



SSAD

Stratejik ve Sosyal Arařtırmalar Dergisi

ISSN 2587-2621

Volume 6 Issue 3, November 2022

sisaddergi@gmail.com

Makale Türü/Article Type: Derleme/Review

Makale Gönderim Tarihi/Received Date: 28.06.2022

Makale Kabul Tarihi/Accepted Date: 07.10.2022

DOI: 10.30692/sisad.1136219

GRAFİK TASARIMCININ SORUMLULUĞU OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sustainability as the Responsibility of the Graphic Designer

Dilek ÇULHA

Doç. Dr.

Yalova Üniversitesi

Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü

ORCID ID: 0000-0002-3077-8943

dilek.i.culha@gmail.com

Atıf/Citation: Dilek Çulha (2022), "Grafik Tasarımcının Sorumluluğu Olarak Sürdürülebilirlik", *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.6, S.3 Kasım 2022, s.741-759.

Öz: Toplumsal yaşamın devamlılığı için ekoloji, toplum, ekonomi gibi alanların kaygılarından doğan sürdürülebilirlik kavramı, var olan düzenin sürdürülemez olma düşüncesini barındıran ve bunun içinde eylem olarak değişimin gerekliliğini hatırlatan ilkeler ile açıklanmaktadır. Tüm bu disiplinlerin yanı sıra AIGA'nın (Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü-The American Institute of Graphic Arts) sürdürülebilirlik ilkelerine kültür öğesini de dahil etmesiyle grafik tasarım meslek olarak sürdürülebilirlik stratejisinde varlık göstermeye başlamıştır. Tasarımda kültür öğesi görsel, işitsel, dokunsal, algısal olarak kodlanarak toplumların ortak anlaşmasına dayalı anlamlandırma pratiklerinde varlık gösterir. Bu nedenle grafik tasarımın amacı, kültür-anlam-fikir-ve toplum sarmalında verileri birleştirerek tasarımcı çözümler üretmektedir. Tasarımcı tüm alanlarda minimum zarar araştırılması sonucuna göre sorunun çözümüne uygun teknik, malzeme, uygulama, teknoloji, yetileriyle sürdürülebilirliğin devamlılığını sağlayan geniş bir alan içerisinde değerlendirilmektedir. Bu yazı, teorik olarak grafik tasarımda sürdürülebilirlik kavramlarının ele alınış biçimlerini inceleyerek uygulama alanlarındaki yöntemlerin önemini farkına vardırma niyetiyle kaleme alınmıştır. Bu metnin amacı, grafik tasarımcıya aktif olarak yaşamsal düzende sorumluluğu olduğunu ve tasarımcı kimliğinin gücünün bu yapılanmadaki rolünü hatırlatmaktır.

Anahtar Kelimeler : Sürdürülebilirlik, Grafik Tasarım, Grafik Tasarımcı.

Abstract: The concept of sustainability, which arises from the concerns of fields such as ecology, society and economy for the continuity of social life, is explained with the principles that include the idea of the unsustainability of the existing order and reminding the necessity of change as an action. In addition to all these disciplines, graphic design has started to appear in its sustainability strategy as a profession, by including the cultural element in its sustainability principles of AIGA (The American Institute of Graphic Arts). The cultural element in design is coded as visual, auditory, tactile and perceptual, and it exists in meaning-making practices based on the common agreement of societies. For this reason, the purpose of graphic design is to produce design solutions by combining data in the spiral of culture-meaning-idea and society. According to the result of the minimum damage research in all areas, the designer is evaluated within a wide area that ensures the continuity of sustainability with the appropriate technique, material, application, technology and abilities to solve the problem. This article has been written with the intention of raising awareness of the importance of methods in application areas by examining the ways in which the concepts of

sustainability are handled theoretically in graphic design. The purpose of this text is to remind the graphic designer that he has an active responsibility in the vital order and the role of the power of the designer's identity in this structure.

Keywords : Sustainability, Graphics Design, Graphics Designer.

GİRİŞ

Toplumsal yaşam içerisinde sürdürülebilirlik dendiğinde ilk akla gelenler; insanın doğaya verdiği zarar üzerinden yapılan açılımlardır. Bu açılımlar en genel olarak kara (orman), hava (oksijen) ve su (deniz ve okyanuslar) gibi yaşamsal tüm alanlarda insanın tüketiminden kaynaklı çevre sorunlarını kapsamaktadır. Diğer sürdürülebilir açılımlar ekonomi, eşitlik ve kültür kavramları içeriğinde şekillenir. Ekonomide sürdürülebilirlik kavramı, yaşam için gerekli olan ulusal veya uluslararası politikaların, ekonomik ve ticari piyasaların devamlılığı çerçevesinde ele alınır. Eşitlik kavramı ile açıklanan sürdürülebilir açılımlar ise çevre ve toplum içerisindeki insana ait tüm alanları ve yapıları kapsamaktadır. Tüm bu açılımlar ile ilişkili olarak kültür, bu akışa eklendiğinde tasarım da kapsam olarak sürdürülebilirliğe dahil olmaktadır.

Tasarım önce doğanın varlığını kabul ederek, sonra insanın doğaya anlam vererek biçimlendirme düşüncesini ve ardından biçimin işlevsel yapısını belirleyerek zamanın koşullarına yönelik sosyal düzeni şekillendiren bir dünya yaratmaktadır. Bu nedenle “*tasarım birbirinden farklı pek çok ögenin birleşiminden oluşan bir süreçtir*” (Ergüven, 2021, s. 13) de denebilir. Grafik tasarımda süreci belirleyen bilgi ve bilginin kullanım modelleridir. Grafik tasarımın gündelik yaşama dayandırarak irdelediği bilgi, sosyal varlık olarak insanın kültür ögesi ile anlamlandırdığı, bilgilendirdiği, mesaj ilettiği ve işlevsellik kazandırdığı tasarımların düşünsel alt yapısını oluşturmaktadır. Bu alt yapı için gerekli olan araştırmanın asıl amacı ise, hem bilgiye ulaşma hem de bilgiyi işleme yöntemlerinin anlamlandırma modellerini tanımlamaktır. Tasarımda çoklu anlam yapısından fazlalık bilgiyi ayıklamak ve öz anlamı ortaya çıkarmak eylemi, grafik tasarımcının donanımlarıyla ilgilidir. Çünkü tasarımcının bu niteliği ile tasarım, anlamlı yapı olarak görselleşerek toplumu ikna etme ve inandırma görevini üstlenmektedir. Bu bağlamda grafik tasarım toplum bilincini etkilemek, bir düşüncüyü anlatmak, aktarmak, uyarmak ve farkındalık yaratmak gibi önemli bir konuma sahip olduğu kabul edilebilir. Grafik tasarımın materyalleri, topluma tüm görsel alanlarda seslenecek kitle iletişim araçlarını en yaygın kullanan kolektif bir alan içeriğinde varlık göstermektedir. Bu nedenle tasarım, çağı ile eşzamanlı olarak süreklilik içerisinde değişir ve gelişir; günceldir ve günlük sorunlara yönelik yeni tasarım alanlarından faydalanarak çözümler üreten bir alan olarak ele alınabilir. Grafik tasarımın görsel çözümlenmesi; bir fikrin görsel ile uyumunu sağlamak ve iyi tasarımı ortaya çıkarmak için yazı-tipografi, biçim, renk, geometrik şekiller, düzen, fotoğraf, illüstrasyon gibi yöntemlerle biçimlenir. Grafik tasarımın işlevsel çözümlenmesi ise kullanıcı odaklı olmasının yanı sıra; tasarımcının da teknik ve teknolojinin olanaklarını doğru kullanmasını, malzeme bilgisini, ortaya çıkan ürünün basımını, yayılmasını, ulaştırmayı, korumayı ve yeniden üretim gibi donanımların bilgisini içermektedir. Uygulamada işlevselliğin ergonomik tüm koşullarının araştırılması, kullanıcı-tasarımcı-müşteri arasındaki tüm düşünsel açılımları kapsamaktadır. Bu bağlamda tüm paydaşlar arasındaki ilişki doğru kurulduğunda tasarımdaki sürdürülebilirlik düşüncesi yaşamın tüm alanlarında karşılık bulabilmektedir.

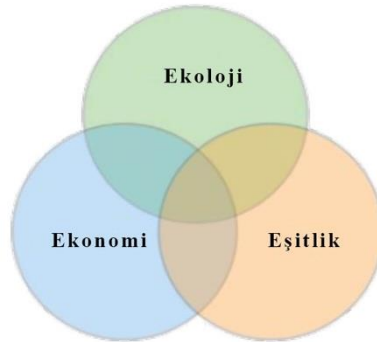
Tasarımcı; ulusal-uluslararası düzeyde kültürel, ekonomik, politik, kurumsal ve sosyal tüm alanlarda toplumun anlam mekanizmaları içerisindeki bağlantılarını kurarak öğeleri doğru belirleyen ve hayata geçirerek toplumsal farkındalık yaratacak tasarımları yapan kişi olarak tanımlanabilir. Bu nedenle tasarımcı tüm bilgilerin birlikte uyumu ile teknik sorunları minimize edecek çözümler üreterek sürdürülebilirlik düşüncesini ve becerisini eşleştirme yetisine sahiptir. Tasarımda sürdürülebilirlik düşüncesi geleceği planlamaya yöneliktir ve tasarımcıya toplumsal varlık olan insanın diğer canlılara karşı olan sorumluluğunu hatırlatma misyonu yüklemektedir.

Tasarımcı, tasarımının fikrine doğayı, insanın ürettiği materyallerin zararını, ekosistemi yeniden canlandırmayı, ticari meta alanı olan tüketimin çokluğunun geleceğe verdiği zararı azaltma düşüncesini yerleştirdiğinde, aktif olarak sürdürülebilir tasarımın niteliklerini de ortaya koyabilmektedir. Bu bağlamda tasarımcının sürdürülebilir kaygısını taşıması sebebiyle iyi tasarım kavramı ön plana çıkmakta ve grafik tasarım sürdürülebilir üretimin bir parçasına dönüşebilmektedir. Bu nedenle bu metin insanın, doğanın, toplumun ve ekolojinin sürdürülebilir olmasına katkıda bulunacak grafik tasarımın ve dolayısıyla tasarımcının rolünü ve sorumluluklarını hatırlatma niyetiyle kaleme alınmıştır.

