

PAPER DETAILS

TITLE: Sürdürülebilir Tasarımların Aktivizme Evrilme Sürecinde Fedakârlığın Rolü: Grafik Tasarımda
Alturist Yaklaşımlar

AUTHORS: Aylin GUNGÖR

PAGES: 153-174

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2515558>

Sürdürülebilir Tasarımların Aktivizme Evrilme Sürecinde Fedakârlığın Rolü: Grafik Tasarımda Altürist Yaklaşımlar

Dr. Öğr. Üyesi Aylin Güngör¹

Makale Geliş Tarihi: 12.04.2021

Yayıma Kabul Tarihi: 05.12.2021

Özet

Bu çalışma, grafik iletişim dili bağlamında sürdürülebilir tasarımların salt sosyal etkilerinin yanında günümüzde aktivist bir yaklaşım gündemi de oluşturmaya başladığını gösteren bir araştırmadır. Bu yüzden yaratılan tasarımların sürdürülebilir değişimi insanlar üzerinde gerçekleştirebilmesi adına, tasarım aktivizminin nasıl metodolojiler sağlayabileceği incelenmektedir. Tasarım disiplininin her geçen gün değişen yapısı ve yeni bir “şeye” evrilmesi çeşitli kavramları meydana getirmektedir. Bu kavramlardan biri de “Altürizm”dir. Özgeçilik ve fedakârlık anlamlarına gelen altürizm, tasarımın estetik ve yaratıcı yanının artık neleri değiştirilebileceği üzerine bir tasarım duyarlılığını da ifade etmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında çalışmada, öncelikle sürdürülebilirliğin aktivist yanı ele alınarak nitel veriler üzerinden birçok örneğe yer verilmiştir. Daha sonra sürdürülebilirliğin sosyal etkisini tasarımlarda gerçekleştiren duyarlılık olarak “Altürizm” kavramı, grafik tasarım üzerinden yorumlanmıştır. Ayrıca Birleşmiş Milletlerin küresel kalkınma ağı olan BM kalkınma Programının (UNDP) #herkeseanlatçağrısından yola çıkarak Mardin Gençlik ve Kültür Derneği tarafından “Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi” projesi için yaratılan afiş ve broşür tasarımları incelenerek araştırma eleştiri ve önerilerle sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Aktivizm, Grafik Tasarım, Altürizm.

THE ROLE OF SACRIFICE IN THE PROCESS OF SUSTAINABLE DESIGNS EVOLVING INTO ACTIVISM: APPROACHES IN GRAPHIC DESIGN

Abstract

This study is a research that shows that sustainable designs in the context of graphic communication language have started to create an activist approach agenda besides the purely social effects. For this reason, it is examined how design activism can provide methodologies in order for the created designs to realize sustainable change on people. The changing nature of the design discipline and its evolution into a new “thing” create various concepts. One of these concepts is “Alturism”. Alturism, which means sacrifice and tuism, also expresses a design sensitivity about what the aesthetic and creative side of design can now be changed. In the light of all this information, the study primarily deals with the activist side of sustainability, and different examples are included based on qualitative data. Later, the concept of “Alturism” as the sensitivity that realizes the social impact of sustainability in designs was interpreted through graphic design. In addition, the poster and brochure designs created by the Mardin Youth and Culture Association for the project “The Lazy Man’s Guide to Saving the World” based on the call of the UN Development Program (UNDP), which is the global development network of the United Nations, was examined and the research was concluded with criticism and suggestions.

Keywords: Sustainability, Activism, Graphic Design, Alturism.

¹ Dr. Öğr. Üyesi Aylin Güngör, Balıkesir Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü.
E-posta: aylin.gungor@balikesir.edu.tr ORCID: 0000-0001-8204-2092

"Eski geçmişte her şey yolundaydı...
Çünkü eski geçmişte tasarımcı yoktu"
(Schmidt ve Drommert, 2009).

1.GİRİŞ

İnsanların yaratımları, ister bir tasarım olsun ister günlük hayattaki herhangi bir şey genellikle belirli bir *işlev* çerçevesinde üretilmektedir. Eğer bu çerçeve, işleve dayalı geliştirilmezse tasarım bağlamından uzaklaşarak hemen sanatın gözetimi altına girdiği görülür. Böylece tasarım, faydacı bir propagandayı işlevsel olarak üretirken; sanat, estetik bir söylemi işlevden bağımsız görsel bir öğe olarak üretmektedir. Özellikle Sanayi Devriminden sonra seri üretimle birlikte, tasarım odaklı düşünme fikrinden uzaklaşarak çevreyi önemsemeyen salt piyasa politikalarına hitap eden bir yaklaşım benimsenmiştir. Dolayısıyla Modern insanın doğumu, doğanın ölümünü başlatan sürecin ilk adımı olmuştur. Çünkü ekoloji, "modernin aşırılıkları ve sınırlılıklarıyla meydana gelen felaketleri ortaya döker" (Myerson, 2004: 1). Günümüzde ise iklim değişimi, yoksulluk, salgın gibi konuların küresel çapta artışıyla birlikte sürdürülebilirlik kavramının ve ekolojik konuların giderek önemi artmaktadır. Grafik tasarımcılar, artık yalnızca kurumlara reklama dayalı basılı yayınlar üreten kişiler olarak görülmemekte, sürdürülebilir tasarımlar üreterek sosyal ve kültürel sorunlara dikkat çeken bir *aktivist* olarakta gösterilebilmektedirler. Zira tasarım, "kendini ifade etmeye değil, birçok kişi tarafından paylaşılan bir sorunu keşfetmeye ve çözmeye çalışmak üzerine kuruludur" (Chick ve Micklethwaite, 2011: 13). Grafik tasarımın, sorunları çözerken kullandığı görsel iletişim dili tasarımların aktivizme evrilme sürecinde daha da kolaylık sağlamaktadır.

Nitekim tasarım aktivizmi, çeşitli sosyal ve çevresel bağlantılı olguların yaratıcı tasarımlarla insanlarda ve toplumlar üzerinde sürdürülebilir değişimi sağlamak ve mevcut düzeni değiştirmek için görsel yolla *eleştirel ya da hicivli bir iletişim* dili aktarmasıdır. Örneğin; Victor Papanek, "Design For The Real Wolrd" adlı kitabında; aktivizm içerikli tasarımların "sosyal fayda" yönünün ve toplumun savunucusu rolünün olduğunu belirtmiştir (Papanek, 1997: 146). Fakat grafik tasarım bağlamında sürdürülebilirlik düşüncesi, önceleri aktivizmden bağımsız olarak sektördeki kağıt ve mürekkep gibi malzemelerin kullanımındaki aşırılığın doğaya verdiği zararı üzerinden anlatılmaya çalışılmıştır. "Halbuki bugün elektronik

cihazlardan silinen sanal dosyalar ya da verilerin hepsinin tam anlamıyla yok edilemediği ve üretimlerinde kullanılan gereçlerin ekolojik dengeyi bozduğu da bilinmektedir” (Aktaran Twemlow, 2011: 57). Bu yüzden “tasarımcılar, hem üretici hem de tüketici olduklarından, değişime teşvik etme güçleri ikna edicidir ve her tasarımcının *grafik tasarımın sürdürülebilirliğinin* ne anlama geldiğini bilmesi gerekmektedir”¹. Ayrıca bir meslek olarak grafik tasarım, halkı çevresel sürdürülebilirlik konusunda teşvik etmek ve eğitmek dışında onu uygulamaya, sürece aşılama ve onu sorumlu tasarımın temel bir değeri hâline getirmeye giden doğru davranışı geliştirmeye de sevk etmektedir. Örneğin; çoğu grafik tasarımcı, “II. Dünya Savaşı’nda ve 1970’lerin ilk çevre hareketi sırasında üretilen afişlerde rol oynayan aktivist dilin bugünkü sürdürülebilir düşünceyi nasıl etkileyebildiğinin farkında olduklarını” belirtmiştir (Siegel ve Morris, 2010: 9).

