

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT DALI

GÖRSEL KÜLTÜRDE BİR UĞRAK -
YAVAŞ HAREKETİ’NİN AFİŞ TASARIMINA YANSIMASI:
“YAVAŞ” VE “ESNEK” AFİŞ

GÜNNAR YAĞCILAR

SANATTA YETERLİK TEZİ

Danışman
DOÇ. DR. AYDIN ZOR

ANTALYA – 2022

T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANASANAT/ANABİLİM DALI

GÖRSEL KÜLTÜRDE BİR UĞRAK -
YAVAŞ HAREKETİ’NİN AFİŞ TASARIMINA YANSIMASI:
“YAVAŞ” VE “ESNEK” AFİŞ

GÜNNAR YAĞCILAR

SANATTA YETERLİK TEZİ

Danışman
DOÇ. DR. AYDIN ZOR

ANTALYA – 2022



T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

10/05/2022

Günnar YAĞCILAR



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü



SANATTA YETERLİK TEZ KABUL FORMU

Gönnar YAĞCILAR tarafından hazırlanan “Görsel Kültürde Bir Uğrak, Yavaş Hareketi’nin Afiş Tasarımına Yansıması: “Yavaş” ve “Esnek” Afiş” başlıklı bu çalışma 10/05/2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından sanatta yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Aydın ZOR	Danışman	İmza
Doç. Bekir KİRİŞCAN	Üye	İmza
Doç. Zafer LEHİMLER	Üye	İmza
Doç. Ece ÇALIŞ ZEĞEREK	Üye	İmza
Dr. Öğr. Üyesi Sıdika Benan ÇELİKEL	Üye	İmza

Tez Savunma Tarihi: 10.05.2022
Mezuniyet Tarihi:/..../.....

Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

“Sormak, bir yol açmaktır.”

Martin Heidegger

Bir yol açma umuduyla... Okuyacak olduğunuz bu tez, uzun bir süreçte çok yavaş bir şekilde doğdu. Şu anda dünya çapında yaşanan bir salgının (Covid-19), bir krizin tam içindeyiz. Küresel ısınma, iklim değişikliği, pandemi gibi nedenlerden dolayı bunalmış durumdayız. İçerisinden geçtiğimiz bu pandemi süreci bazı şeyleri yeniden sorgulamamıza olanak sağladı. Grafik tasarım eğitimi içerisinde yer aldığım süre boyunca baskın olan “hızın” sınırlayıcı etkisi beni bu çalışmada söz konusu bakış açısıyla hesaplaşmaya yönlendirdi. Günümüzde pek çok alanda adından sıkça söz ettiren “Yavaş Hareketi” ile tanışmam beni tasarım üzerindeki yerleşik kabulleri yeniden düşünmeye sevk etti. Bu sorgulamada “yavaşlamak” bize yol gösterici olabilir.

“Yavaş”lıkla tanışmamı sağlayan, konunun belirlenmesinden yazım aşamasına kadar bu yolda bana ışık tutan, her konuda desteğini sakınmayan ve önerileriyle çalışmamı zenginleştiren kıymetli Hocam Babacan TAŞDEMİR’e; çalışmaya dair fikirleri tartışma fırsatı bulduğum ve önerileri ile bu çalışmanın öz-eleştirel bir ortamda yazılmasına katkı sağlayan değerli Hocam S. Benan ÇELİKEL’e; değerli danışman Hocam Aydın ZOR’a; verdiği kişisel ve akademik ilhamlar için Özgü GÜNDEŞLİOĞLU’na; keyifle çalışma ve tartışma atmosferini bana yaratan çalışma arkadaşlarım Merve KÖKSAL’a, Mukaddes YÖRÜK’e, Serap DUMAN İNCE’ye; tüm bu çalışma boyunca bana sürekli olarak destek olan kızlarım İrem ve İpek’e ve tabi ki annem, babam ve kız kardeşim Gizem’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Günnar YAĞCILAR
Antalya, 2022



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Günnar YAĞCILAR
	Numarası	20155306006
	Anasanat Dalı	Sanat ve Tasarım
	Danışmanı	Doç. Dr. Aydın ZOR
Tezin Adı		Görsel Kültürde Bir Uğrak - Yavaş Hareketi'nin Grafik Tasarıma Yansıması: “Yavaş” ve “Esnek” Afiş

ÖZ

Modern dünyanın öğretisi olan “hız” olgusuna alternatif bir çözüm olarak görülen “yavaş”, grafik tasarım özelinde yeni bir bakış açısı yaratabilme potansiyeline sahiptir. Çalışma, 2000’li yıllardan beri literatürde yavaş yemekten yavaş moda, yavaş şehirden yavaş sanata kadar geniş bir yelpazede süregelen tartışmalara, afiş tasarımı üzerinden bir inceleme başlatmaktadır. Bu amaca yönelik olarak, doğası itibarıyla tek karelik bir fikir üretim alanı olan afişin nasıl “yavaş” olabileceği sorgulanmaktadır. Politik bir hareket olan Yavaş Hareketi’nin özündeki felsefi temelleri anlamak adına çalışma “holistik” (bütüncül) bir yaklaşımı benimsiyor. Tüketim toplumu ve bunun görselliğe olan bağlılığı üzerinden fikir tarihinde eleştirel düşünce ile görsel kültür arasındaki bağı açıklamaya çalışıyor. Literatürde daha önce neredeyse ele alınmayan “Yavaş Grafik Tasarımın” kavramsal çerçevesini belirlemeye yönelik bir öneri sunuyor. Yavaşlığı, bazı seçili afiş tasarımları üzerinden inceleyerek ve Nobel ödüllü iktisatçı Daniel Kahneman’ın “hızlı” ve “yavaş” düşünme sistemi üzerinden “Yavaş Afiş”in nasıl olabileceğine yönelik yeni bir tasarım önerisi geliştiriyor. Bununla birlikte, halihazırda “Yavaş Afiş” olarak tanımlanan tasarım anlayışında diğer “yavaş” alanlarında olduğu gibi bir “elitizm” problemi ortaya çıkıyor. Çalışma, ortaya çıkan bu problemi “esneklikle” aşabilmeyi hedefliyor. Bu “esnekliği” sağlayan bir unsur olarak ise “mizah” öneriliyor. Mizah yoluyla izleyiciyi hızla yakalayıp dikkatini çekip, sonrasında derin düşünmeye geçirebilmek hedefleniyor. Son aşamada ise sanatçı-araştırmacı afiş tasarımları yaparak “yavaş” ve “esnek” afiş tasarımının nasıl olabileceğini tespit etmeye çalışıyor. Yapılan tasarımlar biçim ve içerik açısından değerlendiriliyor. Sonuç olarak tez, çalışma kapsamında geliştirilen tasarımlarla duyarlı ve yaratıcı düşünme biçimlerini harekete geçirmeyi amaçlıyor.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Yavaş Tasarım, Yavaş Grafik Tasarım, Yavaş Afiş, Esnek Afiş.



T.R.
AKDENİZ UNIVERSITY
Institute of Fine Arts



Student's	Name-Surname	Günnar YAĞCILAR
	Number	20155306006
	Department	Art and Design
	Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Aydın ZOR
Thesis Title		A Moment in Visual Culture - Implications of the Slow Movement for Graphic Design: 'Slow' and 'Flexible' Poster

ABSTRACT

'Slow', which is considered as an alternative to the fact of 'fast' as a teaching of the modern world, has the potential of offering a new perspective in respect to graphic design. In the scope of graphic design, this thesis makes contribution to the ongoing discussions in the literature since the first years of 2000 covering a large spectrum of subjects from 'slow food' to 'slow fashion', 'Cittaslow', and 'slow art'. Towards this end, it is questioned how the art of poster, which is a single image by its very nature, can be 'slow'. This study employs a 'holistic' approach to understand and explain the philosophical roots of the Slow Movement, which is actually political movement. In this context, this study seeks to reveal the connection between critical thought and visual culture by referring to the consumer society and its dependence on the visuality. This thesis suggests a conceptual framework to the subject of 'slow graphic design' which has been largely neglected in the related literature. Drawing on an analysis of some selected poster designs, and the thinking systems of 'fast' and 'slow' by Daniel Kahneman, a Nobel prize winner economist, this thesis develops a design proposal of 'slow poster'. However, there seems to a problem of 'elitism' in the existing understanding of 'slow poster' as in other areas of 'slow'. This study aims to overcome this problem by 'flexibility'. 'Humor' is suggested as an element bringing about this 'flexibility'. Thanks to 'humor', it is sought to catch the attention of viewers, and direct them to deep thinking. In the last part, the artist-researcher designs a series of posters to indicate how 'slow' and 'fast' poster designs might be. Those posters are described and interpreted in respect to their forms and content. Consequently, the purpose of the study is to mobilize sensitive and creative forms of thinking through posters designed in the scope of this thesis.

Keywords: Graphic Design, Slow Design, Slow Graphic Design, Slow Poster, Flexible Poster.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
SANATTA YETERLİK TEZ KABUL FORMU	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZ.....	iv
ABSTRACT.....	v
GÖRSEL LİSTESİ	viii
TABLO LİSTESİ	ix
1. GİRİŞ	1
2. BÖLÜM “HIZ” VE “YAVAŞ”IN MADDİ VE SEMBOLİK KÖKENLERİ ..	7
2. 1. “Hız” ve “Yavaş” Kavramları Üzerine	7
2. 2. Hız Karşıtı Bir Eylem Biçimi Olarak “Yavaş Hareketi” ve Temelleri ...	11
2. 2. 1. Yavaş Yemek.....	17
2. 2. 2. Yavaş Şehir.....	22
2. 2. 3. Yavaş Moda.....	24
2. 2. 4. Yavaş Yaşam	26
2. 2. 5. Yavaş Sanat	28
2. 2. 6. Yavaş Sinema ve Medya	29
2. 2. 7. Yavaş Tasarım	31
2. 3. Yavaşlığın Eleştirisi.....	43
3. BÖLÜM YAVAŞ GRAFİK TASARIM VE YAVAŞ AFİŞ	
KAVRAMSALLAŞTIRMASI.....	46
3. 1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi	46
3. 2. Grafik Tasarımın Tarihsel Serüveni	47
3. 3. Tüketim ve Tüketim Toplumu Kavramlarına Genel Bakış.....	50
3. 4. Yavaş Grafik Tasarımın Öncüsü Olarak Görülebilecek Akımlar	54
3. 5. Tüketim Kültürüne Bir Eleştiri Olarak “Yavaş Grafik Tasarım” Nasıl Olabilir?	57

3. 6. Yavaş Grafik Tasarım Bağlamında “Yavaş Afiş”	64
4. BÖLÜM HIZ/YAVAŞ İKİLİĞİNİ “ESNEK AFİŞ” İLE AŞMAK	71
4. 1. Hızlı ve Yavaş Düşünme Üzerine	71
4. 2. Esnek Düşünme Üzerine	75
4. 3. Esnek Düşünme Mizahla Mümkün Olabilir Mi?	78
4. 4. Yavaşlığın Ötesinde Bir Kavramsallaştırma: “Esnek Afiş”	84
5. BÖLÜM “YAVAŞ” VE “ESNEK” AFİŞ UYGULAMALARI	90
5. 1. “Yavaş Afiş” Uygulamaları	91
5. 2. “Esnek Afiş” Uygulamaları	103
6. SONUÇ VE TARTIŞMA	124
KAYNAKÇA	130
EK 1:	141
ÖZGEÇMİŞ	1

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1. Yavaş Yemek hareketinin sembolü, 2019.	19
Görsel 2. Julia Lohmann, “Flock”, 2004.	32
Görsel 3. Julia Lohmann, “Cow Benches”, 2005.	33
Görsel 4. Anna Hillman, “Amazingness”	33
Görsel 5. Jeremy Wood, “GPS Drawing”, 2014.	34
Görsel 6. Jeremy Wood, “GPS Drawing”, 2014.	34
Görsel 7. Monika Hoinkis, “Radio” (Live with things), 2005.	34
Görsel 8. Monika Hoinkis, “Lamp” (Live with things), 2005.	35
Görsel 9. Luis Morales, “Cardboard Lamp”, 2010.	35
Görsel 10. Dick van Hoff’un “Kitchen Machines”, 2008.	36
Görsel 11. Raw Nerve, “Sofa”, 2006.	37
Görsel 12. Martin Ruiz de Azua, “Human Chair”, 2002.	37
Görsel 13. Simon Heijdens, “Broken White”, 2004.	38
Görsel 14. Butterfly Works tarafından yürütülen “NairoBits” projesi, 1999.	39
Görsel 15. Fritz Haeg, “Edible Estates”.	40
Görsel 16. Adbusters “Toneshift” Dergi Kapağı, Mart/Nisan 2019.	56
Görsel 17. Adbusters “The Coke/Pepsi election” Dergi Kapağı, 2012.	57
Görsel 18. Adbusters “Are We Happy Yet?” Dergi Kapağı 2012.	57
Görsel 19. Adbusters “Will Capitalism Implode” Dergi Kapağı 2020.	57
Görsel 20. May Kim’s Hallway Installation, 2014.	59
Görsel 21. Connor Muething’s Reading Machine, 2014.	60
Görsel 22. Wolfgang Weingart, Composition / Grids, 1970.	65
Görsel 23. April Greiman Poster.	65
Görsel 24. Dan Friedman, Typografie, 1970-1971.	66
Görsel 25. Katherine McCoy, Poster for the Cranbrook Graduate Program, 1989. .	66
Görsel 26. Sarp Sözdinler, “Bir Şeyi Okuyamıyorsanız” Afişi, 2017.	66
Görsel 27. Erman Yılmaz, Anafor Typeface Poster, 2017.	66
Görsel 28. Ulaş Yeşilyurt, 11. İnsan Hakları Belgesel Film Günleri Afiş Yarışmasında 1. Ödülü alan afiş, 2020.	67

Görsel 29. Yunus Ak, İnsan Hakları Belgesel Film Günleri Afiş Yarışmasında 3. Ödülü alan afiş, 2020.	67
Görsel 30. Stephan Bundi, “William Tell”, Drama by Friedrich Schiller, 1999.	83
Görsel 31. The Stronger Marriage, 2012.....	85
Görsel 32. Emory Douglas, Artists Rights Society (ARS) Poster, Black Panther newspaper, 1974.	86
Görsel 33. Stephen Kroninger, ‘Uncle George Wants You’ Poster, 1991.....	87
Görsel 34. Niklaus Troxler, Archie Shepp Group, 1976.....	87
Görsel 35. Niklaus Troxler, “Capitalists of the World, Change!” Poster, 2019.	87
Görsel 36. Arnaud Ghelfi, “Fake President”, Graphis / Protest Posters 2, Gold Award, 2021.....	88
Görsel 37. Stephan Bundi, “Against Censorship”.....	88

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Yin ve Yang kutupları. (Capra, 2014, s. 45).....	10
Tablo 2. Yavaş Yemek, Yavaş Hareket ve Yavaş Tasarımın Karşılaştırılması.....	42
Tablo 3. Tasarım Kategorilerinin İşleyiş Tablosu.....	62
Tablo 4. Sistem 1 (Hızlı) ve Sistem 2’nin (Yavaş) Özellikleri	75

1. GİRİŞ

*“Yavaşlık ile hatırlama, hız ile unutma arasında gizli bir ilişki vardır...
Yavaşlığın derecesi anının yoğunluğu ile doğru orantılıdır;
hızın derecesi unutmanın yoğunluğu ile doğru orantılıdır.”*

Milan Kundera

Çağdaş toplumlarda “Hız” geçerlidir/önemlidir; “Yavaş” ise geçersiz/önemsizdir. Yolda hızlı, sınavda hızlı, işte hızlı... olmanız gerekir. Hızlıca yemek, hızlıca giyinmek, kısa yolları kullanmak, romanların kısaltmaları... Böylesine hızlanan bir dünyada grafik tasarımın bu durumdan payına düşeni almaması doğru olmaz. Henry Ford’un 1920’li yılların başlarında icat ettiği yürüyen bant üzerinde yaptığı seri üretim şekli, kapitalizmin daha kısa zamanda daha çok iş yapma düsturunu ortaya koymuştur. Charlie Chaplin’in Modern Zamanlar (Modern Times, 1936) filminde, fabrikada tüm gün aynı hareketi yaptıktan sonra dışarı çıktığında da aynı hareketi durmadan tekrarlaması, hızlı olanı öven kapitalist sisteme bir eleştiri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürekli değişimi ve tüketimi öven kapitalist sisteme karşı “yavaşlık” bir tür etik duruştur. Görüntünün, sesin ve hareketin eşzamanlı ve küresel çapta olduğu günümüzde (McLuhan, 2014), küreselleşmenin etkisiyle insanlar daha hızlı yaşamaya, daha çok üretmeye ve tüketmeye zorlanmaktadır.

Teknolojinin yükselmesi ve endüstrileşme süreciyle birlikte, modern hayatın kendine özgü şekilde dönüşmesi ile “grafik tasarım dili” de yeniden şekillenmektedir. Bu yeni grafik dilin arkasındaki etkenlerden en çarpıcı olanı gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kaldırıldığı Baudrillard’ın (2016) belirttiği üzere “tüketim toplumu”dur. Küreselleşmenin tasarım üzerindeki etkisi konuyu grafik tasarım alanında da önemli tartışma başlıklarından biri haline getirmektedir. Bu araştırma en genel anlamda, “hız” kavramının grafik tasarım alanında düşünülmesi üzerinedir.

Kapitalizm karşıtı hareketlerden bir tanesi olan “Yavaş Hareket (Slow Movement)” 21. yüzyılın McDonald’s’laşma olgusuyla özdeşleşen hızlı ancak kalitesiz yaşam biçimine bir tepki olarak 1980’li yılların sonlarında İtalya’da başlamıştır. Hızlı tüketim ve küresel piyasalara karşı bir tepki olarak ortaya çıkan

Yavaş Hareket, temelde hızlı yemek (Fast Food) kültürüne ve bu kültürün yok ettiği geleneksel yaşam tarzının kaybolmasına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Hareket ilerleyen zamanlarda ise kapsamlı bir toplumsal değişim/dönüşüm hareketi olarak şekillenmiştir. Carl Honoré’un 2004 yılında yazdığı “Yavaşlığa Övgü” (In Praise of Slowness) kitabında belirttiği üzere, “Yavaş felsefe, her şeyi bir salyangoz hızıyla yapmayla değil, tam tersi, her şeyi doğru hızda yapmaya çalışmakla ilgilidir. Saatleri saymak yerine saatleri ve dakikaları deneyimlemektir. Mümkün olduğunca çabuk ile değil, işten gıdaya, ebeveynliğe kadar mümkün olan her şeyde niteliğin kalitesiyle ilgilidir.”

Yavaş Hareketi’nin ilkeleri belli çevreler üzerinde olumlu bir etki yaratmış ve buna paralel olarak, yavaş yemek anlayışından daha da ileriye gidilmiştir. Yavaş Hareket yemekten modaya, mimariden medyaya hemen her alanda kendini göstermiş ve başka sahalara yayılmıştır. Yavaş Hareket ve gerisindeki felsefe hızlı olanın küreselleşme ve sanayi kapitalizmi ile olan bağını sorgulamakta, özellikle son dönemde çevrecilik ve kapitalizme yönelik eleştiriler artarken eskiye oranla daha fazla ilgi toplayan bir tartışma olmaktadır. Basitçe daha az tüketmeye ve daha yavaş üretmeye yönelik bir eğilim olarak tanımlanamayacak Yavaş Hareket felsefesi etkin olduğu her sektörde zamanın kullanımına, gündelik hayatın yeniden örgütlenmesine vurgu yapmaktadır. Bu temeller üzerinde başka bir yayılma veçhesi olarak “Yavaş Tasarım” hareketi geliştirilmiştir. Literatürde farklı tasarım disiplinlerinde, “Yavaş Tasarım” ilkelerinin sorgulandığı çalışmalar olduğu gözlemlenmektedir (bkz. Fuad-Luke, 2002; Hay, 2008; Grosse-Hering, Mason, Aliakseyeu, Bakker ve Desmet, 2013; Muir, 2017; Güven, 2011).

Öte yandan yavaşlamak, “yeterli” oranda tüketmek, zamanı doğru kullanmak vb. beraberinde toplumların büyük bir kesimi tarafından uygulanabilirliği düşük olması sebebiyle bir “gizli elitizm” (O’Brien, 2006, s. 239) tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Çalışma bu zımni seçkincilik ihtimalini dikkate alan ve bu yönde Yavaş Hareketi’nin felsefi ve politik amaçlarına doğrudan hizmet edecek afiş sanatı özelinde yavaş grafik tasarım uygulaması geliştirmenin teorik ve pratik olasılığı üzerine bir tartışma yürütme amacındadır. Son yıllarda “Yavaş Yemek”, “Yavaş Kent”, “Yavaş Moda”, “Yavaş Tasarım”la geniş bir kapsamda ele alınan meselenin “Yavaş Afiş” üzerinden de irdelenmesinin düşünce ve üretim anlamında katkı

sağlayacağı iddia edilebilir. Grafik tasarımı “yavaşlık” çerçevesinde ele alan bu çalışma, hızlı ve tüketime dayalı bir tasarım felsefesinin hâkim olduğu tasarım anlayışı açısından da açılımlar sunabilir.

Dolayısıyla modern dünyanın öğretisi olan “hız”a dünya ölçeğinde güncel bir bakışla sorgulama yapmanın gerekli olduğu ve sanat-tasarımın dışında kalan daha geniş bir perspektiften araştırılmasının alana katkı sağlanması açısından gerekli olduğu söylenebilir. Hatta bu görüşü Jan Boelen¹’in fikriyle de desteklemek mümkündür. 22. İstanbul Tasarım Günlerinde Ayşegül İzer’in Jan Boelen ile yaptığı görüşmede İzer “yavaş hareket” ile tasarım arasındaki bağlantıya değinmiş ve “yavaş”ın kültürel standartlaşmaya, tek biçimliliğe karşı olan bir duruşla bağlantılı olduğunun da altını çizerek bir “yavaş tasarımı”n mümkün olup olmadığı sorusunu yöneltmiştir. Boelen’e göre ise “mesele ‘yavaş tasarım’dan çok bütüncül bir düşünebilme meselesidir.” Tasarımın çevresinden izole bir ortamda olamayacağını belirten Boelen, çevresinin bilincinde bir tasarımın zorunlu olduğunu söylemektedir. Ona göre, bu fikir yeni bir şey değilse de günümüzde acil ve gerekli hale gelmektedir (Boelen, 2018, s. 240). Boelen’in grafik tasarım alanında yavaşlık konusunun acil ve gerekli olduğu değerlendirmesi, ortaya konulan probleme dikkat çekmesi açısından önemli bir referans noktası olarak görülebilir.

Konunun ilgili literatürde görece az ele alınmış olması, grafik tasarım özelinde ise neredeyse hiç tartışılmamış olması konuya bu konuda yapılacak bir çalışmanın katkı sağlayıcı nitelikte olduğunun bir kanıtı olarak sunulabilir. Konuya geniş bir açılım sağlamak adına felsefeden edebiyata, sosyolojiden psikolojiye, ekonomiden sanata kadar pek çok alanda bağlantılı kaynaklar taranmıştır.

Grafik tasarımda “yavaşlığa” odaklanan bu tez çalışmasının temel amacı, hızlı tüketim olgusuna alternatif bir çözüm olarak görülen “yavaş tasarım” kavramı üzerinden, grafik tasarım özelinde bir bakış açısı yaratmaktadır. Bu amaca yönelik olarak çalışma, fikir ve sanat tarihinde “Hızlı” ve “Yavaş”ın gerisindeki dinamikleri ele almakta, bütüncül (holistic) bir bakış açısıyla sorgulamakta, çeşitli alanlarda

¹ Belçika’daki Z33 Güncel Sanat Evi ve Fransa’daki deneysel tasarım laboratuvarı atelier LUMA’nın sanat direktörüdür. Eindhoven Tasarım Okulu’nun Sosyal Tasarım yüksek lisans programının yönetimini de yürütmektedir. Aynı zamanda 4. İstanbul Tasarım Bienali’nin Küratörlüğünü üstlenmiştir (Boelen, XXI, 2018).

Yavaş Hareketi'nin tarihsel gelişimine yer vermekte ve Yavaş Hareketi'ne uygun grafik tasarım (afiş tasarımı) örnekleri geliştirmeye çalışmaktadır.

Bu çalışmada esas amaç hızlının yanlış olduğunu ispatlamak ve yavaşlığı övmek değil, yavaşlığı önererek yeni bir alternatif olanağı keşfedebilmektir. Bu amaçla iki bakış açısı arasındaki (hızlı ve yavaş) zıtlığı ortaya koyabilmek adına yavaşlık tarafından meseleye bakılmaya çalışılacaktır. Bu yeni bakış açısının, grafik tasarım disiplini için yeni bir meseleyi gün ışığına çıkarabilmeye yardımcı olacağı söylenebilir. Nihai amaç aslında, yavaş grafik tasarım (afiş) için hızlı ve yavaşın birlikteliğini görmek olacaktır. Çalışmanın ana odaklarından bir tanesi, grafik tasarımda “yavaş”lığı ele almak ve “yavaş afiş”e dair bir tartışma başlatmaktır. Bu amaçla öncelikle tartışmanın temel kavramlarını anlayabilmek adına “yavaş” ve “hız” kavramlarının kökenleri ele alınmaktadır. Daha sonra ise hız ve yavaş kavramları kültürel, sosyolojik, psikolojik, politik ve sanatsal boyutta tartışılmakta, bu kavramların fikir dünyasının farklı aktivite alanlarında nasıl ele alındığı irdelenmektedir. Yavaş hareketinin temelleri ve yavaş yemek, yavaş şehir, yavaş moda, yavaş yaşam, yavaş sanat, yavaş sinema ve medya, yavaş tasarım olmak üzere alt başlıklarda konu detaylıca tartışılmaktadır. Bu bölümün sonunda ise zaman zaman gözden kaçan ince ayrıntılar ortaya konulmaya çalışılmakta ve yavaşlığın bir eleştirisi yapılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise ilk olarak grafik tasarımın tarihsel serüvenini anlattıktan sonra grafik tasarımın tüketimle olan bağı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Alanyazın incelendiğinde pek çok alanda kendini gösteren Yavaş Hareketi'nin grafik tasarımda yeterli ilgiyi görmediği tespit edilmiş ve bunun üzerine bir önceki bölümün konusu olan “yavaşlık” konusunun farklı alanlardan yapılan okumalar üzerinden grafik tasarım alanıyla bağlantısı ele alınmaya çalışılmıştır. Bu bölümde şu sorulara yanıt verilmeye çalışılmıştır: Yavaş Hareketi hızlının karşıtı olarak ele alınırsa ve afiş tasarımı okumanın yavaşlatılması olarak anlaşılırsa ortaya çıkan yeni kültürel form Yavaş Hareketi'nin politik amaçları ile ne kadar uyuyor? Yavaş Hareketi felsefi temellerine uygun bir biçimde ele alınırsa bunun grafik tasarım açısından sonuçları neler olur? Bu bölümde yapmak istediğim, yavaşlığın grafik tasarımda nasıl yorumlanabileceğini göstermek ve tartışmaya açmaktır. Grafik Tasarım disiplinine “yavaş” bir perspektiften bakmak var olan

bakışın gözden kaçırdığı özellikleri saptamayı mümkün kılmıştır. Daha sonrasında ise “Yavaş Afiş” kavramsallaştırması yapılmaya çalışılmıştır. İncelenen örnekler üzerinden yavaşlığın sadece görsel anlamda yavaşlayarak (okumasının yavaşlatılması) olamayacağının, bunun yanında içerik anlamında da Yavaş Hareketi’in savunduğu konuları ele almasının gerekli olduğu savunulmuştur. Bu noktada yavaş afişin de tıpkı diğer alanlarda olduğu gibi bir elitizm tehlikesi taşıdığı iddiası ortaya konulmuş ve bir sonraki bölümde bunun nasıl aşılabileceğine dair bir öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın “Hız/Yavaş İkiliğini ‘Esnek Afiş’ ile Aşmak” başlığını taşıyan dördüncü bölümünde, yavaş afişte ortaya çıkabilecek problemlerin esneklikle aşılabileceği ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu noktada Alman filozof Martin Heidegger’in “hesaplayan/teknik” ve “sükunetle/derin/kökensel (tefekkür)” düşünme ile Nobel ödüllü iktisatçı Daniel Kahneman’ın “hızlı” ve “yavaş” düşünme kavramları çalışma açısından hayati bir rol oynamıştır. Hızlı ve yavaş afiş kavramlaştırmaları oluşturulurken yukarıda anılan ikili düşünme sistemleri üzerinden biçimsel açıdan “hızlı”, içeriksel açıdan “yavaş” olan yeni bir afiş tanımı/ kavramsallaştırması yapılmaya çalışılmıştır: “Esnek Afiş”. Biçimsel olarak (hızlı) gözü yakalayan, izleyicinin dikkatini çeken, içeriksel olarak (yavaş) yavaş felsefesine uygun konuların seçildiği tasarımlar. Hızlı (ana akım) ve yavaş afişe alternatif olarak düşünülebilecek “Esnek Afiş”in hem içeriksel (düşündürme) hem de biçimsel açıdan belirli kriterleri sağlaması gerektiği ileri sürülebilir.

