

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GRAFİK TASARIM

**Doç.Dr. Sevim SELAMET**

Anadolu Üniversitesi

Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

[selamet@anadolu.edu.tr](mailto:selamet@anadolu.edu.tr)

### ÖZET

*Sürdürülebilir dünya görüşü, endüstriyel tasarımın ardından diğer tasarım alanları, hatta sanatta dahi seslendirilmeye başlandı. Konuyla ilgili olan hemen herkes bir şeyler yapılması gerektiğine inanırken, ne tasarım ne de tasarım eğitiminde hiç kimse yeterli donanıma sahip değil. Çevre dostu yaklaşımlar -bazen doğru bazen yanlış- sürdürülebilir tasarım olarak adlandırılıyor.*

*Grafik tasarımcı için sürdürülebilir tasarım ilkelerini grafik tasarımla bütünleştirmek bazen zor olabiliyor. Diğer yandan sürdürülebilirlik uzmanlarının yaptığı bazı iyi niyetli öneriler de grafik tasarımın iletişim işlevini yitirmesine sebep olabiliyor. Bu çalışmada, tasarımda sürdürülebilirlik konulu araştırmalar gözden geçirilerek grafik tasarımın sürdürülebilirlik açısından hem soruna hem çözümüne olan katkıları; kültür, çevre, insan ve ekonomi faktörleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmeye çalışıldı. Grafik tasarımcının öncelikle sorumluluğunu ve potansiyelini fark etmesi gerekir. Bu çalışmada, grafik tasarımın kendini sorgulaması, konunun gündemde tutulması ve ihtiyaç duyulan yeni araştırmalara dikkat çekmek hedeflenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Grafik Tasarım, Ekolojik Grafik Tasarım

### SUSTAINABILITY AND GRAPHIC DESIGN

#### ABSTRACT

*Sustainable world view, then industrial design, has started to be mentioned in other design fields and even in art. Almost everyone related the subject believed that something should be done, but no one is adequately equipped neither on design nor design education. Environment friendly approaches -sometimes right, sometimes wrong- are called as sustainable design.*

*Sometimes to integrate the principles of sustainable design with graphic design may be difficult for graphic designer. On the other hand, some well-intentioned suggestions made by sustainability experts can cause the loss of communication function of graphic design. In this research, as reviewing the studies on sustainable design, it is evaluated the contribution of graphic design to the problem and to the solution; considering culture, environment, human and economic factors. Graphic designers first must realize their responsibility and their potential. In this study, it is aimed to self-question graphic design, to keep the issue on the agenda and to draw attention to new needed research.*

**Keywords:** Sustainability, Graphic Design, Ecological Graphic Design

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda “sustainability” (sürdürülebilirlik) kelimesiyle daha geniş bir alanda ve daha sık karşılaşır olduk. Sürdürülebilir dünya, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir ekonomi derken, “sürdürülebilir tasarım” (sustainable design) kavramı da gündemimize oturdu. Konuyu ifade etmek için kullanılan “sürdürülebilir tasarım”, “ekolojik tasarım”, “yeşil tasarım”, “sürdürülebilir yaşam için tasarım”, “çevreye duyarlı tasarım”, “çevre dostu ya da çevreci tasarım” gibi farklı karşılıklar, konunun içeriği hakkında fikir verirken, aynı zamanda konu üzerindeki karmaşayı da yansıtır görmektedir.

Literatüre bakıldığında, eko tasarımın endüstriyel tasarım ya da iç mimari gibi malzemeye dayalı tasarım alanlarında başladığını görürüz. Papanek’in yeni ufuklar açan *Design for the Real World* (1972) ve *The Green Imperative* (1995) kitaplarında ekolojik tasarım düşüncesi endüstriyel tasarımla ilişkilendirilmiştir. Fuller (1981), Whiteley(1993), Manzini (2002), Margolin (2002) ve Thackara (2005) gibi diğer tasarım düşünürleri ise, tasarımda sosyal sorumluluğu ön plana çıkarırlar. Bu yüzden sürdürülebilir tasarım, tasarımın çevresel etkilerinin yanında sosyo-kültürel ve ekonomik etkilerini de dikkate alır. Eko tasarım dendiğinde, yaygın olarak kastedilen ya da anlaşılan, “sürdürülebilir dünya için endüstriyel ürün tasarımı” olsa da; son zamanlarda sürdürülebilir tasarım prensipleri diğer tasarım alanlarına da yansıtılmaktadır. Endüstriyel tasarım, iç mimarlık, ürün tasarımı, grafik tasarım, moda, etkileşimli tasarım gibi tasarım disiplinlerinin yanında; mimari, şehir planlama ve mühendislik gibi alanlarda dahi sürdürülebilirlik ilkeleri uygulanmakta ya da uygulanmaya çalışılmaktadır. Grafik tasarımda sürdürülebilirlik ve ekolojik tasarım yaklaşımlarına bakmadan önce, neyin ne olduğu ve bugüne nasıl geldiğinin anlaşılması faydalı olacaktır.

## 2. SÜRDÜRÜLEBİLİR DÜNYA

İnsan da diğer canlılar gibi doğanın bir parçasıdır ve yaşamı boyunca doğa ile etkileşim halindedir. Diğer canlılar doğaya ve onun şartlarına uyum sağlarken, insan doğayı kendi lehine değiştirmektedir. İnsanın doğa üzerindeki geri döndürülemez tahribatı ancak 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra fark edilmeye, ciddi olarak tartışılmaya ve önlemler alınmaya başlanmıştır. “Zira bu tarihten sonraki hızlı nüfus artışı, aşırı kentleşme, endüstrileşme ve bunlara bağlı olarak hızlanan doğal kaynak kullanımı ve tüketimi, gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın tüm dünya ülkelerinde çevre sorunları olgusunu ortaya çıkarmıştır” (Kocataş, 2008:1)

Aslında zaten ortada olan ama geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinde gözle görülür, elle tutulur hale gelen çevresel sorunların insanoğlunu yüz yüze bıraktığı gerçekler üç cümlede basitleştirilebilir:

1. Doğanın kaynakları sınırsız değil.
2. Doğa çöplerimizi yok edemiyor ve bu atıklar yaşadığımız sistem üzerinde geri döndürülmesi zor, -bazen imkânsız- bozulmalar yaratıyor.
3. Başka dünya yok.

Bu net gerçeklerin ardından söylenebilecek tek cümle kalıyordu geriye: “Bir şeyler yapmak lazım!”. Bu bilinçle, önceleri dünya gündeminde ekonomik ve politik olaylar ilk sıralardayken, seksenli yıllarla birlikte çevreyle ilgili sorunlar diğerlerinin yanında

yerini almaya hatta önüne geçmeye başladı. Bu gidişatı değiştirmek; çevre bilinci yaratmak, mevcut sorunları çözmek, yenilerini önlemek, sorumluluk almayanlara baskı yapmak, gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak adına çevresel hareket yoğunluk kazandı. “Bu hareket sosyoloji, antropoloji, psikoloji, coğrafya, siyasal bilimler ve ekonomi gibi temel bilimlerde olduğu gibi mühendislik, mimarlık, tıp, çevresel kaynakları koruma gibi uygulamalı bilimlerde de başlamış durumdadır. Hareketin amacı doğal ekolojik dengeyi bozmadan insanın doğadan optimum düzeyde çok yönlü yararlanmasını sağlayacak planların yapılması ve bunların uygulamaya konması üzerinedir. Diğer bir deyişle, ‘Sürdürülebilir Dünya’dır” (Kocataş, 2008:417).

Sürdürülebilir dünya için, gönüllü bireysel etkinlikler ya da yerel ve bölgesel tedbirler yeterli değildi. Aynı gezegeni, gezegenin doğal kaynaklarını ve atmosferini paylaştığımızdan, çevresel sorunlara karşı topyekûn mücadele vermek gerekiyordu. Bu yüzden 1980’li yıllardan itibaren bir takım yasal düzenlemeler, tedbir ve yaptırımlar, ardi ardına geldi. Bu alanda hem bireyler hem ülkeler farklı bilinç düzeylerinde olsa da giderek artan farkındalık ya da zorlamalarla çevresel sorunlara olan duyarlılık artmaktadır. Bazen küçük bir gönüllü grubunun yaptığı eylem çevresel bir soruna dikkat çekerken, bazen de uluslar arası sözleşmeler devletleri, devlet kurumlarının yasal düzenleme ve yönetmelikleri de bireyleri etkilemektedir. Neticede gönüllü ya da zorunlu olarak birey, topluluk, kurum ve kuruluşların çevresel sorunlar konusundaki hem bilinci hem tutumu olumlu yönde ve katlanarak gelişmektedir.

Dünyada olup bitenler elbette ülkemizde de yansıma buldu. Her ne kadar birey, kurum ve kuruluşlardaki bilinç düzeyi ve konuya yaklaşım derin farklılıklar gösterse de, uygulamada çeşitli sorunlar da yaşansa, ülkemizde çevresel konularla ilgili yasal düzenleme ve yönetmeliklerin sayısı –özellikle Avrupa Birliği uyum süreciyle birlikte artmaktadır.

### 3. EKO TASARIM

İçinde yaşadığımız ekonomik sistem, malzeme, enerji ve insan kaynakları arasında var olan ilişkiyi devamlı olarak değiştiriyor. Ayrıca endüstriyel üretimin, gezegenin eko sistemi üzerindeki etkisi hızlanarak artmaya devam ediyor. Bu yüzden bunların yol açtığı çevresel sorunları da göz önünde bulundurarak, büyüme ve gelişim konseptimizi yeniden değerlendirmemiz gerekiyordu. Her ne kadar bu yeniden değerlendirme 1960’lı yıllarda başlatılmış ve “The Limits of Growth” (Büyümenin Sınırları) başlığı altında D.H. Meadows, D.L. Meadows, J.Randers, ve W.W. Bahrens tarafından 1972’de yayımlanmış olsa da, çevresel konularla endüstriyel üretim arasındaki sıkı bağın kurulması 1980’lerin politik ve düzenleyici tartışmalarının ardından ancak 1990’larda kurulabilmiştir ( Barbero ve Cozzo, 2009:10).

Günümüzde, basit bir aktivite olmaktan çıkan tasarım, inovasyon aşamasındaki pek çok ülke için daha yüksek rekabet gücüne erişmek adına stratejik bir araca dönüşmüştür. Tasarım, “World Economic Forum”, “Institute of Management Development” gibi ekonomik organizasyonlar tarafından en üst düzeylerde rekabet edebilirliği sürdürmek için önemli bir değişken olarak kabul edilir. Ayrıca Avustralya, Finlandiya, Japonya, Yeni Zelanda, Birleşik Krallık ve ABD gibi ülkeler; ulusal politikaları, tasarım programları ve tasarım konseylerinde gösterdikleri özenle tasarımın önemini vurgulamaktadırlar. Bütün bunlar, tasarım organizasyonlarıyla devlet, iş

dünyası ve eğitim sektörü arasındaki ilişki, etkileşim ve işbirliğini geliştirmek ve daha etkili hale getirmek içindir (Megchun, 2008:32). Bugünün dünyasında tasarım, ekonomik açıdan stratejik bir araç olmanın yanında, halkın refahı ve doğanın selameti için de önemli bir unsur olarak kabul edilir.