Günümüzde ise tasarımın sürekli gelişen ve değişen yanı yeni bir iletişim dilinin ihtiyacını ortaya koymaktadır. Çünkü “*artık kurumların, ülkelerin, dünyanın ve canlılığın sürdürülebilmesi için çalışacak bir iletişim mekanizması*” gerekmektedir (Saydam, 2016: 129). Özellikle grafik tasarımcıların bu yeni iletişim dilini sürdürülebilir tasarımlarda sağlayabilmesi için de *altürist* bir tasarım duyarlılığına sahip olmaları beklenmektedir. Başkalarının yararını kendi yararı kadar gözetme anlamına gelen altürizm kavramı, bu araştırma makalesinde grafik tasarım disiplini içerisinde yer alan sürdürülebilir tasarım anlayışının aktivizme evrilmesinde yeni bir metot geliştirilebilmesi ya da bakış açısı kazandırma adına öneri niteliği taşıyan bir yaklaşım olarak ileri sürülmektedir.

1.1. Araştırmanın Teorik Çerçevesi

Bu makalede iki teorik çerçeve kullanılmıştır. Birincisi, sürdürülebilir çalışmaların grafik iletişimde her geçen gün sosyal ve kültürel etkilerinin yanında aslında aktivist düşünceyi de desteklediği teorisidir. İkinci teori ise; sürdürülebilirliğin aktivist yanının tasarımlarda ya da tasarımcıda olması gereken altürist yaklaşımın benimsenmesi ile daha kolay gerçekleştirilebileceği üzerinedir.

1.2. Araştırma Metodolojisi

Bu çalışma için seçilen araştırma yöntemi niteldir ve toplanılan veriler; gözlem, arşiv doküman tarama yoluyla uygulanmıştır. Ayrıca Thomas Kuhn tarafından oluşturulan bilimsel araştırmaların incelenmesinde model ve dizin önerisi sağlayan paradigmalardan *yorumlayıcı paradigma* araştırmanın metodolojisi

¹ (Benson, 2007: 1).

için uygun bulunmuştur. Çünkü “yorumlayıcı paradigma, bilimsel gerçeklerin zamana, mekana ve insan davranışına bağlı değişken yapılar üzerine kurulu olduğunu savunmaktadır” (Kozak, 2018: 13).

1.3. Araştırmanın Amacı

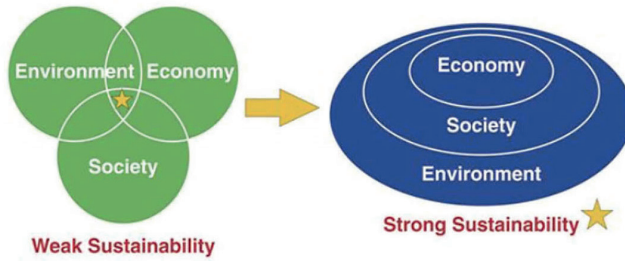
Geçmişten günümüze araştırıldığında grafik tasarımcılara verilen eğitim, görsel kültür ve program bilgisinin birleşimidir. Bu bağlamda tasarımcılar genelde sürdürülebilir eğitimden geçmişte uzak kalmışlardır. Bunun nedenleri ise; tasarımcılardan sürdürülebilir tasarımlar yaratmak yerine kâr elde etmelerini sağlayan trend merkezli işler üretmelerinin istenmesi ve çoğu tasarımcının lisans eğitimi sırasında sürdürülebilir düşünceyi öğrenemeyerek onu gereksiz bulmasından kaynaklanmaktadır (Ndem, 2019: 251). Son yıllarda yurt dışında Alanus Üniversitesi gibi pek çok kurum güzel sanatlar alanında sürdürülebilir düşünceyi sadece tasarım öğrencilerine değil resimden heykele lisans eğitimi sırasında multidisipliner bir program olarak bütün öğrencilerine yönelik vermektedir. Bu makale, tasarımcıların grafik iletişim dili bağlamında aktivist kimliklerini de gözeterek sürdürülebilir ve ekolojik çözümler üretmesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

2.Sürdürülebilir Tasarımdan Tasarım Aktivizmine

Dünyanın geçirdiği evrimsel süreçlerle birlikte sürdürülebilir yaklaşımların küresel ısınma, açlık, salgın, ormansızlaşma gibi olguları içermesi insanlığın bugün yüzleşmek zorunda olduğu ve artık sadece geleceği ilgilendiren bir konu olarak değil, şu anda harekete geçilmesi gereken bir eylemsel durumu ifade etmektedir. Bu eylemsel duruma katkı sağlamada insanları en çok teşvik edecek kişiler ise görsel iletişim olanaklarını kullanmada sınır tanımayan grafik tasarımcılardır. Sürdürülebilir grafik tasarım alanında önde gelen uzmanlardan biri olan Brian Dougherty'e göre; “Sürdürülebilir kelimesi onu destekleyen sistemleri bozmayan ve bu nedenle sonsuza kadar devam edebilen herhangi bir eylem için geçerli olabilir” ifadesini kullanmıştır (Dougherty, 2008: 28). Ayrıca 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından “Our Common Future” (Ortak Geleceğimiz) adıyla yayınlanan Brundtland Raporunda: “gelecek kuşakların gereksinimlerinin karşılanmasına bir sınır getirmeden, günümüz insanların gereksinimlerini karşılayacak biçimde doğal kaynakların kullanılması” olarak tanımlanan *sürdürülebilir kalkınma* kavramı da bulunmaktadır (Tekeli ve Ataöv, 2017: 5). “Bu nedenle sürdürülebilir bir çevre inşa etmek, işlevsel, iyileştirilebilir ve estetik açıdan duyarlı sürdürülebilir kalkınmayı içerir” (Ebezener, 2019: 21). Grafik tasarımcıların sürdürülebilir tasarımlar bağlamında her geçen gün değişen

rolü, artık onları yalnızca estetik şeylerin üreticileri olarak değil, problem çözme becerileri ve işletmelerin/ kuruluşların strateji oluşturmalarına yardımcı birer «görsel iletişimci» olduklarının da hesaba katılması gerekmektedir. Bu açıdan özellikle Türkiye’de lisans eğitimi sırasında sürdürülebilir tasarım düşüncesi ve metodolojileri hakkında eksik eğitim bilgisiyle mezun olan grafik tasarımcılar, sadece proje bazlı sürdürülebilir ürünler yaratarak bu tasarım zorluğunun üstesinden gelmek için hazırlıksızdırlar. Çünkü yurt dışında birçok üniversite, “sürdürülebilir tasarım” bölümleri kurarak pek çok sanat ve tasarım uygulamasında bu durumu eğitimlerine yansıtabilmektedir.