Kastedilen “esnek”liği sağlayabilmenin iyi bir yolu (en azından bir tanesi) ise mizah olabilir. Alanyazındaki ilgili araştırmalara bakıldığında mizahın afiş tasarımında çok uzun yıllardır kullanıldığı ancak teorik olarak yeterli düzeyde ele alınmadığı gözlemlenmektedir. Söz konusu ilişkiselliği sorgulayan nadir çalışmalardan Akbar Khatir’in “The Political Potential of Humour in Graphic Design” (2018) başlıklı master tezinde mizahın politik söylemlerde kullanımı teorik olarak ele alınmıştır. Fakat çalışmada eserler üzerinden bir inceleme gerçekleştirilmemiştir. Politik bir söylem olan Yavaş Hareketi temelinde ele alınan ve uygulamalarla desteklenen bu çalışmada ise literatürdeki boşluğu doldurma amacı güdülmektedir.

Çalışmanın ayırt edici bir niteliğini daha net bir şekilde bir kez daha vurgulamak gerekirse; “Yavaş” ve “Esnek” afiş tanımlamaları ve tasarımları ile teorik düzeyde geliştirilen argümanlar çalışma kapsamında geliştirilen sanatsal uygulamalar ile pratik düzlemde de ele alınmıştır.

“Sonuç ve Tartışma” başlığını taşıyan son bölümde ise, tez çalışmasının tamamı boyunca ortaya konulmaya çalışılan görüşler değerlendirilip, çalışma sonlandırılmıştır. Sonuç olarak bu tez çalışması, grafik tasarım alanında “Yavaş Tasarımın” olanaklılığını ele almış ve bunu yaparken hem “Yavaş Sanat” açısından hem de “yavaş” düşüncesi açısından kimi açılımlar getirme amacı içinde olmuştur.



2. BÖLÜM “HIZ” VE “YAVAŞ”IN MADDİ VE SEMBOLİK KÖKENLERİ

2. 1. “Hız” ve “Yavaş” Kavramları Üzerine

*“Yavaşladıkça çoğalıyorum.”
Montaine*

O’Brien’in (2006) da altını çizdiği üzere en azından 1980’lerin sonundan itibaren yeni türden bir siyasetin, zamana yönelik tutumların farklılaştığı bir siyasi tartışmanın geldiğini haber veren çalışmalar yapılmaktadır.² Bu türden felsefi ve siyasi derinliği olan ve kökü birkaç on yıl öncesine giden bir tartışmaya dâhil olabilmek için tartışmanın temel kavramlarını anlamak hayati önemdedir. Sözcükler (hız ve yavaş) Türkçe’de Batı Avrupa dillerinde (başta İngilizce olmak üzere) bulunan “fast” and “slow” sözcüklerinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. Tartışmamız evvela “fast” olana karşı “slow” olanın savunulmasını içeren bir teorik çerçeveye yaslandığından, önce, “fast” ve “slow” sözcüklerinin etimolojik gelişimine bakmak, sonra Türkçe’deki anlamlarına bakmak uygun olur. Online Etymology Sözlüğüne bakılırsa, hem “hız” (fast) hem de “yavaş” (slow) sözcükleri gündelik dilde bugün taşıdıkları asli anlamları 16. Yüzyıl ortalarında kazanmış görünüyorlar³. Kavramların Türkçe’deki anlamları da yabancı dildeki öne çıkan anlamını karşılamaktadır. “Hız” kelimesi sözlük anlamı olarak; çabukluk, sürat, şiddet, çaba, güç, gayret, takat anlamlarına karşılık gelmektedir. “Yavaş” ise; hızlı olmayan, ağır, çabuk karşıtı olarak kullanılmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2019).

Etimolojik açıdan ve sözlük anlamları yanında, kavramların fikir dünyasının farklı aktivite alanlarında da nasıl ele alındığını anlamak gerekir. Edebiyat kuşkusuz bu aktivite alanlarının başında gelir. Birçok edebiyatçının özellikle 1980’li yıllardan itibaren “yavaş” kavramına yoğunlaştığı görülmektedir. Örneğin, Sten Nadolny’nin (1983) “Yavaşlığın Keşfi” romanı, teknolojik ilerlemenin bir kazanımı olarak görülen hız olgusuna mutlak bir önem atfeden günümüz toplumunun eleştirisi olarak büyük ses getirmiştir. Milan Kundera ise, “Yavaşlık” (1995) kitabında “İnsanlar hatırlamak için yavaşlar, unutmak için hızlanırlar” diyerek yavaşlamanın getirdiği

² O’Brien 1987 tarihli Jeremy Rifkin’in kaleme aldığı Time Wars (Zaman Savaşları) adlı kitaba gönderme yapar.

³ Bkz. <https://www.etymonline.com/search?q=fast>
Bkz. <https://www.etymonline.com/search?q=slow>

zevkin neden kaybolduğunu sorgulamaktadır. Kundera “Yavaşlığın düzeyi anının yoğunluğuyla doğru orantılıdır; hızın düzeyi unutmanın yoğunluğuyla doğru orantılıdır.” diyerek yavaşlık ile hatırlama arasında ve hız ile unutma arasında bir bağlantı kurmaktadır. Psikiyatrist Kemal Sayar “Yavaşla” adlı denemesinde, yavaşlığın zorluğunu kitabın giriş bölümünde şöyle dile getirmektedir: “Sabırsız, nicelik yanlısı, sığ, kontrolcü ve agresif hızlıya karşı birlik yanlısı, derin, sakin, sezgisel ve özenli olanın tarafını tutmaktır yavaşlık.” (Sayar, 2018, s. 11). Murathan Mungan’ın “Meskalin 60 Draje” (2015) kitabında “Telefonların daha hızlı bağlanması, taşıtların daha hızlı gitmesi hayatı kolaylaştıran şeyler elbet. Bence asıl soru, teknolojinin bu kadar geliştiği dünyada insanlık da o kadar gelişiyor mu? Teknolojinin gelişmesiyle insanlığın gelişmesi arasında doğrudan bir bağ göremiyorum ben. Giderek uygarlık yalnızca teknolojik gelişmeyle eşitleniyor gibi. Yapay zekâdan söz ediyoruz, ama doğal zekânın kullanılmadığı bir ortamda yapay zekâyla ne işimiz olabilir?” diyerek hızla birlikte hazzı da kaybettiğimize dikkat çekmektedir. Teknolojideki hız ile birlikte “boş zaman” artmıştır; fakat insanlar bu boş zamanlarda ne yapacağını bilememektedir. Artan hız sebebiyle insanlar dikkatini toplamakta, derinleşmekte zorlanmaktadır ve bunun sonucunda da algıları kabuklaşmaya başlamaktadır (Mungan, 2019). Kapitalist kültür bizlere o boş zamanda tüketmeyi emretmektedir. Yavaş felsefesi işte buna itiraz etmektedir.

Edebiyatçılar yanında kuşkusuz fikir dünyasının diğer alanlarından, kültür çalışmalarından, siyasete ve nihayet felsefeye dahil olacak şekilde “hız” ve “yavaş” kavramları üzerine dikkat çekici çalışmalar yapan fikir adamları olmuştur. “Hız ve Politika” (1977) adlı kitabında, Paul Virilio “dromoloji” kavramını hız bilimi ile ilgili olarak tanımlamakta; enformasyon, şehirleşme, toplumsallaşma gibi kavramların hız seviyeleri ile açıklanabileceğini ileri sürmektedir. Hızın ve hız üretici araçların artması ile mekanın sonunun geldiği ve bunun yanında zamanın da “hızlı zaman” olarak değiştiğini vurgulamaktadır. Endüstrileşen dünya ile doğru orantılı olarak “hız”ın arttığını, hızlanan teknoloji ile görme biçimimizin endüstrileştiğini ve bunun sonucu olarak da dünyanın homojenleştiğini dile getirmektedir. Hız o günlerden bu yana ivmesini arttırarak devam etmiş, pek çok disiplinde sorgulanmış ve bize oldukça farklı mefhumlar sunmuştur.

1909 yılında Marinetti'nin “Fütürizm Manifestosu” ile “şehirleşme”, “makineleşme” ve “hız” toplumsal hayatın temel kavramları haline gelmekte, hızın üstünlüğü ve insanlığın doğaya karşı zaferi ilan edilmektedir. Geleneksel değerler reddedilmiş, modern yaşamın süratliliğini ve makinelerin modern hayata getirdiği dinamizmi överek yüceltmektedir (Turani, 1999, s. 600). Kafka, Frankfurt Konferans'ındaki konuşmasında: “Kitleler acele ediyor, koşuyor, yaşadıkları çağın içinden tırıs kalarak geçiyorlar. İlerlediklerini düşünüyorlar ama aslında oldukları yerde yürümekten, boşluğa düşmekten başka hiçbir şey yapmıyorlar.” diyerek modern dünyadaki hıza vurgu yapmaktadır. Kapitalizmin küresel boyutta genişlemesi ile birlikte “hızlı dünya” olgusu güçlenmiştir çünkü küresel endüstriyel kapitalist sistemde, zaman değerlidir bu nedenle de hayat temposundaki artış kaçınılmazdır (Knox, 2005, s. 3).

Batı felsefesinde hızlanma odaklı güç istenci Spinoza'dan başlayarak, Nietzsche'ye ve Bergson'a kadar uzanmaktadır. Hız, hayatı temellendiren bir kaynak olarak görülmektedir (Taburoğlu, 2017). Yurtseven'e göre “hız” bireyleri; Fast Food yemeye, evleri yerine kapsül otellerde yatmaya, kendilerini her zaman meşgul hissetmeye ve sürekli tüketim eğiliminde olmaya teşvik etmektedir. Yavaşlığın doğru planlanması ile hızın ve hızlı yaşamın bireyler üzerine getirdiği olumsuz etkilerinin azaltılmasının ya da yok etmesinin mümkün olabileceği görüşündedir (Yurtseven H. , 2007). Görülmektedir ki “hız” sorunsalı birbirinden farklı birçok perspektiften incelenmiş ve hala tartışılacak bir konudur.

Hız ve yavaşlık, Çin Mitolojisi'ndeki “yin” ile “yang”a benzetilebilir, bu yaklaşım tarzına göre birinin iyi, diğerinin kötü olarak değerlendirilmesi yüzeysel bir yaklaşım olarak kabul edilir. Hızın daha çok üretimin gelişimini arttırması ve herkese ulaşabilir olması bakımından olumlu eğilime gönderme yaptığı düşünülebilir. Fakat önemli olan bu iki nokta arasında dengeyi bulmaktır. “Yalnız yin ve yalnız yang hiç bir şey ifade etmemektedir, iki uç arasında sürekli bir salınım söz konusudur.” (Capra, 2014, s. 41).

Tablo 1. Yin ve Yang kutupları. (Capra, 2014, s. 45)

YİN	YANG
Dişil	Eril
Büzülen	Yayılan
Uyumlu	Saldırgan
İşbirlikçi	Rekabetçi
Sezgisel	Rasyonel
Tutucu	Zorlayıcı

Bu düalizmi grafik tasarım disiplini üzerinden değerlendirmek gerekirse disiplinin genel kabulünün yin'e (yavaşlık) karşı yang'ı (hız) kabul ettiği aşıkardır. Capra'ya benzer bir biçimde Latour da uçlar arasında gerçekleşen bir tür salınım modelinden bahseder. “Kendini akıntıya bırakarak iki kıyı arasında salınıp durmak” olarak ifade ettiği bu model, bir değerın bir diğeri üstündeki üstünlüğünden çok oradaki ilişkiselliğe gönderme yapması açısından önemlidir (Çelikel, 2015, s. 86). Modern çağ ile hız, temel prensip haline gelmekte, yavaşlık (hareketsizlik) ise ölümle eşdeğer tutulmaktadır. Kapitalist toplumda hızın bir zorunluluk gibi algılanmasının yarattığı problemler göz önüne alındığında ve yavaşlığın zannedildiği kadar kötü bir durum olmadığı düşünüldüğünde, her ikisinin de biraradalığının mümkünlüğünü görmemizi kolaylaştıracaktır.

Simon Gottschalk'ın TV reklamlarındaki hız temsillerini analiz ederken savunduğu gibi: “Hız; arzu, üstünlük, verimlilik, libinal enerji, performans ve zekanın bir göstergesi olarak konumlandırılırken, yavaş; hayal kırıklığı, eksiklik, aşağılık, iktidarsızlık ve güçsüzlük belirtisi olarak yorumlanmaktadır.” (Parkins ve Craig, 2006, s. 38). Buradan hareketle, grafik tasarım disiplini kapitalizmin bize dayattığı “hız”a alternatif bir bakış açısı olarak “yavaş”lık üzerinden irdelemek mümkündür. Bu koşullandırılmışlığı aşmanın yolu nedir? Hız her zaman iyi midir? Ekonomik savaşın silahı konumundaki grafik tasarımın hızı ön planda tutması, derinde yatan bilgiyi çıkarmasına engel teşkil eder mi? Hız ve yavaşlık ikiliğine üçüncü bir noktadan bakmak mümkün müdür? Görsel bombardıman altında olduğumuz bu dönemde, grafik tasarım aracılığıyla anlama yeteneğimizi artırmak

mümkün müdür? sorularına cevap aramak hayati önemdedir ve sonraki bölümde bu tartışmalara bir açılım sağlanmaya ve teorik zemin kurulmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın ilerleyen kısmında ise, Yavaş Yemek (Slow Food) akımı ile başlayıp sonrasında, Yavaş Şehir (Cittaslow), Yavaş Moda (Slow Fashion), Yavaş Medya ve Sinema (Slow Media and Cinema), Yavaş Yaşam (Slow Living) vb. ile devam eden Yavaşlık Hareketi (Slow Movement) süreci ve bu sürecin her alanda hızlanmayı öğütleyen tüketim kültürüne hangi noktalarda ve ne şekilde direnç gösterdiği irdelenmeye çalışılacaktır.

2. 2. Hız Karşıtı Bir Eylem Biçimi Olarak “Yavaş Hareketi” ve Temelleri

“İnsanlar hatırlamak için yavaşlar, unutmak için hızlanırlar.”

Milan Kundera

Yavaş Hareketi’ni (Slow Movement) açıklamaya başlamadan önce (binanın temelini sağlam olması gerektiğini savunan Descartesçı bir bakış açısıyla) kapitalizm kavramı üzerinden tartışmayı başlatmanın doğru olacağı düşünülmektedir. Kapitalizm öncesi feodal düzende; köylü çiftçiler, zanaatkarlar ve soylular vardır. Güçlü insanların topraklarını ele geçirerek köylü çiftçileri ve zanaatkarları işçiye dönüştürmesi ile kapitalizm ortaya çıkmıştır (Kishtainy, 2017, s. 93). 20. yüzyılda “modernleşme” olarak adlandırdığımız; evrendeki yerimizi anlamlandırmamıza dair düşüncelerimizi şekillendiren büyük keşifler, bilimsel bilgiyi teknolojiye dönüştüren sanayileşme, pek çok insanı doğal çevresinden koparıp dünyanın başka yerlerine götüren demografik değişim, hızlı kentleşme, güçlerini her geçen gün arttırmaya çalışan ulus-devletler, siyasal ve ekonomik egemenlere karşı direnen toplumsal hareketler ve tüm bu insanları bir araya getiren kapitalist dünya pazarı hızla genişlemektedir (Berman, 2014, s. 28). Bu yeni dünya düzeni ile tüm insanlık birbirine bağımlı hale gelmekte, küresel ekonominin insan refahının yükseldiği düşünülmekte ancak her şey olumlu yönde gelişmemektedir.

Birinci Dünya ülkeleri, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik anlamda üçüncü dünya ülkelerine kolaylıkla nüfuz edebilirken, durum üçüncü dünya ülkeleri için aynı değildir. Ekonomideki küreselleşme, eşitsizlikleri arttırdığı, belirli güçler tarafından yönetildiği, belirli bir azınlığın yararına olduğu, adaleti sekteye uğrattığı ve

demokrasiyi ise yok ettiği gerekçeleriyle küreselleşme karşıtları tarafından eleştirilmektedir. Küreselleşme yanlıları ise serbest piyasaların dünya çapında artmasıyla yaşam standartlarının artacağını, sosyal problemlerin yok olacağını savunmaktadır. Ancak tek taraflı küreselleşmenin uluslararası sistemde eşitsizlikleri doğurduğu bilinmektedir (Peksan, 2007, s. 31-38).

Buraya kadar kapitalizmin genel bir tartışmasını yaptıktan sonra yavaş hareketinin ilk tohumlarını atan Carl Honoré'un⁴ “hız” ve “yavaş” tanımlamasıyla tartışmaya devam etmek doğru bir seçim olabilir. Honoré (2008) “hız” kelimesinin; meşgul, kontrolcü, sabırsız, analitik, stresli, yüzeysel, niceliği niteliğin üzerinde tutan anlamlarına karşılık geldiğini söylerken, “yavaş”ı ise; dingin, dikkatli, sessiz, sezgisel, sabırlı, düşünceli ve niteliğin nicelikten daha önemli olduğu durumlar için kullanmaktadır. Yani yavaşlık sadece yavaş davranmak anlamında değildir. Her şeyle (insanlarla, kültürle, işle, yemekle vb.) anlamlı ve derin bağ kurmakla alakalıdır. Facebook'un “Move fast and break things” (Hızlı hareket et ve işleri bozma) sloganının tam aksine, Yavaş Hareketi farkındalığa, yaratıcılığa ve dengeli bir yaşama odaklanıyor. Hareketin simgesinin salyangoz olması her şeyi salyangoz hızında yapmak gibi algılanmamalıdır. “Yavaş Hareket”in (Slow Movement) esas amacı, hızlı ve modern dünyada daha kaliteli bir yaşam için alternatif bir arayıştır. Bu anlamda yavaşlık felsefesi “denge” ile tanımlanabilir (Honoré, 2008, s. 15). Logo'da yer alan salyangoz (bkz. görsel 1) sadece yavaşlığın değil, aynı zamanda sağduyu, bilgelik ve ılımlılık gibi daha soyut yavaşlık niteliklerinin de somutlaştırılmış halidir (Parkins ve Craig, 2006, s. 56). Yavaş Hareketi, modern hayatın etkisi ile kaybolmaya yüz tutan hayatın anlamını (gizemini) bize yeniden hatırlatmayı amaçlıyor. Batı felsefesinin sonuç odaklı bakış açısının yerine, Doğu felsefesinin süreç odaklı bakış açısına eğilim gösteriyor.

Yavaş hareketinin İtalya'da “fast food”u hedef alan “Il Manifesto” adlı sol eğilimli bir gazetede yazılarla 1980'lerin ikinci yarısında başladığı söylenebilir. Bu yazılar daha sonra “slow food” hareketinin başlamasında yol açmıştır (bkz. “The Micropolitics Of Slow Living” adlı makale) (O'Brien, 2006). Hareket zamanla genişlemeye ve ses getirmeye devam etmiştir. Öyle ki The New York Times, The

⁴ Londra'da yaşayan bir Kanadalı gazetecidir.

Economist, The Guardian, Le Monde, Der Spiegel gibi daha yaygın olarak bilinen ve ciddi içeriklere sahip yayın organlarında bu konu kendine yer bulmuştur.

Christopher Richards'ın (2011) hazırladığı Yavaş Hareketi manifestosu konunun ayırt edici yönlerine özlüce değinmektedir:

Bizi hızlanmaya zorlayanlar var. Direniyoruz! Ne bayrak kaldıracak ne de tükeneceğiz. Ofiste ve yollarda yavaşlayacağız. Çevrimizdeki tüm insanlar (hiçbir şey ifade etmeyen) hiperaktivitenin sinir bozucu durumundayken biz, kendimize duyduğumuz güvenle yavaşlayacağız. Kendi huzurumuzu her ne pahasına olursa olsun koruyacağız. Alanlarda ve caddelerde yavaşlayacağız, tepelerde yavaşlayacağız, asla teslim olmayacağız! Çevrenizdekiler hızlanırken siz yavaşlarsanız bizden birisiniz demektir. Diğerlerinden biri değil bizden biri olduğunuz için gurur duyun. Çünkü diğerleri hızlı biz ise yavaşız. Yapmaya değer bir şey varsa onu yavaşça yapmaya da değer. Bazıları doğuştan yavaştır - diğerleri buna mecbur kalırlar. Ancak bir fincan sabah çayıyla yatakta uzanmanın insanoğlunun en iyi hali olduğunu bilen birileri hala var.

Honoré'un 2004 yılında kaleme aldığı "Yavaşlığa Övgü: Dünya Çapında Hız Kültürüne Bir Meydan Okuma" kitabında "Yavaş felsefe, her şeyi bir salyangoz hızıyla yapmayla değil, tam tersi, her şeyi doğru hızda yapmaya çalışmakla ilgilidir. Saatleri saymak yerine saatleri ve dakikaları deneyimlemektir. Mümkün olduğunca hızlı değil, işten gıdaya, ebeveynliğe kadar mümkün olan her şeyde niceliğin kalitesiyle ilgilidir." diyerek yavaşlığa açıklık getirmektedir. Honoré her şey için yavaşlığın söz konusu olmadığını bunun ayrımını şu sözlerle açıklamaktadır: "Yavaş hareketinin devrimvari fikri iyi bir yavaşın olmasıdır." "Yavaş" yaklaşımlar, modern hayatın birçok sağlıksız veya yüzeysel yönüne bir panzehir olarak ortaya çıkmıştır. Aslında Yavaş Hareket hıza karşı çıkmamakta, hızlının daha iyi olduğu düşüncesine karşı çıkmaktadır (Honoré, 2008, s. 219-237).

"Yavaş/yavaşlık" günümüzde verimsizlikle eşdeğer tutulmaktadır. Oysa Kundera "Yavaşlık" isimli kitabında da yavaşlığı mutlulukla ilişkilendirmektedir. Yürüyenle (yavaş) motosiklet süren (hızlı) arasında mutluluk farkı olduğunu söyler. Yine buna ek olarak hızın unutmaya ile doğru orantılı olduğunu ve çağımız insanın kendisini bu hıza teslim ettiğini dile getirir (Kundera, 1995, s. 10). Hızlanan kişi genellikle arzusun nesnesine çabuk ulaşması nedeniyle bir diğer arzu nesnesine

yüzünü çevirir. Hayattan zevk almaya odaklanmış bir yavaşlık ise farklı haz noktalarının oluşumuna imkân sağlamaktadır (Taburoğlu, 2020, s. 139).

“Yavaş” söz konusu teorik tartışma içinde kilit bir terim olarak değişim yaratma amacı olan bir hareketin adı olarak kullanılmaktadır. Honoré (2013) TEDx konuşmasında şu sorulara cevap aramaktadır: Nasıl bu kadar hızlandık? Yavaşlamak mümkün müdür? Hatta arzu edilebilir mi? Ona göre, bu sorulara cevap verebilmek için zamanın kendisine bakmamız gerekir. Doğu (oryantalist) toplumlarında zaman döngüseldir ve sürekli olarak kendisini yeniler fakat Batı toplumunda zaman düzlemseldir (lineer) yani sonlu bir kaynaktır, akıp gider. Bu bakış açısı şunu yaratır: Zaman az, öyleyse ne yapacağız? İnsan zamanın azlığını düşününce daha da hızlanıp, kısa zamanda çok şey yapmaya çalışır ve her günü bitiş çizgisi olan bir yarışa dönüştürürüz. Honoré, bu bakış açısının problemli olduğunu ve bu bakış açısından kurtulmamız gerektiği savunur. Dünyada genel olarak, bu hız kültürüne karşı bir tepki oluşmaya başladığını ve düşünülenin aksine aslında yavaşlamanın aslında kötü bir şey olmadığı, doğru zamanda yavaşlayarak her şeyi daha iyi yapmanın mümkün olduğunu söyler.

Yavaşlık meselesi her alana yayılmakta, “less is more⁵” felsefesi ile daha azın daha çok olduğu keşfedilmektedir. Örneğin Oxford, Cambridge gibi okullar ebeveyn ve öğrencilere biraz frene basıp yavaşlamalarını bildiren mektuplar göndermektedir. Eğer çalışmaya gerekli zamanı verirlerse, zevk alacaklarını ve sindireceklerini öğütlemektedir. Yavaş Hareketi’nin amacı, yavaşlamanın kötü bir şey olduğu algısını kırmaktır (Honore, 2013).

Zaman olgusu, hız odaklı günümüzde insanlar için daha fazla önem taşımaktadır. Hızın takıntı haline geldiği dünyada “boş vakit” (leisure time) önemli bir kaynak haline gelmektedir. Sanayi devriminin başlarında insanlar çok uzun saatler çalışmak zorundaydı ve boş vakitlerinde yapacakları aktiviteler için para ayıracak durumda da değillerdi. Ancak modern dünyada, boş vakit ve dinlenme daha iyi çalışmanın yolu olarak görülmektedir. Antik dönemde Platon en iyi dinlenme

⁵ Modernist mimar Mies Van Der Rohe tarafından söylenen “Less is more”; “az çoktur” anlamına gelmektedir. Tasarım felsefesi olarak minimalizmin doğrudan tanımı ya da mottosu da diyebileceğimiz bir olguyu temsil eder (Özdoğru, 2003).

şeklinin öylece durup, dünyayı algılamaya çalışmak olduğunu söylemiştir. Fakat günümüzde boş vakit etkinliklerle doldurulmaya çalışılmaktadır çünkü birey sürekli olarak kendini geliştirme baskısı altındadır. Modern zamanda örgü örmek ve bahçıvanlık yükselen bir trend olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgü örmek “yeni yoga” olarak adlandırılmaktadır. El emeği göz nuru biricik işlerle, seri üretim ürünlere kıyasla daha derin bağlar kurulmaktadır. Bahçıvanlıkta örgü gibi bizi yavaşlatmaktadır. Kendimizi doğanın ritmine bırakmamıza yardım etmektedir. Aynı şekilde kitap okumak da yavaşlamamızı ve düşünmemizi sağlamaktadır. Yavaş okuma, pek çok kişi tarafından desteklenmekte ve daha tatmin edici olduğu görüşü üzerinde birleşilmektedir. Yavaş okuma, hızla akan dünyada bir panzehir olarak düşünülmektedir. Bu durum sanat için de geçerlidir. Günümüzde sanatçılar izleyiciyi daha durağan, daha çok düşünen ve etkileşime sokarak yavaşlatmak istemektedir (Honoré, 2008).

Yavaş Hareket, dış yoğunluğu azaltıp ve daha fazlasına odaklanarak iç huzuru, merkezliliği ve sadeliği ön plana alarak vites küçültme yoluyla daha hafif yaşamaya teşvik etmektedir. Küreselleşme ile birlikte günümüz dünyasında modern insan, hızlı olmadan hayatta kalmayacağına inanmakta ve her mecrada bu konuya vurgu yapılmaktadır. Çabuk çorba reklamlarından instant kahve reklamlarına kadar topluma hızın ne kadar önemli ve gerekli olduğu düşüncesi dikte edilmektedir.