Bir ürün bir defa pazara sürüldüğünde onun çevre üzerindeki etkisi önlenemez olur. Ürünün yapısında bulunan hammaddeler, kullanım ömrü, kullanıcıda yarattığı tüketim arzusu ya da neden olduğu diğer davranışlar, enerji kullanımı ve ömrünü tamlayıp atık haline gelmesi... Bütün bunlar ürün pazara sunulduğunda artık kontrol edilemeyecek unsurlardır. Fakat saydıklarımızın tamamı hatta daha fazlası üretimden önce, tasarım aşamasında pekâlâ planlanabilir. Demek ki, ürünün kendisi, ürünün üretim süreci ve ürünün başlattığı ya da neden olduğu davranışlar çevresel sürdürülebilirliğin sınırları içindedir. Bugün artık bir üründen beklenen performans işlevsellik ve estetikle sınırlı değildir. Eko tasarım, objeleri onların işlevsel bütünlükleri içinde düşünmek anlamı taşıdığından, tasarımcı artık sadece form geliştirebilen kişi değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik adına üretim sürecini ve davranış alışkanlıklarını değiştirebilendir. Enerji, malzeme, ambalaj ve nakliyeden tasarruf, ayrıca depolamayla ilgili sorunlar hep sürdürülebilir tasarımın temel yapısını oluşturan meselelerdir. Gerçekte eko tasarım, alternatif sistemler, teknolojiler ve üretim stratejileri araştırmak için canlı bir yaratıcılık becerisi olarak nitelenebilir ( Barbero ve Cozzo, 2009:12).

Bu son cümle, üzerinde taşıdığı “tamamlanmamış süreç” ve “deneysellik” göndermeleriyle, bugün için ekolojik tasarımın en gerçekçi tanımı belki de. Çünkü sürdürülebilir kalkınma üzerinde olduğu gibi, sürdürülebilir tasarım üzerinde de tartışmalar devam etmektedir. Bugün geleneksel tasarım yaklaşımlarında var olan işlevsellik ve estetiğe, eko tasarımda “sürdürülebilirlik” eklenmiştir. Aslında çok netmiş gibi görünen bu konu bile tartışmalıdır. Whiteley’e göre, yeşil ya da ekolojik tasarım olarak adlandırılan akımların önerileri zaten “iyi tasarım”ın kapsamı içinde olmalıdır (Whiteley, 1993: 48-49). Özetle, bazıları tasarım ve tasarımcıya yeni görev ve sorumluluklar yükleyip, sürdürülebilir tasarımın dünyanın geleceğini şekillendirebileceğini iddia ederken, bazıları sürdürülebilirliğin tasarım için bir yenilik olmadığını, zaten işlevsellik kapsamında bulunması gereken bir unsur olduğunu savunmaktadır. Bugün ekolojik tasarımın bazı temel unsurları saptanmış olmakla birlikte, hangi tasarım alanının sürdürülebilirliğe hangi yol ve araçlarla katkıda bulunabileceği tam olarak netleşmiş değildir. Endüstriyel tasarım ve mimarlık alanları çevre üzerindeki etkileri ve yöntemleri açısından biraz daha net ve belirgin görünse de tasarımın bütününde sorun tanımlı fakat çözüm üzerine geliştirilen deneysel yaklaşımlar bazen doğru bazen yanlış bir biçimde “eko tasarım” olarak algılanıp tanımlanmaktadır.

Ekolojik tasarım üzerinde belki de tartışmasız kabul edilmesi gereken tek konu sürdürülebilirliğin sadece tasarım eğitimi değil, her düzey ve alandaki eğitim müfredatında yer alması gereğidir. Bu konuda ise sadece ülkemizde değil, dünyada da olması gereken noktanın çok uzağında bulunduğumuz söylenebilir.

#### **4. EKO TASARIM EĞİTİMİ**

Eko tasarım konusunda net olmayan noktalar olsa da, tasarımın bugün hem ekonomik hem çevresel anlamda önceki yüzyıldan farklı bir yerde durduğu gerçektir.

Geçtiğimiz yüzyılın sonlarına kadar, “ekolojik tasarım”, “tasarım etiği”, “tasarım yönetimi”, “tasarımda ulusal kimlik” gibi konular tasarım dünyasında tartışılan ve gündem oluşturan meseleler değildi. Bugün, bazı yükseköğretim kurumlarında, tasarım, geleneksel teknik kalıpları kırmış ve bir yönetim disiplini haline gelmiştir. Tasarımcılar; mühendisler, pazarlamacılar, felsefeciler, sosyolog ve sanatçıları bir araya getiren karmaşık projelerde yöneticiliği üstleniyor. Muhtemelen tasarımdaki bu yeni anlayış ve yaklaşımları hem işletmeler hem de toplumun bütününe adapte edebilmek için gelecek yıllarda öğretim programları da radikal değişimler gösterecek (Guellerin, 2010:9).

Herhangi bir amaçla tasarımın en etkili kullanımı için, tasarımın sağlayabilecekleri konusunda ülkenin farklı kurumlarının yüksek bir bilince ulaşması gerekir. Bu nedenle, ülkenin ihtiyaçlarına göre tasarım eğitimi yeterli hale getirmek, herhangi bir senaryoda tasarım yoluyla gelişmeyi arzulayan bir ülke için anahtar elemandır. Üniversitelerin, tasarımcıları yeni beceri ve bilgilerle donatacak, yeteneklerini geliştirecek ve profesyoneller olmak için eğitilecek programlar sunması ülke açısından önemlidir. Sanayileşmiş ekonomilerde, tasarım eğitimi ve tasarımın farklı amaçlarla kullanımları ülkelerin başarıya ulaşmasında esas noktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından, tasarım eğitimine önem vermek ülkenin gelecekteki kaderini değiştirebilecek bir öneme sahiptir.

Tasarım eğitiminin öneminin henüz kavranmadığı ülkemizde, tasarım eğitiminde yeşil bir konsept aramak bugün için yüksek bir beklenti gibi görünüyor. Yine de, tasarım eğitimine ekolojik yaklaşımları yerleştirmek konusunda geri kalmış veya gecikmiş değiliz; ya da geri kalan ve geciken sadece biz değiliz. Dünyanın diğer ülkelerindeki pek çok tasarım okulunun sürdürülebilir tasarım konusunda bizden çok da farklı olmadıkları söylenebilir.

Tüm dünyadan sanat, tasarım ve medya okullarını bir araya getiren önemli ağlardan biri olan Cumulus’un 2008 yılı Mart ayında Japonya Kyoto’da düzenlenen konferansında “Kyoto Tasarım Bildirgesi” sessiz sedasız imzalanmıştı. Bu bildiriyle Cumulus üyesi okullar; sürdürülebilir, insan merkezli ve yaratıcı toplumlar inşa etmenin küresel sorumluluğunu paylaşıp, bu yolda kendilerine düşen görevi üstlenmeyi kabul ettiklerini taahhüt altına aldılar. Aynı yılın Kasım ayında, Fransa Saint-Etienne’de yapılan “Design and Research” konulu konferansta, birliğin “sustainability” çalışma grubunun çalıştayını gerçekleştirildi. Dünyanın farklı kıta ve ülkelerindeki değişik tasarım okulu temsilcilerinin katıldığı çalıştay, sürdürülebilir tasarım ve eğitiminde dünyadaki durumun genel bir özeti gibiydi. Konu hakkında projeler yapmış, geniş bilgiye sahip bir azınlık, bir şeyler yapılması gerektiğine inanıyor ama ne olduğunu, nereden başlanacağını bilemeyen kalabalıkla iletişim kuramadı çok zaman. Katılımcıların tamamı sürdürülebilirliğin eğitim müfredatına sokulması gerektiğine inanırken sadece çok az bir bölümü kendi eğitim kurumlarında bunu başlatabilmişti.

Özellikle küreselleşme ve onunla bağlantılı sosyal ve çevresel sorunların arttığı günümüzde, sürdürülebilir gelecekler adına tasarım, tasarımcı, dolayısıyla tasarım eğitiminin önemli bir rol oynayabileceği son derece açık iken, uygulamada sadece tasarımcılar değil, tasarım eğitimcileri arasında da hem bilinç ve bilgi düzeyi farklılığı hem de yapılması gerekenler konusundaki karmaşa had safhadadır.

Tasarım eğitiminde öğrenciye, tasarımcının bazı sorumlulukları ve yeterlilikleri olması gerektiği bilinci; ekolojik malzeme seçimi, çevre dostu enerji kullanımı; geri dönüşüm, yeniden düşünme ve yeniden kullanma kavramları öğretilmelidir.

Estonya Sanat Akademisi lisans ve lisans üstü eğitim programlarında eko tasarım ilkelerine yer verme konusunda çaba gösteren okullardan biridir ve bu okulun eko tasarım el kitabında aşağıdaki ekolojik tasarım ilkelerine yer verilmiştir (Wei, 2008:92).

1. Geçici, moda ya yönelik ya da pazarın dayattığı ihtiyaçlardan çok gerçek ihtiyaçlar için tasarım.
2. Ürün/malzeme/hizmet'in çevresel kalıntılarını en aza indiren, enerji ve suyun da dâhil olduğu doğal kaynak tüketimini azaltan tasarım.
3. Kömür gibi yenilenemeyen doğal kapasiteler yerine güneş, rüzgâr, su ya da deniz gücünü kullanan tasarım.
4. Malzeme ve/veya bileşenlerin geri dönüşüm ve yeniden kullanımını teşvik etmesi açısından, kullanım süreleri dolan ürün ve malzemenin ve bileşenlerinin ayrışmasını mümkün kılan tasarım.
5. Yaşam döngülerinin her aşamasında insan ve diğer yaşam formlarına zararlı zehirli maddelerin kullanımına engel olan tasarım.
6. Hedef kitle için en yüksek faydayı ortaya çıkarmak, müşteri ve kullanıcıyı eğitmek ve böylelikle daha dengeli bir gelecek yaratmak için tasarım.
7. Yakın çevrede bulunan malzeme ve kaynakları kullanan tasarım ( küresel düşünce, yerel eylem).
8. Mevcut konsept ve ürün/malzeme/hizmet ardındaki orijinal varsayımları yeniden inceleyerek, yenilik tembelliğine engel olan tasarım.
9. Herhangi bir yerde uygulanabilir olan hizmetler içindeki ürünleri maddesel olmaktan çıkaran tasarım.
10. Ürün/malzeme/hizmetin faydasını topluluklar için en yüksek seviyeye çıkarmak adına tasarım.
11. Tasarımda, ihtiyaçların gerektirdiği, para kaynağının elverdiği şekilde tek tek satın almaya olanak sağlayan, onarımı ve yeniden kullanımı kolaylaştıran ve işlevselliği arttıran, “modüler yaklaşım”ı teşvik eden tasarım.
12. Mevcut ürün/malzeme/hizmeti çevreleyen statükoyu tartışmak ya da ona meydan okumaya teşvik etmek için tasarım.
13. Eko-plüralistik (çoğulcu), özellikle de ticari sektörün üretmeyeceği tasarımları herkesin yararı için kamusal alanlarda yayınlamak için üretilen tasarım.
14. Daha sürdürülebilir bir gelecek için daha sürdürülebilir ürün/malzeme/hizmet yaratmak için tasarım.

## 5. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GRAFİK TASARIM

1914 yılında “Amerika Grafik Sanatlar Enstitüsü” olarak kurulan fakat bugün bütün tasarım alanlarını kapsayan en eski tasarım birliklerinden biri olan AIGA'nın yeni bir araştırmasına göre üyelerinin % 78'i sürdürülebilirliği önceliklerin başına yerleştirirken, pek çoğu da sürdürülebilirlik prensiplerini uygulayabilmek için yetersiz olduklarını kabul ediyorlar. AIGA, bu ihtiyaçtan hareketle, 2009 yılının Ekim ayında Memphis'deki konferansında, Sürdürülebilir Tasarım Merkezi (Center for Sustainable Design: CFSD) tarafından oluşturulan prensipleri açıkladı. “Living Principles for Design” olarak isimlendirilen bu çerçeveye göre; bireyler, toplumlar, ekonomiler ve

gezegenin gelişimi için “çevresel sorumluluk”, “sosyal adalet”, “ekonomik refah” ve “kültürel canlılık” desteklenmeli ve bunların ayrılmaz biçimde birbirine bağlı olduğunun farkına varılmalıdır. AIGA bu dört temel unsuru sürdürülebilir tasarımın anahtarı olarak görüyor ve bunlar üzerine temellenmiş öneriler sunuyor tasarımcılara (AIGA, 2010).