Sürdürülebilir tasarım düşüncesine grafik tasarım disiplininin katılmasının başlangıcı ise 1964 yılında Ken Garland tarafından yazılan ve 21 görsel iletişimci tarafından imzalanan “First Things First” (İlk Öncelikler) manifestosuna dayanmaktadır. “Manifestonun üstünde durduğu ayırıcı nokta, insanlara ulaştırılması gereken verinin kominükasyon yoluyla tasarım veya inandırma yoluyla tasarım arasındaki farkta saklı olduğudur”². Bu nedenle grafik tasarımcıların büyük şirketlere hizmet etmek yerine kültürel müdahalelere, sosyal kampanyalara ve çevresel krizlere destek olması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca grafik tasarımın yalnızca ticari bir araç olmasının önüne geçilmek istenmiştir. Daha sonra 1999 yılına gelindiğinde Adbuster tarafından güncellenen bu manifesto, 33 görsel iletişimci tarafından yeniden imzalanarak grafik tasarımda *sosyal bilincin* önemine dikkat çekmiştir. Bu imzacılardan biri olan Milton Glaser, “tasarımcı olarak çalışırken zor olanın; profesyonel yaşamın gerçekliğinin dengelenmesi, hayatın nasıl kazanılacağı ve bireyin zarar vermeme arzusu olduğunu” açıklamıştır (Aktaran Stepsy, 2012: 16). Bu anlamda sürdürülebilir tasarımlarda bir grafik tasarımcının çevreye zarar vermeme duygusu ise “altürist” yaklaşımlarla geliştirilebilir. Bu bilgilerin yanı sıra çağdaş sürdürülebilirlik modelleri araştırıldığında; *çevre, toplum ve ekonomiden* oluşan üç boyutlu bir süreci içerdiği de görülmektedir. Bu modeller akademik literatürde zayıf ve güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımları olarak belirtilmiştir (Görsel 1).



Source: Maureen Hart - Sustainable Measures

Görsel 1 : Sürdürülebilirliğin zayıf ve güçlü yanları.

² (Dedi ki, 2002).

Sürdürülebilirlik, genellikle “yeşil” ve “eko” tasarım olarakta literatürde bahsedilmektedir. Özellikle “yeşil grafik tasarım” da David Sargent tarafından geliştirilmiştir (2013: 79) ve “birçok grafik tasarımcı üretim yöntemlerinde sürdürülebilirlik ilkelerini gayretle benimsemiştir” (Bonsu, Chisin ve Cronje, 2020: 61). Bu yüzden grafik tasarım disiplini içerisinde, önceleri sürdürülebilir yaklaşımların tasarımlarda gösterilmesi doğaya zarar vermeyen ürünlerle ve kullanılan malzeme tüketimiyle (kağıt, mürekkep, vs. gibi) ilgiliyken bugün artık sürdürülebilirliğin tasarımlarda “sonradan ilave edilen” ya da “eklenti” bir yaklaşım olmaması gerektiği ile ilgili ifadelerde mevcuttur. Örneğin; Giresun Üniversitesi Görele Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Tasarımı Bölümünde yürütülen GTBL-311 ambalaj tasarımı dersinde üçüncü sınıf öğrencilerinin ürettikleri tasarımlarda sürdürülebilirlik düşüncesini aktivist bir yaklaşım olarak değil ürün bazlı geliştirebildikleri görülmüştür (Görsel 2). Bu durumun öğrencilerin yaşadıkları çevre ve aldıkları eğitimle de ilgili olduğu unutulmamalıdır. Amy Dritz’in “Sürdürülebilirlik Açığının Kapatılması: Sürdürülebilir Grafik Tasarımcının Ortaya Çıkan Rolü” adlı yüksek lisans tezindeki bulgulara da belirtildiği gibi, “sürdürülebilirlik kavramının grafik tasarım çalışmasına pratik olarak nasıl uygulanacağına dair bir anlayış dâhil olmak üzere, grafik tasarımcılar arasında sürdürülebilirlik eğitiminde bazı boşluklar bulunmaktadır” (Dritz, 2014: 47). Dolayısıyla hem bu boşlukların doldurulması hem de grafik tasarımcıların sürdürülebilir bir şekilde pratik yapabilmeleri için sadece yenilenebilir/geri dönüştürülebilir/yeniden kullanılabilir ürün bazlı tasarım anlayışının yanında insanları ikna etme gücünü görsellikten alarak grafik tasarımda *aktivist* bir düşünce de geliştirmeleri gerektiği bu araştırma makalesinde ileri sürülen görüşler arasında yer almaktadır.



Görsel 2: Giresun Üniversitesi GGSF Grafik Tasarımı Bölümü'nde üretilen Lipton ambalaj tasarımları. Sınıf GTBL 311 -Ambalaj Tasarımı Dersi Vize Öğrenci İşleri (Medine Şan, Ayşe Nur Karakayalı, Elvan Yıldız).

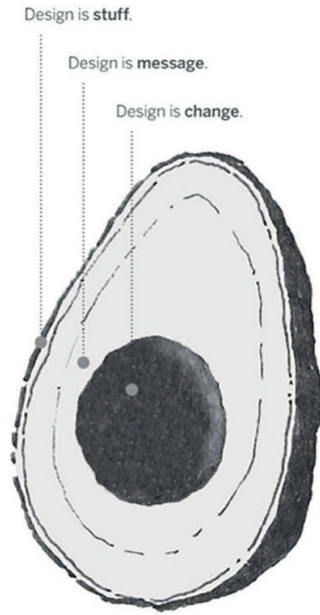
2.1.Tasarım Yoluyla AktivizmÜretimi

Aktivizm, yıllarca yalnızca sanatla ilişkilendirilen bir akım ya da alan olarak nitelendirilmiştir. Hatta toplumdaki çoğu kişi aktivizmi, medyadan edindikleri yanlış bilgilerle birlikte tamamıyla politik konuları içeren eylemsel bir durum olarakta görmektedir. Bir görüşün savunulması olan aktivizm, görsel/dilsel bir problemin kültüre ve topluma geri kazandırılması olarakta ifade etmek mümkündür. Tasarım kavramının her gün değişen yapısı, ekolojik konuların grafik tasarım disiplinince çözümlenmesi gibi olgularla birlikte, bugün grafik tasarımcılar aktivizmde merkezi bir rol oynamaktadırlar. Aktivizmin tasarımda oynadığı bu rol, hedef kitle üzerinde sosyal değişimi başlatmak, görsel yolla ikna etmek ya da farkındalık yaratmakla ilgilidir. Rick Poynor'ın da belirttiği üzere "zaten grafik tasarımın standart hedeflerinden biri davranışsal değişimi teşvik etmektir" (Poynor, 2008: 33). Aslında Brain Dougherty'de bu durumu doğrulayarak grafik tasarımcıların değişen rolleriyle ilgili şu açıklamalarda bulunmuştur:

Bir grafik tasarımcının rolü hakkında düşünmenin üç farklı yolu vardır. Bir şeylerin manipülatörü olarak tasarımcı; mesaj oluşturucu olarak tasarımcı; ve değişimin temsilcisi olarak. Tasarımı büyük, olgun bir avokado olarak düşünmeyi seviyorum. Bu avokadonun dış tabakası, kağıt ve baskının fiziksel dünyasını temsil eder. Bu tasarımın hemen görülen en bariz kısmı yani, malzeme katmanıdır. Yine de avakadonunderisini soyarsak eti keşfederiz. Bu marka ve bilgi alanıdır. Dış kısmındaki tüm bu şeyler, bilgiyi iletmek, tüm mesajların ve tasarım malzemelerinin etrafında döndüğümmercezi zorluğu sunmak için gerçekten vardır (Dougherty, 2008: 14) (Görsel 3).

