

Bugünlerde hem tasarım çevrelerinde hem de toplumun genelinde çok temel şeyler değişiyor. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından yirmibirinci yüzyıla kadar doğru kabul ettiklerimizi sorgulamak bu... Bugüne kadar grafik tasarımın; hızla büyüyen, tüketim çılgını bir topluma hizmet ederek geliştiğini gördük. O günler, karmaşık teknolojiler ve artan iletişim isteklerinin altın günleriydi. Şüphesiz altın günlerinin bir bedeli var... Ve şimdi ödeme zamanı.

Tasarım Ekolojisi

David Wann'ın Biologic'te tespit ettiği gibi, "Son elli-altmış yıldaki yatırım seçimlerimiz çok dik bir uçuruma benziyor: sakın aşağıya bakmayın, çünkü altyapıları ucuz petrole ve rahatlık düşkünlüğüne korkutucu derecede bağlı evler, alışveriş merkezleri, ofisler ve karayolu sistemlerine trilyon dolarlar akıtmış haldeyiz."

Bütün bunların altında tasarım var. Çevremizin benzeri görülmemiş zorluklarla karşılaşmaya başlamasının bir sebebi de kötü tasarım ve yanlış düşünceyi çok uzun süredir kabullenmiş olmamız. Bir tıraş bıçağını, plastik gövdesinin yüzlerce yıl doğada kalacağını düşünmeden sadece birkaç gün kullanıp atıyoruz. Şehirlerimizde yeterince bisiklet yolu tasarlanmadığı için beş sokak ötedeki mağazaya arabayla gidiyoruz. Çöplerini ortada bırakanları kınıyoruz ama boş arazilerde çöplerimizi "saklayan" ve katı atıkları çürütüp zehirli gazlara çeviren kendi zavallı çöp toplama sistemimiz hakkında hiçbir şey düşünmüyoruz.

Son elli küsur yılda yarattığımız tv ve yazılı basın iletişiminin yapısına bakınca, iş tasarım mesleğinde çevre duyarlılığına geldiğinde ne kadar tehlikeye anlamaya başlıyorsunuz. Üstün inançlarımızı çevre bilinci gelişmiş bir kafa yapısı tarafından hiç zorlanmamış.

İşte bu yüzden önümüzdeki birkaç yılda karşılaşacağımız değişiklikler hiç de küçük olmayacak. Bu değişiklikler, Charles Hardy'nin kelimeleriyle, "devamsız" olacak, yani sürekli bir değişiklik değil. Aksine, birbirinden ciddi derecede farklı değişiklikler. Ve bu süresiz değişiklikler, uyum göstermek için bir

iki alışkanlığımızı değiştirmemizden fazlasını isteyecekler. Daha şimdiden bizi rahatsız edecek ve kendimizi huzursuz hissetmemize sebep olacak temel değişimler içeriyorlar.

The Ecology Commerce'de Paul Hawken'in de açıkça söylediği gibi;

"Doğal, günlük iş akışını ve hayatın daha güzel bir dünya yaratacağı bir ticaret sistemi düşünmeli ve sonra tasarlamalıyız."

Grafik tasarımcılar gerçekten ne yapabilir peki?

Öncelikle bir grafik tasarımcı olarak daha fazlasını öğrenebilirsiniz. Size okulda veya işte öğretilenlerden farklı değerleri temel alarak kendinizi yeniden eğitebilirsiniz.

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. Ardından, bir grafik tasarımcı olarak tüm bu değerleri günlük hayatımıza nasıl geçirebileceğimizi bizim için düşünebilirsiniz.

Her yaratıcı insan için düşünme temelse de, tasarım düşüncenin görülebilir ve elle tutulabilir hale gelmiştir.

Tasarımcılar olarak, daha önce varolmayan imkânlar yaratabilirsiniz. Tutumları ve davranışları değiştirebilirsiniz. Tabii ki bu tarz kaygılarının ilerisinde bir şey. Buradaki iyi tasarım kriterlerinin ödül kazanmakla bir ilgisi yok. Bunun sadece sizin tasarım kararlarınızın tümünün çevreye olan etkisini düşünmenizle ilgisi var. Onları ters yüz etmenizle.

Sonra hepimizin yaptığı gibi, yeteneklerinizi başkalarının hizmeti için, toplumumuz için ve bir bütün olarak dünyamız için kullanmaya başlayabilirsiniz.