Grafik tasarım tarihinde sürdürülebilir yaklaşımların uygulandığı görülmemektedir. Fakat Benetton desteğinde yayımlanan, Tibor Kalman yönetimindeki “Colors” dergisi, Kalle Lasn’ın Adbusters’ı, 1964 yılında yayımlanan “First Things First” manifestosunun 1999 yılında yeniden gündeme gelip büyük destek bulması gibi hareketler grafik tasarımda sosyal sorumluluk ve etik anlayışın popülerleşmesine katkı sağlamıştır. Bütüne bakıldığında, sürdürülebilirlik söylem ve uygulamalarının yansımaları cılız görünse de, grafik tasarımın kendini sorgulamaya başladığı söylenebilir. Diğer tasarım alanlarında olduğu gibi grafik tasarımda da, ne yapılacağından nereden başlanacağından tam olarak bilinmemesi eylemi geciktirmekte ve söylemlerin de havada kalmasına neden olmaktadır. GMK’nın “Tasarım Ekolojisi” başlıklı yazısında durum şöyle özetleniyor: “Sorun şu ki, çevre sorunlarıyla ilgili mevcut bilginin kalitesi, bu konuda gerekli adımları atmak için maalesef yeterli değil. Çevre problemleri hakkında daha çok bilgi edinerek ve çözüm üretmede başı çekerek yeteneğimizi ve hislerimizi kullanıp insanların neler yapabileceklerini anlamasına yardım edebiliriz. Çevre hakkındaki bilginin daha ulaşılabilir olmasını sağlayabiliriz” (GMK, 2002: DEDİ Kİ 3).

Grafik tasarım açısından yapılacak şey, grafik tasarımın mevcut olumsuz duruma etkisini tartışmak ve sorunun çözümüne nasıl katkı sağlayabileceğini araştırmak olmalıdır. Grafik tasarımın sürdürülebilirlik açısından hem soruna hem çözüme olan katkıları, kültür, çevre, insan ve ekonomi faktörleri göz önünde bulundurularak alt başlıklarda değerlendirilmeye çalışılacaktır.

### **5.1. Çevresel Farkındalık Yaratıcı Kampanyalar**

Görsel iletişim yollarından biri olan grafik tasarım sayesinde, alıcıya ulaştırılmak istenen mesajlar doğrudan ve açık bir biçimde iletilir. Konunun başında detaylı olarak değinilen çevresel sorunlar ve gezegenin geleceği düşünüldüğünde, yapılması gereken ilk işin öncelikle her alanda ve her düzeyde çevre bilinci yaratmak bu konudaki duyarlılığı geliştirmek olduğu açıktır. Grafik tasarım, ekoloji ve sürdürülebilirlik gibi kapsamlı ve karmaşık konularda bile çarpıcı yollarla bilgiyi kolayca alıcısına iletebilir. Hatta iyi tasarlanmış bir görüntü çevre konusunda onlarca kitaptan daha vurucu olabilir alıcı üzerinde. Grafik tasarımın çevre bilinci geliştirmek ve bu konuda istenen davranışları güdülemek için diğer bilgilendirme yollarından çok daha etkili, doğrudan ve hızlı olduğu söylenebilir. Bu yüzden, grafik tasarımın sürdürülebilirlik kavramıyla buluşması, sıklıkla çevre bilincini arttıran, çevresel sorunlara dikkat çeken tasarımlarla gerçekleşir. Bu tasarımların bazılarında sadece verilen mesaj çevre içerikli olsa da, bazılarında tasarımın kendisi, seçilen malzeme ve üretim yöntemi de çevre dostudur.

“Eğer Birleşik Devletlerdeki her hane, sadece bir rulo kâğıt havluyu %100 geri dönüştürülmüş olanla değiştirirse, 544.000 ağacı kurtarabiliriz”. Greenpeace, Florida sakinlerinde dönüştürülmüş kâğıt ürünleri satın almak konusunda farkındalığı

yükseltmek için bu mesajı tam bir gerilla kampanyayla yaymıştır (Şekil-1). Sözcükler ağaç gövdesi kesitini görselleştiren magnetler üzerine basılmış ve market raflarındaki kâğıt havluların altına, özellikle ürünlerinde dönüştürülmüş kâğıt kullanmayan firmaların markaları seçilerek yerleştirilmiştir (Barbero ve Cozzo, 2009:324). Magnetlerin basit grafiği sonuçları çok açık olduğu için güçlüdür. Market müşterisi satın almak üzere havluyu yerinden aldığı anda altındaki mesajı göreceklerdir.

**Şekil 1: Greenpeace, magnet (Tasarım: Dave Brown, Gen Nagy)**



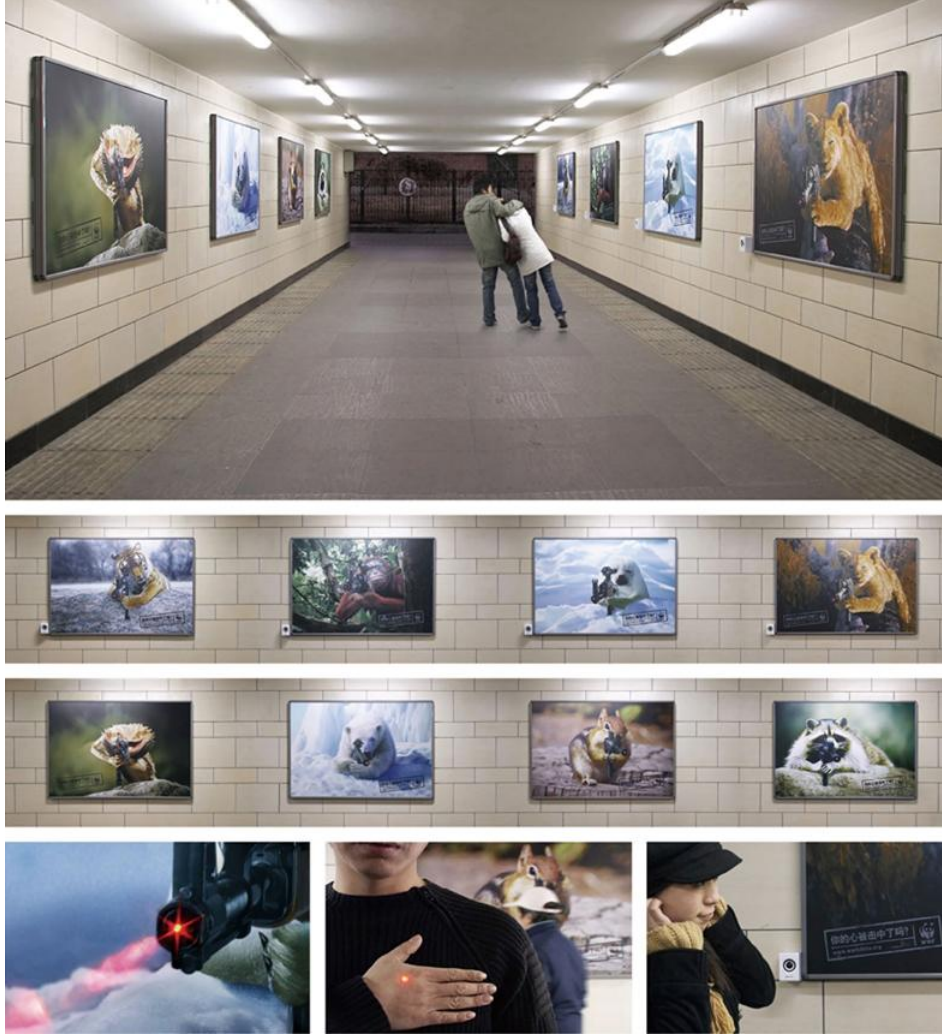
**Kaynak:** Greenpeace, magnet (Tasarım: Dave Brown, Gen Nagy). *Ecodesign* (2009), sayfa: 324-325, Tandem Verlag GmbH.

Gerilla tasarımlar ve kampanyalar içinde çevre konulu olanlara sıkça rastlanır. Başka bir başarılı örnek Ogilv Beijing Ajansı tarafından 2007’de Doğal Hayatı Koruma Vakfı’nın (WWF: World Wildlife Fund) soyu tükenen hayvanlarla ilgili olarak insanları bilinçlendirmek ve daha duyarlı olmalarını sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiş kampanyanın ödüllü çalışmasıdır (Şekil-2). Altgeçide yerleştirilmiş panolardaki hayvanların ellerine lazer nişanı olan silahlar yerleştirilmiştir ve oradan geçen insanların lazerin yansımaları bedenlerinde görebilmeleri sağlanmıştır. Burada mesaj, kurbanla bir özdeşleşim olarak tasarlanmıştır (Heper, 2008:51).

Grafik tasarımın çevre duyarlılığı yaratmadaki bu gücü grafik tasarım eğitiminde de kullanılabilir. Grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler her yıl logotype, afiş, kurum kimliği, reklam kampanyası gibi grafik tasarımın farklı alanlarında tasarımlar üretmektedirler. Eğitim amaçlı olarak gerçekleştirilen proje konularından, her yıl en az biri çevre bilinci geliştirecek yönde seçilebilir. Sürdürülebilir tasarım yaklaşımlarının oluşturulup geliştirilerek eğitim müfredatlarımızdaki yerlerini alması zaman alacak gibi görünüyor. O zamana kadar, en azından böyle bir uygulama çalışması, tasarımcı olarak yetişmekte olan öğrencinin hem birey hem tasarımcı olarak konu üzerinde düşünmesi, araştırması, kendi bilincini yükseltmesi açısından önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca sınıf içindeki başarılı çalışmaların üretilip fakülte ya da kampusta uygulanmasıyla toplumdaki bilinç düzeyinin yükselmesine katkı sağlanabilir. Öğrenci çalışması olarak gerçekleştirilecek böyle bir uygulamanın sadece sonucu değil süreci de sürdürülebilir olacağından tek bir çalışma bile küçümsenmeyecek bir sürdürülebilirlik eğitimi olacaktır.



Şekil 2: WWF, altgeçit uygulaması



**Kaynak:** WWF altgeçit uygulaması (Tasarım: Dave Brown, Gen Nagy).  
<http://adsoftheworld.com>, (Erişim tarihi: 22.11.2010).

## 5.2. Kâğıt mı Dijital mi?

Ekolojik malzeme, yenilenebilir kaynak ve enerji kullanımı, kullanma ömrünü tamamlayan ürünlerin yeniden kazanımı ya da atıkların geri dönüştürülmesi ekolojik tasarımın temel ilkelerindedir. Grafik tasarımcının kullandığı temel malzemelerden olan kâğıt, hammaddesinin ağaç olması sebebiyle daha da özel bir öneme sahiptir. Kâğıt üretiminde, ağaçların kesiminden liflerin beyazlatılmasına kadar bütün üretim süreci çevre üzerinde geniş bir etkiye sahiptir.