Kuşkusuz bir tasarımcının sürdürülebilir bir yaklaşım geliştirebilmesi için günümüzde tasarımında kullandığı; illüstrasyonu, tipografiyi, fotoğrafı sadece trend merkezli ya da müşteriye yönelik işler olarak değil, yaygın ve güncel sürdürülebilir davranışa teşvik eden aktivist bir düşünce biçimi olarakta çalışmalarında yansıtması gerekmektedir. Örneğin: bugün bazı tasarımcılar, grafik tasarım disiplininde üretilen işlerle dünyanın kurtarılabileceği üzerine söylemlerde bulunurken bazıları da böyle bir durumun söz konusu olamayacağını iddia etmektedirler. John Hudson, "Grafik tasarım dünyayı kurtarabilir mi?" sorusuna "elbette olamaz diyerek, bunu yapabilmek için bir tasarım problemine daha sorumlu bir

ethos uygulamak için yerinde beceri, bilgi ve anlayışa ihtiyaç olduğunu" ifade etmiştir. (CreativeBloqStaff, 2022). Ellen McMahon ise 2014 tarihli bir makalesinde "Tasarımcılar gezegeni kurtarabilir" diye yazarak: "Tasarımcıların eğitim şekli değiştirilmeli, böylece kendilerini işe alınacak sanatçılar olarak değil, daha büyük bir fayda için çalışan bilgili ve yaratıcı güçler olarak düşünebilmeleri gerekmektedir" ifadesinde bulunmuştur³. Bu yüzden grafik tasarımda yaşanan bu çok boyutlu sürecin aktivizm açısından sürdürülebilir tasarım anlayışının gelişmesine katkı sağladığı ve dünyayı ekolojik olarak kurtardığı söylenebilir. Dolayısıyla Aktivist bir tasarımda, tasarımcının emek ve uzmanlığına dayalı etik tutumu, kendi müdahale ettiği/savunduğu düşüncesini yaratmak için kullanılır. Bu estetik ve görsel müdahalenin amacı, hedef kitlede olağandışı bir güç yaratmak, hep aynı olanı yıkmak ya da belirli kalıpların dışına çıkmak olarak yorumlanabilir.



Görsel 3: Brian Dougherty, Tasarımın Katmanları, Avokado Örneği (Dougherty, 2008: 16).

Tasarım tarihine bakıldığında Sanayi Devrimi ile birlikte gelen seri üretim fikri grafik tasarımı, toplumu reklam afişleri ve ambalajlarla tüketim kültürüne yönlendiren bir alan hâline dönüştürmüştür. Ancak 21. yüzyıla gelindiğinde ise doğanın sınırlı bir kaynak olduğu fikri grafik tasarımda,

³ (McMahon, 2014).

sürdürülebilir bağlamda aktivizmin kapılarının açılmasını sağlamıştır. Bu nedenle tasarım aktivizmi, artık “eskiden *tasarım reformu* olarak nitelendirilen şeyin *yeni ve modaya uygun* bir terimi”dir (Less-Mafi, 2019: 90). Ayrıca tasarım aktivizmi, dünya çapında birçok biliminsanı tarafından bir dizi söylem, uygulama ile hayata geçirilmiştir. Alastair Fuad Luke göre tasarım aktivizmi, “pozitif sosyal, kurumsal, çevresel veya ekonomik değişim yaratmayı ve dengelemeyi amaçlayan bir karşı anlatı yaratmak için bilerek veya bilmeyerek uygulanan tasarım düşüncesi, hayal gücü ve pratiği” olarak tanımlanmıştır (Luke, 2009: 26). Böylece tasarımcılar, ister tek başlarına ister bağlı oldukları ajans veya kurumlarda aktivizme hizmet eden herhangi bir tasarım anlayışına işlerinde yer verdikleri anda “tasarım odaklı aktivizm” harekete geçmiş olarak kabul edilmektedir. Hatta toplumdaki sorulara ve sorunlara olası yanıtları keşfetmek için tasarımı kullanmakta “tasarım aktivizmi” hâline gelmiştir⁴. Ann Thorpe ise; “sosyoloji ve siyaset bilimi alanındaki bazı araştırmacıların, “tasarım aktivizmi”ni duyduklarında, bunun “*kötü tasarımı protesto etmek*” anlamına geldiğini varsaydıklarını” belirtmiştir. Bu bağlamda geleneksel aktivizm ve tasarım aktivizminin aynı normları içermediğini ifade etmek mümkündür. Örneğin; 2010 yılında Greenpeace, Meksika Körfezi petrol sızıntısının ardından ekolojiye verilen zararın grafik iletişimle görselleştirilebilmesi için BP logosunun yeniden tasarlanmasıyla ilgili aktivist bir kampanya düzenlemiştir. Görsel 4’te yaratılan logolar incelendiğinde, petrolün gerek hayvanlar üzerindeki gerekse doğa üzerindeki olumsuz etkileri tüm açıklığıyla vurgulanmaya çalışılmıştır. Ayrıca logolarda genellikle, BP logosunun orijinal görüntüsü üzerinden piktografik ve illüstratif bir dil kullanılmıştır (Görsel 4).



Görsel 4: BP logosunun tasarım aktivizmine bağlı olarak yeniden düzenlenmesi.

⁴ (Nguyen, 2017).

Tasarım aktivizminden bağımsız olarak geçmişte günümüze ülkelerin kendi aldıkları kararlarla sürdürülebilirlik ve ekoloji ile ilgili pek çok konferans, sanat çalışması ya da uygulama da gerçekleştirilmiştir. Bunlar; Kyoto Protokolü, Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı, İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi, Rio Beyannamesi gibi dünyanın daha iyi bir yer olmasını sağlamada atılan adımlardır. Yine günümüzde de olduğu gibi "Marks&Spencer plastik torbalar için insanlardan para talep etmiş, Design Council sürdürülebilirliği "esas" öncelik olarak belirlemiş, egzoz emisyonu yüksek olan taşıtlara devletler tarafından bazı ceza vergileri getirilmiş, Londra 2012 Olimpiyatlarında ilk defa "sürdürülebilir anlayış" benimsenmiştir⁵. Tasarım aktivizminde sorgulanması gereken asıl konu ise; tasarım üretiminin müşteri ve hizmet ilişkisine dayanmasıdır. Tasarım aktivizmi üreten gruplara/tasarımcılara/kuruluşlara bakıldığında, daha çok bu konu üzerine eğilen serbest sanatçılar olarak yayılım göstermektedir. Örneğin; İngiltere'de kurulan Plane Stupid adlı aktivist grup, 2009 yılında "gereksiz ve sürdürülemez uçuşları" eleştirmek adına bir video çekmiştir. Videoda, gökyüzünden kutup ayıları gökdelenlerin arasından sarsıcı bir şekilde uçarak şehre düşmektedir (Görsel 5). Video'nun sonunda ise; "ortalama bir Avrupa uçuşu, her yolcu için 400 kg'dan fazla sera gazı üretir. Bu da yetişkin bir kutup ayısının ağırlığına eşittir" metni çıkmaktadır. Böylece "tasarımcılar, aktivist anlayışı çalışmalarında gösterip daha derin değerler ararken, tasarımdan bağımsız serbest çalışan aktivistler, tasarımın kendi özel amaçlarını ilerletmede oynayabileceği rolün giderek daha fazla farkına varmaktadırlar" (Chick ve Micketwaite, 2011: 62).



