

TÜRKİYE’DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM: TEK KULLANIMLIK KULLAN-AT ÜRÜNLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN BİR İNCELEME

Damla Özer, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı

Bu çalışmanın amacı, kullan-at ürünlerin yaygın kullanımının sürdürülebilir tüketim bağlamında nedenlerini ve yansımalarını, *sorumlu kullanıcıların* tek kullanımlık kullan-at ürünlerle olan deneyimleri üzerinden irdelemektir. *Sorumlu kullanıcılar*, burada sürdürülebilirlik konusunda duyarlı olarak tanımlanabilecek kişiler anlamına gelmektedir. Bir diğer amaç, maddi kültürle bağlantılı olarak günümüz yaşam tarzlarının temel kavramları ve kullan-at ürünlerin bu kavramları nasıl ima ettiğini sorgulamak; bunlarla bağlantılı olarak, sürdürülebilir tüketime dair çıkarımlarda bulunmaktır. Günümüz ürünlerine atfedilen hız, devingenlik, hijyen, konfor, rahatlık ve pratiklik gibi maddi kültürdeki temel kavramlar tartışılmakta, günlük yaşamın değerleri olarak incelenip sorgulanmaktadır. Bu kavramların sürdürülebilirlikle ilişkisine dair anlayış geliştirmek için, kullan-at ürünlerin bu kavramları nasıl ifade ettiği irdelenmektedir. Neredeyse görünmez hale gelen kullan-atların, gündelik etkinliklerde nasıl normalleştiği ve yaygınlaştığı eleştirel yaklaşımla ele alınmaktadır. Manzini vd.’nin (2008, 259-260) vurguladığı gibi, sürdürülebilir gelecek için sosyal hayatta, yaşam tarzlarında köklü dönüşümler gerekmektedir. Gündelik tüketim örüntüleri içinde kullan-at ürünleri ve bu ürünlerin varoluş sebeplerini çözümlenmek de, bahsedilen dönüşümler için gerekli olan temellere katkıda bulunacaktır. Bu çalışma niteliksel bir araştırma olarak tasarlanmış olup bulguları içerik analizi yöntemi ile belirlenmiştir. Çalışmadaki verinin toplanması birinci olarak, Türkiye’den 191 katılımcı ile sorumlu kullanıcılara yönelik kullan-at ürünler üzerine bir anketi içermektedir. Ankete davet edilen katılımcılar, çevre, doğa ve sürdürülebilirlik konuları ile ilgilenen sivil toplum kuruluşları, gruplar vb. üyeleridir. Yirmi dört soruluk anketin 14 sorusu açık uçludur. Araştırmanın İnternet anketi yöntemiyle gerçekleştirilen bu kısmının temel amacı ayrıntılı görüşmeler için uygun katılımcılara ulaşabilmektir. Böylece ikinci olarak, anketi cevaplayan katılımcılardan seçilen 16 katılımcı ile ayrıntılı görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları şu şekilde özetlenebilir: Yaygın kullanımın en çok görülen nedenleri arasında, ilk olarak kullanım kolaylığı ve rahatlığı, ucuz, pratik ve erişilebilir olmaları yer almaktadır. İkinci olarak, kullanıcıların alışkanlıkları, çevre sorunları ile ilgili farkındalık eksikliği, sorumsuzlukları ve tembellikleri gösterilmektedir. En çok sorunlu olarak görülen kullan-at ürünlerin içecek ambalajları olduğu ortaya çıkmıştır; en çok sorun olarak algılanan malzeme de plastiktir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir tüketim; sürdürülebilir tasarım; kullan-at ürünler.

GİRİŞ

Bu makalenin amacı, tek kullanımlık kullan-at ürünlerin yaygın kullanımının nedenlerini tartışarak sürdürülebilir tüketim olasılıkları için zemin oluşturmaya çalışmaktır. Sürdürülebilirlik, sadece çevre kirliliği ve doğal kaynakların tükenmesi gibi ekolojik sorunların ötesinde sosyal ve kültürel boyutları da içermektedir. Worldwatch Enstitüsü'nün 2010 yılında yayınlanan *Dünyanın Durumu* raporunda, hükümetlerin çevre politikaları ve temiz teknolojilerin ötesinde, tüketim kültüründen sürdürülebilirlik kültürüne doğru bir kültürel dönüşüm olması gerektiği savunulmaktadır. Assadourian'a (2010, 3-4) göre ancak toptan bir değişim insan medeniyetini kurtarabilir. Sürdürülebilir yaşama doğru yöneltecek çok boyutlu dönüşümün ayaklarından biri olan sosyokültürel boyut içinde insan yapımı nesnelerin rolü bu araştırmada önemsenmiştir. İnsan yapımı nesneleri ve insanların onlarla ilişkilerini inceleyen araştırma alanı maddi kültür olarak adlandırılmaktadır; özetle, nesnelerin anlamları ve kullanımlarıyla ilgilenmektedir. Bu alan içinde de *yaşam tarzı*, tercih edilen tarzda yapılan tüketim vasıtasıyla yaşam değerlerinin yansıtılması olarak tanımlanmaktadır (Press ve Cooper, 2003). Bu çalışmada yaşam tarzları ile kastedilen, etkinlikler örüntüsü içinde insanların hem nesnelere hem de altyapılarla çoklu etkileşimidir. Shove vd.'ye (2015, 279) göre etkinlikler "nesnelere bulutuyla ve altyapılarla" çevrelenmiştir; enerji, su gibi altyapılar, pek çok yaşam etkinliğiyle birlikte ve aynı anda var olur. Shove vd. (2015), sürdürülebilir olmayan davranışların anlaşılması için bakılması gerekenlerin, insanların ya da mekanların sadece özelliklerine indirgenmeden, gündelik etkinlikler (pratikler) olduğunu anlatmaktadır.

Çağdaş endüstriyel ürünlerin günlük yaşama ve yaşam kalitesine olan katkıları, hız, devingenlik, hijyen, konfor, rahatlık ve pratiklik gibi çeşitli niteliklerle açıklanmaktadır. Yaşam tarzlarını niteleyen bu kavramlar, ürünler sayesinde ve aracılığıyla kavuşulan olumlu özellikler olarak kabul görmekte, ürünlerin *faydalı ve iyi* oldukları bu nitelikler ile açıklanmaktadır. Bu çalışmada da tek kullanımlık ürün tüketiminin çoğunlukla bu kavramlara dayandırıldığı ortaya çıkmıştır. Ne var ki, tek kullanımlıkların kullanımlarındaki etkenler, öteki sürdürülemez pratiklerde olduğu gibi, bunlarla sınırlı değildir. Yaşam pratiklerine işlemiş halde bulunan, geri planda gibi algılanan altyapı, çevre politikaları ve ekonomi gibi pek çok etken rol oynamaktadır.