Sürdürülebilirliği grafik tasarım açısından ele alan kapsamlı araştırmalar olmamasına rağmen, önerilen, belki de ilk akla gelen şey, kâğıttan dijitalle doğru bir yönlendirilmedir. Gerçekte kâğıt üzerine baskı ve dijital ortam karşılaştırması, mutlaka ve çok disiplinli olarak ele alınması gereken kapsamlı bir araştırma konusudur. Kâğıt tüketimi kâğıdın hammaddesi ağaç olduğu için çevre açısından en önemli unsurdur. Ayrıca, kâğıt üretiminde ağaçların kesiminden başlayan ve bir dizi kimyasal işleme devam eden süreç sera gazları ve iklim değişimine de etki eder. Kâğıt üzerine baskı söz konusu olduğunda, renk, mürekkep, çeşitli baskı yöntemleri, baskı sonrası işlemler, basılan işlerin ambalajı ve taşınması süreçlerinin ve bu süreçlerde kullanılan malzeme ve tekniklerin de çevreye etkileri vardır. Neticede basılmış olan malzeme, birkaç dakika bakılıp atılacak bir el ilanı, günlük bir gazete ya da yüzyıllarca saklanacak bir kitap olabilir. Bütün bunlara karşılık, baskı yerine dijital ortam tercih edildiğinde, kâğıt tüketilmiyor, insan sağlığına ve çevreye zararlı baskı malzeme ve yöntemleri kullanılmıyor, ambalaj ve nakliye işlemleri büyük ölçüde azaltılmış oluyor. Kabaca bakıldığında kâğıda göre daha çevreci görünen bu alternatifte biraz yakından baktığımızda durumun görünenden çok daha karmaşık olduğunu algılayabiliriz.

Bugün elektronik medya grafik tasarım için yoğun olarak kullanılan bir uygulama alanıdır. Basılı olarak çözülebilecek pek çok grafik tasarım ürününün dijital ortamda üretilip internet üzerinden yayımlanabilecek bir alternatifi bulunabilir ve bu gerçekten de kâğıt, dolayısıyla ağaç tüketimini azaltır. Tanıtım ve reklam için kâğıdın yerini alabilecek araçlar bilgisayar, video gösterici, televizyon, cep telefonu, CD-DVD çalar gibi görüntü oynatıcılar, elektronik billboard vb. gibi elektronik aygıtlardır.

Atıklar ve değerlendirilmeleri konusu yıllardır gündemimizde olsa da “e-atık” terimiyle tanışmamız henüz yeni sayılır. Elektronik atık ya da İngilizce ifadesiyle WEEE (Waste Electrical and Electronic Equipment), kullanım ömrünü tamamlamış olan, içerisinde bir veya daha fazla elektrik iletim elemanı bulunduran ürünlere verilen addır. E- atık için kesin bir kapsam olmamakla beraber bozuk, kırık, tamir edilemez olarak görülen veri işleme, telekomünikasyon, iş, eğlence veya ev için kullanılan araç gereçler genel olarak bu gruba dahil edilmektedir (www.e-atik.com, 2010). Medya Markt’ın “e-atık” kampanyası için 2010 yılı başında bastırıldığı küçük bir broşürde bütün e-atıklar içinde yukarıda sıraladığımız kâğıda alternatif olabilecek mecralar yaklaşık % 50 oranında görünüyor; diğer yarıyı buzdolabı, çamaşır-bulaşık makinesi, süpürge fırın gibi eşyalar oluşturuyor. E-atıklar, tehlikeli ve zehirli maddeler içerebiliyor ve bu ekipmanlar kullanım sürelerini tamamladıklarında, doğru biçimde geri kazanılmaz ya da bertaraf edilmezlerse çevre ve insan sağlığını olumsuz yönde etkileyebiliyorlar (www.e-atik.com, 2010). Elektronik atıklarda var olan cıva beyin hasarına, berilyum akciğer kanserine, krom da DNA’ya zarar verebilmektedir. Ayrıca eğer e-atıklar ayrıştırılarak değerlendirilmeyip organik atıklar gibi atılırsa içlerindeki plastiğin doğaya karışma süresi 1000 yıl, camın ise 4000 yıl kadardır.

Kabaca bakıldığında bile “kâğıt mı yoksa elektronik ortam mı daha sürdürülebilirdir?” sorusunun cevabı bir grafik tasarımcının bilgisini açacak düzeyde görünüyor. Üstelik burada sadece hammadde karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Bu karşılaştırma ekonomik, sosyal, kültürel yönlerden de yapılabilse, enerji kullanımı, üretim süreçleri ve tüketicide yarattığı alışkanlıklar da hesaba katılabilse elektronik ortamın kâğıt baskıya göre daha çevreci olduğu söylenebilir miydi acaba? Ayrıca,

kâğıdın dönüştürülebilir bir malzeme olduğunu, yeniden kullanılmayıp çöp olarak atılsa bile doğaya karışma süresinin elektronik aletleri oluşturan malzemelerden çok daha kısa olduğunu biliyoruz. Üstelik -aşırı ve sorumsuzca tüketimine mazeret olmamakla birlikte- ağaçların yenilenebilir oysa elektronik aletlerde kullanılan bazı madenlerin yenilenemeyen kaynaklardan elde edildiğini unutmamak gerekir.

“Kâğıt mı yoksa dijital mi?” sorusunun herkes tarafından kabul edilebilecek net bir cevabı yok henüz. Pek çok kişi için dijital medya kağıt tüketimini azaltan bir alternatif olarak görülse de, tüm yönleriyle dikkatlice incelenip değerlendirildiğinde dijital medyanın da hiç masum olmadığına inananların sayısı artıyor. Sürdürülebilir İletişim Enstitüsü (Institute for Sustainable Communication) aynı soruyu 20 Ocak 2010 tarihli makalenin başlığı yapmış: Hangisi daha sürdürülebilirdir: Kâğıt mı dijital mi? Ve soru basitçe yanıtlanmış: Hiçbiri (ISC, 2010).

### 5.3. Reklam Aracı Olarak Grafik Tasarım

19. yüzyıldaki endüstriyel gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan reklam; bir ürün ya da hizmetin basın yayın araçlarında para karşılığında tanıtılarak kamuoyuna iletilmesine yönelik faaliyetlerin tümünü tanımlar (Becer, 1999:221). Genel olarak reklamın dikkat çekme, ilgi uyandırma, istek yaratma, güdüleme ve ikna etme, ürün ya da hizmet hakkında bilgi verme gibi amaçları olduğu söylene de, tüm bunlar tek bir hedefe yönelir: Sattırma! Emre Becer, ünlü reklamcı William Bernbach’tan aktarıyor: “Reklamın amacı, insanları ürünü satın almaya ikna etmek olmalıdır” (Becer, 1999: 35).

“Tasarım Etiği” başlıklı bildirisinde Osman Şişman; gündelik yaşam pratikleri içinde biçimlendirilen zevkler, seçimler ve alışkanlıkları kavramak için hiper-tüketim kavramına başvurmamız gerektiğini söylüyor: Bu zevk ve seçimlerin yönlenmesi bağımsız olarak değil biçimlendirilerek gerçekleşmektedir. Tüketimin yönlendirilmesi, tüketim nesnelерinin geniş kitlelerce tanınmasını, arzulanmasını, satın alınmasını sağlayan mekanizmalar olan dağıtım, tanıtım, reklam, tasarım gibi etkinliklerin yardımı ve biçimlendirmesiyle gerçekleşir. Bu müdahaleler nesneyi salt maddi ve işlevsel bir gerçeklik olmaktan çıkarır ve arzu ekonomisine dahil eder (Şişman, 2006: 196-197).

Akın’a göre de, dünyada doğayı tanıma ve bilinçlendirme çabalarının boşa çıkması gerçekte yapılan uyarı ve alınan önlemlerin yetersizliğinden değil, insanların tüketim tiryakiliği ve doğal kaynakları aşırı ve bilinçsiz kullanma çılgınlığından vazgeçememesindedir (Akın, 2009:291).

Günümüz insanı gün boyunca gazete, dergi, televizyon, radyo hatta cep telefonu gibi araçlarla bir reklam bombardımanına tutulur. Zaman içerisinde insan tüm bunlara karşı bir radar ve korunma kalkanı geliştirmiştir. Bu pazarlama radarı, her gün maruz kaldığımız 1500 ticari mesajdan korunmamıza yardım eden bir savunma mekanizması ya da başa çıkma stratejisidir (Bond ve Kirshenbaum, 2003: 11). Önsözünde bu tespiti yer veren “Radar-altı İletişim” adlı kitapta, kendini reklamlardan korumaya çalışan günümüzün kuşku tüketicisine ulaşmanın yolları ve taktikleri verilmiştir. Görüldüğü gibi, tüketicinin satın alma potansiyelini, satın alma eylemine dönüştürmeyi hedefleyen reklam, bu amaçla sürekli yenilenen yaratıcı yöntemlerle bireylerin tüm insani ihtiyaç ve zaafalarını yakalar.

Reklamcılıktan çok daha gerilere giden bir geçmişi olmasına rağmen grafik tasarım, geçtiğimiz yüzyıl içerisinde en yoğun uygulama alanlarından biri olarak reklam sektöründe kullanılmıştır. Grafik tasarım, reklamın bir aracı olarak insanlara ne giymeleri, nerede yemek yemeleri, hangi deterjanı kullanmaları gerektiğini söyler. Reklam aracı olarak grafik tasarım, yönlendirir ve genel olarak tüketime yöneltir. Hatta pek çok çalışma için bunu ne kadar iyi yapabiliyorsa grafik tasarım o kadar başarılıdır denebilir. Oysa sürdürülebilir anlayışta tasarım; geçici, moda ya da pazarın dayattığı ihtiyaçlardan çok gerçek ihtiyaçlar için yapılmalıdır.

Reklamcılıkta önceleri “Müşteri her zaman haklıdır” prensibi benimsense de, şimdilerde müşteriye başka bir ajans arama alternatifi sunulabiliyor. Yine de çok zaman maddi çıkarlar pek çok şeyin önüne geçebiliyor. Bu durumda reklam sektörünün bir taraftan patrona diğer yandan müşteriye bağlı bir çalışanı olarak grafik tasarımcının alabileceği en bağımsız ve radikal sürdürülebilir tavır ancak istifa etmek olabilir. Bugün grafik tasarım reklam sektöründe daha önce hiç olmadığı kadar yoğun bir şekilde bulunsa da, mevcut durumdan rahatsızlık duyanların sesleri de duyulmaya başladı. 1964 yılında Ken Garland tarafından yayınlanan, “İlk Önce Öncelikler” manifestosu, 1999 yılı sonbaharında günümüz koşullarına göre revize edilerek 33 tanınmış grafik tasarımcının imzasıyla yeniden yayınlandı. Daha sonra dünyanın belli başlı tasarım dergilerinde yayınlanan ve yüzlerce tasarımcının imzaladığı manifesto metni şöyledir:

*“Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, sanat yönetmenleri ve görsel iletişimciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili ve arzu edilir alan olarak sunulduğu bir dünyada yetiştirildik.*

*Birçok tasarım eğitmeni ve danışmanı bu görüşü savunuyor, piyasa ödüllendiriyor, yayınlar vurguluyor. Bu yönde teşvik edilen tasarımcılar ve yetenek ve hayal güçlerini köpek bisküvisi, ‘designer’ kahve, pirlanta, deterjan, saç jölesi, sigara, kredi kartı, spor ayakkabı, popo sıkılaştırıcı krem, ‘light’ bira ve ağır araçlar satmak için kullanıyorlar.*

*Reklam sektöründe çalışmak faturaları ödemeyi her zaman kolaylaştırdı, ama birçok grafik tasarımcı yüzünden grafik tasarımcının işinin bu olduğu sanılıyor. Dünya tasarımı böyle tanıyor. Bu mesleğin zaman ve enerjisi çok da gerekli olmayan bir sürü şeye talep üretmekte kullanılıyor.*