Sürdürülebilirlik Tanımları

Sürdürülebilirlik ilk olarak 1972 yılında Stockholm'de Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi konferansında birçok ülkeyi çevre konusunda bir araya getiren İnsan Çevre Bildirisi ile hayata geçmiş bir kavramdır. Bu konferansın ardından Birleşmiş Milletler Örgütü, Birleşmiş Milletler Çevre Programını (United Nations Environment Program-UNEP) kurarak dünya sorunlarını çözümlenmeye odaklanmıştır. 1983 yılında Birleşmiş Milletler genel kurulunda dönemin Norveç başbakanı Gro Harlein Brundtland'ın başkanlığında kurulan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission For Environment and Development-WCED) tarafından "Ortak Geleceğimiz" adlı bir rapor hazırlanarak sürdürülebilir kalkınma modeli oluşturulmuştur. Brundtland raporunda sürdürülebilir kalkınmayı "*Bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılayan kalkınma*" olarak tanımlanmıştır (Bakanlığı, Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri, 2022). Sürdürülebilir kalkınma modellerini tartışmak ve geliştirmek için, farklı tarihlerde birçok ülkede düzenlenen bir dizi konferans ve tartışmalar sonucunda; sürdürülebilir doğa, çevre, iklim ve biyoçeşitlilik gibi ekolojik düzene odaklanmak suretiyle bu modelin hedefleri belirlenmiştir. En son "*Binyıl Kalkınma Hedeflerinin*" devamı niteliğinde, 27 Eylül 2015 tarihinde, New York'ta, 17 hedef ve 169 alt hedef olarak "*Gündem 2030: BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH)*" kabul edilmiştir (Bakanlığı, Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri, 2022). Bu raporun Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinde (SKH) yer alan 6. madde-şehirlerin sürdürülebilirliğini; 11. madde iklim değişikliğini; 1. ve 4. madde, su-deniz ve okyanusların korunmasını ve 15. madde karadaki ekosistemin korunmasını ele alan önemli maddeler olarak belirlenmiştir.

Dünya uluslarının çoğunluğu kapitalist sistemin ekonomik ve maddi oluşumu üzerine şekillenmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirlik, toplumsal yaşam içerisinde ekonomik süreklilikten vazgeçmeden ve toplumsalın ihtiyaçlarını tehlikeye atmadan bugünü şekillendirme çabası içerisinde değerlendirilmektedir. Tüm bunların ekseninde sürdürülebilirliğin yöntemsel çerçevesi ekoloji, eşitlik ve ekonomi olarak kabul gören Venn şemasıyla gösterilen bir model üzerinden açıklanmaktadır (Resim 1).



Resim 1: Sürdürülebilirliğin Venn diyagramı (Türkçe'ye uyarlanmıştır), (John, 1998).

Grafik tasarımın sürdürülebilirliğin bir parçası olduğunun örnekleri 1960'lerden sonra belirmiş, kavramın kapsam çerçevesi grafik tasarımcılar ve grafik tasarım dernekleri tarafından tartışılmaya başlanmıştır. Özellikle grafik tasarımın kuramsal çerçevesini belirleyen Amerikan Grafik Sanatçılar Enstitüsü (AIGA) tarafından, sürdürülebilirliği tanımlayan ekoloji, ekonomi ve eşitlik ilkelerine 'kültür' ögesinin eklenmesi "Tasarım İçin Yaşayan İlkeler" adı altında yayınlamış ve sürdürülebilirliğin tasarımdaki yerinin tartışmalarını genişletmiştir. AIGA bütünleşmiş sürdürülebilir ilkelerindeki dört ögeyi şöyle açıklamaktadır:

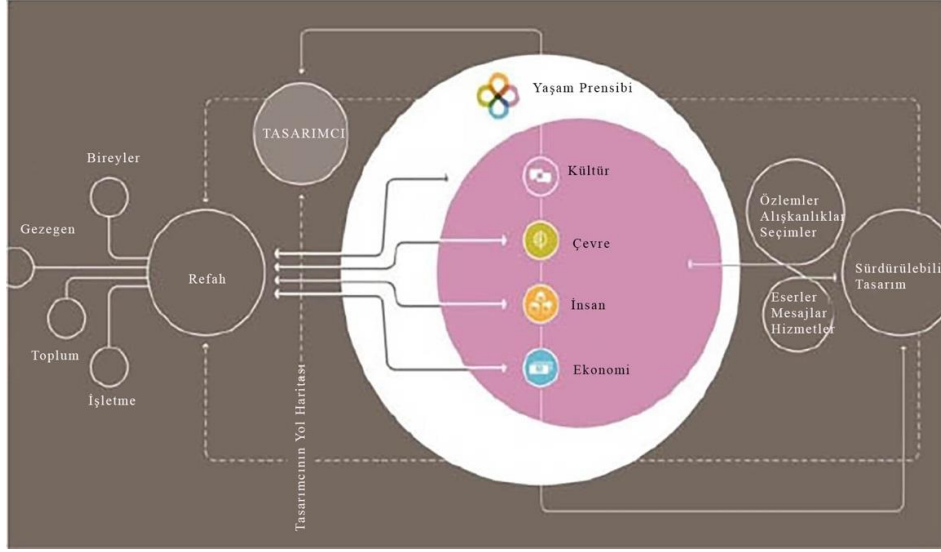
Çevre: İklim değişikliği, koruma, karbon ayak izi ve doğal kaynakların restorasyonu dahil olmak üzere doğal sistemleri etkileyen eylemler ve konular.

İnsanlar: Yoksulluk, şiddet, adaletsizlik, eğitim, sağlık, güvenli barınma, çalışma ve insan hakları dahil olmak üzere toplumun tüm yönlerini etkileyen eylemler ve konular.

Ekonomi: İnsanların ve kuruluşların temel ihtiyaçlarını nasıl karşıladıklarını etkileyen eylemler ve konular, ekonomik büyümeyi geliştirir ve tanımlar.

Kültür: Toplulukların kimliğini nasıl ortaya koyduğunu, gelenekleri nasıl koruyup geliştirdiğini, inanç sistemlerini ve yaygın olarak kabul edilen değerleri nasıl geliştirdiğini etkileyen eylemler ve konular" (AIGA, 2010).

Kültür, toplumsal iletişimin içeriğinde gelişmekte ve toplumsal yapıların deneyimleyerek biriktirdiği bilgi üzerine kurulmaktadır. 18. yüzyıla kadar kültür, doğanın terbiye edilmesi, çiftçilik, emek gibi kavramlarla doğa ile ilişkili olarak açıklanmıştır. "Kültür, aktif doğal gelişme eğilimi anlamına geldiğine göre yapay ve doğala, dünyaya yaptıklarımız ve dünyanın bize yaptıkları arasındaki diyalektiğe de işaret eder (Eagleton, 2000, s. 11). 18. yüzyıldan sonra aydınlanma çağının düşünürleri "insanın yalnızca doğal değil, aynı zamanda kültürel bir varlık olduğunu kabul ettiler" (Bozkurt, 1995, s. 89). Bu sebeple "Kültür ve uygarlık birikimi olarak da modernleşme, gelişmenin uzun erimli bir yanını belirtir; geçmişle şimdi arasındaki sınır durumunu vurgular" (Bozkurt, 1995, s. 15). Çağdaşlaşma ve uygarlaşma çabalarında kültür açılımları insan üretimi teknolojilerin dünyaya ve gezegene verdiği zararı minimize etme için kullanılan bir düşünce içerisinde ele alınmaktadır. "Doğal kaynakların yenilenememesi durumuyla karşı karşıya kalan insan, kendi varlığını sürdürebilmek için yarattığı bilimsel ve teknolojik uygarlığın gerektirdiği yeni toplum düzenini yine kendisi bulmak zorundadır" (Bozkurt, 1995, s. 15). Kültür açılımları yönünü insandan doğaya ve diğer canlılara çevirmeye başladığında kavramın tanımları da değişime uğramaya başlamıştır. "Bir toplum türünü tanımladığı sanılan kültür kelimesi, aslında o toplumu hayal etmenin normatif yoludur ve geçmişteki, vahşi topraklardaki ya da siyasi gelecekteki diğer toplumsal konumları model olarak kendinizinkini tasarlama yollarından biri olabilir" (Eagleton, 2000, s. 36) olarak açıklanmaktadır. Kültür ve tasarım geleceği şekillendirme için birlikte düşünüldüğünde, toplumların devamlılığı için dünyanın doğal kaynaklarının tükendiğinin farkındalığını sağlamakta ve sürdürülebilir olanın sorgusunu ortaya çıkarmaktadır. Kültür yaşamsal bilginin verisidir ve bu bilgi sürekli değişime tabi olarak dönüşmektedir. Tasarım ise bu bilginin değişimini toplumlara yeniden aktaracak bir iletişim dili kurmakta, teknik ve teknolojiyi uygulama alanına sokmaktadır. AIGA kültür ile iletişimin ilişkisini irdeleyerek, grafik tasarımın sürdürülebilirlikteki rolünü açıklarken tasarımı bütüncül bir yapı içinde şemalaştırmaktadır (Resim 2).



Resim 2: Yaşayan İlkeler çerçevesi (Çerçeve Giriş). (Dritz, 2014) Türkçeye Uyarlanmıştır.