Shove'a (2003) göre, alışkanlıkların dinamiklerinin ve normalin inşasının anlaşılması için görünmez edimler araştırılmalıdır. Günlük yaşam içindeki tüketim alışkanlıklarına bakıldığında, tek kullanımlık kullan-at ürünler, aşinalık nedeniyle gözden kaçabilen sıradan gündelik tüketime dahil olmuş kısa ömürlü ürünler olarak görünmektedir. Tek kullanım için tasarlanan bu ürün grubunun içinde her türlü ambalajın yanında temizlik ve hijyen ürünleri, plastik poşet gibi taşıma gereçleri de bulunmaktadır. Günümüzde yaşam tarzları gereğince sıklıkla tüketilen ucuz, bol ve kolay ulaşılabilir tek kullanımlık kullan-atlar çoğunlukla hizmet ettikleri

aktivitelerin içinde görünmez olmakta ve sorgulanmadan kabul edilir ya da onlara maruz kalınır hale gelmektedir. Tam da bu nedenlerle araştırılmaya değer görülmüşlerdir. Örneğin, Assadourian (2010), kullan-at kağıt ürünler endüstrisinin, bu ürünlerin rahatlık ve hijyen sunduğu inancını beslediği görüşündedir. Bu ürünler pek çok insan için ihtiyaç olarak görülse de, yıllar içinde evrimleşmiş günümüz endüstriyel sisteminde kalıtsallaşmış olabilir.

Kullan-at ya da değil, ürünlerin ömürleri ya da kullanım süreleri düşünüldüğünde, çöpe atılma sebeplerine bakılmalıdır. Bu bağlamda, Örsel İmir’in (2010, v) çalışmasında “değer yitimi” olarak Türkçeleştirilmiş olan eskime/eskitme (*obsolescence*) kavramı, ürünlerin farklı sebeplerle kullanımdan düşmesi, değerini kaybetmesi anlamına gelmektedir. Eskime/eskitmenin çeşitlerinden ilki olan teknolojik eskimenin sebepleri görece nettir; telefonun telgrafın yerini almasında olduğu gibi, teknolojik gelişmenin doğurduğu bir sonuçtur. *Ampul Tuzağı* belgeselinde (Dannoritzer, 2010) işlenen *kasıtlı eskitme* ile algılanan-psikolojik eskitme ise teknolojik eskimeden ayrı olarak, henüz işlevini yerine getirebilen ürünlerin değerlerini yitirmesi, kullanımdan çıkmasıdır. Üretiminde planlanmış şekilde ürün ömrünün kısa tutulması, maliyet düşürme ihtiyacı, modanın gerekleri ya da kullan-at olmasının rahatlığı nedenleriyle olabilmektedir (Cooper, 2005). Tek kullanımlıklar zaten en baştan kullanılıp atılmak üzere tüketim mecrası içinde hayat bulmuşlardır ve bir kez kullanım sonucu tanımları gereği çoğunlukla katı atık haline gelmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde Çevre Koruma Ajansı’nın (EPA) (2010) açıklamasına göre, ambalaj, kap ve kutular %30 ile kentsel katı atıkların en büyük kısmını oluşturmaktadır. İkinci büyük grubu ise %21 ile dayanıksız tüketim malları oluşturmaktadır. Dayanıksız tüketim malları tanımına, ömrü üç yıldan az olan dergi, gazete, bebek bezi, ambalaj olmayan kağıt ürünler, poşet, plastik ve kağıt tabak ve kaplar, kıyafet ve ayakkabı gibi çok çeşitli ürünler girmektedir (EPA, 2010). Buradan, kentsel katı atıkların önemli bir kısmının kullan-at ürünler olduğu görülmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde, *Kullan-atları Yeniden Düşünmek (ReThink Disposable)* kampanyası bu soruna ilişkin sivil girişimlere güncel bir örnektir. Kampanyanın amacı kullan-atların en aza indirilmesidir. Sıklıkla sadece geri dönüşüme odaklanılmasını eleştirmektedir. Plastik üreticilerinin, çöp karşıtı girişimlerle sorunun giderilebileceği gibi bir yanılgı yaratmalarını da yanlış bulmaktadır. Okyanuslardaki plastik kirliliğinin sorumluluğunun sadece bireylerin davranışlarının sonucuna indirgenmesini doğru bulmadıklarını ifade etmektedir. *Kullan-atları Yeniden Düşünmek* kampanyası, kullan-at ürünlerin tüketimlerini azaltmak için alternatiflerine yönelmesi ve yasakların (eyalet çapında naylon poşetlerin yasaklanması gibi) yaygınlaşması gerektiğini savunmaktadır (Clean Water Action, 2016).



Resim 1. *Kullan-atları Yeniden Düşünmek (ReThink Disposable)* kampanyasından bir örnek: “Kendi alışveriş çantamı getir”

Plastik poşetler, varlığına aşırı alışılan ve kanıksanan, bir yandan da kullanması havalı olmayan, hatta pek de seilmeyen, reklamı bile yapılmayan, çoğunlukla başka satın alınanların yanında ücretsiz edinilen nesnelere olarak gündelik yaşamın içinde nasıl bunca yer bulduğunu, yaygın alışkanlık haline geldiğini anlamak için sadece rahatlık, hız ya da pratiklik vb. açıklamaları yetersizdir. Ucuza malolmaları ve ücretsiz verilmeleri onları önemsiz yapmadığı gibi, tüketim sayılarına bakınca (Kaliforniya’da bir kişinin yılda 400 adet poşet tükettiği iddia edilmektedir) (Resim 1), etki çapının ne kadar büyük olduğu anlaşılır.

Plastik poşetler bazen, üzerinde taşıdığı grafikler aracılığıyla promosyon nesnesi olarak da var olabilmektedir. Kısmen bu nedenle de şirket ve dükkanlar tarafından kullanımının desteklendiği ve teşvik edildiği varsayılabilir. Poşetler (süpermarketler gibi) edinildikleri mekanlar hesaba katıldığında, içine doldurulan tüketim nesnelere ile anlamlanmaktadır. Yani onları boş olarak değerlendirmek eksik olacaktır. Hem alışveriş sırasında birden fazla sayıda kullanılıyor olmalarından hem de evlerde depolandıkları yerlerde poşet içinde onlarca poşet şeklinde tekrar kullanılmayı beklediklerinden tekil olarak var olmadıkları iddia edilebilir.