*Birçoğumuz tasarımın bu şekilde algılanmasından rahatsızlık duyuyoruz.*

*Çabalarını reklam, pazarlama ve marka yaratmaya adanmış tasarımcılar, birey-tüketicilerin nasıl konuştuğunu, düşündüğünü, hissettiğini, tepki gösterdiğini ve kaynaştığını değiştiren bu mesajlara bulanmış zihinsel ortamı destekliyor ve açık açık doğruluyor.*

*Bir yerde hepimiz indirgeyici ve zararlı bir kamusal söylemin kodlarını oluşturuyoruz. Uğruna problem çözme yeteneğimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar var.*

*Eşi görülmemiş çevresel sosyal ve kültürel sorunlar ilgimizi bekliyor.*

*Sayılsız kültürel oluşum, sosyal kampanya, kitap, dergi, sergi, eğitim aracı, televizyon programı, film, hayır işi ve iletişim projesininin, uzmanlığımıza ve yardımımıza acil ihtiyacı var.*

*Önerimiz, iletişimin, daha yararlı, kalıcı ve demokratik biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak; ürün pazarlamanın ötesinde bir zihniyet geliştirmek, yeni bir anlam keşfetmek ve üretmek. Tartışma alanı giderek daralıyor; genişletilmeli.*

*Tüketim aldı başını gidiyor; görsel dillerin ve tasarımın kendi kaynakları aracılığıyla bu eğilime karşı durmaları gerekiyor.*

*1964'te yeteneklerimizin daha iyi kullanılması çağrısının orijinal metnini 22 görsel iletişimci imzalamıştı. Günümüzde küresel tüketim kültüründe yaşanan patlamayla, bu çağrı daha da önem kazanmış durumda. Bugün, onların manifestosunu yenilerken, beklentimiz özümsemesi için onlarca yılın geçmemesi”(GMK, 2002: DEDİ Kİ 2).*

Gerçekte tüketim çılgınlığının bu noktaya ulaşmasında azımsanmayacak katkıları olan reklam sektörü, yaratım potansiyelini bir şeyleri iyileştirmek adına da kullanabilir. Reklam, kendisiyle bağlantılı pek çok sektöre daha çevreci olma yönünde baskı uygulayabilir. Bugün, kulağa tuhaf gelse de çevreci reklamcı ya da reklam ajanları bile var. Donanımlı grafik tasarımcı, şirket olarak sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı bir müşteriye nasıl hizmet sunabileceğini bilmenin yanında konuya tamamen uzak bir müşterinin aklını çekebilir. Burada grafik tasarımcının hassas olunması gereken nokta “yeşil” imajıdır.

### 5.3.1. “Yeşil” İmajı

Seksenli yıllarda tüm dünyada yoğunlaşan çevreci tartışmalar, sonraki yıllarda gözle görülebilir sonuçlar ortaya koydu. Sürdürülebilirlik ve çevreci yaklaşımlar her düzeyde ve her ölçekte kıpırdanmalara neden oldu. Tüm bu olumlu gelişmelerin belki de bir “yan etkisi” olarak doksanlı yıllarla birlikte her şey yeşile boyanır oldu. “Yeşil” sözcüğünün her geçen gün giderek daha geniş kesimlerce benimsenen bir moda, entelektüel bir parola haline geldiği bir gerçektir (Milsted, 1998: 9).

Organik besinler, kozmetikte doğal yaklaşımlar, enerji tasarruflu ampuller, beyaz eşyalar ve diğer elektrikli ürünler, az yakan otomobiller vb. tüketicinin beğenisine sunuldu. Konuya duyarlı bazı iş çevreleri, özellikle büyük markalar bünyelerinde bir sürdürülebilirlik birimi ya da konuyla ilgili bir uzman bulundururken, bazı firma ve üreticiler gerçek anlamda bir şeyler yapmak yerine, moda ve prestij yüklü bir terim olduğundan, “yeşil”in sadece imajına sarıldılar.

Ürün göstergebilimi aracılığıyla sürdürülebilir tasarım uygulamalarının eleştirisini konu alan makalede Erkarlan; sürdürülebilir tasarımın, yeniden üretim, yeniden kullanım, ısı, enerji, katı atık, maliyet azaltılması, kolay montaj, geri dönüşüm gibi ortak özelliklerin yanında ürün/hizmet ilişkisini göz önünde tutup, bireyin fiziksel ürün ihtiyacını en aza indirmeyi hedeflediğini ve tüm bunların ölçülebilir olduğunu söylüyor (Erkarlan, 2009). Ancak tasarımcılar, potansiyel kullanıcılarına bu teknik özelliklerle değil; renk, biçim ve malzeme seçimi gibi biçimsel kodlarla seslenerek, tasarımlarının sürdürülebilir tasarım kategorisinde olduğunu kanıtlamaya çalışmaktadır. Sürdürülebilir algısı yaratan bu sözleşmesel simgeler, uluslar arası pazarda ürünlerin alıcı bulmalarını sağlamaktadır (Erkarlan, 2009)

Endüstriyel tasarımda bile bu yaklaşım göze çarparken, tüketimi körüklemek adına her geçen gün birbirinden yaratıcı yöntemler geliştiren reklam sektörünün, prestij açısından son derece güçlü bu imajı gözden kaçırmaması söz konusu olamazdı elbet. 1980’lerden itibaren dikkat çeken ve iyi satan bu imaj, reklamcılık ve grafik tasarımda da fazlaca kullanılır. Gerçekte çevreci olmayan bir ürün ya da firma yeşile boyanarak alıcıya daha hoş gösterilebilir. Diğer yandan pek çok büyük şirket yeşilin güçlü imajı

yüzünden kurum kimliğinde çevreci bir yaklaşımı benimser. Bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü, o kurumun kimliğini oluşturur. Kurumun, kendisini temsil ederken nasıl algılanacağına yön veren aktivitelerin bütünü ise kurumsal kimlik süreci olarak adlandırılır. Başlangıçta sadece imaj açısından “yeşil” tercih edilse bile devamında, üretim süreçleri, tüketiciye sunulan ürün/hizmet ve bunların tanıtım süreçleri bu çerçevede üzerinden yürütülür. Neticede her eylem sürdürülebilirliğe hizmet eder. Kurumun amaç ve vizyonunda zaten sürdürülebilir bir yaklaşım benimsenmişse, grafik tasarımcı bu yaklaşıma uygun çözümler üretmeye hazır olmalıdır. Kurum kimliğinde sürdürülebilir yaklaşımları ön plana çıkarmış bir firma için yapılan çevre mesajlı bir tasarımın yöntem ve malzeme olarak çevreye zararlı seçeneklerle üretilmesi tüm emek ve harcamaları boşa çıkarabilir.

Tasarımcının hassasiyetle üzerinde durması gereken konu, yeşilin sahip olduğu bu imajı muhafaza etmektir. Gerekliğinde, dikkat çekmek, farkındalık yaratmak, bilinç oluşturmak için yeşil imajı işveren ve müşteriye karşı iyi niyetlerle kullanılabilir de, kavramı bayağılaştırıp ayağa düşürmemek gerekir. Bugün artık sadece yeşil rengi kullanmak ya da işi kraft kâğıda basmakla çevreci olunmadığı gibi, “çevreci gibi görünmek” de mümkün değildir.

#### 5.4. Görüntü Kirliliği

Çevresel kirlenme; hava, su, toprak, gürültü ve görüntü kirliliği olarak ele alınır. Grafik tasarım açısından kullanılan malzemeler ve bunların atık halleri, üretim süreçleri, hava, su ve toprak kirliliğine etki etse de görüntü kirliliği grafik tasarım açısından daha doğrudan bir ilgiye sahiptir.

Şehirdeki düzensiz asılmış tabelalar, çeşitli kablolar, çöpler, kirli, bakımsız cadde ve sokaklar, harabe yapılar görüntü kirliliği yaratır. Bu tür kirlilik de ruhsal yapı ve motivasyon üzerine negatif etki yapar (Akın, 2009:199). Çöplerin etrafa saçıldığı, düzensiz yapılaşmanın şehir hâkim olduğu bir mekânda, tabela ve reklam panolarında kullanılan kötü tipografi kimseyi rahatsız etmeyecektir belki. Fakat grafik tasarım her yerdedir; bir iş görüşmesinde elimize tutuşturulan kartvizit, göz attığımız günlük gazete, market raflarından ilginizi çekmeye çalışan ambalajlar, çocuğumuz için aldığımız kitabın sayfaları bizleri gülümsetebilir ya da kaşlarımızı çatmamıza neden olabilir. Sokaklardaki tabela, billboard, afiş, bez afiş, vb. görüntü kirliliği oluşturabileceği gibi, her biri ayrı ayrı mesajlarını iletirken kullandıkları yaratıcı ve estetik çözümlerle izleyende olumlu ruh halleri yaratabilirler.

İyi grafik tasarım görüntü kirliliği oluşturmaz. Yine de tasarımcı, çalışmasını oluştururken mesajını iletmenin yanında bireylerin ve toplumun psikoloji ve motivasyonunu ne şekilde etkileyebileceğini de göz önünde bulundurmalıdır.

#### 5.5. Kültürel Çeşitlilik

Son yıllarda küreselleşmenin etkisiyle grafik tasarımın yerel ve kültürel özelliklerini yitirmeye başladığı ve tasarımda bir “kimlik” sorununun ön plana çıktığı görülür. Bu yüzden, dünyanın pek çok ülkesinde, tasarımı farklı ve ayırt edilir kılma adına ulusal kültürel birikimler yeniden gözden geçirilmeye başlanmıştır.

Grafik tasarım ve üretim yöntemlerindeki gelişme ve değişimle birlikte, grafik tasarımın küreselleşmeden en yoğun etkilenen tasarım alanı haline geldiği söylenebilir.

Bu etkilenme başlangıçta hem sektör hem tasarımcılar açısından olumlu olarak kabul edilse de, şimdilerde olumsuz sonuçlarına da dikkat çekilmekte ve “kimlik sorunu” tasarım dünyasında önemli bir gündem oluşturmaktadır (Selamet, 2010). Yüz yüze olduğumuz tehdidi Alice Twemlow, “Grafik Tasarım Ne İçindir?” kitabında şu şekilde dile getiriyor: Tehlike, tasarımın çok fazla uluslararası, ulaşılabilir ve uyum sağlayabilir olduğunda, uysallaşmasında ve bir yere ait olduğunu anlamamızı sağlayan özellikleri ve yerel göndermeleri kaybetmesindedir. (...) Emigre dergisinin kurucularından, yayımcısı ve editörü olan Rudy Vanderlans, bu kadar çok grafik tasarımın çevresinden bağımsız yaratılmasını “kültürün fakirleşmesi” olarak görüyor ve diyor ki: Günümüzde her şeyi birbirinin aynı kılmak için çalışan küreselleşme güçleri o kadar çok ki, bence kültürel özelliklerimizi göstermek ve korumak tasarımcılar dâhil herkesin sorumluluğu haline geldi, (...) tasarımcılar bunu eserleri aracılığıyla, kendilerine yakın olan kaynaklardan esinlenerek yapabilirler (Twemlow, 2006: 14-15).

### 5.6. Grafik Tasarımcının Sorumluluğu

Önceki konulardan da anlaşılmaktadır ki, grafik tasarımcı –her birey gibi- bazen olumlu bazen olumsuz yönde konunun bir parçası durumundadır. Her ne kadar kimileri tarafından tasarımcılar, özellikle endüstriyel tasarımcılar dünyayı kurtaracak kişiler olarak gösterilse de, sorunlar tasarımcının tek başına üstesinden gelebileceğinden çok daha büyüktür. Diğer yandan, çevreyi dikkate almayan tasarımcıyla karşılaştırıldığında, bilinçli tasarımcının yaratabileceği fark inkâr edilemez. Sadece bu cümle bile tasarımcıya ciddi sorumluluklar yükler.

