi, beyinlerimizde, potansiyel ya da fiilen, zihin etkinliğinin bir ürünü olarak bulunan şeydir” ile başlayıp “En

yüksek kategori: mantığın bütünsel ve sonuçsal ürünü”ne, oradan da “Var olan nesnelerin mükemmelliğe erişemeden simgeleyebildikleri, düşüncelerin üzerindeki kusursuz bir varlık”a kadar neler bulmazsınız ki!

Bunlar size birçok şey öğretmeye yeter.

Ama sorun, Marvin Misky’nin The Society of Mind’ında (Akıl Toplumu) en güzel tanımını bulmuştur: “Sadece mantık ve matematik konseptleri mükemmel yakalayacak tanımlar yapabilir... Tanımlamanıza gerek olmaksızın bir kaplanın ne olduğunu bilebilirsiniz. Bir kaplanı tanımlayabilirsiniz de. Buna karşılık onun hakkında gene de fazla bilginiz olmayabilir.” İnsanlara bir tanım soracak olursanız, her şeye rağmen doğru yanıtlar alabilirsiniz. Hem konsepti, hem de nesneyi yakalamanıza çok yakın yanıtlar.

İşte size, gerek Güney California Üniversitesi’ndeki gerekse Los Angeles California Üniversitesi’ndeki çalışma arkadaşlarım ve öğrencilerimden aldığım bazı yanıtlardan örnekler:

Fikir öylesine bariz bir şeydir ki, biri tanımlamasını yaptığında nasıl olup da kendi kendinize bunu düşünemediğinize şaşarsınız.

Bir fikir, bir durumun bütün yönlerini kapsar ve onu yalınlaştırır. Boşluktaki bütün uçları bir düğüm altında birleştirir.

İşte bu düğüme fikir denir.

Fikir, evrensel olarak bilinen ya da kabul edilen bir şeyin anında anlaşılan temsilidir, özgün ve alışılmadık bir

anlatımıdır.

Öncülünün ne olduğu görülemeyen yeni bir şeydir.

İçinizde çakıp da nesneleri yeni bir gözle görmenizi sağlayan ışıktır, görünüşte uzlaşmaz iki düşünceyi tek bir kavram altında birleştirir.

Fikir, karmaşık olanı şaşırtıcı bir sadeliğe dönüştüren sentezdir.

Bana öyle geliyor ki bütün bu tanımlamalar (aslında tanımlamadan çok anlatımlar; ama önemli değil, en azından işin havasını veriyorlar) sizlere fikir denen o yakalanması güç nesne hakkında biraz daha iyi bir bakış açısı sunuyorlar. Çünkü sentezden, sorunlardan, içebakıştan ve kesinlikten söz ediyorlar.

Benim en beğendiğim ve bu kitabın da temellerinden biri olan tanım ise James Webb Young'ınki:

Fikir, eski unsurların yeni bir bileşiminden ne daha geride, ne de daha ileridedir.

Bunu çok beğenmemin iki nedeni var:

Birincisi, sizlere bir fikir yakalamanın yeni bir yemek tarifi yaratmak türünden bir iş olduğunu kestirmeden anlatır. Bütün yapacağınız, zaten bildiğiniz bazı baharatları kullanarak yepyeni bir karışım hazırlamaktır. Hepsi bu kadar işte. Kolay olması bir yana, bu iş dahi olmanızı da gerektirmez. Ne bir roket bilimci ne dünyaca ünlü bir sanatçı-ozan, ne parlak bir reklamcı, ne Pulitzer kazanmış bir yazar ne de birinci sınıf bir yatırımcı olmanız gerekir.

J. Bronowski, “Yaratıcı etkinliği alışılmadık bir iş gibi görmek hatadır” diyor.

Sıradan insanlar da her gün birçok parlak fikir bulurlar. Her gün bir şeyler yaratır, keşfeder ve bulurlar. Her gün arabalarını, kapılarını ve lavabolarını onarmak ya da paralarını biriktirmek, satışlarını yükseltmek, çocuklarını eğitmek, üretimi artırmak, maliyetleri düşürmek, anılarını ve önerilerini yazmak, işleri daha iyi ya da daha kolay ya da daha ucuza çıkartmak vs. için farklı yöntemler keşfederler.

İkincisi, bunu seviyorum; çünkü fikir bulmanın anahtarına, yani unsurları birleştirme eylemine odaklanmamı sağlıyor. Gerçekten de fikirler hakkında bugüne kadar okuduklarımın tümü birleştirme, bağlantılandırma, yakın sıralama, sentez ya da ilişkiyi anlatıyor.

“Şurası kesin ki,” diyor Hadamard “keşif ya da icat, ister matematikte ister başka alanlarda olsun, fikirleri birleştirmekle mümkün olur...” Latince “düşünmek” anlamına gelen “cogito” fiili, dilbilimsel olarak “bir arada çalkalamak” anlamına gelir. St. Augustine bunu çoktan fark etmiş ve “intelligo”nun “aralarından seçmek” anlamını taşıdığını kavramıştı.

“Bir ozanın beyni çalışmak için mükemmel donatıldığında” der T. S. Eliot “uyumsuz deneyimlerin alaşımlarını keşfeder.”

Sıradan insanın deneyimleri karmakarışık, düzensiz, parçalıdır.

Bunlar ya âşık olurlar ya da Spinoza okurlar ve bu iki deneyimin birbirlerine hiçbir katkısı yoktur. Daktilo sesi ya da

mutfaktan gelen yemeğin kokusu arasında sıradan insan için bir bağ yoktur; oysa ozanın beyninde bütün bu deneyimler, her zaman için yeni bütünler oluşturur.”

“İster sanatçı, ister bilim insanı olsun” diyor J. Bronowski “doğanın çeşitlemelerinden yeni bir birliktelik çıkarsadığı anda insan yaratıcı olmaya başlar. Bunu da, benzerlikleri daha önce fark edilememiş şeyler arasındaki benzerliği bularak gerçekleştirir... Yaratıcı beyin, alışılmadık benzerlikleri görebilen beyindir.”

İsterseniz bir de Robert Frost’a kulak verelim: “Nedir bir fikir?

Eğer söylediklerimden sadece bir tanesini anımsayacak olursanız bu, bir fikrin birlikten doğan güç olduğu olsun.”

Ya Francis H. Cartier’e ne dersiniz: “Bir insanın, yeni bir fikir yakalayabilmesinin tek bir yolu vardır: Sahip olduğu iki ya da daha çok fikri yeni bir bütünsellik oluşturacak biçimde birleştirmek ya da bütünleştirmek. Bunun yolu da, bu fikirler arasında, o zamana kadar farkına varamadığı ilişkiyi bulmaktan geçer.”

Gelin bir de Arthur Koestler’in konusunu tümüyle buna dayandırdığı The Act of Creation (Yaratma Sanatı) adlı kitabından okuyalım.

Kitap, şu tezlere dayanır: “Yaratıcı özgünlük, hiçten var edilmiş bir fikirler sistemi değil, aslında iyi kurulmuş düşünce kalıplarının bileşimidir; bu da çapraz üretkenlik süreciyle gerçekleşir.”

“Yaratıcı sanat, ... var olan verileri, fikirleri, yetenekleri açığa çıkartır, seçer, yeniden biçemlendirir, birleştirir ve sentezler.”

“Birliktelik becerisi”, “alışılmadık benzerlikler”, “yeni bütünler”, “bir arada çalkalama”, ardından “aralarından seçme”, “yeni sıralamalar”, her ne kadar kalıp olsalar da, hepsi James Webb Young’ın yazdıklarına yakındır:

Bir fikir, eski unsurların yeni bir bileşiminden öte bir şey değildir.



2. Eğlenin

Çok gülen çok yaşar.

Mary Pettibone Poole

Goethe'yi okurken, zaman zaman komik olmaya çalıştığı kuşkusuyla felce uğruyorum.

Guy Davenport

Ciddiyet, sığılığın tek sığınağıdır.

Oscar Wilde

Beyninize fikir kondisyonu vermeniz için hazırladığım öneriler listemin ilk sırasına eğlenceyi yerleştirmem rastlantı değil.

Gerçekten de deneyimlerime göre eğlence en önemli madde.

İşte size nedeni:

Genel olarak, bir reklam ajansının üstlendiğı bir projede, yaratıcı bölümden bir metin yazarı ile bir sanat yönetmeni takım çalışması yaparlar. Bazı bölümlerde ve sıklıkla da benim yönettiklerimde, iki ya da üç takım aynı proje üzerinde çalışmaya koyulurlar.

Benim bölümüme böyle bir iş düştüğünde, daha başından hangi takımın en güzel fikirleri, en mükemmel reklamları, en kusursuz televizyon ve billboard çalışmalarını getireceğini

bilirim. Bu, kendi içinde en eğlenceli çalışan takımdan başkası değildir. Ciddiyete bürünerek çatık kaşlarla çalışan takımlardan çoğunlukla güzel bir iş çıkmaz.

Buna karşılık gülümseyen ve kahkahalar atanlardan hep nefis işler gelir.

Kendilerini eğlendirmeleri, fikirlerle dolup taşmalarından mıdır?

Ya da fikirlerle dolmaları, eğlenceli çalışmalarından mı?

İkincisi. Bunu sormaya gerek bile yok.

Önünde sonunda, siz de bunun her iş için geçerli olduğunu bilirsiniz, eğlenceli çalışan insanlar, daha iyisini becerirler. O zaman neden aynı olgu, fikir yakalayıp üretenler için de geçerli olmasın ki?

“Ajanstaki çalışmanızı eğlenceli hale getirin” deyip dururdu bizim ajansın başkanı David Ogilvy. “İnsanlar eğlenceli biçimde çalışmıyorlarsa, iyi reklam ürettiklerine ender rastlanır.”

David Ogilvy’nin, reklam ajanslarında çalışanlara öğrettiklerinin sınırı yoktu. Aynı şey, bir fikir yakalama peşinde olup da herhangi bir yerde çalışan herkes için de geçerlidir.

“Ciddi insanlardan pek az fikir çıkar. Fikirlerle dolu insanlar, asla ciddi olmazlar” demiştir Paul Valéry. Gerçekten de şakacılık ile her türlü yaratıcılığın yakın arkadaş olmaları hiç de şaşırtıcı değildir.

Arthur Koestler de, şakacılığın temelini aynı zamanda yaratıcılığın da temeli olduğunu söyler. Yeni bir bütünü şekillendirmek amacıyla elenmiş unsurlara beklenmedik bir dönüş anlamlıdır; dosdoğru gitmeniz beklenirken, ansızın sola dönmek de öyle.

Bunun mizahta nasıl işlediğine bir bakın:

“Nancy Reagan düşmüş ve saçını kırmış” der Johnny Carson.

“Nasıl olur da Tanrı’ya inanabilirim” der Woody Allen, “hem de daha geçen hafta dilimi elektrikli daktilomun şaryosuna sıkıştırmışken.”

“Benim koşum ne hızlıdır ne de gücümün zaferi” der Damon Runyon, “ama bahis de bu işte.”

“Kapa çeneni, açıkladı işte” diye yazar Ring Lardner.

Her olayda, tam yolunuzda giderken, bir şey sizi yön değiştirmeye zorlar ve -hayallerin ötesinde- bu yeni, önceden belirlenmemiş yön son derece mantıklı çıkar. Yepyeni bir şey yaratılır, olup bittikten sonra herkese çok açıkmiş gibi gelen bir şey.

Ya öyle, ama bir fikir de bundan başka bir şey değildir ki.

İki “eski unsurun” beklenmedik birleşmeleri, akla uygun yepyeni bir şeyin yaratılmasını sağlar, “düşüncenin iki matrisi”

(Koestler’in adlandırdığı şekilde) geçitte karşılaşır.

Gutenberg, bir metal para presi ile şarap presini bir arada kullandı ve ortaya matbaa çıkıverdi.

Dali, düşleriyle sanatı birleştirdi, ortaya gerçeküstücülük çıktı.

Newton, gel-git ile ağaçtan düşen elmayı bir araya getirdi, yerçekimini buldu.

Darwin, insan hastalıkları ile türlerin üremesini bir araya getirdi, ortaya doğal seçilim yasası çıktı.

Hutchins, zil ile saati birleştirdi; işte size çalar saat.

Lipman, kurşunkalem ile silgiyi bir araya getirdi, alın size silgili kurşunkalem.

Bir başkası çıkıp paçavra ile sopayı birleştirdi, buyurun saplı yer paspası.

Bir keresinde, Chicago'daki bir reklam ajansı ile iş görüşmesine gitmiştim. Daha içeri adımımı atar atmaz, buranın çalışmak için iyi bir yer olduğuna karar verdim, fikirlerin tavanlara kadar yükseldiği yerlerden biriydi. Asansörden çıkar çıkmaz da karşıma, ilk bakışta resmi bir bildiriye andıran koskoca bir çerçeve çıktı:

1. Ceketini giy
2. Şapkanı kap
3. Bütün endişelerini eşikte bırak
4. Dosdoğru caddenin güneşli yanını boyla

Oracıkta çerçevelenmiş duvardan sarkıyordu; “düşüncenin iki matrisi” geçitte karşılaşır, iki referans çerçevesi yan yana. Şakacılık ve yaratıcılık. Biri olmadan diğerine sahip olabilmek mümkün değil. Aynı olgu, eğlence ve fikirler için de geçerli. Tabii eğlence ve verimlilik için de.

Gelin size bir öykü anlatayım.

Bendeniz reklamcılığa başladığımda metin yazarları da, sanat yönetmenleri de iş yaşamındaki herkes gibi giyinirlerdi.

Erkekler takım elbise ve kravatlı; kadınlar ise ya tayyörlü ya da abiye giyimliydi.

Altmışların sonlarında her şey değişti. İnsanlar süveterler, blucinler, tişörtler ve tenis ayakkabıları giymeye başladılar. O günlerde bir reklam ajansının yaratıcılık bölümünü yönetiyordum ve

Los Angeles Times bana, insanların işe bu şekilde gelmeleri konusunda ne düşündüğümü sordu: “İşe pijamalarıyla gelseler bile dert etmem, yeter ki iş çıkartsınlar” dedim.

Tabii ki, haberin gazetede yayımlandığının (benim sözlerime yer vererek) ertesi günü bütün çalışanlar işe pijamalarıyla geldiler. Tam bir şamataydı. Ofisimiz kahkaha ve neşeden kırılıyordu. İnsanlar hem eğleniyorlardı, hem de daha iyi iş çıkartıyorlardı.

Bu, neden-sonuç ilişkisinin yinelenmesi değildi: Eğlence önce geliyordu; daha iyi iş ise arkasından. Eğlenmek, yaratıcılığı körüklüyordu.

Fikirlere erişmek için ekeceğiniz tohumlardan biri de budur.

Bunu kavrar kavramaz, bizler de eğlenceyi işe dönüştürmek için ekilecek yeni tohumları planlamaya koyulduk. Belki şunlardan bazıları sizin işiniz için de geçerli olabilir ya da işe yarayacak biri için fikir verebilir.

Toplantıyı Parkta Yapın: Bizim ofisimiz bir parkın karşısındaydı.

Ayda bir ya da birkaç kere bölüm toplantılarını orda yapmaya başladık.

(Ofis dışında toplanmak gibi basit bir adımla iş ilişkilerinin ve verimliliğin ne kadar yükseldiğini görmek çok çarpıcı oluyor.)

Aile Günü: Yılda bir kere çocuklar annelerinin, babalarının çalıştıkları yeri görmeye geliyordu.

Dart: Toplantı salonumuzun duvarına bir dart tahtası astık, ara verdiğimizde tahtaya ok fırlatmaya başlıyorduk.

Bu Kim?: Çalışanlar, kendi bebeklik fotoğraflarını getirmeye başladılar, hepsini karıştırıyor, numaralandırıyor ve duvara asarak kimin kim olduğunu bulma yarışması düzenliyorduk. En çok bilene de ödül veriyorduk.

Güzel/Çirkin Bebek: Tıpkı yukarıda anlattığım gibi, hepimizin katıldığı oylamayla en güzel ve en çirkin bebeği seçiyorduk. Bu da ödüllüydü elbette.

Sanat ve Elişi Fuarı: Çalışanlar kendilerinin ya da ailelerinin evde yaptığı ürünleri satıyorlardı ya da yalnızca sergilemekle yetiniyorlardı.

Koridor Hokeyi: Yemek tatillerinde bazen koridorda hokey oynuyorduk, hem de gerçek hokey sopalarıyla, ama topumuz buruşturulmuş kâğıttandı.

Çocuk Sanatı: Ebeveynler, çocuklarının sanat eserlerini getirip girişteki duvarlara asıyorlardı.

Acı Biber Ustaları: Bölümümüzün aşçılık meraklıları, acı biberli yemekler yapıp getiriyor, biz de tadına bakıp en iyiyi seçiyorduk.

İki Dirhem Bir Çekirdek: Aklımıza esen bir gün, herkes işe iki dirhem bir çekirdek giyinip geliyordu.

Ne Çıkarsa Bahtına: Herkes evinden yiyecek bir şeyler getiriyor, sonra hepimiz koridorlara yayılıp atıştırıyorduk.

“Eğer eğlenceli değilse, neden yapıyorsun?” diye sorar, Ben&Jerry’s Ice Cream’in sahiplerinden Jerry Greenfield.

Tom J. Peters de aynı görüşte: “İşin bir numaralı kuralı, sıkıcı ve tekdüze olmamasıdır; mutlaka eğlenceli olmalı. Eğer eğlence yoksa, yaşamınızı boşa harcıyorsunuz demektir.”

Siz de kendinizinkini boşa harcamayın.

Ve fazla oluruna bırakmadan, fikirler üretin.



3. Fikirsever Olun

Dostum bana tek bir fikre sahipmiş gibi gözüküyor: Yanlış fikre.

Samuel Johnson

Herkes, en azından yılda bir kere dâhi olur; gerçek dâhi ise birbirlerine yakın özgün fikirleri olandır.

G. C. Lichtenberg

İnsanoğlu, birkaç dakika havasız yaşayabilir, susuz iki hafta, besinsiz iki ay dayanabilir; ve yeni bir fikri olmadan yıllarca, ta ölene kadar yaşayabilir.

Kent Ruth

Fiziksel bir nesne olan beyninizin, fiziksel olmayan bir nesneyi yani fikri nasıl ürettiğini anlayan birisi (henüz) ortaya çıkmadı.

Bütün bildiğimiz bunun olup bittiğinden ibarettir. Belki bu size, başkalarından daha seyrek oluyordur, ama birkaç kere olduğuna göre, fikir yakalamanızı engelleyecek hiçbir fiziksel yetersizlik -örneğin beyninizde herhangi bir genetik başkalaşım- olmadığını biliyoruz.

Bu zaten kanıtlanmıştır.

Açıklık kazandırmak istediğimiz tek şey, neden bunun size sadece birkaç kere olduğu ve ondan sonra da daha fazlası için oturup çalışmanız gerektiği.

Çocukluğumda, Johnny-Bob Boyd adlı bir delikanlıyla takılırdım.

JB sakar biriydi. Sanki kazalar hep onu bulurdu; eğer kaza ona gelmiyorsa, o kazaya koşar adım giderdi. Bugünlerde psikologlar, JB gibilerinin bilinçaltından kazalara yol açtıklarını söylüyorlar, yani birilerinin dikkatini çekmek için.

O zamanlar biz ona “kaza yatkını” deyip geçerdik.

Büyüdükten sonra, “fikir yatkını” insanlarla takılmaya başladım.

Tıpkı kazaların JB’yi bulduğu gibi, sanki fikirler de hep gelip onları buluyordu. Ve tabii psikologlar, bir zamanlar JB için söylemeleri gereken şeylerin aynısını, büyük olasılıkla onlar için de söylerlerdi: Bilinçaltıları onları fikir yakalamaya itiyor, birilerinin dikkatini çekmek için.

Kim bilir, belki de öyledir. Ama ben, bundan daha fazlası olduğuna inanıyorum. James Webb Young, yeryüzünde iki ana insan tipi olduğuna ve bunların da “Spekülatörler” ve “Hazır Yiyiciler” olduğuna inanan Pareto’ya göndermeler yapar.

Pareto, Spekülatörlerin yeni bileşim olasılıklarını kesinlikle önceden kestirebildiklerini söyler. Bu tipler, Young’ın belirttiği üzere,

“Her alanda...işleri olurlarına bırakmayıp da nasıl değişeceği konusunda spekülasyon yaratanlardır.”

Öte yandan, Hazır Yiyiciler ise “Rutin, işleri olurlarına bırakan, hayal gücünden yoksun, tutucu insanlardır ve

Spekülatörler tarafından kullanılırlar.”

Young, bu iki tip insanın varlığı konusunda Pareto ile aynı grtedir.

Ve ekler, “Hiçbir tekniğin fikir üretmelerine yardımcı olamayacağı insan sayısı son derece fazladır”. Ben, buna katılmıyorum.

Birlikte olduğum fikir yatkını insanların ne fikir üreticilik gibi bir yetenekle doğduklarını, ne kendilerini taşsız yollara sokacak eşsiz bir düşünme tekniğine sahip olduklarını, ne de diğerlerinin sadece kaos olarak gördükleri ortam ve ilişkilere girmelerini sağlayacak lazer keskinliğinde sezgileri olduğunu sanmıyorum.

Onları farklı kılan olgu şu: Fikirleri yakalayanlar, o fikirlerin var olduğunu bilirler ve onları bulabileceklerini de bilirler.

İzninizle yineleyeyim: Fikirleri yakalayanlar, o fikirlerin var olduğunu bilirler ve onları bulabileceklerini de bilirler; fikir yakalayamayanlar ise, o fikirlerin var olduğunu bilmezler ve onları bulabileceklerini de bilmezler.

FİKİRLERİN VAR OLDUĞUNU BİLİN

Ders vermeye ilk başladığımda, öğrencilerime her sorunun bir çözümü, yanıtı ya da fikri olduğunu söylerdim.

Yanılıyordum.

Bugün artık biliyorum ki, yüzlerce çözüm, yüzlerce yanıt ve yüzlerce fikir var. Belki de binlerce. Hatta, işin aslına bakarsanız bu sonsuz bile olabilir.

Düşünün bir:

1940 itibarıyla (son sayım o zaman yapılmış) tıraş kabı için tam 94 ayrı patent alınmış. Tıraş kabı, inanabiliyor musunuz!

Amerika Birleşik Devletleri'nde yayımlanan yemek kitapları, küçük bir kitaplığı dolduracak kadar çok.

Ya da Lincolnd Steffens'in 1931'de yazdıklarına bir bakın:

Hiçbir şey yapılmadı. Dünyada var olan ne varsa yapılıyor ya da yapılacak.

En güzel resim henüz yapılmadı, en büyük oyun yazılmadı, en görkemli şiir okunmadı.

Yeryüzünde ne mükemmel bir demiryolu var, ne kusursuz bir hükümet, ne de uygulanan yasalar.

Fizik, matematik ve en gelişmiş ve en doğru bilim, temelden değiştiriliyor. Kimyanın bilim sayılması o kadar yeni ki; psikoloji, ekonomi ve sosyoloji çalışmalarıyla,

Einstein'ın doğmasını sağlayacak bir Darwin bekliyorlar.

Okullarımızdaki parlak çocuklara, bütün bunlar anlatılabilse, belki hepsi futbol, parti ya da hak edilmemiş mevkilerin uzmanı olup çıkmayacak. Ama anlatılmıyor, buna karşılık; onlara sadece bilinenleri öğrenmeleri gerektiği söyleniyor.

Bu hiçbir şey değildir.

Bütün söyledikleri bugün de en az 1931'deki kadar geçerlidir.

Hiçbir şey yapılmadı. Her şey, yapılabilmek için sizleri bekliyor.

Gelin size bir öykü daha anlatayım:

Yirmi yılı aşkın bir süre, bir reklam ajansında çalıştım ve Smokey Bear'ın reklamlarını yaptım. Metin yazarları ve sanat yönetmenlerinin her yıl yaptıkları ilk iş, bir ana poster hazırlamaktır. Posterin kuralları asla çeşitlenmez: Belirli bir şekil ve büyüklükte olmalıdır; Smokey'i canlandıran bir görselliği olmalıdır; bir bakışta anlaşılacak ve bir budalanın bile anlayabileceği kadar açık olmalıdır ve (eğer sözcük kullanılmışsa) üç ya da dört saniyede okunabilecek kadar kısa olmalıdır.

Posterin işlevi de asla değişmez: İnsanları ateşe karşı uyarır.

Diğer bir deyişle, bizler her yıl aynı şeyi sadece biraz daha farklı sunmak zorundaydık.

Bunu da başardık. Gerçekten de her yıl, poster için 20-30 farklı fikir ürettik. Yirmi yılı aşkın bir süre boyunca, her yıl. Yani her biri Smokey'i tanıtan ve aynı şeyi anlatıp da hiç biri aynı olmayan 500'den fazla poster.

Bildiğim kadarıyla, o ajanstaki metin yazarları ile sanat yönetmenleri, hâlâ Smokey posterleri için aynı işlevleri ve aynı kuralları uyguluyorlar ve hâlâ her yıl yeni fikirler getiriyorlar.

Bu nedenle, sakın bana bir sorunu çözmenin bir ya da iki yolu olduğunu söylemeyin. Çünkü, ben öyle olmadığını biliyorum.

Ya da dilerseniz, bir arkadaşımın öyküsünü de anlatabilirim:

Bir dönem Chicago’da üç günlük bir reklamcılık semineri veriyordum.

Her öğrenciden istediğim şey, Swiss Army çakısı için gece boyu çalışarak bir açık hava reklamı yaratmalarıydı. Öğrencilerin çoğu, ertesi sabah istenen reklamla gelirdi, ama bazıları saatlerce çalıştıklarını, gene de bir şey üretemediklerini söylerdi. Üç yıl boyunca bu hep böyle gitti.

Dördüncü yıl, farklı bir şey denedim. Tek bir açık hava reklamı istemek yerine, her öğrencinin Swiss Army çakısı için en az onar reklam üretmesini istedim. Ayrıca, onlara bir gece vermek yerine bu işi, hemen o gün öğlen yemeği arasında yapmaları gerektiğini söyledim.

Yemek arası bittiğinde, hepsinin elinde en az on tane reklam vardı.

Bir öğrenci, tam 25 tane yapmıştı.

O anda, bir sorunla karşılaştığında çoğu insanın, sadece tek bir doğru çözüm olduğunu düşündüğünü, çünkü kendisine böyle öğretilmiş olduğunu kavradım. Bütün okul yaşamları boyunca, çok seçenekli ve doğru ya da yanlış karşılıklı sorularla karşılaşıyorlardı ve tüm bu soruların yalnızca bir tek doğru yanıtı oluyordu.

Ayrıca, bütün soru ve sorunların aynı bunlara benzediği inancına kapılmışlardı. Mükemmel gözüken bir çözüm bulamadıklarında her şeyi yüzüstü bırakıyorlardı.

Ne var ki çoğu sorun, okullardaki sınav sorularına benzemez.

Çoğu sorunun birçok çözümü vardır. Öğrencilerimi bunu kavramaya zorlar zorlamaz, bu çözümleri bulmuşlardı.

Hiç böyle bir şey duydunuz mu? Öğrenciler, birden çok çözüm olduğunu kavrar kavramaz, bu çözümleri bulmuşlardı.

“Daima, yapacağınız işin kolay olduğunu düşünün, öyle olduğunu göreceksiniz” der Émile Coué.

Bir yanıtın olmadığını düşünecek olursanız, onu bulmanız da zor olur.

Birçok yanıt olduğunu bilerseniz, bir ya da ikisini bulmanız kolaylaşır.

Dr. Norbert Wiener da aynı şeyi fark etmiş: “Bir bilimci, çözümü olduğunu bildiğı bir soruna saldırdığında, bütün davranışları değişir. Daha başlangıçta, çözüme giden yolun yüzde ellisini aşmış gibidir.”

Arthur Koestler de aynı görüşte: “Sorunun çözülebilirliği konusundaki azıcık bilgi bile, oyunun baştan kazanılması anlamına gelir.”

Bazı insanların her zaman fikirlerle dolu olmasının nedenlerinden biri de budur. Fikirlerin oralarda bir yerlerde olduğunu bilirler.

Bir gün büromda, bu kitabın çizeri Larry Corby ile birlikte, çocuk oyuncakları hakkında bir TV reklamı hazırlamak için çalışıyorduk.

“Kapıyı kapat” dedi Larry.

