

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR TEKSTİL ENDÜSTRİSİ İÇİN “YAVAŞLIK” VE ALTERNATİF ÜRETİM MODELLERİ*

Nesrin TÜRKMEN*

ÖZET

Çevre sorunlarının Dünya için giderek önem kazandığı bugünlerde üreticiler de kar etmenin tek yolunun daha fazla üretmek olduğunu savunan bakış açılarını değiştirerek, kullanıcı ile satın aldığı ürün arasındaki ilişkinin değişmesi gerektiği gerçeğini kabul edip daha sürdürülebilir üretim tekniklerini benimsemek zorunda kalacak gibi görünüyor. Soruna tekstil ve moda endüstrisi açısından bakarsak, moda endüstrisinin en önemli ekolojik ve etik problemlerinden birinin de hızlı imalat ve tüketimi empoze eden hızlı giysi üretimi olduğunu söyleyebiliriz. Bugün modanın hızlı döngüsü ucuz işçilik ve inanılmaz ölçüde kaynak kullanımına neden olan, bunun yanında yüksek miktarda atık ve çevre kirliliği oluşturan bir sisteme dönüşmüştür. Bu çalışmanın çıkış noktası, bu döngüye alternatif bir çözüm olarak görülen yavaş tasarım kavramı ve bu kavram çerçevesinde oluşmuş çeşitli sürdürülebilir yaklaşımlardır. Yavaşlık kavramı, moda ile bir paradoks oluştursa da, burada sözü edilen yavaşlık bugünün hızlı tüketim üzerine kurulu tasarım modelini sorgulamaya yönelik bir önermedir. Terim, küresel moda sistemi içinde yer alan tasarım, üretim, tüketim, kullanım ve yeniden kullanım stratejilerini yeniden konumlandırma temeli üzerine kurulu sürdürülebilir moda çözümlerini ifade etmek için kullanılmaktadır; tipik tüketim ürününün yerini daha uzun kullanım ömrü olan, manevi değeri daha yüksek ve kullanıcı ile duygusal bağ oluşturan ürünlerin aldığı daha sürdürülebilir bir tasarım modelini ifade etmektedir. Yerel kaynakların kullanımı, şeffaf üretim sistemleri, üretici ile tüketici arasında daha az aracı öneren üretim şekillerine ve uzun ömürlü ürünlere vurgu yapan çalışma, bu konuları bazı örnek uygulamalar üzerinden tartışmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Tekstil, Moda, Tüketim, Sürdürülebilirlik, Yavaş Tasarım.

“SLOWNESS” AND ALTERNATIVE PRODUCTION MODELS FOR A SUSTAINABLE TEXTILE INDUSTRY

ABSTRACT

Environmental issues are becoming increasingly important for the world and producers may have to change their mentality that says that producing more products is the only way to earn more; they have to use sustainable production techniques taking into consideration that a dramatic change should emerge in consumers' relation with the products they buy. If we take the problem from the aspect of textiles and fashion industry, we can say that one of the main ecological and ethical problems within the fashion system is the rise in clothing of fast production emphasizing the rapid manufacturing and consumption of clothing. The globalized fast fashion system uses cheap labor, an enormous amount of resources and generates a lot of waste and pollution. Today, the fast cycle of the fashion industry has changed into a system using cheap labor, enormous amount of resources and generates a lot of waste and pollution. The point of departure for this article is slow design which is considered to be an alternative solution for this cycle and some samples of sustainable approach consisting in this model. Although it makes a paradox with fashion, slowness mentioned here is a proposition oriented in questioning today's fast-consuming centered design paradigm. The term is used to identify sustainable fashion solutions, based on the repositioning of strategies of design, production, consumption, use and reuse emerging in the global fashion system; it offers a model with more sensorial and emotionally durable products taking place of today's typical consumer products. The article aims to put an emphasis on transparent production systems with less intermediation between producer and consumer, local resources and emotionally durable products by looking over some examples of production adopting sustainability in principle.

Keywords: Textile, Fashion, Consumption, Sustainability, Slow Design.