AIGA'nın bu şeması (Bknz. Resim 2) incelendiğinde birçok unsurun birbiriyle ilişkilendirildiği ve ancak iş birliği yapılması durumunda sürdürülebilir hedeflere ulaşılabileceğini anlamak mümkündür. Bu şemaya göre; tasarımcıların çevreye yönelik özlümleri, alışkanlıkları ve yaptıkları seçimleri, üretimleri, mesajları ve hizmetleri arzu edilen sürdürülebilir tasarıma yakın durmalıdır. Gezegenimiz, bireyler, toplum ve işletmeler direkt olarak refahımızı etkileyen unsurlardır. Sürdürülebilir tasarım ve refah ilişkisi sürdürülebilir ilkelerle (kültür, çevre, insan ve ekonomi) karşılıklı etkileşim halindedir. AIGA'nın bu şeması tasarımcının tüm bu unsurları dikkate alarak sürdürülebilir hedeflere ulaşmak adına bir yol haritası oluşturması gerekliliği üzerine konumlanmaktadır.

İyi Tasarım Olarak Grafik Tasarım

Grafik tasarımın yaşam içindeki rolü; kültürel kodlarla oluşturulan fikir ile teknik olarak yaşamın parçasına dönüşen ürünleri birbirine eşleştirmektir. Böylece bu grafik ürünler (ambalaj, basılı materyaller, yayınlar vb.) üretim aşamasından malzeme seçimine ve tüketim nesnesine dönüşümüne kadar geniş bir ağ içerisinde varlık göstererek, toplumla sürdürülebilir iletişim ve etkileşim kurabilmektedir. "*Tasarım birbirinden farklı pek çok öğenin bileşiminden oluşan bir süreç*" (Ergüven, 2021, s. 13) olarak tanımlanmakta ve belli bir metodoloji içerisinde ele alınmaktadır. "*Tasarım evrelerinin 7 süreçten oluştuğu söylenebilir: tanımlama, araştırma, fikir bulma, ilk örnek oluşturma, seçme, uygulama ve öğrenme*" (Ambrose & Harris, 2013, s. 11) Bu tasarım sürecinin metodolojisi, "... *tasarımcıların çalışma ve düşünme tarzlarının incelenmesini, tasarım süreci için uygun yapıların kurulmasını, yeni tasarım yöntemlerinin, tekniklerinin ve yordamlarının geliştirilmesi ve uygulanmasını, tasarım bilgisinin doğası ve kapsamına, bu bilginin tasarım sorunlarına uygulanmasına dair düşünmeyi içerir*" (Cross, 2016). Başka bir deyişle grafik tasarımda "*bilgi tasarımının ana ilkesi izleyicisi için karmaşık bir veri yığını anlaşılır ve anında ulaşılabilir kılmasıdır*" (Twemlow, 2008, s. 106). Bu tanımlara göre grafik tasarımın probleme yönelik araştırmaları sonucunda ortaya çıkan fikir ile inşa ettiği görsel dil birbiriyle uyum halindedir. Bu bağlamda grafik tasarımın toplumsal statüsündeki yerinin; bir düşünceyi, eylemi, ürünün, dönemin koşulları ile ilişkilendirilerek topluma işlevsel veya görsel bir ürün olarak sunmak olduğu söylenebilir. Bu devinim içinde grafik tasarım ürününün düzenli yayılımını, dolaşımını sağlayacak en bilinen mecra (hem üretim hem de tüketim eyleminin bir parçası olması sebebiyle) reklamdır. Reklam tasarımının enstrümanları ile bir görsel-yazı-metin-duyuru olarak düzenlenmekte ve ortaya çıkan ürünü

tanıtma, satın almaya teşvik etme ve pazarlamaya yönlendirmektedir. Reklam; toplumu ikna etmek, bilgilendirmek ve arzu yaratmak için kullanılan bir sektör olarak anılırken; ürün ve müşteri çerçevesinde yaklaşıldığında sistemlerin devamlılığına hizmet ettiği düşünülmektedir. Tasarım ve reklam girift bir ilişki içerisinde ele alınsa da grafik tasarımın toplumların sosyal sorunlarına yönelik gerçekleşen protestolar, yürüyüşler, propagandalar gibi direniş ve farkındalık hareketlerinin düşünsel aracı olarak da varlık gösterdiği alanları ve dönemleri mevcuttur. Bu durum bize, grafik tasarımın sadece teknik ve teknolojik gelişimlerinin bir sonucu olmadığını, aynı zamanda toplumsalın değişimini etkileyebilen kuvvetli bir görsel dil aracına dönüştüğünü de göstermektedir.

Post modern dönemin başlarında reklamın ticari meta yaratmasına ve yaygınlaşmasına karşı çıkarak, tasarımın sadece pazarlama aracı olmadığına ve tasarımın nihai amacından saptığına vurgu yapan tasarımcılar bulunmaktadır. Bu tasarımcılar, tasarımın farkındalık yaratması gerektiği fikrini savunarak açıkladıkları manifestoları ile, tasarımcının değişimi olduğu kadar toplumların değişimine de vurgu yapmaktadırlar. Bu manifestolardan biri olan Ken Garland'ın 1964'te yayınlanan '(First Things First Manifest), İlk Önce Öncelikler Manifestosu, tasarım ve reklamı birbirinden ayırmayı teklif eden bir karşı çıkış çağrısı olarak ele alınabilir. Grafik tasarımın reklam ile ilişkisine eleştirel bir dil ile yaklaşan bu 1964 manifestosunun radikal değişim isteği dönemin reklam dünyası tarafından kabul görmediğinden, 1999 yılında manifesto tasarım grubu Emigre tarafından güncellenerek "First Things First 2000" adıyla yeniden yayınlanmıştır. (Resim3).

İLK ÖNCE ÖNCELİKLER

1964

Biz, aşağıda imzası bulunan grafik tasarımcılar, fotoğrafçılar ve öğrenciler, reklamcılığın teknik ve araçlarının, yeteneklerimizi kullanmak için en kazançlı, etkili alan olarak sunulduğu bir dünyada yetişirdik.

Bu inancı destekleyen, yetenek ve hayal güçlerini kedi maması, mide ilacı, deterjan, saç bakım ürünleri, çizgili dış macunu, tıraş sonrası losyonu, tıraş öncesi losyonu, zayıflama rejimleri, şişmanlama rejimleri, deodoran, maden suyu, sigara vs. satmak için kullanılanların işlerinin takdir gördüğü yayımların bombardımanına uğradık.

Reklam sektöründe çalışanlar, ulusal refahımıza az ya da hiçbir katkısı olmayan birtakım amaçlar uğruna, fazlasıyla zaman ve enerji harcıyorlar.

Tüketim dalgasının kuru gürlülden ibaret sesi, toplumdaki sayısı giderek artan insanların olduğu kadar bizleri de bir doyma noktasına getirdi.

Uğruna yetenek ve tecrübelerimizi kullanabileceğimiz daha değerli amaçlar olduğuna inanıyoruz; sokak ve binalar için işaretler, kitap ve süreli yayımlar, kataloglar, kullanım kılavuzları, endüstriyel fotoğrafçılar, eğitim araçları, filmler, televizyon programları, bilimsel ve endüstriyel yayımlar gibi, ticaretimizi, eğitim düzeyimizi, kültürümüzü ve dünya görüşümüzü geliştirmeye yönelik diğer alanlar.

Tüketici reklamlarının ortadan kalkmasını savunuyoruz.

Böyle bir şey tatbik edilemez.

Hayati zevki kılan yönlerinden arındırmak istemiyoruz. Önerimiz, iletişimin daha yararlı ve kalıcı biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak.

Umutumuz, toplumumuzun tüccarlardan, statü satıcılardan ve kandırılmaktan sıkılıp, bizim yeteneklerimizi daha anlamlı amaçlar uğruna kullanması. Bütün bunlar ışığında, tecrübe ve fikirlerimizi paylaşmayı teklif ediyor, meslektaşlarımızın, öğrencilerin ve ilgili herkesin kullanımına sunuyoruz.

KEN BRIGGS, RAY CARPENTER, ROBERT CHAPMAN, GERRY CINAMON, ANTHONY CLIFT, HARRIET CROWDER, VAN DODD, GERMANO FACETTI, ROBIN FIOR, ANTHONY FROSHAUD, KEN GARLAND, JOHN GARNER, BRUNO GRIMBY, SEYMOUR HIXTON, GERALD JONES, IVOR KRAMLSKA, SAM LAMBERT, IAN MCCLAREN, CAROLINE RAWLINGS, WILLIAM SLACK, GEOFFREY WHITE, EDWARD WRIGHT.

1999

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 yetişirdik.

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

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

Birçoğumuz tasarımın bu şekilde algılanmasından rahatsızlık duyuyoruz.

Çabalarımız reklam, pazarlama ve marka yaratmaya adanmış tasarımcılar, birey-tüketicilerin nasıl konuşulduğunu, düşünüldüğünü, hissettirdiğini, 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 ilgilimizi bekliyor.

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

Önerimiz, iletişimin, daha yararlı, kalıcı ve demokratik biçimleri lehine önceliklerimizi yeniden sıralamak; ürün pazarlamamızın ötesinde bir zihniyet geliştirmek, yeni bir anlam keşfetmek ve üretmek. Tartışma atamı giderek daralıyor; genişletilmeli. Tüketim aldı başını gidiyor; görsel dillerin ve tasarımın kendi kaynakları aracılığıyla bu eğitime 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 kazandı. Bugün, onların manifestosunu yenilerken, beklentimiz özümsemesi için onlara yitirilmemesi.

JONATHAN BRANBROOK, NICK BELL, ANDREJ BLAUVELT, HANS BOCKING, IRMA BOOM, SHEILA FVRBANT DE BRITTEVILLE, MAX BRUNSMAN, SHAN COOK, I INDA VAN DERUSEN, CHRIS DIXON, WILLIAM DRENTTEL, GERT DUMBAR, SIMON ESTERSON, VINCE FROST, KEN GARLAND, MILTON GLASER, JESSICA HELFELD, STEVEN HELLER, ANDREW HOWARD, TIBOR KALMAN, JEFFREY KEEDY, ZUZANA LICKO, ELLEN LUPTON, KATHERINE MCCOY, ARMAND MEVIS, J. ABBOTT MILLER, RICK POTNOR, LUCIENNE ROBERTS, ERIC SPEKERMANN, JAN VAN TOORN, TEAL TRIGGS, RUDY VANDERLANS, BO WILKINSON.