Hindistan’da yürütülen *Güvenli Menstrüel Sağlık* kampanyasında ise kullan-at hijyenik ped yerine yeniden kullanılır ve yıkanır kumaş ped önerilmiştir. Jatan Sansthan (2016) isimli bir STK ile iş birliği içinde gerçekleştirilen, Murthy’nin tasarım projesinde (Resim 2), pamuklu kumaştan elde dikilen pedlerin doğa dostu (*eco-friendly*) olduğu söylenmektedir. Tek kullanımlık pedlerin daha iyi olduğuna



Resim 2. UGER yeniden kullanılabilir ve yıkanır kumaş ped (Murthy, 2015b)

ikna etmeye çalışan reklamların sorgulanır olduğu, sentetik malzemelerden yapıldıkları için biyoçözünür olmadıkları, alerjiler ve cilt sorunlarına yol açabildikleri iddia edilmiştir (Murthy, 2015a).

Yukarıda sözü geçen, tek kullanımlık kullan-at ürünlerin alternatiflerine dair çabalara yönelik iki kampanya örneği, küçük çaplı girişimlerdir ve kitlesel etki yapmaktan uzak bulunmaktadır.

ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULAR

Tek kullanımlık kullan-at ürünlere ilişkin yürütülmüş olan niteliksel araştırma, İnternet anketi ve yüz yüze görüşmeler ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi seçiminin nedeni, ayrıntılı görüşmenin zengin nitel veri sağlayacağını öngörülmüş olmasıdır. İnternet anketi de görüşmeler için en uygun kişilere erişebilmek için kullanılmıştır.

Katılımcılar

Katılımcı seçiminde sorumlu kullanıcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. *Sorumlu kullanıcı* bu araştırmada çevre ve sürdürülebilirlik konularında bilgi sahibi, duyarlı ve sorumluluk duyan kişiler olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlamaya uygun katılımcıları belirlemek için anket çalışmasında üç soru sorulmuştur. Soruların birincisi, konuya ilişkin yayın ve kaynakları takip edip etmedikleri; ikincisi, konuyla ilgili dernek, kuruluş veya gruplara üye olup olmadıkları veya onları takip edip etmedikleri; son soru da konuyla ilgili etkinlikler veya eğitimlere katılıp katılma-

dıklarıdır. Bu özel katılımcı grubuna yönelme sebebi, konuyla ilgili fikir geliştirme, söz konusu ürünlerin kullanımını azaltma, yeniden kullanma, alternatif arama gibi çabalarının halihazırda var olduğunun öngörülmüş olmasıdır. Bahsi geçen grubun dışında kalanlar kapsam dışı tutulduğundan niceliksel olarak anlamlı istatistikî sonuçlara ulaşmak hedeflenmemiştir.

İnternet anketine çevre, doğa ve sürdürülebilirlik konularıyla ilgili sivil toplum kuruluşlarının veya grupların üyeleri davet edilmiştir. Nisan-Ağustos 2011 tarihleri arasında 191 katılımcı anketi tamamlamıştır. Araştırma katılımcılarının profilleri şu şekildedir: Katılımcıların yaş ortalaması 34 olup, yaşları 17-68 arası değişmektedir. Cinsiyet açısından bakıldığında %64'ü kadın ve %36'sı erkektir. İnternet anketi, lokasyon kısıtlaması olmadan Türkiye çapında paylaşılsa da, katılanların büyük çoğunluğu Ankara ve İstanbul'da yaşayan kişilerden oluşmuştur. Anket katılımcılarına eğitim durumları ise sorulmamıştır.

Anketi cevaplayan katılımcılardan yukarıda bahsedilen üç anket sorusuna da evet cevabı veren ve araştırmanın ikinci bölümü için gönüllü olmayı kabul eden, aynı zamanda iletişim bilgilerini paylaşan 48 katılımcı bulunmaktadır. Bunlar arasında erişilebilen katılımcılardan 16'sı ile yüz yüze ayrıntılı görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarının yaş ortalaması 36 olup, yaşları ise 21-59 arasında değişmektedir. Görüşmeye katılanların 11'i kadın, beşi erkektir. On iki katılımcı Ankara'da, üç katılımcı İstanbul'da ve bir katılımcı ise Eskişehir'de yaşamaktadır. Katılımcıların biri lisans öğrencisi, üçü lisans mezunu, onu yüksek lisans mezunu olup, ikisi ise doktora mezunudur.

İnternet Anketi

Anket çalışmasındaki soruların içeriği tek kullanımlık kullan-at ürünlerden kullanılan türler, kullanım sıklığı, yeniden kullanılanlar, varsa yerine kullanılan alternatifler gibi kullanım örüntüleriyle ilgilidir. On dört açık uçlu soruya verilen cevaplar anahtar sözcüklere göre gruplanmıştır.

Anket Bulguları

Anketin sonuçlarına göre, en çok kullanılan tek kullanımlık kullan-at ürünler ilk olarak içecek ambalajları, ikincisi kağıt mendil ve kağıt havlu, üçüncüsü tuvalet kağıdı, dördüncüsü de plastik poşettir. Ankette bulunan çoktan seçmeli listede ise en çok kullanılan ürün tuvalet kağıdı olarak seçilmiştir. Bu farkın sebebi, açık uçlu olarak sorulduğunda tuvalet kağıdının, kullan-at bir ürün olarak hatırlanamamış olması olabilir. Bu durum, kullan-atların görünmez hale gelmesine bir örnek olarak da gösterilebilir.

En çok yeniden kullanılan kullan-atlar içecek ambalajlarıdır. İkinci sırada plastik poşet, üçüncü sırada ise yiyecek ambalajları yer almaktadır. Kullandıktan sonra saklayıp atmadıkları tek kullanımlıklar olup olmadığı sorusuna, hiçbirini saklamadıkları yanıtını veren katılımcı oranı %39'dur. Daha sonraki sırada, kullandıktan sonra atılmayan ürünler olarak yiyecek ambalajları ve içecek ambalajları

gelmektedir. İçecek ambalajlarından özellikle PET şişelere sıklıkla vurgu yapılmıştır.

Hangi tek kullanımlık ürünleri en önemli buldukları sorulduğunda katılımcıların %24’ü “hiçbiri” olarak yanıt vermiştir. Katılımcıların en önemli bulunduğu ürünler, kağıt mendil ve kağıt havlu olmuştur. İkincisi içecek ambalajları, üçüncüsü tuvalet kağıdı ve dördüncüsü de hijyenik ped ve tampondur.

Kullan-at ürünlerden, yerine en çok alternatif ürün kullanılanlar pil, çöp poşeti, plastik poşet ve plastik çatal bıçaktır.