Görsel 5: Plane Stupid, Polar Bear, 2009.

⁵ (Gerber, 2008).

Her geçen gün değişen tasarım kavramının anlamı, sürdürülebilir bir dünya için toplumlarda sorumluluk algısında oluşmasını hedeflemektedir. Grafik tasarımcılar ve görsel iletişim tasarımcıları için bu durum, insanları tasarım aktivizmi aracılığıyla bilgilendirmek, harekete geçirmek ve küresel toplumu iyileştirmek gibi sorumluluk bilinci kazandırmakla başlamaktadır. Bu bağlamda gerçek sürdürülebilirlik, "sorumluluk bilinci kapsamında insan sağlığını hesaba katar, yalnızca fiziksel refahı değil, aynı zamanda güçlü sosyal altyapı, mutluluk ve memnuniyete götüren sosyal bağları da hesaba katmaktadır" (Benson ve Perullo, 2017: 6).

Grafik tasarımcıların, etkili görsel iletişim kurallarını bilmesi ve pazarlama yöntemlerini insanlar üzerinde iyi kullanmasına yazık ki bazı metodolojik güvenlik açıklarının ve etik olmayan sorunlarında doğması sağlamıştır. Örneğin; sigara şirketleri bu metodolojik açığın en güzel örnekleridir. Camel sigara şirketi, 1987 yılında sigaraları için "Deve Joe" adında bir maskot yaratmıştır (Görsel 6). Bu maskot, sigara afiş ve ambalajlarında yansıtılan görsel ifadesiyle son derece genç ve yakışıklı, kızları peşinden sürükleyen eğlenceli bir karakter olarak resimlenmiştir. Grafik tasarımın pazarlama yöntemleri kullanarak yaratılmış olan bu maskot, insan sağlığı ve çevre için son derece zararlı sigaranın tüm dünyada daha çok satılmasını sağlamıştır. Fakat daha sonra 2000'li yıllarda, tasarım aktivizminde yaşanan gelişmelerle birlikte Deve Joe'nun hasta ve yaşlanmış hâli resimlenerek sigaranın zararlı etkileri tüm gerçekliği ile gözler önüne serilmiştir (Görsel 7). İşte tüm bu bilgilerden yola çıkarak, grafik tasarımcılara büyük bir sorumluluk düşmekte ve sürdürülebilir tasarımların aktivizme evrilme sürecinde fedakâr bir bakış açısıyla konuyu ele almaları gerekmektedir.



Görsel 6: Deve Joe, Camel Sigara Şirketi, 1987.



Görsel 7: Deve Joe, Sigaranın yıkıcı sonuçları, 2001.

3.Grafik Tasarımda Altürizm: Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi

Grafik tasarım mesleği, yalnızca iyi bir görsel oluşturmak veya hedef kitleye bir şekilde mesaj iletmek değildir. Bu meslek, kimi zaman içine toplumsal ve kültürel konuları katarak geleceğe yön veren, yaratılan tasarımlarla bir markanın kimliğinin yıllarca akılda kalmasını sağlayan, ürünlerin ambalaj tasarımları ile sağlık işlevine önem veren, kampanyalarla doğayı daha iyi bir yer hâline getiren çok yönlü bir disiplindir. Bir anlamda “grafik tasarım mesleği başlı başına bir ekosistemdir” (Benson ve Perullo, 2017: 15). Bu ekosistemin içinde fotoğrafçılar, illüstratörler, tipografistler, metin yazarları, danışmanlar, kağıt üreticileri, matbaacılar gibi işbirliği ile çalışılan pek çok meslek bulunmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir tasarımlar üretilirken bütün bu ekosistemin içinde yer alan meslekler, grafik tasarımı yeni bir yapıya kavuşturmakta ve geçirgenliğini artırmaktadır. Artık tasarımların odak noktası, ürün bazlı yaratım değil aktivist temelli yaklaşım gündemi oluşturmaya başlamıştır. Sürdürülebilir tasarımlar üretilirken toplum üzerinde algısal bir farkındalık yaratmak, değişimi başlatmak ve çözüm odaklı davranış kalıpları geliştirmek gibi aktivist yaklaşımların gerçekleştirilmesi için tasarımcıların bireysel *fedakâryönünü* ortaya çıkararak *altürist* bir anlayış benimsemeleri gerekmektedir. Böylece insanlığın en eski kolektif içgüdülerinden biri olan fedakârlık, sürdürülebilir tasarımların aktivizme evrilme sürecinde bu araştırma makalesinde yeni bir metot olarak sunulmaktadır.

Tarihte ilk defa August Comte (1875) tarafından bahsedilen fedakârlık kavramı, "başkaları için yaşama eğilimi ve arzusu" olarak tanımlanmıştır. Daha sonraları bu tanımlamaya "başkalarının çıkarlarının, bireyin kendi çıkarlarından daha önemli olması" anlamı da eklenmiştir (Rand, 1961: 36). Çoğu ekolojiste göre; "fedakârlık yalnızca insan popülasyonları arasında değil, aynı zamanda sürünün gençlerini korumak ve savunmak için birlikte hareket eden kurtlar gibi diğer yüksek memeli türleri arasında da var olduğu açıklanmıştır" (Stairs, 2005: 6). Bugün birçok tasarımcı, çalıştığı ajans ve kurumlarda, müşteri odaklı ve ürün bazlı tasarımlar yapmasından dolayı fedakâryönünü ortaya koyamayarak geleneksel kâr amaçlı tasarımlar yaratabilmektedir. Bu bağlamda "tasarım fedakârlığı, piyasaların ihtiyaçlarından yararlanma taahhüdü ile temelde motive edilen tasarım pratiği ve teorisidir" (Chick ve Micklethwaite, 2011: 66). Ayrıca tasarım fedakârlığı, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir tasarım, tasarım aktivizmi ya da ihtiyaç için tasarım, kalkınma için tasarım gibi özgecil projelerle de desteklenmektedir. Bu projeler yaratılırken özellikle yurt dışında ICOGRADA, Design For The Real World gibi dernek veya kuruluşlarca gerçekleştirilmektedir. Aslında ICOGRADA, tasarımcıların profesyonel davranış kuralları arasında, "bir tasarımcının topluma karşı sorumluluklarının müşterisinden önce ve onun üzerinde olduğunu" vurgulamaktadır (Stairs, 2005: 8). Bu durum özgeciliğin, her tasarımcıda bir tasarım duyarlılığı olarak geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Örneğin; Türkiye'de Mardin Gençlik ve Kültür Derneği tarafından Birleşmiş Milletlerin kalkınma ağı olan BM kalkınma programının #herkeseanlat çağrısından yola çıkarak "Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi" projesi için yaratılan afiş tasarımları ve broşürlerde sürdürülebilirlik konusu aktivizm ve fedakârlık odaklı ele alınarak insanlarda değişimi başlatmayı ya da teşvik etmeyi hedeflemişlerdir (Görsel 8, 9, 10). Yapılan afiş tasarımı ve broşürlerde sürdürülebilirlik; yamuk yumuk sebze almak, kendine ve çocuklarına aşı yaptırmak, kağıt para kullanımını bırakmak, elektronik aletleri bir prizde toplamak, enerji tasarruflu ampuller kullanmak, çıktı yerine dijital pos-it kullanmak, çakmak yerine kibrit kullanmak, alışveriş yaparken kendi çantayı kullanmak, televizyon izlerken ışıkları söndürmek, duşta kısa kalmak, işyerinde stk'lara dayalı projeler üretmek, bir restorana gittiğinde sürdürülebilir ürünler yemeği tercih etmek, çöplerini geri dönüştürmek, kadınların eşit ücret ve iş politikası ile çalışabilmesini sağlamak gibi durumsal konuları içermektedir. Afişler grafik tasarım bağlamında değerlendirildiğinde, tarz olarak sadelik ve tek renk kullanımı dikkat çekmektedir. Bu durum minimal bir tasarım anlayışında afişlerin üretildiğini göstermektedir. Afişlerde kullanılan tipografiler, serifsiz ve ilk bakışta okunaklılığı sağlayan fontlar