Resim 3: "İlk Önce Öncelikler" (First Things First) (1964-1999) (Grafik Meslek Kuruluşu, 2002)

1999 manifestosunun eleştirisi, grafik tasarımın reklamlarla ilişkisinin insanları daha çok tüketime yönlendirdiğini, bu nedenle de toplumları dünyanın fiziki ve sosyal koşullarını umursamamasına sebep olduğunu fark ettirmeye ve bu durumu değiştirmeye yöneliktir.

"Problem çözme becerilerimize daha yakışır uğraşlar var. Eşi görülmemiş çevresel, sosyal ve kültürel krizler dikkatimizi çekmek için orada durmaktadırlar. Pek çok kültürel müdahaleler, sosyal pazarlama kampanyaları, kitaplar, dergiler, sergiler, eğitim araçları, televizyon programları, filmler, hayır işleri ve diğer bilgi tasarımı projelerinin acilen uzmanlığımıza ve yardımımıza ihtiyaçları var. Daha faydalı, kalıcı ve demokratik iletişim biçimleri oluşturacak şekilde önceliklerin tersine çevrilmesini öneriyoruz; ki burada kasıt, ürün pazarlamasından yeni bir anlam türü keşfetmeye ve üretmeye doğru bir zihin kaymasıdır. Bu önerilen fikrin kapsamı daralmaktadır ve genişletilmek zorundadır. Tüketicilik tartışmasız ilerlemektedir; kısmen görsel diller ve tasarımın kaynakları aracılığıyla ifade edilen diğer bakış açıları tarafından sorgulanmalıdır" (Branbrook, ve diğerleri, 1999).

Grafik tasarımcı Milton Glaser AIGA'nın 2005'teki ulusal konferansında yaptığı bir konuşmada şunları söylemiştir. *"Biz tasarımcılar toplumdaki rolümüzün ne olduğu konusunda uzun*

zamandır düşünüyoruz. Modernizm'in bile temel ilkesinin sosyal reform olduğunu hatırlamak lazım, ama [bugün] harekete geçmenin gerekliliği her zamankinden daha önemli görünüyor. (...) kültürün kan dolaşımına nasıl dahil olacağı da önemli" (Twemlow, 2008, s. 48). Bu nedenle de manifestoların asıl niyeti çevre ve toplumsal sorunlara karşı tasarımcıya daha etkin bir rol yüklemektir. Bu tavır tasarımcıyı aktivist eylemlere yakınlaştırmaktadır. "Aktivizm, sosyal, kültürel ve/veya politik dönüşümleri ortaya çıkarmak için değişimi hızlandırmak, teşvik etmek veya geliştirmek için eylemlerde bulunmakla ilgilidir" (Luke, 2009, s. 3). Aktivizm toplumsal hareketleri kapsadığından yaşamın her alanında konumlanmakta ve sosyal yaşamın ayırımlarını belirleyen kavramların (ülkeler, siyasiler, kültürler, hukuk ve adalet sistemi gibi) farklılıklarına rağmen, tüm canlıların eşitliği ve hakları fikrine odaklanarak yapılanmaktadır. Bu eylem modelinin amacı toplumsalın içerisinde farklı statülerde ve alanlarda sorunlara yönelik çözümler aramaktır. Aktivizm genel olarak "(1) sosyal değişimi teşvik etmede, (2) değerler ve inançlar hakkında farkındalık yaratmada (örneğin, iklim değişikliği, sürdürülebilirlik vb. ile ilgili olarak) veya (3) kitlesel üretimin ve tüketimciliğin insanların günlük yaşamına getirdiği kısıtlamaları" (Katrin & Beier, 2016) gösterme niyeti taşımaktadır. Aktivizm sadece bir zümreye ait bir düşünsel eylem modeli değildir; yaşamı eşit koşullarda yaşama düşüncesini barındıran tüm disiplinlerde varlık göstermektedir. Tasarımda aktivist yaklaşım; 'kötü'ye yönelik protest tavır sergilemek için 'iyi' düşüncesini kullanılır, amacı net, temiz, düşündürücü ve teşvik için ikna edici bir dil yaratmaktır. Bu nedenle düşünsel yöntemlerle hayata geçen bir grafik ürün, bir gerçekliğin doğrudan anlatılması olduğu kadar toplumları harekete geçirecek eleştirel bir dil olarak da yapılandırılabilir. Çünkü; "Grafik tasarım tasarımcı için bir iletişim aracı, sonsuz keşfetme, öğrenme ve çalışma sürecidir; toplum için ise bireylerin bilgiyi daha kolay kavranışını sağlar. Azimli ve amaca yöneliktir. Ayrıca insanları bir araya getirme olanağı da vardır" (Twemlow, 2008, s. 33). Bu açılımlar ile meseleye bakıldığında, her şeyin gösteri üzerinden gerçekleştiği kurgusal dünyada, değişimi sağlayacak ve farkındalık yaratacak iyi tasarımların varlığı önem kazanmaktadır.

İyi tasarım, yaşamsal alanlarda işleyen, hızla yayılan ve kabul gören, yaşayan tasarıma denk gelir; bu sebeple sürdürülebilirdir. İyi tasarım tasarımcının tasarım metotlarını doğru tanımlama, uygulama ve kullanma becerisiyle ortaya çıkmaktadır. Tasarımın metodolojisi, "...tasarımcıların çalışma ve düşünme tarzlarının incelenmesini, tasarım süreci için uygun yapıların kurulmasını, yeni tasarım yöntemlerinin, tekniklerinin ve yordamlarının geliştirilmesi ve uygulanmasını, tasarım bilgisinin doğası ve kapsamına, bu bilginin tasarım sorunlarına uygulanmasına dair düşünmeyi içerir" (Cross, 2016). Başka bir deyişle tasarım metodolojisi ve araştırma yöntemlerinin amacı iyi tasarımı ortaya çıkarmaktır. 1980'lerin başında ünlü ürün ve mobilya tasarımcısı Dieter Rams'ın belirlediği 10 ilke ile iyi tasarımın temel niteliklerini açıklamıştır ve bu ilkeler grafik tasarım disiplini içinde de geçerli kabul edilebilir. O'na göre;

- 1- "İyi tasarım yenilikçidir.
- 2- İyi tasarım bir ürünü kullanışlı kılar.
- 3- İyi tasarım estetiklidir.
- 4- İyi tasarım bir ürünü anlaşılabilir kılar.
- 5- İyi tasarım göze batmaz.
- 6- İyi tasarım dürüsttür.
- 7- İyi tasarım uzun ömürlüdür.
- 8- İyi tasarım en ince ayrıntısına kadar titizdir.
- 9- İyi tasarım çevre dostudur.
- 10- İyi tasarım mümkün olduğunca az tasarımdır" (Alpdündar, 2015).

İyi tasarım insanın doğada, kültürel ağda ve diğer canlılarla kurduğu ilişkiden algıladığı, kavradığı, ürettiği, tasarladığı ve çevresini tanımlayarak açıkladığı cevaplardır denebilir. Dieter Rams'ın da dediği gibi; "*Bir şeyler tasarlamaya bir sorumluluk duygusuyla başlamamız ve bu kadar çok ürettiğimiz ürünlerden bazılarına gerçekten ihtiyacımız olup olmadığını düşünmemiz gerekiyor*" (Jordahn , 2019). Bu nedenle iyi tasarım, sosyal hayatta somut ve soyut şeylerin üretimini olduğu kadar tüketimin de gerekliliğini sorgulamaktır. Tasarımı iyi yapan şey, tasarımcının arzusunun, ikna ve inandırma yeteneğinin evrensel doğru niteliklerle biçimlenmesi düşüncesidir. Bu bilgiler doğrultusunda tasarımcı bir eylem olarak farkındalık yaratacak fikirleri görselleştirecek-üretecek-boyutlandırarak, düzenleyecek ve anlamlandırarak kişi olduğunun bilincinde olmalıdır. Tasarım eğer toplum içerisinde onu alımlayan bir grup tarafından anlanıyorsa önem kazanır. Bu durum anlamın nasıl yorumlanması gerektiğinin sorusunu da içinde barındırır. Çünkü izleyicinin tasarıma anlam yükleme şekli, toplum içerisindeki ortak anlamlandırma pratiklerinin bağlamına bağlıdır. Bu bilinçle tasarıma yaklaşan tasarımcı, yaşamsal üretim ve tüketim materyallerinin yarar ve zarar kontrolünü göstererek alıcıyı ikna etmek ve sürdürülebilirliğin iyi doğasını düzenlemekle yükümlüdür.