Giriş: Bu yüzyılın yaygın tasarım paradigması, üretimi ve tüketimi hızlandırmak için çok kısa kullanım süreleri olacak şekilde tasarlanmış milyonlarca ürün ve mekan üzerine kurulmuştur. Hızlı tüketimin belki de en dramatik şekilde Tekstil ve Moda sektöründe yaşandığını söyleyebiliriz. Tüketicilerin hep daha yeni olanı daha hızlı elde etme arzularını doyurabilmek için moda eğilimleri öyle hızlı değişir hale gelmiştir ki, bunun sonucunda birbirleriyle yarışan firmalar sayesinde ürün fiyatları da gereğinden fazla düşmüştür. Bu konuda çoğu firma da, mümkün olduğu kadar hızlı ve ucuz üretim yapma yolunu seçmiştir (hızlı moda olarak adlandırdığımız bu üretim şeklinde bir ürün numunesi veya çizim eskizi 12 gün gibi kısa bir sürede bitmiş ürüne dönüşebilmektedir). Önceki yıllarda birçok firma yılda 2 kez koleksiyon yaparken, bugün mağazalarda neredeyse her ay yeni ürünler eskisiyle yer değiştirir olmuştur. Bu durumda maliyetleri en aza indirebilmek için, hızlı üretim ürünlerinin çoğu işçi ücretlerinin düşük olduğu Asya, Afrika ve gelişmekte olan ülkelerde yapılmaktadır. Bu ülkelerde işçiler düşük ücret, kötü çalışma şartları, uzun çalışma süreleri ve gerçekçi olmayan teslimat süreleri ile baş etmek zorundadır. Son yüzyıl boyunca

* Bu çalışma, Akdeniz Üniversitesi G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü tarafından 08-10 Ekim 2012 tarihleri arasında düzenlenen “1. Uluslar arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu”nda bildiri olarak sunulmuştur.

* Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, Fındıklı, İstanbul, Türkiye, E-mail: nesturkmen@gmail.com

hızlanarak büyüyen bu tüketim sürecine karşı, on yıldır Dünyanın sürdürülebilir geleceği üzerine etki eden üretim ve tüketim şeklinin olumsuz etkilerini en aza indirmeye yönelik önemli bir mücadele ortaya konmuştur (Fiell, 2001). Son yıllarda Dünya üzerinde daha sürdürülebilir bir yaşam sağlayabilmek için birçok alanda köklü değişikliklere ve bir dönüşüme mecbur olduğumuz gerçeğiyle yüzleştikten sonra birçok tasarım teorisyeni, eğitimci ve tasarımcı da neler yapılabilir sorusuna farklı önermelerle yanıt bulmaya çalışmıştır. Bu önermelerden birisi de, üretim ve dolayısıyla tüketim alışkanlıklarımızı değiştirmeye- dönüştürmeye- yönelik “yavaş tasarım” manifestosudur.