Yavaş Hareket modern dünyayı, küreselleşmenin artan gücünü ve karmaşık bağlarını anlamamızı sağlamakta, farkındalığımızı arttırmaktadır. Biyolojik çeşitliliği ve sürdürülebilir gelişmeyi desteklemektedir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010, s. 3). Görsel-işitsel ve dokunsal bilgilerin giderek dijitalleşmesi duyuların çökmesine neden olmaktadır. Yakın olanın analog benzerliği, uzak olanın sayısal gerçekliği karşısında gerilemekte ve duyularımızın ekolojisi kirletilmektedir (Virilio, 2003, s. 110). Hızlı dünyanın bedenlerimiz, şehirlerimiz ve kültürel yapı üzerindeki taleplerini dengelemek için hızın duyularımız üzerindeki tahribatına karşı çıkmakta ve yavaşlamanın önemini göstermeyi amaçlamaktadır.

Konuyla ilgili literatürün özellikle son on yılda oldukça zenginleştiğini belirtmekte fayda var. Öne çıkan eserleri anmak gerekirse; Carl Honoré'nin (2005) “In Praise of Slowness: Challenging the Cult of Speed” Türkçeye “Yavaş - Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi” (2008) olarak çevrilen dünya çapındaki

yavaş hareketini detaylı olarak ele aldığı kitabı ve yine Honore'nin (2013) "The Slow Fix: Solve Problems, Work Smarter, and Live Better in a World Addicted to Speed" isimli yaşama, tüketme ve düşünme şeklini değiştirmek için yeni bir paradigma sunduğu kitabı, Marie Kondo'nun (2014) "The Life-Changing Magic of Tidying Up: The Japanese Art of Decluttering and Organizing" Türkçeye "Hayatı Sadeleştirmek İçin Derle Topla Rahatla – Japon Toplama ve Düzenleme Sanatı" olarak çevrilen kitabı, Shauna Niequist'in (2016) "Present Over Perfect: Leaving Behind Frantic for a Simpler, More Soulful Way of Living" başlığını taşıyan hızlı yaşamı ve mükemmeliyetçiliği geride bırakıp yeni bir yavaşlık deneyimini öğütleyen deneme kitabı, Erin Loechner'in (2017) "Chasing Slow: Courage to Journey Off the Beaten Path" isimli kitabında hızdan uzaklaşıp yavaşı kovalayan ve yeni moda bir yaşam tarzı sunar, yine Haemin Sunim'in (2018) "The Things You Can See Only When You Slow Down" Türkçeye "Yalnızca Yavaşladığında Görebileceğin Şeyler: Meşgul Bir Dünyada Sakin Kalmak" (2018) olarak çevrilen basit ve içten Budist öğretilerle yavaşlayarak zamanı aşmayı anlatan kitabı, Brooke McAlary'nin (2018) "Slow: Simple Living for a Frantic World" isimli geçirdiği depresyon sonrası minimalist yaşamı deneyimlemiş ve mutluluk kaynağının aslında basitlik olduğunu keşfettiği hikayesi, Fumio Sasaki'nin "Goodbye, Things: The New Japanese Minimalism" Türkçeye "Sadeleş Rahatla Japon Minimalizmi Danshari" (2019) olarak çevrilmiş Japonların fazlalıklardan kurtulma felsefesi Danshari ve yeni Japon minimalizmini konu alan kitabı ve son olarak Joshua Becker'in (2016) "The More of Less: Finding the Life You Want Under Everything You Own" başlıklı daha az şeyle daha iyi bir hayatın mümkün olduğunu anlattığı kitabı sayılabilir.

Yavaş Hareket, diğer pek çok sosyal hareket gibi kamusal meseleler hakkında kamusal bir tartışma yaratmayı amaçlamaktadır. Hareket, devam eden süreçte hızlı bir şekilde büyümüş ve uluslararası bir organizasyona dönüşmüştür. Özü itibarıyla küreselleşme karşıtı bir harekettir. Fakat amacı kapitalist sistemi yok etmek değil, ona daha insancıl bir özellik kazandırmaktır. Yavaş Hareket, aynı zamanda sadece ekonomik bir reform olarak düşünülmemelidir. Daha derin ve kapsamlı bir harekettir (Honore, 2008, s. 17). Hareket gelenekselci, muhafazakâr ya da nostalji odaklı bir tavırmış gibi görünse de aslında oldukça fütürist, yeniliklere açık bir yaklaşımı benimsemektedir.

Hareketin bir parçası olarak harekete dahil olanlar bir enstitü bile kurmuşlardır. Geir Berthelsen'in 1999'da kurduğu "The World Institute of Slowness" (Dünya Yavaşlık Enstitüsü) daha sağlıklı, daha mutlu ve daha üretken insanlar yaratmak için dünyayı yavaşlatmayı amaçlamaktadır. Enstitü, yavaşlamanın daha düşük verimlilik anlamına gelmediğini, modernliği ya da teknolojiyi reddetmekle ilgili bir durum olmadığını altını çiziyor. Yavaş yaşamın, kişinin daha üretken ve mutlu olabilmesi için zamanı; sessizlik zamanı, planlama zamanı, gözlem zamanı, düşünme zamanı, ilgilenme zamanı, arkadaşlık zamanı, sevmeye zamanı gibi dengeli bir şekilde yönetmesinin gerekliliğini dile getirmektedir.⁶

Yavaş Hareketi'nin ideolojik ve politik bir duruşu yansıtmasının yanında estetik bir yanının olduğu da söylenebilir. Yavaş Hareket, hayatın hızını yavaşlatma yönünde kültürel bir değişimi savunmaktadır. Yavaş tasarım konusunu ilk ele alan kuramcı Fuad-Luke, yavaş akımının çoğulcu bir vizyona sahip olduğunu söylemekte ve bu vizyonu destekleyen temel değerleri şöyle sıralamaktadır: Özgün, yerel, adil ve ekolojik bakımdan bilinçli üretimi ve tüketimi, geleneksel ve örtülü bilgiye saygı duymayı, kısa erimli değil uzun erimli bir bakış açısını benimsemektedir.

2. 2. 1. Yavaş Yemek

Carla Petrini'nin 1986'da Roma'daki Piazza di Spagna'da bir McDonald's Restoranı'nın açılmasını protesto etmesiyle "Yavaş Yemek" (Slow Food) bir tür politik ve sosyal bir tepki olarak doğmuş ve dünya çapında bir "Yavaş Hareketi"ne dönüşmüştür. 1989 yılında "Yavaş Yemek" hareketi, yine aynı tarihte imzalanan "Yavaş Yemek Manifestosu" (Slow Food Manifesto) ile hayata geçirilmiştir. Hareket, bir grup İtalyan aktivistin girişimi ile doğmuştur (Parkins ve Craig, 2006, s. 19).

Aslında "Yavaş Yemek" hareketi 1980'lerde İtalya'nın Bra kentinde kurulan Libera e Benemerita Associazione Amici del Barolo'ya (Hür ve Övülen Barolo Şarabı Dostları Derneği) dayanır. Daha sonra bu derneğin adı Arcigola olarak değiştirilmiş ve hareketin temelini oluşturmuştur. Arcigola sözcüğü, arch (baş) ve la gola (yemekten alınan haz/keyif) kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Yemek

⁶ Söz konusu enstitüye ilişkin daha fazla bilgi almak için bkz. <https://www.theworldinstituteofslowness.com/10-ways/>

ve şarap kültürünü farklı disiplinler üzerinden inceleyen (felsefe, sosyoloji, antropoloji, edebiyat gibi) La Gola dergisi ile Arcigola arasında bağlantı vardır (Petrini, McCuaig ve Waters, 2003, s. 1-4, 6).

Erken “Yavaş Yemek” hareketi, yerel üretimi, yerel çiftçileri, yerel restaurantları ve yerel ekonomileri korumaya çalışmıştır. Kaliteli yemek ve şaraba olan ilginin burjuva bir durum olması fikrine meydan okumuştur. “Yavaş Yemek” de yavaşlık, duyuşal zevkle, arkadaşlık ve kendine dikkat etme, yani iyi beslenme anlamına gelmektedir. “Yavaş Yemek” felsefesinin formülasyonunu hazırlamada önemli bir role sahip olan Alberto Capatti şöyle söylemektedir: “Kendi yaşamının ritmini dinlemek ve ayarlamak isteyenleri hedefliyoruz⁷.” (Parkins ve Craig, 2006, s. 20).

1989 yılında “Yavaş Yemek” hareketi için çeşitli ülke temsilcilerinin katılımıyla bir de manifesto deklare edilmiştir. Bu manifestoya göre;

- “Endüstriyel medeniyetin sembolleri altında başlayan ve gelişen çağımız, öncelikle makineyi icat etti ve daha sonra onu yaşam modeli olarak içselleştirdi.
- Bizler hız tarafından köleleştirildik ve aynı sinsi virüse karşı yenik düştük: Alışkanlıklarımızı sekteye uğratan, yuvalarımızın mahremiyetini istila eden ve bizleri Fast Food yemeye zorlayan hızlı yaşam.
- Homosapiensler, adlarına layık olacak şekilde, kendilerini yok olmanın eşiğine getirmeden önce hızdan kurtulmalıdırlar.
- Hızlı yaşamaya dair evrensel ahmaklıktan kurtulmanın yegane yolu, sessiz maddi hazzın sıkı bir biçimde savunulmasından geçer.
- Uygun dozda duyuşal haz ve ağır, uzun süreli mutluluk bizi çılgınlık salgınından koruyabilir.
- Savunma hattımız, “Yavaş Yemek” ile birlikte sofrada başlar. Gelin, yöresel yemeklerin lezzetini ve hazzını yeniden keşfedelim, “fast-food”un haysiyet kıran etkilerini aforoz edelim.

⁷ İfade orijinal kaynakta şöyledir: “We are aiming at those who wish to listen to the rhythm of their own lives, and possibly adjust it.”

- Prodüktivite adına, hızlı yaşam bizim yaradılışımızı değiştirmekte, çevremizi ve tabiatımızı tehdit etmektedir. Öyleyse “Yavaş Yemek”, şu an için gerçek anlamda ilerlemeci tek cevaptır.
- Gerçek kültür, lezzeti küçük düşürmek yerine geliştirmektir.
- “Yavaş Yemek”, daha güzel bir geleceğin garantisidir.
- Sembolü bir küçük bir salyangoz olan “Yavaş Yemek”, bu yavaş çekim gelişimi uluslararası bir harekete dönüştürecek destekçilere ihtiyaç duyan bir fikirdir (Petrini, McCuaig ve Waters, 2003, s. xxiii- xxiv).”



Görsel 1. Yavaş Yemek hareketinin sembolü.

Kaynak: www.slowfood.com, 2019.

“Yavaş Yemek” hareketi görüldüğü üzere politik açıdan kimi noktalarda radikal bir eleştirel duruşa sahip bir reaksiyondur. Bununla birlikte, bu radikal duruş korunmakla birlikte son yıllarda dönüşüme uğrayarak özü itibariyle gastronomik bir organizasyondan “eco-gastronomik” bir harekete evrilmiştir. Başlangıçta gıdanın tadı ve zevki ile çevre ve gıda üretimi arasında bağlantıları ele alırken, son zamanlarda ekolojik çeşitlilik ve sürdürülebilir tarım sistemlerine de vurgu yapmaktadır. Küreselleşmenin getirdiği yemek ve yemek mekanlarındaki standardizasyona karşı çıkmaktadır (Parkins ve Craig, 2006, s. 20).

Petrini yavaş yemek hareketiyle yemek yemenin yaşamın temeli olduğunu ve modernliğe ayak uydurmak için vazgeçtiğimiz kültürel ve gastronomik geleneklerimizle kopmuş bağlarımızı kurtarmamıza, ekolojik olarak bilinçli yeni bir tür tüketiciliğin yaratılmasına dikkat çekmektedir. Yemek kalitesini yükseltmek, yemek yemeye zaman ayırmak, yaşamdan zevk almamıza yardımcı olacak en basit ve etkili yollardan biri olduğunu savunmaktadır. “Yavaş Yemek” tarafından

geliştirilen kalite fikri, aşağıda ifade edilen üç ilkeyi kapsamaktadır (slowfood.com, 2019)⁸:

- Yiyecek iyi olmalı,
- Yiyecek temiz olmalı ve
- Yiyecek adil olmalıdır.

Söz konusu hareketin merkez ofisi, Bra, Piedmont'tadır. En çok üyesi İtalya'dadır fakat hareket Avrupa ile sınırlı değildir. Merkez ofis tarafından hareketi yaygınlaştırmak ve tanıtmak için farklı projeler, toplantılar ve kampanyalar düzenlenmektedir. Her iki yılda bir “Salone del Gusto” (Lezzet Salonu) gibi büyük çapta organizasyonlar yapmaktadır (Parkins ve Craig, 2006, s. 21).

“Yavaş Yemek”teki “yavaş” kendini küresel gündelikteki baskın değerlerden ve uygulamalardan farklılaştırmanın bir aracı, hem de yavaşlığın sürekli bir hatırlatıcısıdır. “Yavaş yemek”, taze, yerel, mevsimsel, nesiller boyu aktarılan tarifleri, ölçülü çiftçiliği, aile ve arkadaşlarla zevkle yenen yemekleri özetle McDonald's'ta olmayan şeyleri kapsamaktadır. “Yavaş Yemek” hareketinin mesajı, “İyi yiyin, gezegeni kurtarın” gibi modern bir bakış açıdır.

Politik özü itibariyle “Yavaş Yemek” endüstriyel kapitalist sistemin muhalifidir. Öte yandan, pratikte, yavaş yemek düşüncesinin savunucularının ulaşımın küreselleşmesi sayesinde bir ürünün başka bir yere kolay taşınması gibi olanakları olumlu değerlendirdikleri de görülmektedir. Yine de tekelleşme kartışlığı ve yerel üretimin teşviki konularında kapitalist endüstrinin temel eğilimlerine zıtlığı ortadadır. “Yavaş Yemek” için örnek gösterilen üreticilerin yavaş yemek ilkeleri ile üretilen ürünlerinin hem lezzetli ve güzel hem de karlı olduğu savunulmaktadır. Örneğin tavuk üreticileri artık yavaş tarza üretim yaparak hem daha lezzetli tavuk etine hem de daha fazla kâra ulaşabiliyor. Hızlı yenen yemek zevk vermemekte sadece enerji vermektedir. Oysa yemek yemeye yeterince zaman ayırarak tadını çıkarabilmek mümkündür.

21. yüzyılın hızla akan temposunda “Yavaş Yemek” insanların dikkatini çekmeyi başarmıştır. Başlarda hareket yeme içmeyi seven belirli bir kesime özgü gibi görülse de günümüzde daha geniş kültürel bir tartışmanın konusu haline

⁸ 18 Ağustos 2020 tarihinde <https://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/> adresinden alınmıştır.

gelmiştir denilebilir. Her şeye yeterince zaman ayırmak, insanca ve sakince yapmak felsefenin temelini oluşturmaktadır (Honoré, 2008, s. 61-88). Ancak bu noktada yukarıda da imlenen birtakım çelişkilere dikkat çekmek gerekir. Hareketin aşması gereken birtakım zorluklar vardır. Örneğin fiyatlandırma meselesi. İnsanları iyi, kaliteli gıda için daha fazla ödemeye nasıl ikna edilecektir? Pek çok düşük gelirli insanın “Yavaş Yemek” ilkelerini benimsemesi önünde maliyet önemli bir engeldir. Hareket, küreselleşme ile yaptığı mücadeleler ile büyüyen bir profil ortaya koysa da “kalite” ve “zevk” fikirlerini demokratikleştirmeye çalışmakta ve kendisini elitizmden ayırmaya çalışmaktadır (Parkins ve Craig, 2006, s. 35).

Birleşmiş Milletler’in raporuna göre dünya genelinde 821 milyonun (dünya nüfusunun yaklaşık olarak yüzde 11’i) açlıkla mücadele verirken, yavaş yemek uygulamaları bu kadar kalabalık bir dünyayı doyurmaya yetecek midir sorusu hayati bir sorudur çünkü yavaş yemek uygulamaları endüstrileşmiş tarım uygulamalarına alternatif getirmesine karşın sadece gelişmiş/zengin ülkelerde yaygın bir şekilde uygulanabilirliği olduğunu söylemek yanlış olmaz. Dolayısıyla yavaş yemek hareketi, herkesin sağlıklı gıdaya ulaşmasını sağlayacak şekilde demokratikleştirilecek bir tavır olarak kitleselleşmemekte, yüksek kültür ve sosyal seviyeye sahip (seçkin/elit) insanlara hitap eder görünmektedir.

“Yavaş Yemek” hareketi kaliteli malzeme ve bol zaman gerektirdiği için belli bir sınıf için geçerli olabilmektedir. “Yavaş Yemek” organizasyonu “kalite” (quality) ve “zevk” (pleasure), “teori” ve “pratik” (Parkins ve Craig, 2006, s. 29) fikirlerini demokratikleştirmeye ve elitizmden ayrılmaya çalışmaktadır. Hareket bu elitist tehlikenin farkındadır ancak herkes için demokratik zevk ve lezzet iddiasındadır. Bu nedenle, “Gönüllü Sadelik” (Voluntary Simplicity) gibi aşırı özel tüketim uygulamalarına odaklanan hareketlerden ayrılır. Fakat Petrini’nin de dile getirdiği gibi çevreye duyarlı üreticiler tarafından üretilen kaliteli ve lezzetli yiyecekleri adil bir fiyatlandırma ile sunmak zor bir arayıştır. Geleneksel üreticinin ürettiği ürünlerin teşvik edilmesi artan talepten dolayı ürünün kalitesinin zarar görmesine, daha yüksek fiyatlara satılmasına neden olabilir (Parkins ve Craig, 2006, s. 130). Başka bir zorluk ise hareketi besleyen güçlü İtalyan varlığının yerine daha büyük küresel bir kimlik geliştirmesi gerekliliğinde yatmaktadır. Yine bir başka önemli zorluk, üyelerin günlük hayatlarında yavaş bir yaşam temposunda yaşamak istemelerine rağmen var

olan hayat koşulları ile yavaş yemek ve yaşam pratiklerinin çelişki oluşturmada bulunur (Parkins ve Craig, 2006, s. 36-37).

2. 2. 2. Yavaş Şehir

“Yavaş Yemek” hareketinden sonra 2001 yılında yine İtalya’da ortaya çıkan “Cittaslow”⁹ (Yavaş/Sakin Şehir) özerk bir organizasyondur ancak “Yavaş Yemek” ile yakından bağlantıları vardır. Hareket, yerel pazarların tanıtılması, Fast Food satışının yasaklanması, trafiğin azaltılması, parkların iyileştirilmesi, eski binaların restorasyonu, neon tabelaların, araba seslerinin ve cep telefonu kulelerinin azaltılması gibi bir dizi kentsel planlamayı içermektedir (Parkins ve Craig, 2006, s. 31). Hareket, kentsel yaşamda doğal kaynakların düzensiz ve bilinçsiz kullanımı, hava ve su kirliliği gibi sorunların artmasına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Şehir hayatı insanları rahatlatmak, düşündürmek, iletişim kurmaktan alıkoymakta ve sürekli olarak hareket ettirmektedir. Uyanıklarla dolu olan şehirler insanları heyecanlandırırsa da şehirler yabancılaşmaktadır (alienation). Örneğin, yapılan araştırmalara göre, Britanyalıların %25’i komşularının isimlerini bilmiyor. Bugün yollarda arabalar, minibüsler, otobüsler hızla giderken yayalar sokağa yabancılaşmaktadır (Honoré, 2008, s. 93-100). Dünya üzerindeki gelişmelerden hareketle görülmektedir ki yerelin özelliklerini yansıtmayan herhangi bir yerdeymiş hissi veren yapı örneklerinin sayısı giderek artmaktadır. Küresel gelişmeler yerel ölçekteki pek çok şeyi etkilemektedir. Özellikle yere özgü farklılıklar ve özgünlükler gözle görülür biçimde kaybolma eğilimi göstermektedir (Karakurt Tosun, 2013, s. 223).

“Yavaş Şehir”ler, kirliliği, trafiği ve kalabalığı azaltarak ve topluluklar içinde daha iyi sosyal etkileşimi teşvik ederek vatandaşların yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik çalışmaları içermektedir. Yeşil alan, erişilebilir altyapı sağlamaya, yenilenebilir enerjiyi ve sürdürülebilir ulaşımı teşvik etmeye ve herkese karşı samimi olmaya odaklanan ayrıntılı bir dizi politika izlemektedir. Yavaş şehirlerin, daha sağlıklı davranış kalıpları için fırsatlar yaratabildiği düşünülmektedir. Londra’da sanatçılar ve aktivistler, halka şehir deneyimlerinin ne kadar çeşitli olabileceğini

⁹ Cittaslow Türkçe literatürde bazen “yavaş” bazen “sakin” olarak çevrilerek kullanılmaktadır. Bu çalışmada “yavaş” çevirisi tercih edilmiştir.

göstermek ve “Yavaş Şehir”leri teşvik etmek için yürüyüşler düzenlemişlerdir. Yavaş ve akıllı şehirler, vatandaşların bir yerin geçmişi, bugünü ve geleceği ile bağlantı kurmasına yardımcı olarak, yerelliği vurgulayarak bir topluluk duygusu oluşturarak, aynı zamanda insanlara daha fazla seçenek sunmak adına en son teknolojiyi kullanarak hızlanmak mı yoksa yavaşlamak mı istedikleri konusunda karar verebilecekleri ortamları sunmayı hedeflemektedir (Lakshmi , 2019).

“Yavaş Şehir” bildirgesi “kendi yerel bölgelerindeki yaşam kalitesinin önemini vurgulayan ortak bir davranış kuralına uyacağını” dile getirmektedir. Yerel düzeyde “bireyselliği” ve “yaratıcılığı” vurgulamakta ve küresel kültürde oluşan tek biçimciliği reddetmektedir. Yavaş şehirler kozmopolit metropoller değil, küçük şehirler ya da büyük kasabalardır. Başlangıçta 28 sertifikalı yavaş şehrin tümü İtalya’da iken daha sonraki yıllarda farklı ülkelere doğru gelişim göstermiştir (Parkins ve Craig, 2006, s. 31). “Cittaslow” hareketinin Türkiye temsilciliğinin internet sitesinde, insanların birbirleriyle sosyalleşip iletişim kurabilecekleri, sürdürülebilir, doğal güzelliklerine, zanaatine (el sanatlarına), gelenek ve göreneklerine sahip çıkarken bunun yanı sıra alt yapı problemleri olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından faydalanan kentlerin bir alternatif olacağı vurgusu yapılır. Bugün 30 ülkede, dünyada 264 Türkiye’de ise 18 kent bu bildiriye imzalayarak kendini “Yavaş Şehir” olarak tanımlamaktadır.¹⁰ Her geçen gün sürdürülebilir şehirlere ve kentsel yenilenmeye artan ilgi göz önüne alındığında “Yavaş Şehir” tarafından önerilen yerel yönetim modelinin kentte gündelik yaşamın iyileştirilmesinde etkili bir yol olarak görülmektedir (Parkins ve Craig, 2006, s. 32). Günümüzde şehir hayatını iyileştirmek, trafiği yavaşlatmak adına farklı uygulamalar yapılmaktadır. Örneğin, pek çok Avrupa şehri her yıl düzenli olarak arabasız günler düzenlemekte, Londra’da hafta içinde şehir merkezine giren araçlardan ücret alınması gibi uygulamalarla trafik %20 azaltılmıştır (Honoré, 2008, s. 107).

Günümüzde kolaylıkla gözlemlenebilen ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içinde toplumsal sınıflar arasındaki farklar dikkate alındığında bu gibi şehir planlamasına dair uygulamaların ciddi bir yatırım boyutu olduğu ve bu sebeple

¹⁰ 18 Ağustos 2020 tarihindeki sayı (Cittaslow Türkiye, 2020).

“Yavaş Yemek”te olduğu gibi bunun da eşit bir şekilde uygulanmasının pek mümkün olmadığı iddia edilebilir.

2. 2. 3. Yavaş Moda

Mevcut büyüme hızında, 2030 yılına kadar moda endüstrisinin 3,3 trilyon dolar değerinde olması bekleniyor. Söz konusu zaman zarfından bu endüstri 102 milyon ton giysi ve ayakkabı üretecek. Bu miktar yarım milyon mavi balinanın ağırlığına eşdeğerdir. Üretim eğilimleri böyle devam ederse dünyanın 2040'lara gelindiğinde ciddi bir iklim felaketi yaşayacağı dikkate alındığında giyim endüstrisinin tükettiği kaynakların büyüklüğü daha da açık görülebilir. Hiçbir şey değişmezse, dünyanın 2040'larda iklimle ilgili ciddi bir felaket yaşaması bekleniyor. Birleşmiş Milletlerin tahminlerine göre birçok kıyı bölgesi sular altında kalacak, yiyecek kıtlığı olacak ve mercanların nesli tükenecek. Moda endüstrisi, tahmin edilen iklim felaketinin hızını artıran endüstrilerin başında gelmektedir. 2015 yılında sektör 1,2 milyar ton sera gazı üretmiş ve bu tüm uluslararası uçuşlar ve denizyolu taşımacılığının toplamından daha fazlasına karşılık gelmektedir. Adidas, 2024 yılına kadar sadece geri dönüştürülmüş plastik kullanma sözü verirken, Nike 2019 yılının sonuna kadar yenilenebilir enerjiye geçeceğini söylemektedir. H&M ürünlerinin %57'sini geri dönüştürülmüş veya “sürdürülebilir kaynaklı” malzemelerden ürettiğini ve GAP 2021 yılına kadar tüm pamuğunu “daha sürdürülebilir kaynaklardan” alacağını söylemektedir. Ancak tüm bu çözümlere rağmen moda endüstrisi hala sürdürülebilir olmaktan uzaktır (Segran, 2019).

Böylece “hızlı” moda tüm hızıyla giderken, birtakım idealist, “bu döngüyü değiştirebilir miyiz?” diyerek “Yavaş Moda” (Slow Fashion) kavramını ortaya atmışlardır (Kipöz, 2020). Kate Fletcher tarafından 2007 yılında ortaya atılan “Yavaş Moda” kavramı, çok hızlı değişen moda akımları, sorumsuz üretim ve tüketim karşı doğmuştur. “Yavaş Moda” sürdürülebilirlik için bir araç ve yol göstericidir. Her sezonla birlikte birçoğu atık haline gelen kıyafetler, iş gücünün ucuz olduğu ülkelerde kötü koşullarda köleleştirilerek çalıştırılan tekstil işçileri ya da çocuk işçiler tarafından üretilmektedir. Yıl içerisinde sürekli olarak değişime uğrayan trendlerle oluşturulmakta olan “kullan-at” şeklindeki tüketim döngüsü, giyilmeyen kıyafetlerle dolu gardıroplara, satılmadığı için direkt olarak çöpe giden ya da yakılma

suretiyle imha edilmeye çalışılan milyonlarca giysiye neden olmaktadır. İşte “Yavaş Moda” hareketi ile bu irrasyonel gidişata ekolojik, sürdürülebilir, adil ve etik bir alternatif sunulmaya çalışılmaktadır. Bu hareketin amacı; insana verilen değerin artması ve üretimde daha eşsiz (özgün), el işçiliğinin/emeğinin değerli olduğu, uzun süre kullanılabilecek kıyafetlerin çoğalmasındır. Böylece yavaş moda hareketi ile ana akım moda sistemine eleştirel bir bakışla, döngüsel ve dayanışmacı ekonomi modelinin zemini hazırlanmaktadır (Kipöz, 2020). “Yavaş Moda” aynı zamanda “Yavaş Tasarım” hareketinin de başlamasına öncülük etmiştir.

Ancak tasarım kuramcısı Fuad-Luke burada bir konuya dikkat çekmektedir: Yavaş akımının “Yavaş Yemek”, “Yavaş Şehir”, “Yavaş Seyahat” gibi alanlarda iş gördüğünü fakat “Yavaş Moda” gibi ana akım üretici endüstrisinin pazara hükmettiği yavaş tasarım örnekleri düşünüldüğünde sorunlu olduğunu söylemektedir. İnternet ve mobil telefonlar sebebiyle yavaş tüketen insanların çoğunun neo-liberal küresel kapitalizmin hızlandırıcı etkisine kapıldıklarını ve Batılı/Kuzeyli yaşam tarzlarını benimseyerek aşırı tüketim yapan insanlara dönüştüğünü dile getirmektedir (Fuad-Luke, 2020, s. 24).