“Neden?”

“Odanın bir yerlerinde fikirler dolanıyor ve onların dışarı kaçmasını istemiyorum.”

Şaka yapmıyordu. Aradığımız fikirlerin odanın bir yerlerinde olduğuna gerçekten de inanıyordu. Böyle olduğunu düşünmemizden beş dakika sonra da birkaç tanesini yakalayiverdi! Joseph Haller de aynı şeye inanıyordu, “Çevremdeki havada fikirlerin uçtuğunu ve kendilerini bulmam için beni seçtiklerini hissediyordum” demişti.

Ve tabii Edison. İnanıyordu ki -hayır biliyordu ki- fikirler “havadadır”. Eğer o yakalayamayacak olsaydı, başkası yakalayacaktı. Birçoğunu yakalayanın o olmasının başka açıklaması olabilir mi?

Her zaman için başka bir çözüm ve başka bir fikir vardır.

Bunu kabul edin.

BU FİKİRLERİ BULACAĞINIZI BİLİN

Sorununuzun yüzlerce çözümü olduğunu, fikirlerin çevrenizde dolandıklarını biliyorsunuz (umarım), peki o zaman neden onları bulup yakalamıyorsunuz?

Şu üç olayı değerlendirin:

1. Bunun her zaman olduğunu görürsünüz: Adını bile duymadığınız bir golfçü, büyük bir turnuvanın daha ilk günü liderliği ele geçirmiştir. Gazeteler, onun hakkında yazılarla

doludur. Herkes ondan söz etmektedir. O yeni bir Palmer ya da Nicklaus'tur.

Ertesi gün, zavallı adam bir sürü deliği ıskalar ve yok olup gider.

Ne olmuştur?

2. Bir keresinde Los Angeles Forum'da ben bir köşede bir reklam filmi çekerken, öteki köşede Wilt Chamberlain faul atışı çalışması yapıyordu. Topları toplayıp kendisine getiren üç çocuk vardı. Ben orada olduğum sürece en azından 100 atış yaptı ve sadece üçünü kaçırdığını gördüm. Vay, vay, vay! Müthişti. Aynı geceki maçta 12 faul atışından sekizini kaçırdığına tanık oldum..

Ne olmuştu?

3. Kent dışında bir konuşma yapacaksınız ve bunu serinkanlılıkla bekliyorsunuz. Konunuzu biliyorsunuz, ne söylemek istediğinizi biliyorsunuz, bunları nasıl söyleyeceğinizi de biliyorsunuz. Bundan iyisi can sağlığı. Aynanın karşısına geçip prova yapıyorsunuz. Kusursuz, 10 üzerinden 10'luk. Fakat tam kürsüye çıktığınızda bütün her şey kafanızdan uçup gidiyor ve konuşmanız tam bir felakete dönüşüyor.

Ne oldu?

Ne olduğunu biliyorsunuz.

Söylemenin farklı yolları var, ama asıl olarak siz, Wilt ve unutulup giden o golfçü -bilinçli ya da bilinçsiz olarak-

üçünüz de işe kendinizden kuşku duyarak başlamıştınız. Gerisi boş laf.

Golfçü ilk gün, Wilt antrenmanda ve siz de oteldeki odanızda üzerinize düşeni başaracağınızdan emin olmanın rahatlığı içindeydiniz.

Ne var ki sonra her nedense, düşündüğünüz kadar iyi olup olmadığınızdan kuşku duymaya başladınız. Golf çalışmasında, antrenmanda ve oteldeki performanslarınız, kendiniz hakkındaki beyinsel imajlarınızdan daha iyiydi.

Böylelikle de bedeniniz ve beyininiz, otomatik olarak performansınızı, yeniden rahat edeceğiniz düzeye düşürdüler.

Bunun sonucunda da, hiçbir irade, çaba, antrenman ya da kararlılık, performansınızı eski düzeyine çıkartamaz. Bunun nedeni, kendinize bakış açınızın, ne olduğunuzu ve nasıl bir performans göstereceğinizi belirlemesidir. Hiçbir çaba ve istek değil, sadece kendinize bakışınız.

Bu nedenle, performansınızı yükseltmenin tek yolu, kendinize bakış açınızı geliştirmekten geçer.

Şimdi, eğer fikir yatkını olmak istiyorsanız, iki şeyi baştan kabul etmelisiniz.

Birincisi, kendiniz hakkındaki düşünceleriniz, başarınızın tek ve en önemli ögesidir.

Kişiliğiniz, davranışlarınız, diğerleriyle ilişkileriniz, işteki verimliliğiniz, duygularınız, yetenekleriniz ve becerileriniz - kontrol dışı olarak- kendi kendinizi nasıl gördüğünüzden etkilenir.

Bütün yapacağınız, olduğunuzu düşündüğünüz insan gibi davranmaktan ibarettir. İşte bu kadar basit.

Bunu tartışmak bile gereksiz.

Eğer kendinizi başarısız görüyorsanız, başarısızlığa uğramanız olasıdır. Yok eğer başarılı görüyorsanız, o zaman da başarı kazanmanız olasıdır.

Yoksa görünürde başarısız gözükendenlerin başarılı olup da, başarılı gözükendenlerin başarısızlığa uğramalarını başka nasıl açıklayabilirsiniz?

“Başarabiliyorlar, çünkü başarabileceklerini düşünüyorlar” der Virgil. Zafer hakkındaki özgüvene dayanan bu temel öge, bugün de 2000 yıl önceki kadar geçerlidir.

Henry Ford da aynı fikirde: “İster yapabileceğinizi, ister yapamayacağınızı düşünün, haklısınız.”

Kısacası: Davranış, gerçeklerden daha önemlidir.

Bunun özgün anlamı, fikirlerle dolup taşan insanlarla, içlerindeki yeteneği fikre dönüştüremeyen insanlar arasındaki farkın önemli bir kısmının bu olmasıdır. Bütün yapmaları gereken, yapabileceklerine inanmalarıdır.

Yapabileceğine inananlar, yapabilir; inanmayanlar ise yapamaz.

İşte bu kadar.

İkincisi, William James’in “neslimizin en büyük buluşu” olarak adlandırdığının bir gerçek olduğuna inanmalısınız. Buluş ne mi?

İnsanoğlu, yaşam düzeyini ve davranışlarını değiştirerek değişir.

Jean-Paul Sartre da şöyle dile getiriyor: “İnsan, kendini nasıl görüyorsa öyledir.”

Çehov ise şöyle der: “İnsan, inandığıdır.”

Daha fazla söze gerek yok.

Ama gene de çoğu insan, belki siz bile, kabul etmeyi reddediyorsunuz.

Kendinize bakış açınızın, yaşamınızı sürüklediğini kabul ediyorsunuz ama; bilgelerin, ebeveynlerin, kilisenin, doktorların, ozanların, araştırmacıların, düşünürlerin, psikologların, öğretmenlerin, terapistlerin, antrenörlerin ve yüzlerce kitaba konu olmuş binlerce gerçek yaşam deneyiminin sunduğu bütün kanıtlara rağmen, kendi özgüveninizi değiştirebileceğinizi reddediyorsunuz.

Yanılıyorsunuz, değiştirebilirsiniz.

Kabul edersiniz ki, “İnsan, yüreğinde kendini ne hissediyorsa odur.” Ama gene de eğer yüreğinizde farklı hissetseniz de gene aynı insan olacağınıza inanıyormuş gibisiniz.

Olamazsınız. Kendinizden farklı biri olursunuz.

Ya da yüreğinizde farklı düşünemeyeceğinizi, bugünkü bu düşüncenizin sizi sonsuza kadar taşla dönüştüreceğini sanıyorsunuz.

Yanılıyorsunuz. Farklı düşünebilirsiniz.

Artık herkes, beynin, bedenin çalışma niteliğini değiştirdiğini kabul ediyor. Bunu yapabileceğinin ve zaten yapmakta olduğunun kanıtı inanılmayacak kadar çok.

Uyuşturucu bağımlıları, aslında etkisi olmayan avutucu ilaçlar alıyor ve hiçbir yoksunluk belirtisi göstermiyorlar, alerji çekenler plastik çiçeklerle avunuyor, yüksek tansiyon ve yüksek nabzı olanlar düşünce yoluyla bunları düşürüyor, sevilmeyen çocuklar psişik olarak büyümelerini durduruyor, kanser hastaları ansızın iyileşmeye başlıyor, umarsız kötürümler Lourdes'den yürüyerek çıkıyorlar...

Dünya kadar örnek var.

Fakat düşündüğünüzde, tek bir şeyin (beynin) başka bir şeyi değiştirdiği (beden) kavramını kabul etmek, devasa bir adım, müthiş bir adım, hatta belki de değişmez niceliklerle (kuantum) ölçülebilecek bir adım. Sizden bütün istediğim küçük bir adımı kabul etmeniz; beynin beyni değiştirebileceğini.

Kabul edin. Çünkü gerçek bu.

Ardından özgüveninizi değiştirmeye başlayın.

Bu kitabın bunu anlatacağını düşünmüyorum, sadece şunu söyleyebilirim: Eğer kendinize “asla fikir üretmediğinizi” söylerseniz, asla üretemezsiniz.

Tersine, her gün kendi kendinize, fikirlerle doluğunuzu, fikirlerin kafanızdan tıpkı suyun pınardan fışkırdığı gibi fışkırdığını söyleyin. Her gün. Hayır, gün boyunca yineleyip durmanıza gerek yok. Çok geçmeden, yarattığınız bu yeni beyinsel görüntünüze göre yaşamaya başlayacaksınız.

Kuşkusuz kitaplıklar ve kitapçı dükkânları, özgüveninizi nasıl değiştireceğinizi sizlere benden daha iyi anlatacak kitaplarla dolu: The Magic Believing (Büyülü İnanç); Change Your Life Now (Yaşamınızı Şimdi Değiştirin); Psycho-Cybernetics (Psiko-Sibernetik);

Think and Grow Rich (Düşünün ve Zengin Büyüyün); The Power of Positive Thinking (Olumlu Düşünmenin Gücü); Life's Too Short (Yaşam Çok Kısa), Unlimited Power (Sınırsız Güç)... Liste uzayıp gidiyor.

Birini alın ve okuyun.

Herkes temelde aynı şeyi söylüyor. Kendi hakkınızdaki düşüncelerinizi değiştirmekle, yaşamınızı da değiştirebilirsiniz.

Ve bunu söyleyenlerin hepsi de yerden göğe kadar haklı.

Kabul edin.

Bir kere fikirlerin var olduğuna ve onları bulacağınıza inanırsanız, büyük bir dinginliğe bürünürsünüz. Bu, bugün sizin her zamankinden daha çok gereksinim duyduğunuz dinginliktir.

Nedeni mi?

Bugün, bu yola gireceğinizi düşünmemiştiniz de ondan.

Bilgisayarlar, faksler, modemler, e-posta, sesli posta, şebekeler ve internet hepsi de yaşamlarımızı daha yalın ve daha kolay hale getirmeyi amaçlıyor. Bizlerin de fikir üretmek için daha fazla zamanımız olduğu varsayılıyor.

Ne var ki çoğu için -belki sizin için de- yaşanan bunun tam tersi. Zamandaki bu daralma, aslında elektronik aletlerin yarattığı zamanı çalıyır. Öyle gözüküyor ki, yapabileceğinizin iki katını yapmak için daha az zamanınız kalıyor.

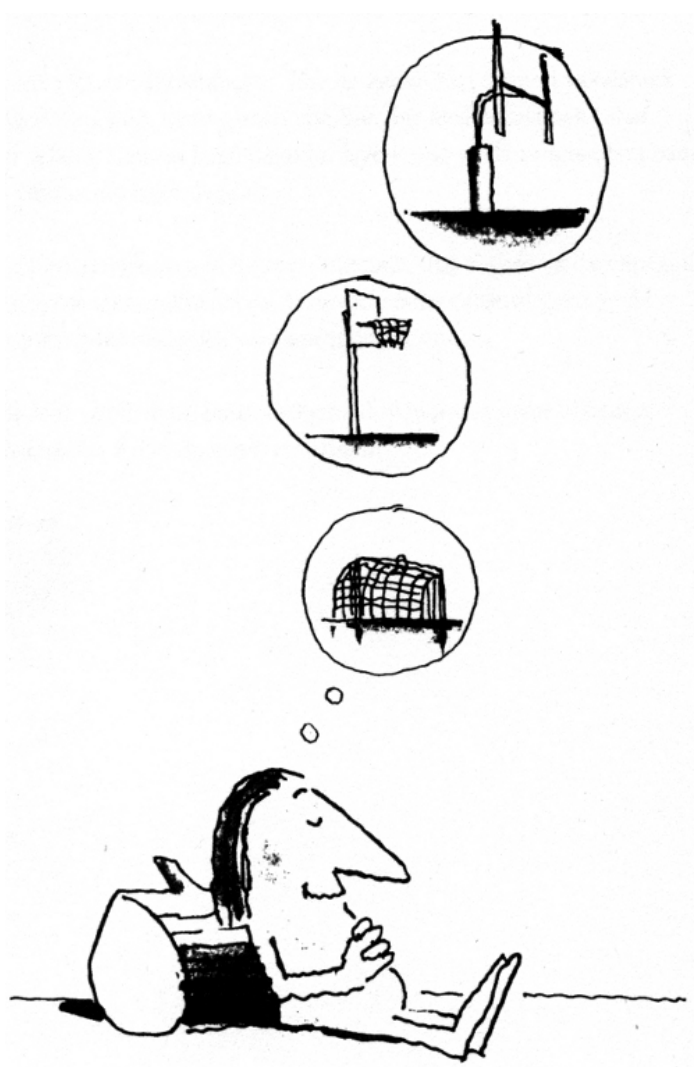
Durun, sakın olun. Fikrin dışarılarda bir yerlerde olduğunu biliyorsunuz. Onu bulup yakalayacağınızı da biliyorsunuz.

Zaman için endişelenmeyin. Her ne kadar bazı fikirleri yakalamak diğerlerine göre uzun zaman alsa bile, bir fikri yakalamak tuhaf bir şekilde zamana bağlı değildir. İşyerlerine ya da programlara hatta iş yüküne de bağlı değildir.

Bir fikri yemek yerken de arayabilirsiniz, duş alırken ya da köpeğinizi yürüyüşe çıkarttığınızda da. Hatta arabanızı çalıştırdığınız ya da ışığı açtığınız anda bile yakalayabilirsiniz onu.

Bir fikri yakalamak, onun varlığına duyduğunuz inanca bağlıdır. Üstelik, bu inanç da kendi içinizdedir.

İnanın.



4. Hedeflere Kilitlenin

Beyin, harika bir organdır. Sabah uyandığınız anda çalışmaya başlar ve işe adımınızı atıncaya kadar sürekli çalışır.

Robert Frost

Labirentteki farelerin sorunu, yarışı kazansalar bile hâlâ fare olarak kalmalarıdır.

Lily Tomlin

Sizlerden, bir ayak genişliğinde ve yüz ayak uzunluğunda çelik bir çubuk hayal etmenizi istiyorum.

Diyelim ki bu çelik çubuk 40 katlı bir iş hanının damından caddenin karşı tarafındaki 40 katlı bir başka iş hanının damına uzatılmıştır.

Gelelim bahsimize: Eğer bu çubuğun üzerinden yürüyerek öteki binaya geçebilirsiniz, size 100 dolar vereceğim.

Eğer çoğu insan gibiyseniz, unut gitsin dersiniz. “Daracık bir çubuk üzerinden yürümek, hem de 40 kat yükseklikte? Olur mu hiç.

Dengemi yitirip düşerim.” Kim bilir, belki gerçekten de düşersiniz.

Fakat ya caddeyi geçip öteki binanın damına çıkar ve 12 haftalık bebeğinizi kaldırıp, hemen çubukta yürümeye başlamsanız onu aşağı atacağımı söylersem?

Eğer siz de herkes gibiyseniz, hemen yürümeye başlarsınız.

Sadece bununla kalmayacak, belki de büyük bir rahatlıkla yürüyecek ve incecik köprüyü hiç zorlanmadan, kolayca geçeceksiniz.

Neden bu kadar farklı davrandınız, görev -çubuk üzerinde yürümek- değişmedi ki!

Farklı davrandınız, çünkü hedefiniz değişti.

İlkinde, hedefiniz düşmemektir.

İkincisinde ise, hedefiniz artık bebeğinizi kurtarmak oldu.

İlkinde, oraya ulaşmakla ilgileniyordunuz; ayağınızı nasıl yerleştirecektiniz, denge için kollarınızı nasıl tutacaktınız, adımlarınız ne uzunlukta olmalıydı, düşmemeyi nasıl becerecektiniz.

İkincisinde ise, bunlardan hiçbirini aklınıza bile getirmediğiniz.

Bütün düşündüğünüz, bütün aklınızdan geçen bebeğinizi kurtarmaktı.

Bu yüzden de beyniniz otomatik olarak, oraya erişmek için bedeninizin nasıl hareket etmesi gerektiğini buldu.

Aynı şekilde, eğer beyninizi hedeflere kilitlerseniz -örneğin fikir bulmaya- beyniniz de onlara nasıl erişeceğinizi bulup çıkartır.

Ya da başka bir olayı alalım, delikanlı orta alandaki koşucunun, havadaki beyzbol topunu Willie Mays gibi

yakalaması için nereye doğru, ne zaman ve ne kadar hızlı koşması gerektiğini saptayacak bir bilgisayar programı üzerinde çalışıyor.

Top sahasındaki rüzgârı ve nemi düşünmek zorunda, topa vuran sopanın sesini, atıcının topu fırlatış tarzını, daha önceki vuruşlarda o vurucunun alanda aynı atıcı karşısında neler yaptığını ve ondan sonra da topa nasıl vurduğunu da düşünmesi gerek.

Ayrıca, sopaya çarpmasından sonra topun hızını ve o hızın yol boyunca ne kadar azaldığını da hesaba katmalı.

Dahası, topun yönünü ve dönüşünü, yükseliş ve düşüş açılarını da gözden kaçırmamalı.

Sonra, yakalayıcının ne kadar hızlı koşabileceğini, hangi yönde ve hangi açıyla koşarak topu yere ya da duvara çarpmadan yakalayabileceğini de hesaplamalı.

Böyle bir program geliştirebilir mi, doğrusu ben de bilmiyorum.

Ama kesinlikle bildiğim bir şey var, o da Wille Mays'ın bütün bu kuşkuları bilinçli olarak düşünmeden bu işi becerdiği.

Topa vurulduğunu görür görmez, topun düşeceği noktaya olanca hızıyla koşuyordu. Gözünde sadece hedefe ulaşmak vardı.

Topu yakalamak. Beyni, gözlerinin, kulaklarının ve belleğinin topladığı bütün enformasyonu alıyor ve onun için bilgisayar gibi hesaplıyordu: Bedenine nereye yöneleceğini,

bacaklarına ne kadar hızlı olmaları gerektiğini, kollarına yakalamak için ne yüksekliğe kalkacaklarını ve ellerine de hangi açıyla uzanmaları gerektiğini söylüyordu.

Bir başka örnek vereyim: Research Quarterly, beyinde yapılacak basketbol faul atışı çalışmalarının başarınızı nasıl etkileyebileceğine ilişkin bir rapor yayınladı.

Bir grup öğrenci, 20 gün boyunca alanda gerçek faul atışı çalışmaları yapıyor ve her öğrenci ilk ve son gün sayı yapıyor.

İkinci gruptaki her öğrenci de ilk ve sonuncu gün sayı yapıyorlar, ama bu arada hiç çalışma yapmıyorlar.

Üçüncü gruptaki öğrenciler ise, 20 gün boyunca her gün zihinsel faul atışı çalışması yapıyor, top yerini bulmayınca da hatalarını akıl yoluyla düzeltiyorlar; onlar da tıpkı diğerleri gibi ilk ve son gün sayı yapıyorlar. Birinci gruptaki öğrenciler -gerçekten çalışma yapanlar- vuruşlarını % 20 oranında geliştiriyorlar.

İkinci gruptaki öğrenciler -hiçbir şey yapmayanlar- vuruşlarında hiç gelişme kaydedemiyorlar.

Üçüncü gruptaki öğrenciler ise -hayal güçleriyle çalışanlar- vuruşlarını % 23 oranında geliştiriyorlar.

Dartla yapılan deneyler de aynı sonucu veriyor; yani zihinsel olarak okları tahtaya atmakla yapılan çalışma ile fiziksel olarak dart atarak yapılan çalışma aynı sonucu veriyor.

Olay kapanmıştır.

Görmüyor musunuz? Karşıma yine bu küçük sıçramalara karşı kuantum sıçramasının başarısı çıktı.

Eğer beyniniz, bedeninizin hareketlerini ve 40 kat yüksekteki 12 inçlik bir çelik çubuk üzerinde yürümenizi kontrol edebiliyorsa ya da beyzbol alanında topa vurulduğunda ya da dart tahtası önünde beyniniz bedeninizin işleyişini o derecede kontrol edebiliyorsa, kendisinin çalışmasını ne ölçüde kontrol edebileceğini bir düşünün.

İşte böyle, eğer fikirlere erişmek istiyorsanız, onlara erişmiş olduğunuzu hayal edin.

Tıpkı öğrencilerin, topun yükselişini ya da okların dartağı hedefleri buluşunu gözlerinin önünde canlandırdıkları gibi, siz de bu sahneyi canlandırın.

Sürücülerin araba kullanmayı, tenisçilerin smaç yapmayı, golfçülerin de topa verdikleri kavisi gözlerinin önünde canlandırdığını unutmayın.

Fikre erişeceğinizi hayal etmeyin. Sadece alkışlandığınızı, kutlandığınızı ve ödüllendirildiğinizi hayal edin. Başaracaksınız.



5. Çocuk Gibi Olun

Çocuk, saçları bukleli, yanağı gamzeli bir dünyalıdır.

Ralph Waldo Emerson

Benim çocukluğumda zorluklar daha fazlaydı.

Fred Allen

Gençlik müthiş bir şey. Onu çocuklara harcamak ne büyük suç.

George Bernard Shaw

Hoşlandığım bir çocuğa asla rastlayamadım.

W. C. Fields

Baudelaire, dâhi insanı, iradesiyle yeniden elde edilen çocukluk olarak tanımlar.

Dediğine göre, eğer çocukluk dünyanıza geri dönebilecek olsanız, siz de dehanın tadına varabilirsiniz.

Üstelik haklıdır, yaratıcılık dönemi çocukluktur, erişkinlik değil.

Erişkinseniz kemer ya da askı takar ve karşıdan karşıya geçerken de sağınıza solunuza bakarsınız.

Oysa çocuksanız, aynı caddede çıplak ayakla dolaşıp oynarsınız.

Erişkin topu, sağa doğru vurur. Çocuk ise tellere savurur.

Erişkin fazlasıyla düşünür, fazlasıyla yaralı dokusu olur, fazlasıyla bilgiyle dolup taşar, fazlasıyla sınırla, kuralla, çıkarsama ve önyargıyla kuşatılmıştır.

Kısacası, erişkin dediğimiz teknenin kıcıdır! Çocuk, masum ve özgürdür ve neyi yapamayacağını ya da yapmaması gerektiğini bilmez. Dünyayı gerçekte olduğu gibi görür, erişkinlerin öyle olması gerektiğine inandığı şekliyle değil.

“Fizikte ve başka alanlarda,” diye yazar Gary Zukav The Dancing Wu Li Masters’ta (Dans Eden Wu Li Ustaları), “yaratıcı sürecin coşkusunu en fazla hissedenler, bilinenin sınırlarından en mükemmel şekilde sıyrılıp da açık olanların

ötesindeki keşfedilmemiş alana girenlerdir. Böylesi insanların iki özellikleri vardır.

Birincisi, dünyayı bildiklerimiz çerçevesinde görüldüğü şekliyle değil, olduğu gibi görmelerini sağlayan çocuksu yetenekleridir.”^[1]

Zukav devam eder: “İçimizdeki çocuk, daima naif ve en yalın anlamıyla masumdur.”

Bir Zen öyküsü, Meiji dönemi Japonyası’nın bilgelerinden Nan-in’in bir profesörü konuk edişini anlatır. Profesör, Zen alanında tektir.

Nan-in çay servisi yapar. Konukların fincanlarını ağzına kadar doldurur ve doldurmayı sürdürür. Profesör, kendini tutamayacak hale gelinceye kadar çayın taşışını izler.

“Fincan dolup taşı. Artık bir damla bile alamaz!”

“Tıpkı bu fincan gibi” der Nan-in, “siz de fikirleriniz ve spekülasyonlarınızla dolup taşıyorsunuz. Öncelikle fincanınızı boşaltmadan, size nasıl Zen öğretebilirim ki?”

Zukav sonra şöyle der: “Bizlerin fincanları da genellikle ağzına kadar açık olanla doludur, ‘aklın yoluyla’ ve ‘kendiliğinden kanıtlanmışlarla’.”

“Eğer daha yaratıcı olmak istiyorsanız,” diye yazar psikolog Jean Piaget, “kısmen çocuk kalın, tabii büyüklerin toplumu tarafından yozlaştırılmamış yaratıcı ve keşfedici niteliklerinizle birlikte.”

J. Robert Oppenheimer da aynı görüşte: “Sokakta, benim fizik sorunlarımın bazılarını çözecek çocuklar oynuyor,

Çünkü onlarda benim çoktan yitirmiş olduğum olumlu sezgiler var.”

Thomas Edison’un görüşü de farksız: “Dünyanın en büyük buluşu, çocuğun beynidir.”

Aynı şeyleri Will Durant’dan da duyabilirsiniz: “... ocuk, kozmik gerçeği, Einstein’ın son formülüyle kendinden geçmiş haldeyken bildiği kadar iyi bilir.”

Bu da Einstein’ın kendi sözlerine son derece yakındır: “Bazen kendi kendime nasıl olup da görecelik kuramını bulan tek kişinin ben olduğumu sormadan edemiyorum. Çünkü bana kalırsa, bir erişkin asla zaman ve uzay sorunlarını düşünmeden edemez. Çocukluğunda kendisine öğretilenler var. Fakat benim entellektüel gelişimim, ancak büyüdükten sonra uzay ve zaman konusunda düşünmeye başlamış olmam yüzünden gecikmiştir.”

Belki de Dylan Thomas bunu, en iyi dile getirendir:

Parkta oynarken fırlattığım top, Dşmedi hâlâ yere.

Büyükler parkta oynamazlar; çocuklar oynar.

Erişkinler, kendilerinin ya da başkalarının en son yaptığı şeyi devam ettirme eğilimindedir.

Oysa ocuklar için, en son diye bir kavram yoktur. Her defası bir ilktir. Bu yüzden de fikirleri keşfe çıktıklarında, bakir ve özgün bir alanı keşfe çıkmış gibi olurlar; sınırları, evre çitleri, duvarları olmayan, sonsuz vaatler ve fırsatlarla dolu bir alandır bu.

Robert Pirsig'in Zen and the Art of Motorcycle Maintenance (Zen ve Motorsiklet Onarımı) kitabındaki öyküyü hatırlayın, hani kendisinden Amerika Birleşik Devletleri hakkında 500 kelimelik bir yazı yazması istendiğinde yazacak hiçbir şey bulamayan kızın öyküsü. Öğretmeni, bu sefer de bütün Amerika Birleşik Devletleri hakkında değil de, okulun bulunduğu Montana'daki Bozeman kasabası hakkında yazmasını ister. Gene tık yoktur. Sonunda, Bozeman'ın ana caddesini yazmasını ister öğretmen. Kızdan gene tek kelime çıkmaz.

Öğretmen ısrarcıdır, "Alanı daraltalım, Bozeman'ın ana caddesindeki tek bir binaya düşürelim. Opera Binası'nı yaz. Tepeden, en soldaki tuğladan başla."

Ertesi ders, kız Bozeman'ın ana caddesindeki Opera Binası'nın ön cephesi hakkında tam 5.000 kelimelik bir yazı yazmış olarak gelir.

" 'Caddenin öte yanındaki hamburgerciye girip oturdum' der kız, 'sonra ilk tuğlayı yazmaya başladım, ardından ikincisini, sonra da üçüncüsünü, her şey bir anda olup bitti, yazmaktan kendimi alamaz oldum'."

Pirsig, kızın içsel olarak bloke olduğunu yazar, "çünkü, yazmaya çalıştıkları, duymuş oldukları, yani zaten bildikleriydi..."