Sürdürülebilir Tasarım Ve Tasarımcının Sorumluluğu

Sürdürülebilirlik açımları, yeşil, ekolojik gibi çok sayıda kavramla birlikte anılır. Çevreyi kapsayan bu tanımların genel çerçevesi süreç içerisinde yeşil tasarımdan ekolojik tasarıma ve ardından sürdürülebilirlik için tasarıma doğru evrimleştiği görülmektedir. Tracy Bhamra ve Vicky Lofthouse, "*Design for Sustainability*" adlı kitabında çevre tasarımına yönelik kavramları şöyle açıklamaktadır:

“Yeşil Tasarım: *Yeşil tasarım, örneğin geri dönüştürülmüş veya geri dönüştürülebilir plastiğin dahil edilmesi veya enerji tüketiminin dikkate alınması gibi tekil sorunlara odaklanır.*

Eko Tasarım: *Tasarım sürecinin her aşamasındaki çevresel hususların dikkate alındığı bir tasarım türüdür.*

Sürdürülebilirlik İçin Tasarım: *Bir ürünün çevresel (örneğin kaynak kullanımı, kullanım ömrü sonrası etkisi) ve sosyal etkisini (örneğin kullanılabilirlik, sorumlu kullanım) dikkate alan bir tasarımdır.*

Sürdürülebilirlik: *Aslında ulaşacağımız bir hedeften çok bir yön olarak kabul edilir” “ (Brahma & Lofthouse, 2007, s. 39).*

Sürdürülebilirliğin ilk aşaması olan yeşil tasarım, tasarımın tüm alanlarını (mimari, kentsel planlama, endüstriyel tasarım ve grafik tasarım gibi) kapsamaktadır. Yeşil Tasarım “... *son ürünü mümkün olduğunca sürdürülebilir ve ekolojik olarak dost hale getirmek için bilinçli olarak çaba gösteren tasarımın bu yönleri için ayrılmış bir terimdir*” (Rigamonti, 2021). Bütünlüklü bir tanım olan yeşil tasarım kavramı 2000 Hannover dünya fuarında kullanılmış ve Hanover ilkeleri ile tasarımcıya seslenerek yeşil tasarımın olması gereken özellikleri açıklanmıştır. Hannover İlkeleri;

1. *“İnsanlığın ve doğanın bir arada yaşama hakları konusunda ısrarcı olun.*
2. *Karşılıklı bağımlılığı tanıyın.*
3. *Ruh ve madde arasındaki ilişkilere saygı gösterin.*
4. *Tasarımın sonuçları için sorumluluk kabul edin.*
5. *Uzun vadeli değere sahip güvenli nesnelere odaklanın.*
6. *Atık kavramını ortadan kaldırın.*

7. Doğal enerji akışlarına güvenin.
8. Tasarımın sınırlamalarını kavrayın.
9. Bilgiyi paylaşarak sürekli gelişmeyi hedefleyin” (Alpdündar, 2015).

Ekolojik görüş; tasarımcıya çevresel hareketlerin tüm canlıları kapsamı durumunda sürdürülebilirliğin sağlanacağını hatırlatmaktadır. Eko Tasarım ise “*tüm yaşam döngüsü süresince bir ürünün çevresel etkileri göz önüne alınarak tasarlanmasına yönelik bir yaklaşımdır. Bir ürünün yaşam döngüsü dendiği zaman, genellikle tedarik, üretim, kullanım ve elden çıkarma süreçleri kastedilmiş olmaktadır*” (Çevre Online, 2007). Bu nedenle eko tasarım ticari birçok sektörün ve kurumsal çalışmaların stratejilerinde yer alan, ürünün üretimi, yayılımı ve dağıtımında çevreyi dikkate alan tasarımları kapsamaktadır.

En geniş anlamıyla sürdürülebilirlik, “*bir süreci zaman içinde sürekli olarak sürdürme veya destekleme yeteneğini ifade eder*” (Mollenkamp & Brown, 2021). Sürdürülebilir grafik tasarım ise birbirine bağımlı olduğu kabul edilen dört unsur olan insan, çevre, ekonomi ve kültürel sistemlerle iş birliği halinde gerçekleşen düşünsel yapılanmanın uygulamasının yayılmasını, basılmasını, kitlelere ulaşmasını sağlayan üretim alanıdır. Bunun için de grafik tasarım düşündürülen, dönüştüren, ihtiyaç ve yönelimlere bağlı işlevsellik kazanan bir dünya tasavvur etmektedir. Grafik tasarımda veri işleyişi, bilgi türleriyle (pratik bilgi, teorik bilgi ve doğal bilimlerin bilgisiyle) donatılmış dünyada, topluma mesajı iletmede ve yeniyi önermede itici bir güç halini alabilecek düşünsel bir ağ içerisinde konumlanmaktadır. Sürdürülebilir tasarımın en önemli özelliği bu bilgi birikimleriyle tasarımı hayata geçirecek doğru uygulama yöntemini bulmak ve geri dönüşümün sürekliliğini sağlayacak bir düzen oluşturmaktır. Sürdürülebilir tasarım düşüncesine toplumu da dahil eden en iyi örnek; Birleşmiş Milletlerin 2030 yılına kadar Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri”ne ulaşma çabasına destek verme niyetiyle EDIT (Expo for Design Innovation and Technology -Tasarım İnovasyon ve Teknoloji Fuarının.) ile ortaklaşa düzenlenen sergidir. EDIT’in en önemli teması olan “Herkes İçin Refah” sloganıyla yapılanan 10 günlük serginin küratörlüğünü Kanadalı tasarımcı Bruce Mau üstlenmiştir. Sürdürülebilir tasarımın araştırmalarına dayalı bu sergi, inovasyonun ve teknolojinin dünya sorunlarını iyileştirmek için nasıl kullanılacağına dair tasarımcıların aradığı cevaplardan oluşmaktadır (Resim 4:, Resim 5).

“Mau, ‘Dünyamız giderek daha fazla amaç ve sürdürülebilir insani gelişme tarafından yönlendirilirken tasarım daha fazla anlam ve fırsat yaratıyor’ dedi. ‘Tasarım, daha iyi bir yarın yaratmak için bugün karşılaştığımız zorlukları çözen bir liderlik metodolojisidir’. ‘Problemleri çözmeyi ve değer yaratmayı düşündüğümüz yol, bize geleceği tasavvur etme ve bu vizyonu gerçekleştirmek için sistematik olarak çalışma yeteneği verdiği için tasarımdan geçmektedir.’” (Howarth, 2017).



Resim 4: EDIT "Herkes İçin Refah" sergisi, (2017) (Howarth, 2017)



Resim 5: EDIT "Herkes İçin Refah" sergisi, (2017) (Howarth, 2017)

Çevre, ekonomik ve sosyal sistemlerin birbirine bağımlı olduğunu kabul eden ve uzlaşma arayan bu serginin hayata geçmesinde, Bruce Mau'nun tasarım sorumlusu olarak görev yaptığı yapım şirketi Freeman'ın verdiği desteğin önemi büyüktür. Dünya ticaret pazarında kurumların sürdürülebilir kalkınma planları; toplum, müşteriler, ortaklar gibi paydaşlarının gelecek ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflemesi ve toplumların gelecek kaygılarına yönelik çözümcül çabaları sürdürülebilir tasarım kavramının yayılımını genişletmektedir. Bu bağlamda grafik tasarımcı çevreye ve doğaya olduğu kadar müşterilere, paydaşlara karşı da görev ve sorumluluklarının olduğunu farkındadır. AIGA (Amerikan Grafik Sanatları Enstitüsü / The American Institute of Graphic Arts), profesyonel tasarımcıların üretim sürecindeki sorumluluklarını standartlara oturtarak maddeleştirmiştir. 1994 yılında yönetim kurulu tarafından mesleki uygulama standartları kabul edilerek maddeleşen bu hususlar 2010 yılında son haline getirilmiştir. Profesyonel bir tasarımcının topluma ve çevreye karşı sorumluluğunu ele alan yedinci bölüm aşağıdaki gibidir:

“7.1 Profesyonel bir tasarımcı, tasarımın uygulanması veya gerekliliğiyle uğraşırken, içinde yaşadığı ve uyguladığı durum veya buradaki kişilerin ve işletmelerin mahremiyeti bağlamında, toplulukların sağlık ve güvenliğini kasıtlı veya pervasızca göz ardı eden herhangi bir şeyi bilerek yapmamalıdır. Profesyonel bir tasarımcı, insanların görsel tasvirinde, doğal kaynakların tüketiminde, hayvanların ve çevrenin korunmasında sorumlu bir rol üstlenmelidir.

7.2 Profesyonel bir tasarımcı, zamanının yüzde beşini topluma hizmet eden ve insan deneyimini geliştiren kamu yararına olan projelere katkıda bulunması için teşvik edilmelidir.

7.3 Profesyonel bir tasarımcı, yaptığı işin çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçlarını dikkate almalı ve olumsuz etkilerini en aza indirmelidir.

7.4 Profesyonel bir tasarımcı, bir müşteri veya işverenden, başka bir kişinin veya grubun insan haklarının veya mülkiyet haklarının ihlalini içeren talimatları, söz konusu kişi veya grubun izni olmadan bilerek kabul etmemeli veya bu tür ihlalleri içeren herhangi bir durumda bilinçli hareket etmemelidir.

7.5 Profesyonel bir tasarımcı üreticiler, tedarikçiler veya müteahhitler tarafından sunulan ve müşterisinin, toplumun veya çevrenin çıkarlarına önemli ölçüde zarar veren bir yükümlülüğün eşlik ettiği malları veya hizmetleri bilerek kullanmamalıdır.

7.6 Profesyonel bir tasarımcı, ırk, cinsiyet, yaş, din, ulusal köken, cinsel yönelim veya engellilik temelinde ayrımcılık yapmayı reddetmeli veya bu ayrımcılığı desteklememelidir.

7.7 Profesyonel bir tasarımcı ifade özgürlüğü, toplanma özgürlüğü ve açık bir fikir pazarına erişim ilkelerini anlamaya, desteklemeye çalışmalı ve buna göre hareket etmelidir” (AIGA, 2010).

Sürdürülebilirlik kavramlarını dikkate alarak toplum içerisinde eşitlik ilkesiyle yaklaşılmasını savunan bu 7. madde, tasarımcının çevreye, ekonomiye, üreticiler vs. karşısında etik ve ahlaki tavırlarının ne olması gerektiğini tartışmaktadır. Milton Glaser’in AIGA’nın etik kurallarında müşterilere ve diğer tasarımcılara karşı uygun davranış hakkında önemli miktarda yararlı bilgi olduğunu düşünür ancak, AIGA’nın tasarımcının topluma karşı sorumluluğunun varlığına değinmemesini eleştirmektedir. Her şeyden önce eğitimin ve tasarımcının ticari kaygılardan çok toplumsal alanlarda var olması gerektiğinin altını çizen Glaser, grafik tasarımdan diplomalı olmanın asıl amacının toplumsal olmak olduğunu savunmaktadır. O’na göre; *“lisanslamanın-diplomalamanın icat edilmesinin nedeni tasarımcıları veya müşterileri değil, halkı korumak olduğu not edilmelidir”* (Glaser, 2002). Tasarımda etik tartışmalarını genişleten Glaser’in ortaya attığı sav, aynı zamanda tasarım eğitim sistemlerine ve tasarım eğitimcilerine sürdürülebilir tasarımı hayata geçebilmesi için müfredatta yer alması gerekliliğinin önemini hatırlatmaktadır.