Hadi yapın:

→Atığı daha oluşmadan azaltmak için tasarımlarınızda daha az malzeme kullanın. →Tekrar kullanılabilir malzemelerle tasarlayın ve bitmiş tasarımınızı tekrar kullanılabilir yapın. →Uzun süreli pratikliği aklınızda tutarak tasarlayın. →Yeniden değerlendirilmiş malzemeler kullanın ve bitmiş tasarımınızı yeniden değerlendirilebilir yapın. →Tasarımınızın üretilmesi için gereken enerji miktarınızı azaltın. →Tasarımınızdan kaynaklanan zararlı veya toksik maddeleri azaltın.

Yeteneğinizi atıkları artırmak değil azaltmak yolunda kullanmak, çevreye saygılı bir tasarımcı olmak için ilk adımınız.

Çevreye saygılı tasarım, mesajınızı basit ve karmaşaya yol açmayacak şekilde iletmektir. Bilgiye kalite eklemektir. Hedeflerinize ulaşmak için çöp yaratmadan ve doğal kaynakları kurutmadan çözümler üretmektir. Kargaşa ve atık yaratmak yerine değer ve kalıcılık yaratmaktır.

Hareket planı

Bir tasarım çözümü yaratma aşamasında bir dakika için durun ve kendinize işinizle ilgili temel birkaç soru sorun:

→Tasarım son ürün için uygun mu?
→Bunu daha az malzeme kullanarak daha iyi tasarlamamanın bir yolu var mı? →Bu mesajı etkin bir şekilde ve çevreye daha az zarar vererek ulaştırmanın başka yolu var mı?
→Yeniden değerlendirilmiş malzeme kullanabilir miyiz? →Bu tasarımı üretmek için ne gerektiği? / Ne kadar enerji? / Kirlilik? / Zararlı atık? →Bu ürün bir kez kullanılıp atılacak mı yoksa tekrar kullanılabilir mi?

Azaltın

Az kaynak kullanan tasarım

Çevremizi daha iyiye götürmek için en iyi yöntem atığı daha kaynağında azaltmak. İşinizde kaynağı kısıtlı kullanmak için birçok imkânınız var. Altı renk yerine dört renk kullanmak (veya dört yerine iki) gibi basit bir karar bile işinizin yarattığı atık miktarının azalmasında önemli rol oynar.

Ofiste kullanılan malzemelerin azaltılması

İşteki savurgan alışkanlıkların değiştirilmesi ciddi bir tutum değişikliği demektir. Sebep olduğunuz atığı önünüze alın ve acaba bunu azaltmanın bir yolu var mı diye düşünün.

Hemen şimdi yapabileceğiniz bir-iki küçük şey:

→ Kullanıdığınız kâğıt miktarını yarıya düşürmek için iç yazışmalarınızda ve raporlarınızda kâğıdın iki yüzüne de yazın.

→ Kullanıp atılan plastik, kâğıt ve strofor cinsi ürünleri satın almayı ve kullanmayı durdurun.

→ Onun yerine yıkanıp tekrar kullanılabilen kahve fincanları, tabaklar ve çatal-bıçakları tercih edin. Sefertasınızı tekrar kullanmaya başlayın.

→ Ofisinizdeki kâğıt israfını önlemek için telesekreter ve e-mail kullanın.

Tekrar kullanın

Tekrar kullanmak, kullanıp-atmak moda olmadan önce zaten yaptığımız bir şeydi. Çok doğal bir hareketti. Ama bugün tuhaf karşılanıyor. Plastik kutuyla satılan hamburgerin gerçekten daha lezzetli olduğuna mı inanıyoruz?

Bu israfçı düşünce biçimimizi işyerlerimize de taşıdık. Küçük bir not mu almanız gerekiyor? Bakın! Kocaman, bembeyaz, tertemiz bir kâğıt.

Üstüne yazın ve atın gitsin. Tanıdık geldi mi?

Tutumlu davranmaya geri dömemiz gerekiyor. Kaynak azaltarak yok edemediklerimize tekrar kullanarak ikinci bir hayat verebiliriz. Atılan şeyleri tekrar kullanmak sadece çöplük arazilerini temiz tutmakla kalmaz aynı zamanda yeni maddeler üretilmesi için gereken paradan tasarruf etmemizi, daha az enerji ve hammadde kullanmamızı da sağlar.

Ofisteki malzemeleri tekrar kullanma

Bugün işyerinizde tekrar kullanabileceğiniz çok şey var. Mesela, geri dönüştüremeyecek kâğıtlarınızı eskiz kâğıdı olarak kullanın. Köpük parçaları veya balonlu plastik gibi paketleme malzemelerini saklayın ve tekrar kullanın.