Bu ürünlerle ilgili en çok görülen sorun sıralamasında, çevre kirliliği ve doğaya verilen zarar birinci sırada olup, bu sorunları belirten katılımcıların oranı %26’dır. Uygun geri dönüşüm olmaması ise ikinci sırada yer almıştır. Üçüncü sırada atıklar ve atık bertarafı ile ilgili sorunlar yer almaktadır. Dördüncüsü ise gereksiz ya da aşırı tüketimdir.

Açık uçlu olarak sorulduğunda en sorunlu olarak görülen kullan-at ürünlerin içecek ambalajları olduğu ortaya çıkmıştır. Onları plastik poşet takip etmekte, sonrasında plastik ambalajlar ve kaplar gelmektedir. Ayrıca kağıt ya da plastik bardaklar ve piller de sorunlu olarak algılanmaktadır. Çoktan seçmeli olarak sorulduğunda ise, katılımcılar tarafından plastik poşetler en çok sorunlu bulunan kullan-at olmuştur. Plastik poşeti sorunlu olarak görenlerin oranı %60’tır. Bunun sebeplerinin, hem işlevinin zorunlu ve gerekli oluşu hem de alternatiflerinin yetersiz ve/veya erişilemez olduğu şeklinde açıklanmıştır. Kullanım senaryosu gereği, alışveriş sonrası taşıma ihtiyacı doğduğunda, ön hazırlık yapmaksızın gidilmişse, o ortamda ne sunuluyorsa kaçınılmaz olarak onun kullanılması gerektiğine ikna olunduğu görüşü doğmuştur.

Kullan-atların yaygın kullanımın en çok görülen nedenleri arasında, ilk olarak kullanım kolaylığı ve rahatlığı ile ucuz, pratik ve erişilebilir olmaları yer almaktadır. Pratik olarak nitelendiren katılımcı oranı %25, ucuz olarak nitelendirenler ise %17’dir. İkinci olarak, kullanıcıların alışkanlıkları, çevre sorunlarına ilişkin farkındalık eksiklikleri, sorumsuzlukları ve tembellikleri belirtilmiştir. Daha sonra da temizlemeye ve yıkamaya gerek olmaması gösterilmiştir.

Ayrıntılı Görüşmeler

Eylül 2011 tarihinde yapılan ayrıntılı görüşmelerde ise, birinci aşamada genel olarak tek kullanımlık kullan-at ürünler üzerine yedi açık uçlu soru sorulmuş, ikinci kısımda seçtikleri üç örnek üzerinden dokuz soru sorulmuştur. Görüşme sorularının içeriği, kullan-at ürünlerle yaşanan deneyimler ve kullanım örüntülerini anlamaya yönelik olup, yaygın kullanım sebepleri ve konuya ilişkin sorunlara dair değerlendirmeleri de görüşmede sorulmuştur. Görüşmelerin iki kısmı bir arada gerçekleşmiş ve ortalama bir saat sürmüştür. Toplanan veriler, önceden belirlenmemiş konu başlıkları ve temalar halinde örüntüleri görmek için gruplanmıştır. Sorumlu kullanıcıların tüketim örüntülerine bakarak tek kullanımlık kullan-at ürünlerle il-

gili tutumları, bunlara atfettikleri anlamlar, davranış ve alışkanlıkları ve değerleri anlaşılmasına çalışılmıştır.

Ayrıntılı Görüşme Bulguları

Sınıflandırılan veri, *tek kullanımlık kullan-atların kullanım örüntüleri* ve *tek kullanımlık kullan-atların özellikleri* olarak iki ana başlık altında toplanmıştır:

Tek kullanımlık kullan-atların kullanım örüntüleri için alt başlıklar aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Kullanım yerleri ve durumları
- Kullanımı zorunlu ve kaçınılmaz olarak algılananlar, kullanımı reddedilenler
- Ambalajlarla ilgili tercihler
- Alternatifler
- İlk kullanımdan sonra yapılanlar

Tek kullanımlık kullan-atların özellikleri için alt başlıklar ise aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Olumlu özellikler
- Olumsuz özellikler

Tek Kullanımlık Kullan-atların Kullanım Örüntüleri

Kullanım yerleri ve durumları

Kullan-atların kullanım yerleri ve durumları için en çok belirtilen neden dışarıda kullanım ihtiyacıdır. On bir katılımcı buna değinmiştir. Örnek olarak, Katılımcı 4 (K4) şöyle demiştir:

“Özellikle kağıt mendil türü şeyleri evin içinde değil de dışarıda, temizlik eşyasına erişim olmadığı zaman kullanıyorum.”

Kullan-atların kullanma durumları için ise nedenlerden biri olarak farkında olmadan kullanmak belirtilmiştir. Örneğin, K16 bu konuda şöyle demiştir: “(...) bir sorun var, büyük çoğunluğunun fazla farkında değilim.”

Kullanımı zorunlu ve kaçınılmaz olarak algılananlar, kullanımı reddedilenler

Kullanımı zorunlu ve kaçınılmaz olarak algılanan kullan-atlar, özellikle tuvalet kağıdı gibi temizlik ve hijyen ürünleridir. On katılımcı ise yaşam koşulları nedeniyle plastik poşetin kaçınılmaz olduğu yanıtını vermiştir. Örneğin, K5 poşet kullanımını azaltma çabalarını şöyle ifade etmiştir:

“Bireysel olarak her şeyi değiştiremeyeceğimiz için belli ortamlarda yaşamayı seçtiğimiz sürece biraz vazgeçilmez gibi görünüyor bazı şeyler.”

Kullanımı reddedilen kullan-atlardan bazıları streç film, plastik çatal bıçak ve aşırı paketlenmiş yumurta ambalajı gibi ürünlerdir. K15 bu konuyu şöyle açıklamıştır:

“Evime de ıslak mendil hiç sokmuyorum çünkü hem temizliyormuş gibi gelmiyor hem elimde rahatsız bir his bırakıyor, kalıntı bırakıyor diye düşünüyorum. Hem de masrafsız buluyorum böyle bir şeyi taşımayı. Her zaman suya sabuna dokunamıyorsun ama bana o, alternatif bir temizlik hissi veriyor. Bir restorana gittiğimde önüme on tane ıslak mendil sererler, ben almıyorum.”

Dokuz katılımcı uygun şartlar oluşursa bazı ürünleri kullanmayı bırakabileceklerini söylemişlerdir. Çoğunlukla bırakamama sebepleri alternatiflerin yetersizliği olarak belirtilmiştir. Kullanımı azaltma konusunda ise tüm katılımcıların çabaları mevcuttur. Örneğin altı katılımcı plastik poşet kullanımını en aza indirdiğini belirtmiştir. K7 bu konuda şöyle demiştir:

“Şehirler arası otobüste bir bardakla yapmaya çalışıyorum. Israrla alıyorlar onu, tutmuyorlar. Sanki mutlaka atılması lazım.”