Bu noktada, Minimalist akımın öncü ismi Jill Sander’in “Hızlı Moda”nın (Fast Fashion) önemli markası Uniqlo ile yapmış olduğu koleksiyon güncel bir örnek olarak “hız”ın ve “yavaş”ın bir aradalığını moda sektörü üzerinden incelememize olanak sağlayabilir. Alman asıllı bir sanatçı olan Jill Sander, kıyafette “kaliteli kumaş, mükemmel kup ve kesim” kullanarak, renk skalasını minimuma indirerek, aksesuardan ve fantezilerden uzak zamansız parçalar tasarlayarak, minimalist akımın öncüleri arasında yerini almıştır. Tasarımcı yarattığı bu tarzla elitist ve entelektüel kesimi etkileyerek büyük bir üne kavuşmuştur. Tasarımcı bir süre önce yukarıda anılan “Hızlı Moda” (Fast Fashion) markası Uniqlo ile iş birliği yaparak, 2020-21 sonbahar-kışı için bir koleksiyon hazırlamıştır. Uniqlo’nun hedefi, Çin’de kurduğu triko fabrikalarında ürettirdiği kaşmir malzemeli ürünleriyle, torbasına konulduğu anda küçük bir hale dönüşebilen kaz tüyü montlarıyla, geleneksel Japon dokuma tekniği ile dokunan kumaşlarla tasarlanan kot modelleriyle ve sıcağa ve soğuğa karşı korunaklı iç giyim ürünleriyle kaliteli ancak ucuz ürünler üreterek her sınıftan tüketiciye ulaşmaktır. “Yavaş Moda” kavramına uygun kaliteli, doğaya uyumlu, yerel işletmelerde üretilmiş kumaşlarla yapılan koleksiyon, “Hızlı Moda” bir marka

tarafından üretilerek sadece belli bir kesme hitap eden elitist bir ürün olmaktan çıkmış ve her sınıftan tüketiciye böylece ulaşmıştır. Bu kimilerine göre, hızın ve yavaşın dengede kullanıldığı tasarım anlayışına güzel bir örnek olarak düşünülebilir (Akimoğlu, 2020). Yine de bu gibi örneklerin Yavaş Hareketi'nin temelinde yer alan kapitalizme karşı radikal muhalefetle uyuşmadığı da dikkate alınmalıdır.

2. 2. 4. Yavaş Yaşam

Yaşamın çeşitli sektörlerinde Yavaş Hareketi'nin gelişimi yanında bir de ilgili alanyazında herhangi spesifik bir sektörü işaret etmeden yapılan “Yavaş Yaşam” (Slow Living) tartışmalarına bakmak gerekir. Bu konuda yoğun alıntılanan (ve bu çalışmada da başvurulmuş) bir eser olan Parkins ve Craig'ın 2006 tarihli “Slow Living” (Yavaş Yaşam) adlı çalışmaları bilhassa önemlidir. Yazarlar bu çalışmada O'Brien'in (2006) belirttiği gibi “Yavaş Yemek” hareketini daha geniş bir felsefeye sahip yavaş yaşam için bir ilham kaynağı olarak incelemektedirler. Hareketin yukarıda ilgili bölümde değinildiği gibi politik muhalefete dair bir merkezi boyutunun olduğu vurgulanır.

“Yavaş Yaşam” ihtiyacı, değerlerin, pratiklerin ve hizmetlerin yanı sıra zamanın dağılımını ve kullanımını da gündeme getirmiştir. “Yaşam politikası”¹¹ (life politics) boş zaman siyaseti ile sınırlandırılmamalıdır. Hayatın geri kalanı gibi iş hayatı da daha sorunlu bir hal almış ve ritim kaybolmuştur. Kendini gerçekleştirme süreçleri, istihdam ve emek dışında giderek daha fazla tüketim ve boş zaman olarak belirlenmektedir. Giddens'in “yaşam politikası” kavramı “Yavaş Yaşam” için yararlı olmuştur (Parkins ve Craig, 2006, s. 12-13). Yavaş yaşamak, daha fazla boş zamana sahip olmakla ilgili değildir, daha ziyade “anlamli şeyler için zaman” ayırma arzusuyla ilgilidir. “Yavaş Yaşam” sadece hıza ilişkin olumsuzlukların reddedilmesi değil, aynı zamanda zamanın dikkatli kullanımı ile daha zevkli ve etik bir yaşam tarzı anlamına gelmektedir (Parkins ve Craig, 2006, s. 39).

Yavaşlığa dayalı zamansallık, “Zamanın Yavaşlatılması Derneği”nin (Society for the Deceleration of Time) ifadesiyle, günlük yaşam pratiklerinin yeniden

¹¹ Anthony Giddens'in “Yaşam politikası” kavramı, geleneğin sabitliklerinden özgürleşmeye ve küreselleşen “post-traditional” bağlamlara odaklanır. Giddens, “kendini gerçekleştirme araçlarına erişimin, sınıf bölünmesinin ve daha genel olarak eşitsizliklerin dağılımının baskın odak noktalarından biri haline geldiğini” ve dolayısıyla gelenekselleşmeden uzaklaşmanın sorunları ve zorluklarının yoksullar ve marjinalleştirilmişler için de geçerli olduğunu savunur (Parkins ve Craig, 2006).

sorgulanmasına ve hayata yönelik daha düşünceli bir yaklaşıma teşvik edilmesine yol açabilir. Avusturya merkezli bu organizasyon zamana daha çok önem vermek ve kültürün baskın hız olgusunu eleştirmek için faaliyetler yürütmektedir. Derneğin amacı, endüstriyel üretim sürecini şekillendiren hızın, sadece işimizi yapma şeklimize değil, neredeyse tüm yaşam alanlarına yayıldığını vurgulamak, hayatımızın çoğunu şekillendiren gereksiz telaş ve koşuşturmaya dikkat çekmek, medyanın ilgisi ile tespit ettikleri sorunlara farkındalık oluşturmaktır (Heintel, 2009).

Çağdaş yaşamda zaman, bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerle öyle hızlanmıştır ki artık “anlık zaman” (instantaneous time) önemli bir hal almıştır. Eskiden güncelleme (update) 24 saatlik bir dilimi kapsamaktayken, bugün Levent Erden’in tanımıyla “anındamak” önemlidir. Bunun nedeni bir an içinde yapılabilecek olan şeylerin sınırsız olmasıdır (Erden, 2020). “Yavaş Yaşam” alanları, küresel kapitalizmin homojenleşen üretimine karşı yerel ve kültürel özgünlüğü desteklemektedir. Bunu yaparken nostaljik bir eğilimle, örneğin, kırsal ortamda romantik bir kasaba hayatı yaratmaktan ziyade modern yaşam bağlamında yereli, toprağı, ürünü ve birbirimizle olan sosyal ilişkileri gözden geçirmemizi amaç edinen siyasi bir eğilim olarak görülmelidir (Parkins ve Craig, 2006, s. 85).

“Yavaş Yaşam” sadece küresel gündelik hayatın zamansal baskılarına bireysel bir yanıt arama değildir; aynı zamanda kolektif uygulamalar da içermektedir. Örneğin ABD’de 2003 yılında “Zamanını Geri Al Günü” (Take Back Your Time Day) kampanyası gibi, ülke çapında insanları bir gün işten izin almaya teşvik edilerek zaman darlığına bir alternatif oluşturulmak istenmiştir (Parkins ve Craig, 2006, s. 51). Yine bir diğer örnek ise son yıllarda, “downshifting” (vites küçültme) gibi bir yaşam tarzının oluştuğu görülmektedir. Vites küçültme, zamanın yönetimini ele almayı ve daha tatmin edici faaliyetlere zaman ayırmakla ilgilidir. Daha az çalışarak ve daha az kazanarak, daha mutlu ve basit yaşamayı temel almaktadır. Ekolojik ayak izini azaltmak için daha az tüketirler ve aileye daha çok zaman ayırırlar (Downshifting as a way of life, tarih yok). İlk kez 2006 yılında Ulusal Vites Düşürme Haftası (National Downshifting Week) Nisan ayının son haftasında düzenlenmiştir. Bu hayat tarzı, özellikle endüstriyel toplumda yaşayan (Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Yeni Zelanda, Avustralya, Rusya gibi) bireyler tarafından ilgi görmektedir.

Minimalizm kitabında konuya değinen Millburn, zor bir çocukluk geçirdiğini, yirmili yaşlarında kurumsal yönetici olarak hayatını devam ettirirken artık yorulduğunu ve hayatının geri kalanını bir minimalist olarak geçirmeye karar verdiğini belirtir. Başından geçen olayları ve hayatındaki fazlalıklardan kurtulup daha sade bir hayata geçişini bu eserinde anlatmaktadır (bkz. Millburn ve Nicodemus, 2020, s. 19-20). Bu kitapta dile getirilen görüşlerin bazılarına bakmak gerekirse; daha küçük yaşımızda bizi etkisi altına alan tüketme arzusu zamanla artarak devam etmektedir. Her alışverişte Pavlov’un köpeği gibi adrenalin salyaları akıtmaktayız fakat ne kadar çok şeye sahip olursak olalım mutlu olamadığımızı görüyoruz. Amerikan rüyası olarak pazarlanan tüketim odaklı yaşam tarzı mutlu etmeye yetmiyor. Amerikan rüyası bizi şişman, memnuniyetsiz, borçlu, izole ve boşlukları eşyalarla dolduran bireylere dönüştürmüştür. Minimalizm ise kontrolsüz tüketimimizi sorgulamamıza yardım etmektedir (Millburn ve Nicodemus, 2020, s. 57-58).

2. 2. 5. Yavaş Sanat

Yavaş Hareket pek çok alanda olduğu gibi sanat galerinde de kendini göstermektedir. Sanata daha yakından bakmayı teşvik eden bir girişim olarak 6 Nisan 2009 tarihinden günümüze “Yavaş Sanat Günü” (Slow Art Day) etkinliği düzenlenmektedir. Yavaş Sanat Günü’nün kurucusu olan Phil Terry, eserlerin önünde daha uzun süre vakit geçirmeyi önermektedir. Terry’e göre, “Yavaşlamak, sanata cesaret kırmak yerine enerji veren farklı bir gözle bakmamızı sağlıyor...” (Bailey, 2019). Etkinlik kapsamında katılımcılar, müzede önceden belirlenmiş beş adet esere her birinin önünde yaklaşık 5 ila 10 dakika boyunca durarak, eserleri incelemektedirler. Daha sonra ise söz konusu katılımcılar, öğle yemeğinde deneyimlerini paylaşmak üzere bir araya gelmektedirler (Watts, 2019).

Arden Reed, “New Sites for Slowness: Speed and Nineteenth-Century Stereoscopy” (2014) adlı makalesinde daha zengin ve daha anlamlı estetik deneyimler yaratmak için “Yavaş Sanat” (Slow Art) adını verdiği yeni bir estetik kategoriye ortaya koyar. Bakma biçimimizi değiştirmemizin baktığımız şeyi de değiştireceğini iddia eder. Hız kültürünün dikkat üzerindeki etkisine ve “görmek” için gösterilen özenli çabanın zevkine dikkat çeker (Reed, 2014). Reed (2017) “Slow

Art: The Experience of Looking, Sacred Images to James Turrell” adlı kitabında ise “Yavaş Sanatı” anlatırken bir sanat eserini incelerken yavaşlamaktan bahseder. “Yavaş Sanatı” bir deneyim olarak ele alır. Bir esere kısa süreli bakmak ile uzun süre (tefekkürle) bakmanın aynı anlama gelmediğini öne sürer ve bu bağlamda arada ne gibi farklar olduğunu sorgular; “Anında tatmin olmaya alışkın ve hız bağımlısı insanların herhangi bir sanat eserine bakmak için harcadıkları ortalama 6-10 saniyeyi nasıl uzatabiliriz?” sorusuna cevap arar. Bu bakış açısına göre, “Yavaş Sanat” nesneler ve gözlemciler arasında ortaya çıkan dinamik ilişkiye ve aynı zamanda bakma şeklimizi değiştirmekle ilgilidir. Reed kitabında, müze ziyaretçilerinin bakma eylemini geliştirmenin yollarını modellemektedir. Bunlara ek olarak Reed (2015) “Ad Reinhardt’s “Black” Paintings: A Matter of Time” başlıklı makalesinde James Turrell’in ışık yerleştirmelerini, Raol Ruiz’in filmlerini, Walter De Maria’nın yeryüzü sanatını, Sam Taylor-Wood’un videolarını, Richard Serra’nın heykellerini, Morton Feldman’ın müzik kompozisyonlarını, Hiroshi Sugimoto’nun fotoğraflarını ve Marina Abramoviç’in performanslarını “Yavaş Sanat” olarak nitelendirmektedir (Reed, 2015, s. 218).

2. 2. 6. Yavaş Sinema ve Medya

“Yavaş Sanat” tartışmalarıyla bağlantılı bir şekilde öne çıkan bir başka tartışma “Yavaş Sinema” (Slow Cinema) konusunda cereyan etmektedir. İlgili tartışmaların 2000’li yıllarda başladığı söylenebilir. 2003 yılında Fransız film eleştirmeni Michel Ciment, 46. San Francisco Film Festivali’ndeki konuşmasında “Yavaş Sinema” kavramını ilk kez kullananlardan biridir. Daha sonra 2008 yılında ise Matthew Flanagan “Towards an Aesthetic of Slow in Contemporary Cinema” (Çağdaş Sinemada Yavaş Bir Estetiğe Doğru) başlıklı makalesinde “Yavaş Sinema” kavramını genişletmiştir (Luca ve Jorge, 2016, s. 1).

Ciment yukarıda anılan konuşmasında “yavaş” ve “düşündürten” sözcüklerini ön plana çıkarmıştır. Ayrıca Türkiye’den Nuri Bilge Ceylan, Yunanistan’dan Theo Angelopoulos, İran’dan Abbas Kiarostami, Macaristan’dan Béla Tarr, Tayvan’dan Tsai Ming-liang ve Hou Hsiao-hsien, Rusya’dan Aleksandr Sokurov gibi yönetmenleri bu kapsamda anmaktadır (Özyazıcı, 2019, s. 10). Matthew Flanagan da tıpkı Ciment gibi sinemada yavaşlığın estetiğine odaklanmaktadır. Flanagan, “çağdaş

Amerikan sinemasındaki hızlanmaya tepki olarak pek çok yönetmen daha yavaş filmler çekmeye başlamıştır ve bu filmlerin bazı ortak yanlarının bulunduğu söylenebilir” diyerek sinemadaki bu değişime dikkat çeker. Flanagan’a göre, “bizi kuşatan sinema/medya endüstrisindeki ses/görüntü bombardımanına karşı bu filmler bizi özgürleştirir. Uzun çekimler sayesinde gözlerimiz görüntüler üstünde daha rahat dolaşır, böylece öykünün içindeki detayları görmemiz/anlamamız kolaylaşır. Hikâye anlatımında da dramatik anlatının hegemonyası kırılır” (Özyazıcı, 2019, s. 11). Mathew Flanagan (2008), yavaş sinema filmlerinin üç ortak özelliğe sahip olduğunu söyler: “Uzun çekimler, sade bir hikâye anlatımı ve sükûnete ve gündelik yaşama yapılan vurgu” (akt. Özyazıcı, 2019, s. 21). Jonathan Romney (2010) ise, yavaş sinemayı “farklı ülkelerde son on yılda gelişen sade minimalist sinema” olarak tanımlamaktadır (akt. Özyazıcı, 2019, s. 22).

Medyada ise durum farklı değildir. Medyanın artık cezbedici, “şok gelişme” başlıkları ile sayfa görüntüleme sayısı arttıracak şekilde kurguladığı “fast-food” haberlere yöneldiği gözlemlenmektedir. Hızlı bir döngüde konuyu anlatmaktan çok, o haberi ilk görmek ve ilk “repost” etmek önem kazanmıştır. Önemli olan güvenilirlikten çok, şok edici duyguları tetikleyici haberler yapmak olmuştur (Alpay, 2020a, s. 44-46). Fakat artık bu “Fast Food” haberler, okuma alışkanlığımızı olumsuz etkilemekte, uzun süre odaklanarak okuma yapmakta zorlanmamıza neden olmaktadır. Hız, pek çok bilgiye kısa zamanda erişmek için sadece tarama yaparak bilgi edinme eğilimine neden olmaktadır.

Bu eğilimi değiştirmek adına tasarımcı Zeldman dikkate değer önerilerde bulunmaktadır. Buna göre, haber tasarımlarının okuyucuyu yavaşlatması, daha derinden düşündürmesi ve haberdeki anlamı özümsemesine yardım etmesi gereklidir. Böyle bir tasarımı boşluk ve tipografik düzenleme ile yapmak mümkündür. Daha derli toplu ve büyük yazı tipi kullanarak bu amaca ulaşılabilir. Bunun bir ön koşulu yayıncıların yavaş tasarıma ulaşmak adına aşırı reklama yer vermemeleridir; bunun içinde yayın kuruluşlarının kendi kendilerini finanse edebiliyor olmaları gereklidir. Bu yayınların hem teknik hem de içerik olarak yavaş bir haber deneyimi yaşatması gereklidir. Zeldman yazısında “Hangi sitelerin daha hızlı, hangilerinin ise daha yavaş olması gerektiğini nasıl algılayabiliriz?” diye sormakta ve içerik genel halkın iyiliği için sunuluyorsa dikkatli okumayı kolaylaştırıcı ve yavaş olmalı, eğer bir işletme için

tasarlanıyorsa ilgi düzeyini artıracak şekilde olmalıdır önerisini ileri sürmektedir (bkz. Zeldman, 2018).

Televizyon üzerinden bakacak olursak, özellikle Kuzey ülkelerinde yavaş içerik üreten yavaş televizyon kanalları görülmektedir. Bu tarz televizyonlarda tıpkı yavaş sinemada olduğu gibi, sıradan bir olayı (tren yolculuğu gibi)¹² tüm uzunluğu boyunca doğal akışında içinde kayda alan programlar yayınlanmaktadır. Yine buna paralel olarak Youtube gibi platformlarda, Otonom Duyusal Meridyen Tepki (ASMR)¹³ adı verilen içerikler üreten videolar sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi içerikler alışık olduğumuz yayınlardan farklıdır, izleyiciyi rahatlatmaya yöneliktir. Bu tarz kanalların ve videoların artışına bakarak artık en azından kimi izleyici gruplarının farklı bakış açıları aradığı, hızdan ve aksiyondan arınmış içerikler izlemek istediği sonucuna varabiliriz.

“Yavaş Tasarım” bu çalışma açısından oynadığı merkezi rol nedeniyle, diğer disiplinlerin anlatıldığı bölüm içerisinde değil, ayrı bir bağımsız bölüm olarak ele alınmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir.

2. 2. 7. Yavaş Tasarım

“Yavaş Tasarım”ın (Slow Design) çıkış noktası diğer hareketlerdeki gibi “Yavaş Yemek” hareketidir. “Yavaş Tasarım” terimini ilk olarak 2003 yılında yayınlanan “Yavaş Tasarım: Sürdürülebilir Yaşam İçin Bir Paradigma” adlı makalesinde kavramsallaştıran tasarım kuramcısı Alastair Fuad-Luke olmuştur. Fuad-Luke insanların, kaynakların ve akışların metabolizmasını yavaşlatmaya adanmış bir yaklaşım olan yavaş tasarımı, olumlu davranışsal değişim yaratacak bir tasarım paradigması sağlayabilecek bir sorgulama bağlamında gündeme getirmiştir. Bu kendi kendine sorgulama süreci ile tasarımcının oynadığı rolü ve tasarımın özünü analiz etmesini sağlar. Yazar, “Tasarım alanındaki değerlendirme standartları nelerdir?” ya da “Daha sürdürülebilir bir gelecek için tasarım uygulamaları nasıl değiştirilebilir?” (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 2-3) gibi sorular üzerinden tasarımda yavaşlığı tartışır.

¹² 2009 yılında Norveç Yayın Kurumu (NRK) yedi saatlik bir tren yolcuğunu yayınlaması ile popüler hale gelmiştir (Graatrud, 2013).

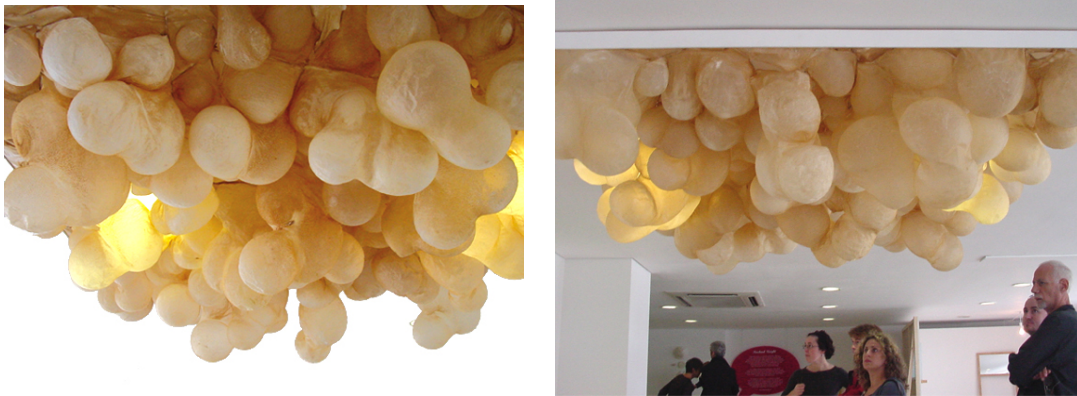
¹³ Otonom Duyusal Meridyen Tepki’ler (ASMR) içeren videolar, izleyiciyi farklı şekillerde tetikleyerek (fısıldayarak konuşma, folyo sesleri, kahkaha sesleri, yavaş hareketler gibi) vücutlarında karıncalanma, sıcaklık, gıdıklanma gibi duyuusal fenomenler yaratmaktadır (Çerçi, 2021, s. 932).

Önce 2003 yılında on beş ilkeden oluşan bir “Yavaş Tasarım Manifestosu” yayınlayan Fuad-Luke (akt. Harvey, 2010, s. 35) 2008 yılında Carolyn Strauss ile birlikte bu manifestoyu sadeleştirerek altı ilkeye düşürmüştür. Oluşturulan bu altı ilke, tasarımcıya fikirlerini, süreçlerini, dürtülerini ve sonuçlarını sorgulayabileceği bir yol gösterici olarak düşünülmektedir. “Yavaş Tasarım İlkeleri” (Slow Design Principles) başlıklı makalede ele alınan altı ilke şu şekildedir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1440-1453):

1. İlke: Açığa/Ortaya Çıkarmak, İlham Vermek (Reveal)

“Yavaş Tasarım”, bir sanat eserinin yaratılmasında kolayca göz ardı edilebilecek (materyaller ve süreçler de dâhil) sıklıkla gözden kaçırılan ya da unutulan günlük yaşamdaki deneyimleri ortaya çıkarır (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). Unutulmaya yüz tutmuş el işçiliği, kaybolan malzeme ve üretim süreçlerini yeniden gündeme getirmek için ilham vermeyi amaçlamaktadır.

Bu birinci ilkeye, hayvansal malzemelerle çalışan Julia Lohmann’ın “Flock” adlı tavan ışığı eseri örnek gösterilebilir. Eserde elli adet koyun midesi kullanılmış ve eser Londra Tasarım Müzesi’nde sergilenmiştir.



Görsel 2. Julia Lohmann, “Flock”, 2004.

Kaynak: <https://www.julialohmann.co.uk/>, Erişim Tarihi: 13.03.2019.

Yine aynı tasarımcıya ait her biri farklı şekil sahip el yapımı “İnek Banklar” (Cow Benches), derisi için öldürülen inekleri sembolize etmek ve farkındalık yaratmak için oluşturulan bir eserdir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 3-4).



Görsel 3. Julia Lohmann, “Cow Benches”, 2005.

Kaynak: <https://www.julialohmann.co.uk/>, Erişim Tarihi: 15.03.2019.

Tasarımcı Anna Hillman’ın “Amazingness” projesi ise beton kent ortamında doğa ile ilgili fotoğraflar çekerek etkileşim kurmayı amaçlamıştır. Yaşamın renklerine, şekillerine, dokularına ve doğanın hareketine odaklanarak, küçücük detaylarla insanlara keşfetmek için ilham olmak istemiştir.



Görsel 4. Anna Hillman, “Amazingness”

Kaynak: <http://www.annahillman.com/amazingness.html>, Erişim Tarihi: 13.03.2019.

2. İlke: Genişletmek/Büyütmek (Expand):

“Yavaş Tasarım”, eserin ve ortamın algılanan işlevselliklerinin, fiziksel özelliklerinin ve yaşam sürelerinin ötesinde gerçek ve potansiyel “ifadelerini” dikkate alır (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). Nesnelere alışılmışın dışında fonksiyonlar yükleyerek, farklı kullanım alanları yaratarak potansiyellerini genişletmeyi hedefler.

Son derece kavramsal bir ilke olan genişletmek (expand), bir nesnenin esas işlevinin ötesinde başka anlam ve kullanımlar için potansiyelini düşünmemiz gerektiğini önermektedir. Jeremy Wood “GPS Drawing” projesi ile, GPS uydu

teknolojisi ile bir insanın ya da hayvanın hareketlerini izleyerek bir çizim (karalama) ortaya çıkarır ve bunu bir sanat eseri haline getirir.



Görsel 5. Jeremy Wood, “GPS Drawing”, 2014.

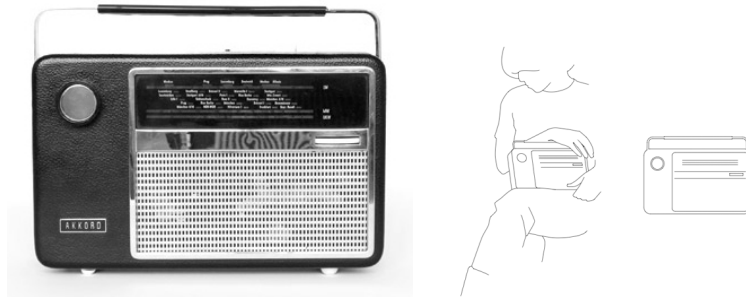
Kaynak: <http://www.gpsdrawing.com/gallery.html>, Erişim Tarihi: 13.03.2019.



Görsel 6. Jeremy Wood, “GPS Drawing”, 2014.

Kaynak: <http://www.gpsdrawing.com/gallery.html>, Erişim Tarihi: 13.03.2019.

Alman tasarımcı Monika Hoinkis ise radyo ve masa lambası gibi gündelik nesneler üzerinden çevremizdeki nesnelerle yakınlık ve bağımlılık durumumuzu “şeylerle yaşamak” (Live with things) sorusu üzerinden incelemiştir. Sadece sıcak bir vücuda yakınlaştırıldığında çalışan radyo, menteşesi olmayan elle tutularak kullanılan masa lambası gibi faydalanabilmek için etkileşime geçmek gereken, nesnelerin gizli işlevselliklerini ön plana çıkaran birtakım tasarımlar yapmıştır.



Görsel 7. Monika Hoinkis, “Radio” (Live with things), 2005.

Kaynak: <http://www.livingwiththings.org/03-6.html> Erişim Tarihi: 27.08.2020.



Görsel 8. Monika Hoinkis, “Lamp” (Live with things), 2005.

Kaynak: <http://www.livingwiththings.org/03-0.html> Erişim Tarihi: 27.08.2020.

Meksikalı tasarımcı Luis Morales tarafından tasarlanan “Cardboard Lamp” isimli çalışmada ise ampul kutusunun kendisi kesik şekillerden ayrılıp birleştirilerek kutudan bir abajur elde edilmektedir. Böylece karton kutu yaşam süresinin ötesine geçerek abajur olarak kullanılmaya devam etmektedir.



Görsel 9. Luis Morales, “Cardboard Lamp”, 2010.

Kaynak: 100 Ideas that changed graphic design, Erişim Tarihi: 2012.

3. İlke: Yansıtma (Reflect):

“Yavaş slowLab tarafından ortaya atılan ‘yansıtıcı tüketim’ kavramı, tasarım nesnelerini ortamlar / deneyimler için uyarlamaya çalışır” (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). “Yavaş Tasarım”da üretim aşamasındaki her adım daha detaylı ve derinlemesine düşünerek atılır böylece alımlayıcıyı tüketirken daha derin düşünmeye teşvik eder.