Kurye zarflarınızı eski etiketin üstüne yenisini yapıştırarak yeniden kullanın. Atmak yerine bir hayır kurumuna bağışlayarak eski ofis mobilyalarınıza ve malzemelerinize yeni bir hayat verin. Kaynak azaltmakta olduğu gibi tekrar kullanımda da sadece yaratıcılığımız ve duyarlılığımızla sınırlısınız.

Toner kartuşlarını tekrar doldurma

Lazer yazıcıları ve fotokopi makinesi kartuşlarını tekrar doldurmak yeni kartuş satın almaya oranla %50 daha ucuz. Son yıllarda nerdeyse tüm büyük üreticiler kartuş doldurmayı garantiyi etkilemeden yapmaya başladılar. Yine de her yıl Amerika'da satılan 30 milyon kartuştan büyük çoğunluğu, solugu çöplükte alıyor. Her kartuştan beş kez tekrar doldurabildiği düşünülürse, dört yeni kartuşun üretilmesi için gereken plastik, enerji ve atığı engelleyebiliriz.

Yeniden değerlendirin

Yeniden değerlendirme (recycling) kaynak azaltma ve tekrar kullanmadan sonra atık oluşmasını engellemek için en iyi adımdır. Yeniden değerlendirerek çöpleri çöplüklerden kurtarmak çevre bilincinin en önemli parçasıdır.

Ofis toplama programı için basit adımlar

1. Programı koordine etmesi için birini görevlendirin (mesela bir stajyeri veya part-time çalışanı)
2. Ofisinizdeki çöplerin çeşidini ve miktarını belirleyin. Aşağıdaki listeyi genel bir kılavuz ve ofisiniz tarafından yeniden değerlendirilebilecek malzemelerin kontrol listesi olarak kullanın:

Yeniden değerlendirilebilirler (recyclables)

Teneke kutular → Broşürler → Fotokopi kâğıtları (beyaz ve renkli) → Zarflar (penceresiz olanlar) → Cam içecek kutuları ve kavanozlar → Kartvizitler → Bilgisayar kâğıtları → Plastik şişeler → Trase kâğıtları

Yeniden değerlendirilemeyenler (non-recyclables)

Ozalitler → Karbon kâğıtlar → Sigaralar ve sigara paketleri → Plastik pencere zarflar → Kutu mendiller → Yapışkanlı malzemeler (not kâğıtları dahil) → Meyve suyu kutuları → Süt kutuları → Selofan kaplı kâğıtlar → Kâğıt havlular

3. Ne cins ofis atığını toplayacağınıza karar verin. Çoğu ofis, yeniden değerlendirme programına beyaz kâğıt ve bilgisayar kâğıtlarıyla başlar. Çalışanlar toplama işlemine ısınınca; gazete kâğıtları, kartonlar, tenek kutular ve cam kaplarla programı genişletmek kolaylaşır.

Son olarak, eğer yeniden değerlendirilmiş satın almıyorsan, yeniden değerlendirmiyorsun demektir.

David Wann'ın dediği gibi, hayatın loop'lardan ve çemberlerden oluştuğunu öğrenmeliyiz. Bu, yeniden değerlendirilebilir atıkları toplamak veya atıklarımızı doğru kutulara atmamız yetmez demektir. Yeniden değerlendirilmiş malzemelerden yapılmış ürünleri satın alarak çemberi tamamlamalıyız. Yani kâğıt, plastik, teneke ve camın yeniden değerlendirilmişlerini tercih etmeliyiz.

Tasarımın amacı toplumsal gelişme olmalı mı?

Thomas Manss,

Yönetici, grafik tasarımcı.

Thomas Manss & Company

Tasarım sadece ürün satmak veya sadece daha iyi bir çevre yaratmakla sınırlı olmamalı. Tasarım özünde insanlarla ilgilidir. Eğer insanların bakmasını, dinlemesini ve gülümsemesini sağlayabiliyorsak, doğru bir şey yapıyoruz demektir. Tasarımın, insanların kalbine seslenebilme gibi bir özelliği var. Bizim de bu konuda üzerimize çok önemli bir görev düşüyor. Tabii belli bir sınıra kadar. Tasarımın içinde tabii ki eğlence unsuru var. Ama sosyal değişimin merkezinde tasarım var diye de bir şey yok.

David Jury,

Grafik Tasarım Bölüm Başkanı.