Ambalajlarla ilgili tercihler

Ambalajlarla ilgili tercihler için, altı katılımcı ambalajın tercihlerini pek etkilemediğini söylemiştir. Ekolojik ve sağlıkla ilgili endişelerle seçimler yaptığını söyleyen beş katılımcıdan biri olan K12, plastikten uzak durup kağıt ambalajları seçmenin en azından “kötünün iyisi” olduğunu belirtmiştir. Bir diğer etken, görsel ve malzemeye dair niteliklerdir. İçindeki ürünü farklı yapmadığını bildiğini belirtse de, K15 beyaz olan paketi tercih etmeye eğilimli olduğunu fark ettiğini belirtmiştir. Pek çok katılımcı, daha sağlıklı olduğu için veya yeniden kullanma olanağından dolayı camı diğer malzemelere yeğlemektedir. Tercih edilmeyen ambalajlar arasında plastiğe olumsuz tepkiler bulunmaktadır. K4 bu konuda şöyle demektedir:

“Bir ara Tang diye bir içecek vardı. Rezil bir plastik, deterjan bile koymazsın içine o kadar aşırıya giden bir ambalajdı ki hiç tüketmedim. Cam taklidi, çok saçma rengi de gri, kirli gibi, çok kötü.”

Açıktan kuruyemiş ya da bakliyat alıp almadıkları sorulduğunda, pek çok katılımcı, ambalajsız ya da önceden paketlenmemiş ürün tercih ettiklerini söylemiştir. Bu davranış için motivasyonları arasında, daha az paket tüketmek, ekonomiklik, ürünlerin tazeliği ya da katkısız olması sayılmaktadır.

Alternatifler

Altı katılımcı, tek kullanımlık kullan-at ürünlere alternatifler kategorisi içinde plastik poşet için bez çanta ve/veya file kullandığını dile getirmiştir.

K4 ısrarla depozitolu süt şişesi araştırdığını anlatmıştır. SEK marka sütü ise ancak Tetra Pak ambalajda (Resim 3) bulabildiğini, fakat bir daha satın almayacağını, üzerindeki cam şişe resmini ise “yüzeysel ve saçma” bulduğunu anlatmıştır.

K15 hijyenik ped yerine yeniden kullanılabilir ve yıkanır kauçuk malzemeden menstrüasyon kabı kullanmaktadır. K9 ise kullandığı alternatiflerle ilgili görüşlerini şöyle dile getirmiştir:



Resim 3. Üzerinde cam şişe resmi olan Sek marka Tetra Pak süt ambalajı (Kaynak: Özer, Ağustos 2011, Ankara.)

“Eskiden, kullandığım kozmetik ürünlerinin kapları vardı. Krem, şampuan, sıvı sabun gibi. Onları gidip doldurtabiliyordum Fresh Line’den [marka]. Onların kapları boşaldığında, tek bir ambalajım oluyordu elimde, sürekli kullanılan bir kap oluyordu. Bir kere almam yeterli oluyordu. O ürünleri bıraktım, çünkü yağlara döndüm. O kaplarım da durur.”

Yeniden kullanılabilirlik biçimleri şöyle gruplanabilir:

1. Yeniden kullanım (çok kullanımlık kap, bez çanta vs.)
2. Depozito (cam süt şişesi, damacana vs.)
3. Yeniden dolum (çakmak, toner vs.)
4. Yeniden şarj etme (pil vs.)

Alternatif ürünlerin yetersizliği ile ilgili pek çok şikayet bulunmaktadır. Tek kullanımlık muadiliyle karşılaştırılıp yetersiz olduğu için kullanılmayan alternatiflerden söz edilmiştir. Örneğin, K6 su matarasını, içinde koku oluşmasından dolayı ve evden çıkmadan önce hazırlık yapma zorunluluğu getirdiği için kullanılmaktan vazgeçmiştir. Alternatif kullanıma izin veren altyapı eksikliğini K3 şu örnekle dile getirmiştir:

“Yanımda şişem yoksa, suyum bittiyse plastik şişe mecburen alıyorum çünkü etrafta su içebileceğim bir çeşme yok, olsaydı oradan da bir şekilde içebilirdim.”

İlk kullanımdan sonra yapılanlar

İlk kullanımdan sonra yapılanlar için, çoğunlukla yeniden kullanımdan söz edilmiştir. On bir katılımcı kavanozları, dokuz katılımcı cam şişeleri ve yine dokuz katılımcı da poşetleri yeniden kullandıklarını belirtmiştir. On bir katılımcı ayak-

kabı kutusu, oluklu mukavva ya da metal kutu gibi çeşitli kutuları yeniden kullanılmaktadır.

Çöpe atmayıp yeniden kullanılma potansiyeli için, kullanılmış tek kullanımlık kullan-atları saklayan katılımcılar mevcuttur. Bazıları aşırı birikmesinden ve/veya düzenleyememekten doğan sorunları dile getirmiştir. Birkaç katılımcı ise, hoşlarına gittiği için sadece özel örnekleri saklamaktadır.

Tek Kullanımlık Kullan-atların Özellikleri

Olumlu özellikler

Tek kullanımlık kullan-at ürünlerin pek çok olumlu özelliğinden söz edilmiştir. On bir katılımcı, bu ürünlerin hijyen katkıları olduğunu savunmuştur. K1, gıda ambalajlarının sağlık açısından katkısı olduğunu, K13 ise özellikle tuvalet kağıdı, ped ve kağıt havlu gibi ürünlerin sağlık ve hijyen yönünden çok gerekli olduğunu düşünmektedir. K14 de benzer şekilde, bebek bezinin ve pedin yeniden kullanılabilen alternatiflerinin, yıkamayla hijyenik olamayacağını savunmuştur.

Sayılan olumlu özelliklerden bir diğeri, hayatın hızlı temposu içinde zaman kazandırıyor olmalarıdır. Örneğin K3, tek kullanımlıkların en büyük getirisini, çoğu insana hızlı yaşamları nedeniyle zaman kazandırmaları olarak görmektedir. K13’ün açıklaması şöyledir:

“Plastik çatal bıçaklar bir pikniğe vesaire gittiğimizde ya da barbekü yaptığımızda onun bulaşık makinesi var ama şu çok daha süper oluyor: Kocaman bir poşetin içine herkes elindikileri doldursun onu öylece bağlayayım, geri dönüşümü olan bir yere atmak müthiş bir şey. Bir anda bulaşık kabusundan kurtuluyorsun, o müthiş. Zaman kazandıran bir şey, çok rahatlatan ferahlatan da bir şey.”