olarak tercih edilmiştir. Konu bütünlüğüne göre de tipografide kullanılan renkler, her afişte değişmektedir. Görsel 8’de konumlandırılan afişlerde, sol tarafta “yamuk yumuk kesilen meyve illüstrasyonu” ile birlikte “yamuk yumuk sebzeleri satın alın” metni dikkat çekmekte, sağ tarafta ise; “aşı olurken çizgilerle resimlenen bir bebek figürü ve “kendine ve çocuklarına aşı yaptır” metni yer almaktadır.



Görsel 8: “Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi” adlı proje için yaratılan afiş tasarımı ve broşürler. Mardin Gençlik ve Kültür Derneği, 2018.

Genel olarak afişler, bir slogan ve bir illüstrasyon üzerinden yaratılmış ve insanlarda sürdürülebilir bilincin başlamasına teşvik etmeğe yönelik üretilmiştir. Mardin Gençlik ve Kültür Derneğinin logosu ise afişlerin sağ köşesine konumlandırılmıştır (Görsel 9). Renk, biçim, metin ve illüstrasyonların yerleştirilmesi bakımında afişlerde ortak bir “grafik dil” hâkimiyeti de görülmektedir.

Bir tasarımcı, özgecil çalışmayı profesyonel hayatına hangi şekilde entegre ederse etsin, değer duygusu ve kimliği üzerinde kalıcı bir etkiye sahiptir. Bu nedenle tasarımcıların fedakâr yanı, tasarımları anlamlandırabilmelerine ve pratikte faydalı bir iş yapabilme duygusunu da benliklerine katmalarını sağlar. Bu durumun sonucunda da özgecilik, “tasarımcıların ticari olarak yönlendirilen müşteri ilişkilerinden uzaklaşarak kendi sınırlarının ötesini görebilmelerine olanak tanır” (Chick ve Micklethwaite, 2011: 66).

TEMBEL İNSANIN -DÜNYAYI KURTARMA- REHBERİ

Kullandığın eski aletleri enerji tasarruflu modeller ve ampullerle değiştir.



TEMBEL İNSANIN -DÜNYAYI KURTARMA- REHBERİ

Hatırlaman gereken şey mi gördün? Çıktı alma. Bilgisayarına kaydet ya da daha iyisi dijital post-it notu kullan. Gerekmedikçe kağıt harcama.



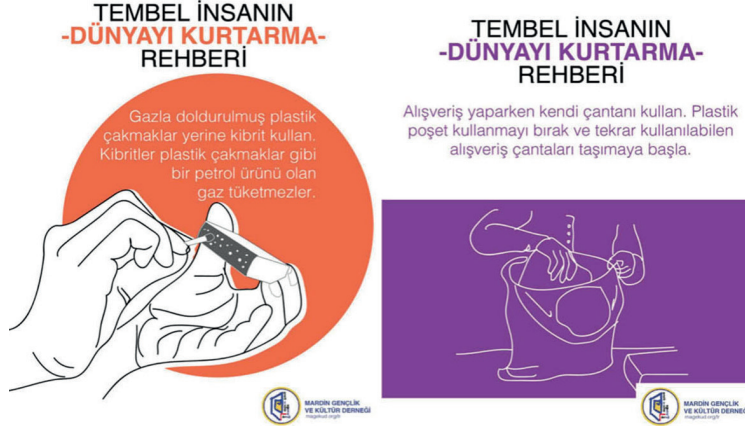
Görsel 9: “Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi” adlı proje için yaratılan afiş tasarımı ve broşürler. Mardin Gençlik ve Kültür Derneği, 2018.

Şüphesiz tasarımcılar, mesleki yeterliliklerini bu gibi projelerde gösterdikçe ve buna değer olduğunu düşündükleri bir amaca hizmet ettikçe tasarımın geleceği maddi kazançtan uzaklaşarak sürdürülebilir tasarım aktivizmine dayalı daha çok tasarımın üretilmesini sağlayacaktır. Bu açıdan “Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi” adlı projeden yola çıkarak oluşturulan afiş ve broşür tasarımları, özünde maddi kazanca dayanmayan tamamıyla sürdürülebilir yaşam biçiminin insanlara aktarımında tasarım aktivizminin fedakâr yönünün çok iyi gösterildiği bir çalışma olmuştur (Görsel 10). Ayrıca afiş ve broşürlerde gösterilen, sürdürülebilir tasarımların aktivizme evrilme sürecinde yansıtılan fedakâr değerler ve etkili grafik iletişim dili insanlara kazandırılması beklenen davranış değiştirme becerisinin faydalı bir yaşam pratiği olarak dönüştürülebileceğine işaret etmektedir.

Bu proje kapsamında, hem internet üzerinden web sitesi⁶ ile birçok kişiye ulaşılmış hem de sergide yer alan afiş tasarımları ve broşürler ile bireyler yaptıkları her bir sürdürülebilir davranışı #herkeseanlat hashtag’i çatısı altında sosyal medyada paylaşmışlardır. Proje, sürdürülebilir bir yaşam için geleceğe dönük ve günlük uygulanabilecek basit davranış biçimleri ile küresel amaçların haritasını çıkarmıştır. Ayrıca yaratılan afiş ve broşürlerde, kâramaçlı tasarım uygulamalarından bağımsız olarak

⁶ (Küreselamaçlar, 2021).

hem grafik tasarımında hem de aktivist yapısında altürüst bir yaklaşım görülmektedir. Böylece sürdürülebilir tasarımların aktivizme evrilme sürecinde tasarımlar kadar tasarımcıların da fedakâr bir yaklaşım diline sahip olmaları gerekmektedir.



Görsel 10: “Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi” adlı proje için yaratılan afiş tasarımı ve broşürler. Mardin Gençlik ve Kültür Derneği, 2018.