Colchester Enstitüsü ve
Typographic dergisi editörü

Toplumları geliştirmek, bir fark yaratabilmek çoğu tasarım öğrencisinin başladığı noktadır. İlerki öğrenim yıllarında da bu yaklaşımlarına devam etmeleri için cesaret verilir. Öğrenciler, kendi monitörlerinin dışına bakabilen şirketleri seçecek kadar kendilerini beğenmiş olmalılar, en azından kendilerine bu kadar güvenmelidir. Bu tür şirketlerin bulunması aslında gayet kolay. Klişelerden uzak durmaları ve görsel oyunlarıyla (eğlenceli öyle değil mi?) hemen kendilerini ayırıştırırlar. Ben toplum içinde tasarımcıların daha etkin bir rol almaları taraftarıyım. İngiltere’de hâlâ tasarımcıları birer görünmez iletişim kuryesi olarak görmenin ötesine geçemedik. Bu da amacı olmayan, ahlaki açıdan şüpheli çözümleri cesaretlendirdi. Daha önemli bir rol alarak, tasarımcılar daha sorumluluk taşıyan işler yapmaya cesaretlendirilebilir.

Keith Bamber,

Başkan.

Bamber Forsyth

Evet bence kayda değer bir prensip ve çoğu tasarımcının da bunu amaçladığına eminim. Ürün tasarımı ve mimari gibi tasarım alanlarında, çevre ve yaşam standartlarını yükseltmek için önemli fırsatlar olabiliyor. Ama tüm tasarımcılar insanları tatmin etme ve en nihayetinde onların yaşamlarını iyileştirme şansına sahipler. Küçük değişiklikler; örneğin daha kolay açılabilen bir karton, işinizle daha çok gurur duymanızı sağlayacak yeni bir kurumsal kimlik veya sizi güldüren, daha iyi bir gün geçirmenizi sağlayan bir iletişim parçası.

Lucienne Roberts,

sans + baum

Elbette. Tasarımcılar yaptıkları işin sadece estetik değerlerine değil belki daha da önemli bir oranda içerik ve uygulanışına da karışmalılar. Toplumları bizler oluşturuyoruz. Yaptığımız işin yaşadığımız dünyaya bir artı değer katmasını çok önemli buluyorum. Grafik tasarımı sosyal değeri olmayan bir dekorasyon olarak görmek onun gücünü azaltır. Ticari bir dünya içinde yaşadığımızı biliyorum ama daha büyük bir resmin parçası olmak benim için çok daha heyecan verici. Grafik tasarım bilgilendirir, dikkat çekebilir, düşünmeye teşvik eder. Sadece satmak amacıyla kullanılması sahip olduğu potansiyeli gözardı etmek olur.

Domenic Lippa,

Tasarım yönetmeni.

Lippa Pearce

Tasarımcılar olarak hepimizin sorumlulukları var. Ne yazık ki çok azımız böyle bir sorumluluğu amaçlıyor veya yerine getirebiliyor. İki ana sorumluluğumuzdan birincisi müşterilerimizin anlayışını, tasarıma ve yapabileceklerine bakışını değiştirmek. İkincisi de tasarımı toplumu bütün olarak geliştirmek, mutlu etmek için kullanmak. Sıralama küçük broşürlerden poster gibi daha önemli iletişim araçlarının AIDS ve ırkçılık gibi sosyal amaçlı konularda daha çok okunmasını sağlamak şeklinde ilerliyor. Ne yazık ki insanlar sosyal konularla ilgili çalışmayı politik bir iş parçası olarak görüyor. Sonra da büyük kurumların nasıl tepki vereceği konusunda tedirgin oluyorlar. Benim yaşadığım deneyimlerde bunun tam tersi oluyor. Bazen en anlayışlı müşterimiz aynı zamanda en büyük müşterimiz olabiliyor. Tasarımcılar iletişim yeteneğine sahipler ve bu yetenekleri küçümsememeli. İletişim kurabilme ve sosyal gelişmeleri etkileyebilmemiz bizi yarışta ileri bir pozisyona koyuyor. Yazarlar, filmciler, sanatçılar, filozoflar ve oyuncularla aynı ligdeyiz. Bu yeteneği sadece kendi yaşamımızı renklendirmek için kullanmak yeterli değil. Aynı zamanda bu yeteneğimizi, gücümüzü başkalarına yardım etmek, ilham vermek, onları eğitmek ve etkilemek için de kullanmalıyız. Üstelik böyle yaparak kendi kendimizi de geliştirebiliriz.