Dick van Hoff’un “Kitchen Machines” isimli çalışması elektriğe ihtiyaç olmadan elle (krankla) çalışan pişirme ve hazırlama için geleneksel yöntemleri geri kazanmak için yaptığı çalışma yavaş tasarıma örnektir.



Görsel 10. Dick van Hoff'un “Kitchen Machines”, 2008.

Kaynak: https://vanhoffontwerpen.nl/portfolio_page/tirannie-van-de-stekker/, Erişim Tarihi: 2019.

4. İlke: Etkileşim/Katılım (Engage):

“Yavaş Tasarım” süreçleri açık kaynak ve işbirlikçi olup, bilgilerin paylaşımına, işbirliğine ve şeffaflığına dayanır, böylece tasarımlar geleceğe doğru gelişmeye devam edebilir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). Açık kaynaklar, iş birliği ve süreçlerin şeffaf işlemesiyle tasarımın sürekli gelişmesi için paylaşımına açık olmasını amaçlar.

“Yavaş Tasarım”ın en dikkat çekici özelliklerinden bir tanesi işbirliğidir. Tasarımcılar, açık kaynak tasarımlar ile paylaşımında bulunarak tasarımların gelişmesi umuduyla işbirliği halindedir. Londra’daki tasarım stüdyosu Raw Nerve, atıl durumdaki bir kanepayı ofislerine getirirler ve kanepenin geçmişte başından geçenleri hayal ederler. Kanepayı cansız bir nesne olarak değil, kendi yaşamı ve anlatması gereken kendi hikayesiyle yaşayan, nefes alan bir nesne olarak görürler. Kanepenin geçmiş hatıralarını ve deneyimlerini ortaya çıkarmak için toplanan tüm bilgileri grafik ve tipografik tasarımlara dönüştürerek üzerine çizerler. Böylece kanepenin işlevsel bir obje olmanın ötesine geçip, keşfedilenlere meydan okuyan ve onları memnun eden anlam katmanları ile aşılanmış bir keşif alanı haline gelir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 5).



Görsel 11. Raw Nerve, “Sofa”, 2006.

Kaynak: <http://www.raw-nerve.co.uk>, Erişim Tarihi: 2019.

Benzer bir fikirle İspanyol endüstri tasarımcısı Martin Ruiz de Azua’nın “İnsan Sandalyesi” (Human Chair) isimli çalışması, birbirlerinin dizleri üzerine oturan bir grup insandan oluşmaktadır. Bu proje ile tasarımcı, nesnesi insan olan bir tasarım nesnesi yaratır. Projenin anahtar kelimesi insanlar arası ilişki ve güvendir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 6).



Görsel 12. Martin Ruiz de Azua, “Human Chair”, 2002.

Kaynak: <https://www.martinazua.com/product/human-chair/>, Erişim Tarihi: 2019.

5. İlke: Dahil etmek/Katılım Sağlamak (Participate):

“Yavaş Tasarım”, kullanıcıları tasarım sürecinde aktif katılımcı olmaya teşvik eder. Toplumsal sorumluluğu güçlendirmek ve toplulukları geliştirmek için değişimi ve değişim fikirlerine önem verir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). Tüketicilerin sosyal sorumluluk bilinciyle hareket edebilmeleri için katılım sağlaması gerektiğini savunmaktadır.

Bu ilke, tasarım sürecine aktif olarak katılmaya ve topluluk duygusunu geliştirmeye teşvik etmektedir. Ürün tasarımcıları sadece ekolojik değerleri değil aynı zamanda ürünlerin kullanıcıyla kurduğu duygusal bağı da sorgulamaktadır. Bunu örneklendirmek gerekirse, Hollandalı ürün tasarımcısı Simon Heijdens’in

“Broken White” isimli çalışmasında, zaman içinde gelişen ve ürünleri kullanan bireylerle olan ilişkilerinin görünür izlerini ortaya çıkaran seramik tabaklar tasarlamıştır. Süreç içinde sanatçı günlük hayatta kullandığımız beyaz seramik tabaklara yeni bir anlam yüklemiştir. Başta düz desensiz olan seramik tabaklar kullanıldıkça üzerinde karmaşık çiçek desenleri şeklinde küçük çatlaklar oluşur, bu değişken desenler kullanıcısı ile olan ilişkiyi doğrudan yansıtmaktadır. Tek kullanımlık ürünler dünyasında, Heijdens günlük nesnelere yeni deneyim katmanları yerleştirerek, anlamlarını sadece işlev ve rahatlığın ötesinde zenginleştirmektedir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 5). Böylece tasarım nesnesi ile kullanıcının öyküsünün izlenebileceği bir alan yaratılmış olur (Heijdens , 2004).



Görsel 13. Simon Heijdens, “Broken White”, 2004.

Kaynak: <http://www.simonheijdens.com>, Erişim Tarihi: 2019.

Hollanda merkezli Sosyal Tasarım Topluluğu “Kelebek İşleri” (Butterfly Works), yerel üreticileri Afrika ülkelerinde yeni projeler başlatmaya teşvik etmektedir. “NairoBits” projesi ile 1999 yılında Kenya’da gecekonduvarlarda yaşayan gençlere yönelik bir dijital tasarım stüdyosu kurulmuştur. Bunun gibi pek çok proje yapıp daha sonra devam ettirmek üzere sorumluluğu bölgedeki yetkililere bırakmaktadırlar. “Kelebek İşlerin” sloganı “Olumlu Olaylar Zinciri”dir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 7).



Görsel 14. Butterfly Works tarafından yürütülen “NairoBits” projesi, 1999.

Kaynak: http://www.turingfoundation.org/ctry_kenia_uk.html#nairobits10, Erişim Tarihi: 2019.

6. İlke: Gelişmek/Geliştirmek (Evolve):

“Yavaş Tasarım”; eserlerin, ortamların ve sistemlerin dinamik olduğunu, zaman içerisinde olgunlaşması ile daha zengin deneyimlerin ortaya çıkabileceğini kabul eder Günümüzün ihtiyaç ve koşullarının ötesinde tasarım süreçlerini ve sonuçlarını olumlu değişim için araç haline getirmektedir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 1442-1446). Derinlemesine düşünülmüş, geliştirilmiş tasarımların çevreyi ve sistemi geliştirdiğinin farkında olarak alımlayıcıyı davranışsal değişim öznesi olarak ele almaktadır. Günümüzün ihtiyaç ve koşullarının ötesine bakarak, yavaş tasarımın süreçleri ve sonuçları ile olumlu değişimin aracı haline gelmesini sağlamak amaçlanmaktadır.

Mimar ve sosyal tasarımcı Fritz Haeg “Edible Estates” projesi ile evlerin etrafını saran çimlerin yerine yenilebilir (edible) bir peyzajla değiştirilmesi üzerine bir çalışma yapar. Edible Estate’in yaklaşımı, bir sosyal konut alanının çevresindeki yeşil alanı, güzel, eğlenceli ve yenilebilir bitkilerle iyi bir manzaraya dönüştürebilecek değerli bir alan olarak görmektedir. Bu tür projelerin örgütlenme, hedef belirleme, öğrenme becerileri ve birlikte çalışma gibi eylemlerle toplum üzerinde olumlu etkiye sahip olacağını düşünmektedir (Strauss ve Fuad-Luke, 2008, s. 7).



Görsel 15. Fritz Haeg, “Edible Estates”.

Kaynak: <http://www.fritzhaeg.com/garden/initiatives/edibleestates/about.html>, Erişim Tarihi: 2019.

Dünyanın pek çok yerinde çeşitli projelerde “Yavaş Tasarım” ilkeleri doğrudan ya da dolaylı olarak kullanılmaktadır. İlkelerde de görüldüğü gibi “Yavaş Tasarım” uygulamak için katı kurallar yoktur; ilkeler, tasarımcılar için bir talimattan ziyade ilham verebilmesi amacıyla özellikle soyut ve esnek tutulmuştur. Hem yıkıcı hem de uygulanabilir yeni bir üretim modeli sunmaktadır; kaliteyi ve gelişimi ön planda tutarak yeni fikirlerin ortaya konulması bakımından önemlidir (Majoli, 2006).

“Yavaş Tasarım”, sürdürülemez kaynakların akışına dayalı “Hızlı Tasarım”ın bir sorgulaması olmasının yanında eko/sürdürülebilir tasarımın hayata geçirilebilmesi için bir araç olarak görülmektedir. Tasarımın, tamamen ekonomik zorunluluklar tarafından yönlendirildiği kapitalizmin mevcut zihinsel yapısı dışında, diğer alternatifleri göz önünde bulundurması ve bunu yaparken yeni farkındalıklar, olasılıklar üretmesi ve daha sonra yeni toplumsal değerler yaratmaya yardımcı olması hedeflenmektedir. Yavaş tasarıma verilen ilk odak alanları; ritüel, gelenek, deneyimsellik, gelişmişlik, yavaşlık, eko verimlilik, açık kaynaklı bilgi gibi ilkeler, süreçler ve çıktılar öneri olarak getirilmiştir (Fuad-Luke, 2009, s. 157).

Hızla gelişen yenedünya düzeninin karmaşıklığını ele alabilmek için yeni tasarım biçimlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Yavaş tasarımın amacı da bu yeni tasarım biçimleri konusunda farkındalık oluşturmaktır. Bütüncül, yansıtıcı ve eleştirel bir perspektiften bu tasarım düşüncesi yavaş bilginin potansiyellerini araştırır. Daha kapsamlı şekilde düşünmeyi, hissetmeyi ve etkilemeyi hedefleyerek daha kaliteli işler üretmeyi destekler. Yavaşlığın yaşamın her alanında sağladığı zenginliği göstermeye çalışır. İnsanların iç ve dış boyutları arasında bağlantı kurarak dünya ile daha derin bir rezonansa geçmelerine yardımcı olur. Yavaş tasarım sadece tasarım

alanının gelişimi için değil çağdaş tasarım söylemine de katkı sağlamaktadır (Strauss ve Pais, 2014, s. 24).

“Yavaş Tasarım”ın uluslararası alanda tanınması ve hareket kazanması sürecinde bir önemli adım Carolyn Strauss’un kurduğu “slowLab” ’ın ¹⁴ (Slow Research Lab) ortaya çıkışıdır. Bu kuruluş, yavaş tasarım olasılıkları hakkındaki görüşleri zenginleştirmiştir (Fuad-Luke, 2002). Literatürde farklı tasarım disiplinlerinde “Yavaş Tasarım” ilkelerinin sorgulandığı çalışmalar olduğu ve bu ilkelerin tasarım aşamasında olumlu etkilerinin gözlemlendiği görülmektedir.¹⁵

Collin Dunn 2008 yılındaki “Jargon Watch: Slow Design” isimli yazısında “Yavaş Tasarım”ı özlüce şöyle tanımlamaktadır:

Yavaş Tasarım tıpkı öncülü olan Yavaş Yemek gibi tamamen dizginleri geri çekmek ve işleri iyi yapmak, sorumlu bir şekilde yapmak ve tasarımcı, zanaatkar ve son kullanıcının zevk alacağı şekilde yapmakla ilgilidir. Tıpkı Yavaş Yemek gibi, tüm meselesi yerel malzemeyi kullanarak sosyal ve çevresel açıdan sorumlu bir biçimde bir araya getirilmiş bir bütün oluşturmaktır. Her şeyden önce, 21. yüzyılın daha büyük ve hızlı olan zorlu yaşam temposuyla mücadele etmenin bir yolu olarak, ürünlerin daha dikkatli, sistemli, yavaş yaratılması ve tüketilmesini vurgulamaktadır¹⁶ (Alter, 2012).

“Yavaş Tasarım” modern insanın kendini her şeyin merkezinde gören insan-merkezli (anthropocentric) anlayışın yerine çevre-merkezli (ecocentric) ve bütüncül bir anlayışa (Strauss, 2018) teşvik eder. Küresel ekonominin baskın bilgisi olan hız; teknolojik, hiyerarşik, rekabetçi evrensel ve ukaladır. Yavaşlık ise paylaşımcı,

¹⁴ New York ve Amsterdam’da ofisleri olan ve dünya çapındaki etkinlikleriyle “yavaşlığı teşvik etme” misyonu olan öğrenme ve uygulama için bir araştırma platformudur. Birçok disiplinden ve yaratıcı profesyonellerden oluşan bir ağ oluşturarak, fikir alışverişinde bulunmaya ve “bireylerin yaşamlarını ve paylaştığımız gezegeni olumlu yönde etkileyen” projelerde işbirliği yapmaya davet etmektedir (slowLab). Aynı zamanda New York Sanat Vakfı (NYFA) tarafından desteklenmektedir.

¹⁵ Yavaş tasarım ilkelerinin sorgulandığı bir dizi çalışma için bkz. Fuad-Luke, A. 2002; Hay, S. C. 2008; Grosse-Hering, B., Mason, J., Aliakseyeu, D., Bakker, C., Desmet, P., 2013; Muir, M. 2017; Güven, E. 2011.

¹⁶Yazar tarafından Türkçeleştirilmiştir. Orijinal metin şöyledir: “Slow Design, much like its gastronomic predecessor, is all about pulling back on the reins and taking time to do things well, do them responsibly, and do them in a way that allows the designer, the artisan and the end user to derive pleasure from it. Just like Slow Food, it's all about using local ingredients, harvested and put together in a socially and environmentally responsible way. Above all, it emphasizes thoughtful, methodical, slow creation and consumption of products as a way to combat the sometimes overwhelming pace of life in the bigger-faster-now 21st century.”

disiplinlerarası, mütevazı, kültürel ve coğrafi bağlamlarla uyumlu ve açık kaynak kodludur (Fuad-Luke, 2007, s. 5). Yavaş tasarım, kullanıcı merkezli, kapsayıcı ve deneyimsel tasarım içeren bir kavram olarak tanımlanmakta, 21. yüzyılda tasarımın rolüne ilişkin tartışmaları tasarımcılara geri yüklemekte ve daha iyi ve daha sürdürülebilir bir geleceği güvence altına almak için yaratıcı bir süreç başlatmaktadır.

Tablo 2. Yavaş Yemek, Yavaş Hareket ve Yavaş Tasarımın Karşılaştırılması¹⁷

Yavaş Yemek	Yavaş Hareket	Yavaş Tasarım
Yerel gıda üreticileri	Mümkün olan en az kilometre	Yerel üretici
Sanayileşmemiş yöntemlerle üretilen gıdalar (artisan foods)	İyi üretilmiş	İyi ve uygun işçilik / üretici
Keyifle yemek yeme	Faaliyetlerin keyfi	Tasarımda zevk
Tabak ile gezegen (plate and planet) arasındaki bağlantı	İnsan/hayat ve gezegen arasındaki bağlantı	Tasarlanan nesnenin/sonucun gezegen ile bağlantısı
Yemek yemeye zaman ayırmak	Değer verdiğimiz şeylere zaman ayırmak	Uygun tasarım için zaman ayırmak

Alastair Fuad-Luke'un “Yavaş Teori” (Slow Theory) yazısında da belirttiği üzere tasarımcıların, 21. yüzyılın başlarındaki rollerini acilen incelemesi gerekmektedir. Tasarım, insanlar ve birlikte yaşayan yaşam formları için yaşam kalitesindeki gelişmeler ile birlikte daha sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerini nasıl sunabilir? sorusu üzerine yoğunlaşmalıdır (Fuad-Luke, 2005, s. 2-3). Fedja Vukic “Yarının Tasarımı mı?” yazısında da çevresel kriz, tasarım konusunda sistematik, sürdürülebilir ve işbirliğine dayalı bir yaklaşımın ne kadar gerekli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla tasarım uygulamalarında gelecekte, siparişleri yerine getirme şeklindeki tümenden gelimli bir yönteminin yerine; yeni, proaktif bir metodolojik bağlama dayalı, yeni değerler üreten bir yaklaşımın benimsenmesinin uygun olacağından bahsetmektedir. Sürdürülebilir, doğal ve toplumsal bir çevre tasarlamak için yeni, tümevarımsal bir yaklaşımın benimsenmesinin gerekliliğini vurgular (Fedja, 2012).

“Yavaş Tasarım”, malzemelerin tedarik sürecinden başlayarak onları üretenlerin çalışma koşullarına kadar ürünlerin yaşamlarını kapsamlı bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır (Grosse-Hering, Mason, Aliakseyeu ve Bakker,

¹⁷ Kaynak: (Harvey B. , 2010, s. 11).

2013). Altı ilkede bahsedilen süreçler, tasarımcıları tasarımın özünü sorgulamaları konusunda harekete geçirmektedir. “Yavaş Tasarım”; kapsayıcı, kapsamlı ve sürekli bir olgunlaşma sürecinde olan bir kavramdır. Sürdürülebilirlik, insan davranışları gibi istikrarlı ve uzun döngülere odaklanmaktadır. Ancak paradoksal olarak “Yavaş Tasarım” hareketi, parası ve zamanı olan zenginler için yavaşlayarak keyif sürecekleri bir hareket olarak da görülmektedir.

2. 3. Yavaşlığın Eleştirisi

Yavaş Hareketi’ni tam olarak anlayabilmek için genel bir özetinin yanında Harekete yöneltilen eleştirileri de ele almak gereklidir. Filozof ve kültür eleştirmeni Zizek’in belirttiği gibi “20. yy’da bizler dünyayı çok hızlı bir biçimde değiştirmeye çalıştık. Fakat zaman, düşünmeye başlama zamanıdır.” (Žižek, 2012, s. 91). Yavaş Hareketi toplum üzerindeki “hız” hegemonyasını kırmak için bir alternatif olabilir. Öte yandan, eleştirel bir perspektiften denilebilir ki, Yavaş Hareketi sol ve kitlesel bir kökene sahip olmasına rağmen elitist bir tavra dönüşmüştür. Bu elitist görünümü, pazarlama profesörü Giana Eckhardt’ın “Yavaşlamak yeni statü simgesidir” sözünde bulmak mümkündür (Britten, 2018). Yavaşlamanın yeni bir statü göstergesi olması hareketin amacıyla ne denli örtüşür sorusu önemli bir sorudur. Yavaşlığın popüler bir kavram haline dönüşmesi, hatta bazen bir “etiket” ya da “pazarlama stratejisi” olarak kullanımı hareketin özüne ters düşmektedir iddiası kolayca ıskartaya çıkarılabilecek bir iddia gibi görünmemektedir. Bunun en önemli nedeni, mevcut şartlar altında “hızlı” olanın hitap ettiği ve talep gördüğü geniş kitlelerin değil, ancak küçük ve şanslı bir azınlığın yavaşlamanın önerilerine tam olarak uyabilecek kaynaklara salıp olduğu gerçeğidir.

Postmodern toplumda “keyif/zevk” neredeyse bir mecburiyetmiş gibi görülmektedir. Keyif almak adeta bir zorunluluk gibi algılanmaktadır. Örneğin kolanın şöyle bir paradoksu vardır: Susuz kalırız ve kola içeriz. Fakat ne kadar çok içersek o kadar çok susuzluk hissederiz. Yani bir arzu belirli bir şeye karşı arzu değildir. Arzunun kendisi de bir arzudur. Arzulamaya devam etme arzusu (Žižek, 2012, s. 52). Yavaş yaşamın tartışmasız hem temel değeri hem de en sorunlu yönü “zevk” konusudur. “Yavaş Yemek” manifestosunda “zevk alma” (right to pleasure) üzerinde ısrar edilmektedir. Ancak Yavaş Hareketi’nin en önemli çıkış noktası olan “zevk”in kitlesel olmasını beklemek gerçekçi görünmemektedir. Zira hızla

kalabalıklaşan dünyada insanların sağlıklı beslenmesi için kültürel ve coğrafi olarak uygun yollara ihtiyaç vardır. Fakat “Yavaş Yemek” bu soruna tam bir cevap olamamaktadır. O nedenle tüm sanayileşmiş yiyecekleri tamamen reddetmek doğru değildir. Doğaldan işlenmiş, eskiden yeniyse, yavaştan hızlıya, tercih edildiği duruma göre karar verilmesi gerekmektedir.

Cittaslow üzerinden meseleye bakıldığında ise; yeşil alan, erişilebilir altyapı, yenilenebilir enerji, sürdürülebilir ulaşım ve herkese karşı samimi olma gibi bir politika ortaya koyulmaktadır. Ancak dünyada sadece 281¹⁸, Türkiye’de ise 18¹⁹ kent “Yavaş Şehir” statüsündedir. Dünya nüfusuyla oranına bakıldığında bu şartlarda yaşama olanağına sahip küçük bir zümrenin olduğunu görürüz. “Yavaş Sanat”, “Yavaş Tasarım”, “Yavaş Moda” açısından bakıldığında ise yapılan çalışmalar bir noktada yavaş felsefesinden uzaklaşmaktadır. Örneğin, “Yavaş Sanat” başlığında da değinildiği üzere “Yavaş Sanat” müzede seçilen eserlerin önünde belli bir süre boyunca durup eserlerin incelenmesi, süre bitiminde ise belli bir grup sanat severin bir öğle yemeğinde seçilen eserler üzerine sohbet edip yorumlaması şeklinde önerilmektedir. Ancak bu durumda yavaşlık sadece zaman anlamında ele alınmış ve genel felsefesini yansıtmamış olur. Ya da modadan örnek vermek gerekirse, “Yavaş Moda” tüketicinin katma değerli (örneğin el işçiliği)²⁰, az ama yüksek kaliteli ürünler tercih etmesini hedeflemektedir. Ancak katma değerli ürünün maliyeti nedeniyle herkese ulaşması mümkün değildir. Bu durum harekete içkin kitlesel olana bir tepki olma gerçeğinden hareketle kendisinin de kitlesel olabilmesi hedefine uygun değil gibi görünmektedir.

Meseleye “Yavaş Tasarım” özelinde bakacak olursak, yerel üretici, iyi ve uygun işçilik/üretici, tasarımda zevk, tasarlanan nesnenin/sonucun gezegen ile bağlantısı, uygun tasarım için zaman (Harvey B. , 2010, s. 11) gibi basite indirgenecek bir hareket olamayacağı düşünülmektedir. Daha derin politik bir çerçeveden tasarımda yavaşlıktan bahsedilmelidir. Literatürde “Yavaş Tasarım” ilkelerinin sorgulandığı farklı çalışmalar olmasına ve bu ilkelerin tasarım aşamasında olumlu etkilerinin gözlemlenmesine rağmen bunun tam olarak Yavaş Hareketi’ni

¹⁸ 14 Şubat 2022’de <https://www.cittaslow.org> adresindeki veriler ışığında 281 şehir tespit edilmiştir.

¹⁹ 14 Şubat 2022’de <https://cittaslowturkiye.org> adresindeki veriler ışığında 18 şehir tespit edilmiştir.

²⁰ Daha detaylı bilgi için Duygu Atalay’ın “Yavaş Modada Zanaatın İzleri: Tasarımcı ve Zanaatkar Birliktelikleri” başlıklı yazısına bakılabilir (Kipöz, 2020, s. 85-97).

yansıtmadığı düşünülmektedir. Gelişmekte olan bir kavram olarak “Yavaş Tasarım”ın yalnızca yerellik, sürdürülebilirlik, doğal yaşam gibi konular üzerinden konuyu ele almasının derinlikli olmadığı, esas itibarıyla kapitalist üretim pratiklerine karşı bir tepki olan söz konusu hareketin temel felsefesine tam olarak uymadığı söylenebilir. Hareketi görsel sanatlar üzerinden özellikle de grafik sanatlar ve afiş sanatı üzerinden düşünmek söz konusu olduğunda ikinci bölüm boyunca ele aldığımız eleştiriler daha da geçerli hale gelmektedir. Afişte mesaj ön plandadır. Bu nedenle iletilmek istenen mesajın endüstrinin belli bir yönde kurumsallaşmasını, belli yönlerden küreselleşmeyi ve gerisindeki ticari yapıyı eleştiren bir tarzda olması gerekir ki Yavaş Hareketi’nin felsefesine tam anlamıyla uygun olabilsin.

Eleştirileri toparlamak gerekirse, yavaş felsefesine katkıda bulunan insanların “yavaş”tan sadece yavaşlamayı kastetmedikleri, “yavaş”tan dengeyi ve doğru zamanı kastettikleri açıkça görülmektedir. İkinci bölüm boyunca farklı disiplinler üzerinden ele alınan örnekler incelendiğinde, aslında yavaş felsefenin ana vurgusu olan “denge”nin tam olarak pratikte karşılık bulmadığı görülmektedir. Tüm bu eleştirilere rağmen Yavaş Hareketi’nin pek çok sorunu görünür kılması, tartışmaya açması, bizi sarsması ve hareketin vücuda getirdiği bilinç yadsınamaz. Yavaş Hareketi’nin küreselleşmenin olumsuz etkilerine dikkat çekmek, farkındalık oluşturmak ve yerleşik düzene eleştirel bir gözle bakmak adına faydalı bir yaklaşım olduğu açıktır.

Çalışmada ilk bölümün bu kadar uzun ele alınmasının sebebi, Yavaş Hareketi’nin afiş tasarımında nasıl olabileceğine dair ciddi bir tartışmanın diğer alanlardaki gelişmeleri ele almadan yürüyemeyeceğindendir. Sonraki bölüm grafik tasarımın kökenleri ve toplumsal rolüne yöneliktir. Bu bölümde esas amaç yukarıda ele alınan tartışmanın grafik tasarım özelinde yeniden üretilmesidir.

3. BÖLÜM YAVAŞ GRAFİK TASARIM VE YAVAŞ AFİŞ KAVRAMSALLAŞTIRMASI

Bu bölüm, grafik tasarımın toplum ve birey üzerindeki etkisine, disiplininin yerleşik paradigması olan “hız”a alternatif olarak “yavaş”lığın nasıl olabileceğine ilişkindir. Tüketim toplumu ve bunun görselliğe olan bağımlılığı üzerinden fikir tarihinde eleştirel düşünce bağlamında görsel kültürün çeşitli yönleri açıklanmaya çalışılacaktır. Bunun akabinde, daha önce literatürde pek çok disiplinde ele alınan fakat grafik tasarım bağlamında çok nadiren ele alınmış olan²¹, dışında ele alınmamış olan, Yavaş Hareketi kapsamında “Yavaş Grafik Tasarım”ın nasıl olabileceğine dair bir tartışma yapılacaktır. Çalışma, yavaş grafik tasarımla ilişkilendirmesi mümkün olan farklı sanat akımları ve tasarımcıların çalışmaları üzerinden ilerleyecektir. Bölüm sonunda yerleşik nosyonların ve tasarım anlayışlarının yavaşın felsefi ve politik amaçlarına ulaşmada yetersiz kalabileceği düşüncesi ortaya konulmaya çalışılacaktır. Kısaca üçüncü bölümün amacı ikinci bölümde tartışılmaya çalışılan Yavaş Hareketi’nin grafik tasarım alanına nasıl uygulanabileceğini ve “Yavaş Afiş” kavramsallaştırması ile yeni bir tartışma başlatmaktır.

3. 1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi

Araştırma, tespit edilen bir soruna çözüm üretmek amacıyla araştırmacının bilimsel kurallar çerçevesinde planlı ve sistemli bir biçimde söz konusu sorun üzerine düşünmesi ve araştırmasıdır. Çalışma, “sanatsal araştırma” (artistic research)²² kriterlerine uygun olarak hazırlanmaya çalışılmıştır. Yani sanatı/tasarımı araştırma nesnesi olarak ele alan bir araştırmadır. Frayling’in²³ 1993 yılında kaleme aldığı sanatsal araştırma için kategorize ettiği üçlü ayrımın en son ayağı olan “sanat/tasarım için araştırma” kategorisine uygun olarak yapılmaya çalışılmıştır. “Yavaş”lık, araştırmacının grafik tasarım alanı içinde kendisinin karşı karşıya kaldığı ve bunu sorunsallaştırdığı bir kavram olarak bu çalışmanın araştırma nesnesini oluşturmuştur.

²¹ Nadir örnekler arasında Bjornard’ın 2015 ve Muir’in 2017 tarihli görece yeni çalışmaları vardır. Bunlar aşağıda detaylı olarak ele alınmıştır.

²² Daha detaylı bilgi için Julian Klein’in (2017) “What is artistic research?” başlıklı yazısına bakılabilir (<https://jar-online.net/en/what-artistic-research>).