Yavaş Tasarım: 1990’ların ortalarından itibaren ürün tasarımı ve mimari alanlardaki çevresel olumsuzlukların gözden geçirilmesi ile ilgili giderek büyüyen bir eğilim oluşmuştur. Etkili tasarımcılar yeni malzemeler, teknoloji, tasarımın psikolojik yönü ile evrensel sorunlara karşı bireysel çözümlerin 21. yüzyılda tasarım konusundaki yeni odak noktaları olduğunu açıklamışlardır (Fiell, 2001). Giderek artan sayıda tüketicinin fiyat yerine ürünün değerine odaklanması, bazı “hızlı” markaları sarsarken, Zippo, Woolrich, Red Wing ve Hamilton gibi yüksek fiyatlı “hızlı olmayan” markanın gelişmesine neden olmuştur (Klara, 2009). Tüketim ürünlerinin yaşam döngülerine olan ilginin çıkış noktası, London’ın söz ettiği (1932) ve Packard’ın “The Waste Makers” (1963) kitabında popüler hale getirdiği “planlı demodelik” veya “planlanmış demodelik” terimi olmuştur. Planlı demodelik (London, 1932), bir ürünün sınırlı bir kullanım ömrü olacak şekilde tasarlanarak belirli bir zaman sonunda demode olması veya işlevini yitirmesi üzerine kurulmuş bir üretim politikasıdır. Planlanmış demodelik endüstri açısından müşterilerin kısa sürede yeni ürün almalarını teşvik ederek talep artışına neden olur ve üretici yararına potansiyel avantaj sağlar. Çünkü ürünü kullanmaya devam etmek isteyen kullanıcı ya üreticiden aynı ürünün yeni bir modelini alma, ya da aynı politikalar ile üretim yapan rakip bir firmadan yeni ürün satın alma konusunda baskı altındadır. Planlı demodelik kavramının doğuşu Bernard London’ın 1932’de yayınlanan “Ending the Depression Through Planned Obsolescence” adlı kitapçığı ile olmuştur. Vance Packard ise 1960 da yayınladığı “The Waste Makers” da planlı demodelik kavramını iki alt kategoride toplamıştır: Cazibe açısından demodelik ve işlev açısından demodelik. Psikolojik demodelik olarak da adlandırılan cazibe açısından demodelik ürünün kullanıcının zihninde yıpratılmasına gönderme yaparken, planlanmış işlevsel demodelik eskinin yerini alan yeni teknolojinin firmalar tarafından tanıtılması ile kabul gören bir teknik demodelik durumudur. Stil demodeliği ise estetiğin birincil olarak etkili olduğu ve moda döngüleri ile hareket eden sektörler için geçerlidir. Otomobil, mobil telefon ve neredeyse tamamen hızlı moda döngülerinin etkisi altındaki tekstil endüstrisi bu kategoride yer alır. London’ın ve Calkins’in çalışmalarında belirtildiği gibi (Calkins, 1932), Packard’ın “işlevsel demodelik” ve “psikolojik demodelik” teorileri, ürünlerin yaşam döngülerinin bu şekilde kısaltılmasının etik olmadığını hem tüketici harcamalarındaki kar odaklı manipülasyon açısından, hem de gereksiz satın alma davranışı ile oluşan olumsuz ekolojik etki açısından vurgulamıştır. Yapılan çalışmalar, ürün değeri algısının sadece fiyat merkezli olmadığını, uzun ömürlülük, sürdürülebilirlik, etik değerler ve yerel üretim konularına da bağlı olduğunu göstermektedir (Hein, 2009). 2003’te Fuad Luke “Yavaş Tasarım” kavramını ortaya atarak insan ve Dünya kaynaklarının metabolizmasını yavaşlatmayı esas olan yavaş tasarımların olumlu davranış değişikliklerini yaratacak bir tasarım modeli sağlayıp sağlayamayacağı hakkında da bir retorik sorusu ortaya atmıştır (2003). “Yavaş”, bu noktada “hızlı” kavramının karşıtı ve olumsuz etkileri için bir çözüm olarak görülmeye başlamıştır. “İtalyan Yavaş Yemek ve Yavaş Şehir” akımları ile tanınmaya başlayan “Yavaş Aktivizm”, bugün artık kendisine bir zemin edinmeye başlamıştır (Slow Activism, 2002). Yavaş tasarım ise, bugün ağırlıklı olarak hızlı tüketim üzerine kurulu bir tasarım modelini sorgulamaya ve değiştirmeye yönelik bir öneridir. Yavaş tasarımlar, insanın yaşam koşullarına, biyolojik, kültürel çeşitlilik ve sınırlı dünya kaynaklarına saygı duyan yeni bir bakış açısı sunmaktadır; kişiliksiz ve birbirine benzer ürün ve hizmetleri teşvik eden tüketim kültürüne karşı oluşmuş bir tepkidir. 2006’da Slowlab’dan Strauss ve Fuad Luke, yavaş tasarımlar için bazı ilkeler oluşturmuşlardır.