Dört katılımcı, ürünlerin devingenliğe yardımları olduğunu söylemiştir. K8, tek kullanımlıkların devingenlik ve spontanlığa olan katkılarından şu şekilde söz etmiştir:

“Özellikle bardak kullanıyorum. Mobilite açısından bence çok etkili, bizim çok mobil olmamızla. Aslında biraz aklımıza estiği an erişebildiğimiz için içiyor, kullanıyoruz bu bardakları.”

Altı katılımcı konfor sağladıklarına, diğer altı katılımcı ise rahatlık ve hayatı kolaylaştırma özelliklerine değinmiştir. K5 konforla ilgili olarak şunu ifade etmiştir:

“Konfor, her aşamada o bizim zaafımız, o kullanılıyor endüstriyel tasarım tarafından da. Alışverişte hemen, birazcık hız sağlaması, birazcık taşıma kolaylığı sağlaması küçük bir avantaj yarattığı noktada hemen yönelebiliyoruz. Evet, rahatlık ya da rahatlık, var bir şeyler.”

Dört katılımcı pratik olduklarını söylemiştir. K6 tekrar temizleme zorunluluğu olmamasını örnek göstermiştir. K10 bu ürünlerin kullanımda ve satın almada esneklik ve pratiklik sağladığını söylemiş, ve bunu “gündelik hayatın kesintiye uğramaması yönünde bir pratiklik” olarak nitelemiştir. İki katılımcı bu ürünle-

re kolay erişim sağlanabildiğinden bahsetmiştir. K9 bu ürünlerin çoğunu faydalı olarak nitelemiş, yara bandı ve umumi tuvaletlerdeki klozet örtülerini çok faydalı olanlara örnek olarak göstermiştir.

Olumsuz özellikler

Katılımcılardan 13'ü, çeşitli konularda kullan-at ürünlerden rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Örneğin, K16 kullan-atları kullanırken vicdan azabı hissettiğinden bahsetmiştir. K12 de benzer şekilde, evde çok biriken plastik kapları “vicdan azabı” olarak nitelendirmiş, çok birikince bir işe yaramayacaklarını anlayıp atmamak zorunda kaldığını belirtmiştir. K10 her seferinde yeni bir şey satın alıp onların evde birikmesinden rahatsız olduğunu belirtip, sonunda onları evden attığında da başka yerde birikecekleri için, bunun hiç de iyi bir hissiyat olmadığını söylemiştir.

K9 ıslak mendilleri absürt bulmakta, plastik karıştırıcı, plastik poşet gibi örnekleri ise yararsız olarak nitelendirmektedir. K11 ise plastik poşetlere karşı antipatisi olduğunu, uzun ömürlü olmadıklarını ve yırtılıp hayal kırıklığına uğrattıklarını anlatmıştır. K1, plastik malzemeyle olan ilişkisini şu şekilde ifade etmiştir:

“Bu ürünlerin çoğunun ham maddesi plastik ve ben plastiğe dokunmaktan, etrafımda plastik şeyler olmasından, plastiği çoğaltmaktan çok rahatsızlık duyuyorum. Plastiği bir malzeme olarak hiç sevmiyorum. İstediyi kadar bana bir şeyler katıyor gibi olsun, ben o şeyi sevmediğim için o yan faktörleri benim için çok anlam ifade etmiyor.”

K7 yoğurt satın alırken kullan-at ambalaj dışında bir seçeneği olmamasını “mahkum olup alıyorum” şeklinde anlatmıştır. K4 hazır yemek (*fast food*) kültürünün yemek yeme deneyimini aşırı standartlaştırdığını, estetik açıdan da hoş olmadığını düşünmektedir. Restoranlardaki kağıt/plastik bardakların hijyenle ilgisi olmadığını savunmaktadır. K12 kullan-at ürünlerin kalitesini düşük bulunduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

“Tek kullanımlık kullan-at ürünler genelde herhangi bir kullan-at ürün olarak üretildiği için, özellikle kaliteli veya özenilmiş şeyler olmuyor ve gıda ambalajlarında çok özenilmedikleri için bence tehlikeli durumlar bile olabilir.”

K2 ise, yiyecek paketlerinin zorunluluğuna değinip, yine de insanların kullan-atlara bağımlı hale geldiğini ve aşırıya kaçtıklarını düşündüğünü belirtmiştir.

Olumlu gibi gözükse de aslında olumsuz olan özelliklerden de söz eden katılımcılar bulunmaktadır. Örneğin K12 hijyen konusunun abartıldığını savunmuştur. K5'in düşünceleri ise şu yöndedir:

“Galoşun da biraz çarpık bir hijyen anlayışından fazla beslendiğini düşünüyorum. Doğal bir hijyenin daha anlamlı olduğuna inanıyorum çünkü çok fazla hijyenik yapmaya kalktığımız anda bir yeri, belli mikropların ve virüslerin daha fazla üremesi için de bir imkan yaratıyoruz aslında. Orası çok steril hale geliyor ve sterillik hijyen demek değil bana göre.”

K8 de benzer şekilde hijyen anlayışını sorgulayarak, görüşünü şöyle ifade etmiştir:

“İlk kullanıcının sen olması ve bir kere kullanılması her zaman hijyene delalet değildir bence çünkü bu da fabrikadan çıkıyor sonuçta.”

K16 “maalesef hayatı çok kolaylaştırıyor” derken, bir çeşit kolaylığa mahkumiyeti ima etmektedir. Buradaki söylem, araştırmanın hipotezi açısından önemsenmektedir çünkü sözde *kolaylık*, ürünün rasyonel özelliğinden çok, bu ürünlerin yaygın kullanımına yol açan ikna araçlarından biri olarak anlaşılmaktadır.

K10 kullan-atlarla olan ilişkisinde, ilk bakışta katkı gibi görünen özelliklerin iç yüzünden şu şekilde bahsetmiştir:

“Hayatıma katkısı, herhangi başka bir şey taşıma gereği kalmıyor. Dolayısıyla aramızda sürtünmesiz bir ilişki gerçekleşiyor. Hayatım yüksüz geçiyor. Yüğü başkası satın almış, sana da satmış oluyor. Katkısı bu. Yani buna katkı denebilirse.”

K5’in bu ürünlere ilişkin eleştirileri ise şu şekildedir:

“Hız sağlıyor diyeceğim ama hız sağlamaktan çok zaten hızlı olan hayatımızla uyumlu görünüyor daha çok. Gerçekten inanılır ölçülerde olmayan bir zaman problemi var. (...) Alternatiflere erişimimiz tam olmadığı için yaşam biçimimizde bazı şeyleri tam değiştiremediğimiz için hızlilik adına tek kullanımlık ürünler avantaj sağlıyor genellikle.”