Yapılabilecekler ülke, ülke vatandaşının bilinci, devletin tutumu, müşteri, patron, alınan tasarım eğitimi gibi değişkinlere göre farklılıklar gösterebilir. Sürdürülebilirlik, sadece tasarımı kapsayan bir alan olmadığından mühendislik, tıp, çevre, hukuk vb. gibi her alanın, o konudaki uzmanlarınca değerlendirilip çözümler geliştirmesi daha doğru bir yaklaşımdır. Grafik tasarım konusunda da, yapılan değerlendirmeler ve tasarımcının yapabileceklerine dair öneriler bulmak mümkündür. Fakat bunların çoğu, genel olarak sürdürülebilirlik ya da tasarımda sürdürülebilirlik konusunda bilgi sahibi kişilerin grafik tasarımı tanımadan yaptığı çözümler ve öneriler gibi görünmektedir. Başlangıç olarak iyidir fakat bazı durumlarda sürdürülebilirlik o derece desteklenip ön planda tutulmuştur ki, o şartlarda grafik tasarımın iletişim işlevini yerine getirmesi mümkün görünmemektedir. Bu yüzden aşağıdaki alt başlıklarda, grafik tasarımcının yapabilecekleri, mevcut öneriler tartışılarak, geliştirilerek zaman zaman da eleştirilerek verilmiştir.

Doğru olan tasarımcıya eğitim sürecinde sürdürülebilirlikle ilgili bilgi ve donanımı kazandırmak, çeşitli uygulamalarla bilgiyi pekiştirmek fakat profesyonel yaşamda her iş için geliştireceği ya da önereceği çözümü kendisine bırakmaktır.

#### 5.6.1. Brief

Tasarımcılar siparişle değil briefle çalışır. Basitçe tanımlamak gerekirse brief, bir problemin net bir şekilde tanımlanarak iletişim stratejisinin oluşturulmasıdır. İletişim süreçlerini verimli ve etkili kılmak gibi temel bir rolü olan planlamanın, sorunu doğru bir şekilde ortaya koyarak başlaması gerekir.

Konumuz açısından değerlendirdiğimizde, tasarımcılar için brief müşterinin arzuları olarak görülür ve tasarım buna göre şekillendirilir. Başlangıçtaki tespit ve kararlar, tüm tasarım sürecini dolayısıyla bitmiş ürünün çevresel etkilerini de yönlendirir. Brief içerisinde çevre sorumluluğuna yer verilmişse, sonraki her süreç ve çalışanın işi kolaylaşacaktır; kâğıt seçimi, ölçü belirlenmesi, alternatiflerin düşünülmesi, ürünün hizmet süresi, çok işlevsellik gibi konular da tasarımcı açısından değerlendirilebilecektir. Eğer tasarımcıya ulaşan brief çevresel sorumluluk taşımıyorsa, tasarımcı yeniden gözden geçirme isteyebilir. Aksi halde, sonradan akla gelen çevreci bir fikrin bütüne adapte edilmeye çalışılması göstermelik olmaktan öteye gidemeyecektir.

Doğru hazırlanmış brief, –içinde çevresel sorumluluğa yer verilmemiş olsa bile– sürdürülebilir bir yaklaşımdır. Çünkü doğru brief doğru planlamayı getirir; bu, iletişim sorunları ve yanlış anlamaları önler; işin en başından sonraki adımlar görülebileceğinden emek, maliyet, zaman ve enerji tasarrufu sağlar. Bu yüzden briefin olması gerektiği gibi düzenlenmesi başlı başına sürdürülebilirliğe hizmet eden bir yaklaşım olacaktır.

### 5.6.2. Ölçü ve Formatlar

Tasarım aşamasında belirlenen biçimlendirme ve ölçü, binlerce adet basılacak olan son ürün için kullanılacak toplam kâğıt ve mürekkebi de tanımlar. Ölçü ve format konusunda; kâğıdın iki yüzünü de kullanma, oluşturulacak dokümanın ölçüsünü küçültme, okunurluk ve estetiği koruyarak kelime ve satır espaslarını daraltma, kenar boşluklarını azaltma, yazı ölçüsünü küçültmek gibi kâğıt miktarını azaltacak öneriler geliştirilebilir ve mümkünse uygulanabilir. Fakat bazı kaynaklarda rastlayabileceğimiz “serifli fontlar kullanın, dokümanınızda çok fazla beyaz boşluk ve aşırı tasarımdan kaçının” gibi tasarım ve tasarımcıyı yok sayan, tasarımcı gözüyle bakıldığında kabul edilebilmesi zor önerilerin de – haklı olarak- haddini aştığı düşünülebilir.

Grafik tasarımcı bir iletişim mesajını biçimlendirirken bunu aynı anda yaratıcı ve estetik biçimde yapar. Yaptığı işteki işlevsellik ve estetik dengesini optimum düzeyde sağlamaya çalışır. Görsel açıdan sanatsal bir estetiğe sahip grafik tasarım ürünü, iletişim işlevini yerine getirmiyorsa başarısızdır. İşlevsellik ve estetiğe sürdürülebilirliği eklediğimizde de aynı dengeyi aramak kaçınılmazdır. Her açıdan sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı bir grafik tasarım ürünü amacına hizmet etmiyorsa hiç üretilmemelidir.

İhtiyaç duyulan kâğıt miktarını azaltan alternatiflerin düşünülmesi iyi bir yaklaşımdır. Fakat tasarımı hiç kâğıt kullanmadan çözebilecek bir web sitesi önermek ve bunu tüm grafik çalışmalarına genellemek hiç de gerçekçi değildir. Ambalaj tasarımı yerine web sitesi yapılmaz mesela ya da e-kitap, kitapla aynı şey değildir pek çok kişiye göre.

Her tasarımcı, özellikle kitap gibi çok sayfalı ve çok adet basılacak ürünlerde kâğıttan fire vermemek için kâğıt ve forma ölçülerini göz önünde bulundurur. Fakat, her spesifik grafik tasarım ürünü spesifik bir değerlendirme gerektirir. Grafik tasarımcı yaratıcı bir elemandır, eğer gerekli bilinç ve donanıma sahipse üzerinde çalıştığı her tasarım ve onun sürdürülebilirliği yönünde yenilikçi ve yaratıcı çözümler geliştirecektir.



### 5.6.3. Renk ve Mürekkep

Grafik tasarımcının tasarımında kullandığı renkler baskı aşamasında kullanılan tekniğe göre çeşitli boya ya da mürekkeplerle elde edilir. Baskıda kullanılan bu boya ve mürekkepler bazı durumlarda petrol kökenli olabilir, zehirli ağır metaller, çevreye ve insan sağlığına zararlı maddeler içerebilirler. Ayrıca bu mürekkepler, üretim ve kullanımları süresince atmosfere zehirli elementler yayarlar. Kısaca VOC (Volatile Organic Components) olarak adlandırılan uçucu organik bileşikler, genellikle endüstriyel süreçler sonucunda atmosfere bırakılırlar. Düşük sıcaklıklarda da oldukça kolay buharlaşabilen bu uçucu organik bileşiklerin emisyonları hava ve suda istenmeyen etkiler oluştururlar.

Ayrıca bu mürekkeplerin bazılarını üretmek için doğal kaynakların çıkarılması gereklidir. Bu sebeplerden dolayı tasarımcının kullandığı renk, dolayısıyla boya ve mürekkeplerin hem üretim hem kullanımlarının çevre üzerinde etkileri vardır. Kullanılan daha fazla renk, daha fazla sera gazı emisyonu ve daha fazla solvent ve hammadde kullanımını demektir.

Grafik tasarımcı, tasarımında kullandığı renklerin baskı sonrası sonuçlarından haberdarsa eğer yapabileceği olumlu katkılar olabilir. Renk sayısını azaltmak ya da tek renk kullanmak hem baskıda kullanılacak boya miktarını azaltıp hem de baskı uygulanan kâğıdın geri dönüşümünü kolaylaştırır. Siyah, diğer renklerin karışımıyla elde edilmeyip doğrudan siyah olarak kullanılabilir. Renk yerine renkli kâğıt kullanmak ya da aynı rengin tonlarını kullanmak gibi alternatifler düşünülebilir. Son üründe, sayfa yüzeyinin tamamının baskılı olması geri dönüşümü engeller, bu yüzden kenarlarda beyaz boşluklar bırakılması önerilir. Yine de burada yapılan öneriler genellenmemelidir. Örneğin, okunduktan sonra da kütüphanede bulunması istenecek değerli bir kitabın tasarımında, dönüştürülmüş kâğıt kullanmak ya da atık haline geldiğinde kolaylık sağlayabilecek önlemleri düşünmek pek mantıklı değildir. Bu yüzden grafik tasarımcı görev ve sorumluluğunun farkında olursa üzerinde çalıştığı işe uygun çözümleri kendisi geliştirebilecektir. Özellikle amblem ve logotype tasarımında grafik tasarımcı kullandığı renk ya da renkleri konumuz açısından göz önünde bulunduracaktır. Amblem ve logotype tasarımıyla başlayan kurum kimliğinde çok renkli bir yaklaşım sergilenmişse, bu çalışmanın çevresel etkileri kurumun her işinde sonraki yıllarda da sürekli devam edecektir. Nasıl ki bir endüstriyel ürün pazara çıktıktan sonra onun çevresel etkisi denetlenemez ve geri döndürülemez ise, kurum kimliğinden sonra tasarım aşamasında verilmiş olan doğru ya da yanlış kararlar kurumun her işinde tekrarlanır.

Grafik tasarımcının, elle yaptığı işlerde kendisinin kullandığı boya ve mürekkepler için olduğu gibi, çalıştığı dijital baskı ofisi ya da matbaanın kullandığı mürekkeplerin içeriklerine de dikkat etmesi, farkındalık yaratmak ve ilgili sektörler üzerinde baskı oluşturmak açısından önemlidir. Bu yüzden, düşük ya da hiç VOC salınımı olmayan, su bazlı, sebze ve soya bazlı ve mümkün olabiliyorsa geri kazanılmış mürekkepler tercih edilmeli, zehirli maddeler içeren metalik ve fosforlu mürekkeplerden kaçınılmalıdır.

#### 5.6.4 Kâğıt Kullanımı

Daha önce de belirtildiği gibi, basılı malzemede kâğıt, özellikle de ilk defa kullanılan liftense en önemli çevresel etkiyi teşkil eder. Kâğıt üretiminde ağaçların kesiminden liflerin beyazlatılmasına kadar bütün üretim süreci özellikle sera gazları ve iklim değişikliğine katkısı açısından çevre üzerinde geniş bir etkiye sahiptir.

Önceki konularda örneklerini verdiğimiz çevre bilincini arttırmaya hizmet eden kampanyalar içerisinde, kâğıt tüketimini azaltmaya yönelik olanların sayısı oldukça fazladır. Şekilde (Şekil-4) yine WWF tarafından yaptırılan çalışmada bir kâğıt havlu kutusunun ön yüzünün Güney Amerika haritası şeklinde oyulduğu görülmektedir. Kutudaki kâğıt havlular yavaş yavaş kullanılıp azaldıkça haritadaki yeşil alan da azalıp yerini siyah boşluğa bırakmaktadır. Böylece tam yerinde ve doğrudan bir mesajla insanlar sorumlu bir şekilde kâğıt kullanımına teşvik edilmektedir. Çalışma Saatchi&Saatchi'den Cliff Kagawa ve Silas Jansson tarafından gerçekleştirilmiş oldukça başarılı bir görsel iletişim uygulamasıdır (Barbero ve Cozzo, 2009: 326-327).