Sürdürülebilir Grafik Tasarımın Temel Materyalleri

Bir tasarımcının sorumluluğunun sınırları iyi bir tasarımın düşünsel yönünün düzenlenmesi yani sıra, hizmet ve ürün sistemlerinin tasarlanması, yayılması, basılması, uygulanması ve taşınması aşamasına kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenle ticari bir meta olarak varlık gösteren bir grafik tasarım ürünü temelde kâğıt, boya, karton, mukavva, cam, ahşap ve plastik vb. gibi malzemeler ile piyasaya sürülmektedir. Bu malzemelerin temel özellikleri geri dönüştürülebilir ve yeniden üretilebilir olmalıdır. Grafik tasarımcının sorumluluğunu hatırlatan bu durum sürdürülebilirliğin devamlılığını sağlaması açısından önemlidir.

Grafik ürün olan kitap, dergi, broşür, afiş, billboard, gazete vs. gibi uygulama alanlarının ana malzemesi olan kâğıt; doğanın kendi materyalleri olan ağaç gibi bitkisel maddelerin lifleri saçaklandırılarak birbirine bağlanması ve tabaka halinde form biçimine dönüştürülmesinden elde edilmektedir. Kâğıt üretiminde kendir ve pamuk gibi ağaçlara zarar vermeyi gerektirmeyen ve kolayca doğal formuna geri dönebilen hammaddelerden yararlanacak teknolojilerin yaygınlaşip çoğaltılması önemlidir. Aynı zamanda az kâğıt kullanımını desteklemek için grafik tasarımın tasarım sürecinde uygulanan düzenlemeler de önem arz etmektedir. Bunun için de tasarımda yazı karakteri, beyaz alan kullanımı, espaslar, okunurluk ve görsellerin belirli ölçüler ile dizilenecek basım aşamasına geçilmesi ve kâğıdın az kimyasal boyaya maruz bırakılması önemlidir. Böyle bir tasarımda kâğıdın gramajını azaltmak, kullanılacak boyanın yinelenebilirliğine ve dönüştürülebilirliğine önem vermek ve kâğıdın ebatlarını küçültmek fikri de sürdürülebilirlik açısından diğer önemli unsurlardır. Amaç kâğıdı minimum kullanarak alternatif alanlarda çözümler üretebilmek ve dönüştürülmüş kâğıt seçeneklerini tasarımın bir parçası haline getirebilmektir. Kâğıdın dönüştürülerek ekolojiye zarar vermeyen kağıt haline getirilmesi atıkların değerlendirilerek sınıflandırılması ve ayrıştırılmasıyla gerçekleşebilmektedir.

Günümüz görsel dünyasında kâğıt ve baskı sistemlerinin renk çeşitliliği, reklam ve pazarlama stratejilerinin vazgeçilmez unsurlarındandır. Boya ve renk, içeriğinde petrol ve alkol gibi tehlikeli karışımları sebebiyle zehirli atık maddeleri bünyesinde taşıyarak çevreye büyük zararlar verebilmektedir. Ayrıca tasarımda çoklu renk kullanımı sera gazı emisyonunu arttırmakta ve daha fazla solventin (çözücünün-seyreltici) çevreye dağılmasını sağlamaktadır. Daha çok VOCs (Volatile Organic Compounds: Uçucu Organik Bileşikler) içeren malzemelerin ve basım endüstrisinde kullanılan temel mürekkeplerin en temel üç zararı şöyle açıklanmaktadır.

- 1- *“VOCs (Volatile Organic Compounds). Mürekkeplerin kuruması sırasında salınmaktadır.*
- 2- *Ağır metaller. Bunlar pigmentlerin içinde yer almaktadır. (Genellikle metalik renkte olanlarda) ve hem çevre hem de çalışanlarda sağlık sorunlarına sebep olmaktadır.*
- 3- *Yenilenebilir olmayan kaynaklar. Bitkisel bazlı olmayan mürekkepteki temel yağlar petrol bazlıdır” (Özden, 2009, s. 212).*

Mürekkeplerden kaynaklanan VOC emisyonlarının zararlarını azaltan alternatif hammadde arayışları ve baskı yöntemlerindeki gelişmeler, sürdürülebilirliği sağlayabilecek etmenler olarak görülmelidir. Bu nedenle organik bitkisel bazlı ve toksik olmayan mürekkeplerin seçimi ile zehirli maddeler içeren mürekkeplerden kaçınmak sürdürülebilir tasarıma katkı sağlamaktadır. Baskı sistemlerinde kullanılan mürekkebin, kurumasını ve dayanıklılığını hızlandırmak için içeriğinde yer alan pigmentler, bağlayıcılar ve solventler gibi tehlikeli maddeler de geçirdikleri kimyasal işlemler ile çevre için tehlike oluşturmaktadırlar. Bu nedenle gelişen basım tekniklerinin hammaddelerinin de ekolojik olması işlevselliği arttırarak sürdürülebilirliği sağlayabilmektedir.

Kâğıt ambalaj tasarımının ham maddesidir ve ürünü koruma, tanıtma, taşıma ve dayanıklılığını sağlamak amacıyla sanayileşmiştir. Ambalaj kâğıt ürünleri karton, oluklu mukavva gibi materyallerle sınıflandırılmaktadır. Ambalajın yaşamın her alanında işlevsel olma niteliği sadece ürünü koruma olan paketleme değil, besinin tazeliğini koruyacak, uzun süre muhafaza edecek, sağlıklı, güvenli, kolay taşınabilir ve geri dönüşümünün sağlanacağı materyallerden oluşturulmuş olması önem kazanmaktadır. Ambalajın malzemesi sadece kâğıt ve karton ürünleri değildir, ambalaj cam, metal, plastik gibi malzemelerin içeriğinde bulunan niteliklerine göre şekillenmektedir. Tüm bu ambalaj malzemelerinin amacı son kullanım tarihlerine kadar ürünü sağlıklı bir şekilde koruması ve geri dönüştürülebilir malzemelerden üretiliyor olmasıdır.

Özellikle Sarmiento, Muñoz, González, García ve García'nın (2012, s.253) ekolojik ambalajın niteliklerini incelediği araştırmalarında sağlıklı ve çevre kirliliğine yol açmayan ambalajın temel niteliklerini belirlediği 6 maddeye değinmek gerekir.

“Polilaktik asit (PLA); yenilenebilir ve biyolojik olarak parçalanabilen bir malzemedir. PLA'nın gübreye dönüşebilmesi yanısıra karbon ve su gibi doğal bileşenlerde de parçalanma özelliği vardır. Ürünün lezzetini ve aromasını koruması açısından günlük kullanımlar için uygundur. Sıradan bir plastik gibi görünür. Dezavantajı ise donmuş gıda için uygun olmamasıdır.

Bagazo veya bagasse (şeker kamışı küspesi): Şeker kamışının sıkılmasıyla elde edilen lifli bir maddedir. Ana üretici ülkeler Tayland ve Malezya'dır. Ağırlıklı olarak gıda paketleri için kullanılır.

Palmye lifi: Palm yağı ekstraksiyon işleminin yan ürünüdür. Bagasse'ye çok benzer olup, asıl kullanım alanı saklama kabı paketlemesidir. Dünya döngüsü bu malzemenin doğal üreticilerinden biridir.

AgroResin: Tarımsal biyokütleden üretilir. Palmye lifi ambalajına benzer doğal bir görünüme sahiptir. Petrol bazlı plastik kaplara iyi bir alternatiftir.

Şeker kamışı elyafı (Kamış elyafı). Nehir kenarlarında yetişen sazlardan yapılan bir Japon malzemesidir. Bu yenilik, aynı zamanda tarımsal biyokütle ürünüdür. Wasare şirketi, bu malzemeden yapılmış bir dizi biyolojik olarak parçalanabilen mutfak çatal bıçak takımı pazarlamaktadır.

Plasterra: Biyo reçinelerden üretilen biyolojik olarak parçalanabilen ve gübrelenebilir bir plastiktir. Nişasta, PLA ve diğer bileşiklerden oluşur” (Sarmiento, Muñoz, Gonz, García, & García, 2012, s. 253).

Emre Becer'e göre; ambalaj tasarımı endüstrisinin çevreye yönelik sorumluluklarında dikkat edilmesi gereken öğeler ise şöyledir;

“... üretiminde ağaç kullanılmayan, kroninsiz ve geri dönüşümlü kağıtları tercih etmek, baskı aşamasında toksik olmayan soyalı mürekkeplerden yararlanmak, film ve kimyasal içermeyen dijital baskı tekniklerini kullanmak, kendir ve pamuk gibi ağaçlara zarar vermeyen ve kolayca doğal formuna geri dönebilen hammaddelerden yararlanmak, dioksin gibi doğal yaşama zarar veren ve suları kirleten kanserojen kimyasal kullanımından kaçınmak ve ağartılmamış, petrol ürünü içermeyen bitti esası hammaddeleri tercih etmek ambalaj sektörünün başlıca koruyucu önlem ve sorumlulukları arasında sayılabilir” (Becer, 2017, s. 186).