Bozeman hakkında yazmayı düşünemiyordu, çünkü duyduklarından hiçbirini yinelenmeye değer bulmuyordu. Şaşırtıcı olan, daha önce dinlediklerinden başka, yepyeni şeyler yazabilmek için çevresini gözlemleyememesiydi, aklına hep önceden bildikleri geliyordu."

Çocukların böyle tutuklukları olmaz. Çünkü onlar için önce diye bir şey yoktur. Sadece şimdiyi bilirler. Bu nedenle de bir soruna çözüm aradıklarında, kendileri için yepyeni şeylere bakar ve görürler her defasında.

Kuralları çiğnerler, çünkü kural diye bir şey olduğunu bilmezler. Büyüklerini rahatsız edecek aykırı şeyler yaparlar. Kayığın içinde ayağa fırlayıp onu sallamaya koyulurlar. Kilisede bağırırlar, kibritle oynarlar ve piyanonun tuşlarına yumruklarıyla basarlar.

Görünürde hiç ilişkisi olmayan nesneler arasında yeni bağlantılar keşfederler. Ağaçları turuncuya, otları mora boyar ve bulutlardan itfaiye arabaları indirirler.

Sıradan nesneleri çizmekle uğraşırlar -bir tutam ot, bir kaşık, bir surat- ve bizim alışageldiğimiz bu şekiller onlara harika gelir.

Sorarlar, sorarlar ve sorarlar.

“Çocuklar, doğuştan bilim insanlarıdır” der Carl Sagan.

“Her şeyden önce, derin bilimsel sorular sorarlar. Ay neden dönüyor? Gök neden mavi? Dünyanın doğum günü ne zaman? Ne var ki liseye geçtiklerinde, artık böyle sorular sormaz olurlar.”

Neil Postman “Çocuklar okula soru işareti olarak girer, nokta olarak çıkarlar” diyerek aynı görüşü paylaşıyor.

Yeniden soru işareti olmak.

Her ne görürseniz, onun neden böyle olduğunu sorun kendi kendinize. Eğer akla uygun bir yanıt bulamıyorsanız, belki

gelişme şansınız da vardır.

Neden üretim bandı böyle tasarlanmış?

Neden danışma görevliniz bankonun arkasında oturur?

Neden işe gelir ve bitirince de çıkarsınız? Neden ofisiniz ya da bitkiniz zaman zaman kapanıyor?

Neden iş kartlarınız, taşınmazlarınız, tanıtım kitaplarınız böyle oldukları gibidirler?

Neden ürününüz bu biçimde?

Neden ürününüz böyle ambalajlanıyor?

Neden faturalarınız ve hesap pusulalarınız bu şekilde?

Neden mutfak evyeniz ve banyo küvetiniz bu yükseklikte?

Neden mutfak musluklarınız ayak pedalıyla çalışmıyor?

Neden buzdolaplarının açmak için kulpları yoktur?

Çoğu bankanın müşteri formları, müşterinin rahatça yazabileceği uzunlukta boşlukludur. Peki o zaman neden süper marketler ve diğer büyük mağazalar da müşteri formlarını böyle yapmazlar?

Neden “süt” kelimesi böylesine sıklıkta süt kutularının en büyük ya da ikinci en büyük sözcüğüdür? Herkes içindekinin süt olduğunu bilir.

Neden o boşluk daha iyi bir kullanıma ayrılmaz?

Neden otomobilinizin iki tarafına da benzin deposu kapağı koymazlar da böylece akaryakıt pompasının ne tarafına

yanaşacağınız ve sizin aracın öte yanına dolanmanız gibi dertlere son vermezler?

Hepimizin kendimize dair zihinsel bir resmimiz vardır. Bu resimde gördüğünüz insan kaç yaşında dersiniz? Bu soruyu tanıdığım en yaratıcı insanlardan birine (bu kitabın çizerine) sorarken onun yanıtından emindim: “Altı.” Düşünün bir kere. Kendi hakkında düşündüğünde, kendisini altı yaşında görüyor.

Neden böylesine taptaze çözüm ve önerilerle geldiğine şaşmamalı. Çünkü, çoğu zaman farkında olmadan altı yaşındaymış gibi düşünüyor ve çevresindekileri altı yaşındaki bir çocuğun gözleriyle görüyor.

Bir keresinde, bir kedi maması reklamı için çalıştığımız sırada, kedinin gözünden dünyanın neye benzeyebileceğini merak etti.

Kedi koşarken, çevresindeki duvarlar ve mobilyalar ona nasıl görünüyordlardı? Neler düşlerdi? Yemeğini neye benzetirdi? Acaba onun konserve somon maması, ona da somon yemeğinin bize gözüktüğü gibi mi görünürdü? Sorular böylesine akıp gitti.

Onun kadar genç bir başka arkadaşımınla beraber Smokekey Bear reklamlarından birinde birlikte çalışırken, ormandaki yırtıcı hayvanlar, her yaz gelip arka bahçelerimizde kamp kursalar ve sonra da bütün artıklarını, tıpkı bizlerin onların yaşam alanlarında bıraktığımız gibi öylece bırakarak çekip gitmeler ne olacağını merak etmiştik.

Bırakın, içinizdeki çocuk dışarı fırlasın. Korkmayın.

İş dünyasında ödöl kazananların çoğı, yeni fikirlerle ortaya atılanlardır. Yeni fikirlerle ortaya atılabılmenin yollarından biri de daha bir çocuksu olmaktan geçer.

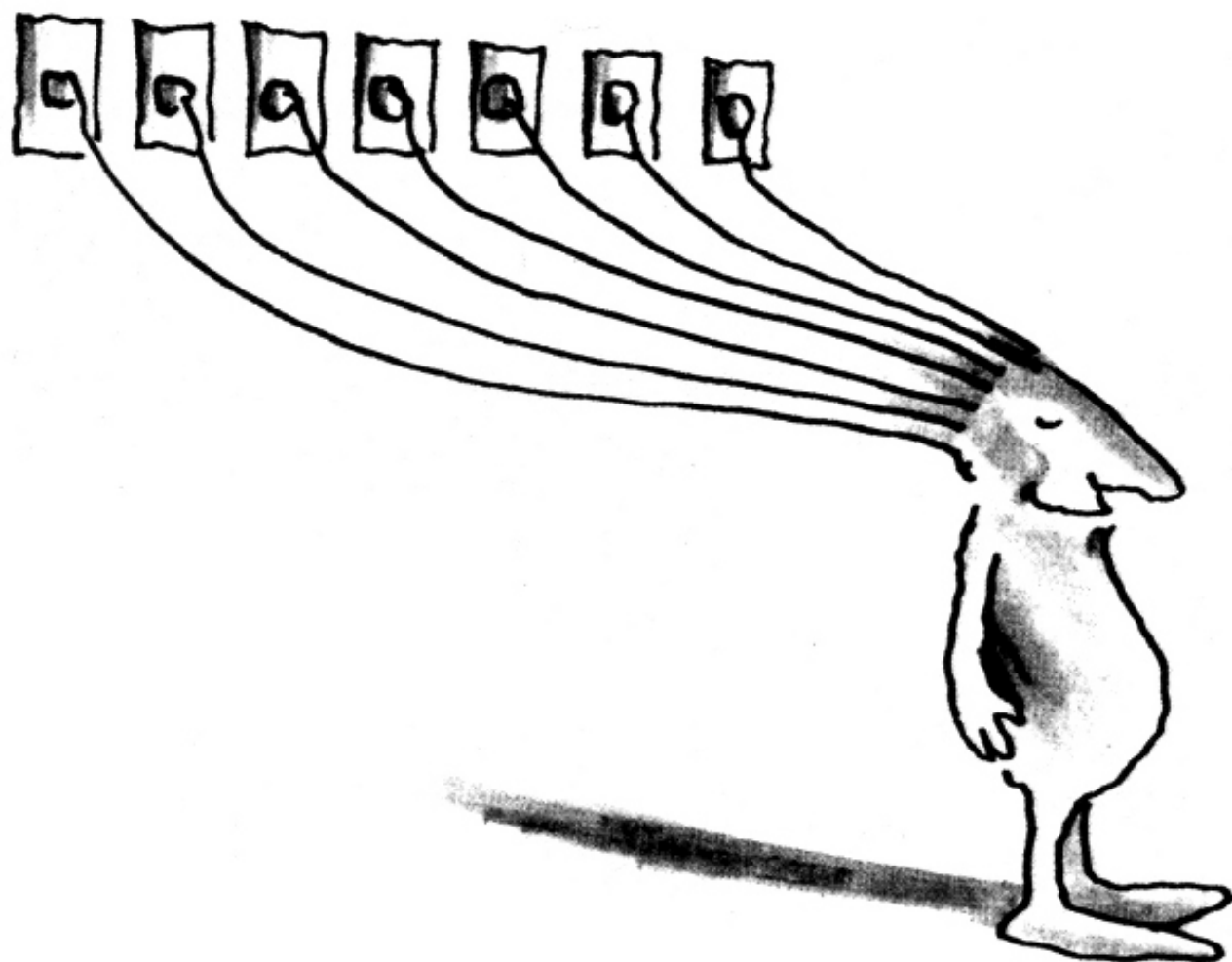
Bu nedenle, bundan sonra çözülecek bir sorununuz ya da yakalamak istediğiniz bir fikir olduğunda kendi kendinize sorun: “Altı yaşında olsam bu sorunu nasıl çözerdim; ya dört yaşında olsam, soruna nasıl bakardım?”

Gevşeyin, bir işgününde, merdivenlerden aşağı koşturun. Masanızda oturup bir külah dondurma yiyin. Masanızın çekmecelerinde ne varsa çıkartıp, birkaç gün yerlerde bırakın. Ofis mobilyalarınızın yerlerini değıştirin. İspirtolu kalemle ofisinizin camlarına resimler yapın. Notlarınızı boya kalemleriyle yazın. Asansörde avaz avaz şarkı söyleyin. Piyanonun tuşlarını yumruklayın. Kayığa atlayıp ayakta durarak sallayın. Hatta isterseniz, devirin kayığı.

Eğlenin. Keyif alın (İkinci bölüme bakın).

Önceden olup bitenleri unutun. Kuralları çiğneyin. Mantıksız olun. Budala olun. Özgür olun.

Çocuklaşın.



6. Kafayı Doldurun

İstatistiklerin hâlâ var olmasının temel nedenlerinden birisinin sigara olduğu, artık kuşku götürmeyecek şekilde kanıtlanmıştır.

Fletcher Knebel

Bilgi güçtür, eğer doğru insan hakkındaysa.

Ethel Watts Mumford

Bizler buradayız ve an bu an. Bunun ötesindeki bilgi, boş lakırdıdır.

H. L. Mencken

Yıllar boyunca, reklam ajanslarında yüzlerce yaratıcı insanla birlikte çalıştım. Bunlar yaşamlarını kazanmak için fikir üreten insanlardı. Talep üzerine; her gün.

Her şekilde, her bedende, her renkte, her türlü tip ve kişilikle gelirlerdi. Birinin antropoloji doktorası olurdu, bir diğeri liseyi bile bitirmemiş, sımsıcak ailelerden gelenleri de olurdu, parçalanmış ailelerden gelenleri de. Gökdelenlerden geldikleri gibi, varoşlardan da çıkıp gelirlerdi. Çalıştıklarım arasında eşcinsel olanları da heteroseksüel olanları da vardı, dışadönükler olduğu kadar içedönükler de vardı. Renkli kişilikler, alkolikler, intihar eğilimliler, eski rahipler, eski karaborsacılar... Liste böylece uzayıp gider.

Ama, hepsinde iki ortak nitelik bulunuyordu.

Birincisi, hepsi cesurdular ki bu sıradaki bölümün konusu.

İkincisi, hepsi de son derecede meraklıydı. Hepsinde nesnelerin nasıl çalıştıkları, nereden çıktıkları ve insanları neyin çekeceği konusunda bitip tükenmez bir merak vardı.

Merakları kek yapma makinesinden çiçek kurutmaya, Aztekler'in gömü törenlerinden motosiklet tasarımına, fobilerden limonlara kadar geniş bir yelpazeye yayılıyordu.

Napoleon'un Waterloo'da bindiği atın adını da (Marengo) biliyorlardı, yumurta akının çırpıldığında kaç kat büyüdüğünü (yedi kat) ve Afrika fillerinin günde kaç kere dışkıladığını da (on altı kere).

Çoğunun merakı doğalarından geliyordu. Birinin dediği gibi, bütün yaşamları boyunca “bilmek gereği” hissetmişlerdi. Bazıları için bu gereksinim öylesine aşırı boyutlara varmıştı ki, bunu bir armağandan çok bir lanet olarak görüyorlardı. Ama, yanılıyorlardı.

Çünkü, meraklı olmaları ilk ağızda fikir üretebilme nedenlerinden biriydi. Merakları, onları sürekli olarak bilgi parçacıkları toplamaya itiyordu -yaşam ve olaylar hakkında genel bilgiler- yani James Webb Young'ın “eski unsurlar” olarak tanımladığı kavram.

Ve günün birinde, bütün bu unsurları başka unsurlarla birleştiriyor ve fikir üretmiş oluyorlardı. Dahası, ne kadar fazla unsuru birleştirirlerse, o kadar da fazla fikir yaratmaktaydılar.

Eğer “yeni bir fikir, az ya da çok eski unsurların yeni bileşiminden öte bir şey değilse” o halde eski unsuru daha

fazla bilenler, daha az bilenlerden daha çok yeni fikir yaratma eğilimindedir. Eğer, sizi bilgi parçacıkları biriktirmeye sürükleyecek doğal meraktan yoksunsanız, kendinizi zorlamalısınız.

Her gün. Hiç vazgeçmeksizin.

Bir keresinde Ray Bradbury, 12 yaşından beri her gün en azından bir kısa öykü, bir makale ya da şiir okuduğunu anlatmıştı. Her gün. Söylediğine göre, bunu yaparken, günün birinde 20 yıl önce okuduğu bir şeyin, daha dün okuduğu bir başkasıyla bir öykü için yeni fikir yaratmak üzere (kendi sözcüğüyle) “çarşışacağını” asla düşünmemişti.

En son ne zaman bir kısa öykü, bir makale ya da şiir okudunuz?

Ray Bradbury’nin sizden daha çok öykü fikri olmasına şaşıyor musunuz?

Daha fazla eski unsur yakalamak için kendinizi zorlamanın iki yolu vardır:

1. RUTİNİNİZDEN SIYRILIN

Elbette bir rutininiz var, görün artık.

Neden her sabah uyandığınızda aynı işleri, aynı şekilde, aynı düzen içinde yapıp durduğunuzu sanıyorsunuz? Ya da neden her gün kahvaltıda aynı şeyi yediğinizi? Ya da her gün aynı yoldan işe gittiğinizi? Ya da gazetenin hep aynı bölümünü okuduğunuzu?

Ya da süper marketten hep aynı şeyleri aldığınızı? Ya da hep aynı televizyon programlarını izlediğinizi?

Çünkü, bir rutine takılmış gidiyorsunuz. Dahası rutine kapılıp gittiğiniz için, her gün beş duyunuz da bir önceki gün kaydettiklerinizin aynılarını kaydedip duruyorlar; aynı görüntüleri, aynı duyguları, aynı kokuları, aynı sesleri, aynı tatları.

Tabii, her gün farklı şeyler de olup bitiyor. Bunu engelleyemezsiniz. Hatta kör ve sağır bir kurtçuk bile yeni duygular algılayabilir.

Fakat o duygular, ne yaptığınız için değil, yaptıklarınıza rağmen ortaya çıkıyorlar.

Ancak, öylece oturup da işleri doğal akışına bırakırsanız, asla yeni fikirler yaratmak için gereken geniş bir veri tabanı oluşturamazsınız. Dışarıda devasa, çarpıcı, patlamaya hazır bir enformasyon dünyası var; bakmaya zahmet edeceğiniz her yönde. Bakmalısınız. Bakmaya başlar başlamaz da o ana kadar varlığını bile bilmediğiniz “eski unsurların” farkına varırsınız.

Söylendiğine göre, André Gide, her ay hiç ilgi duymadığı konularda en az bir kitap okurmuş. Bunu hiç yaptınız mı? Yapın. En azından bir kere.

Ayrıca:

Daha önce hiç dinlemediğiniz bir radyo istasyonunu dinleyin.

Latince çalışın.

Restorana gittiğinizde ne olduğunu bilmediğiniz bir yemek ısmarlayın.

Dondurulmuş pizza paketinin üstündeki yazıları okuyun. Seri ilanları okuyun. Marienne Moore ve Allen Ginsberg'i okuyun. Bir çocuk kitabı okuyun. Adını bile duymadığınız bir dergiyi okuyun.

İnternete girip, hiç hoşlanmadığınızı düşündüğünüz bir konuyu araştırın. Beğenmeyeceğinize inandığınız bir oyunu ya da bir filmi izleyin. Daha önce hiç duymadığınız bir video kaseti alın.

Üç değişik ağacın kabuklarına dokununuz. Neler hissettiğinizi, nasıl koktuklarını en yalın şekilde anlatmayı öğrenin.

Değişik biriyle yemeğe çıkın.

Hoşlanmadığınız bir müziği dinleyin.

Haftada bir otobüse binin.

Notaları okumayı öğrenin. İşaret dilini öğrenin. Makrame yapmayı öğrenin. Kravat bağlamayı öğrenin.

Suluboya resim yapın.

Yunanca çalışın. Ya da Çince. Ya da Arapça.

Bir mağazaya, bir galeriye, bir müzeye, bir restorana, bir pazara, bir binaya yani daha önce adım atmadığınız herhangi bir yere gidin.

Tabii bunların hepsini birden yapmanızı söylemiyorum.

Ama lütfen, bugün, bir şeyler yapın. Farklı bir şeyler, üzerinizdeki ölü toprağını atacak bir şeyler, sizi başka yönlerle

itecek bir şeyler, rutininizden kurtulmanızı sağlayacak bir şeyler yapın. “Eğer yaratıcı olmak istiyorsanız” der Louis L’Amour, “soruların sizi sürüklediği yere gidin. Bir şeyler yapın. Deneyimlerinizi genişletin.”

Los Angeles’taki bir dostum, işyerinden 15 kilometre ötede yaşıyordu. Westwood’daki Wilshire Bulvarı’ndan doğruca kent merkezine inebilirdi. Ama bir kere olsun Wilshire yolundan gitmemişti.

Aslında, dokuz yıl boyunca, haftanın her günü işine farklı bir yoldan gitmişti. “İtiraf edeyim ki, zaman zaman aynı yolu izlememek için çılgınca şeyler yapma isteği duyardım” diye anlatırdı. “Karmaşık yollara sapar, yerleşim alanlarından geçip otoyola çıkar ve ordan da istediğim yere giderdim. Bahse girerim ki o dokuz yıl içinde, Los Angeles’ı yerlilerinin yaşamları boyunca tanıyamadıkları kadar tanıdım.”

Peki, her gün işinize aynı yoldan gitmeniz size bir şeyler katıyor mu?

O, her gün daha önce görmediği bir şeyler görüyordu. Siz ise, her gün bir önceki gün gördüklerinizi görüyorsunuz. O, durmadan yeni şeyler görüyordu. Sizler ise, durmadan aynı eski şeyleri görüp duruyorsunuz.

Yarın işe farklı bir yoldan gidin. Öbür gün de daha bir başkasından. Sonraki gün de. Sonsuza kadar bunu yapın.

2. GÖRMEYİ ÖĞRENİN

İkinci Dünya Savaşı’ndan önce, babam, annem ve ben Illinois’teki Evanston’dan annemin ailesinin yaşadığı Illinois’teki Danville’e otomobille giderdik. Hemen hemen

her ay yapardık bu yolculuğu. O günlerde, iki-üç saatlik bir yoldu. Bazen yolda “beyaz at” adını verdiğimiz bir oyun oynardık. Aslında gerçekten çok kolay bir oyundu. Yolun herhangi bir yerinde beyaz bir atı ilk görenimiz “beyaz at” diye haykırır ve yolculuğun sonunda en çok beyaz at gören oyunu kazanmış olurdu.

Bugün bu oyunla ilgili hatırladığım en ilginç şey, yolda her çeşit beyaz atı görebilmemizdi. Ne zaman oynasak her çeşit atı görüyorduk, oynamadığımızda ise hemen hemen hiç görmüyorduk.

Neden?

Bunun nedeni, oynadığımız zamanlar çevrede çok beyaz at olup da oynamadığımızda sayılarının azalması değil. Nedeni, oynarken, çevremize beyaz at görmek için bakıyorduk, oynamadığımızda o gözle bakmıyorduk.

Aynı şey yeni bir araba aldığınızda, hatta yalnızca almayı düşündüğünüzde de olur. Birdenbire çevrenizde düşündüğünüz tipte bir sürü otomobil görmeye başlarsınız.

Aslında bu arabalar hep ortalardaaydı. Yalnızca, bakmadığınız için onları görmemişsinizdir. Fakat ilgilenmeye başlar başlamaz -bilinçli ya da bilinçsiz- onları aramaya başlarsınız. Meğerse her yer otomobil doluymuş! Beyaz atlar ve otomobiller için geçerli olan, her türlü şey için de tamamen geçerlidir. Çünkü, gözünüze çarpan her şeyi görürsünüz.

Bu sabah işe giderken bütün otomobilleri tek tek gördünüz.

Yanınızdan geçenleri de. Hatta geçtiğiniz ya da sizi geçen her arabanın sürücüsünü de gördünüz.

Aynı şekilde her ağacı, her çalılığı, her ot birikintisini de gördünüz. Dahası, her telefon kulübesini, her benzinciye, her binayı, her trafik ışığını, her insanı, her sokak lambasını, her posta kutusunu, her şeyi, hepsini gördünüz.

Peki öyleyse nasıl oluyor da bütün bu gördüklerinizin yalnızca bazılarını hatırlıyorsunuz?

Bunun nedeni, her şeyi gerçekten görmemiş olmanız.

Sadece bakıyordunuz. Aramıyor, sadece bakıyordunuz. Bakmak, ayrı bir çaba gerektirmez. Soluk alıp vermek kadar basittir. Görmek ise farklıdır; çaba ister. Bir de kararlılık.

Ama şunu dinleyin: Bir kere alıştınız mı, görmek de bakmak kadar kolaylaşır.

Gelin size birkaç öykü anlatayım:

Büyüdüğüm kent Evanston kurak bir yerdi. Eğer içki almak istiyorsanız ya Skokie'ye ya da Evanston'u Chicago'dan ayıran Howard Caddesi'ne gitmek zorundaydınız. Ben ve arkadaşım Bob Bean sık sık Howard Caddesi'nin yolunu tutardık.

Yapabileceğimiz başka işimiz yoktu, o günlerde ikimiz de kısa boylu ve her yanımızdan yağ taşacak kadar şişmandık ve bu yüzden ruhlarımızı kurtarabilecek kız arkadaşlar bulamıyorduk; üstelik Howard Caddesi'nde, 21 yaşını doldurmamış olsanız bile, size servis yapmaya hazır sürüyle bar vardı. Hatta 19'unuza bile gelmemiş olsanız, onlar için dert değildi.

Bir gece barın birinde otururken Bob, “Bir dakika başını önüne eğsene” dedi. Söylediğini yaptım, o da sordu, “Barın arkasında kaç kasiyer var?”

“Bir” dedim.

“Üç” dedi. “Başını önünde tutmaya devam et. Barda bizden başka kaç kişi var?” “On iki” diye karşılık verdim. “Sekiz” dedi.

Böylece üç yıl boyunca hiç vazgeçmediğimiz bir oyuna başlamış olduk.

Bir bara girer, birer bira söyler ve on dakikayı çevremize bakmakla geçirirdik; yakalayabildiğimiz her ayrıntıyı hafızamıza yerleştirmeye çalışırdık. On dakika sonra ikimiz de başımızı masaya eğip birbirimizi soru yağmuruna tutardık.

“İçerde kaç sandalye var?”, “kaç pencere var?”, “sokaktan bara kaç basamak var?”, “barmenin gözleri ne renk?”, “tavan neye benziyor?”

Aradan birkaç ay geçince, aynı bara girdiğimizde sıkılmaya başladık, çünkü karşımızdakinin yanıtlayamayacağı soru bulmamız neredeyse olanaksızlaşmıştı: “Barda kaç şişe dizili?”, “duvarlardaki bütün resimleri ve karalamaları tek tek anlatabilir misin?”, “biz içeri girdiğimizde, kasiyerlerin her biri ne yapıyordu?..”

Zaman ilerledikçe oyunu bıraktık, bilmediğimiz bir şey kalmamıştı.

“Bana barın arkasındaki her şişenin markasını söyle”, “her şişe neresine kadar dolu?”, “yarım mı, çeyrek mi, üçte bir

mi?”

İnanmayacaksınız, ama bunu da bilirdik.

“Ön camlardaki perdelerin kaç çekeceği var?”, “içerdeki herkesi ayrıntılı olarak anlatabilir misin?”, “her masada kaç şişe, kaç kadeh var?” Görmenin büyüsunü keşfetmiştik.

Yıllar sonra, başka bir arkadaşla, Hal Silverman’la çalışmaya başladım. Gördüklerini çizebildiği için başkalarını tedirgin eden türden bir sanatçıydı. Bir iskemle çiziyordu, “Oğlum” dedim, “harika görünüyor”. Sadece bir iskemleye benziyordu. “Keşke ben de yapabilseydim.”

“Neyi yapabilseydin?”

“Gördüğüme benzeyen bir şey çizmeyi.”

“Neden yapamıyorsun?”

“Bilemiyorum; sadece yapamıyorum. Şu iskemlenin resmini çizmeye kalkışsam, ortaya tavuğa benzer bir şey çıkar.”

“Öyleyse seni ilgilendiren bir şeyleri çiz.”

“Ne demek istiyorsun?”

“Rakamları ya da abecedeki harfleri çizebilir misin?”

Adını yazabilir misin?”

“Elbette.”

“Saint Vitus sarsaklığı, eklem iltihabı ya da okuma sayrılığı falan mı var?”

“Hayır.”

“Gözlerin iyi mi?”

“Tabii.”

“Öyleyse neden gördüğünü çizemiyorsun?”

“Bilmiyorum; sadece çizemiyorum o kadar.”

Hal kafasını salladı, “Eğer bu iskemlenin resmini çizmeni engelleyecek fiziksel bir bozukluğun yoksa, o zaman aklında seni engelleyen bir şey olmalı.”

“Haa?”

“Motor işlevlerini kontrol edebiliyorsun, gözlerin kusursuz, acı çekmiyorsun, o zaman iskemleyi çizememenin nedeni, onu görmemen.”

“Elbette ki görüyorum.”

“Aynı fikirdeyim. Görebilirsin, ama görmüyorsun.”

“Ne demek ‘görmüyorsun’?”

“Eğer gerçekten görseydin, çizebilirdin. İşte” dedi ve iskemleyi kaldırdığı gibi elime tutuşturdu, “on dakika bak bakalım.

Üzerinde çalış. Sonra çıkart aklından. Sonra yeniden getir.

Tasarımını çalış, şeklini, formunu, boyutlarını, yapıldığı maddeleri, yapım şeklini, renklerini. Her bir tahta parçasının diğerine nasıl birleştirildiğine bak. Bunların nasıl içe,

ötekilerin ise nasıl dışa eğilerek yerleştirildiklerini incele. Yoğunlaş. Beyninde notlar tut.

Arkalığının ayaklarından daha uzun olduğunu, oturağın sırtlıktan daha geniş olduğunu, ayaklarının hafifçe dışarı doğru eğik olduğunu, sırtlığının da arkaya doğru eğildiğini kafana not et. Geçirmeleri say, bacakların dönüşlerinin sırtlıktan nasıl farklı olduğuna dikkat et. Yukardan aşağı, arkadan öne, önden arkaya incele. Bak ona. Çalış üzerinde. Eğer böyle yaparsan, belki de on dakika içinde iskemle hakkında yaşamın boyunca öğrenemediğin kadar çok şey öğrenmiş olursun.”

Söylediklerini yaptım. Doğrusu, haklıydı. On dakika sonra, iskemleye benzer bir şey çizmeyi başardım. İtiraf etmeliyim ki, bacakları daha çok tavuk bacaklarını çağrıştırıyordu, ama gene de iskemleye benziyordu.

Eğer nesneleri Bob Bean ile Hall Silverman’ın gördükleri gibi göreceksanız, gördüğünüz hakkında çok daha fazla şey hatırlayacağınızı söylememe gerek yok.