**Şekil 3: WWF tarafından yaptırılan kâğıt havlu kutusu**



**Kaynak:** WWF kâğıt havlu kutusu (Tasarım: Cliff Kagawa ve Silas Jansson - Saatchi&Saatchi), (Erişim tarihi: 22.11.2010).

Böyle bir kampanyada çalışan grafik tasarımcı ne hisseder acaba? Kâğıt, grafik tasarımcının kullandığı temel malzemedir. Üstelik tasarımcının yaratım sürecinde tükettiği kâğıt, tasarımının binlerce, on binlerce adet üretiminde kullanılan kâğıdın yanında önemsiz bir miktardır. Grafik tasarımcı gerçekte ağaçların dikilmesinde, sonra kesilip tonlarca kâğıda dönüştürülmesinde ve basılıp son ürün olarak dağıtılmasında doğrudan bir kontrole sahip değildir. Yine de Phil Hamlett, kâğıt ürünlerin bir son kullanıcı olarak grafik tasarımcıların tüm bu iş kollarının yönetimleri üzerinde etkin bir rol oynayabileceklerini savunuyor. Grafik tasarımcıların tasarım ve baskı piyasasında önemli bir güce sahip olduğunu belirten Hamlett, akım belirleyici ve iletişimciler olarak tasarımcıların kendileri dışındaki endüstri alışkanlıklarına etki kabiliyetleri olduğuna inanıyor (Hamlett, 2005: 186).

Tasarımcının kâğıdın son kullanıcıya sunulmasına kadar olan evresindeki sektörlere etki gücü değerlendirilebilir. Bunun için önce tasarımcının o bilinçte ve duyarlılıkta olması gerekir. Tasarım eğitiminden geçmiş her tasarımcı, özellikle de

yüksek adetli baskılarda kâğıttan fire vermeyecek tasarımlar üretmesini bilir. Bu gerçekte ekolojiye değil, ekonomiye yönelik bir bilgidir. Grafik tasarım eğitiminde, kâğıt, kâğıt çeşitleri, standart kâğıt ölçüleri konusunda bilgilendirilen öğrenci; genellikle kâğıt üretimi, bilinçsizce ve aşırı miktarlarda tüketiminin sonuçları, kullanımdan sonra yeniden değerlendirilmesi ya da değerlendirilmemesinin çevresel etkilerinden habersiz olarak mezun olur. Tasarımcının profesyonel yaşamında sık sık eline aldığı rengârenk kâğıt katalogları ona birkaç dönüştürülmüş kâğıt alternatifi sunsa da, diğerleri için kaç ağaç kesildiği ya da hangi zararlı malzeme ve yöntemler kullanılarak üretildikleri hakkında bilgi vermez.

Grafik tasarımcı iyi tasarım yoluyla gereken kâğıt miktarını azaltabilir. İletişim amacından ödün vermeden, kâğıt gramajı azaltılabilir, doğru sayfa ölçüsüyle baskı sonrası kayıplar önenebilir, kâğıt çift yüzlü olarak kullanılabilir, tasarım elveriyorsa beyaz boşluklar azaltılabilir ve ölçü küçültülebilir. Tüm bunlar kâğıt tüketimini azaltacak tedbirlerdir. Yine de hangi iş için ne yolla kâğıt tasarruf edilebileceği kararı tasarımcı belirlemelidir.

Sürdürülebilirlik açısından verilecek kararlar ya da yapılacak tercihlerde kâğıdın üretim sürecini ve kâğıt üreticilerinin yaklaşımını bilmek de faydalı olabilir. Dünyada ürün ya da üretim süreçlerini akredite eden FSC, SFI, Grean Seal, Green-E, PEFC gibi kuruluşlar ve bu akreditasyon kuruluşlarının biri ya da birkaçından onaylı kâğıt üreticileri de vardır. Fakat ülkemizdeki kâğıt üreticileri henüz konunun uzağında görünüyor. Yine de eğer tasarım elveriyorsa mevcut dönüştürülebilir ya da dönüştürülmüş kâğıt seçeneklerini değerlendirmek gerekir. Ayrıca kâğıt seçiminden önce üretici firmayı arayıp ürünleriyle ilgili bilgi istemek ve önerilebilecek çevreci kâğıt seçeneklerini sormak onların da konuya bakış açılarını değiştirmeye yardımcı olabilir.

#### **5.6.5. Bilgisayar Provası**

Basılı provalarda pek çok gereksiz baskı yapılarak kâğıt israf edildiği düşünüldüğünden konunun uzmanları taslak baskı miktarını azaltacak hatta ortadan kaldıracak önerilerde bulunurlar. Gerçekte bu başlık altındaki öneriler grafik tasarımcılar dışında herkes tarafından uygulanabilir. “Kâğıt yerine dijital ortam kullanılsın” önerisinde olduğu gibi bu da yeterince düşünülmeden yapılmış bir teklif gibi görünmektedir. Grafik tasarımcı açısından prova baskı defalarca tekrarlanması gerekse bile neticede tonlarca kâğıdın üzerine binlerce adet yapılacak baskıda oluşabilecek hatanın önlenmesi açısından büyük öneme sahiptir. Üstelik tasarımcının çalıştığı bilgisayar ekranının görüntüsü, yazıcı çıktısı ve matbaa baskısı birbirinden farklıdır. Bu yüzden, -ihtimal iyi niyetli fakat tasarımcı olmayan bir çevreci tarafından ortaya atılmış olabilecek- “düzeltmelerinizi çıktı almadan ekran üzerinden yapın” ya da “işinizi müşterinize pdf dosyası olarak gönderip onaylatın” gibi öneriler grafik tasarımcı tarafından göz ardı edilecektir. Fakat en azından tasarımcının kendi ofisi için yazıcı seçerken, çevreye duyarlı bir markayı tercih etmesi, enerji ve mürekkep kullanımını açısından olumlu sonuçlar verirken çevreyi göz ardı eden yazıcı ve mürekkep üreticileri için de bir mesaj olacaktır.

### 5.6.6. Baskı ve Sonrası

Baskı adedi, basım tekniği, baskıda oluşacak fire gibi baskı süreciyle ilgili işlemler pek çok çevresel meseleyi ortaya çıkarır. Baskı sırasında VOC ve diğer emisyonlar ortaya çıktığı gibi, süreç enerji ve su da gerektirir.

Neticede basılacak olan iş grafik tasarımcının elinden çıkacağından tasarım aşamasında baskı süreci de göz önünde bulundurulur. Örneğin kâğıttan fire vermek kaçınılmazsa, alınacak tedbirle fire olacak kısım genişletilip oraya başka bir iş eklenir. Genel olarak ekonomik açıdan yapılan bu düzenleme, kâğıt, kalıp, enerji, işgücü ve maliyetleri azaltarak aynı zamanda sürdürülebilirliğe de katkı sağlar. Baskı süreci kaynak israfını önlemek için büyük bir fırsat olduğundan, sadece ihtiyaç duyulanı basmak, mümkünse çift yüzlü baskı uygulamak ve mümkün olan her konuda (kâğıt, boya, enerji) israftan kaçınmak önemlidir.

Baskı aşaması, bir noktadan sonra grafik tasarımcının kontrolünden çıkmış gibi görüne de, tasarımcı ya da bağlı bulunduğu tasarım ofisi, baskıda kullanılan yöntem ve malzemeler konusunda çalıştıkları matbaaya baskı uygulayabilirler. Basım aşaması için, çevre bilinç ve sorumluluğuna sahip ya da bu konuda kendini geliştirmeye istekli bir matbaa seçilebilir. Bazı grafik tasarım ürünleri, baskı sonrasında ilave malzeme kullanma ya da ciltleme gibi işlemler gerektirebilir. Örneğin bazı cilt malzemeleri ya da laminasyon, basılı ürünün geri dönüşümünü engelleyebilir. Bu yüzden baskı sonrasında uygulanacak işlemler için en doğru seçenekler tercih edilmelidir. Ciltleme için kullanılabilecek farklı yöntemler vardır. Geri dönüşüm sırasında çıkarılabilecek tel zımba ya da dikiş kullanmak daha çevreci bir yaklaşımdır. Tutkallı cilt yapılacaksa VOC salınımını önlemek için su bazlı tutkallar kullanılması önerilir.

Nakliye, sürdürülebilir tasarımın üzerinde durduğu konulardan biridir. Taşıma sırasında açığa çıkan karbondioksit emisyonu ve kullanılan yakıt endüstriyel tasarımcılar tarafından yeni bir ürün fikri geliştirme noktasında göz önünde bulundurulmuş bir konudur. Grafik tasarım, reklamcılık ve yayıncılık sektörü de nakliye sırasında oluşabilecek çevresel etkileri göz önünde bulundurmak durumundadır. Basım işlerinin lokal olarak yapılması daha ekonomik olmanın yanı sıra nakliye işlemini ortadan kaldıracığından çevresel açıdan da yararlı olacaktır. Kuryelerin büyük ölçülerde çevre kirliliğine neden olduğu tespit edilmiştir, bu yüzden kurye yerine mevcut posta servisinin kullanılması yollardaki karbondioksit yayılımını azaltacaktır. Posta yoluyla gönderilecek işler tasarlanırken, posta servisinin en-boy ya da ağırlık ölçülerini hesaba katmak, posta ücretlerini azaltacaktır. Gerek tedarikçiler gerekse son ürünün taşınması için nakliye şirketlerinden daha uygun araçlar kullanmaları istenebilir.

Baskı ve baskı sonrası işlemler grafik tasarımcının kontrolünde olmasa da onun tarafından yönlendirilebilir. Tasarımcıya düşen, grafik tasarım aşamasında olduğu gibi, baskı ya da sonrasında seçilen yöntem yüzünden dokümanın geri dönüşümünü engelleyen kişi olmadığından emin olmalıdır.

### 5.6.7. Ambalaj

Ambalajlar, kapladıkları ürünü dış etkilerden koruyan, onların taşıma, depolama, dağıtım, tanıtım ve pazarlanma süreçlerini kolaylaştıran, farklı malzemelerden yapılmış

koruyuculardır. Ambalajlar, üzerlerinde yer alan bilgilerle tüketiciye seçim ve kullanım kolaylığı sağlar.

Sürdürülebilirlik açısından ambalaj özel bir öneme sahiptir. Çünkü pazara sunulan tüm ürünler ambalaj içerisindedir ve ürün tüketiciyle buluştuğunda ambalajlar doğrudan atığa dönüşürler. Bu yüzden özellikle sürdürülebilirlik açısından ambalajlar tüm tasarım alanlarında ve üretimde üzerinde durulan bir konudur. Ambalaj, özellikle de geri kazanılmış değilse ilave yük ve ek olarak düşünülür. Kötü ambalaj geri dönüştürülüp yeniden kullanılamaz. Ayrıca, gerçekte gerekli olmayan aşırı malzeme kullanımı da daha fazla çevresel etkiyle sonuçlanır.