Örneğin; birçok tasarımcı fedakâr/özgecil işler üretmekten korkmaktadır ve “patronum benden bunu yapmamı istemedi”, “iyilik yapmam için bana para ödemiyo” gibi şeyler söylemektedirler (Dougherty, 2008: 20). Eğer tasarımcılar, günümüzde sürdürülebilir düşünceyi içerecek bir şekilde “fedakârlığı/özgeciliği” her tasarımda aktivist bir yaklaşımla ele alırlarsa bu özdevimsel olarak işlerinin bir parçası hâline dönüşecektir. Kuşkusuz bu proje yorumlayıcı paradigma üzerinden ele alındığında da, afiş tasarımları ve broşürlerin izleyiciler üstünde davranış değişikliğine ve bilgi aktarımına sebep olması küçük bir alandan büyük bir evrene dönüşümün başladığını da göstermektedir. Zaten yorumlayıcı paradigmadaki amaç, sosyal hayata ilişkin bir kavrayış geliştirerek, insanların gündelik hayatlarında kurdukları mana bağlantısını nasıl yorumladıkları üzerine” bir ifadedir (Çıvak ve Sezel, 2018: 4). Ancak sürdürülebilir anlayışı, Türkiye’de ve Dünya’da uygulayan kişiler araştırıldığında genellikle eğitilmiş kişilerin bu konular üzerine dikkat çektiği söylenebilir. Bu nedenle proje kapsamında yaratılan afiş ve broşür tasarımlarının, davranış değişikliğini herkes üzerinde gerçekleştirebileceğine dair bir iddia da yoktur. Yorumlayıcı paradigma açısından bu durum, “her bireyin toplumsal olayları anlamlandırma biçiminin farklı olmasından” kaynaklandığını ileri sürmektedir (Yakut, 2014: 18). Fuad Luke’a göre: “Tasarım aktivizmi de gerçek yaşam durumlarında ve akademik çevrelerde uygulama veya keşiflerin bir sonucu olabilecek

bir şey olarak düşünülebilir” (Luke, 2009: 84). Böylelikle sürdürülebilir tasarımların aktivizme evrilme sürecinde fedakârlık bilincinin gelişmesinde, sektörde yer alan tasarım uygulamaları ile akademi arasında belirgin bir farkın olduğu da bu araştırma makalesinde ulaşılan bulgular arasındadır.

5.SONUÇ

Tasarımla uğraşan herkesle birlikte grafik tasarımcıları ve görsel iletişim tasarımcılarını da içeren tasarım topluluğu, bugün sürdürülebilirlik gündeminin giderek daha fazla aktivizme evrildiğinin farkına varmaktadır. Tasarımcılar, sürdürülebilirliği tasarım aktivizmine bağlı ele alırken sadece ürün bazlı grafik üretimin yeterli olmadığını bunun yanı sıra hedef kitlede sürdürülebilir değişimi başlatması için tasarım duyarlılığı olarak altürist bir yaklaşımı benimsemeleri gerektiğini de anlamaya başlamışlardır. Bu bağlamda aktivizmin grafik tasarımdaki rolü, sürdürülebilir konularda görsel iletişim dilini değiştirmek ve alışla gelmiş tasarım çözümleri dışında farklı olanı yakalayabilmektir. Aktivistler ve tasarımcılar, sürdürülebilirliği araştırırken neler yapabileceklerini ve tasarım aracılığıyla nasıl güçlü bir biçimde cevap verebileceklerini de daha iyi kavramalıdır. Böylece sürdürülebilir yaklaşımların tasarım aktivizmine evrilme sürecinde tasarımcıların, aktivist kimliklerine dayalı kendilerine bazı sorular yönelterek projelerde sürdürülebilir düşüncenin eklenti bir tasarımdan öteye gitmesini sağlamalıdır. Bu durum grafik tasarımcıların, yalnızca iş hayatına başlamadan önce, lisans eğitiminden itibaren kendilerini bu yönde geliştirerek ve “müşteri ile patron ne söylerse o yapılır” mantığından uzaklaşarak gerçekleştirilebilir. Nihayetinde sürdürülebilir tasarım aktivizmi, tasarımcıların dünya görüşü olarak tasarladıkları her şey ve fedakâr yanlarını sergiledikleri tasarım duyarlılıklarıdır.

Dünya çapındaki tasarımcılar, aktivist kimliklerini keşfettikçe çeşitli ilham verici işler üretilip disiplinlerarası alanlarda ortak işbirliği de sağlamaya başlamışlardır. Günümüzde grafik tasarım bağlamında ihtiyaç duyulan şey, sürdürülebilirlik ve tasarım aktivizmi konusunda ortak ilkelerin belirlenmesidir. Bu ilkeler doğrultusunda tasarımcıların, reklam ve kampanyalara hizmet etme dışında, insan odaklı fakat küresel temaları önemseyen projeler üretmesi gerekmektedir. Ayrıca aktivizm olarak sağlam bir tasarım tanımının yapılması, teorik ve uygulamalı bilgilerin aktarımında da kolaylık sağlayacaktır. Aktivizm, insanları harekete geçirerek motive etmekle ve onları dönüştürmekle ilgilidir. Hatta tasarım aktivizmi, değişen teknoloji akışı ile birlikte insanlar ve tasarımlarla bağlantı kurmak, yeni medya mecralarını kullanarak ulaşılabilir kişi sayısını artırmak, aktivist tasarımcıdaki ve tasarımdaki fedakârlığı önemsemek anlamına gelebilir. Bu

nedenle tasarımcılar, aktivist niyet ve hedefleri belirlerken sürdürülebilirlik düşüncesinin başarılı olması için özgecil benliklerini ortaya koymalıdır. Gün geçtikçe tasarımın aktivizmle olan ilişkisi küresel bir hareketten ayrılarak yerel sorunlara ve zorluklara hitap eden bir dil de geliştirmektedir. Böylelikle tasarımcılar, aktivist olguların tasarımlarda gösterilmesini yansı bir yaklaşım olarak değil fedakâr bir tutumda ele almaları, tasarımları sıradan ve eğreti hâlden uzaklaştırabilir.

Nitekim aktivizmin tasarımdaki rolü, çok oyunculu bir sahneden oluşan kolektif bir performanstır. Bu performansın sergilenmesinde bir tasarımcıdan illüstrasyon sanatçısına, tipografistten matbaacıya kadar pek çok mesleğin iş birliği çatısı altında özveri ve fedakârlık gereklidir. Tasarım ve tasarım fedakârlığı arasındaki fark ise; tasarım, tasarımcılar tarafından müşterilerinin isteği doğrultusunda para karşılığında üretilen bir çıktırken tasarım fedakârlığı, tasarımcıların aktivist kimlikleri altında gelişen kendinden çok başkalarını önemseme duyarlılığının tasarımlarda gösterilmesidir. Fakat akademik literatürde grafik tasarımın ekolojik sorunları önemseme açısından gündelik ve geleceğe dönük sorumluluğunu ne kadar üstlenebileceği ve pratikte tasarımla nasıl bütünleştireceği de sorgulanmalıdır. Ayrıca grafik tasarımda, sosyal etki için tasarım ve tasarım fedakârlığıda birbirine karıştırılmamalıdır. Tüm bu verilerden yola çıkarak bu araştırma makalesi grafik tasarımın ve tasarımcının özünde aktivist kimliğini de benimseyebilmesine odaklanmaktadır. İncelenen örnekler, hem sanat alanında hem de tasarım disiplinde aktivist olmayı amaçlayan ancak pratikte zaman zaman piyasa politikalarına bağlı kalınarak ticari tasarım kültürüne yönelik işlerinde üretildiğini doğrulamaktadır. Dolayısıyla tasarımdaki ticari kaygının bırakılarak aktivist tasarımların önünün açılabilmesi için tasarımcıların özgecil benlik algısıyla işler üretmesi bu araştırma makalesinde savunulan görüşler arasındadır. Daha çok tasarımcı, aktivist kimliklerini de gözeterek sürdürülebilir ve ekolojik çözümler üretmeye teşvik edilmelidir. Tasarım aktivizmi, içindeki kapsamı ve etkinliğini genişletmek için grafik iletişimin hedef kitleye kendi sorunlarını çözme ve çevreleriyle sürdürülebilir etkileşim olanakları sunma gücünü veren bilgilendirici bir uygulama alanı olarak görülmelidir. Sürdürülebilirliğin genellikle halktan insanlar yerine eğitilmiş kişilerin ilgisinde bir alan olduğu ve uygulama boyutunda akademi ve piyasa arasında temel ayrımlarının olduğu unutulmamalıdır. Sonuç olarak sürdürülebilir grafik tasarımdaki aktivist eğilimlerin gerçekleştirilebilmesi için tasarımda reform sağlanarak, tasarımcıların altürit/özgecil/fedakâr bir tasarım duyarlılığına sahip olması gerekmektedir.