Gördüğünüz her şeyi hatırlayacağınızı söyleyecek değilim. Hiç kimse bunu yapamaz. Hal Silverman’ın çizdiği kadar güzel çizebileceğinizi de söylemeyeceğim. Bazı insanlar, bu konularda diğerlerinden daha başarılıdır. Fakat, çalışmakla hayal edemeyeceğiniz kadar çok şey görüp hatırlayabileceğinizi söyleyebilirim. Tanıştığınız insanlar, gittiğiniz yerler ve okuduklarınız hakkında çok daha fazlasını hatırlayabilirsiniz.

Dahası, ne kadar çok şey hatırlarsanız, yeni fikirleri şekillendirmek için birleştirecek o kadar çok malzemeye

sahip olursunuz.

Ama, mutlaka çalışmalısınız. Her gün.

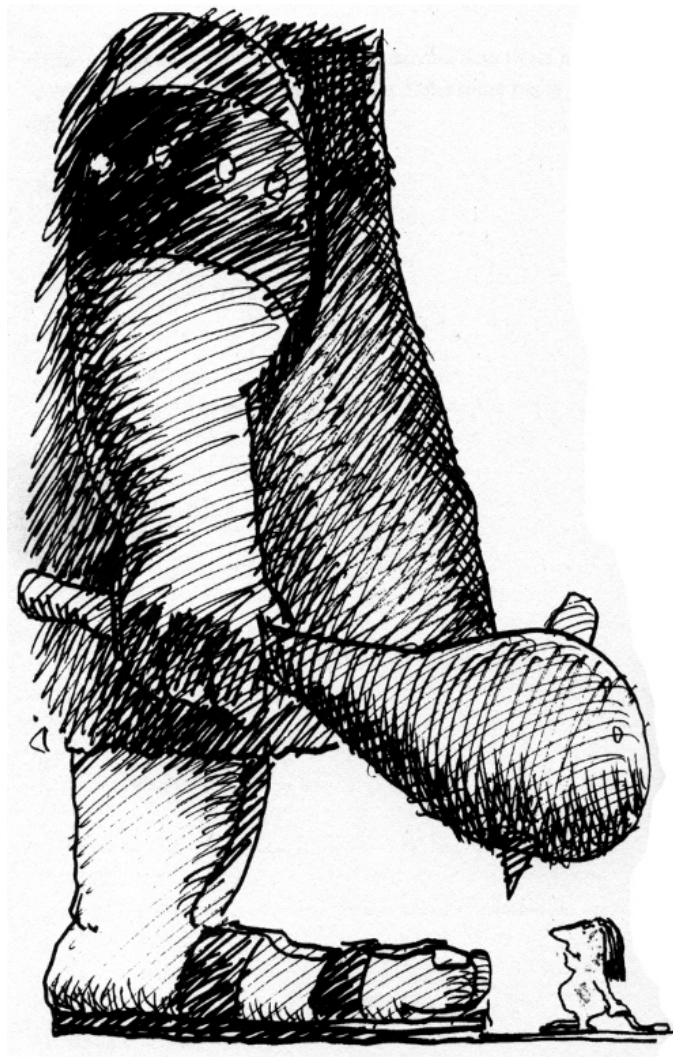
Başlangıç için şunları yapabilirsiniz:

Yarın işe giderken ya da ilk kahve molanızda, kendinize bir not defteri alın. Öyle sıradan bir şey olmasın. Ciltli bir defter alın, verimliliğinizi artırma hevesi uyandıracak cinsten. Sonra, her gün gördüğünüz bir şeyi yazmaya başlayın. Her gün. Ne görmüş olduğunuzun hiç önemi yok; sadece bir şey görün ve onu yazın. (Eğer gördüğünüz şey hakkındaki düşüncelerinizi de yazmak isterseniz, özgürsünüz. Ne de olsa

Thomas Wolf ve diğer bir çok yazar da aynı şeyi istemiş ve yapmıştı.)

Defteriniz dolunca, oturup baştan sona okuyun. Sonra yeni birini doldurmaya başlayın. Sonra bir başkasını. Daha sonra başka bir tanesini.

Yaşamınız boyunca bunu bırakmayın.



7. Cesaretinizi Toplayın

Dürüst eleştirinin hazmı zordur, hele de bir akraba, bir dost, bir iş arkadaşı ya da bir yabancından geliyorsa.

Franklin P. Jones

Ölmekten korkmuyorum. Sadece, başıma geldiği anda orada olmak istemiyorum.

Woody Allen

Yanından uzaklaşınca kadar, sakın bir timsahla “uzun ağız” diyerek alay etmeyin.

Jamaika Atasözü

Dediğim gibi, cesaret ve merak yaratıcı insanların iki temel özelliği gibidir.

Ama neden bazı insanlarda bu vardır da diğerlerinde yoktur?

Dahası, sizde yoksa, ne yapabilirsiniz?

Önceki bölümde, meraktan söz etmiş ve meraklı olan insanların işleri nasıl yürüttüklerini söylemiştik.

Fakat, nasıl daha cesur olabiliriz?

“Fikir, narindir” der bir reklam ajansının başkanı olan Charles Brower. “Bir azar ya da hor görmeyle öldürülebilir;

doğru adamın ağzından çıkacak bir alay ya da suratında belirecek bir kaş çatışla ölüp gidebilir.”

Sanırım birçok kişinin fikir yoksunu gözükme nedeni de bu.

O kadar çok alay ve azarla karşılaşılıyorlar ve o kadar fazla çatık kaş görüyorlar ki. Üstelik bir de işe yaramadıkları söylenip duruyor, onlar da bir daha fikir üretmeyi denemiyorlar bile.

Reddedilme korkusu, fikir fabrikalarını atıllaştırıyor.

Size, ileriye atılmak için yeterli cesareti nasıl bulacağınızı anlatamam, sadece şunu söyleyebilirim; bir fikriniz olduğunu söylediğinizde kuşku ve çatılan kaşlara da pohpohlamalara da aldırış etmeyin.

Bütün bildiğim bunu yapmanız gerektiği.

Beş noktayı hatırlamanızda yarar var:

1. HERKES KORKAR, HERKES

Ne kadar doğuştan yaratıcı olursanız, belki o kadar da korku hissedersiniz, çünkü antenleriniz insanların neler düşündüklerine daha duyarlıdır, onların duygularına karşı daha hassastır ve davranışlarından da daha fazla etkilenir. Bu yüzden de kendinizi tedirgin ve rahatsız hissetmeniz ve korkmanız son derece doğal bir olgudur.

Böyle bir korku duyduğunuzda, konuşmak cesaret ister.

Cesarete gelince -Kierkegaard, Hemingway, Nietzsche, Sartre, Camus ve diğerlerinin de belirttikleri gibi- bu, korkusuzluk demek değildir.

Cesaret, tehlikeye, korkmuş olmaya ve kendini tükenmiş hissetmeye karşın ileri atılmak demektir.

Robert Grudin, The Grace of Great Things'te (Büyük İşlerin Çekiciliği) “Yaratıcılık tehlikelidir” diye yazar. “Kendimizi, temel varsayımlarımızın güvenliğini tehlikeye atmadan yeni sezgilere açamayız. Karşı çıkılma ve reddedilme tehlikelerini göze almadan, yeni fikirler ortaya atamayız.”

Unutmayın, alaycı ya da azarlayan insanlar da korkuyorlardır.

Sizin fikirlerinizden korkuyorlardır.

Sizi sık sık küçümsemeleri ya da alaya almaları bu yüzdendir.

Ne de olsa, doğalarının derinliklerindeki fikirler potansiyel olarak yıkıcıdır. Akışı değiştirebilirler. Dahası, fikirler ne kadar özgün olurlarsa, değişim de o kadar köktenci olur. Değişiklikler ne kadar kökten olursa, insanları o kadar tehdit eder ve onları kendi inanç ve davranışlarını sorgulamaya da bir o kadar zorlar. Bu da onların işleri ve gelecekleri hakkında daha fazla huzursuzluk duymalarına yol açar.

Bu nedenle, bir dahaki sefere korkunuzla savaşın ve fikirlerinizi ortaya dökün. Tabii karşınızdakini korkutacak başka nedeniniz yoksa.

2. KÖTÜ FİKİR YOKTUR

Madam Curie'nin “kötü” bir fikri vardı, radyuma dönüştü.

Richerd Drew'in “kötü” bir fikri vardı yapışkan bant ortaya çıktı.

Joseph Priestley, havanın kimyasını araştırırken maden sodasını buldu.

Blaise Pascal, sürekli devinim konusunda deneyler yaparken ruleti icat etti.

Sertleştirilmiş lastik, Goodyear tarafından şans eseri bulundu. Kettering'in motoru sessiz çalıştıracak benzini bulması da öyleydi, Galvani'nin elektrik akımını buluşu da. Saratoga Springs Oteli'nin adsız bir aşçısı da aynı şekilde patates cipsini bulmuştu. Pasteur'ün bağışıklığı bulması da, Röntgen'in X-ışınlarını bulması da hep böyle olmuştur.

Lippershey de teleskopu öyle icat etti. Radyoaktivitenin Becquerel tarafından bulunuşu da, Walker'ın sürtünmeyle yanan kibritleri buluşu da böyleydi, penisilinin Fleming tarafından bulunuşu da.

Bu arada, Columbus'un Amerika'yı keşfinin de diğerlerinden farkı yoktu.

Sonuç mu? Dökülen süt için asla ağlamayın. Kullanılabileceği bir yol bulun. Ya da daha iyi bir süt kutusu icat edin!

**3. DAİMA BAŞKA BİR FİKİR YAKALAYABİLİRSİNİZ;
KİMBİLİR, BELKİ DAHA İYİSİNİ BİLE
YAKALAYABİLİRSİNİZ**

Reklamcılıkta, fikirleriniz her zaman geri çevrilir. İşin doğası böyledir. Geri çevrildiklerinde, siz de homurdanıp durursunuz. Mızıldanır, yakınır, küfreder, boş tehditler savurur, öğlen yemeğinde kafayı bulup eve erken döner, evde de çocuklarınızı azarlamaya başlarsınız.

Bir zamanlar birlikte çalıştığım bir ajansın sanat yönetmeni olan Ralph Price, bu duruma, yıllardır özümsemeye çalıştığım farklı bir tepki göstermişti.

Müşterimizin yanından ayrılınca, “Alçaklar” diye homurdanmışım.

“Müthiş bir kampanyayı geri çevirdiler.”

“Üfff, bu süper oldu!” demişti Ralph. “Şimdi artık gerçekten müthiş bir kampanya hazırlayabiliriz.”

Gördüğünüz gibi Ralph, sadece her zaman başka bir fikir olacağını bilmekle kalmıyor, ayrıca daha iyisinin olacağını da biliyordu.

Zaten öyle olmasaydı, reklamcılık işinde ne yapardık bizler?

Fikirleri bulmak, bizim işimizdi. Son fikrimizi kafamızdan atamasak -hatta son fikrimiz o güne kadarkilerin en mükemmeli bile olsa- bomboş oturmaya başlar, işimizde inişe geçer ve sonunda da patron yeni fikirler bulacak başka birini bizim yerimize alırdı.

Bu nedenle Ralph, hiçbir reddedilişi yenilgi olarak görmüyordu.

Daha iyisini yaratma fırsatıydı, o kadar.

Fakat, fikriniz bir şekilde işlemediğinde Ralph’a öykünmeseniz bile, en azından neyin işlemediğini bulmuş oluyordunuz ve bu da sizin işe yarayacak yeni bir fikir bulmanıza yardımcı oluyordu.

Bu olgu, Edison’a gerçekten de yardımcı olmuştu. Ampul yapmak için işe yarayan fikri bulmadan önce binlerce fikri denemişti.

Ray Bradbury, sonunda ensesindeki saçları diken diken edecek bir tanesini yazıncaya kadar, on yıl boyunca her hafta en azından bir küçük öykü yazıp durmuştu. Kepler de, gezegenlerin yörüngelerinin daire değil, elips şeklinde olduğunu kavrayıncaya kadar, dokuz yıl boyunca o küçücük el yazısıyla Mars’ın yörüngesini bulmak uğruna 9.000 folyo kâğıdı tika basa doldurmuştu.

Bu nedenle, fikrinizin yolun sonu olduğunu düşünmeyin.

Başka bir yolun başlangıcıdır.

4. HİÇ KİMSE ÇOK FİKİR ÜRETTİĞİ İÇİN ELEŞTİRİLMEZ

Belki de sizi tutan şey, saygınlığınızın, hatta geleceğinizin önermek üzere olduğunuz fikre bağlı olduğu korkusudur.

Belki öyle olur, belki gökler başınıza yıkılır, belki size gülerler ya da belki de fikriniz işlemez ve çalıştığınız şirketi batırtır, siz ve aileniz perişan olursunuz; hatta siz bu alay ve başarısızlığa dayanamayıp ölebilirsiniz.

Tamam o zaman, siz de bütün düşlerinizi tek bir fikre bağlamayın.

Bir sürü fikirle ortaya atılın. Böyle yaparsanız o zaman “saçma sapan fikirleri olan deli” olarak değil, “o müthiş fikirleri üreten dâhi” olarak tanımlanırsınız.

5. BİR FİKİR YAKALAMAYA DEĞER

Harika bir duygudur tellerle boğuşup çit yapmak.

Bunun gibisine kolay rastlanmaz. Bir odada oturuyor ve bir fikir, bir çözüm, bir çıkar yol bulmaya çabalıyorsunuz ve hiçbir şey bulamıyorsunuz; bulup görebildiğiniz duvarlardan, engellerden, kapalı kapılardan, “dur” işaretlerinden ve çıkmaz sokaklardan başka bir şey olmuyor; siz de endişelere, korkulara kapılarak umarsızca

bu karmaşadan, bu kutudan, bu tuzaktan kurtulmanın yolunu arıyorsunuz ki, ansızın kafanızda bir kıvılcım çakıyor; her şeyi bir bakışta apaçık görüyor, çözüyorsunuz ve her şey yerli yerine oturup çalışmaya başlıyor. Yuppiiiii!

“Yaratıcı başarı, beynin en kusursuz etkinliğidir” diyor Robert Grudin, “kahramanını anında bilginin doruğuna ve mülkiyetin sınırlarına götüren bir maceradır.”

“Zevki, güvenli bir limana sığınmanın rahatlığı değil, yelkenleri şişirmenin coşkusudur.”

Tellerle boğuşun. Parçalayın onları.

Yelkenleri açmakla kıyaslandığında, güvenli limana ulaşmış olmak hiç kalır.



8. Düşünme Biçiminizi Gözden Geçirin

Çoğu insan, düşünmektense ölmeyi yeğler. Gerçekten de yaptıkları budur.

Bertrand Russell

Her ne olursa olsun, bir şey üzerinde altmış dakika düşünmek karmaşa ve mutsuzluk getirir.

James Thurber

Sonuç, düşünmekten yorulduğunuz noktadır.

Martin H. Fischer

Düşünme tarzınız, hem ne hakkında düşündüğünüzü, hem de ne tür fikirler yakalayacağınızı etkiler.

Düşünceleriniz ne kadar çeşitlenirse, fikir değirmeninize de o kadar fazla enerji sağlamış olursunuz.

İşte size farklı düşünme yolları:

GÖRSEL DÜŞÜNÜN

Sizler de ben de sözcüklerle düşünmeye alışkınız. Bu nedenle de bugün oluşturduğumuz bir düşünce -herhangi bir düşünce- olasılıkla bir açıklama niteliğinde şekillenir. “Çekince, zaman kaybıdır.” “Dünya berbat halde.” “Hiç bir şey başarı kadar güven kazandıramaz.”

Fakat, dünyanın en büyük yaratıcı beyinleri, sözcükler yerine şekillerle düşünenleridir.

Einstein, nadiren sözcüklerle düşündüğünü söyler. Kavramlar, onun kafasında şekiller olarak canlanır ve ancak ondan sonradır ki bunları sözcüklere ya da formüllere dönüştürürmüş.

William Harvey, canlı bir balığın kalbini incelediği sırada birdenbire onun bir “pompa” olduğunu kavrayıvermiş.

Frank Lloyd Wright, evleri ve binaları ayrı ayrı yapılar olarak değil, yeryüzünün birer parçası olarak düşünürmüş.

Alfred Wegener, Afrika'nın batı kıyıları ile Güney Amerika'nın doğu kıyılarının örtüştüğünü fark edince, bu iki kıtanın bir zamanlar birleşik olduklarını anlamış.

Man Ray, kadın gövdesini bir çello olarak görürmüş.

Einstein, bir ışına binip uzayda yol alan birinin gözünden dünyanın nasıl görüldüğünü merak edermiş.

Sonsuzluk kavramını anlamaya çalışırken, matematikçi David Hilbert gözlerinin önünde, hepsi de dolu olan sonsuz sayıda odası bulunan bir otel canlandırır mış. Sonra da, yeni bir müşterinin gelip oda istediğini hayal eder miş. “Elbette efendim” der miş resepsiyoncu sonra da kalkıp birinci odadaki müşteri yi ikinciye, ikincidekini üçüncüye, üçüncüdekini dördüncüye ve böylece sonsuza kadar müşterileri bir ötekine yerleştirir ve sonunda da yeni müşteri için boş bir oda bulmuş olur muş.

Lord Kelvin, gözlüğünde bir ışığın parlamasından esinlenerek ayna galvanometresi fikrini bulmuş.

Freud, bilinçaltının açığa çıkartılması fikrine, iki bölümlü bir resme bakarken ulaşmış. Birincisinde küçük bir kız elindeki değnekle bir kuzu sürüsünü güdüyormuş; ikincisinde ise, küçük kız büyüyüp mürebbiye olmuş, birkaç kadını güneş şemsiyesiyle yönetiyormuş.

Niels Bohr, akıl gözüyle, bir atomun güneş sistemimize benzediğini hayal edermiş.

Newton, Ay'ın tıpkı bir elma gibi hareket ettiğini düşlemiş; o da tıpkı elma gibi “düşüyor”muş.

Birlikte çalıştığım daha pek çok yaratıcı insan da sözcükler yerine, şekillerle düşünürlerdi.

Eğer şirketler yeni müşterileri çekmeye çalışıyor, ama satışları hâlâ düşüyorsa, beyinlerinde delik bir kova canlandırmalıdır.

Bu konuda bir reklama girişeceklerse; diyelim ki Masterlock, kilidi bir kilit olarak düşünmezler, onu bir güvenlik görevlisi ya da bekçi köpeği olarak görürler ya da eviniz, otomobiliniz, mücevherleriniz için bir güvenlik sigortası olarak ya da çocuklarınız için bir koruma ya da Cebelitarık Kalesi gibi asla yıkılmayacak bir nesne olarak.

Bir reklamcı olan Bill Bartley'e sanat yönetmeni, bir şirketin yönetici konumunu açıklayacak bir reklam tasarlama görevi verdiğinde, gözünün önünde Churchill'in o ünlü “V” işaretini yaparken,

Robert E. Lee'yi savaş alanında ve Vince Lombardi'yi oyuncularıyla birlikte sahaya çıkarken gösteren resimler canlandırdığını söylemişti.

Böylesi insanlar, szklerle düşünmezler; ilişkileri, metaforları, fikirleri resimlerle dşnrlr.

“Bir kere görsel bir fikir yakaladın mı” demişti biri bana, “szkler kolayca gelir.” Haklıydı da.

Sizin için de kilidi bir kere koruma ya da köpek olarak gördükten sonra, başlık çıkartmak çok kolay olacaktır. Örneğın, “Masterlock.

Asla uyumayan bir koruma.” Ya da “Artık hiç izin yapmayan bir korumanız var.” Ya da “Masterlock. Onları, doyurmanıza gerek olmayan bekçi kpeğınız gibi görün.” Ya da “Masterlock’ınıza ‘Fido’ adını takabilirsiniz.” Ya da “Kpeğimizi ‘Masterlock’ diye çağırıyoruz.”

Öncelikle düşen satışlarınızı kırık bir oyuncak ya da boğulmakta olan bir adam ya da modası geçmiş bir mn olarak görürseniz, çok geçmeden ya oyuncağı onarmaya ya da boğulan adama can simidi atmaya ya da siparişinizi değıştirmeye girişebilirsiniz.

Eğr bir kere bakkal dkkânınızdaki stok ürünlerinizi sergileyebilmek için daha geniş raflara gereksinme sorununuzu, sirkteki ileri palyaolarla dolup taşan gösteri arabaları olarak hayal edebilirsiniz, hiç yer kalmamış gibi görünen dkkânınızda yeni raflar için yer açma sorununuzun çözümüne yaklaşmışsınız demektir.

Bir kere ürün hattınızdaki ya da dağıtım sisteminizdeki yavaşlamayı, dar bir şişe boynu ya da tıkanmış bir baraj ya da önüne engel çıkmış bir otomobil olarak görebilirseniz; hemen ya dar boynu genişletme ya da tıkalı barajı açma ya da yoldaki engeli kaldırma çalışmanıza başlayabilirsiniz.

Şimdi gelin, bundan sonra bir sorunla karşılaştığınızda çözümü sözcüklerde değil şekillerde aramayı deneyin.

Sorun neyi andırıyor, neye benziyor? Neyi simgeliyor?

Hangi resim buna uyar?

YATAY DÜŞÜNÜN

Sizler de, ben de yatay ya da dikey, akılcı bir sonuca varıncaya kadar birinden diğerine mantıklı atlamalarla, her tuğlayı bir başkasının üzerine yerleştirerek düşünmeye alışmışız.

Böylesi düşünce, analitik ve amaca yönelik dizilimlidir.

Yolumuza devam ederken, bir şeylerin mantıksız gittiğini düşünürsek, hemen dönüp başka bir yola sapar, akla uygun bir sonuca varıncaya kadar da bir mantıklı adımın arkasından ikincisini atarak ilerleriz.

Fakat, düşünmenin bir başka yolu daha vardır, Edward de Bono'nun yaygınlaştırdığı bu yola “yatay düşünmek” adı verilir.

Dolaylı düşüncede, sıçramalar yaparsınız. Mantıklı yolu izlemek zorunda değilsinizdir; alternatif yollar bulduğunuzda yanlara da sapabilir ve görünüşte çıkmaz sanılan bu yolların etrafından dolanabilirsiniz.

Başlangıçta, bir sorunun çözümünün yatay mı, yoksa dikey mi olacağını söylemek mümkün değildir. Çünkü, bütün iyi çözümler bir anlam taşır ve insanların hepsinin de kendilerine özgü yolları vardır.

Fakat, her ne kadar çoğu çözüm ilk bakışta açık görünse de, hangi çözümlerin mantıksal bir anlam taşıyacağını önceden kestirmek zordur.

Gelin size bir örnek vereyim:

Çalışanların işe geç gelmesinden dolayı, bir şirketin başı derttedir.

Her hafta, 20 çalışanın hepsinin de geciktiği gözlenmektedir.

Patron, çalışanlarıyla birer birer görüşür (dikey bir çözüm).

Bir canlanma olsa da yeterli değildir.

Patron bu kez bütün çalışanlarını toplayarak sıkıntısını dile getirir (bir diğer dikey çözüm). Biraz daha canlanma olur. Ama bir ay geçmeden, iş daha kötülemese bile eskisi kadar hantallaşır.

Sonunda patron, sorunu giderecek ve öyle kalmasını sağlayacak bir adım atar. Sabah çalışmanın başladığı 09.00'dan itibaren, her 15 dakikada bir işyerinin poloraid fotoğraflarını çekmeye başlar. Öğlen olduğunda, fotoğrafları duyuru panosuna asar ve üzerlerine de çekildikleri saatleri yazar.

09.00: İşyerinde kimsenin olmadığını, 09.15: İşyerinde yalnızca bir kişinin bulunduğunu, 09.30: İşyerinde sekiz

kişinin bulunduğunu, 10.00: Hâlâ beş kişinin eksik olduğunu göstermektedir.

Ertesi günkü fotoğraflar, biraz gelişme gösterir; daha sonraki günlerdeyse gelişme çarpıcıdır. Hafta sonu gelmeden, herkes saat tam 09.00'da işbaşı yapar duruma gelir. Bir hafta sonra patron uygulamayı kaldırır ve o günden bu yana da gecikme sorunu yaşanmaz.

Böyle bir çözüme mantıksal, dikey düşünceyle varabilir miydi?

Belki. Öyle mi olmuştu? Doğrusu, kuşkuluyum.

Gelin bir diğer örneğe geçelim:

Öykümüzün geçtiği yer, Orta Batı'daki büyük bir telefon şirketidir ve Kore Savaşı'ndan sonra, telefon operatörleri için uzman danışman yetiştirecek geniş bir programa başlanmıştır.

Programı tamamlayanlar, gerçekten de kilit noktalara gelmektedir ve programın kendisi de hem uzmanlardan övgüler almakta, hem dergilere konu olmakta, hem diğer şirketler tarafından da uygulamaya konulmaktadır.

Ama gene de bir sorun vardır: Program mezunları o kadar niteliklidirler ki, bitirir bitirmez başka şirketler tarafından kapılıyorlardı.

Bir otomotiv şirketinin üç ya da dört danışmana gereksinimi vardır; bir petrol şirketinin beş ya da altı; Kanada hükümetinin ise on. Hatta diğer telefon şirketleri bile, bu uzmanlar için kardeş kuruluşlarının kapısında beklemektedirler.

Telefon şirketi, yetiştirdiği elemanları elinden kaçırmamak için her yolu dener. Fazlasıyla para ve çekici unvanlar verir, adlarının kazınacağı bir “şeref Duvarı” yaptırır, işte giymeleri için pahalı giysilerle donatır, her yıldönümlerinde pahalı çiçekler yollar, fazladan izin hakkı tanır, ama hiçbirini işe yaramaz. Çünkü diğer şirketler daha fazla para, daha çekici unvanlar ve hatta daha uzun tatiller vermektedirler.

Sizin de hayal edebileceğiniz gibi, telefon şirketinin yöneticileri, mezunlarını ellerinden kaçırmamak amacıyla, toplantı üstüne toplantı yapmaktadırlar. Bu toplantılardan birinde, yöneticilerden biri soğukkanlılığını yitirip haykırır: “Lanet olası bacaklarını kesersek, çekip gidemezler!”

Herkes kahkahayı basar. Sadece bir kişi şöyle der: “Evet, elbette, işe bulduk!”

“Ne demek istiyorsun?” diye atılır patron.

“Yani, programa sadece tekerlekli sandalyeye mahkum engellileri alacağız” der bir diğer. “Bütün girişlerimizi yeniden düzenleyeceğiz, asansörleri, tuvaletlerimizi de. İşe gelip gitmeleri için uygun araçlar alacağız. Egzersiz programlarını sürdürebilmeleri için doktorlar ve terapistlerle anlaşacağız. Daha sonra da...”

Öyle de yaparlar.

Bunu akıllarına getirebilmeleri için, tek bir kişinin kendini yitirip de “Lanet olası bacaklarını keselim” diye haykırması yetmiştir; üstelik bu, son derece mantıksız bir çözümdür.

İşe size dolaylı düşünme...

Mr. de Bono, dolaylı ve dikey düşünme arasındaki farkları açıklayan bir dizi kitap yazdı ve dolaylı düşünerek sorunların nasıl çözülebileceğini gösterdi. Sizlere bu kitapları okumanızı tavsiye ediyorum.

ORTADA OLMAYAN SINIRLARI VARSAYMAYIN

Eğer siz de çoğunluk gibiyseniz, bir sorunun çözümüne yönelik düşünce akışınız çoğu kez bilinçaltınızda yarattığınız, ama aslında var olmayan bir takım kısıtlamalar, sınırlar, limitler ve engeller yüzünden kesilir.

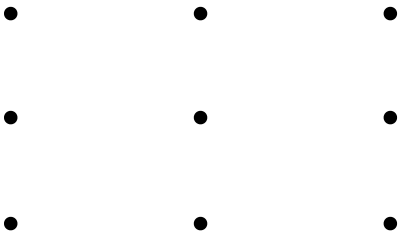
Örneğin, biri sizden, her biri diğerinden eşit uzaklıkta dört ağaç dikmenizi istese, büyük olasılıkla, otomatik olarak ağaçların düz bir toprak parçasına dikilecekleri sonucunu çıkartırsınız (bana ilk sorulduğunda ben de öyle sanmıştım). Bu düşünceyle, dört kâğıt parçası alır ve aynı düzlem üzerinde her birini diğerinden eşit uzaklığa yerleştirmeye çalışırsınız ve sonunda da başaramayacağınızı anlarsınız. Bütün ağaçların aynı düzeyde olmaları gerekmediğini kavrayınca da sorunu çözersiniz. Çünkü ancak o zaman ağaçların birini bir tepenin üzerine ve diğerlerini de aynı tepenin çevresine yerleştirmeyi düşünür ve tam on ikiden vurmuş olursunuz.