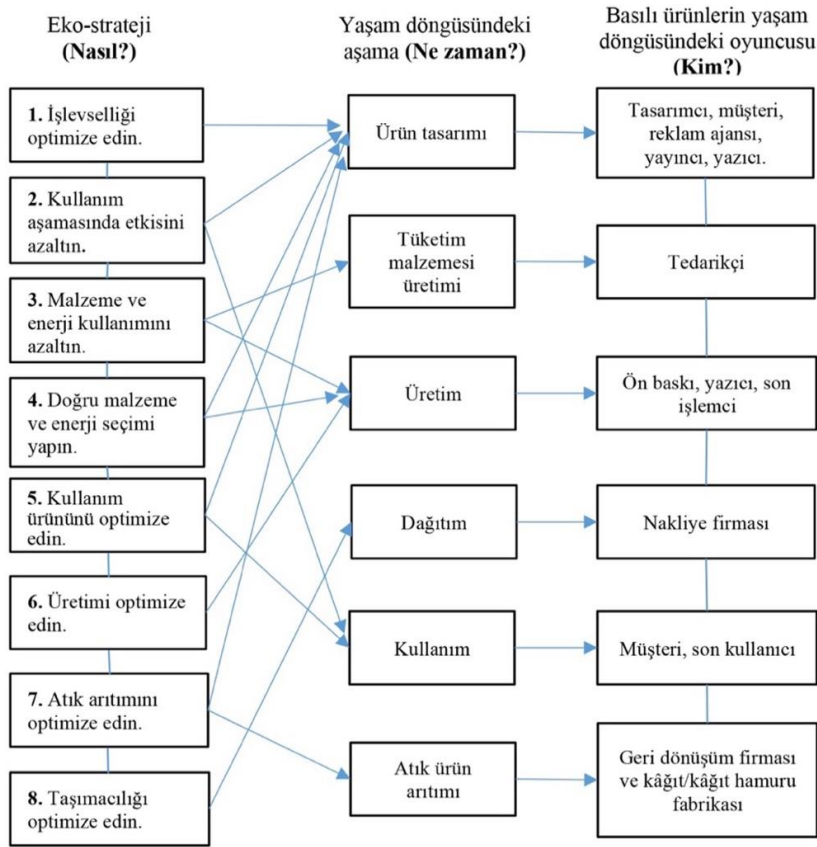
Tasarımcı; yaşamsal süreç içerisinde tanımlanmış semboller, anlamlar, diller, görüntüler, estetik ve işlevsellik kavramlarını somutlaştırarak topluma sunmaktadır. Bu sosyal yapı içerisinde tasarım dil, anlam ve göstergelerle donatılmış görsel bir dünya yaratmaktadır. Tüm evrenin görsel olarak kodlanması her kültürde farklılık gösterse de tasarımcı bu anlamlandırma pratiklerinde net anlamı ve işlevselliği ortaya çıkarma niyetiyle sorunlara yönelik tasarımca çözümler üretmektedir. Grafik tasarımın evrensel boyutta çözüm ürettiği yaklaşımlarından biri piktogram tasarımlarıdır. Piktogram düşünceleri aktaran resim yazı dili olarak tanımlanmakta ve günlük hayatta yapılması gerekenleri, bilgilendirmeleri sağlayarak akılda kalan işaret sistemi olarak anılmaktadır. Günümüz kurumsal firmaların sürdürülebilirlik raporlarında, özellikle reklam kampanyaları, ambalaj tasarımları, bannerlar, sosyal sorumluluk uyarıları vb. gibi alanlarda kullanılan piktogram kullanımı, toplumun birçok kesimi tarafından kolay anlaşılabilir. Yaşamın içinde rol alan piktogramlar bir nesneyi, düşüncüyü veyahut ta yeri imleyerek çağrıştırması sebebiyle anlamı evrensel olarak yayan görsel bir dildir. Bu bağlamda

herkese ulaşabilme özelliğine sahip olan piktogramların sürdürülebilirlik düşüncesini yayma ve hatırlatmada önemli bir rolü olduğu üzerinde durulmaktadır. Örneğin; Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission for Environment and Development-WCED) tarafından “Ortak Geleceğimiz” raporunda kalkınmada sürdürülebilirliği ifade edebilecek birçok kavrama karşılık gelen piktogramlar üretilip tasarlanmıştır (Resim 6).



Resim 6: “Sürdürülebilir kalkınma” terimi, Brundtland Komisyonu olarak bilinen Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED)[1] tarafından “Ortak Geleceğimiz” raporunda kullanılmış piktogramlar. (Sawhney, 2020).

Tasarımın kullanıldığı ve uygulandığı yerler çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenle tasarım yöntem bilimsel hale getirildiğinde, hangi alanda kullanılırsa kullanılsın sistematik olarak kendini denetleyecek bir mekanizmaya sahip olabilmesi önemlidir. Grafik tasarımın ve tasarımcının, eko-stratejileri ve sürdürülebilir çalışmaları, yaygın ve etkin kullanılabilmesi için bir iş yönetimi stratejisine ihtiyacı vardır. Bu strateji sayesinde ürün-tüketim-tanıtım-işlevsellik-kullanıcılar ve geri dönüşüm çerçevesindeki sistemsel yaklaşımlar, yaşamsal döngünün düzenlenmesinde katkı sağlayabilmektedir. Han Brezet; Carolien van Hemel; tarafından (1997) çizilen ve Maria Enroth (2006) tarafından çevre için tasarım (DfE: Design for Environment) olarak düzenlenen, eko-stratejiler ve yaşamsal döngü kurabilmek için, bir çevre tasarımında genel ilkeleri belirleyecek temel kuralları tablo haline getirmişlerdir. Basılı ürünlerden kullanıcı deneyimine kadar yaşam döngüsünün tüm aşamalarını nasıl, ne zaman ve kim sorularına verdiği cevaplarla belirleyen bu tablo, tüm döngüleri hesaba katarak sürdürülebilirliği sağlayacak bir eko strateji modeli sunmaktadır (Resim 7).



Resim 7: Han Brezet; Carolien van Hemel tarafından (1997) çizilen ve Maria Enroth (2006) tarafından çevre için tasarım (DFE) olarak düzenlenen, eko-stratejiler ve yaşamsal döngü tablosu, Türkçe 'ye uyarlanarak kullanılmıştır (Enroth, 2006).

Grafik tasarım, problemin ne olduğunun sorgusuyla başlar, sonra onu düzenleyen tasarımcıya yönelerek nasıl çözümlenmesi gerektiğinin yöntemlerini araştırarak cevaplar üretir. Grafik tasarımcının görevlerinden biri ekonomik pazarın kurduğu dünyayı gösteren imgelerin sürdürülebilirliğini sağlamak; bir diğer görevi de kanıksanmış göstergelerin ve bilgilerin sebep olduğu toplumsal içindeki yaşamsal sorunlara dikkat çekmektir. Tasarımcının ortaya çıkardığı fikir ile düzenlenmiş görsel veyahut işlevsel bir grafik ürün yaşamsal ihtiyaçlara cevap verdiği sürece sürdürülebilirlik kavramı devamlılığını koruyabilir. Bu nedenle tasarım aktif olarak yaşamın içindedir. Tasarımın yaşam içindeki aktif tavrı "onun zaten var olduğunu ve yerleşik bir felsefesi, pedagojisi ve ontolojisi olduğunu, yani bir ilkeler sistemini çevrelediğini, bir bilgeliği ve bilgiyi ortaya çıkardığını, bir öğretim biçimine sahip olduğunu ve kendi varoluş biçimine sahip olduğunu ima etmek" (Luke, 2009, s. 4) demektir. Bu yaklaşım modeli tasarımı; kültür ile toplumlar arasındaki bağların doğru bilgi ile eşleştiren ve toplumu ikna etmeyi sağlayan bir araca dönüştürür. Grafik tasarımın işbirlikçi katılımı ve metodolojileri dönemin koşullarına yönelik sürekli yenilenen çözümlene ve uygulama eylemlerini de beraberinde geliştirmektedir. Tasarımcı bir tasarım alanını düzenlerken oluşabilecek anlam karmaşasını engellemeyi, işlevselliğinde problem olan ürünleri uygulamadan önce çözümlenmeyi ve tasarımdan dolayı ortaya çıkabilecek hataları minimize etmeyi hedeflemektedir. Bundan dolayı grafik tasarımda çevre ve tüm paydaşların devamlılığını sağlayacak ve çıkarlarını koruyacak yöntemlerin koşulları belirlendiği zaman sürdürülebilirlikten bahsedilebilir. Ancak böyle bir düşünceyle tasarım herkes için tasarım, nesiller arası tasarım, çevreyi ve tüm yaşamı kapsayıcı tasarım haline evrilebilmektedir. Tüm bu bağlamlar doğrultusunda tasarımcının toplumun içerisinde fark edilmeden yol gösteren ve rehberlik ederek toplumun şekillenmesinde önemli rol üstlenen bir sorumluluğu bulunduğu söylenebilir.

SONUÇ

Sürdürülebilirlik kavramı insanın, çevreyi, ekosistemi ve türlerin devamlılığını korumak adına tüketimin etkilerini azaltmak ve yaşamın devamlılığını sağlayabilmek için harekete geçiren bir eylem modeli içerisinde ele alınmaktadır. Sürdürülebilirlik insan, çevre, ekonomi ve kültür bileşkesi ile tüm habitatı kapsayacak iyi yaşamın araştırmaları sonucunda sosyal bir tasarım bilincine dönüşebilmekte, düşünsel ve eylemsel bir süreçle gelişebilmektedir.