²³ Daha detaylı bilgi için Christopher Frayling’in (2017) “Resear Art and Design” makalesinin Özgü Gündeşlioğlu tarafından çeviri yazısına bakılabilir (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/765499>).

Araştırma sonuçlarının geçerliliği için araştırma yönteminin seçimi büyük bir öneme sahiptir. Giriş bölümünde de bahsedildiği üzere bu çalışma bütüncül (holistic) bir bakış açısı ile hazırlanmaya çalışılmıştır. “Bütüncüllük” ile çalışmanın Yavaş Hareketi’nin de ruhuna uygun olarak “eleştirel” bir tavır içerisinde ele alınmasını sağlamıştır. Araştırmada, “Yavaş” ve “Esnek” afişin ana akım (hızlı) afişten farkları ve tanımlayıcı özellikleri açısından karşılaştırılması yapılmaya çalışılmıştır. Bu ayırt edici özellikleri belirlemek amacı ile çalışmada “yavaş”a dair yazılı ve görsel kaynakların incelenmesinin yanı sıra uygulamalı ve deneysel afiş tasarımlarının yapılması gerekli görülmüştür. Hız ve yavaşlığın karşılaştırması, ortak ve ayırt edici özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. “Yavaş Grafik Tasarım”ın nasıl olabileceğine dair bir tartışma yapılarak afiş özelinde konu irdelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, “Yavaş” ve “Esnek” afişin ne olabileceğine dair kavramsal ifadeler geliştirmek gerekli görülmüştür. Bu amaçla çalışmada, “Yavaş” ve “Esnek” afişin kavramsallaştırılması, kavramla ilgili ortak bir anlayış geliştirebilmektir.

3. 2. Grafik Tasarımın Tarihsel Serüveni

Grafik tasarım genel anlamda kitlesel görsel iletişimi sağlayan “kelimelerin ve görüntülerin tutarlı bir mesajı iletme derecesine bağlı olan bir sanat formu” olarak tanımlanabilir (Lavin, 2001, s. 2). Grafik tasarımın pek çok sanat akımından etkilendiği söylenebilir (bkz. Arts and Crafts, Art Nouveau, Modernizm, Bauhaus, Konstruktivizm, De Stijl, Post-Modernizm, Yeni Estetik, vb.). Anlam üretilen bir alan olarak grafik tasarımın; işlevsel (ekolojik etki, geri dönüşüm), ekonomik (verimlilik, karlılık) ve anlamsal (kültürel etki) rolleri vardır. Görsel bir sanat disiplini.

21. yüzyılda yaşanan değişimlere gelmeden önce tarihsel süreçte yaşanan değişimler, bilim ve felsefe alanında ortaya atılan yeni yaklaşımlar, bilimsel ve teknolojik gelişmelerle birlikte değişime uğrayan düşünce yapıları ve bunun sonucu olarak toplumsal yapının değişmesi, bireyin içinde yaşadığı toplumun gerekliliklerine uymasını zorunlu hale getirmiştir. Süreç 15. yüzyılda Gutenberg’in matbaayı icadı ile başlamıştır. Yazının keşfinden başlayarak dilin gelişimi ve ardından teknolojinin gelişiminden etkilenen grafik tasarım, 1800’lü yıllara kadar tanımsız bir alan olarak varlığını sürdürmüştür. Endüstrileşme dönemi (18. ve 19. yüzyıllar) ile özerk bir tasarım disiplinine dönüşmüştür (Doordan, 2000, s. 28). Matbaacılık ve yayıncılık

endüstrisinden doğan grafik tasarım terimi ilk olarak 1950’lerde kullanılmıştır. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra Batı’da gelişen tüketim ekonomisi ile birlikte ürünlerde artış olmuş bunun sonucunda da ambalaj sektöründe büyüme gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, dergi sayılarında da yükseliş olmuş ve nitelikli tasarıma talep artmıştır. Matbaa teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte tasarımcılar için yeni üretim alanları oluşmuştur. Bu yeni üretim alanında grafik tasarımın gücü hissedilmeye başlandıkça tüketim dünyasında grafik tasarım önemli bir konuma gelmiştir. Bunun sonucunda da grafik tasarım, üretim sürecinde büyük bir öneme sahip çok işlevli bir hale bürünmüştür (Ambrose ve Harris, 2012, s. 12).

Grafik tasarımın ekonomiden ve kültürden bağımsız olmadığı düşünülürse, endüstriyel kapitalist sistemin bu alanda yarattığı etki açıktır. Grafik tasarım, kapitalist sistemin genişlemesi üzerine reklam sektörü içerisinde 1990’lı yıllardan itibaren daha etkili kullanılarak ekonomi dünyasının “kimlik sistemleri oluşturma ihtiyacı” için kullanılabilir hale gelmiştir. Toplum ve tüketim ilişkiseliliği kurularak tasarım araçsallaştırılmıştır (Weill, 2007, s. 89). Bu nedenlerle grafik tasarım, güzel sanatların kavramsal düşüncesinden ziyade kar odaklı ticari projelere yönelmiştir. Yüzyıllar içerisinde belli bir bilgi birikimi ve tecrübe ile gelişen grafik tasarım pratiği, teknolojinin gelişmesi, bilgisayarın yeni bir tasarım ortamı oluşturulması, kapitalist sistemin kendini daha fazla hissettirmesi ile birtakım kabullerin sorgulanmasına ve yeni kavramların dile getirilmesine zemin hazırlamıştır. Bu gelişmelerle ortaya çıkan anlayış grafik tasarım pratiğinde gözle görülür bir değişime neden olmuştur. Fakat şurası aşîkardır ki, yukarıda da imlendiği üzere, grafik tasarım salt bir ticari iş alanı değildir. Bir tasarım, estetik, felsefî, duyumsal ve siyasî bir doğada üretilebilir (Ambrose ve Harris, 2012, s. 10).

Grafik tasarımın biçimsel boyutundaki dönüşümüne bakacak olursak, 1900’lü yıllarda Dadaizm, Konstrüktivizm, Kübizm, De Stijl, Fütürizm gibi akımlarla grafik tasarım alanında bazı kırılmalar yaşanmıştır. Bu hareketlerle şekillenen modernizm süreci sanayileşme ve kentleşme ile biçimlenmiştir. “Biçim işlevi izler” bakış açısı ile gelişen işlevsellik eğilimi grafik tasarımda, katı bir biçimde asimetrik sayfa düzeni, tırnaksız (serifsiz) tipografi, beyaz alanın öne çıkması ve sadelikle kendini göstermiştir (Ambrose ve Harris, 2012, s. 58). Bennett ve Bennett’in verdiği bilgilerden devam edecek olursak; Jan Tschichold’un 1928 yılında yayınladığı “Yeni

Tipografi” kitabında klişeleşmiş “Victorian” stilin miadının dolduğu belirtilmiştir. Avrupa’da “Yeni Tipografi” olarak kabul gören bu anlayış ile birlikte dekoratif öğeler ve süslemeler tasarımdan uzaklaştırılarak daha sade (yalın) bir tasarım anlayışı benimsenmeye başlanmıştır. Grafik tasarımda geometrik formlar öne çıkmaya başlamış ve minimalist anlayış önemli hale gelmiştir. Rengin psikolojik etkisini göz önünde bulunduran bir tasarım anlayışı öne çıkmıştır. 1950’li yıllara gelindiğinde ise öncülüğünü Josef Müller-Brockmann ve Armin Hoffman’ın yaptığı “İsviçre Stili” kabul görmeye başlamıştır. İsviçre stilinde; minimalist basitlik, boşluk kullanımı ve okunaklılık gibi kavramlar ön plandadır (Bennett ve Bennett, 2006, s. 43).

Fakat Modernizmin yarattığı bu yalınlık zamanla katı bir kurala dönüşmüştür. 1960’larda bu modernist bakış açısı sorgulanmaya ve eleştirilmeye başlanmıştır. Bu eleştirel yaklaşım, tasarım-sanat ayrımını kesin çizgilerle ayıran kesimlerce hoş karşılanmamıştır. Bu süreçte grafik tasarım disiplinlerarası ilişkiye önem vermeye başlamıştır. 1960’lardan günümüze kadar gelen postmodernizm ile otorite yapıbozuma uğratılmıştır. Modernizme tepki olarak oluşan postmodernizm ile bireyselliğe, süslemeye, karmaşaya, çeşitliliğe geri dönüş olmuştur (Ambrose ve Harris, 2012, s. 58).

Yukarıda da bahsedildiği üzere yeniden grafik tasarımın görsel üretme ve kitleleri yönlendirme gücüne dönecek olursak hem sosyal hem de bireysel birtakım sorumlulukları doğmaktadır denilebilir. Tasarımcının sosyal sorumluluğu, anlamlı biçimlerle bilgi üretip iletişimi sağlamaktır. Bunu yaparken de yarattığı imgenin kültürel gücünün toplum içindeki işlevinin farkında olmalıdır. Tasarım yalnızca mevcut olanı görmek değil aynı zamanda henüz var olmamış şeyleri de hayal etme becerisidir. Dolayısıyla tasarımcı, tasarım yoluyla görünmeyeni görünür kılabilir. Ya var olan sistemin (ana akım) bir parçası olarak hareket edecek ya da sistemin dışında kalarak farklı bir yol çizecektir. Tasarım ancak yeni yollar için çabaladığında ekonomik, çevresel, kültürel, sosyal bir konuma ulaşabilir. Bilginin düzenlenmesi görevini üstlenen grafik tasarım, görsel üretme gücü sayesinde hem sosyal hem de bireysel değişimlere yardımcı olabilir. O nedenle tasarımcı, yarattığı imgenin kültürel gücünün ve toplum içindeki işlevinin farkında olmalıdır (Rock, 2021). Grafik

tasarımcının temel görevi sadece yeni formlar, yeni görüntü biçimleri önermek değil yeni anlama ve algılama biçimleri de ortaya koyabilmektir.

3. 3. Tüketim ve Tüketim Toplumu Kavramlarına Genel Bakış

Modern dünya, imajların ön plana çıkıp anlamın geri planda kaldığı bir gösteri/tüketim topluluğudur. Pozitivist bir paradigmaya dayanan modernizm, kendini göstermek üzerine kuruludur. Bunun nedeni ise sadece görünen ve gözlemlenebilir olanın gerçek olduğu anlamına gelmesidir. Böylece gerçek, görülebilir olana indirgenmiş ve gösteriş üzerine kurulu bir toplum yaratılmıştır. Modern zamanda birey geçmişte olduğu gibi fiziksel baskı altında değildir. Bunu daha farklı bir yöntemle yapar:

(Modern) “Despotluk bedeni serbest bırakmakta ve doğrudan doğruya ruhu hedef almaktadır. Egemen artık, benim gibi düşünmelisin ya da ölmelisin, demiyor. Tersine şöyle diyor: ‘Benim gibi düşünmekte serbestsin, yaşamın malın, mülkün sana aittir, ama bugünden itibaren sen aramızda bir yabancısın.’” (Horkheimer ve Adorno, 1996, s. 22).

Bu toplum yapısının oluşmasının nedeni ise Frankfurt Okulu’nun da eleştirdiği üzere kapitalist sistemdir. Kapitalizm, sınırsız bir meta evreni yaratarak, meta/mal ile mutlu olmayı öğretmektedir. Kapitalist sistem gelişmeye değil, büyümeye odaklıdır. Bu nedenle insanları sürekli olarak yeni şeyler tüketmeye sevk etmektedir çünkü sistemin ayakta kalabilmesi için yenilik/inovasyon yapması elzemdir. Bu endüstriyel kapitalist ekonomik düzen, bireyleri de şekillendirmekte ve değişime uğratmaktadır. Amerikan tipi tüketim alışkanlıkları günümüzde gelişmekte olan tüm ülkelere yayılmaktadır. Reklam aracılığıyla kişilere hem biricik olduğu hem de herkes gibi olduğu empoze edilmektedir (Baudrillard, 1998, s. 29-56). Bunun sonucu olarak da tüm insanlar aynı tip giyinmeye, aynı şekilde eğlenmeye, aynı şeyleri yemeye başlayarak tektipleşmektedir. Kapitalist ekonomi, ürünlerin satın alınması için bir arzu görüntüsü yaratarak bunu pek çok alanda kullanmaktadır. Böylece tüketim yoluyla yaşayış ve algılayış biçimlerimizi değiştirmekte hatta insanları tükettiği nesneler aracılığı ile iletişim kurar hale dönüştürmekte ve göstergeler üzerinden iletişim kurmaktadır.

Bu durum Guy Debord’un da ileri sürdüğü “gösteri toplumu”nu akla getirmektedir (Debord, 2020). Küresel ekonominin temel taşı olan tüketim, insanın

ihtiyaçlarını karşılamasının ötesine geçerek neyi tketeceğimize üreticilerin karar verdiği bir mekanizma haline gelmiştir. Bu kararları etkileyen grafik dil önemli bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu grafik dili de yönlendiren aslında yine küresel piyasalardır. Gündelik hayat, biçimsel olarak ve sistematik olarak yönlendirilerek talepler ve ihtiyaçlar arttırılmaktadır. Küreselleşme ile sonuçlanan kültürel oluşuma “tüketim toplumu” adı verilmektedir. Dünyadaki tüm insanlar ise ulusal kültürlerin anlamı dikkate alınmaksızın “tüketici” olarak kabul edilmektedir. Sosyolog ve düşünür Zygmund Bauman’ın “yeni dünya düzeni” olarak tanımladığı bu süreçte, ürünün tüketiminde bir anlam aranmaktadır. Tüketimin z geiciliktir. “Tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil, ekseriyetle unutmayla ilgilidir.” (Bauman Z. , 2014, s. 94).

Küresel kapitalizmde üretimin hızı önemlidir. Tüketici için ürünün anlamından ziyade görünümü önemli hale gelmiştir. Bauman’ın da dile getirdiği gibi sanayi toplumunda insanlar emeklerine ve kendilerine yabancılaşmaktayken, tüketim toplumunda da istek ve arzular dışarıdan gler tarafından belirlendiği ve yönetildiği için kendi istek ve arzularına yabancılaşmaktadır (Bauman, 2007, s. 29). Tüketim toplumlarında oluşan bu yabancılaşma sanayi toplumundakinden daha derin ve kapsayıcıdır. Dolayısıyla ürünün ön planda olduğu bir toplumda arzu yaratmak önemlidir. Bu arzu yaratmada ise grafik tasarım önemli bir etkidir. Bir rnn Baudrillard’ın “gösterge değeri” (sign-value) dediği şey sebebiyle reklamlar, gündelik pratikler ve imajlarla yaratılan ticari manipülasyonu önem kazanmaktadır. İmajlar yoluyla yaratılan arzu, sürekli olarak yenilenmekte bu durumda bireyi tüketime itmektedir.

Kapitalizm, canlı bir ekonomi, çok yüksek gelir, sosyal güvenlik, eğitim ve teknolojik gelişme sunmuştur. Politik ve sanatsal özgürlükler artmış, eşitsizlikler azalmış, her şey satın alınabiliyor hale gelmiştir. Kapitalizmden elde edilen rahatlıklar ve lksler ancak tketelebilir: Daha fazla boş zaman, seçim ve fırsat vardır ancak kapitalist toplumdaki yaşam yabancılaşmış toplumsal ilişkileri de doğurmuştur. Fakat, bu sürekli değişim hali, sınırsız seçenek ve görsel yoğunluk bazı olumsuzluklar da doğurmaktadır. Bu durum Sitüasyonist Enternasyonal gibi çeşitli hareketlerce de incelenmiştir (Featherstone, 2013, s. 126).

Tüketim, bir ürünün ihtiyaç için kullanılmasıdır. Günümüzde en kişisel kararlardan olan tüketim, günlük pratikler ve boş zaman kullanımı gibi konularda sosyal, politik ve küresel düşüncelerle derinden etkilenmektedir. Pratik işlevinin yanında bir de bireylerin kendilerini tanıtmaya ve iletişim kurma işlevine de sahiptir. Ürünün işlevinden ziyade yansıttığı anlam, modern tüketim kavramı içerisinde daha önemli hale gelmiştir. Bu durum tüketimin ekonomik olduğu kadar kültürel bir kavram olduğunu da göstermektedir. Tüketim kültürü; anlamlar, imgeler ve göstergelerle yüklü reklamlar aracılığıyla nesnelere dair görsel bir anlam yaratmaktadır (Sağocak, 2007, s. 257). 1950’lerde başlayan görsel kimlik sistemleri, üretim-tüketim ilişkisinde yoğun olarak kullanılmakta ve tüketim kültürü yeni yaşam biçimleri oluşturularak topluma empoze edilmektedir. Seri üretimle birlikte herkes pek çok şeye sahiptir. Fakat sistemin sürdürülebilmesi için de yeni ihtiyaçlar doğurmak gerekmektedir. Eleştirel teorisyenler bunu “yaratılmış ihtiyaçlar” (false needs) olarak tanımlamaktadır. Çünkü kapitalist sistem içerisinde insanların bir ürünü aldıktan sonra yenisini almamaları şirketleri sıkıntıya sokacaktır. Bu nedenle de insanlar ellerindeki ürün eskimeden yenisini almalıdır. Bu nedenle kapitalist sistemin mottosu “yeni bir yaşam biçimi” olmuş ve bireyler kendilerini sahip oldukları şeyler üzerinden anlatmaya başlamışlardır.

Bu yeni yaşam biçimi ekonomi temelli olup doğrudan tüketim odaklıdır. Psikolog Sigmund Freud’un yeğeni, Halkla İlişkiler uzmanı olan Edward L. Bernays, psikanalize dayalı reklam taktikleriyle topluma “ihtiyacı olanı alma” olgusu yerine “duyguları tatmin etmek için alışveriş yapma”ya ikna etmiştir (Ertekin, 2000, s. 16). Artık postmodernizmin dünyasındaki kişi kendi gereksinimlerini değil, arzularla oluşturulmuş bir alışverişe ikna edilmiştir iddiası kolayca ıskartaya çıkarılabilecek bir iddia değildir. Klasik ekonominin varsaydığı “homoeconomicus”, yani rasyonel güdülerle tüketim yapan insan, yerini toplumda pozitif olarak ayırmak ve saygınlık elde etmek için tüketim yapan “homoconsumus”a dönüşmüştür. Kişilerin bu ürünleri kullanmasıyla toplumda saygın ve önde gelen biri olacağı düşüncesi yaygındır. Bu yargılar sözle, resimle, imgeyle oluşturulmak suretiyle oluşturulmuş soyut niteliktedir. İnsanları ikna etmeye dayanmaktadır (Alpay, 2020b). Kitle iletişim mecraları ve bilgi denetim ile dünya hızlı bir şekilde tekdüzeleşmektedir. Kültürler, giysiler, yiyecekler ve düşünce kalıpları aynılaşmaktadır. Tekil güçler tarafından

yönlendirilmektedir. İnsanlar ise bunları edilgen bir şekilde kabullenmektedir (Vassaf, 2009, s. 95). Batı toplumlarında meydana gelen bu değişimler Türkiye’de de gözlenmektedir. Türkiye’de 1980’lerden sonra tüketim merkezi bir konuma gelmiştir. Türkiye’nin tüketim toplumu olma yolunda önemli kavşak noktaları olarak 1980, 1990 ve 2002 yılları gösterilmektedir. 1990 yılında özel televizyon ve radyolara izin verilmesiyle kültür endüstrisi genişlemiştir (Demirezen, 2016, s. 203-204).

Topluma bu yeni yaşam biçimini yayabilmek için reklam sektörü, grafik tasarımın görsel-iletişimsel yapısından faydalanmaktadır. 21. yüzyılın başlarında küreselleşme günümüz tasarım anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Südüak, 2014, s. 31-32). Tüketim kültürünün yaygınlaşabilmesi ve sürdürülebilmesi için reklamlar, dolayısıyla da grafik tasarım en etkili yollardan bir tanesidir. Gündelik yaşamda her daim reklamlara maruz kalan birey, reklamlar aracılığıyla yaşamına yön vermektedir. Modern insanın reklamların kitlesel iletişim ve ikna rolünden faydalanılarak tüketim odaklı bir bakış açısına sürüklendiği söylenebilir.

Kapitalizm ekolojik dengedeki bozulmaları göz ardı edersek, üretim ve büyüme konusunda başarılı olmuştur. Uzun vadede kıtlık gibi sorunları engellemiştir. Ancak Harari gibi özellikle son dönemde çalışmalarıyla öne çıkan tarihçilerin görüşlerinden yola çıkarsak yeni toplum büyüme ve güce karşın insanları anlamdan yoksun bırakmaktadır. Şöyle ki, modernite insanlığı büyümeye ve daha fazla şeye “sahip olma” üzerine kurulu düzene özendirmektedir. Büyüme odaklı yapısıyla dengenin kaostan kötü olduğuna ikna etme çabasıdadır. Daha önce yeterli olarak görülen şeylerin artık yetersiz olduğuna inandırmaktadır (Harari, 2021, s. 231-232). Amerikan rüyası denilen şey insanların “id”ini harekete geçirip duyarsızlaştırmaktadır. Sürekli tüketerek mutlu olabileceğini düşünen, kendini, tüketerek tatmin etmeye çalışan birey, yarattığı tüketim çılgınlığı ile birtakım doğal felaketlerle de yüz yüze gelmektedir. Doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı ile birlikte çevre sorunları, işsizlik, gelir dağılımı eşitsizliği, ağır çalışma koşulları/saatleri, kendine ve topluma yabancılaşma gibi problemler de gitgide artmaktadır. Dünya çapında ses getiren sosyal hareketler ile ortaya çıkan bu problemlere dikkat çekilmeye çalışılmaktadır. İlerleyen bölümlerde ele alınacağı üzere, eğer pek çok alanda olduğu gibi grafik tasarım alanında da yavaşlığı

sorgulayacaksa bunu Yavaş Hareketi'nin sosyal bir küreselleşme karşıtı hareket olduğunu unutmadan yapmamız gerekir. Bu tartışma ekseninde, “Yavaş Grafik Tasarım” ancak bu harekete uygun bir dil ve içerik belirleyerek mümkün olabilir.

3. 4. Yavaş Grafik Tasarımın Öncüsü Olarak Görülebilecek Akımlar

Yavaş Grafik Tasarımın, hızlanan dünyada genel kabul gören bakış açısına alternatif olabileceğinden daha önce de bahsetmiştik. Konuyu bu noktadan daha ileri ve derin bir sorgulamaya götürmek adına Yavaş Grafik Tasarıma öncü olarak görülebilecek akımlar üzerinden gitmenin yerinde olacağı düşünülmektedir. Grafik tasarıma yavaşlık üzerinden eleştirel bir yaklaşım fikri, hız üzerine kurulu düzen içerisinde her ne kadar paradoksal olarak görünse de bunun mümkün ve gerekli olduğu argümanı çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde temellendirilmeye çalışılacaktır.

Eleştirel düşünce, 1930'lu yıllarda Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından geliştirilmiştir. Kültür endüstrisi kapsamında Frankfurt Okulu düşünürleri, kapitalizmin insanları sürekli olarak denetim altında tuttuğu, sorgulama ve karşı çıkma olmaması adına popüler kültür ürünleri ile kendi amaçlarına uygun olarak şekillendirildiğini ortaya koymuşlardır. Frankfurt Okulu'nun dikkati çektiği konular şunlardır; sınırların kalkması (akıl, iletişim, fiziksel sınırlar), dünyanın küçülmesi (ulaşımın hızlanması), iletişimin hızlanması, insanların dolaşımının artması vb.²⁴. Bu bakımdan eleştirel teori Yavaş Hareketi ile benzerlikler taşımaktadır. Eleştirel düşünce, disiplinler arası anlayışı geliştirerek konulara daha geniş bir perspektiften bakmaya çalışmıştır. Dolayısıyla tüketim kültürüne hizmet eden grafik tasarımda yavaşlık ele alınırken eleştirel kuramın göz önünde bulundurulmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

“Yavaş Grafik Tasarım”a öncü olabilecek akımlar; Arts and Crafts, Sürrealizm (Gerçeküstücülük), Rus Avangartı, Minimalizm, Sitüasyonist Enternasyonel, Beat Kuşağı, Swiss Grafik Tasarım olarak sıralanabilir. Çok kısaca bu akımlara değinecek olursak, 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan Arts and Crafts (Sanatlar ve Zanaatlar), Endüstri Devrimi'nin yarattığı sosyal ve sanatsal kaosa tepki olarak doğmuştur. Seri üretilen kalitesiz ve ucuz mallarının niteliksizliğine dikkat çekmiş ve geçmişin el

²⁴ Frankfurt Okulu hakkında daha detaylı bilgi için bkz. (Assoun, 2014).

sanatlarına dönmeye hedeflemiştir. Rus Avangartları ve Sürrealistler estetik deneyimin doğal bir boyutunun yavaşlamak olduğunu dile getirirler. Sürrealizmde sanatçının bir eğilimi estetik hazzın sınırlarını aşarak, insanların yaşamlarını etkilemek ve objeleri farklı açılardan görmelerini sağlamaktadır. Diğer bir akım ise, Amerikan etkisinde bir sanat ve edebiyat hareketi olan Beat Kuşağıdır (1950-1960). Varoluşçu felsefeden beslenen, romantik ve bohem bir harekettir. Beat Kuşağı da tıpkı Guy Debord ve Sitüasyonist Enternasyonel’de olduğu gibi “gerçeküstü” hareketi ile ilişkilendirilebilir. İkisi arasındaki belirgin fark ise Guy Debord’un “aşırı siyasi ciddiliği” ile Beat Kuşağı’nın “mizah dolu sosyalliği”dir. Her iki harekette “kapitalist üretim biçimi”ne karşı çıkılmaktadır (Akay, 2017, s. 45-46). Sitüasyonist Enternasyonel (1956-1972), gündelik hayatta estetik ve politik devrimi amaçlayan, yabancılaşmanın olmadığı, kapitalist ve reformist toplum düzenine karşı ve “zaman” kullanımı konusunda iyileştirmelerin olması gerektiğini savunan bir harekettir (Zağra, s. 9-10). Yavaş Hareketi’nin önemli vurgularından olan “boş zaman” ve “yabancılaşma” gibi konular Sitüasyonist Enternasyonel’in de gündemindedir. Avangard bir grup olan Sitüasyonistler, insanlığın doğa üzerinde kurduğu hakimiyeti eleştirmişler ve sanatçıların bu hakimiyete yeterince ses çıkarmadığını ileri sürerek sanatsal formları küçümsemişlerdir. Debord, Gösteri Toplumu (2020)²⁵ adlı kitabında, kapitalizmin ve modern üretim tekniklerinin ele geçirdiği toplumun, Amerikan tipi gösterinin tekelinde olduğu söylemiştir. Yavaş Hareketi’nin temel meselelerinden bir tanesi olan “zaman”, Gösteri Toplumu kitabında da benzer söylemler içermektedir. Kapitalist sistemin gelişimiyle “zaman” tüm dünyada aynılaşır. Tüm gezegende “zaman” eşit parçalara bölünmüş iktisadi bir üretim zamanını temsil eder. Bu zaman dünya çapındaki gösterinin de zamanı olarak görülmektedir. Zamanın hakimiyeti alıntıdaki modern çağda “zaman her şey, insan ise hiçbir şeydir; insan olsa olsa zamanın çatısıdır” (Debord, 2020, s. 118-120). Yaratılan bu sahte zaman algısı, tüketim zamanı ile ilişkilendirilir. Zaman eleştirisi bağlamında Sitüasyonistler’in görüşleri ile yavaş felsefenin paralellik gösterdiği görülmektedir.

²⁵ İlk olarak “La societe du spectacle” başlığı ile 1967 yılında yayınlanmıştır.