Ama lütfen, sorunu çözmenizi engelleyecek sınırları koyanın kendiniz olduğunu unutmayın, çünkü bütün ağaçların düz bir toprak parçasına yerleştirilmesi gerektiğini çıkartan sizden başkası değildir.

Dilerseniz bir de şu ünlü dokuz nokta, dört çizgi sorusuna bakalım. (Belki bunu biliyorsunuzdur, ama dert değil; çünkü

ne olursa olsun kendi kendinize sınır getirmenin en klasik örneğidir.)

Aşağıdaki gibi yerleştirilmiş dokuz nokta var:



Size düşen, üzerlerinden iki kere geçmeden ve kaleminizi kaldırmadan bu noktalar arasında dört çizgi çekmek.

Çoğu insanın yaptığı üzere, çizgilerin, dıştaki noktaların oluşturduğu sınırların ötesine geçmemeleri gerektiğini çıkarsarsanız, çözüm olanaksızdır. Ama çok geçmeden, çizgilerinizin bu sınırların dışından da geçebileceğini kavarsanız, sorunun çözümü mümkündür.

Unutmayın ki, sorunun içeriğinde çizgilerin noktaların arasından geçmesine ilişkin bir zorunluluk yoktur. Bilinçaltınızda kendi kendinize sınırlamayı getiren gene sizsiniz.

Bir zamanlar, öğrencilerimi sınıfımızdaki bir duvarın önüne dizer ve onlardan kâğıttan uçaklar yapıp karşı duvara fırlatmalarını isterdim; yaklaşık altı buçuk metre uzağa. Her türlü uçak yapmayı denerler, ama o uzaklığa fırlatmayı bir türlü başaramazlardı.

Sonunda derdim ki, “Tamam çocuklar, şimdi gözlerinizi dört açın da dünya kâğıt uçak fırlatma şampiyonunu iş başında izleyin bakalım.”

Sonra da elime aldığım kâğıt parçasını buruşturup golf topu büyüklüğüne getirir ve olanca gücümle karşı duvara fırlatırdım. Tam isabet!

Kim demiş kâğıt uçaklar ille de uçağa benzer diye?

Öğrencilerime verdiğim bir başka örnek:

“Elinizde yaklaşık 45 santimetre uzunluğunda ve çapı da bir pinpon topunun geçebileceği genişlikte bir boru olduğunu varsayın.

Borunun bir ucu da sımsıkı yere yapıştırılmış.”

“Şimdi bir pinpon topunu borunun içine atıyorum, sizlere bir şeyler verecek ve sonra da topu borudan çıkartmanızı isteyeceğim.”

“Size vereceğim şeyler: Geçen pazarın gazetesi, bir çift deri eldiven, bir kutu kibrit, 20 santimetrelik bir tornavida, 35 santimetrelik bir ayakkabı bağcığı, dört kürdan, bir paket sakız ve düz kenarlı bir tıraş bıçağı.”

Yıllar boyunca, topun o borudan nasıl çıkartılacağı konusunda yüzlerce fikir dinledim. Çoğu işe yarayabilirdi de; bazıları ise son derece yüksek bir düş gücünü yansıtıyorlardı.

İşte size birkaçı:

“Bağcığı tornavidaya bağlayalım, tornavidayı da borunun içine sarkıtalım. Gazeteyi uzun şeritler şeklinde kesip kıvıralım. Bunları boruya sokup tornavidayı pinpon topunu delemek kadar zorlayalım. Sonra şeritleri çıkartalım. Delinmiş pinpon topunu özenle yukarı çekelim.”

“Bağcığı, eldivenin orta parmağına sıkıca bağlayalım. Paketteki sakızları çiğneyelim. Bağcığın öteki ucuna çiğnenmiş sakızları yapıştıralım.

Islak sakız tomarını topa doğru sarkıtalım. Sakız, topa yapışacak kadar kuruyunca da bağcığı ucundaki topa birlikte yukarı çekelim.”

“Eldivenin parmaklarını tıraş bıçağıyla kesip çıkartalım. Parmakların içini gazete kâğıdıyla dolduralım. Parmaklara doldurduğumuz gazete kâğıtlarını kibritle birer birer yakalım ve tek tek borunun içine turalım.

Ateş, borunun içindeki oksijeni tüketeneğinden, top yukarı kalkacaktır. Borunun ağzına yaklaştığında, kürdanlardan biriyle yakalayıp çekelim.”

“Bağcığın bir ucunu bir kibritin ucuna dolayalım, öteki ucunu da tornavidaya bağlayalım. Kibriti yakalım. Hızla borunun içine daldıralım. Yanan kibrit pinpon topuna değdiğinde ona yapışır. Kibrit sönünceye kadar bekleyelim. Sonra da topa yapışmış kibriti yukarı çekelim.”

Böylesine parlak fikirlerle karşılaştıkça, bir sorunun sayısız çözümü olabileceğini kanıtlamanın mutluluğunu yaşıyordum. Ama hiç kimse çıkıp da boruyu suyla doldurmayı önermedi.

Bunun nedeni, öğrencilerimin kendilerini (belki sizlerin de) sorunu sadece onlara verdiklerimle çözmeye koşullanmış olmalarıydı. Oysa ben onlara çözüme kendilerine verdiklerimle ve yalnızca onlarla ulaşabileceklerini söylememiştim ki! Kendi kendilerini sınırlandırmışlardı.

Bir dahaki sefere, bir soruyu çözmekte sorunla karşılaştığınızda, kendi kendinize şöyle sorun: “Yapamayacağım konusunda kendi kendime hangi çıkarsamaları getiriyorum ya da acaba, kendime hangi gereksiz sınırları koydum?”

BAZI SINIRLAR BELİRLEYİN

“Bir dakika bekle bakalım” dediğinizi duyar gibiyim. “Sen değil miydin, kendime gereksiz sınırlar koymamamı söyleyen? Şimdi bu da ne demek oluyor?”

Bundan önce sözünü ettiğim sınırlamalar, zihinsel sınırlardı, sorunun doğası hakkında sık sık yaptığımız bilinçaltı varsayımlarıydı.

Şimdi sözünü ettiğim ise, çözüm arayışımızın çerçevesini çizme gereği.

Bunun bir ikilem gibi göründüğünü biliyorum. “Deli misin sen” diye haykırdığınızı gene duyabiliyorum. “Yaratıcı beyin her türlü baskıdan, sınırdan özgür olmalı, çözümü dilediği yerde arayıp keşfedebilmeli.”

Aynı fikirdeyim. Bu bir ikilem. The Courage to Create’te (Yaratma Cesareti) Rollo May, bunun bir “paradoks” olduğunu söyler. Ama açıklamaktan da geri kalmaz: “Yaratıcılığın kendisinin de sınırları olmalı, çünkü yaratıcılık, kendilerini sınırlayanlara karşı göstereceği cesareten doğar.”

Hadi sizlere bir örnek vereyim:

Bir ekibe, diyelim ki bir televizyon reklamı yaratma görevi verdiğimde, tam özgürlük tanırsam, bulutlarda dolaşmaya

başladıklarını görürüm. Özgürlüğün fazlası kaosa yol açıyor. Buna karşılık, yaratıcı stratejinin kuralları çerçevesinde çalışmaya zorlandıklarında (bkz. Bölüm 10), hele de belirli bir bütçeyle, 30 saniye uzunluğunda, oluşturulmuş bir ana fikir çizgisinde ve elbette ki sınırlı bir süreyle sınırlandırılarak işe koyulduklarında, daima çözümlerle karşıma geliyorlardı.

Joseph Heller de aynı şeyi keşfetmişti: “Fikirler bana gelir; ben onları üretmem. Denetlenen bir gündüz düşü çerçevesinde bana gelirler, yönlendirilmiş bir hayal çerçevesinde gelirler. Bu yönlendirme, sınırlamaların hayal gücünü mahmuzlayacağı bir reklam metni yazım disiplini de olabilir (benim de yıllarca yaptığım buydu).”

“Küçük alanlar zihni disiplin altına alır; büyükleriyse başıboş bırakır” demiş Leonardo da Vinci.

“T. S. Elliot’un bir makalesi vardır” diye sürdürür Heller, “yazıda yazım disiplinini över ve kişinin belirli bir düşsellik çerçevesi içinde çalışmaya zorlanması, hayal gücünün en üst düzeye yükselmesine ve bu da mükemmel fikirlerin oluşmasına yol açar. Mutlak özgürlük verilirse, işin serilmesi olasılığı yüksektir.”

Duke Ellington bestelerini, çalınması için yazdığı enstrümanlar ve onları çalacak müzisyenlerle sınırlardı. “Sınırların olması iyidir” derdi.

Walter Hunt para için çırpınıyordu. Fena halde gereksinim duyulan ve birkaç saat içinde çiziktireceği bir şey bulmaya karar verdi (sınırlardan söz ediyorum). Gerçekten de bunu yaptı; çengelli iğneyi buldu.

Sezar salatası, şefin elindeki malzemeleri kullanarak bir şeyler yapmaya zorlanması sonunda yaratıldı. Tavuk marengo da öyle. Ekmektatlısı da. Büyük ihtimalle haşlanmış ıstakoz da sofradaki yerini böyle aldı.

Dryden, koşukları tersine uyaklı yazmayı tercih ettiğini söylerdi, çünkü; “Bir uyak aramakla uğraştığımda, sık sık mutluluğa kapılıyorum.”

Rollo May de aynı fikirde: “Şiir yazarken, yüklemek istediğiniz anlamı bir forma soktuğunuzu ve yeni anlamlar bulmak için hayal gücünüzü sonuna kadar kullandığınızı fark edersiniz. Belirli söylemleri reddedersiniz; diğerlerini seçer, her defasında da şiiri yeniden yapılandırmaya çalışırsınız. Bu yapılandırma sonucunda da, asla hayal edemeyeceğiniz yeni ve daha derin anlamlara erişirsiniz.”

Benim bulduğum en coşturucu sınırlama, zamandır. Zaman sınırlaması, insanın çözüm bulması için iyi bir dürtüdür.





9. Birleşmeyi Öğrenin

Kendi gücüyle sizi yenebilir, kendi gücünü de sizinkiyle yenebilir.

Futbol Koçu Bum Phillips'in Koç Don Shula Hakkındaki Sözleri

Sigara içmedikçe ve köpeklerle yaklaşmadıkça, astım artık beni rahatsız etmiyor. Beni asıl rahatsız eden, sigara içen bir köpek olmak.

Steve Allen

Dr. Livingston I Presume (Dr. Presume'un tam adı)

Anonim

Olmak, yapmaktır (To Be is to Do)

Rousseau

Yapmak, olmaktır (To Do is to Be)

Sartre

Do Be Do Be Do

Sinatra

Eğer “yeni bir fikir, eski unsurların farklı birleşiminden başka bir şey değilse” bunun anlamı, eski unsurları nasıl birleştireceğini bilen birinin yeni fikirler yakalama şansının,

eski unsurları birleştirmesini bilmeyen birinden fazla olduğudur.

İşte size birleştirme konusunda bazı öneriler:

BENZERLİKLER ARAYIN

Sorunuz, diğer sorunlara benziyor mu? Peki, benzemeyen yanı nedir?

Eğer ürün ya da hizmetinizin sağladığı en büyük yarar hız ise, dünyanın en hızlı şeyi nedir? Yararlarınızı o şeyle kıyaslayabilir misiniz? Dünyanın en yavaş şeyi nedir? Bununla bir kıyaslama yapabilir misiniz?

Eğer en büyük yarar güç ise, düşünebildiğiniz en güçlü ve en zayıf şeyler nedir? Bunlarla bir kıyaslama yapabilir misiniz?

Ya da uygunluk mu, ekonomi mi, bağımlılık yaratması mı, yalınlığı mı, kalıcılığı mı? Düşünebildiğiniz en uygun, en ekonomik, en çok bağımlılık yaratan, en yalın, en kalıcı ya da herhangi bir başka şey ya da insan ya da fikir nedir? Ya da tersine; en uygunsuz, en ekonomik olmayan, en bağımlılık yaratmayacak, en karmaşık, en kırılgan ya da en olmayacak şey, insan ya da fikirler nedir?

KURALLARI YIKIN

Her eylemin, kendi kuralları, kendi yöntemleri ve yapıma yolları vardır. Belki taşa kazınmamışlardır, ama insanın beynine kazındıkları kesindir. Her şey bunlara bağlıdır.

Bilim ve sanattaki -asında her alandaki- en çarpıcı ilerlemeler birinin çıkıp bütün kuralları yıkmış olmasının

sonucunda gerçekleşmiştir.

Van Gogh, bir ieğın zihnımızdeki yerleşik şekline dair kuralları yıktı.

Picasso, bir kadının yüzünün zihnımızdeki yerleşik şekline dair kuralları yıktı.

Freud, hastalıkların tedavilerine yönelik yerleşik kuralları yıktı.

Pasteur, salgınların geleneksel tedavi yöntemlerini yıktı.

Lobatchewsky, Öklit geometrisinin kurallarını yıktı.

Dick Fosbury, yüksek atlamanın kurallarını yıktı.

Hank Luseti, basket topunun nasıl atılması gerektiğı kuralını yıktı.

Pete Gogolak, Amerikan futbolunda topa nasıl vurulacağına kurallarını yıktı.

Stravinsky, bale müziğinin nasıl olması gerektiğı kuralını yıktı.

Beethoven, senfoni müziğinin kurallarını yıktı.

David Ogilvy, reklam metni yazım kuralını yıktı.

Gerard Manley Hopkins, şiirlerin kulağına nasıl gelmeleri gerektiğı kuralını yıktı.

E. E. Cummings, şiirin yazım kurallarını yıktı.

Charles Eames, sandalyenin neye benzemesi gerektiğı kuralını yıktı.

Eero Saarinen, masanın neye benzemesi gerektiği kuralını yıktı.

Gaudi, binaların nasıl olması gerektiği kuralını yıktı.

Henry Ford, işçilere ne kadar ücret ödenmesi gerektiği kuralını yıktı.

Carême, tatlıların nasıl olması gerektiği kuralını yıktı.

Fanny Farmer, yemek kitaplarının nasıl yazılması gerektiği kuralını yıktı.

Bütün günü böyle sıralamakla geçirebiliriz; hatta belki de bütün bir haftayı. Şunu söylemek yeter: Kurallar fikir yakalamak için mükemmel birer yoldur.

Yapacağınız tek şey; onları yıkmak.

“YA ÖYLE OLSAYDI?” OYNAYIN

“Ya öyle olsaydı?” reklam ajanslarındaki yaratıcı çalışanların bir ürün ya da hizmetin yararlarını belirtmek için farklı bir yol aradıklarında sık sık başvurdukları bir oyundur.

Eğer ürün ya da hizmetimizi bir insana dönüştürseydik, bu nasıl biri olurdu? Bir erkek? Bir kadın? Bir kamyon şoförü? Bir sanatçı?

Bir basketçi? Bu insan neler söylerdi? Nasıl davranırdı?

Kendisi neye benzerdi?

Ya tutup bir hayvana dönüştürseydik, hangi cins olurdu?

Ya ürünümüzü daha küçük yapsaydık? Ya da daha büyük?
Ya da farklı şekil vererek? Farklı renkte? Daha hafif? Daha ağır?

Farklı ambalajda? İki kat daha güçlü? Yarı güvenilirlikte?
Daha insancıl?

Ya da daha az insancıl? Ya da daha verimli?

Ya hizmetimizi daha hızlı yapsaydık? Daha ucuz? Daha uygun?

Daha insancıl? Daha az insancıl? Daha verimli?

Ya da daha yavaş? Daha pahalı? Ya da daha az uygun?
Daha az verimli?

Eğer ürün ya da hizmete, istediğimiz bir şey ekleyebilecek olsaydık, bu ne olurdu?

Eğer bir şey çıkartacak olsak, o ne olurdu?

Eğer bunu bugün ansızın icat etmiş ya da keşfetmiş olsaydık, nasıl sunardık?

Ya Marslı bir kadın bu ürün ya da hizmeti görse, ne derdi?
Onu kendisine nasıl betimlerdiniz? Ne düşünürdü? Her şeye rağmen gene de ister miydi?

Bu ürün ya da hizmetin en büyük yararı, birdenbire yasadışı kabul edilseydi ne yapardınız? Ya hiç kimse o yararı istemeseydi ya da herkes onu isteseydi?

Ya söz konusu yararı iki kat güçlendirebilseydik? Ya da gücünü yarıya indirseydik? Ya da insanlar için önemini ikiye

katlasaydık? Daha fazla erişilebilir kılsaydık ya da daha az erişilir?

Ya o yararı sağlayabilen tek ürün ya da hizmet bu olsaydı ya da bütün rakip ürün ya da hizmetler aynı yararı sunsalardı?

Bir sorunu çözmeye çalışırken, aynı oyunu siz de oynayın.

Ya sorun, şimdikinden iki kat zor olsaydı, ne yapardınız? Ya da 10 kat zor olsaydı? Ya da yarısı kadar?

Ya herkes aynı sorunla karşı karşıya olsaydı?

Ya herkes çözmüş, bir siz çözmemiş olsaydınız?

Ya da en büyük rakibiniz bu sorunla yüz yüze olsaydı?

Eğer bu sorunu tersyüz etseydiniz, neye benzerdi?

Geçmişe yönelik olsa neye benzerdi?

Ya aynı sorun gelecek yıl da varlığını sürdürse, ne yaparsınız?

Ya da 10 yıl boyunca?

Ya ansızın sorun artık kimseyi dertlendirmeyecek konuma inse, o zaman ne yapardınız?

Eğer bugünkünün tam tersi bir sorunla karşı karşıya kalsaydınız, onu nasıl çözerdiniz?

Ya başka alandaki birileri -örneğin müzik işindeki ya da kullanılmış otomobil satışlarında ya da havayolu işletmeciliğinde- aynı sorunla yüzleşse, onlar nasıl çözerlerdi? Bir mimar nasıl çözerdi? Bir muslukçu? Bir cerrah? Bir ozan?

Bu sorunu çözeniz için, biri size bir milyon dolar verseydi, parayı nasıl harcardınız?

Sorunların yüzde 99'unu yaratanın insanlar olduğunu aklınızdan çıkartmadan, dilediğiniz birini kovma olanağınız olsa?

Ya da istediğiniz birini işe alabilseydiniz?

Ya sorun sizseniz, o zaman nasıl değışirdiniz?

Eğer sorun en yakın dostunuz olsaydı, ne derdiniz?

Ya eğer çocuk olsaydınız, aynı sorunu nasıl çözerdiniz?

YARDIM İÇİN DİĞER ALANLARA BAKIN

Dr. Roger von Oech, Whack on the Side of the Head'de şöyle bir yaklaşımı dile getirir:

“Sinema ve televizyon endüstrisine, reklamcılık endüstrisine, ileri teknoloji araştırma gruplarına, pazarlama gruplarına, sanat bölümlerine danıştım. Bulduğum bir ortak payda, her kültürün kendisini en yaratıcı gördüğü ve bireylerinin de yeni fikirler için sihirli sopaları olduğunu düşündüğü. Bunun güzel olduğunu düşünüyorum; esprit de corps (takım ruhu) iyi bir çalışma ortamı yaratılmasına yardımcı oluyor. Ama aynı zamanda, televizyonun yazılımcılardan öğrenecek çok şeyleri olduğunu, Ar-Ge'cilerin de reklamcılardan birkaç fikir edinebileceklerini gördüm. Her kültür, endüstri, disiplin, departman ve kurumun, sorunlarla baş etmek için kendilerine özgü yolları, metaforları, modelleri ve metodolojileri var. Fakat çoğu kez en mükemmel fikirler disiplinlerin kesişip de yeni fikirler ve

sorular için kendi sınırlarının ötesine bakmaya başladıkları noktalarda doğuyor. Sanat, iş dünyası, teknoloji ve bilimdeki bir çok önemli ilerleme fikirlerin çapraz döllenmesi sayesinde gerçekleşiyor. Bir çıkarsama yaparsak, hiçbir şey bir alanı, dışarıdan gelecek fikirlere kapalı olmaktan daha hızlı darboğaza sokamaz.”

Metal para presi ve şarap presi her tarafta var ve yüzyıllar önce, bunlar arasındaki bağlantıyı görüp de matbaayı bulan Gutenberg olmuştu.

James J. Ritty, restoranındaki nakit ödemelerin kayıtlarını tutmayı akıl edince, kasiyerlerinin bir sürü parayı ceplerine indirmelerini önledi. Kıtalararası bir yolculuğa çıktığı gemide, kasiyerin yerleştirdiği paraları sayıp kayıtlarını çıkartan bir araç kullanıldığını gördü. Aynı prensibi, dünyanın ilk kasa kayıtları için kullandı.

Darwin, Malthus’un Essay on Population (Nüfus Üzerine Bir Yazı) adlı eserini, doğal seçim yoluyla evrimin gizemini açacak anahtar olarak görmüştü.

Malthus, nüfusun hastalıklar, salgınlar, kazalar ve savaşlardan “olumlu etkilendiğini” gösteriyordu. Darwin, “var olma savaşının” kaderlerini belirlediği varsayımından yola çıkarak, aynı olguların bitki ve hayvanların çoğalmasını da önleyip önlemediğini merak etti.

“İlk bakışta çarptı beni” diye yazar, “bu koşullar altında, dayanıklı/güçlü türler varlıklarını sürdürürken, dayanıksız/güçsüz türler yok olup giderler. Bunun sonucu da yeni türlerin oluşumudur.”

Benjamin Huntsman bir saat yapımcısıydı, saat zembereğinin yapıldığı çeliği güçlendirmeye çalışıyordu. Yerel camcılarının fırınlarının kömürle yakıldığı ve Stourbridge çamuruyla sıvandıkları dikkatini çekti. Aynı şeyi denedi ve sonuçta “dayanıklı çelik”i yarattı.

George Westinghouse, Alpler’i delmek için kullanılan hava basınçlı delgi hakkında bir yazı okurken, hava frenini buluverdi.

Descartes’tan önce, analitik geometri diye bir şey yoktu; aritmetik ve geometri ayrı ayrı alanlardı.

Aynı şey Oersted Richardson, Faraday ve benzerlerinin elektromanyetik alanı bulmalarından önce elektrik ve manyetik için de geçerliydi.

Kepler öncesi astronomi ve fizik için de söyleyebiliriz, modern astronomi ikisinin birleşmesiyle doğdu. Sizin sorununuzu çözmenizi, yepyeni bir sezgiye kapılarak yeni bir yöne yönelebileceğinizi düşünmenizi, zaten bildiğiniz bir şeyleri birleştirmenizi ve onu da gizeminizi açığa çıkartmak amacıyla kullanmanızı sağlayacak bir şeyler şu sırada olup bitiyordur.

Gözlerinizi dört açın, kulak kesilin ve bulun onu.

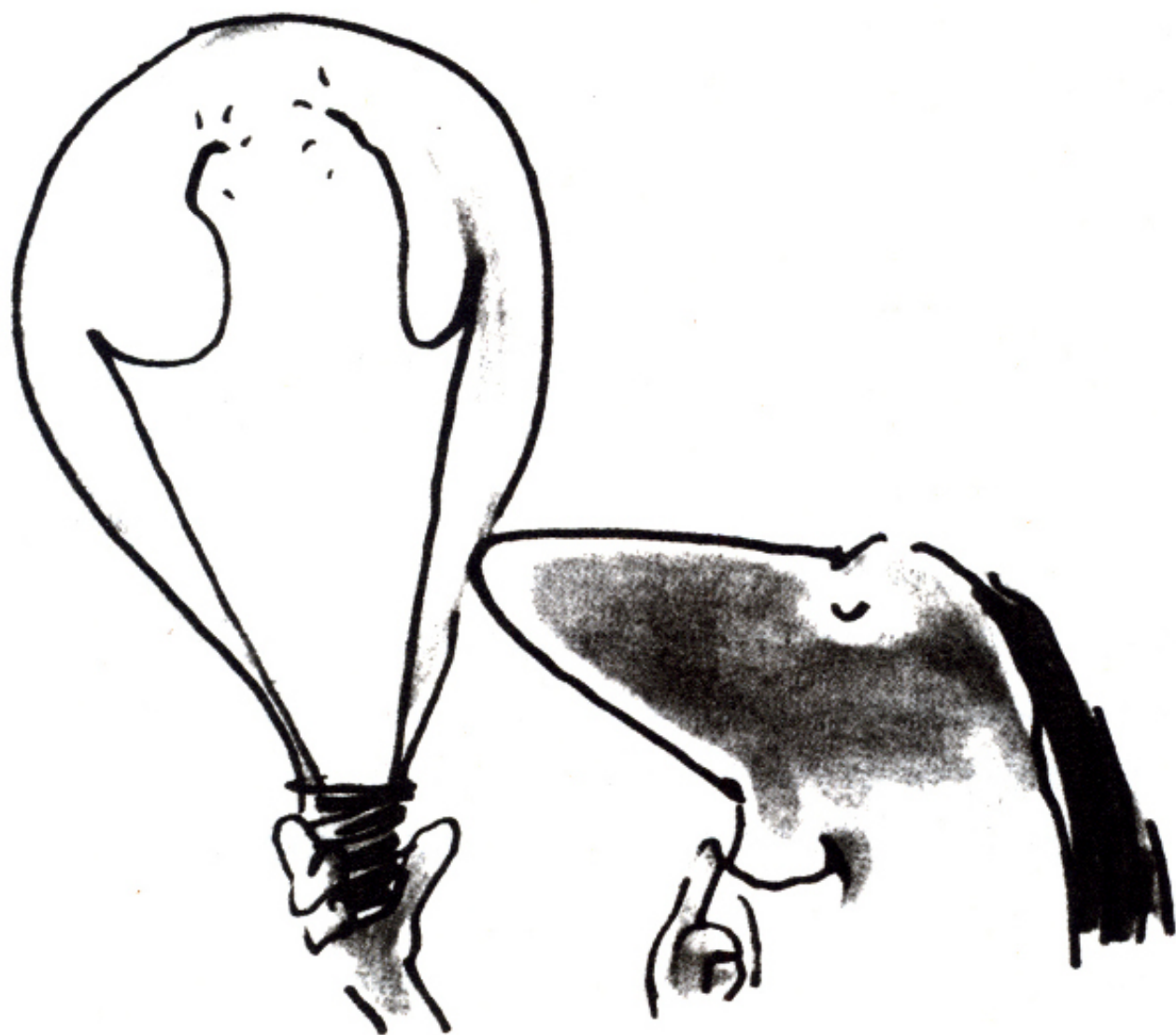
RİSK ALIN

Bir fikri yakalamak, genellikle, daha önce asla birleştirilmemiş bir şeyleri birleştirmek anlamına gelir, bir fikir peşindeyseniz, risk alın.

Şunu asla unutmayın, eğer risk almazsanız, aradığınız fikri yakalayamazsınız.

Düşünür ve piyanist Thelonious Monk, “Bir değeri hak eden insanlar sadece riski göze alabilenlerdir. Gün oluyor, asla duymadığım şeyler çalıyorum” der.

Siz de daha önce hiç duymadığınız bir şeyler çalın.



10. Problemi Tarif Edin

Tanımlardan nefret ediyorum.

Benjamin Disraeli

Sorulardan bazılarını bilmek, cevapların tümünü bilmekten iyidir.

James Thurber

Bilgisayarlar bir işe yaramaz. Size sadece cevapları verirler.

Picasso

İnsanlar, sadece öğütlediğim yolu izlerlerse, dünyada çözülemeyecek sorun yoktur.

Gore Vidal

Her sorunun bir çözümü olduğuna göre, önemli olan sorununuzu doğru tanımlamaktır. Eğer bunu yapmazsanız, yanlış sorunu çözümleyebilirsiniz.

Reklamcılıkta -yakından tanıdığım bir alan- sorunun açıklanması, genellikle yaratıcı bir iş planı ya da yaratıcı bir strateji ister. Örneğin şu türden sorulara cevap bulunmasını gerektirir; “Ne söylemeye çalışıyoruz ve neden söylemeye çalışıyoruz?” “Bir şeyler söylemeye çalışan bizler kimiz ve bunu neden yapıyoruz?” “Rakiplerimizin söyleyemeyecekleri ne söyleyebiliriz?” “Ürün ya da hizmetimizin varlık sebebi nedir?”