Yavaş Tasarım İlkeleri (Fuad-Luke, 2008): 1. Günlük yaşamın ihmal edilmiş veya unutulmuş mekân ve deneyimlerini anımsatmak. 2. İnsan yapısı ürünlerin, mekânların, fonksiyon ve fiziksel niteliklerinin arkasında saklı duran gerçek ve potansiyel içerikle ilgilenmek. 3. Açık kaynak “open source” girişimlerini desteklemek, paylaşım, işbirliği ve bilgi şeffaflığını esas almak. 4. Kullanıcıların tasarım sürecinde aktif katılımcılar olmasını desteklemek, sosyal sorumluluk ve yerel toplulukların geliştirilmesini desteklemek. 5. İnsan yapısı ürün ve çevrelerin dinamik gelişim ve olgunlaşması ile daha zengin edinimlerin ortaya çıkabileceğini vurgulamak. Yavaş tasarım süreçleri ve sonuçları, pozitif bir değişimin başlangıcı olabilirler. Tüm bu süreçler, tasarımcıları da tasarımın özünü oluşturan değerlere ulaşmak ve kendilerinin bu noktadaki rollerini uygulamaları konusunda harekete geçirecektir. Yavaş ve moda kavramları her ne kadar çelişkili görünseler de, yavaş moda kavramı; çalışanlar, kullanıcılar, tasarımcılar ve çevre açısından farklı olumlu etkilere sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerin tekstil sektörü çalışanları için, yavaş moda daha yüksek ücret anlamına gelmektedir. Kullanıcılar için, yavaş moda daha büyük özenle tasarlanıp üretilmiş ve yüksek kaliteli ürünlere sahip olmak demektir. Çevre açısından ise, yavaş moda geçici eğilimlerin ardından atılan, kullanımdan kaldırılan giysi atıklarının ve endüstri atıklarının daha az olması anlamını taşımaktadır.

Hızlı Moda Döngüsüne Alternatif Üretim Modelleri: Yavaş tasarım ilkelerini benimseyen bazı markalar, bireysel olarak çalışan dokuma, boyama ve nakış ustalarının bilgi, beceri ve deneyimlerini temel alarak, küçük zanaat temelli üretim ünitelerinde üretim yapmaktadırlar. Bir yandan seri üretim için tasarlayıp üretim yaparlarken, diğer yandan da zanaatkarlığa duydukları saygıyı, tasarımlarında onları ileri düzeyde kullanarak göstermek yolu ile melez bir tasarım dili oluşturmuşlardır. Bu markalardan birkaçı, tasarım yaklaşımları ve üretim şekilleri açısından yavaş tasarıma örnek markalar olarak incelenebilir. Entermodal, sürdürülebilir üretim teknikleri ile çalışan bir lüks çanta üreticisidir. Firma yüz yıl önce kullanılan kaybolmaya yüz tutmuş teknikleri geri kazandırmayı ilke edinmiştir. Her bir çanta bir ömür kullanılabilir üzere ve en yüksek kalite amaçlanarak tasarlanıp el yapımı olarak Portland, Oregon’daki Entermodal Stüdyoları’nda üretilmektedir. En ufak detayları bile eski teknikler kullanılarak, makina kullanılmadan yapıldığı için tek bir çantanın tamamlanması 2-5 gün arasında değişir. Bu üretim şekliyle Entermodal yerel üretimi destekleyip nakliye ile oluşan olumsuz etkileri de azaltabilmiştir. Ayrıca bitkisel boyama ile renklendirilen çantalarda ağır metal ve formaldehid kullanımı da olmayıp, kullanılan tanin de sürdürülebilir yöntemlerle elde edilmekte, bu süreç boyunca ağaçlar zarar görmemektedir (Resim 1).



Res.1: Entermodal çantalar. **Res. 2, 3:** Alabama Chanin'in nakışlı giysi aplikasyonlu giysileri.

Res. 4, 5: Mina Perhonen'den el işçiliği içeren giysi örnekleri. **Res. 6:** Gönül Paksoy'dan eski ve yeni ipekli tekstillerin birlikte kullanıldığı aksesuarlar. **Res.7:** Gönül Paksoy'dan eski ipekli dokuma ve ipekli örme giysi kombinasyonu.