Özetle, sorumlu katılımcıların ifadelerinden her ne kadar eleştirel yaklaşımlar da büyük oranda tek kullanımlıklara maruz kaldıkları görülmektedir. Bu ürünleri tekrar kullanmak da kullanmaktan kaçınmak da akıntıya karşı kürek çekmeye benzetilebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMALAR

Endüstriyel ürünlerin benimsenmesi ve yaygınlaşması, modern toplumlarda sıklıkla *zaman kazandırma* ve *emek tasarrufu* gibi olumlu nitelikler ile açıklanagelmıştır (Forty, 1992). Elektrik süpürGESİNİN ya da çamaşır makinesinin yaşama katkıları, aslında insanların temizliğe dair algılarını da dönüştürmekte, eski yöntemlerle yapılan temizlikle karşılaştırınca, temiz olmanın standartlarının da kökten değişime uğradığı anlaşılmaktadır (Forty, 1992). Dolayısıyla, ürünlerin nesnel özelliklerinden çok, örneğin hijyen ve temizliğe dair algıların, kullan-at nesnelere ile çevrenin yüzünden dönüştüğü iddia edilebilir. Başka bir deyişle, hijyen ve temizliğe katkıda bulunacağını iddia eden nesnelere arttıkça, bu konuda insanların endişeleri de paralel olarak artmaktadır.

Bulgulardan görülmektedir ki, kullan-at ürünlerin yaygın ve kolay erişilebilir olmaları, daha doğrusu bu hale gelmeleri, çok kullanılıyor olmalarının sebepleri değil sonuçlarıdır. Aslında erişilebilirliğin artması, sürdürülebilir olmayan tüketimin ve bununla beraber sorunun büyüme de olduğunun işaretidir.

Sonuç olarak, sorumlu kullanıcılar için bile, tek kullanımlıkların gündelik hayatlarında azaltılamamasının yakınma konusu olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan kullanıcılar ne kadar duyarlı olsalar da çabaları kısıtlı kalmaktadır. Kişiler ne kadar sorumlu kullanıcı da olsalar, bireysel çabalar, sistemsel ve geniş

çaplı sorunlar karşısında yüzeysel ve yetersiz kalmaktadır. Badke ve Walker'a göre (2004) *yeşil ürünler* tüketen insanlar, tüketime mazeret bularak daha az yıkıcı olduklarını düşünüp rahatlamakta, bu yolla aslında tüketim kültürüyle bütünleşmektedir. Cerit Mazlum'un (2008) da savunduğu üzere, tüketilen ürünlerde "son kullanım aşamasında bir değişikliğe gitmek, aslında gerçek anlamda dünya kavrayışını değiştirici bir edim olmaktan uzak" olarak gözükmektedir. Yazar bu davranışları, sorgulamadan *trend* haline gelmiş davranışlar olarak tanımlamaktadır (Cerit Mazlum, 2008). Zihniyet değişimine yol açmayan tutum ve davranışlar vicdan rahatlatma ve tatmin aracı haline geldiğinden köklü bir değişime yardım etmemekte ve daha da kötüsü, sözde duyarlılık görünümü altında ilüzyon yaratarak asıl çevre mücadelesini sekteye uğratmakta ya da yavaşlatmaktadır. İçinde bulunulan sistemsel yanlışlarla birlikte yaşamayı öğrenmek, bunlara alışmak ve uyum sağlamak, sonunda sistemin bir parçası haline gelme ile sonuçlanmaktadır. Maniates (2016, 142), sürdürülebilirlikle ilgili *mitler ve yanlış anlamaları* açıklarken, "her küçük adım yardım eder" anlayışının, günümüzde gezegeni kurtarmanın, politik eylemden çok (sığ anlamda) bir yaşam tarzına dönüştürdüğünü iddia eder. Bu da aslında, "zorlu politik mücadelelere girişmeden değişimi yaratan aktörler olabileceğimizi" ima etmektedir. Maniates (2016), öteki yanlış anlaşılmalarda birlikte bu yanlışın da sürdürülebilir geleceğe dair umutların yok olmasındaki etkenlerden biri olduğunu savunmaktadır. Bu görüşü destekler şekilde, K5 aşağıdaki görüşlerini dile getirmiştir:

"Yaşam biçimini değiştirmeye yönelik arayışlar daha fazla. Şehir yaşamından nasıl kurtuluruz diye daha uzun vadeli arayışlarımız var. O durumda alışkanlıkları değiştirmek daha kolay olacağı için, diğer kullan-at nesnelere de daha az ya da hiç kullanmamak gibi bir şey söz konusu olabilir."

Zihniyet ve yaşam tarzı dönüşümlerinin ardından umulan, kullan-atlarla ilgili algının da değişmesidir. Kullanımı zorunlu ve kaçınılmaz olarak algılanan ürün grubunun kapsamının daralması, sayı, çeşit ve kullanım sıklığının azalması ile ancak kullan-atların alternatifleri de gelişip serpilebilecektir. Bu alternatifler ancak, alternatif yaşam biçimleri ortamlarında yeşerebilir. Örneğin, PET şişeye olan ihtiyacın sorgulanabilmesinin yolunu kamusal alanda su içilebilen çeşmelerin varlığı açabilecektir.

Çalışmanın Sınırları ve Gelecekteki Araştırmalar için Öneriler

Bu çalışmada, *yaşam döngüsü analizinin* kapsam dışı tutulmasının nedeni, ilgi alanının daha çok üretim ve tasarlama süreçlerine dönük olmasıdır. Bu çalışma ise yeni ürün tasarımı önerileri geliştirmekten çok, sürdürülemez sisteme katkı yapan ürünlerin, alternatifleri zaten bulunmasına rağmen neden hala yaygın olarak kullanılageldiklerini anlayabilmeyi amaçlamıştır.