Bunlar tüm tasarım ve üretim alanları için geçerlidir. Grafik tasarım ve tasarımcı açısından ambalaj ayrı bir öneme sahiptir çünkü ambalaj bir grafik tasarım konusudur. Grafik tasarımcı, ürünü koruma, taşıma ve depolama kolaylığı yanında ambalajı bir meca gibi de kullanır. Tasarımcı ambalajla ürünün diğerleri arasından fark edilmesini sağlar. Ambalaj tasarımı grafik tasarıma çevreci yaklaşımların uygulanması gereken ilk yerdır. Ambalajın işlevselliği sürdürülebilirliği de kapsamak durumundadır. Bu yüzden grafik tasarımcı geri dönüşümlü hatta yeniden kullanımlı ambalaj seçeneklerini düşünmelidir. Tasarımında ambalajın geri dönüşümünü önleyecek malzeme ve tekniklerden kaçınmalıdır. İşlevini yerine getiren ambalajlar, en az malzeme kullanılacak şekilde tasarlanmalıdır. Ürünlerin birer birer değil, topluca paketlenme olanakları düşünülmeli, kendiliğinden yapışan etiketlerden kaçınılmalıdır. Posta ile gönderilecek paket ya da broşürler için adreslerin doğrudan paket ya da broşür üzerine basılması ilave iş ve malzemeyi önleyecektir. Ambalajlar için öncelikle geri kazanılmış malzemeler kullanılmalıdır.

## 6. SONUÇ

Şu bir gerçek ki henüz başlarında olduğumuz bu yüzyılda tasarımın anlamı, geçtiğimiz yüzyıldan farklı olacak. Konuyla ilgili olan herkes tasarımın yeni tanımı içinde sürdürülebilirliğin de olması gerektiğini ya da başka bir deyişle, işlevselliğin sürdürülebilirliği de kapsamaması gerektiğini düşünüyor. Buna rağmen sürdürülebilir dünya için tasarım sadece ülkemizde değil dünyada da henüz tüm yönleriyle tanımlanamamış bir süreçtir. Sürdürülebilir dünya modeli ile endüstriyel tasarımın ilişkisi çok net olduğu halde, tasarımın bu alanında bile karmaşa had safhadadır.

Günümüzde üzerine ekstra sorumluluklar yüklenen tasarımcının konuya duyarlı olabilmesi, aldığı tasarım eğitimiyle ilgilidir. Her alandaki tasarım öğrencisi mezun olduğunda, dünyanın geleceği üzerinde nasıl bir fark yaratabileceğini fark etmeli ve bu konuda ihtiyaç duyabileceği donanımı kazanmış, sorumluluğu yüklenmiş olarak mezun olmalıdır. Tasarım eğitiminde sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlı tasarım, işlevsellik ve estetik kadar sağlam bir yerde durmalıdır. Bazı tasarım okullarında ekolojik tasarım konusu yavaş yavaş fark edilmeye başlanmış olsa da ne ülkemiz ne de dünyadaki tasarım eğitiminde durum çok parlak değildir. İyi tarafından bakılırsa bu, "yapılacak çok şey var" anlamındadır. İdeal olan, sadece tasarım eğitiminde değil her anlamda her alanda ve her düzeydeki eğitimde sürdürülebilirliğe yer verilmemesidir. Her yaştan ve her meslekten insan konu üzerinde aynı hassasiyeti göstermediği sürece, tasarımcının kazandığı donanım, onun işverenle, müşteriyle, toplumla zaten var olan iletişim sorununu biraz daha büyütmeğe öteye gitmez.

Konuya grafik tasarım açısından baktığımızda; sosyal sorumluluk, ekolojik malzeme seçimi, doğal kaynaklar ve enerjinin doğru kullanımı, dönüştürülmüş ürünler kullanma ve oluşturulan son ürünün geri dönüşümünü gözetme, ambalajlama, taşıma, ürün yerine hizmeti teşvik etme gibi tüm tasarım alanlarına uyarlanabilecek genel eko tasarım prensiplerinin grafik tasarım içerisinde de anlam kazandığını görürüz. Bunların yanında, sadece grafik tasarıma özgü ya da grafik tasarımcı açısından özel anlam taşıyabilecek meseleler de vardır. Sürdürülebilir yaklaşımda, yapay olarak oluşturulan ve dayatılan tüketim arzusu dünyanın geleceğine karşı işlenmiş en büyük suç olarak görülür. Reklam sektörünün bir çalışanı olan grafik tasarımcı da bazen az bazen çok bu suça ortak durumdadır. Sanayi devrimiyle başlayıp bugün tüm dünyada ve her kurumda kökleşmiş kapitalist sistem ve onun hizmetindeki reklam sektöründe yer alan grafik tasarımcının mucizeler yaratabilmesi mümkün olmasa da, eğer bilinçli ve donanımlıysa fark yaratabileceği bir gerçektir.

Grafik tasarımcı çevresel yıkımı göstermek ve bu alanda bilinç oluşturmak için ekonomistler, politikacılar, iş çevreleri ve hatta çevrecilerden daha yüksek bir potansiyele sahiptir. Grafik tasarımcının sürdürülebilirlik açısından farkında ve tetikte olması gereken başka bir nokta da küreselleşme ile birlikte hızlanan ulusal kültürel kimliklerin yok olması tehlikesidir. Bu tehlike pek çok alan için bir tehdit olmakla birlikte, grafik tasarıma daha yakındır. Sürdürülebilir yaklaşım kültürel çeşitliliğin korunmasına da hizmet etmelidir oysa grafik tasarım ve üretim tekniklerindeki gelişme ile tasarımın bu alanı dünya ile mesafe ve duvarları tümenden ortadan kaldırmıştır.

Grafik tasarımcı her ne kadar kendisiyle ilgili sektörlerin yaptıklarından sorumlu tutulmasa da, bu sektörler üzerinde baskı oluşturma ve bilinç yaratabilme gücüne sahiptir.

Tasarım eğitimine sürdürülebilirlik ilkelerinin yerleştirilmesi gerekiyor. Fakat nasıl ki ortak dünyayı paylaştığımızdan dünyanın sadece bir kısmının sorumluluğunu üstlenmesi yeterli değilse, aynı şekilde eğitimde de topyekün bir mücadeleye ihtiyaç vardır. Son yıllarda tasarımcılar dünyanın kaderini değiştirebilecek adamlar olarak lanse edilir oldu. Tasarımcı çevre bilincini bir karakter özelliği gibi benimsemiş olsa bile, mezuniyetinin ardından çalışacağı işyerinin sahip ve yöneticileri, kendisi için tasarım geliştireceği müşteri, ülkenin öncelikleri, yasaları, yasa düzenleyicileri aynı bilinci taşımıyorsa, gezegenin ve gelecek nesillerin sorumluluğunu tasarımcıya yüklememek gerekir.

Bu çalışma, özellikle ülkemiz açısından daha yapılması gereken pek çok araştırma olduğunu ortaya koymaktadır. Sürdürülebilirlik, ülke ve devlet olarak önceliklerimiz arasında değil. Şimdilerde AB uyum süreci çerçevesinde bir takım yasa ve yönetmelikler çıkarılmaya ve uygulanmaya başlansa da, bu alanda da Batı'nın bir hayli gerisindeyiz. Bu araştırma grafik tasarım açısından konuya genel bir bakış olarak değerlendirilebilir. Görülüyor ki, kâğıt, boya, mürekkep gibi malzemeler ve çevreye etkileri, bunları üretenlerin konuya yaklaşımları, baskı yöntemleri ve etkileri, dijitalin sorunları, eğitimdeki eksiklikler, vb. gibi pek çoğu çok disiplinli olmak üzere yeni araştırmalara ihtiyaç vardır.

#### **KAYNAKÇA**

Akın, Galip (2009), *Ekoloji Çevrebilim ve Çevre Sorunları*, Tiydem Yayıncılık, Ankara.

- Barbero, Silvia ve Brunella Cozzo (2009), *Ecodesign*, Tandem Verlag GmbH.
- Becer, Emre (1999), *İletişim ve Grafik Tasarım*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (UNCED), (3-14 Haziran 1992, Rio de Janeiro)* (1993), T.C. Çevre Bakanlığı Yeşil Seri-3,
- Bond, Jonathan ve Richard Kirshenbaum (2003), *Radar-altı İletişim*, (Çev. Aycan Akyıldız), MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Erkarlan, Önder (2009), “YEŞİL, YEŞİLİMSİ: Ürün Göstergibilimi Aracılığıyla Sürdürülebilir Tasarım Uygulamalarının Eleştirisi”, *Mimarlık Dergisi*, Sayı: 349, Eylül-Ekim, <http://www.mimarlarodasi.org.tr/mimarlikdergisi>, (Erişim tarihi: 25.09.2010).
- GMK, (2002), “Tasarım Ekolojisi”, DEDİ Kİ 03, <http://www.gmk.org.tr/dosyalar/DediKi.03.Ekoloji.pdf>, (Erişim tarihi: 18.11.2010)
- GMK, (2002), “İlkönce Öncelikler”, DEDİ Kİ 02, <http://www.gmk.org.tr/dosyalar/DediKi.02.FirstThings.pdf>, (Erişim tarihi: 18.11.2010)
- Guellerin, Christian (2010), “Design as ‘The’ New Managerial Discipline”, *i-<http://wearesprout.com/wp-content/uploads/2010/01/Sustainability-and-Graphic-Design.pdf>*, *MAD*, Sayı: 6.
- Hamlett, Phil. “*Sustainability and Graphic Design*”, Interactive Annual 2005, (Erişim tarihi: 20.05.2010)
- Heper, Can Oktay (2008), *Grafik Tasarım Bağlamında Gerilla Tasarımın Analizi*, (yüksek lisans tezi), Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- ISC (2010), “Which Medium is More Sustainable? Paper or Digital?”, Institute for Sustainable Communication, <http://www.sustainablecommunication.org/resources/articles/>, (Erişim tarihi: 25.10.2010)
- Kocataş, Ahmet (2008), *Ekoloji ve Çevre Biyolojisi*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Kyoto Design Declaration (2008), <http://www.cumulusassociation.org>, (Erişim tarihi: 20.05.2010)
- Manzini, Ezio ve Carlo Vezzoli (2002), *Product-service Systems and Sustainability. Opportunities for Sustainable Solutions*, UNEP Publisher, Paris.
- Megchun, Beatriz Itzel Cruz (2008), “The Intrinsic Relationship between Eco-Design and Design Management in The Mexican Education”, *Cumulus Seminar Jinan Working Papers*, Jinan-Çin.
- Milsted, David (1998), *Blöfçünün Rehberi Yeşil*, (Çev. Nejat Bayramoğlu), Tempo Yaz Kitapları-9.
- Papanek, Victor (1972), *Design for the Real World*, Thames &Hudson, Londra.
- Selamet, Sevim (2010), “Türk Grafik Tasarımında Kimlik Sorunu”, *Uluslararası Türkiye Polonya İlişkileri Sempozyumu*, Varşova.

- Shreve, Jenn (2006), “Can Designer Save the World?”, *Green Design*, (Der. Editör, Buzz Poole), Mark Batty Publisher, New York.
- Şişman, Osman(2006), “Tasarım Etiği”, Türkiye’de Tasarımı Tartışmak: İTÜ 3. Ulusal Tasarım Kongresi, İstanbul.
- Torunoğlu, Ethem (2006), *Ötekilerin Çevresi*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Thackara, John(2005), *In the Buble: Designing in a Complex World*, MIT Press, Boston.
- Twemlow, Alice (2008), *Grafik Tasarım Ne İçindir?*, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Wei, Liyan (2008), “Eco Design in Current Estonian Education and Industry”, *Cumulus Seminar Jinan Working Papers*, Jinan-Çin.
- Whiteley, Nigel (1993), *Design for Society*. Reaction Books, Londra.
- <http://www.e-atik.com> (Erişim tarihi: 20.09.2010).
- <http://www.livingprinciple.net> (Erişim tarihi: 13.01.2010).
- AIGA, <http://www.aiga.org>, (Erişim tarihi: 13.01.2010).