Sürdürülebilir grafik tasarım üretim ve tüketimin etkilerini hesaplayarak yaşamı sürdürülebilir kılan pratiklerde varlık gösterir. Bunun için de tasarımcının; tasarımlarını eylem biçimine dönüştürecek farkındalıkla meseleye yaklaşması önem arz etmektedir. Tasarımcıların, 1960'lardan sonra gelişen manifestoların aracılığıyla başlayan sorgu ile topluma-doğaya ve çevreye karşı duyarlılıkları artmıştır. Uzun yıllar reklam ile anılan tasarım, teknolojinin yayılımı ile hızlıca tükenen sosyal yaşamın tüketim göstergelerini ürettiği için eleştirilmiş ve sadece gösteri dünyasına hizmet olarak algılanmıştır. Bu nedenle manifestolar dönemin gerçekliğinin ne olduğunu gösterme niyetindedir ve tasarımcının topluma olan sorumluluğunu hatırlatmaktadır. Başka bir deyişle manifestolar tasarımcıyı; sürekli tüketimin teşvik edildiği dünya görüşünün sınırlandırılarak artık sürdürülemez zararlı odaklanmasına ve paydaşları hesaba katarak çözümler üretmesine yönlendirmektedir. Bu sürecin gelişmesi için tasarımın bir yol haritasına ihtiyacı vardır. Bu nedenle de tasarım metodolojisi, tasarımcıya yaşamın tüketim nesnelere materyallerinin sürdürülebilir ve yeniden dönüştürülebilir olan malzeme araştırmalarının yapılmasının koşullarını sağladığı için önemlidir. Bu yöntemde grafik tasarımcı; teorik fikirlerin araştırılmasını yapmakta, tasarımların uygulanabilmesi için gerekli keşiflere çıkmakta ve fikirleri somutlaştırarak grafik ürün haline getirebilmek için iyi olana odaklanmaktadır. Sürdürülebilirlik iyi ve refah yaşamı hedeflerken; sürdürülebilir tasarım iyi tasarım anlayışıyla çözümler sunmaktadır. Başka bir deyişle soruna yönelik çözümlerin merkezinde 'iyi'ye ulaşma çabası vardır. Tasarımda 'iyi'yi oluşturan etmenler sürdürülebilirlik düşüncesinin hem sorusunda hem cevabında bilginin gerekliliğini zorunlu kılan bir anlayışla gelişir. Grafik tasarım alternatif çözümler sunan, sürekli kendini yenileyen ve stratejileri önerebilen birçok disiplinle ortaklaşa hareket edebilen bir alandır. Tasarım aynı zamanda hem geleneksel yönü kuvvetli basım tekniklerinin, hem de teknolojik gelişmelerin hızla yayıldığı bilgisayar sistemlerinin de bir parçasıdır. Grafik tasarım hangi alanda varlık gösterirse gösterebilir temel olarak yaşamın tüketim nesnelere niteliği nelerdir, malzemenin dönüştürülebilirliğinin çözümleri nasıl üretilir gibi sorulara cevaplar aramaktadır. Bu nedenle tasarımın soruna yönelik çözüm anlayışı grafik tasarımcıya yarın tasarlama önemli bir rol yüklemektedir. Çevresel sorunların kurumların kalkınma planlarında yer almasıyla sürdürülebilirlik düşüncesi yaygınlaşmaktadır. Bu nedenle de grafik tasarımcı ister bireysel ister kolektif alan içerisinde varlık gösterebilir, tüm düşünsel alanlarda paydaşlarıyla birlikte sürdürülebilirliğin kapsamını genişletmekle yükümlüdür. Çünkü tasarımcının müşterilere, firmalara, kurumlara, paydaşlara olduğu kadar, topluma ve çevreye karşı eşit bir sorumluluğu da bulunmaktadır.

Tasarımda sürdürülebilirliğin en belirgin etkisi, hizmet ve ürün sistemlerinde kendini göstermekte, grafik ürünün tasarlanması, yayılması, basılması, uygulanması ve taşınması gibi çok geniş alanlarda olduğu zaman hissedilmektedir. Bu bağlamda tasarımcının birey olarak da toplumla iletişim kurduğu diyalektiğinde ne dediği, nasıl dediği, kime ve ne zaman hangi amaçla dediğinin bilinçli hali önem kazanmaktadır. Tasarımcı tasarımdan dolayı ortaya çıkabilecek ekolojik yaşama verilen zararı azaltma sorumluluğu ile meseleye yaklaştığında, tasarımın gücünün sadece ticari olmadığını, aynı zamanda sürdürülebilir yaşamın devamlılığında da rolü olduğunu hatırlamalıdır.

Toplumsal bir düzen içerisinde anlamları tanımlayan tasarımcı, yaşamı sadece sosyal çevre olarak algılamamanın ötesinde doğanın ve diğer ekolojik yaşamların farkındalığıyla sürdürülebilirliğini koruyacağı fikrine odaklanırsa bir gelecek tasarlanmasına katkıda bulunabilecektir.

KAYNAKÇA

- AIGA. (2010). *Your Roadmap for Sustainable Design*. AIGA url'si: <https://epi.aiga.org/aiga/content/why-design/living-principles/your-roadmapforsustainable-design/>. Erişim tarihi: 02.02.2022.
- ALPDÜNDAR, S. *İyi Tasarımın 10 Temel Prensibi: Dieter Rams*. url'si: <http://www.tasarimgunlukleri.com/2015/08/11/iyi-tasarimin-10-temel-prensibi-dieter-rams/>. Erişim tarihi: 07.09.2021
- AMBROSE, G., & Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımda Tasarım Fikri*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- BECER, E. (2017). *Ambalaj Tasarımı*. Ankara: Dost Kitabevi.
- BENSON, E. (2007). *What is Sustainable Graphic Design?* Academia.edu.: url'si: https://www.academia.edu/181397/What_Is_Sustainable_Graphic_Design. Erişim tarihi: 08.12.2021.
- BRAHMA, T., & LOFTHOUSE, V. (2007). *Design for Sustainability*. İngiltere: Gower Publishing House.
- BRANBROOK, J., BELL, N., BLAUVELT, A., BOCKTING, H., BOOM, I., BRETTEVILLE, S. L., GLASE. (1999). *First Things First Manifesto 2000*. url'si: <https://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifesto-2000>. Erişim tarihi: 01.07.2020.
- COŞKUN, A. (2016). Sürdürülebilirlik. *Cogito Tasarım Ne Bekler?* (83), 94-95.
- CROSS, N. (2016). Bilmenin Tasarımından Geçen Yolları: Tasarım Disiplini ile Tasarım Bilimi Karşı Karşıya. *Cogito Tasarım Ne Bekler* (83), 135.
- ÇE. (2007). *Eko Tasarım*, <https://cevreonline.com/eko-tasarim/>. Erişim tarihi: 19.01.2022.
- DRITZ, A. (2014). *Closing the Sustainability Gap: The Emerging Role of Sustainable Graphic Design*. url'si: https://www.academia.edu/17535241/Closing_the_Sustainability_Gap_The_Emerging_Role_of_Sustainable_Graphic_Designer. Erişim tarihi: 05.08.2021.
- ELDEN, M., ULUKÖK, Ö., & YEYGEL, S. (2005-2008). *Şimdi Reklamlar*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- ENROTH, M. (2006). *Developing Tools for Sustainability Management in The Graphic Arts Industry*. Stockholm, Sweden: Royal Institute of Technology.
- ERGÜVEN, A. (2021). *İyi tasarım nedir?* İstanbul: Hümanist Kitap.
- GLASER, M. (2002). *Ten Things I Have Learned Part of an AIGA Talk in London*. url'si: <https://www.miltonglaser.com/files/Essays-10things-8400.pdf>. Erişim tarihi: 22.07.2021.
- Grafik Meslek Kuruluşu. (2002, 01 03). *Tasarım Ekolojisi*. (Dedi Ki, 02) url'si: <https://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf>. Erişim tarihi: 02.09.2019.
- HOWARTH, D. (2017, 10 5). *Designs in EDIT's Prosperity for All Exhibition Tackle "World's Greatest Problems"*. url'si: <https://www.dezeen.com/2017/10/05/edit-prosperity-for-all-design-exhibition-toronto-tackles-worlds-greatest-problems-bruce-mau/>. Erişim tarihi: 07.02.2022.

- JOHN, E. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Gabriola Island, BC : New Society Publishers.
- JORDAHN , S. (2019, 03). *Dieter Rams "Regrets Contributing to Culture of Overconsumption" Says Documentary Director*. url'si:<https://www.dezeen.com/dieter-rams-documentary-gary-hustwit-interview/>. Erişim tarihi: 05.02.2021.
- LUKE, A. F. (2009). *Design Activizm; Beautiful Strangeness for a Sustainable World* London: Earthscan Publishing For a Sustainable Future.
- MOLLENKAMP, D. T., & BROWN, J. *Sustainability*. url'si: <https://www.investopedia.com/terms/s/sustainability.asp>. Erişim tarihi: 05.11.2021.
- NDEM, J. E. (2019, 08). The Place of a Graphic Designer I Environmental Sustainability. *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*,(4), s. 251-255. url'si: <http://www.ijeast.com>. Erişim tarihi: 26.03.2020.
- ÖZDEN, Ö., & SÖNMEZ, S. (2009). Ekolojik Baskının (Green Printing) Avantaj ve Dezavantajları. İçinde, 3. *Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu* (s. 212). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- RIGAMONTI, D. (2021, 10 13). *Environmental - Sustainable - Green Design*. url'si:https://www.designingbuildings.co.uk/wiki/Environmental_-_sustainable_green_design. Erişim tarihi:13.02.2022.
- ROTHENBERG, S., RAFAEL , T., & BECKER, R. (2002, 09). *Environmental Management in Lithographic Printing*. <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=books> adresinden alındı. Erişim tarihi: 05.03.2019.
- SARMIENTO, F., MUÑOZ, R. M., GONZ, J., GARCİA, M. 1., & GARCİA, M. (2012). New Aesthetic Trends in Food Packaging. İçinde, 2. *Uluslararası Tarıma Dayalı Sanayilerde Ürün ve Hizmet Tasarımı Kongresi ve Sergisi, Tasarım Bildiriler Kitabı*. (s. 253). İzmir: İzmir University of Publishing.
- SAWHNEY, K. (2020, 12 23). *Sustainable Development Goals and India's Position Author: Kanishk Sawhney*. url'si: <https://www.lawgicstratum.com/post/sustainable-development-goals-and-india-s-position>. Erişim tarihi: 16.08.2022.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, (2022). *Sürdürülebilir Kalkınma*. url'si: <https://www.mfa.gov.tr/surdurulebilir-kalkinma.tr.mfa>. Erişim tarihi: 02.02.2022.