Bir reklam ajansının başkanı olan Norm Brown'un bir keresinde söylediği gibi, bu planlar işin temelidir: “Eğer nereye gittiğinizi bilmiyorsanız, bütün yollar oraya çıkar.”

Her alanın hedefleri, görevleri ve stratejileri saptayan kendine özgü birer planı vardır; sorunlar nelerdir, elimizde ne gibi olanaklar var, neler yapılmalıdır gibi.

“Sorunun formüle edilmesi” diye yazar Einstein, “çoğu kez yalnızca matematiksel ya da deneyimsel beceriler gerektiren çözümden daha önemlidir. Yeni sorular ile eski sorunlara yeni bakış açıları getirmek yaratıcı hayal gücü gerektirir ve gerçek ilerleme sağlar.”

Yerden göğe kadar haklıdır. “Bütün bu işleri zamanında nasıl yetiştirebilirim?” gibisinden basit sorular bile farklı yaklaşımlarla irdelenebilir. Örneğin, “Bütün bu işlerin zamanında yapılmasını nasıl sağlarım?”

İlk soru, her türlü çalışma tekniğini bulmaya ve kestirmeden işi bitirmeye yönlendirirken; ikincisi ise iş yükünün gruptakilere paylaştırılmasının altını çizer.

Söylendiğine göre, Henry Ford üretim bandını “Bu işi yapacak insanları nasıl buluruz?” yaklaşımını basit bir şekilde, “İnsanlara nasıl iş buluruz?” şekline dönüştürerek bulmuş.

Edward James suçıçeği aşısını, “İnsanlar neden suçıçeği oluyor” şeklinden, “Neden inek sağıcılar suçıçeğine yakalanmıyor”a dönüştürerek keşfetti.

Bir zamanlar bakkallar, mallarını müşterinin ayağına götürürlerdi.

Kendi kendilerine de hep sorup duruyorlardı, “Malları müşterilerimize nasıl daha hızlı iletebiliriz?” diye. Sonunda birisi sadece şunu sorarak marketi buluverdi: “Müşterinin malını gelip almasını nasıl sağlayabilirim?”

“Bilimsel devrimin düşünürlerinin en görkemli yanları” diye yazıyor Arthur Koestler, “doğru cevapları bulmaya değil, doğru soruları sormaya yönelmeleri; daha önce başka kimsenin görmediği yerdeki bir sorunu görmeleri; ‘nasıl’ın yanına bir de ‘neden’i eklemeleridir.”

Jonas Salk da aynı görüşte: “Her sorunun cevabı ‘önceden vardır.’ İhtiyacımız olan, cevap getirecek doğru soruları sormaktır.”

Bu yüzden, hangi soruları soracağınıza dikkat ederseniz, sorununuzu nasıl tanımlayacağınızı da bulursunuz.

Eğer sorununuzun çözümünde sıkıntınız varsa ya da çözümleriniz yetersiz geliyorsa, sorunu farklı tanımlayın ve sonra çözün.

Sizlere birkaç örnek vermek istiyorum:

Varsayalım ki, hani o herkesin kocaman, görkemli plazalara sahip olmayı düşlediği günlerde yapılmış 10 katlı bir işyerinin yöneticisisiniz. O günlerde, binada çalışan az sayıdaki insan için iki asansör fazlasıyla yetiyordu. Ama, yıllar geçip de o koskoca bürolar, daha küçüklerine bölünüp de çalışanların sayısı artınca, artık iki asansör yetmez oldu.

Bunu düşünerek, en hızlı, en verimli ve bilgisayarla çalışan en yeni asansörlerden aldınız, ama gene de her sabah ve her akşam, çalışanlar çıkıp inmek için üç dakikadır beklediklerini

söyleyerek homurdanıp duruyorlar. Şikâyetler artık başınızı ağrıtabak kadar yükseldi. Büro yöneticileri, çıkma tehditleri savuruyorlar. Yani tam bir kriz yaşıyorsunuz.

Ne yaparsınız?

Eğer sorunu mantıksal (ya da kelime oyunumu bağışlayın ama dikey) düşünecek olursanız, varacağınız sonuç açıktır: (a) Ya daha fazla insanı daha hızlı taşımanız; (b) ya da aynı zamanda inip çıkacak insan sayısını azaltmanız gerektiği sonucuna varırsınız. Bu sonuca varınca da: Asansör boşluklarını genişletip daha büyük asansörler almaya karar verirsiniz.

Ya da binanın içinde yeni boşluklar açtırıp oralara da birkaç yeni asansör yerleştirebileceğinizi düşünürsünüz.

Ya da sabit merdivenler yerine, yürüyen merdivenler kurdurtmayı.

Ya da bina dışına asansör yerleştirmeyi.

Ya da her kat arasına ayrı asansörler yerleştirip, asansörlerin katlarda durma sürelerinden kazanmayı.

Ya da işlerine en erken gelen ve en geç çıkan çalışanları ödüllendirerek, yoğun saatlerde girip çıkanların sayısını azaltmayı tasarlıyorsunuz.

Ya da işe geliş gidiş saatleri açısından farklı bir çalışma sistemi geliştirmeye yönelirsiniz.

Ya da her kat aralığına zaman öldürecek bir şeyler yerleştirip, aynı anda çıkıp inmek isteyeceklerin sayısını düşürmeyi planlıyorsunuz.

Ya da itfaiyeyle anlaşarak, bina içinde ya da kat aralıklarında aynı anda bulunabilecek insan sayısının azaltılmasını sağlarsınız.

Ya da merdivenlerden yürüyerek çıkmayı teşvik edecek programlar yaratırsınız. Fakat, Chicago'daki bir büro yöneticisi, aynı sorunla yüzyüze kalınca, bambaşka bir yol buldu. Her kattaki asansör lobilerine yerden tavana, duvardan duvara aynalar yerleştirdi. Büro yöneticisi kadın, insanların kendileriyle ilgilendikleri sürece, beklemeye pek de aldırmadıklarını keşfetmişti (gerçekten de keşfi yerindeydi).

Başka bir anlatımla, farklı bir sorunu çözdü.

Asansörler ya da yürüyen merdivenler yaptırmaya ya da çalışan/bekleyen sayısını azaltmaya yönelmek yerine, sorunu değiştirip kendi kendine şunu sordu: “Beklemeyi nasıl daha az sıkıcı hale getirebilirim?”

Ya da varsayın ki, 1960'lı yıllarda, okyanus kıyısındaki bir kasabanın polis şefisiniz. Kasabanız, bahar tatillerinde öğrencilerin akınına uğrayan tatil beldelerinden biri.

Kasabadaki iş yerleri, öğrencilerin bıraktıkları paradan hoşnutturlar, ama yıldan yıla (özellikle erkekler için, kadınları incitmeyelim) öğrenciler gitgide daha fazla sorun yaratır oldular.

Daha da beteri, onları sarhoş olup zıvanadan çıktıkları ya da sağı solu rahatsız ederek ortalığı karıştırdıkları için hapse tıkmak da işe yaramıyor. Çünkü, sadece sorunu geiştirmiş oluyorsunuz, hatta geceyi hapiste geçirmek gençler için bir gurur, övünme aracı ya da maoluk göstergesi sayılıyor.

Diğer bir deyişle, ortalığı dağıtan gençlerden biri, geceyi içerde geçirmezse adamdan sayılmıyor. Bu durumda, siz de sertleşmeye karar verip onları ekmek ve suya mahkûm ediyorsunuz.

Hata ediyorsunuz!

Artık içmeyen delikanlılar bile, kafayı bulmanın içeri atılmak için yeterli neden olduğunu düşünmeye başlayacaktır, çünkü ertesi sabah çıktıklarında geceyi nasıl da sadece ekmek ve suyla idare ettiklerini abartarak anlatabileceklerdir. Birdenbire, hapsin yolunu bilmeyenler bile gece kuşu kesilivermişlerdir.

Artık hapisteki koğuşlar yetmediği için, komşu kasabalardan mobil hapishaneler aramaya koyuluyorsunuz. Çocukları içeri tıkmakla yükümlü görevlileriniz fazla mesai yapmaya başlıyorlar. Artık sorun kontrolden çıkmaktadır.

Kapana sıkışmış gibisiniz. Bir yandan yasaları uygulamalısınız; çünkü göreviniz budur. Ama öte yandan da yasaları uyguladıkça, sorun daha da kötüleşmektedir.

Ne yaparsınız?

Yapabileceğiniz birçok şey var; her zaman vardır zaten.

Ama bu 1963 yılında Florida'daki bir polis şefinin başına gerçekten geldiğinde, bakın ne yapmış:

Hapse tıktığı bütün gençlere sadece bebek maması vermeye başlamış.

Onlara yetişkinlere davrandığı gibi değil, çocuklara davranması gerektiği gibi davranmaya başlamış. Sonunda,

gece kuşu olmayı kafasına koymuş maçolar, kendileriyle dalga geçilen birer kahkaha makinesi haline gelmişler.

Polis şefi, çabuk öğrenen biriymiş.

Önce kendi kendine sormuş; “Yasayı çiğneyen bu öğrencileri, nasıl ederim de daha ciddi cezalandırabilirim?” Ekmek ve suya talim ettirerek tabii ki. Bu işe yaramayınca, bu defa şöyle sormuş kendine:

“Bunları, yasayı çiğnemiş olduklarından dolayı nasıl küçük düşürürüm?” Çoğu zaman işler böyle yola girer: Sadece sorunu tersyüz edersiniz ve tam isabet; her türlü farklı çözüm ortaya çıkar.

Ya da kendinizi Kara Veba yıllarında ölüleri gömen birisi olarak düşünün.

Size verilen emirler, salgının yayılmasını önlemek için, ölenleri bir an önce tabutlara koyup gömmeniz. Ne var ki ölüleri bir an önce gömme telaşı içinde, bazılarının henüz canlı olduklarını atlıyorsunuz.

Dehşet içindesiniz. Kendi kendinize, ne yapsam da henüz canlı olanları da gömmekten kurtulsam diye sorup duruyorsunuz.

Hekimlerden yardım istiyorsunuz. Size kalp atışlarını ya da soluk alıp vermediklerini kontrol etmenizi salık veriyorlar, ne var ki cesetleri arabalara yüklemekle görevli olanların ne bunları yapacak enerjileri var, ne de böyle bir şeye hevesleri. Öylesine çok insan o kadar kısa sürede ölüp gidiyor ki.

Siz ne yaparsınız?

Efsaneye göre, İngiltere’de böyle bir sorunla karşılaşan bir ölü gömücü, kendi kendine, soruyu şöyle değiştirmiş: “Canlı birini gömmediğimden nasıl emin olabilirim” diye sormak yerine, “Gömdüklerimin hepsinin de ölü olduklarından nasıl emin olabilirim?”

Tam isabet!

O günden sonra da, her tabuta üçer sivri kazık dikmiş, artık tabuta koyulurken ölmemiş olanlar da tabuta girdiklerinde ölüp gidiyorlarmış! İşadamları, hep yanlış soruları sorarlar.

Çoğu zaman da bu yanlış sorular, son derece kökleşmiş çıkarsamalardan kaynaklandığı için, yanlış yaptıklarının farkında bile olmazlar.

Size bir örnek vereyim:

Bir zamanlar, bir donut şirketinde çalışıyordum. Donut yapıp satan yüzlerce dükkânları vardı.

Zaman geçtikçe, satışları ciddi biçimde düştü ve onlar da satış trafiğini canlandıracak fikirler bulmamız için bize başvurdular; yani, dükkânlarına daha fazla müşteriyi nasıl çekebilecekleri hakkında.

“Neden var olan müşterilerinizin daha sık gelmelerini sağlamaya çalışmıyorsunuz” diye sorduk önce.

“Çünkü satış dökümlerimiz, müşterilerimizin daha az donut almadıklarını, ama her geçen yıl müşteri sayımızın azaldığını gösteriyor.”

Daha fazla müşteri çekebilmeyi sağlayacak çeşitli fikirler üzerinde tartıştık; mönüye başka parçalar da eklemeyi, işin

düştüğü saatlerde özel indirimler uygulamayı, yeni bir reklama girişmeyi, reklamlarımızı gençleri, kadınları ve büro çalışanlarını çekecek yönlele kaydırmarı düşündük.

Sonunda, ben onlara da parlak gelen bir öneri getirdim:

“Eğer daha fazla müşteri istiyorsanız, belki de soruyu yeniden gözden geçirmelisiniz.”

“Ne demek istiyorsun?”

“Şimdiki sorunuz, ‘dükkana daha fazla müşteri gelmesini sağlamak için ne yapmalıyız?’ değil mi?”

“Evet?”

“Peki ya: ‘Nasıl yaparım da müşterinin geliş sıklığını arttırabilirim?’

diye sorsanız. Ya da daha yalın biçimde, “Ne yapsam, daha fazla donut satabilirim? diye sormayı denesiniz.”

“Bir daha söyler misin?”

“Bu sorulardan hangisini soracak olursanız, dükkânlarınızın bir perakende satış yeri olduklarını düşünmeyi bırakıp, onları ayrı ayrı imalathaneler olarak görmeye başlarsınız.”

“Sen neden söz ediyorsun?”

“Eğer onlar birer imalathane olsalardı, dükkânlarınız da tıpkı şimdi olduğu gibi gene donut satacaklardı; ama belki de pazarlama alanlarına çıkacak satıcılar bulacak ve böylece daha çok iş alabilecektiniz.”

“Nereden?”

“Büro binalarından, okullardan, apartmanlardan, her şey satan mağazalardan, fabrikalardan, benzin istasyonlarından, gezici satıcılardan.”

“Hatta bu yolla, restoranlara, kafelere bile satış yapılabilir - nasıl olsa sattıkları donut’ları da birilerinden almıyorlar mı? Neden sizden almasınlar? Ayrıca fırınlar da var- ne de olsa onlarda daha çok fırınlanmaya hazır donut bulunuyor.”

“Hatta belki sırf donut satacak araçlar bile alabilirsiniz, sabahları caddelerde dolaşıp taze donut ile sıcak kahve satışına girebilirsiniz.”

“Öğrencileri, ısmarlayanlara servis yapmak için tutabilirsiniz.”

“Hatta, ...”

Ne var ki işe yaramadı. Sanırım düşünüp düşünebildikleri, sadece işleri ve taşıdığı risklerdi, bu yüzden de fikrimi asla hayata geçirmediler.

Fakat, inanıyorum ki, bütün söylediklerim sorudaki basit bir değişikliğin düşüncenizde nasıl da bir devrim yaratabileceğini göstermeye yeterli.

Bu yüzden de, tepetaklak inmeye başladığınızda, farklı sorular sormayı denemelisiniz.

Eğer, “Üretim hattımın verimini nasıl artırabilirim?” diye soruyorsanız, bir de şöyle sormayı deneyin: “Üretim hattımın verimini nasıl düşürebilirim?” Ya da “Üretim hattımızda nasıl bir değişiklik yaparsak, çalışanlarımız da keyifle daha çok çalışırlar?”

Şöyle soruyorsanız, “Neden insanlar benim ürünlerimi almıyorlar?” gelin değiştirin; “İnsanlar ürünlerimi neden alıyorlar?” ya da “Neden ürünlerimi alanlar, bunu daha sık yapmıyorlar?” ya da şöyle; “Ürünlerimi alanlar, neden daha çok almıyorlar?” ya da “Neden gidip rakiplerimin ürünlerini alıyorlar?” ya da “Neden ne benim ne de rakiplerimin ürünlerini alıyorlar?” ya da “Nasıl daha fazla satış yapabilirim?” ya da “Ürünümün satışlarını artırmak için, başka neler satabilirim?” ya da “Ürünümü başka nerelerde satabilirim?” ya da “Ürünüm başka ne işe yarayabilir?” ya da “Ürünüm, insanlara başka nasıl yararlar sağlayabilir?” ya da “Ürünümü, daha çekici hale getirmek için ne yapabilirim?”

Eğer şöyle soruyorsanız, “Nasıl daha fazla para tasarruf edebilirim?”, o zaman da şunları deneyin, “Nasıl daha az para harcarım?” ya da “Nasıl harcadığımdan fazlasını kazanabilirim?” ya da “Bazı şeyleri nasıl bedava alabilirim?” ya da “Parasız nasıl yapabilirim?” ya da

“Para harcadığım şeyler olmadan nasıl yapabilirim?”

Şunu soruyorsanız, “Satış elemanlarımın beni daha fazla aramasını nasıl sağlayabilirim?”, o zaman da şunları deneyin: “Nasıl yaparım da satıcılarımın beni daha seyrek, ama daha kazançlı işler için aramasını sağlayabilirim?” ya da “Satıcılarımın her ikisi için beni daha sık aramalarını nasıl sağlayabilirim?” ya da “Satıcılarımın beni daha sık arayıp kârlı işler getirmelerini nasıl sağlayabilirim?” ya da “Satıcılarımın müşterilerimi aramalarını nasıl engelleyebilirim?”

Farklı sorular, farklı cevaplar, farklı çözümler.

11. Bilgi Toplayın

Aristo, her şeyi bilmesiyle ünlüydü. Beynin, sadece kanı soğutmak için var olduğunu, düşünce süreciyle ilgisi bulunmadığını düşünürdü.

Bu hâlâ bazıları için doğru.

Will Cuppy

Bir kedinin derisini yüzmenin başka bir yolu varsa da, asla bilmek istemem.

Steve Kravitz

Bildiklerimiz bilmediklerimizin milyonda biri bile değil.

Thomas Edison

Size bir hikâye anlatayım: Reklamcılıktaki ilk yılımdı. Ajansımızın yeni bir müşterisi vardı; bir et ambalajcısı. Patronu, bizden domuz pastırmasının reklamını yapmamızı istiyordu.

Çok iyi hatırlıyorum, ilk şefim Bud Boyd, işe başlamadan önce müşteriye birkaç soru sormak istediğini söylemişti.

“Tam olarak nedir domuz pastırması?”

“Ne tür domuzlar?”

“Bazı domuzlardan, diğerlerinden daha mı iyi pastırma çıkar?”

“Neden?”

“Pazarınızda ne tür domuzlar kullanılır?”

“Domuzlar ne yer?”

“Neden mısır, süt kesiğı lapası, yer fıstığı ve yemek artığıyla beslenirler?”

“Mısır, süt kesiğı lapası, yer fıstığı ve yemek artıkları nereden getirilir?”

“Ne tür mısır?”

“Ne tür süt kesiğı lapası?”

“Ne tür yer fıstığı?”

“Ne tür artıklar?”

“Her biri ne kadar yer?”

“Neden?”

“Rakipleriniz de domuzlarını aynı şeylerle ve aynı biçimde mi beslerler?”

“Bunu öğrenebilir misiniz?”

“Sizin alanınızdaki domuzların fiyatları daha mı yüksektir?”

“Sadece bir eyaletten mi getiriyorsunuz?”

“Neden?”

“Domuzlar nasıl ahırlarda yaşarlar?”

“Nem, ısı ve ışık kontrol edilir mi?”

“Pazara nasıl nakledilirler?”

“Pazara yollandıklarında ağırlıkları ne kadardır?”

“Bu ağırlık, rakiplerinizinkilerle aynı mıdır?”

“Sizin domuzlarınızın, rakiplerinizin domuzlarından farklı herhangi bir şeyleri var mı?”

“Birkaç domuz yetiştiricisiyle telefon görüşmesi yapmamı ayarlayabilir misiniz?”

“Domuz pastırması nasıl yapılır?”

“Onları ne ile kesersiniz?”

“Kesicinizin boyu ne kadardır?”

“Kalınlığı nedir?”

“Yağ ve nem neden söylediğiniz orandadır?”

“Neden daha düşük olmazlar?”

“Bu konuda, rakiplerinizden bir farkınız var mı?”

“Pastırmayı neden kurutursunuz?”

“Nasıl kurutursunuz?”

“Kurutma süresi nedir?”

“Neden tütölersiniz?”

“Tütöleme için ne tür odun kullanırsınız?”

“Neden?”

“Ne kadar süreyle ttslersiniz?”

“Tütsüleme yönteminiz rakiplerinizinkinden farklı mıdır?”

“Neden pastırma bu Şekilde ambalajlanır?”

“Pastırmanın taze olup olmadığını nasıl anlarsınız?”

“Neden eski pastırma, yenisinden iki kat değerlidir?”

“Eski pastırmayı diğerlerinden iyi yapan özellik nedir?”

“Pastırmadaki ideal yağ ve et oranı kaçtır?”

“Neden?”

“Bu oran, sizin pastırmalarınızda kaç kaçtır?”

“Pastırmanızı herhangi bir lezzet testinden geğiriyor musunuz?”

“Domuz pastırması piŐirmenin en iyi yolu nedir?”

“Neden kızartma haŐlamadan daha iyi olur?”

“Neden kızartmaya soğuk tavada başlanır?”

“Neden sık sık çevrilir?”

“Domuz pastırması hakkında okuyabileceğim kitaplarınız var mı?”

Bütün sabah ve bütün öğlen yemeği boyunca Bud sorup durdu. Yemekten kalktığımızda, patron katılması gereken bir toplantı olduğunu söyledi. Bud, ertesi gün de gelip gelemeyeceğimizi sordu.

“Ne için?” dedi yeni müşterimiz. “İnanın, size domuz pastırması hakkında bütün bildiklerimi anlattım.”

“Sadece birkaç soru sormak istiyordum” dedi Bud, “pastırmayı hazırlayan, ambalajlayan, teslimatı yapan ve satanlar hakkında sorular. Ayrıca, tabii ki alıp pişiren ve sonra da servis yapıp yiyenler hakkında.”

Açıkça belliydi ki Bud, reklam konusunda yeni fikirler yakalama işine başlamadan önce, elde edebildiği kadar çok bilgi toplamak istiyordu.

Ben de öyle yaparım. Fikir yakalama konusunda yazan bütün tanıdıklarım da öyle yapıyorlar.

Reklamcılıkta, bilgi toplamak hiç de zor değildir. Müşterinize sorular sormanız yeter.

Ama sormalısınız. Sormalı, sormalı ve gene sormalısınız.

Başka bir Bud -Bud Robbins, bir reklam ajansının patronu-şu hikâyeyi anlatmıştı:

Altmışlı yıllarda, bir reklam ajansına Aeolian Piano Company hesabına reklam metni yazmak için görevlendirilmiştim. İlk işim, büyük piyanoları için New York Times’ta bir reklam çıkartmak olacaktı.

Elde edebildiğim bütün bilgi, bazı geçmiş ilanlar ve reklam filminden öte değildi.

Piyano çalmayı bilmediğimi de düşünürsek, aynı fiyata bir Baldwin ya da Steinway almak yerine, 5.000 doları bir Aeolian’a ödemeyi göze alanlara yönelik bir reklam yazamayacağımı söyledim.

Bir süre tartıştıktan sonra, New York'taki modern piyano fabrikalarını dolaşmam için bir tur ayarlayacaklarını söylediler.

Tur, iki gün boyunca sürdü, ama nasıl ve ne kadar özenle yapıldıklarını görmüş olsam bile, gene de 5.000 dolar bana çok yüksek bir fiyat geliyordu. Dışarı çıkmadan, son olarak Ulusal Satış Yöneticisi'nin görkemli teşhir salonuna uğradık. Orada, Steinway ile Baldwin'den daha pahalı son derece seçkin bir piyano duruyordu.

“Onlar da tıpkı buna benziyor” diye yorum yaptım.

“Elbette öyle. Aralarında tek fark var, o da taşıma ağırlığı - bizimki daha ağırdır.”

“Ağır mı?” diye sormaktan kendimi alamadım. “Sizinkini ağırlaştıran nedir?”

“Capo d'astro paneli.”

“Capo d'astro paneli de nedir?”

“İşte, göstereyim. Dizlerinizin üstüne çömelin.”

Piyanonun altına eğildiğimde, adam bana arptan en yüksek oktava kadar sabitlenmiş bir paneli gösterdi. “Piyanonun içindeki arpın yamulması elli yıl alır. Capo d'astro paneli bu noktada devreye girer ve yamulmayı önler.”

Ulusal Satış Yöneticisi'ni öylece piyanosunun altında bırakıp doğruca Baldwin'in altına girdim ve bulabildiğim sadece bir Tinkertoy Capo d'astro paneli oldu. Aynı şeyi Stainway'in altında da gördüm.

“Yani Capo d’astro panelinin elli yıl boyunca hiçbir işe yaramadan öylece durduğunu mu söylemek istiyorsunuz?” diye sordum.

“Met’in bunu kullanmış olmasının bir sebebi olmalı” diye sıradan bir cevap verdi.

Donup kaldım. “Yani, siz şimdi New York Metropolitan Operası’nda bu piyanonun kullanıldığını mı söylüyorsunuz?”

“Elbette. Üstelik, Capo d’asrto panelleri de şu sırada devreye girmiş olmalı.”

“Şu ünlü New York’ta hiç bir yer benim efsanevi Carmen’i, Risë Stevens’ı dinlediğim Metropolitan Opera Salonu’na benzemez.

Bayan Stevens şimdilerde, Met’i Lincoln Center’a taşımakla görevli.”

“Bayan Stevens’ın da dediği gibi Met’in Lincoln Center’a götüreceği tek şey, gördüğünüz piyanodur.”

“İşte ilk reklamımızın başlığı!”

“İsmarlama ile teslimat arasında altı yıl beklemenin sonucu.”

“Görüşüm şu. Müşteri kim olursa olsun, Capo d’astro oradadır.”

İşte bu kadar.

Şu anda üzerinde uğraştığınız sorunun da bir nedeni vardır, başka bir şeyle olan gözden kaçmış bir bağlantı, bir bilgi

kırıntısı olabilir ve bu, sizin çözüme giden kapıları ardına kadar açmanıza ve esrarı çözmenize yardımcı olur.

Bu yüzden, ihtiyacınız olan bilgiyi toplamanız kolay olmasa bile, asla vazgeçmeyin. Çünkü, bilgi olmazsa olmazlardandır.

James Webb Young'ın sözünü ettiği, “özgün bilgi” de budur.

Hayat ve olaylar hakkındaki “genel bilginiz” ile birleştirmeniz gereken özgün bilgi.

“Yaratıcı bir insan, hiç yoktan büyük bir fikir yakalayamaz” der bir reklam ajansının patronu olan Bill Bernbach. “Sıçrayabilmek için, bilgi yaylarına ihtiyaç vardır.”

Aradığınız kırıntının orda olduğunu bildikten sonra, bulacağınızı da bilin, tıpkı size yardımcı olacak o fikrin varlığını, tıpkı o fikri yakalayacağınızı bildiğiniz gibi bunu da bilin.

Bıkmadan, yorulmadan araştırın. Kitaplar okuyun. Dergilerdeki makaleleri okuyun. Gazete makalelerini okuyun. Ansiklopedilere başvurun. İnternete girip sörf yapın. İlintili başlıklara girin.

Bir kere daha çocukluğunuza dönün, sorular sorun. Nedenleri sorun.

Neden olmadıklarını sorun. Fabrikaya gidin. Depoya gidin.

İşçilerle konuşun. Tedarikçilerle konuşun. Müşterileri arayıp onlarla konuşun. Müşteri olmayanlarla da konuşun. Rakiplerinizin müşterilerini bulup onlarla da konuşun. Rakiplerinizin yıllık faaliyet raporlarını okuyun.

Mühendislerle, tasarımcılarla, kamyon sürücüleriyle konuşun. Alana çıkıp çalışın. Ürünü örnekleyin. Rakibin ürününü örnekleyin. Konferanslara katılın. Kütüphanelere gidin. Kitapçılara dadanın. Dostlarınıza sorun.

Çocuklarınıza sorun. Annenize sorun.

Ama, her şeyden önce, belki de en önemlisi: bulmayı aklınıza koyun.

Bir şeyi zihninize yerleştirdiğinizde, olup bitecekleri görmek şaşırtıcıdır.

Hatırlıyor musunuz, biri (sanırım Linus'tu) Peanuts'ta Charlie Brown'a dilini düşünmemesi gerektiğini anlatıyordu. Sonuç, Charlie Brown'un ondan sonraki üç gün boyunca dilinden başka bir şey düşünemez olmasıydı.