Alabama Chanin yeni, organik, geri dönüşümlü veya kullanılmış ürünlerden elde edilen malzemeleri kullanarak ve bu malzemelere el işçiliği ile katma değer kazandırarak sınırlı sayıda üretme felsefesine odaklanmış bir markadır. Alabama- Floransa'daki 30 yerel artisan tarafından özel el işçilikleri kullanılarak tek tek üretilen her giysi, bu artisanın imzasını taşıyan özel bir ürün olarak satışa sunulmaktadır. Üretim felsefesi ile farklı bir konumda olmasına rağmen kar edebilen Alabama Chanin, bu felsefeyi benimseyen tasarımcılar ve firmalar için de önemli bir örnek oluşturmuştur (Resim 2, 3). Mina Perhonen ise, zaman içinde değerini yitirmeyen giysiler tasarlama amacıyla hareket eden bir markadır. Tasarımcı Akira Minagawa'nın geliştirdiği marka, geleneksel giysi tekniklerini kullanan küçük yerel işletmelerle çalışır. Belirli bir sezon için hazırlanmış ürünlerin kısa zamanda değersiz olacağını düşünen ve sezonluk moda döngülerini izlemeyen Minagawa, yapısal ve eğilimlerden bağımsız estetik değerler açısından uzun ömürlü parçalar üretmeye odaklanmıştır (Resim 4, 5). Türkiye'de Gönül Paksoy yavaş tasarıma örnek markalardan biridir. Tekke giysilerini tasarımlarına çıkış noktası alan Paksoy, değerli eski Türk kumaş ve aksesuar parçalarını yeni kumaş, malzemeler ve farklı boyama teknikleriyle, benzersiz ve zamansız ürünler tasarlamaktadır. Sade kesimlerle, geleneksel ve çağdaşın rafine sentezini oluşturan tasarımcı, üretimin bir bölümünü Adana'da bir grup kadın çalışan ile gerçekleştirerek, kadınlara iş olanağı da sağlamıştır (Resim 6, 7).

Sonuç: Tüm bu yavaş yaklaşımlar genel olarak; "tasarımcı", "üretici", "kullanıcı" arasında bugün var olan hiyerarşik düzeni, modanın yoğun olarak "yeni" olanla ilgili oluşunu, modanın sadece görseleliğe dayalı oluşunu sorgulayan, modayı bir zorunluluk değil seçim olarak tanımlayan, üretimde özellikle kadınları teşvik eden işbirliği ve yardımlaşmaya dayalı çalışmayı öne çıkaran yaklaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Moda bizlere toplumda kimlik, sosyal statü, yaratıcılık, yenilik konularında bir tatmin aracı olurken, birçok olumsuz etki de barındırır. Bu olumsuz etkileri en aza indirebilmek için ideal üretim olanaklarını yaratabilir ve ürünleri yapanlarla kullanıcıları arasında etkileşimin olduğu bir tasarım tarzını tercih edebiliriz. Bu da, bizlerde toplum ve çevre sağlığına zarar veren şeyler üretme pratiğini değiştirebilecek ve Max Neef'in tanımladığı "ürünlere odaklı yaşamı destekleyen bir sistemden ürünlerin yaşam için hizmet ettiği bir sistem"e doğru geçiş sağlayabilecek bir gelişmedir (1992).

Not: Bu çalışma, 08-10 Ekim 2012 tarihleri arasında Akdeniz Üniversitesi G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü tarafından düzenlenen "1. Uluslar arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu" için hazırlanan aynı adlı bildiriden yararlanılarak üretilmiştir.

KAYNAKÇA

- Beverland, M. (2011). "Slow Design", Design for the Triple Bottom Line—Society, Environment, Business, The Design Management Institute, s. 36.
- E, Calkins, What Consumer Engineering Really Is, Consumer Engineering: A New Technique for Prosperity, Roy Sheldon and Egmont Arens (New York: Harper and Brothers),1932, s.1-14.
- C. Fiell ve P.Fiell, Designing the 21st Century, Taschen, 2001.
- Fuad-Luke, A. (2003). "Slow Designing the Eco (r)evolution", Design, Vol 298, Seoul, Korea April 76-81.
- Fuad-Luke, A. (2008). "Slow Design", in Ehrloff and Marshall eds., Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology, Birkhäuser, Basel, 361-363.
- Hein, K. (2009). "Study: Value Trumps Price Among Shoppers," Brandweek, Feb. 3, p. 6.
- Klara, R. (2009). "We're an American Brand", BrandWeek, August 31, p. 4-6.
- B. London, Ending the Depression Through Planned Obsolescence, Pamphlet, US, 1932.
- MMax Neef, Development and Human Needs, in P. Ekins and M. Max-Neef (eds), 1992, s. 202.
- V.,Packard, The Waste makers, Middlesex: Penguin, 1963.
- "Slow Activism", New Internationalist, 2002.
- Walker, S. (2002). "The Cage of Aesthetic Convention: Stasis In Industrial Design And The Necessity Of The Avand-Garde." The Design Journal, Volume 5, Issue 2, pp. 3-7.