Tıpkı Sitüasyonistler gibi, 1989 yılından beri faaliyet gösteren Adbusters da Yavaş Hareketi ile pek çok açıdan benzerlik göstermektedir. Adbusters, ticari güçler tarafından kültürel ve fiziksel çevremizin erozyona uğratılmasını konu edinen, kar amacı gütmeyen, Kanada merkezli bir kuruluştur. Adbusters'ın amacı web sitelerinde “bilgi akışını, şirketlerin iktidarı kullanma biçimini ve toplumumuzda anlamın üretilme biçimini değiştirmek” olarak açıklanmaktadır (bkz. <https://www.adbusters.org/>). Anti-tüketici olarak kabul edilen Adbusters, tüketimi en aza indirmeye ve “büyük, süper ve mega” yerine “küçük, yavaş, yerel, kişisel” teşvik etmeye çalışır (Lasn, 2004, para.1). Adbusters, grafik tasarımın sadece “güzel”, “etkileyici” görseller yaratmaktan başka işlevlerinin de olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Reklamsız ve tüketim karşıtı Adbusters dergisi, kapitalist sistemi eleştiren kapaklarıyla (bkz. görsel 16-19) dikkati çekmektedir. Kapaklar biçimsel özellikleri açısından incelendiğinde, çarpıcı büyük bir fotoğraf ya da illüstrasyon kullanıldığı ve yine etkileyici bir başlıktan oluştuğu görülmektedir. Bu örnekleri Yavaş Hareketi ile ilişkilendirmek içeriksel açıdan mümkün olsa da biçimsel açıdan bir yavaşlık söz konusu değildir. Biçimsel açıdan okumayı yavaşlatan ya da algılamayı zorlayan bir tasarım söz konusu değildir. Dikkat çekici görsellerle izleyiciyi gözü yakalayan ve sonrasında bizi düşünmeye götüren tasarımlardır. Bu açıdan Adbusters, dördüncü bölümde ayrıntılı olarak ele alınacak olan “Esnek Afiş”e örnek teşkil etmesi bakımından da önemlidir.

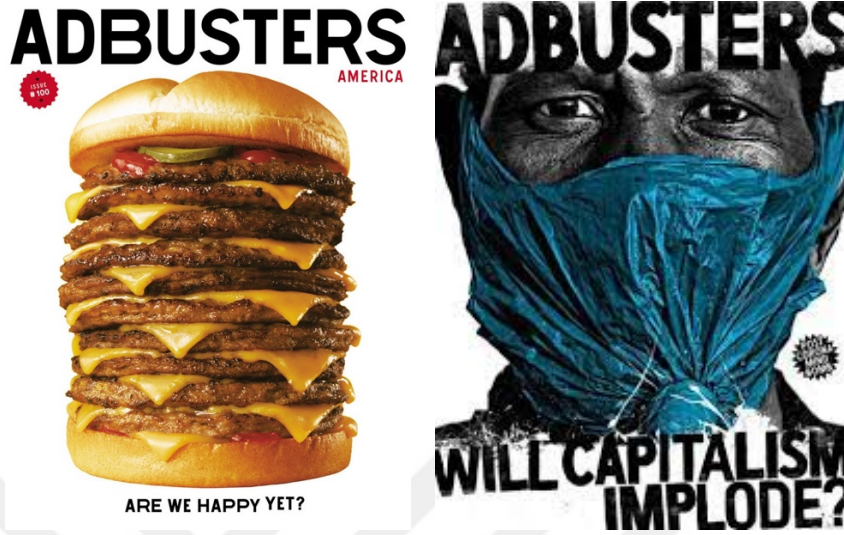


Görsel 16. Adbusters “Toneshift” Dergi Kapağı, Mart/Nisan 2019.

Kaynak: <https://www.bruiil.info/product/adbusters-142-the-metameme-insurrection/>

Görsel 17. Adbusters "The Coke/Pepsi election" Dergi Kapağı, 2012.

Kaynak: <https://coverjunkie.com/cover-categories/best-of-the-rest/adbusters-us-20/>



Görsel 18. Adbusters "Are We Happy Yet?" Dergi Kapağı 2012.

Kaynak: <https://magazine-awards.com/en/2013/06/17/canadas-best-magazine-covers-of-2012/>

Görsel 19. Adbusters "Will Capitalism Implode" Dergi Kapağı 2020.

Kaynak: <https://pocketmags.com/de/adbusters-magazine/adbusters-150>.

Bu bölümde öncü olabilecek sanatsal akımlarla yavaşlık ve tasarım konusuna bir giriş yapılmıştır. Sonraki adımda "Yavaş Grafik Tasarımın" nasıl olabileceği tartışılacaktır. Bu tartışmada örnek olarak ele alınabileceği düşünülen tasarımcılar ve onların tasarımları üzerinden daha detaylı bir inceleme yapılmaya çalışılacaktır.

3. 5. Tüketim Kültürüne Bir Eleştiri Olarak "Yavaş Grafik Tasarım" Nasıl Olabilir?

Grafik tasarımda yavaşlığın sorgulanacağı bu bölümde, pazarlamanın bir aracı olarak tanımlayabileceğimiz grafik tasarımın "hız" odaklı bakış açısına alternatif olarak "yavaşlık" çerçevesinde ele alındığı bir önerme ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bir önceki bölümde tasarımın tüm disiplinlerine (endüstriyel tasarım, çevre tasarımı vb.) uyarlanabilecek şekilde ele alınan "Yavaş Tasarım", bu bölümde ise grafik tasarım özelinde irdelenecektir. Son yıllarda "yavaşlık" pek çok toplumda artan bir ilgiyle karşılanmakta ve bu anlamda epistemik bir dönüşüm yaşandığı gözlemlenmektedir. Uluslararası platformda dile getirilen Yavaş Hareketi bilinç oluşturmaya ve farkındalık (mindfulness) yaratması açısından önemli görülmekte ve

pek çok alanda ses getirmektedir. Grafik tasarım açısından da yavaşlığı tartışmak, ön kabullerimizi sarsmak, artılarını görmek, öncülük etmek ve farkındalık yaratmak açısından önemli görülmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere “Yavaş Tasarım” yerelliğe, sürdürülebilirliğe ve kültür duygusuna odaklanmaktadır (Clarke 2008, s. 427; Fuad-Luke 2005, para. 14). Fakat konuya sadece yerellik ve sürdürülebilirlik olarak bakmanın Yavaş Hareketi’nin içeriğini tam olarak yansıtmadığı düşünülmektedir. Bu nedenle bu bölümde yavaşlığın grafik tasarımda nasıl oluşturulabileceği, nasıl daha derin düşünme yaratılabileceği, hem biçimsel hem de içeriksel olarak bunun mümkün olup olmadığı tartışılacaktır.

Modern çağın “hız” üzerine kurulu olan tasarısı, grafik tasarım alanında da etkindir. Ana akım görüşe göre tasarım, bir şeye güzel bir görünüm vermek, onun güzel görünmesini sağlamak gibi algılanmaktadır. Dolayısıyla estetik beğenin ön planda olduğu dönemde güzellik anlayışına uygun işler üretilmiştir. Elbette ki “hız” bazı açılardan grafik tasarım alanına katkı sağlamıştır. Fakat buradaki “hız” sadece üretimin hızı olarak anlaşılmamalıdır. Burada bahsedilen “hız” daha sosyal ve politik bir meseledir. Küreselleşme ile birlikte “hız” adeta tasarımın ana belirleyicisi konumundadır ve tasarımcının estetik anlayışı da zamanın değişen ruhuna paralel olarak değişmektedir. Hızlanan insanın gözü için daha kolay algılanacak tasarımlar yapılarak, izleyiciyi kısa yoldan etkilemek ve harekete geçirmek hedeflenmektedir.

Bu kadar hızın tıpkı Duchamp’ta “hız”ın yarattığı “hissizlik” gibi (Karatoprak, 2020) insanlarda da bir hissizlik yarattığı söylenebilir. Günümüzün hızlanan dünyasında “görme”nin yerini “bakma” hatta bakmanın yerini “göz atma” almış durumdadır. Böylece denilebilir ki; hızla birlikte tasarım, giderek artan bir şekilde içerikten arındırılarak, tüketim dışında pek bir şeye gönderme yapmayan biçimsel bir manipülasyona dönüşmektedir. Grafik tasarım alanında her ne kadar teorik ve uygulama olarak büyük gelişmeler kaydedilmiş olsa da “hız” ve “tüketim” sürekli olarak yüceltilmektedir. Tüketim kültürü ile şekillenen modern hayatta tasarım anlayışı da değişme uğramaktadır. Rekabet üzerine kurulu piyasa şartlarında tasarımlar da piyasaya ayak uydurmak için birbiriyle yarışmak durumundadır (Kaya, 2011, s. 79).

İşte bu noktada Yavaş Hareket grafik tasarım alanında yeni bir tasarım kavrayışı yaratabilir; hız ve estetik temelli estetik anlayışı sorgulamamıza olanak

tanıyabilir. Yavaş felsefe birçok disiplinde (moda, yemek, medya vb.) ele alınmış, üzerine birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen grafik tasarım için görece yeni bir kavramdır. Bu çalışmada önerilen “Yavaş Grafik Tasarım” ile, kitle kültüründen ilham alan tasarımcıların aksine, kültürel, politik, toplumsal konulara ilgi gösteren, aciliyet ve sorumluluk bilinciyle konulara yaklaşan tasarımcılara dikkat çekilmeye çalışılacaktır. Böylece “Yavaş Grafik Tasarım” ile toplumun düşünce yapısının değişimine katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

Yerleşik kabulleri kırabilecek bir alternatif olarak düşünülen “Yavaş Grafik Tasarıma” dair literatürde az sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalardan ilki, 2015 yılında Kristian Bjornard tarafından yayınlanan “Slowing Down Graphic Design” (Grafik Tasarımı Yavaşlatmak) başlıklı çalışmadır. Grafik tasarım bağlamında yavaşlığı sorgulayan çalışmada, tasarımın birden fazla hızı olup olmayacağını sorgulanmış ve öğrencilerle birlikte örnek tasarımlar (bkz. görsel 20-21) geliştirilerek soruya yanıt aranmaya çalışılmıştır. Çalışma özetle şunları içermektedir: Verilen bir kurs esnasında bir öğrencinin “does slow graphic design look and behave like?” sorusu ile bir tartışma başlatılmıştır. Bu tartışma üzerine öğrenciler birtakım okumalar yaparak, yavaş grafik tasarımın nasıl olabileceği üzerine önerilerde bulunmuşlar ve birtakım tasarımlar üretmişlerdir. Yapılan tasarımlar incelendiğinde, yalnızca okumanın yavaşlatılmasına yönelik ve farklı okuma yöntemleri sunan bir anlayış görülmektedir. Tasarımlar içeriksel (mesaj) anlamda Yavaş Hareketi’nin içeriğine uygun konuları içermemektedir. Çalışma literatüre her ne kadar yeni bir bakış açısı sunmuş olsa da Yavaş Hareketi’ni tam olarak yansıtmadığı iddia edilebilir.



Görsel 20. May Kim’s Hallway Installation, 2014.

Kaynak: <https://medium.com/@bjornmeansbear>, 2019.



Görsel 21. Connor Muething’s Reading Machine, 2014.

Kaynak: <https://medium.com/@bjornmeansbear>, 2019.

Literatürdeki bir diğer çalışma ise Margot Muir’in (2017) “Slow Design: The Potential for a Decolonized Space Through Graphic Design” başlıklı çalışmasıdır. Çalışmada, grafik tasarımda tüketim konusuna dikkat çekilmektedir. Yerelliğin yüceltilmesi, batının sömürgeciliği ile baş edebilmek için Güney Afrika’daki grafik tasarımcıların bu kolonyal etkiyi nasıl aşabileceğine dair bir tartışma yaratmaktadır. Politik açıdan başlattığı tartışma konusu açısından Bjornard’ın çalışmasına göre Muir’in çalışmasının Yavaş Hareketi’nin perspektifine daha uygun olduğu öne sürülebilir. Fakat çalışma, grafik tasarım özelinde yavaşlığın sorgulanması anlamında bir pencere açmış olsa da tasarıma yönelik herhangi bir örnek içermemesi bakımından soru işaretleri oluşturmaktadır (Muir, 2017).

Peki “Yavaş Grafik Tasarım” nasıl mümkün olabilir? Hızlanan dünyada grafik tasarım endüstrisini diri tutacak, anaakıma hizmet edecek işlerin (tüketim odaklı, bakıldığı anda anlaşılabilen, izleyiciyi kolayca etkileyip eyleme geçiren) yoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. Fakat bunlara karşıt olarak hem biçimsel (görsel) hem de içeriksel (mesaj) açıdan “yavaş” tasarımlar üretmek mümkündür. Görsel olarak izleyiciyi yavaşlatacak ve içerik olarak da Yavaş Hareketi’ne uygun tasarımlar üretilebilir. “Hızlı” nasıl politik, ekonomik bir paradigma içinde ise “yavaş” da bunu yapıbozumuna uğratan politik bir paradigma olarak ele alınabilir. “Yavaş Grafik Tasarım” ile tasarım disiplininde otomatikleşmiş ve olağan haline gelen bazı fikirleri sarsmak, algıları tazelemek, yeni ve daha derin bağlar kurmak, farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Bunlara ek olarak, küreselleşmeye ve homojenleşmeye karşı

alternatif bir paradigma oluşturmak, yerel farklılıklar, kültür ve geleneklerin korunması üzerine bir model geliştirmektir. Kötü üretilmiş kitlesel tasarımların yerine, daha bütüncül tasarım anlayışıyla üretilmiş kaliteli ve düşündürten tasarımlar geliştirmek amaçlamaktadır. Grafik tasarımcı Lucienne Roberts'in dile getirdiği gibi:

Tasarımcılar yaptıkları işin sadece estetik değerlerine değil belki daha da önemli bir oranda içerik ve uygulanışına da karışmalılardır. Toplumu bizler oluşturuyoruz. Yaptığımız işin yaşadığımız dünyaya bir artı değer katmasını çok önemli buluyorum. Grafik tasarımı sosyal değeri olmayan bir dekorasyon olarak görmek onun gücünü azaltır. Ticari bir dünya içinde yaşadığımızı biliyorum ama daha büyük bir resmin parçası olmak benim için çok daha heyecan verici. Grafik tasarım bilgilendirir, dikkat çekebilir, düşünmeye teşvik eder. Sadece satmak amacıyla kullanılması sahip olduğu potansiyeli göz ardı etmek olur (GMK G. , 2002).

Grafik tasarım bugüne kadar hızla büyüyen, tüketim odaklı bir topluma hizmet etmiştir. Bugün geldiğimiz nokta da çevre benzeri görülmemiş sıkıntılarla karşı karşıyadır. Bu durumun bir sebebi de kötü tasarımdır. Grafik tasarımcılar olarak bize öğretilenlerden farklı değerleri temel alarak kendimizi yeniden eğitebilir, tasarım kararlarını verirken çevreye olan etkiyi de düşünebiliriz (GMK, 2002). Grafik tasarımın günümüz çevreci dünyasında mimarinin, modanın ve endüstri tasarımının gerisinden geldiği gözlemlenmektedir. Maalesef grafik tasarımcıların çevre dostu kağıt ve mürekkep düşüncesinden öteye gidemediğini, şu anda değişen bir dünyada grafik tasarımın payına düşen rolün daha önemli olduğunu ve her bir grafik tasarımcının sorumluluk duygusu ile milyarlarca insanın yaşam tarzı seçimleri üzerinde etkisi olduğu açıktır (Gerber, 2008). Grafik tasarımın bir sorunu ya da problemi görsel olarak çözmek için tıpkı propaganda afişlerinde olduğu gibi toplumu bir inanç doğrultusunda yönlendirmek, toplumsal, kültürel, çevresel bir sorun hakkında bilgilendirmek ve farkındalık yaratmak gibi rolleri vardır. Yavaş grafik tasarım için de bu geçerlidir. Yavaş grafik tasarımla, tasarımcının toplumsal rolü, grafik tasarımın kitlesel iletişim güçlerini daha geniş bir şekilde kapsayacak şekilde yeniden tanımlanabilir.

Tasarım sürecinde biçim²⁶ ve içerik²⁷ özellikleri kilit bir öneme sahiptir. O nedenle, tasarım sürecinin konseptleşme olarak ortaya çıktığı aşamada biçim ve içerik²⁸ özelliklerine dair kararların birlikte şekillenmesi önemlidir. “Hız” ve “yavaş” ikiliğine biçim-içerik ilişkisinin bütüncül ölçeğinde bakacak olursak, çalışmanın temel bir argümanı olarak karşımıza dört farklı tipoloji²⁹ çıktığı iddia edilebilir. Çalışma açısından son derece önemli olan bu ayrım bir tasarım ürününün alımlayıcısı tarafından algılaması ve içerikteki mesajın anlaşılması safhalarının gerçekleşmesi sürecini ikiye ayırmaktadır. Bu ikili ayrımında, gerçekleşme (algılama ve anlama) sürelerine göre farklı tasarım biçimlerinin ortaya çıktığı önermesi “hızlı” ve “yavaş” terimleri kullanılarak kavramlaştırılmıştır. Algılama + Anlaşılma olarak bu dört farklı tasarım kategorisi şöyledir:

1. Hızlı/Hızlı,
2. Hızlı/Yavaş,
3. Yavaş/Hızlı ve
4. Yavaş/Yavaştır.

Tablo 3. Tasarım Kategorilerinin İşleyiş Tablosu

Algılama	Anlaşılma	
Hızlı	Hızlı	
Hızlı	Yavaş	→ Esnek Poster
Yavaş	Hızlı	
Yavaş	Yavaş	→ Yavaş Poster

²⁶ Chandler ve Munday’a (2018, s. 52) göre biçim “Bir nesne veya figürün şekli, ana hatları ve genel yapısı” veya “İçeriginden, konusundan (süje) veya yalın anlamından ayrı olarak herhangi bir mecradaki yapı veya zaman zaman bir sözcenin, metnin veya sanat eserinin yapısı ve zaman zaman da üslubu” olarak tanımlanabilir.

²⁷ Chandler ve Munday’a (2018, s. 191) göre içerik “Biçiminden veya üslubundan ayrı olarak bir metin veya iletinin konusu” olarak tanımlanabilir. Buna göre, “içerik biçimden ancak analitik amaçlar açısından ayrılabilir” ve içeriğin veya düşüncenin biçimden önce geldiği fikri eleştiriye oldukça açıktır.

²⁸ Biçim ve içerik konusunda Yakın’ın 2012 tarihli “Tasarım Sürecinde Görsel Düşünme ve Görsel Anlatım İlişkisine Analitik Bir Yaklaşım” başlıklı tezine bakılabilir.

²⁹ Tipoloji, nesneleri ayırt edici özelliklerine göre belirleme ve sınıflandırma yöntemidir.

Bu çalışmada dünyanın tamamına sunulabilecek, kitleleri etkileyebilecek, grafik tasarım ürünü olmanın yanı sıra bir sanat eseri niteliğinde olması nedeni ile uygulama alanı olarak afiş tercih edilmiştir. Dolayısıyla yukarıdaki tipolojinin açıklanması afiş sanatı üzerinden yapılacak ve örneklendirmeler bu çerçevede olacaktır.

Biçim ve içerik geliştirme aşamasında ortaya atılan bu dört tipoloji tasarımcının konseptini belirlemesinde yardımcı olabilir. Çalışma, farklı tipolojilerin ne zaman ve nasıl işlediğini anlamak için genel bir çerçeve çizmektedir. Bu tipolojileri kısaca açıklamak gerekirse; birincisi Hızlı/Hızlı afişler, daha ziyade ticari amaçla hazırlanmış afişlerde görüldüğü üzere hızlı bir şekilde dikkati yakalayan ve hızlı bir şekilde mesajını ileten afişlerdir. Bunlar hali hazırda “fast” dünyasına ait işlerdir. Yani hem biçim hem de işlev olarak hızlı olan afişlerdir. Aşağıda daha detaylı ele alınacak olan Daniel Kahneman’ın terimleriyle düşünene olursak bunların Sistem 1’de kalan afişler olduğunu söylemek yanlış olmaz. İkincisi Hızlı/Yavaş afiş, genel izleyiciye hitap edebilecek, onların dikkatini yakalayacak ve sonra da onları daha derin düşünmeye sevk edecek “esnek” tasarımlardır. Yani Sistem 1’den Sistem 2’ye yönlendirebilecek tasarımlardır. Hızın ve yavaşın bir arada olduğu afişlerdir. Biçimsel olarak dikkati yakalayıcı özelliklerinde faydalanan yani hızlı ama içeriksel olarak izleyiciyi önemli konularda düşünmeye sevk edecek, yavaşlatacak olan afiş tasarımlarıdır. Üçüncü Yavaş/Hızlı afiş, biçimsel manada yavaş, yani bakıldığı anda anlaşılması güç olan, okumak için emek isteyen, içeriksel manada ise mesajını hızlı bir şekilde veren, derin düşünmeyi gerektirmeyen, tüketim dünyasına özgü tasarımlar olarak tanımlanabilir. Ve son olarak dördüncüsü Yavaş/Yavaş afiş ise, hem biçimsel hem de içeriksel olarak yavaş olabilecek afiş tasarımlarıdır. Hem ilk bakıldığı anda anlaşılması zor, yani biçimsel açıdan yavaş, hem de ilettiği mesaj yani içeriksel açıdan yavaş olabilecek tasarımlardır. Çalışmanın sınırlılıkları çerçevesinde belirlenen dört tipolojiden şu ikisinin özellikle detaylandırılması gerekli görülmüştür; zira bunların “Yavaş Afiş” tartışması için uygun bir zemin yarattıkları iddia edilebilir: Yavaş/yavaş (Yavaş Afiş), hızlı/yavaş (Esnek Afiş). Çalışmanın bundan sonraki bölümü, yavaş grafik tasarım bağlamında “Yavaş Afiş” önermesinin nasıl olabileceğine ilişkin bilgileri içermektedir.

3. 6. Yavaş Grafik Tasarım Bağlamında “Yavaş Afiş”

Görsel iletişimin önemli unsurlarından biri olan afiş, görsel kültürün önemli kitlesel iletişim aracı olarak dijital çağda bile etkisini hala sürdüren önemli tasarım mecralarından biri olarak kabul edilmektedir. David ve Anoki'ye göre (2011) afiş sanatı grafik sanatın özü olarak kabul edilebilir (David ve Anoki, 2011). Afiş, içeriğinde bulundurduğu illüstrasyon, fotoğraf, tipografi gibi görsel unsurlar ile kültürel, sosyal ve politik anlamda üretildiği dönemin ve bölgenin üslubunu yansıtan ve kitleleri etkileme potansiyeline sahip bir iletişim aracıdır. Matbaanın icadı ile başlayan serüveni günümüzde ekranların öne çıkmasına rağmen hala varlığını sürdürmektedir. Afişi kumsaldaki bir kayaya benzeten tasarımcı Geray Gencer, dikkati üzerine çektiğini ve yanında hızla uçuşan görüntülere meydan okuduğunu söylemektedir. Bu noktada çalışma boyunca yanıtını aradığımız soruları bir kez daha yinelemek gerekirse; Doğası itibariyle tek imajlık bir fikir üretim alanı olan afiş nasıl “yavaş” olabilir? “Yavaş Yemek” hareketinde olduğu gibi daha yavaş tüketilen ve aynı zamanda daha fazla düşündüren afişler nasıl üretilebilir? “Yavaş Afiş”in yavaşlığını neye göre belirleyebiliriz? Bir afişi “yavaş” yapan özellikler neler olabilir?

“Yavaş Afiş” (Slow Poster) deyince ilk akla gelen okunabilirliği zor olan afişler olacaktır. Yavaşlığı grafik tasarımın önemli bir parçası olan tipografi üzerinden ele alacak olursak, okunurluk (legibility) ve okunabilirlik (readability) konusuna bakmak gerekir. Okunurluk ve okunabilirlik çoğu zaman aynıymış gibi düşünülse de aslında birbirlerinden farklıdır. Okunurluk, harflerin rahatlıkla algılanabilmesi ve metnin zorlanılmadan okunmasıdır. Bir metnin okunurluğu punto büyüklüğü, satır aralığı (espas) ve hizalanması ile ilgiliyken okunabilirlik ise bir metnin “anlama” yetisini etkileyen bir özelliktir (Ambrose ve Harris, 2012, s. 104). Örnek verecek olursak, çok küçük puntolarda yazılmış bir metnin okunurluğu zordur. Fakat bazı yazıların okunurluktan çok “görölmeye” ihtiyacı vardır (Garfield, 2017, s. 55). Örneğin bir afiş tasarımında kullanılan yazının dikkat çekmesi ve görölmesi istenir. Böyle durumlarda yazının okunurluk sınırları zorlanarak, deforme edilerek zor da olsa okunabilecek duruma getirildiği böylece izleyicinin okuma sınırlarının

zorlandığı tasarımlar yapmak mümkündür. Buna örnek olarak display³⁰ fontlar verilebilir.

Okunurluk ve okunabilirlik meselesini biraz açmak gerekirse; tartışmanın kökenleri postmodernizmle birlikte başlamıştır diyebiliriz. Bilindiği üzere modernizmdeki kurallar postmodernizmle yıkılmış ve daha serbest bir görsel düzen oluşturulmak istenmiştir. Böylece görsel tasarımın sınırları genişletilmiştir. Postmodernizmle birlikte görseller ve tipografi arasındaki rasyonel ilişki reddedilmiştir. İzleyicinin kendi özgür iradesi ile okuma yapabileceği daha serbest bir görsel düzen arayışı başlamıştır. Bu durum modernizmin tektipleşmeye neden olan otoriter yapısının yıkılmasına ve melez bir tasarım anlayışının doğmasına sebep olmuştur (Ergüven, 2021, s. 131). Postmodernist tasarımın ilk örneklerini İsviçreli tasarımcı Wolfgang Weingart vermiştir. Daha sonra ise April Greiman, Dan Friedman ve Katherine McCoy gibi tasarımcılar onu izlemiştir. Tasarım alanında New Wave (Yeni Dalga) olarak bilinen bu akım, farklı görsel tarzları birleştirmiştir. Postmodernist tartışmayla tasarımcılar, yazıdaki satır ve harf boşluklarını genişleterek, okunurluk sınırlarını zorlayarak, yerleşik kabulleri bozmaya (type deconstruction) ve deneysel bir grafik tasarım tarzı yaratmaya çalışmışlardır. Bu alanda yapılan çalışmalara aşağıda (bkz. Görsel 22-25) birkaç örnek verilmiştir.



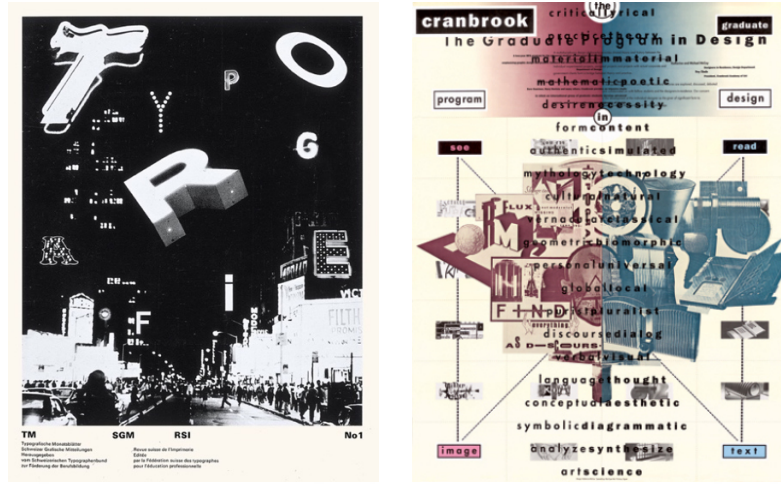
Görsel 22. Wolfgang Weingart, Composition / Grids, 1970.

Kaynak: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/480249>.

Görsel 23. April Greiman Poster.

Kaynak: <https://www.famousgraphicdesigners.org/april-greiman>.

³⁰ Display font uzun gövde metni yazıları için uygun olmayan daha çok başlık gibi büyük boyutlarda yazılar için kullanılan yazı tipidir. Gövde metni yazılarından daha ilginç ve deneysel bir görünüme sahiptir.



Görsel 24. Dan Friedman, Typografie, 1970-1971.

Kaynak: <https://www.artsy.net/artwork/dan-friedman-typografie>

Görsel 25. Katherine McCoy, Poster for the Cranbrook Graduate Program, 1989.

Kaynak: <https://cranbrookartmuseum.org/artwork/katherine-mccoy-posters-the-graduate-program-in-design/>

Okunurluğun sınırlarının zorlandığı, yavaş okunabilir afiş tasarımlarına Türkiye’den örnekler verecek olursak; Sarp Sözdinler’in “Bir Şeyi Okuyamıyorsanız” afişi (bkz. Görsel 26) ve Erman Yılmaz’ın “Anafor Typeface” afişi (bkz. Görsel 27) okunabilirlik açısından yavaş okunabilir afişe örnek olabilir.