Doğrudur. Bir kere bir şeyi düşünmeye başlayın sadece onu göreceksiniz, onu işitecek, çevrenizde onu hissedeceksiniz. Gelecek defa yürüyüşe çıktığınızda aklınıza sokak kapılarını ya da çatı süslemelerini takın, bakın daha önce dikkat etmediğiniz ne kadar da farklı kapılar ve çatı süsleri olduğunu göreceksiniz. Eğer bu beyaz atlar, yoldan geçen otomobiller, kapılar ve çatı süslemeleri için doğruysa, fikirler için de doğrudur.

Bir keresinde, liman işçisi ve düşünür Eric Hoffler ile bir televizyon söyleşisi izlemiştim, aynı şeyleri söylüyordu.

Sunucu, kitaplarının konularını nasıl araştırdığını, entelektüel değirmeninde öğüteceği bilgiyi (ya da tercih ederseniz, bir sorun hakkındaki özgün bilgileri diyelim) nasıl topladığını sordu.

Hoffer'ın cevabını kelimesi kelimesine hatırlamıyorum, ama temel olarak konu hakkında sürekli ve kendini zorlayarak düşündüğünü ve bu çabasının sonucu olarak da ihtiyacı olan bilginin kendiliğinden ayağına geldiğini anlatmıştı.

“Ne demek istiyorsunuz? Ayağınıza mı geliyor?”

Hoffer, koruma konusunda, örneğin farklı kültürlerin varlıklarını nasıl ve neden korudukları üzerinde düşünmeye başladığında, sonra ansızın kütüphanenin raflarından aldığı her kitapta bu konuya ilişkin bir şeyler bulmaya başladığını, açtığı her gazetede konuya ilişkin bir yazıya rastladığını ve işin böyle akıp gittiğini söyledi; kısacası, ihtiyacı olan bilgiyi bir yerlerde aramasına gerek kalmadan, bilgiyi elde ediyordu.

Thomas Mann da aynı şeyi söylemiş: “Eğer bir fikre daldıysanız, her yerde yansımalarını görürsünüz, hatta kokusunu alırsınız.”

İşte böyle, kafanızı fikre takın; kendinizi ona kaptırın; sorun, sorun ve sorun; kazın, kazın, gene kazın. İşe başlamadan önce, bilgiye erişmek için her şeyi yapın.



12. Fikri Arayın

Rüzgâr esmiyorsa, kürek çekin.

Latin Atasözü

En büyük günah, kışını yayıp oturmaktır.

Florynce Kennedy

Yazmak kolay. Bütün yapacağınız, beyninizden kan damlayıncaya kadar boş bir kâğıda bakmaktan ibaret.

Gene Fowler

Bir reklam ajansının başkanı olan Cliff Einstein şöyle der:

“Bir fikri yakalamanın en iyi yolu, bir fikir yakalamaktır.”

Demek istediği şu; bir kere bir fikriniz oldu mu, fikir üretiminiz üzerindeki baskı da kalkmış demektir.

Demek istediği başka bir şey de fikirlerin çığ gibi büyüme sürecini başlatabilmeniz için bir fikir, herhangi bir fikir yakalamanız yeterli.

İlk fikrinizin anlamlı olması, soruna çözüm getirmesi ya da konuyla ilgili olup olmaması da önemli değildir, sadece yeni ve farklı bir şey olsun yeter. Çılgınca geldiğini biliyorum, ama bir ara mutlaka denemelisiniz. Gerçekten işe yarar. Örneğin, deyin ki; “Neden şunu yeşile boyamıyoruz?” ya da “Eğer şöyle yapsak...”

Başka bir reklam ajansının başkanı Hal Riney de şöyle der:

“Bana göre yaratıcı süreç; veriler, deneyimler ve lezzet kanalıyla yönlendirilen bir deneme yanılma uygulamasından başka bir şey değildir.”

Ralph Price da şöyle der: “Başarısızlığa uğradığınız ana kadar, başarıp başaramadığınızı bilemezsiniz.”

Bununla söylemek istediği, çoğu kere yakaladığınız fikri, başkalarıyla kıyaslamadığınız sürece işe yarayıp yaramayacağını bilemezsiniz.

Bir de Linus Pauling’e kulak verelim: “İyi bir fikir yakalamanın en iyi yolu, bir çok fikre sahip olmaktır.”

Chicago’dayken Swiss Army çakıları işini veren dostumla aynı şeyleri söylüyor: “Bir sürü fikir yakalamak, olanaksız doğruyu yakalamaktan çok daha kolaydır.”

Aynı şekilde, çoğu kere fikirlerin gerçek dünya ile örtüşmediklerini söyleyen de oydu. Bu yüzden de en iyisi, kendinizi “bir çok fikir yakalamaya” alıştırmalısınız.

Ama bir şeyi aklınızdan çıkartmayın: Bütün bu insanların söyledikleri, “Tanrı aşkına bir şeyler yapın. Sadece oturup, fikirlerin ayağınıza gelmesini beklemeyin. Peşlerinden koşun. Yakalamaya çalışın.

Arayın. Yapın.”

Size, öğrencilerime vermiş olduğum alıştırmalardan birkaç örnek sunayım:

“On dakika içinde bana 2 x 2 x 2’lik bir tahta blokun 50 kullanılış biçimini bulmanızı istiyorum.”

Yıllar boyunca “katlayıp da üvey anneme hediye olarak yollarım”dan tutun, “onu 64 kare oluşturacak şekilde keser ve birleştirerek bir satranç tahtasının üzerine yapıştırırım”a ve “bana 2 x 2 x 2’lik bir tahta blokun 50 kullanımını soracak hocanın kafasına geçiririm”e kadar türlü türlü cevaplar aldım.

Dikkat ettiğim bir şey vardı, öğrencilerin fikirleri başlangıçta çekingenlikle geliyor, giderek hızlanıyor ve sonunda da karatahtaya anahtar kelimelerini bile yazmakta zorlanacağım bir hıza erişiyordu.

Birçok sorun, tıpkı bu tahta blok sorusuna benzer.

Başlangıçta, fikirlerin bulunması, bir Doğu halısı üzerindeki ekmek kırıntılarını bulmak kadar zor görünür. Sonra çatallanmaya başlar. Böyle olduktan sonra, analiz etmeyi bırakmayın; eğer bırakırsanız akışı, ritmi ve büyüyü bozarsınız. Hepsini alt alta yazın, sonra diğerine geçin.

Sonra analize geçin.

İşte size öğrencilerime sorduğum bir başka soru:

“13’ün yarısı nedir?”

Biri “altı buçuk” derdi, ben de karatahtaya yazardım.

“Başka?”

Bir başkası çekine çekine, “altı nokta beş” derdi.

“Tastamam. Ya daha başka?”

Burada durup, öküzün trene baktığı gibi yüzüme bakmaya koyulurlardı.

“Tamam,” derdim o zaman, “Şu anda neler düşünüp hissettiğinizi unutmamanızı istiyorum; deli olduğumu, başka cevap olmadığını, 13’ün yarısının ya altı buçuk ya da altı nokta beşten başka bir şey olamayacağını düşünüyorsunuz.”

“Şimdi, bir daha düşünün, düşünün: 13’ün yarısı başka ne olabilir?”

“Bir ve üç” derdi sonunda biri sıritarak. Patlama başlamış olurdu.

“Tastamam. Ya başka 13’ün yarısı?”

“İki. Kelime dört harfli Yarısı iki eder.”

İş artık eğlenceli bir yola dökülmüş olurdu.

“ON ve ÜÇ”

“Harika. Ya daha başka?”

Öğrencinin biri kalkıp tahtanın önüne gelir, önce ON ÜÇ yazıp sonra da alt tarafını silip bana dönerek muzaffer bir tavırla:

“İşte on üçün yarısı” derdi.

“Kusursuz. Ya daha başka?”

Bir başkası kalkıp karatahtaya gelir ve önceki öğrencinin yaptığıнын tersine, kelimenin üst yarısını silerdi. Yuppii!

“Muhteşem, başka?”

Başka bir öğrenci karatahtaya koşup, kelime yerine rakamla 13 yazıp alt yarısını silerdi.

“Bu da tamam. Ya daha başka?”

Bu kere karatahtaya gelen, öncekinin tersini yapacaktı.

“Çok iyi gidiyor. Daha daha başka?”

“Sekiz. ON ÜÇ Romen rakamlarıyla XIII. Altını silerseniz, üst tarafı sekiz (VIII) eder.” Bu da bir başka patlama noktası.

“Müthiş. Daha?”

Bu defa kalkan, XIII’ün üst yarısını silip otururdu.

Nefis. Daha başka?”

On bir ve iki. Romen rakamlarıyla yazılışının sağ ve sol yarıları.

“Tastamam. Başka?”

“Bir-bir ve sıfır-bir. İkili taban sistemi. Tabii ya yarısı bir-bir diğer yarısı sıfır-bir. Aynı şekilde on bir ve bir.

“Mükemmel. Başka 13’ün yarısı?”

Biri kalkıp 1101 yazar ve üst kısmını siler, sonra yeniden yazıp bu kere de alt yarısını silerdi.”

“Kusursuz. Daha başka?”

İki. Bir artı üç, dört eder. Yarısı da ikidir.” İşte yeni bir patlama noktası.

Biri fırlayıp tahtaya I I I I I I I yazar, sonra da en sondaki I'in yarısını siliverirdi.

“Enfes. Başka?”

Biri daha kalkıp tahtaya I I I I I I I I I I I I I yazar, sonra alt yarısını siler, bir daha yazıp bu kere de üst yarısını silerdi.

“Tamamen doğru. Ya daha başka?”

“Üç. ON ÜÇ, Fransızcada altı harfli treize'dir.” Alın bakalım, bir başka patlama noktası. Bu kere de yabancı dillere daldılar.

“Aynı şekilde tre ve ize, çünkü treize'in yarısı. Aynı şekilde üst kısmı...”

“Tamam, yeter!” diye haykırırdım. “Şimdi nasıl başladığımızı hatırlıyor musunuz? Nasıl da tek bir cevap olduğunu düşündüğünüzü?”

Artık öğrendiniz: Daima başka bir cevap vardır. Sadece aramanız gerekir.”

Siz de arayın.

Soruna bakmak, fikri aramak... Hal Silverman'ın beni sandalyesine bakmam, bakmam, bakmam için zorladığı gibi zorlamalısınız.

Sözel olarak düşünün. Görsel olarak düşünün. “Ya öyle olsaydı” oynayın. Benzerlikleri araştırın. Birleştirilecek şeyleri araştırın.

Ne çıkarsamalar yaptığınızı, hangi kuralları izlediğinizi sorun kendi kendinize. Cesaretinizi toplayın ve saldırın.

Eğer fikir bulmak için fazladan bir dürtüye ihtiyacınız varsa, bu kitabın çizerinin zaman zaman yaptığını yapın; aradığı fikrin, 100 dolarlık bir çeke bedel olduğunu hayal ediyor. “Eğer aradığınızı bulmayı gerçekten istiyorsanız, mutlaka bulursunuz” der.

“100 doları da elbette ki her zaman istersiniz.”

Ama bir noktaya geldiğinizde, aramayı da düşünmeyi de bırakmalısınız.

Sürekli, aralıksız çabaların, sık sık dramatik sonuçlar getirdiğini benim kadar iyi bilemezsiniz.

Andrew Wiles, Fermat’ın Son Teorem’ini -yüzyıllar boyunca binlerce matematikçiyi çileden çıkaran problemi- kanıtlayıncaya kadar tam yedi yıl uğraşmıştı.

Gatling, başarıya ulaşmak için makineli tüfeğe dört yıl harcadı.

Alternatif akımı (diğer pek çok şeyle birlikte) bulan Nicola Tesla, başarı uğruna haftanın yedi günü, her sabahın onundan, ertesi sabahın beşine kadar çaba harcadı.

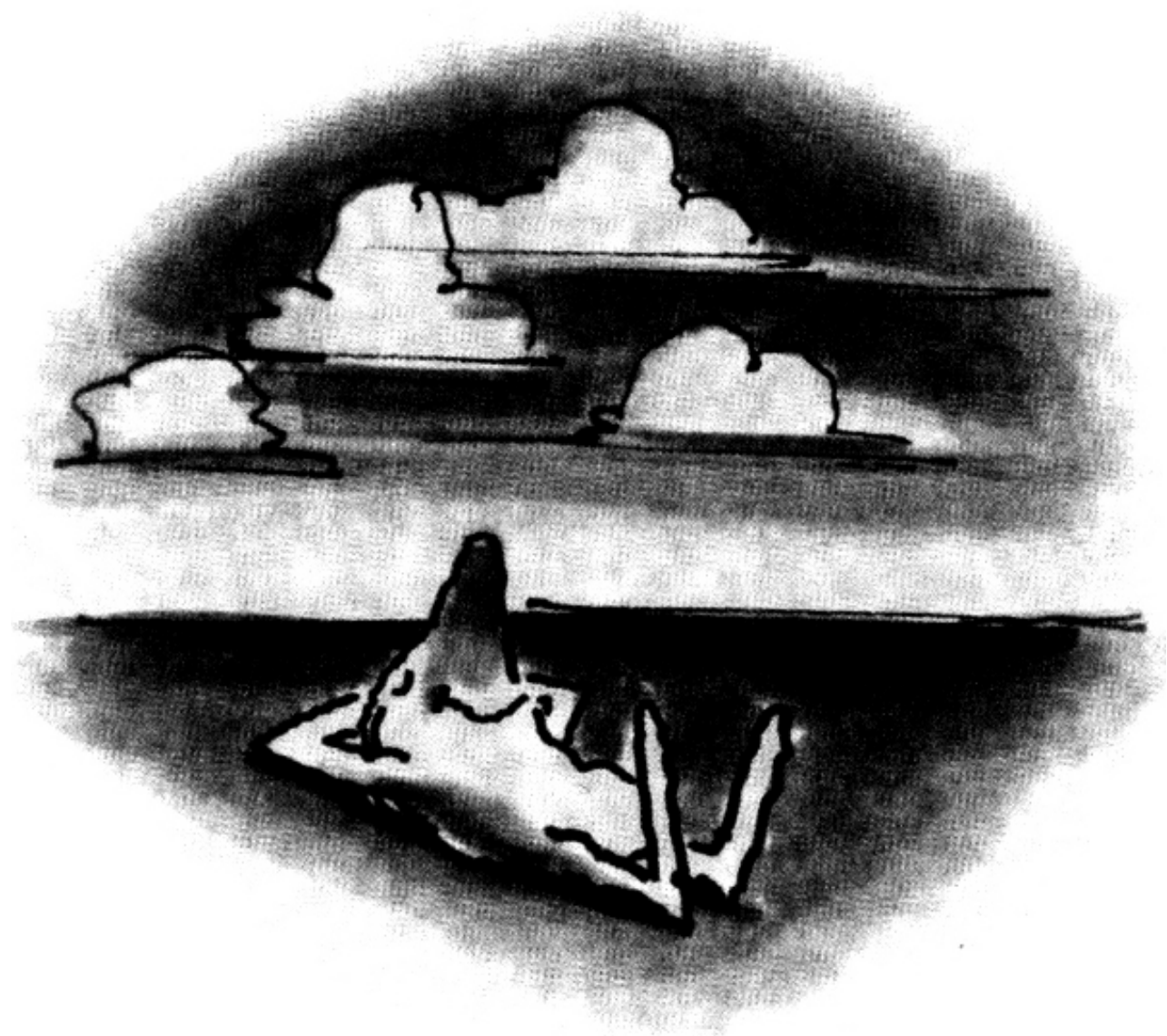
Edison’un sabrı efsanevidir. Kepler’inki de öyle. Einstein’ın, Newton’un, Pauling’inkiler de. Bu liste sonsuza kadar uzayıp gidebilir.

Ama gene de bir an gelir -bu, her insan ve her sorun için değişiktir- ve oraya kadardır (Koestler’den alıntı yaparak söylüyorum).

Var olan bütün verileri, fikirleri, bilimsel yöntemleri ve becerilerinizi deneyebileceğiniz yere kadar denemiş; hepsini bulmuş, seçmiş, yeniden biçimlendirmiş ve sentezlerini yapmış olursunuz.

Ama hâlâ fikir sizden kaçıp durmaktadır.

O an geldiğinde, bundan sonraki bölümde okuyacağınız tavsiyeleri uygulamayı deneyin.



13. Fikri Unutun

Bazen, kim olduğumuzu unutmak işe yarar.

Publilius Syrus

Eric: Eşimin çok kötü bir hafızası var.

Ernie: Öyle mi?

Eric: Evet, hiçbir şeyi unutmaz.

Eric Morecambe ve Ernie Wise

Hep unuttuğum üç şey var: İsimler, yüzler, üçüncüsünü hatırlayamıyorum.

Italo Svevo

Şimdi okuyacaklarınızı yapabilmeniz için, önceki bölümde verdiğim öğütlere uymanız gerek.

Ne yazık ki bütün bunlar, reklam ajanslarında asla hayata geçirme olanağı yakalayamadığım şeyler. Çünkü, genellikle ajanslarda sorunları unutup gidecek zaman yoktu. Fikirleri hemen şimdi üretmek zorundaydınız. Yarın değil, şimdi.

Aynı sorun, gazeteciliğin de başındaki derttir.

Andy Rooney'e kulak verelim:

“En mükemmel yaratıcı fikirlerin hepsi de bir sütun dolusu rakamı oluşturacak aynı ağır, seçici ve sezgisel sürecin sonucudur.

Bir fikrin gelip de kendisine çarpacağı umuduyla beklemeye kalkan, çok bekleyecek demektir. Eğer bir makale ya da televizyon metni için zaman sınırlamam varsa, daktilomun başına oturur ve kahrolası fikri yakalamaya karar veririm. Bu sürecin, büyüğü bir tarafı yoktur.”

Fakat sanırım Rooney, gereklilikten bir kanun çıkartmakta.

Rooney’in şampiyonu olduğu sıkı çalışmayı küçümsemeye kalkışacak değilim. Önceki bölümde de vurguladığım gibi, işin temeli budur.

Ama kanıtların çoğu, bir sorunu çözmekte sıkıntıya düştüğünüzde ya da bir fikir çıkmazına girdiğinizde, onu unutup gitmenin de işin temellerinden biri olduğunu gösteriyor.

Dinleyin:

Helmholtz der ki: “Ne kadar yoğunlaşırsam yoğunlaşayım fikirler, kafam doluyken ya da çalışma masamın başına çakılıp kaldığımda asla aklıma gelmezler.”

Albert Einstein, en mükemmel fikirlerinin tıraş olduğu sırada aklına geldiğini söyler.

Grant Wood’a göre: “Gerçekten de kusursuz olan bütün fikirlerim, ineği sağarken aklıma gelenlerdir.”

Henri Poincaré, bir matematik problemini çözmek için var gücüyle çalıştığını anlatır. Başaramaz ve her şeyi bırakıp tatile

çıkar.

Daha otobüse adımını atar atmaz, problemin çözümü kafasında parlayıverir.

“Şunu fark ettim” der Bertrand Russel, “Zorlu bir makale yazacağım zaman, en iyi plan konu üzerinde son derece yoğun düşündürmektir -başarabileceğim en büyük yoğunlukta- bu, birkaç saat de olabilir birkaç gün de. O sürenin sonunda kendi kendime emirler verir ve deyim yerindeyse, o konuyu yeraltına indiririm. Aradan birkaç ay geçtikten sonra, kendi isteğimle konuya yeniden döner ve işin zaten tamamlanmış olduğunu görürüm.”

C. G. Suits, General Electric’in efsanevi araştırma şefi, araştırma laboratuvarlarındaki bütün buluşların, yoğun bir düşünme ve veri toplamayı izleyen gevşeme dönemlerinde gerçekleştirildiğini söyler.

Rollo May, ilham perisinin bilinçli bir “yoğun çalışma” tarafından tetiklenen ve onu izleyen dinlenmenin özgür bıraktığı bilinçaltı kaynaklarından doğduğuna inanır.

Lloyd Morgan’ın öğüdü: “Kendinizi konunuzla tıka basa doyurun. Sonra bekleyin.”

Gerçekten de Philip Goldberg’in The Babinski Reflex’de (Babinski Refleksi) belirttiği gibi, bu fenomen (ki bunu Arşimet’in “Evreka Etkisi” ve banyodaki buluşundan esinlenerek söylemektedir) çoğunlukla “bilimsel buluşun, sanatsal yaratıcılığın, sorun çözücülüğün ve karar vericiliğın ortak bir unsuru olarak tanımlanması” ile oluşur.

Bu nedenle, bir fikre ya da projeye ya da bir probleme takılıp kaldığınızda ya da küçük fikirler eskisi kadar kolay gelmedikleri halde hâlâ büyük bir fikre sahip olamadığınızda ya da kafanızı sert kayaya çarptığınızda inanmaya başladığınızda ya da işler karmaşık ve zorlu duruma gelmeye başladıklarında ya da içinizden gelen bir ses size; “bu yürümüyor” demeye başladığında, unutun gitsin, başka bir şey üzerinde çalışmaya koyulun.

Dikkat edin; size, unutup da gevşeyin ya da unutun ne olursa olsun ya da unutun sonra da oturup bir hafta boyunca televizyonunuzdaki sit-com’ları izleyin demiyorum.

Söylediğim; onu unutup da başka bir işle uğraşmaya başlamanız.

Kendi deneyimime göre, beyin gevşetme (meditasyon dışında) fazla büyütülüyor. Hatta tersine üretkenliğe zarar verdiği bile söylenebilir; çünkü, devinimi durduruyor, ilgilerinizi bastırıyor, nesnelere aralarındaki benzerlikleri, ilintileri ve ilişkileri kavrayacak kadar yoğun dikkatle bakmanızı önlüyor.

Ah, elbette biliyorum, herkes işlerin dibine tekmeyi vurup da dünyayı olduğu gibi dönmeye bırakmayı ister.

Ne var ki dünyayı olduğu gibi dönmeye bırakanlar genellikle dünyayı da bırakanlardır. Ne bir şey bulurlar. Ne bir farklılık yaratırlar. Ne de fikir üretirler.

Oysa, bizim yapmak istediğimiz fikirlerle dolup taşmak değil mi?

Tamam, Şimdi beni dinleyin; bir Şeyi unutunca, başka bir Şey üzerinde çalışmaya başlayın.

Reklamcılıkta, yazarlar ve sanat yönetmenleri her fırsat bulduklarında böyle yaparlar. Örneğın gelecek haftaya yetiŐmesi gereken motosiklet konusunda bir televizyon reklamında işler sarpa sarmaya başladığında, onu bir kanara koyar, ya gazetede yayınlanacak bir peynir reklamına ya da bir bankanın billboard reklamlarına yoėunlaŐırlar. Aradan birkaç gün geçip de yeniden motosiklet reklamına döndüklerinde, sanki sihirli değnek deėmiŐesine fikirler birbirini kovalamaya başlar.

Fakat, ya üzerinde çalıŐacak başka bir projeniz yoksa?

O zaman da bir proje bulun.

İŞin sırrı, gazı kilitlemekte; bilinaltınızı sorunla uğraşmaya bırakıp, bilinçli beyninizi başka işlere yoėunlaŐtırmakta; bir başkasına baŐlarken, diğer sorunu “uyumaya bırakmak”ta.

Carl Sagan böyle yapar. Ne zaman bir konuda tıkanrsa, hemen onu bilinçaltına teslim edip başka bir konuya eğilir. “Geri döndüğünüzde, inanmayacaksınız ama on kerenin dokuzunda, sorunu zmiŐ olduğunuzu görürsünüz -ya da bilinaltınız bunu baŐarmıŐtır- oysa bunun farkında bile olmamıŐsınızdır.”

Aynı Şey Isaac Asimov için de geçerli: “Zorluğun baş göstermekte olduğunu hisseder hissetmez” diye yazar, “Hemen yazmakta olduğum bir başka kitaba yoėunlaŐırım. Geri döndüğümde, bilinaltımın bütün sorunu zmiŐ olduğunu görürüm.”

Ama yineliyorum: Başka bir işle uğraşmayı sürdürün. Başka bir proje bulup onun üzerinde çalışmaya başlayın. Sakın, beyninize izin verdiğinizizi düşünmeyin. Sakın yapmayın. Çünkü beyin, gevşemesi gereken bir kas değildir.

Zaten bilinçaltınız da uğraştığınız sorunun dünyayı değiştirecek bir iş ya da zırvalıklardan biri olup olmadığına aldırmaz. Hepsini aynı şekilde ciddiye alıp çalışır.

Yoğun insanların bir çok işin üstesinden gelmeleri ve her zaman için yeni projelere hazır olmalarının sebeplerinden biri de budur; anlamlı projelere odaklanmayı öğrenmişlerdir.

Ayrıca, işlerinin çoğunu “yeraltına indirmeyi” de öğrenmişlerdir.

İşte size süper bir gerçek:

Ne kadar çok yaparsanız, o kadar çok yaparsınız; ne kadar az yaparsanız, gitgide daha da azını yaparsınız.

Bunun doğru olduğunu hepimiz biliyoruz. Bilirsiniz, bir hafta sonu oturup evde yapılması gereken işlerin listesini çıkartmaya başlar ve ansızın ne kadar çok iş biriktiğini fark edip kolları sıvarsınız. Bir başka hafta sonu ise yayılıp oturur, elinizi hiçbir işe sürmeksizin dünyayı olurlarına bırakırsınız.

İş işi yaratır. Çaba çabayı.

Ve fikirler de fikirleri yaratır.

Eninde sonunda, nasıl olsa bir şeyler düşüneceksiniz, o zaman neden başka bir fikir ya da sorun ya da proje üzerinde düşünmeyesiniz?

Eğer asıl sorunun çözümü ne tıraş olurken ne ineği sağarken ne otobüse binerken daha hâlâ aklınıza gelmemişse, o zaman diğer projeye dönüp yeniden çalışmaya başlarsınız. Bunu yaptığınızda, büyük ihtimalle daha önce görünmeyen yollar olduğunu göreceksiniz; kapalı kapılar açılmış olacak, engeller yıkılacak; yeni sezgileriniz, yeni umutlarınız olacak ve yepyeni ilişkiler, bağlantılar, yapılanmalar ve olasılıklar görmeye başlayacaksınız.

İşte o zaman fikir kafanıza gelip yerleşecektir.

Ya işte böyle!

“Ah” diyeceksiniz kendi kendinize. “Bunu daha önce neden düşünmedim ki?”



14. Fikri Hayata Geçirin

Doğru çizgide olsanız bile orada dikilip kalırsanız, oyun dışı kalırsınız.

Will Rogers

Bir reklam ajansının başkan yardımcısı “pireyi deve yapan adamdır”. Pireyi deve yapan bir adam, işe sabah saat 09’da gelip de masasının üzerinde bir pire bulan ve saat 17’ye kadar ondan bir deve yaratmaya çabalayan, sözde yoğun bir yöneticidir. Usta bir “pireyi deve yapıcı” ise, daha öğlen tatili olmadan bunu başarandır.

Fred Allen

Kaçırıldığım anda, annemle babam hemen harekete geçmişler.

Odamı kiraya vermişler.

Woody Allen

Bölüm yedide anlattığımız gibi, cesaretinizi toplayıp fikrinizi birine açmalısınız.

Dahası, itirazlar ve küçümsemelerle karşılanırsa bile bastırmalısınız.

Peki ama, ya alkışlarla karşılanırsa?

George Ade, geçen yüzyılın başlarında yaşamış yaratıcı bir yazardı.

Bir keresinde, annesiyle yapılmış bir söyleşiyi okumuştum.

Söyleşiyi yapan adam, kadıncağızın oğlunun hayranlarından olmadığı gibi, ona Ade'nin kaprisli tarzı, inişli çıkışlı yapısı ve sık kişilikleştirmeleri hakkında sorular soracak kadar da yakışksız biriydi.

Sonunda Bayan Ade dayanamayıp patlamıştı: “Ah, elbette pek çok kişinin George'dan daha iyi yazabileceğini biliyorum, ama George yazıyor.”

“George yazıyor.”

Bu, birinin bugüne kadar söylediği en hoş sözlerden biridir.

İki kelimedede, çoğu insana (aralarında ben de varım) neler olduğunu özetleyiveriyordu: Bir fikir yakalıyorlar, bunu bazı insanlara açıklıyorlar, açıkladıkları insanlar hep “Oooo, müthiş!” diyorlar ve sonra da hepsi, insanlara anlattıkları fikirleri hayata geçirmeyi asla başaramadan bambaşka işlere dalıp gidiyorlar.

