

Derin Yeşil



Çevreciliğin son yıllarda, özellikle de son iki yılda attığı en önemli adım tasarımın gücü ile buluşması oldu. Bir daha hiç ayrılmayacak bu ikilinin bir araya gelişi ile sıradan, soluk, kaba, işlenmemiş olan ve sadece “ekolojik” veya “çevre ile dostu” özelliklerinin hatrına tercih edilen ne varsa şekil değiştirdi. Tanınmış mimarlar gezegene üzerinde görece silik karbon ayakizi bırakan müthiş prefabrik üniteler, evler, hatta siteler tasarlamaya başladı. Önde gelen moda evleri kreasyonlarına organik giysileri kattı. Çirkin kanvas torbalar ünlülerin haftasonu ellerinden düşürmedikleri çantalara dönüştü. Londra Tasarım Festivali en büyük mekanının en büyük bölümünü sürdürülebilir gelişim kapsamındaki yeniliklere ayırmaya başladı.

Özetle, çevrecilik (geç de olsa) pazarlamanın en güçlü aracını, daha doğrusu “silahını” kullanmayı öğrendi: Arzuyu işin içine katmak. Satın alma kararlarının mantıktan çok duygular ile alındığı, temel ihtiyaçların çoktan aşıldığı bir dünyada çevreciliğin de “arzulanır hayat tarzı” üretimine başlaması kaçınılmaz bir dönüşümdü belki de. Sadece “özenilir” olanın rekabet edebildiği bir sistem içinde, dünya üzerindeki hayatın geleceğini belirleyen hareketin kitleselleşmesi için tek geçer yol belki de gerçekten bu dönüşümdü.

Çevreciliğin içine adım attığı yeni döneminde yüzlerce yeni semptomdan bahsetmek mümkün... Bunların arasından tek birini seçmek gerekirse tercih Plumen ampul olur. İki sebepten dolayı: Öncelikle Plumen “mal” sayılabilecek basitlikte bir ürünün aniden değişerek kategoride çok farklı bir noktaya oturabileceğini gösterdi. Daha da önemlisi, çevreye daha az zarar veren basit bir çözümün aynı zamanda tasarım objesi haline gelebileceğini kanıtladı.

Plumen kompakt floresan bir ampul. Diğer tüm kompakt floresan ampuller gibi klasik alternatiflerine göre %80 daha az enerji harcıyor ve 8 kat daha uzun bir kullanım ömrüne sahip. Tasarımdan gelen farklılaşma noktası ile Plumen “dünyanın ilk tasarım objesi enerji tasarruflu ampülü” olarak konumlandırılıyor. Buradan hareketle rakiplere göre oldukça yüksek bir seviyede fiyatlandırılıyor: Adedi 29.95 Euro. Alıcı için neredeyse bir lambaya eşdeğer olan bu maliyet, tasarım objesi ampulün çıplak kullanılma özelliği vurgulanarak meşrulaştırılıyor.

Plumen’in geliştirme aşaması yaklaşık 3 yıl sürdü. Satışı Birleşik Krallık başta olmak üzere Avrupa’da Eylül ayında başladı. Yeni modeli “Bayonet” ise 2011’de lanse edilecek. Bu basit yenilik, dar bir kategori için de bir açılımın başlangıcı olabilir: Kendisi değil, sadece tasarımı ömrünü doldurduğu için yenisi alınan ürünlerin arasına ampul de mi katılıyor? İşte tam bu noktada çevreciliğin arzudan güç mü aldığı yoksa ona teslim mi olduğu tartışması başlıyor. Daha pragmatik tarafta ise, şu anda raflarda bulunan tüm ekolojik ürünlere tasarımın sihirli değneğini değdirme veya tasarım harikası yeni ürünler yaratma fırsatı var.