Sürdürülebilirlik için *ikna edici tasarım* anlayışı da bu çalışmada kapsam dışıdır. Brynjarsdóttir vd.'nin (2012) değerlendirmesinde, sürdürülebilirlik için ikna edici tasarım çalışmalarında çoğunlukla vurgunun bireysel tüketime yapılması ve

sürdürülemez durumlara teknolojik çarelerle çözüm aranması eleştirilmektedir. Eleştirilen bir diğer yön ise, sürdürülebilirliğin dar anlamda ele alınmasıdır. Bu da, sorunları toplumsal, politik ve altyapısal yönleri dışarıda bırakacak şekilde indirgeyeceği endişesini doğurmaktadır (Brynjarsdóttir vd., 2012). Sözü edilen nedenlerle çalışmada amaç, tek kullanımlık nesnelerin yerine daha çevreci alternatifleri koymaya çalışmak olmamıştır. Bireylerin özgür tüketim tercihlerinden çok, içinde buldukları sosyokültürel ağlar, nesnelere ve altyapılar ile ayrılmaz biçimde birlikte çalıştığının farkında olarak, kişilerin ne tür tüketimlerde bulunmaları gerektiğini ima ya da teşvik etmek ya da farkındalık yaratmak yerine, var olan durumun doğru teşhisi (bir başka deyişle sürdürülemez endüstriyel ürünlerin yaygın kullanımının altında yatan sebepleri anlamak) için emek harcanmıştır.

Bu araştırmanın bir diğer sınırı, sadece sorumlu kullanıcı grubuna yönelik olmasıdır; dolayısıyla genel nüfusa yönelik sonuçlara ulaşılamaz.

Gelecekte, bu alanda bundan sonraki araştırmalar için gerekli görülen, tüketimin gerçekleştiği olay yerlerinde gözlem ve etnografik yöntemlerden faydalanarak konunun araştırılmasıdır. Çalışmanın başka bir kısıtı ise, her ne kadar görüşmeler, katılımcıların ev ya da işyerlerinde yapılmak istendiye de, ancak yarısı ile kendi yaşam mekanlarında gerçekleştirilebilmiş olmasıdır. On altı katılımcıdan yedisi ile kendi işyerlerinde, sadece biri ile evinde görüşülmüştür. Halbuki ev ortamında, tek kullanımlık nesnelere kullanım ve birikme yerlerinde görerek daha anlamlı bir çalışma ortaya konabileceği tahmin edilmektedir. Katılımcılardan birinin görüşüne göre ise, sözü edilen nesnelere hatırlamak açısından market alışverişi sırasında bu görüşmeleri planlamanın daha etkili olabileceğidir.

Ayrıca, tek kullanımlık olmayan endüstriyel ürünlerin ömürlerinin günümüzde gitgide kısılması, kasıtlı eskitme planlanarak tasarlanıp üretilmeleri ve bunlara yönelik *kullan-at* tavrına rastlanmasının sebepleri de ayrıntılı bakılması gereken alanlar arasındadır.

KAYNAKÇA

Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı (2010). *Municipal Solid Waste Generation, Recycling, and Disposal in the United States: Facts and Figures for 2010*. 20 Ocak 2013 tarihinde http://www.epa.gov/wastes/nonhaz/municipal/pubs/msw_2010_rev_factsheet.pdf adresinden erişildi.

Assadourian, E. (2010). The Rise and Fall of Consumer Cultures. L. Starke ve L. Mastny, (Eds.), *State of the World, 2010: Transforming Cultures: From Consumerism to Sustainability: A Worldwatch Institute Report on Progress Toward a Sustainable Society* içinde (3-20). New York: W.W. Norton.

Badke, C. ve Walker, S. (2004). *Dissident Design: Resistance through Form*. http://www.idsa.org/absolutenm/articlefiles/Craig_Badke.pdf adresinden erişildi.

Brynjarsdóttir, H., Håkansson, M., Pierce, J., Baumer, E.P.S. ve DiSalvo, C. (2012). Sustainably Unpersuaded: How Persuasion Narrows Our Vision of Sustainability. *CHI '12 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Austin, Texas, ABD.

Cerit Mazlum, S. (2008). Çevreci Kime Denir? Ö. Madra, (Röportör), *Açık Gazete* içinde. 22 Nisan 2010 tarihinde http://www.acikradyo.com.tr/default.aspx?_mv=a&aid=23086 adresinden erişildi.

Clean Water Action (2016). *The Problem - Our Throwaway Lifestyle. ReThink Disposable Campaign*. 23 Temmuz 2016 tarihinde <http://www.cleanwater.org/features/problem-our-throwaway-lifestyle> adresinden erişildi.

Cooper, T. (2005). Slower Consumption: Reflections on Product Life Spans and the “Throwaway Society”. *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 51-67.

Dannoritzer, C. (Yazar ve Yönetmen). (2010). *The Light Bulb Conspiracy* [Belgesel Film]. İspanya, Fransa: Arte France.

Forty, A. (1992). *Objects of Desire: Design and Society since 1750*. Londra: Thames & Hudson.

Jatan Sansthan (2016). *Safe Menstrual Health and Uger*. 28 Temmuz 2016 tarihinde <http://www.jatansansthan.org/areaofwork/safe-menstrual-health-uger/> adresinden erişildi.

Maniates, M. (2016). Make Way for Hope: A Contrarian View. S. Nicholson ve S. Jinnah (Ed.), *New Earth Politics: Essays from the Anthropocene* içinde (135-154). Cambridge, MA: The MIT Press.

Manzini, E., Jégou F. ve Penin, L. (2008). Creative Communities for Sustainable Lifestyles. H. des Tanneurs, T. Geer Ken, A. Tukker, C. Vezzoli ve F. Ceschin (Ed.), *Proceedings of 2nd Conference of the Sustainable Consumption Research Exchange (SCORE!) Network* içinde (259-276). Brüksel, Belçika.

Murthy, L. (2015a). Taking the Cue from Grandmother and Making Menstruation Management Safe and Sustainable. P. Stebbing ve U. Tischner (Ed.), *Changing Paradigms: Designing for a Sustainable Future. Publication No 1 of the Think Tank Series from the Cumulus International Association of Universities and Colleges of Art Design and Media* içinde (380-381). Mumbai: Vedanta Arts.

Murthy, L. (2015b). Design Innovation Center, IDC, IIT Bombay. “Restructuring anatomies of menstrual management – a practice based research on sustainable menstrual management”. 14 Ağustos 2016 tarihinde <https://diciitb.files.wordpress.com/2015/04/uger-pads.jpg> adresinden erişildi.

Örsel İmir, I. (2010). *Progressive Obsolescence and Product Non-Use in Electrical Kitchen Appliances*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

Press, M. ve Cooper, R. (2003). *The Design Experience: the Role of Design and Designers in the Twenty-first Century*. İngiltere: Ashgate.

Shove, E. (2003). *Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality*. Oxford: Berg.

Shove, E., Watson, M. ve Spurling, N. (2015). Conceptualizing Connections: Energy Demand, Infrastructures and Social Practices. *European Journal of Social Theory*, 18(3), 274-287.

UGER (2016). *UGER Menstrual Pads - The Healthy Choice for You and the Environment*. 28 Temmuz 2016 tarihinde <http://ugerpads.jimdo.com/> adresinden erişildi.