Sanırım sebebi de şu: “Oooo, müthiş!” demeleri yeterli bir ödül gibi geliyor. İnsanda, gerçekten de iyi bir fikrin onaylanmasından kaynaklanan o ılık duyguları yaratıyor, herkes bir sihirbaz olduğunuzu biliyor ya, bu yeter!

Fakat, fikrinizden bir şey çıkmıyorsa, kimsenin işine yaramıyorsa, bir şeyi yaratmıyor ya da gerçekleştirmiyorsa, bir işi daha iyiye götürmüyor ya da bir soruna çözüm getirmiyorsa, gerçek değeri ne olabilir ki?

Gerçek şu: fikri olup da onu bir işe yarar hale sokamamak ile hiçbir fikri olmamak arasında bir fark yoktur.

Bu yüzden de, eğer öncelikle yarar hale sokma planınız yoksa, onu ortaya atmayın. Bu sadece zaman ve enerji savurganlığıdır.

Dahası, ya (a) kimseye fikrinizi açmayın, ya da (b) “Ooo, müthiş!”i yeterli görmeyin.

Tamam mı? Anlaştık mı? Eğer bir fikriniz olursa, cesaretinizi bir kere daha toplayıp da ikinci adımı atacağınıza söz veriyor musunuz? Güzel.

Öyleyse işte size yardımcı olacak bazı noktalar:

HEMEN KOLLARI SIVAYIN

Fikrinizin coşkusu yarın daha fazla mı daha az mı olacak?

Öyleyse, ne bekliyorsunuz?

Emerson der ki: “Hiçbir şey, coşku olmaksızın gerçekleştirilemez.” Coşku ne kadar yüksek olursa, o kadar iyidir.

Zaten herhangi bir şey için beklemek de yanlıştır.

Hemen kolları sıvayıp başlayın. Bir kere durağanlığı kırıp da hareketi başlattınız mıydı, fikir de kendiliğinden hayata geçip uygun olduğu yerdeki talebi karşılamaya yönelir; fırsatlar yaratır; engelleri aşar, karşı çıkışların üstesinden gelir ve mantık kazanır.

YAPACAKSANIZ, YAPIN

Eğer kendinizi fikrinizi hayata geçirmeye adamamışsanız, bundan sonraki haftaları, belki de ayları “Ah, keşke yapmış

olsaydım”larla geçireceksiniz demektir.

Fikri gerçekleştirmenin en iyi yolu, ona para yatırmaktan geçer. Tasarruflarınızdan bir miktar para çekin ya da kayınbiraderinizden borç alın, fikrinizin adına bir banka hesabı açın, bu hesabın bir kısmını projenizi gerçekleştirmek için ihtiyacınız olan şeylere harcayın.

İşte yükümlülük budur. Yükümlenmek, eylemi yaratır.

KENDİNİZE ZAMAN SINIRI KOYUN, NE KADAR KISAYSA O KADAR İYİDİR

Yapmak zorunda olduğunuzu bildiğinizde, neler yapabileceğinizi görmek gerçekten çarpıcıdır.

Edison, genellikle bir şeyi ne kadar zamanda icat edebileceğini öngörür ve o sürede gerçekleştirirdi. En yakın çalışma arkadaşlarından biri olan F. R. Upton şöyle anlatır: “Bazen, zamansız açıklamalarla Edison’un bile bile başını derde soktuğunu düşünürdüm ... Sonra da o dertten kurtulmak için var gücüyle çalışırdı.”

Reklamcılığın gelişmesi adına, ben de hep böyle yaparım. “Üç yeni fikir daha üreteceğiz” derdim öğlene doğru ortağıma, “öğlen yemeğinde tartışabiliriz.”

Emin olun ki her zaman üç yeni fikirle otururdum sofraya. Öğlen yemekleri çok önemlidir.

FİKRİNİZİ EYLEME DÖNÜŞTÜRMEK
İSTİYORSANIZ, YAPMANIZ GEREKEN İŞLERİN
LİSTESİNİ ÇIKARTIN

Sonra da her gün listenizdeki işlerden en azından birini gerçekleştirin.

Eğer fikrinizin uzmanlık alanınızın dışına taşığını ve bu yüzden sıkıntıya düşeceğinizi hissederseniz, soluğu kütüphanede alıp o alan üzerinde yazılanları okuyun. Ya da birisine sorun. Ya da gidip konuyla ilgili bir kursa yazılın.

Çizimlere ihtiyacınız varsa, çizdirin. Patent avukatına ihtiyacınız varsa, birini arayın. Dikenli tel fikri, yıllardan beri vardı. Fakat bu konuda bir şeyler yapan Joseph Glidden oldu.

1873'te, Winner adı altında patent aldı ve milyonlar kazandı.

Bir broşür yazmanız gerekiyorsa, hemen yazmaya koyulun.

Gitar çalmasını öğrenmeniz gerekiyorsa, bu kitabı kapatıp hiç durmadan bir gitar öğretmeni arayın.

Eğer yapmanız gereken... Eh, ne demek istediğimi anlamışsınızdır.

Ama unutmayın: Fikriniz için her gün bir şey yapın. Bilgisayarınızı, not defterinizi açın ve bir şeyler yapın. Her gün. Hatta, yaptığınız bir gün önce yaptığınızın tekrarı bile olsa, durmayın yapın.

Ay sonunda ne kadar ilerlemiş olduğunuzu görüp şaşıracaksınız.

Yıl sonunda ise aklınız başınızdan gidecek.

“GEMİLERİNİZİ YAKIN”

Sezar da başka komutanlar da bir ülkeye saldırdıklarında aynı tekniği uygularlardı. Askerlere, kaçma olanağının ortadan kalktığını göstermek için çarpıcı bir yoldur bu. Ya o ülkeyi fethedecekler ya da öleceklerdir; başka seçenekleri yoktur, bulabilecekleri bahaneler de.

Başaramazsanız nasıl bir bahane bulursunuz? Yakın gemilerinizi.

Yeterince paranız mı yok? Borçlanın. Artık başarısızlık için nakit tıkanıklığı gibi bir bahaneniz kalmadı.

Yeterince zamanınız mı yok? Tamam, o gemiyi de yakın: Her sabah bir iki saat erken kalkıp fikriniz üzerinde çalışın.

Yeterince bilmiyor musunuz? Öğrenin.

“Yakın gemilerinizi, yakın.”

**EĞER FİKRİNİZİ BAŞKASINA SATAMIYORSANIZ,
KENDİNİZ UYGULAYIN**

Thomas Adams, sakız fikrini büyük bir şirkete satmaya çabaladı. Reddedildi. O da kendi başına yapıp satmaya başlayarak, tümüyle yepyeni bir sanayi yarattı. Dört oğlunun her birine bıraktığı miras, birer servetti.

Fikrinize gerçekten inanıyor musunuz?

O zaman neden kendiniz yapmıyor da sizin onda biriniz kadar kafa yormuş insanların aslan payını kapmalarına göz yumuyorsunuz?

Saldırın.

FİKRİNİZİN ARKASINDA DURUN

Herkesin bir fikir yakalama hikâyesi vardır. Bu ya bir yatırım fikridir ya da icat ya da yeni bir ürün, yeni bir hizmet ya da var olan bir ürünün yeni bir kullanım biçimi olabilir. Ya da para tasarrufuna, bir etkinliğe, bir promosyona ya da bir buluşa, bir senaryoya, bir kitaba ya da bir masa ya da video oyununa ya da gayrimenkul spekülasyonuna ilişkin bir fikir. Ya da evler için kullanılmış kahve artıkları ile toz portakalın birlikte değerlendirilmelerine yönelik köşe döndürücü bir fikir de olabilir... Ama hayata geçirmezseniz, bir başkası çıkıp fikrinizi de, aslan payını da kapıverir.

Benim de böyle bir hikâyem var. Hatta birkaç tane. Neden sizin de olmasın?

İşte size en ünlü hikâyelerden bazıları:

James Clark Maxwell radyo dalgalarının yayınıni önceden görmüş ve matematiksel olarak da formülleştirmişti. Ama o bir matematikçiydi ve gerçek bir matematikçi gibi, bir kere formülleştirdiğinde işinin sona erdiğini düşündü.

Dünyada Hiçbir Şey Israrcılığın Yerini Tutamaz

Yetenek tutamaz; yetenekli ama başarısızlardan bol bir şey yoktur.

Zenginlik tutamaz; zengin doğup da yoksul ölen bir çok insan vardır.

Deha tutamaz; ödüllendirilmemiş dehalar, atasözleri gibidir.

Eğitim tutamaz; yeryüzü sürünen eğitimplilerle doludur.

Şans tutamaz; şansın dönecliği, kralları bile tahtlarından etmiştir.

Robert Hooke, belki de yerçekimi yasasını Newton'un kendi yerçekimi yasasını formülleştirmesinden bile önce bulmuştu, tıpkı Newton'un optik kitabından önce ışıık ve renk teorilerini bulmuş olduğu gibi. Fakat, her iki buluşunun da arkasında durmadı.

Otto Titzling de sütyeni bulmuştu, ama hiçbir zaman patentini almayı aklına getirmedi. Bunu Phillipe de Brassiere yaptı.

İşte size ilk patronum Bud Boyd'un duvarına astığı poster:

Sadece Israrcılık ve Kararlılık

Her Şeye Kadirdir

“Her zaman” derdi Bud, “insanlar başarısızlığa uğramazlar, sadece denemeyi bırakırlar.”

Bırakmayın. Arkasında durun.

KENDİNİZE BİR SEBEP YARATIN

Bu kitabı yazmak fikrini üç yıldır taşıyorum. Gerçekleştirmemin bu kadar uzun zaman almasının sebebi, bu kitapta sizlere verdiğim kurallardan, son ikisi dışında, hiçbirini uygulamamış olmam; arkasında durdum ve kendime bir sebep yarattım.

Bendeniz, yavaş yazarım. Her ne kadar öyle görünmese bile, kitap için yazdığım her üç cümleden ikisini atıp durdum; sonra her cümleyi yeni baştan yazdım, bunu üç kere yaptım, dört kere de okuyup değiştirdim.

Dahası, aylar boyunca tek kelime bile yazmadan oturdum.

Arkasında durma sebeplerime gelince, doğrusu pek çok: Para, saygınlık, onur, inatçılık, merak, eğlence, yardım etme arzusu.

Fakat, böylesine arkasında durmamın en büyük sebebi bana, uzun zamandır birlikte çalıştığım biriyle -bu kitabın çizeriyle- yeniden bir arada çalışma şansı vereceğini bilmemdi.

Şimdi, ikimiz el ele verip kitabımızı bastırmak için kolları sıvayacağız. Bunun için de tıpkı onunla çalışma isteğinin beni dürtüklediği gibi itici güç olacak bir sebep bulmalıyız.

Şimdi kitabı okuduğunuza göre, bunu da başarmışsınız demektir.

Kendi sebebinizi yaratın.



Yazar Hakkında



Jack Foster, haftalık çekini piyangoya ödöl olarak koyma fikrine kapıldığında 18 yaşındaydı ve bir sigorta şirketindeki 150 çalışandan biriydi. 27,5 dolar kazanmak için her biletten 50 sent almayı düşünmüştü. İlk hafta altı dolar kâr etti.

Ertesi hafta, çekine karşılık kazandığı para 53 dolar olmuştu ki, patronu onun ne yaptığını keşfediverdi. Jack'a parayı geri vermesini emretti. Sonra da kapının önüne koydu. O günden beri Jack, kendisini işten attırtmayacak fikirler peşinde koşup duruyor. Başarılı sayılmalı.

Bundan 40 yıl önce bir reklam ajansına metin yazarı olarak girmişti ve o zamandan bugüne hep fikir yakalama peşinde koştu. Aralarında Carnation, Mazda, Sunkist, Mattel, ARCO, First Interstate Bank, Albertson's, Ore-Ida, Suzuki, Denny's, Universal Studios, Northrup, Rand McNally ve Smokey Bear gibi şirketlerin olduğu pek çok kuruluş için fikirler üretti.

Son 15 yıl içinde Foote ve Los Angeles'teki Cone&Belding'de yaratıcı bölüm yönetmeni olarak çalışıp, onu Batı Kıyısı'nın en büyük reklam şirketi konumuna getirdi. Aralarında Los Angeles Yaratıcılık Kulübü'nün "Yılın

Yaratıcısı” ödülü de bulunan çok sayıda reklamcılık ödülü kazandı. Yedi yıl boyunca Los Angeles’taki Güney California Üniversitesi’nde American Association of Advertising Agencies (Amerikan Reklam Ajansları Birliği) tarafından finanse edilen ileri reklamcılık sınıfında dersler verdi.

Üç yıl süreyle de Los Angeles’taki California Üniversitesi’nde yaratıcı reklamcılık seminerleriyle derslere yardımcı oldu. Jack, Nancy ile evlendi (“En mükemmel fikir” der, “bugüne kadarki en iyi fikrim”). Tam 39 yıldır evliler. Santa Barbara’da yaşıyorlar.

Çizer Hakkında



İngiltere’de, Londra’da doğmuşum. Yağmur yağıyormuş.

Tam 15 yıl boyunca Latince okuduktan sonra, reklamcılığa girmeye karar verdim.

İlk işim, Graham ve Giles adlı bir reklam şirketinde çıraklıktı. Sanatçıların su kaplarını değiştirirdim (o günlerde tasarımlarını suluboyayla boyarlardı) ve onlara çay yapardım. Bütün bunlar sihirbaz yapımcılardan önceydi. Hatta sentetik çimentonun bulunuşundan bile önceydi; yani o kadar yaşıyım.

Yağmur yağıyordu, zaten hep yağırdı, ben de o zamanlar en sevdiğim TV programını izliyordum; Sunset Strip’i. Kendi kendime dedim ki: Off yahu; güneş, palmyeler, kadınlar!” Babam da bana dönüşü olmayan bir bilet verdi.

Jack Foster ile 30 yıl önce Los Angeles’taki Erwin Wasey Reklam Ajansı’nda tanıştık ve sonra da Foote ve Cone&Belding’de birlikte çalıştık.

Yaklaşık 17 yıldır birlikte çalışıyoruz. Dehşet keyifli anlar yaşadık.

Bu kitabın hazırlanışı da o “dehşet”lerden biri.

NOTLAR

Giriş: İzlenmesi Kolay Bir Yol Haritası

S.15: Woody Allen, My Speech to the Graduates (New York: Ballantine Books, 1981).

Marilyn Monroe, Aktaran: Laurence J. Peter, Peter's Quotations-Ideas for Our Times (New York: William Morrow, 1979).

Robert Byrne, The 637 Best Things Anybody Ever Said (New York: Fawcett Crest, 1982).

S.16: James Webb Young, A Technique for Producing Ideas (Chicago: Advertising Publications, Inc., 1951).

Helmholtz'un yaratıcı aşamaları, James F. Fixx, More Games for the Super-Intelligent'tan alınmıştır (New York: Popular Library, 1972).

S.17: Moshe F. Rubinstein'in yaratıcı aşamaları, James F. Fixx, Solve It 'ten alınmıştır (New York: Fawcett Popular Library, 1978).

1. Fikir Nedir?

S.21: Charles Schultze'un Peanuts karikatür dergisinden alıntısı, Ocak 1982.

Mark Twain, The Portable Mark Twain (New York: The Viking Press, Inc., 1963).

S.22: A. E. Housman, Aktaran: Arthur Koestler, The Act of Creation (New York: The Macmillan Company, 1964).

Sözlük tanımları, American Heritage Dictionary, Webster's Third New International Dictionary, ve Webster's Seventh New Collegiate Dictionary'den alınmıştır.

Marvin Minsky, The Society of Mind (New York: Simon and Schuster, 1988).

S.24: J .Bronowski, A Sense of the Future (London, England: The MIT Press, 1977).

Hadamard, Aktaran: Koestler, The Act of Creation.

S.25:T. S. Eliot, Aktaran: Richard Lederer, The Miracle of Language (New York: Pocket Books, a division of Simon and Schuster, Inc., 1991).

Bronowski, A Sense of the Future.

Robert Frost, Contemporary Quotations, Derleyen: James B. Simpson (Boston: Houghton-Mifflin, Co., 1988).

Francis H. Cartier, Aktaran: Peter, Peter's Quotations.

Koestler, The Act of Creation.

2. Eğlenin

S.29: Mary Pettibone Poole, A Glass Eye at a Keyhole (Philadelphia: Dorrance & Company, 1938).

Guy Davenport, Aktaran: William Buckley, New York Times Book Review, 24 Mart 1977.

Oscar Wilde, Aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

S.30: David Ogilvy, How to Run an Advertising Agency, reklam.

S.31: Paul Valéry, The New International Dictionary of Quotations içinde (New York: E. P. Dutton, 1986).

Johnny Carson'dan aktaranlar: Byrne, The 637 Best Things.

Woody Allen, "Allen'in Not Defterinden Seçmeler", Without Feathers (New York: Random House, 1975).

Damon Runyon'den aktaranlar: Byrne, The 637 Best Things.

Ring Lardner, The Young Immigrants (New York: Scribner, 1962).

S.32: Hutchins ve Lipman'ın kaynakları; David Wallace ve Irving Wallace,

The People's Almanac (New York: Doubleday & Co., Inc., 1975).

S.35: Jerry Greenfeld'in alıntısı Rolling Stone, 9 July 1992.

Tom J. Peters'in alıntısı Los Angeles Times.

3. Fikirsever Olun

S.37: Samuel Johnson'dan aktaran: James Boswell, Life of Johnson (New York: Viking Penguin, 1979).

G. C. Lichtenberg'den aktaran: Peter, Peter's Quotations.

Kent Ruth'den aktaran: Peter, Peter's Quotations.

S.40: Tıraş kabının kaynağı David Louis, 2201 Fascinating Facts (New York: Random House Value, 1988).

Lincoln Steffens, The Autobiography of Lincoln Steffens (New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1931).

S.42: Emile Coué'dan aktaran: Maxwell Maltz, Psycho-Cybernetics (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1960).

S.43: Norbert Wiener, The Human Use of Human Beings (Boston: Houghton-Mifflin, 1950).

Joseph Heller'dan aktaran: George Plimpton, The Writer's Chapbook (New York: Viking Penguin, 1989).

Thomas Edison'dan aktaran: Maltz, Psycho-Cybernetics.

S.46: Virgil' den aktaran: Anthony Robbins, Unlimited Power (New York: Simon and Schuster, 1986).

Henry Ford'dan aktaran: Roger von Oech, A Kick in the Seat of the Pants (New York: Harper & Row, 1986).

Williarn Jarnes'ten aktaran: Alfred Arrnand Montapert, Distilled Wisdom (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1964).

S.47: Jean-Paul Sartre, Existentialism and Human Emotion, (New York: Citadel Press, 1971).

Anton Çehov'dan aktaran: W. H. Auden, A Certain World (New York: The Viking Press, 1970).

4. Hedeflere Kilitlenin

S.53: Robert Frost'tan aktaran: Barbara Rowes, The Book of Quotes (New York: E. P. Dutton, 1979).

Lily Tomlin'den aktaran: Robert Byrne, *The Other 637 Best Things Anybody Ever Said* (New York: Fawcett Crest, 1984).

S.56: Basketbol ve dart hikayeleri Maltz, *Psycho-Cybernetics*'den.

5. Çocuk Gibi Olun

S.59: Ralph Waldo Emerson, *Nature* (Boston: Beacon Press, 1991).

Fred Allen ve George Bernard Shaw'dan aktaran: Byrne *The 637 Best Things*.

W. C. Fields'den aktaran: John Robert Columbo, *Popcorn in Paradise* (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1980).

S.60: Baudelaire'den alıntıyı yapan *The Los Angeles Times Book Review*.

S.61: Gary Zukav, *The Dancing Wu Li Masters* (New York: William Morrow, 1979).

Jean Piaget'den aktaran: Eugene Raudsepp, *Creative Growth Games* (New York: Jove Publications, 1977).

J .Robert Oppenheimer'dan aktaran: Marshall McLuhan, *The Medium Is the Massage*, (New York: Random House, 1967).

Thomas Edison'dan aktaran: Mike Vance and Diane Deacon, *Think Out of the Box* (Franklin Lakes, N.J.: CareerPress, Inc., 1995).

The Will Durant'dan aktarım: 1983'te Jack Smith'in Los Angeles Times'taki köşesinde yayınlanan bir mektup.

Albert Einstein'dan aktaran: John D. Barrow, Theories of Everything (Oxford, England: Clarendon Press, 1991).

S.62: Dylan Thomas, The Poems of Dylan Thomas (New York: New Directions, 1971).

Robert M. Pirsig, Zen and the Art of Motorcycle Maintenance, (New York: William Morrow, 1974).

S.64: Carl Sagan'dan aktaran: Los Angeles Times, 4 December 1994.

Neil Postman'dan aktaran: Raudsepp, Creative Growth Games.

6. Kafayı Doldurun

S.69: Fletcher Knebel'den aktaran: Contemporary Quotations compiled by Simpson.

Ethel Watts Mumford'dan aktaran: Peter, Peter's Quotations.

H. L. Mencken'den aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

S.74: Louis L' Amour'dan aktaran: Vance ve Deacon, Think Out of the Box.

7. Cesaretinizi Toplayın

S.83: Franklin P. Jones ve Woody Allen'dan aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

Jamaican atasözünün alıntısı: Peter, Peter's Quotations.

S.84: Charles Brower'dan aktaran: Contemporary Quotations, compiled by Simpson.

S.85: Robert Grudin, The Grace of Great Things (New York: Ticknor & Fields, 1990).

S.86-87: Richard Drew için kaynak, Deacon, Think Out of the Box.

Joseph Priestley ve Blaise Pascal için kaynaklar Louis, 2201 Fascinating Facts.

Diğer "kötü Şkir" kaynakları Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac.

S87: Ray Bradbury, Zen in the Art of Writing (Santa Barbara: Capra Press, 1990).

S.880 Grudin, The Grace of Great Things.

8. Düşünme Biçiminizi Gözden Geçirin

S.91: Bertrand Russell'dan aktaran: A. Flew, Thinking about Social Thinking (Buffalo, N.Y.: Prometheus Books, 1995).

James Thurber'den aktaran: Peter, Peter's Quotations.

Martin H. Fischer'dan aktaran: Peter, Peter's Quotations.

S.93: Einstein için kaynak Eugene Raudsepp, How Creative Are You? (New York: Perigee Books, 1981).

David Hilbert için kaynak George Gamow, One, Two, Three ...Infinity (New York: Viking Press, 1947).

Kelvin, Freud ve Newton için kaynak Koestler, The Act of Creation.

S.95: Edward de Bono, Lateral Thinking (New York: Harper & Row, 1970).

S.102: Rollo May, The Courage to Create (New York: W. W. Norton, 1975).

Joseph Heller'dan aktaran: Plimpton, The Writer's Chapbook.

Leonardo da Vinci'den aktaran: W. H. Auden and Louis Kronenberger, The Viking Book of Aphorisms (New York: The Viking Press, 1992).

Duke Ellington'dan aktaran: May, The Courage to Create.

Walter Hunt için kaynak Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac.

John Dryden'den aktaran: Bronowski, A Sense of the Future.

May, The Courage to Create.

9. Birleştirmeyi Öğrenin

S.107: Bum Phillips'den aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

Steve Allen'den aktaran: Contemporary Quotations.

Rousseau'dan aktaran: J.M. ve M.j. Cohen, The Penguin Dictionary of Modern Quotations (New York: Penguin Books, 1980).

S.113: Roger von Oech, A Whack on the Side of the Head (New York: Warner Books, 1983).

The James J. Ritty için kaynak David Wallechinsky ve Irving Wallace, The People's Almanac 2 (New York: A Bantam Book, 1978).

S.114: Charles Darwin'den aktaran: Robert B. Downes, Books That Changed the World (New York: Mentor Books, 1956).

Benjamin Huntsman için kaynak James Burke, Connections (Boston: Little Brown & Company, 1978).

George Westinghouse için kaynak American Heritage, The ConŖdent Years'ın editörleri (New York: American Heritage Publishing Co., Inc., 1969).

The Descartes, Oersted ve Kepler referansları için Koestler'in, The Act of Creation adlı kitabından yararlanabilirsiniz.

S.115: Thelonious Monk'dan aktarım, Bill Bernbach'un 17 Mayıs 1980'deki konuşmasından.

10. Problemi Tarif Edin

S.117: Benjamin Disraeli'den aktaran: Morrow's International Dictionary of Contemporary Quotations (New York: William Morrow, 1982).

James Thurber ve Gore Vida1'den aktaran: Byrne, The 687 Best Things.

Picasso'dan aktaran: William Fişeld, In Search of Genius (New York: William Morrow, 1982).

S.118: Albert Einstein'dan aktaran: Anne C. Roark (Los Angeles Times, 29 Eylül 1989.)

S.119: Edward James için kaynak Edward de Bono, New Think (New York: Avon Books, 1967).

Koestler, The Act of Creation.

Jonas Sa1k'dan aktaran: Bill Moyers, A World of Ideas with Bill Moyers, PBS 1990 (New York: Doubleday, 1990).

11. Bilgi Toplayın

S.129: Enformasyon toplantısı Will Cuppy, The Decline and Fall of Practically Everybody (New York: Holt, 1950).

Steve Kravitz ve Thomas Edison'dan aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

S.132: Bud Robbins, Looking for the Capo d'astro bar, reklam.

S.135: Bill Bernbach, 17 May 1980'taki bir konuşmasından.

S.137: Thomas Mann'dan aktaran: The Harper Book of Quotations (New York: HarperPerennial, 1993).

12. Fikri Arayın

S.139: Florynce Kennedy'den aktaran: Gloria Steinem in "The Verbal Karate of Florynce Kennedy," Ms., Mart 1973.

Gene Fowler'dan aktaran: Jon Winokur, Writers on Writing (Philadelphia: Running Press, 1986).

S.140: Hal Riney, ADWEEK; February 1983.

Linus Pauling'den aktaran: von Oech, A Kick in the Seat of the Pants

S.145: Andrew Wiles için kaynak People Weekly, 27 December 1993-3 January 1994.

Gatling için kaynak Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac.

Nikola Tesla için kaynak Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac no:2.

13. Fikri Unutun

S.147: Publilius Syrus'tan aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

Eric Morecambe ve Ernie Wise'dan aktaran: Fred Metcalf, The Penguin Dictionary of Modern Humorous Quotations (London: Penguin Books, 1987).

Italo Svevo'dan aktaran: Peter, Peter's Quotations.

S.148: Andy Rooney, ADWEEK; 7 Şubat 1983.

Helmholtz'dan aktaran: Fixx, More Games for the Super-Intelligent.

Einstein için kaynak Creativity, editör Paul Srnith (New York: Hastings House, 1959).

S.149: Grant Wood'dan aktaran: Contemporary Quotations, compiled by Simpson.

Henri Poincaré için kaynak Creativity editör Srnith.

Bertrand Russell, The Conquest of Happiness (New Jersey: Garden City Publishing Co., Inc., 1933).

The C. G. Suits için kaynak Maltz, Pyscho-Cybernetics.

May, The Courage to Create.

Lloyd Morgan'dan aktaran: Koestler, The Act of Creation.

Philip Goldberg, The Babinski Reflex (Los Angeles: Jererny P. Tarcher, Inc., 1990).

S.151: Carl Sagan'dan aktaran: Los Angeles Times, 4 Aralık 1994.

Isaac Asimov'dan aktaran: Winokur, Writers on Writing.

14. Fikrinizi Hayata Geçirin

S.155: Will Rogers'dan aktaran: Vern McLellan, Wise ve Wacky Wit (Wheaton, Illinois: Tyndale House Publishers, Inc., 1992).

Fred A1len'den aktaran: Contemporary Quotations, compiled by Sirnpson.

Woody A1len'den aktaran: Byrne, The 637 Best Things.

S.158: F. R. Upton'dan aktaran: Matthew Josephson, Edison (New York: McGraw-Hill Paperbacks, 1959).

S.159: Joseph Glidden için kaynak Owen Edwards, Elegant Solutions (New York: Crown Publishers, Inc., 1989).

S.160: Thomas Adams için kaynak Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac #2.

S.161: James Clark Maxwell ve Robert Hooke için kaynaklar Karpeles Manuscript Library'nin yayınladığı bröşürler.

S.162: Otto Titzling için kaynak Wallechinsky ve Wallace, The People's Almanac.

[1] “Gerçek bilimci ve sanatçının ikinci özelliği”, der Zukav daha sonraki bölümlerde, “her ikisinin de içlerinde taşıdıkları büyük özgüvendir.” Bu özellik üçüncü bölümde tartışılıyor.