Teşekkür

Bu çalışmayı oluşturmamda görsel veri paylaşımı ile katkı sağlayan Mardin Gençlik ve Kültür Derneğine, Robin Askara sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca Giresun Üniversitesi GGSF Grafik Tasarımı Bölümü 3. Sınıf öğrencilerimden Medine Şan, Ayşe Nur Karakayalı, Elvan Yıldız'a GTBL-311 ambalaj tasarımı dersinde göstermiş oldukları çabadan dolayı kutlar ileriki hayatlarında da aynı başarıyı ve özveriyi göstermelerini dilerim.

KAYNAKÇA

Benson, E., Perullo, Y. (2017). Design to Renourish: Sustainable Graphic Design in Practise. Boca Raton: CRC Press.

Bonsu, A. G., Chisin, V. A. ve Cronje, J. (2020). "Challenges to Sustainability in the Graphic Design Practices of a Developing Nation", Design and Culture, 12(1), 57-81.

Chick, A. ve Micklethwaite, P. (2011). Design for sustainable change, How design and designers can drive the sustainability agenda?. Switzerland: Ava Publishing.

Comte, A. (1875). System of Positive Polity .London: Longmans, Green and Co.

Çıvık, B. ve Sezerel, H. (2018). "Araştırma Paradigmaları ve Turizm Yansıması", Tourism Academic Journal, 5(1), 1-14.

Dougherty, B. (2008). Green Graphic Design. New York: Allworth Press.

Dritz, A. (2014). Closing Sustainability Gap: The Emerging Role of Sustainable Graphic Designer, Master Thesis, Minneapolis College of Art and Design, USA.

Ebezener, O. (2019). "Graphic Design Principles and Theories Application in Rendering Aesthetic and Functional Installations for Improved Environmental Sustainability and Development", I.J. Engineering and Manufacturing, 9(1), 21-37.

Kozak, M. (2018). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım veYayın Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Less-Mafi, G. (2012). "Reflections on Design Activism and Social Change", Massachusetts Institute of Technology Design Issues, 28(2), 90-92.

Luke, A. F. (2009). Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World. London: Earthscan Publishing.

Myerson, G. (2004). Ekoloji ve Postmodernliğin Sonu. İstanbul: Everest Yayınları.

Ndem, E. J. (2019). "The Place of Graphic Designer In Environmental Sustainability", International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology, 4(4), 251-257.

Papanek, V. (1997). Design for The Real World. London: Thames and Hudson Publishing.

Poynor, R. (2008). "Warm Regards", Print, 33-34.

Rand, A. (1961). For the New Intellectual: The Philosophy of Ayn Rand. New York: Signet.

Sargent, D. (2013). "Green Design as Unsustainable Design", Studio Research, 1(1), 77-86.

Saydam, A. (2016). Sürdürülebilirlik, İletişimin Derin Mavisi. İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Schmidt, P. ve Drommert, J. (2009). "Klein Design", L.H. Exclusive, 12, 38-46.

Siegel, D. ve Morris, E. (2010). Green Patriot Posters: Image for a New Activism. Los Angeles: Metropolis Books.

Stairs, D. (2005). "Altruism as Design Methodology", Design Issues, 21(2), 3-12.

Stepsy, M. (2012). An Agent of Change: Sustainability and Social Entrepreneurship in 21st Century Graphic Design, Master Thesis, Cork Institute of Technology, Ireland.

Tekeli, İ. ve Ataöv, A. (2017). Sürdürülebilir Toplum ve Yapılı Çevre. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Twemlow, A. (2011). Grafik Tasarım Ne içindir?. İstanbul: Yem Yayın Evi.

Yakut, İ. (2014). "Yorumlayıcı Paradigma Yaklaşımı Kavramlarıyla Sinema Sanatı Üretimine Bakış", Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4), 15-29.

İNTERNET KAYNAKLARI

İnternet: AIGA, (2009). What are the Living Principles for Design?. Vandermol, Web: https://vandermol.com/downloads_files/AIGA_The_Living_Principles_Framework-2.pdf adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Benson, E. (2007). What is sustainable graphic design?. Academia, Web: https://www.academia.edu/181397/What_is_sustainable_graphic_design adresinden 25.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: CreativeBloqStaff, (2012). Can Graphic Design Save The World?. Web: <https://www.creativebloq.com/computer-arts/can-graphic-design-save-world-8127886> adresinden 27.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Dedi ki, (2002). İlk önce öncelikler.GMK, Vol. 02. Web: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14466674451023275305.pdf> adresinden 27.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Gerber, A. (2008). Tasarım ve Sürdürülebilirlik, Grafik Tasarımın Rolü ve Sorumlulukları.GMK, Vol.81. Web:<https://www.kisa.link/Q3f9> adresinden 27.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Küreselamaçlar, (2021). Tembel İnsanın Dünyayı Kurtarma Rehberi. Web: <https://www.kureselamaclar.org/harekete-gec/adresinden> 28.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: McMahon, E. (2014). Designers Can Help Save The Planet. PSMAG, Web: <https://www.kisa.link/Q3fuadresinden> 27.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Nguyen, A. (2017). Design Activism. The Student Publication, Vol. 39. Web:<https://www.kisa.link/Q3ftadresinden>28.01.2021 tarihinde alınmıştır.

İnternet: Parker, H. (2020). Sustainable Decision-making and Protected Reserve Land: An Ecologically Sustainable Approach to Governance. Web: <https://www.kisa.link/Q3fG> adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

GÖRSEL KAYNAKLARI

Görsel 1.<https://www.kisa.link/Q3fD> adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Görsel 2.Giresun Üniversitesi GGSF Grafik Tasarımı Bölümü 3. Sınıf GTBL 311-Ambalaj Tasarımı Dersi Vize Öğrenci İşleri (Medine Şan, Ayşe Nur Karakayalı, Elvan Yıldız).

Görsel 3. Dougherty, B. (2008). Green Graphic Design. New York: Allworth Press.

Görsel 4.<https://www.kisa.link/Q3oX> adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Görsel 5.<https://www.kisa.link/Q3oZ> adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Görsel 6.<https://www.kisa.link/Q3p9> adresinden 26.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Görsel 7.<https://www.kisa.link/Q3pbadresinden> 28.01.2021 tarihinde alınmıştır.

Görsel 8. Bu görseller, 2018 yılında Robin Askar'dan email yoluyla alınmıştır.

Görsel 9.Bu görseller, 2018 yılında Robin Askar'dan email yoluyla alınmıştır.

Görsel 10.Bu görseller, 2018 yılında Robin Askar'dan email yoluyla alınmıştır.