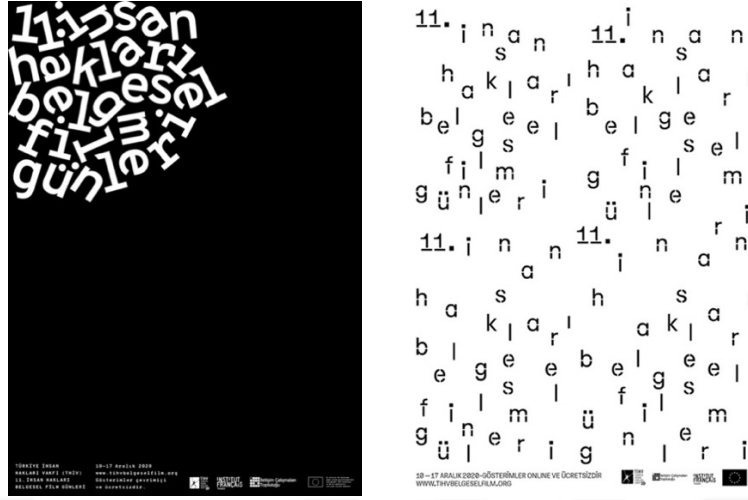


Görsel 26. Sarp Sözdinler, “Bir Şeyi Okuyamıyorsanız” Afişi, 2017.

Kaynak: <https://manifold.press/bir-seyi-okuyamiyorsaniz>

Görsel 27. Erman Yılmaz, Anafor Typeface Poster, 2017.

Kaynak: <http://ermanyilmaz.com/portfolio/anafor-typeface/>



Görsel 28. Ulaş Yeşilyurt, 11. İnsan Hakları Belgesel Film Günleri Afiş Yarışmasında 1. Ödülü alan afiş, 2020.

Kaynak: <http://gmk.org.tr/news/turkiyeden/11-insan-haklari-belgesel-film-gunleri-afis-yarismasi-sonuclandi>

Görsel 29. Yunus Ak, İnsan Hakları Belgesel Film Günleri Afiş Yarışmasında 3. Ödülü alan afiş, 2020.

Kaynak: <http://gmk.org.tr/news/turkiyeden/11-insan-haklari-belgesel-film-gunleri-afis-yarismasi-sonuclandi>

Tez çalışmasının ilk yıllarında “Yavaş Tasarım”’a dair okumalar yapıp, örnekler incelerken Sarp Sözdinler’in “Bir Şeyi Okuyamıyorsanız” afişini yavaş afişe örnek olabileceği öngörülmüştü. İlk çıkış noktası olarak okumayı yavaşlatmak üzerine bir öneri³¹ geliştirilmişti. Tıpkı “Yavaş Sanat”ta olduğu gibi izleyiciyi tablo önünde uzun süre tutmanın ve eseri uzun süre inceleyerek derinleşmesini sağlamasının yeterli olacağı fikri doğru kabul edilmişti. İzleyiciyi afiş önünde görsel anlamda yavaşlatarak, yeni görme biçimleri sağlayarak yavaş afişler yaratılabileceği düşüncesi bu bağlamda öne çıkmıştı. Fakat yıllar içerisinde yavaş felsefe üzerine daha derin okumalar yapıldıkça ve konuyu pek çok disiplin üzerinden ele alan çalışmalar inceledikçe bunun yavaş afiş tam olarak tanımlayamayacağı görüşü ortaya çıkmıştır. Görsel manada daha kompleks görüntülerle izleyiciyi yavaşlatmanın “Yavaş Afiş”’in önemli bir parçası olarak görülebileceği fakat tek başına okumayı yavaşlatmanın yeterli olmayacağı iddiası savunulabilir. Özyazıcı’nın (2019) “Yavaş

³¹ 2018 yılında “Grafik Tasarım Bağlamında ‘Yavaş Tasarım’ Hareketi” başlıklı tez önerim.

Sinema” tezinde de belirttiği gibi, sadece uzun çekim bir filmi yavaş yapmaz, aynı zamanda içeriğinde yavaşlığı içermesi gereklidir.

Bu nedenle, afiş tasarımının sadece biçimsel (görsel) açıdan yavaşlatmak (zor anlaşılır olması/zor okunması) ya da üretim sürecinin (geleneksel yöntemler) yavaşlatılması olarak düşünülmemelidir. İçeriksel anlamda da küreselleşmenin etkileri, tüketim kültürü, modern hayatın sorgulanması, sürdürülebilir gelişme, yerellik gibi Yavaş Hareketi’nin kapsadığı konuları içeren daha derin bir tartışma gereklidir. Dolayısıyla “yavaş” sadece afişin önünde geçirilecek zaman olarak ele almak hatalı bir yaklaşım olur. Bu anlamda hareketin özüne dair şeyleri daha görünür kılmak gerekmektedir. Örnek üzerinden açıklamak gerekirse “Yavaş Afiş”, Yavaş Tasarım başlığı altında ele alınan “Kitchen Machines” (bkz. Görsel 10) isimli çalışmadaki gibi elektrige ihtiyaç duymadan elle (krankla) çalışan pişirme ve hazırlama için geliştirilen ev aletlerinde olduğu gibi sadece elle üretmek, üretim sürecini yavaşlatmakla alakalı olmamalıdır. Ya da gelenekselliği geri kazanmak için Arts and Crafts gibi akımlara bir geri dönüş yaparak geleneksel işler üreterek de olmamalıdır. Biçimsel yavaşlamanın yanı sıra içerik olarak da yavaşlığa hizmet eden konuların ele alınması “Yavaş Afiş”i yaratabilir. Hem biçimsel hem de içeriksel olarak “yavaş”.

“Yavaş Afiş”; içi boş, estetikten ve akıldan yoksun sadece bilgisayar programlarına tıklayarak, font indirerek yapılan tasarımlar olmamalıdır. Standart bir yapı yerine daha yaratıcı ve özgün olmalıdır. Yine konuya Fast Food üzerinden bakacak olursak, hızlı ve standart bir hizmet için McDonald’s restoranlarında çalışanlara kişisel becerilerini kullanmasına, inisiyatif almasına, düşünmesine ve yaratıcı edimlerde bulunmasına olanak verilmemektedir. Çünkü işlerin akılcı, ölçülebilir ve denetlenebilir nitelikte olması için çalışanların standartların dışına çıkmaması gerekmektedir. Ticari afişler de tıpkı McDonald’s örneğinde olduğu gibi standartlaşmış kalıpları içermektedir. Fakat “Yavaş Afiş” tasarımcıya yaratıcılığını, özgünlüğünü ortaya koyacağı bir alan tanıyabilir. O zaman diyebiliriz ki “Yavaş Afiş” görsel bombardıman altındaki bizi özgürleştirip, daha farklı düşünme yolları geliştirmemize olanak sağlayabilir. Yavaşlamaya başladığımızda etrafımızda var olan anlamları fark edebilir, o anlamlarla zenginleşebiliriz. “Yavaş Yemek”te olduğu

gibi “Yavaş Afiş”de insanları tüketim kültürünü yeniden değerlendirmeye, doğal kaynakları korumaya, yabancılaşmaya, metalaşmaya direnmeye ve tektipleşmeyle mücadeleye teşvik edebiliriz. Yavaş Hareketi de tıpkı diğer aşırı tüketim karşıtı hareketler gibi grafik tasarım alanında da yankı uyandırabilecek bir potansiyele sahiptir. Postmodern paradigmalara paralel olarak düşünülen “Yavaş Afiş”, grafik tasarımcılara bu çağın ruhuna uygun olarak daha geniş bir düşünme ufku açabilecek potansiyele sahiptir diyebiliriz. “Yavaş Afiş” tasarımcının çok boyutluluk arayışına ve seri üretimin standartlığını aşmak adına bir alternatif oluşturabilir. Sürece yönelik tasarımların ağırlık kazandığı günümüzde “Yavaş Afiş” var olan kuralları yeniden ele almak için yol gösterici olabilir.

Özetlemek gerekirse, “Yavaş Afiş”in hem içeriksel hem de biçimsel manada yavaş olması gerektiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. “Yavaş Afiş” kuşkusuz hem tasarımcı hem de izleyici için daha fazla çaba gerektirir. Ele alınan konular derinleşir, düşünümsellik³² artar, daha yeni bir pratik söz konusudur. Ancak süreç zorlu olsa da, alınan haz daha büyük olacaktır. Sonuçta böyle yeni bir düşünme biçimi geliştirilebilir ve bu sayede ele alının konunun akılda kalıcılığı artırılabilir.

Ancak bu noktada akla başka bir soru gelmektedir: Yavaş afişin hedef kitlesi kim olabilir? Görsel açıdan zor okunacağı, okumanın zaman alacağı bu tür “Yavaş Afiş”ler (Yavaş/Yavaş olan afişler) zamanı olan ve entelektüel birikimi olan izleyiciye hitap edecektir. Kısacası, bu tarzdaki afişlerin önünden hızlıca geçen izleyiciler tarafından algılanması kolay olmayacaktır. Bu aşamada daha önce yavaşlığın eleştirisi başlığı altında ele alınan “zamanı olan insan” sorusu yeniden gündeme gelmektedir. Bjornard’ın “yavaş grafik tasarım” olarak ele aldığı çalışması üzerinden yavaşlığı ele alacak olursak, tasarımların sadece okumayı yavaşlatmaya yönelik uygulamalar olduğu görülecektir. Fakat bu noktada elitizm tehlikesi ortaya çıkacaktır. Elitizmdeki sorun şudur: Okumanın yavaşlatılması okumaya zamanı olan ve yeterli entelektüel sermayesi olan bireylere hitap eden tasarımları doğuracaktır. Bu da gerçekten yavaşlamaya ihtiyacı olan kitlelerin dışlanması demek olur. Dolayısıyla hareket baştan sınırlı ve bu anlamda sonuçsuz kalacaktır. Yavaş

³² “Bir bireysel öznenin veya grubun kendi incelemesinin nesnesi haline geldiği, zaman zaman öz-düşünümsellik denilen, bir öz-bilinçlilik süreci” (reflexivity) olarak tanımlanabilir (Tanım için bkz. Chandler ve Munday, 2018, s. 112).

Hareketi'nin kitlesel bir hareket olduğu düşünöldüğünde “Yavaş Afiş”in de belli bir entelektöel azınlığa değil daha geniş bir kitleye ulaşması nasıl sağlanabilir? Bu nedenle çalışmanın bundan sonraki bölümünde “Yavaş Afiş”in yerine yeni bir kavram önerisinde bulunulacaktır: Hızlı ve yavaşın bir arada olduğu “Esnek Afiş” (Flexible Poster). “Esnek Afiş” ilerleyen bölümlerde detaylı olarak açıklanmaya çalışılacaktır.



4. BÖLÜM HIZ/YAVAŞ İKİLİĞİNİ “ESNEK AFİŞ” İLE AŞMAK

Yukarıdaki bölümlerde görüldüğü üzere Petrini ve Honore gibi öncülerin altını çizdiği “denge” unsurundan ziyade pratikte yavaş hareketinde yavaşlamaya yönelik bir eğilim göze çarpmaktadır. Başlangıçta “Yavaş Grafik Tasarım” sadece görsel (biçimsel) açıdan bir yavaşlama olarak düşünülmüştür. Okumayı yavaşlatan, sabrını geliştirecek, izleyicinin görmesini yavaşlatacak tasarımlar. Fakat zamanla bunun yüzeysel olacağı ve yavaş felsefenin içeriğine uygun olamayacağı tezi ağır basmıştır. O nedenle de yavaşlığı izleyici üzerinden konumlandırmak yerine, hem biçim hem de içerikle, izleyici ve tasarım nesnesi arasında vuku bulan dinamik bir süreç olarak ele almanın daha doğru olacağı düşünülmektedir. Bunun da “esnek”likle daha uygun bir karşılığını bulabileceği düşünülebilir. Özellikle görsel/işitsel iletişim ve sanatlar açısından yavaşlama dengenin ya da “tempo guisto”nun (doğru zaman) yakalanamaması ile sonuçlanabilir. Dengenin özellikle afiş sanatı söz konusu olduğunda yakalanabilmesi için afiş içeriğinin izleyiciyi doğru anda hızlı, doğru anda ise yavaş düşünmeye sevk etmesi gerekmektedir. Böyle bir tasarımın genel ilke ve kurallarının belirlenebilmesi için öncelikle hızlı ve yavaş düşünme ve bunların mekanizmasını ele alacak bir tartışmaya ihtiyaç vardır.

4. 1. Hızlı ve Yavaş Düşünme Üzerine

“Düşünmede her şey yalnız ve yavaş hale gelir.”

Martin Heidegger

(Düşünme Tecrübesinden)

Modern çağla birlikte (Kartezyen düşünce) insanın özü özneye dönüşmüştür. Metafizik kökler reddedilmiştir. Newton fiziği ve Descartesçi düşünceyi birleştiren Kant, yeni çağın düşünce sistemini oluşturmuştur. Bu pozitivist bir bakış açısıdır. Tekno-kapitalist dünyada “yavaş” düşünme pejoratif bir anlamda algılanmakta “hızlı” düşünme ise yüceltilmektedir. Modernliğin savunucusu olmakla birlikte Baudelaire’in de ön gördüğü üzere, hızlanma kültürü dikkati dağılmış bir okuyucu kitlesi yaratmıştır. Çünkü “hız” düşünmeyi katletmektedir. Bourdieu’nun da belirttiği üzere, acelemiz olduğunda düşünemeyiz. Bourdieu, Fast Food ile hızlı düşünme arasında bir analogi kurar. Fast Food’a ulaşmak kolay ve lezzetli olabilir ancak sağlıklı olmadığı da genel bir kabuldür. Aynı şekilde hızlı düşünme de kolay erişilebilir ve zevkli olabilir fakat niteliksel açıdan eksik olabilir. Yavaş yemekte

olduğu gibi yavaş düşünme de zaman ve emek gerektirir (Konuya ilişkin daha fazla örnek ve tartışma için bkz. Dandre, 2013). Bu açıdan bakıldığında diyebiliriz ki “yavaş düşünme” olumsuzun aksine olumludur. Hızlı ve yavaş düşünmenin daha derinlemesine kavranabilmesi için Kahneman’ın rehberliğine başvurmak yerinde olacaktır³³.

“Hızlı ve Yavaş Düşünme”³⁴ kitabının yazarı Nobel ödüllü iktisatçı Daniel Kahneman³⁵ düşünmeyi iki kategoriye ayırmıştır: Hızlı (Sistem 1) ve yavaş (Sistem 2) düşünme. İnsan rasyonel bir varlık olarak ele alınır ancak iktisat üzerine yapılan psikolojik çalışmalar göstermiştir ki insanın irrasyonel tarafı manipüle edilebilir. En çarpıcı örneklerden biri Kahneman’ın hızlı düşünme (Sistem 1) ve yavaş düşünme (Sistem 2) üzerine yaptığı çalışmalardır. Kahneman³⁶ ve Amos³⁷ sezgisel istatistik üzerine çalışıp, makaleler yayınlamışlar ve bu çalışmalar “Hızlı ve Yavaş Düşünme” kitabının doğmasına neden olmuştur. Sosyal, duygusal ve bilişsel etmenlerin iktisadi

³³ Kahneman ile aynı ontolojik bağlamda olmasa da Heidegger’e de bu noktada değinmekte fayda vardır. Heidegger düşünmenin özünü değil anlamını sorgular. Hızdan muzdarip günümüz dünyasında “düşündürücü” olan şey bizim hala düşünmüyor oluşumuzdur (Heidegger, 2013). Heidegger, modern insanın düşünmekten çok “ilginç” olan düşüncelerle meşgul olduğunu dile getirir (Bal, 2014-2015, s. 207-208). Bilim ve teknolojinin insanlığa zarar veren yoğun etkisinin batı metafiziğinin mantık-merkezci düşünme biçimi olduğunu savunmaktadır. O düşünmeyi iki sınıfa ayırır: “Hesaplayan/teknik” ve “sükunetle/derin/kökensel (tefekkür)” düşünme³³. “Hesaplayan” (hızlı) düşünme, mantık merkezli Batı tarzı (Kartezyen felsefe) bir düşünme şeklidir. Hesaplayan düşünce, bir düşünceden bir diğerine acele ettirir, yani hızlıdır. “Sükunetle derin” düşünme (tefekkür) ise yavaştır. Daha fazla zaman ve gayret gerektirir. Daha hassastır, sezgiseldir ve özen gerektirir (Heidegger, 2013, s. 10). Hesaplayan akıl, kendinden başka bir şey düşünmeye olanak vermeyen en temel düşünme biçimi olarak tanımlanır (Kurtar, 2014, s. 227). Hesaplayan akıl da bireyler kendi çıkarları için ilişkiye girerler. Aynı zamanda hesaplayan düşünme, insanı bütünsel düşünmeden kopararak sanki her şey kontrol altında olduğu yanılsamasını yaratmaktadır. Hesaplayan düşünme, koşulsuz bir biçimde amaca odaklı olduğu için tehlikeli olabilir (Gür, 2016, s. 30). Heidegger, düşünmenin yalnızca hesaplayan düşünmeye indirgendliğini iddia eder ve bunu eleştirir. Çağın tersine şeyler gösterir ve içinde bulunduğumuz durumu sorgulamamızın ancak derin (meditatif) düşünme ile gerçekleşebileceğini ileri sürer. Derin düşünmede Doğu’nun bilgeliği ön plana çıkarılmaktadır. Heidegger, derin düşünme ile Kartezyen dünya tasarımı olan hızı aşmaya çalışır. Afiş sanatında da var olan yerleşik kabulleri gözden geçirerek yeni bir bakış açısı oluşturabiliriz. Tıpkı Heidegger de olduğu gibi, hesaplayan düşüncenin dışına çıkmak daha sonra tekrar içeri girip bakabilmek. Böylece farklı bir yaratma dinamiğine sahip olabilir ve yeni bir ontoloji kurabiliriz. Bunu da hızı reddederek değil, farkında olarak dönüştürebiliriz. Bu çalışma kapsamında, iki tür düşünmeden birine iyi, diğerinin kötü demek gibi bir çıkarıma varamayız. Her iki düşünme de değerlidir. Hesaplayan (hızlı) düşünmenin hâkim olduğu bir çağda, her iki düşünmeyi de sağlayacak tasarımın nasıl olabileceği üzerine düşünmeye devam ederken Heideggeryen bakış açısı yeni bir perspektif yaratabilir.

³⁴ Daniel Kahneman’ın 2011 yılında en çok satan kitabıdır.

³⁵ Karar verme sürecini sorgulayan psikoloji çalışmalarıyla Nobel’e layık görülen Kahneman, çağımızın önemli düşünürleri arasındadır. Çalışmalarıyla ekonomi, tıp, siyaset gibi pek çok alanı etkilemiştir.

³⁶ Kahneman, insanların karar alma süreçleri ve tercihleri üzerine çalışan bir psikologdur.

³⁷ Amos Tversky ise, karar araştırmaları alanında çalışmaktadır.

sistemlere etkilerini, yani davranışsal iktisat alanında yapmış olduğu başarılı çalışmalarıyla 2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülü'nü kazanmışlardır.

Kahneman hızlı ve yavaş düşünmeyi “Sistem 1” ve “Sistem 2” şeklinde iki eyleyen metaforu olarak betimlemektedir. Karar verme süreçlerinde Sistem 1 ve Sistem 2'nin önemini şu şekilde açıklar: Zor bir soru ile karşılaştığımızda sezgisel bir çözüm bulmamız zorlaşır ve aklımıza sezgisel bir cevap gelmeyebilir. Bu durumda daha yavaş, daha zahmetli ve daha bilinçli bir düşünme sürecine geçmek gerekmektedir. Buna “yavaş düşünme” denilir. “Hızlı düşünme” ise hem sezgisel hem de algının tamamen otomatik zihinsel faaliyetlerini kapsamaktadır (Kahneman, 2019, s. 18-19). Sistem 1; hızlı, çabuk karar veren, az enerjiyle çalışabilen, az dikkat gerektiren ve büyük hesaplamalar gerektirmeyen işlemleri yapmaktadır. Otomatiktir, doğuştan gelen becerileri içerir ve çok az çaba gerektirmektedir. Bir organizmanın hayatta kalmak için sorunları çözmesi üzerine biçimlendirilmiştir. Sistem 2 ise; bilinçli, sistematik, istatistiksel ve yoğun çaba isteyen zihinsel etkinliklerin yapıldığı düşünmedir. Örneğin “34x15 kaçtır?” sorusunu yanıtlamak ya da sesli bir ortamda birini dinlemek gibi. Sistem 2, dikkat gerektirir ve hata yapmayı engelleyerek kendimizi denetlememizi sağlar. Dolayısıyla Sistem 1 beynin hızlı ve duygusal düşüncelerini ifade ederken, Sistem 2 yavaş ve hesapçıdır (Kahneman, 2019, s. 26-27). Sistem 1, hızlı olmasının yanında belirli durumlarda eğilimli olduğu sistematik hataları yani yanlılıkları vardır. Hataları engellemek için iki sistemin güçlü denetimi ile mümkündür. Bununla birlikte, hayatta sürekli olarak tetikte olmak da çok yorucu ve yıpratıcı olacağından, önemli olan hata yapabileceğimiz koşulları tanımlayabilmek ve riskli durumlarda yanlışlardan kaçınmak için çaba harcamaktır. Bunun için Kahneman özdenetimi geliştirmek gerektiğini söyler. Bunun için de şunu önerir: “1. Sistemin konuşuyor. Yavaşla ve 2. Sistemin kontrolü ele almasına izin ver.” (Kahneman, 2019, s. 35-37). Dolayısıyla bu cümleden de anlaşılacağı üzere Kahneman, her iki düşünmenin de önemli olduğuna, tüm olasılıkları ve bilgiyi değerlendirmenin önemine dikkat çekmektedir.

Sistem 1'i biraz daha detaylı olarak ele almak gerekirse, Sistem 1 Sistem 2'ye kıyasla daha hesaplı olması nedeniyle birtakım zaaflar söz konusudur. Örneğin, bir yazının okunabilirliği o yazının içeriğini kabul etmemizi kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle propaganda veya ikna amaçlı yazıların yüksek kontrastlı (siyah üstü beyaz

veya beyaz üstü kırmızı gibi), basit kelimelerle ve tekrarlarla yazılmaktadır. Bir diğer açıdan ise, eleştirel düşünmenin gerekli olduğu durumlarda yazılan yazının biraz daha zor okunması avantaj olarak değerlendirilebilir. Çünkü zor okunan bir yazı daha çok dikkat istediği için Sistem 2'nin devreye girmesini sağlar ve böylece kişiyi daha şüpheli olmaya itmektedir. Kahneman örnek olarak, üniversite öğrencilerine sorulan “beşi beş kuruştan beş yumurta tarzı” sorulardan oluşan bir testler dağıtıyor. Sorular kâğıda kolay okunacak şekilde yazılıp verildiği zaman öğrencilerin %90'ı en az bir hata yaparken, aynı sorular okunurluğu düşürülerek yazıldığında ise hata yapan öğrencilerin oranı %35'e düşmektedir. Çünkü böyle bir durumda Sistem 2 devreye girmektedir (Çetinkaya, 2014).

Sistem 2'ye biraz daha derinlemesine bakacak olursak, Sistem 2 zor ve zahmetli bir süreç olmasından dolayı bilişsel bir gerginlik yaratmaktadır. Aynı zamanda da bu gerginlik insanların problemlere karşı daha dikkatli ve analitik düşüncelerine de olanak sağlamaktadır. Bu durumu ölçümlemek için yapılan bir deneyde, deneklerin yarısına küçük ve silik bir yazı karakteri ile oluşturulmuş okunaklı ama bilişsel gerginliğe yol açan bir fontla hazırlanmış sorular, diğer yarısına ise normal standartlarda hazırlanan sorular verilmiştir. Soruları normal olanların %90'ı en az bir hata yaparken, kötü ve silik yazı karakteri ile yazılan soruları çözenlerde hata oranının %35'e düştüğü gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, kötü yazı karakterinin bilişsel gerginliği arttırarak performansı arttırdığını söylemek mümkündür (Kahneman, 2019, s. 75-78). Fakat şu da unutulmamalıdır ki, Sistem 2 tembeldir, zihinsel çaba da iticidir. O nedenle izleyici Sistem 2'yi çalıştırmaktan kaçınılabilir. Tablo 3'te de görülebileceği gibi, Sistem 1 ve Sistem 2 arasında güçlü bir bağ vardır ve her ikisinin dengeli kullanılması gerektiği açıktır. Çünkü, Sistem 2 karar verme sürecinde Sistem 1'in ürettiği düşünce ve duygulardan dayanak bulmaktadır.

Tablo 4. Sistem 1 (Hızlı) ve Sistem 2'nin (Yavaş) Özellikleri

Sistem 1 (Hızlı Düşünme)	Sistem 2 (Yavaş Düşünme)
Hızlı	Yavaş
Sezgisel	Temkinli
Dürtüsel	Mantıklı
Çağrışımsal	İstatistiksel
İnanmaya eğilimli	Kuşkucu
Otomatik	Özdenetim
Hesaplanmayan	Karmaşık hesaplamalar
Plansız	Planlı

Özetle diyebiliriz ki, hızlı düşünen, sezgisel, otomatik Sistem 1 ile yavaş düşünen, çaba gerektiren Sistem 2 olmak üzere zihnin işleyişini iki grupta ele almak mümkündür. Hızlı (Sistem 1) düşünmenin takdir edildiği bir çağda yavaş (Sistem 2) düşünmenin de önemli olduğu ve karar verme sürecinde bizi Sistem 1'in yanlış yönlendirebileceğinin farkında olmak önemli görülmektedir. Sistem 2 çığınca düşünceleri, uygunsuz dürtüleri de kontrol etmede etkindir. Ancak unutulmamalıdır ki Sistem 2 hatasız ve tamamen rasyonel de değildir. Çünkü erişebildiği bilgi ve yetenekleri sınırlıdır. Sistem 1 ise yanlış yaptığımız birçok şeyin kaynağı olmasına rağmen doğru yaptığımız pek çok şeyinde kaynağıdır. Sistem 1'in hatalarını azaltmak ise ancak, bilişsel bir mayın tarlasında olduğumuzun farkında olmak, yavaşlamak ve Sistem 2'yi devreye sokmakla mümkün olabilir (Kahneman, 2019, s. 481-484). Sistem 2'yi çalıştırmak zor ancak imkansız değildir. İnsanlar motivasyonu yüksek olduğu takdirde Sistem 2'yi çalıştırabilirler. Çalışmada bu iki tür düşünce ayırımından yola çıkılmıştır. Bu iki tür düşünme sistemini afiş sanatı bağlamında düşünmeye devam edecek olursak, her iki düşünmeyi de sağlayacak tasarımlar yapmak mümkün olabilir mi? Sistem 2'yi tetikleme istenen bir afişin tanımlayıcı özellikleri neler olabilir? Sistem 2'yi çalıştıracak unsur ne olabilir? Bu sorulara ilerleyen bölümlerde yanıt bulmaya çalışılacaktır.

4. 2. Esnek Düşünme Üzerine

Yukarıdaki tartışma bize hızlı ve yavaş düşünmenin bir arada olması gerektiğini göstermektedir. Özellikle “Yavaş Afiş”in ilke ve kurallarının belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada, gerektiğinde hızlı gerektiğinde ise yavaş olabilen bir tasarımın özellikleri saptanmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle, ne hızlı ne

de yavaş olan ama “esnek” olan bir tasarımdan söz edilebilir. Esnek düşünce, bir önceki bölümde ele alınan iki düşünme türünü (hızlı ve yavaş) de içermesi bakımından önemli görülmektedir. Esnek düşünme sayesinde denge mümkün olabilir.

Oxford İngilizce sözlüğe göre esneklik, yeni koşullara veya durumlara uyacak şekilde değişebilen anlamına gelmektedir. Bilişsel esneklik ise, değişen durumlara göre zihinsel ilişkiler kurabilmektir (ODEák, D Ray, ve D Pick, 2004, s. 385). Bununla birlikte esneklik, farklı bakış açısını farklı zaman, mekan ve durumlarda da devam ettirebilme yeteneğidir. Dilsel, bağlamsal, nesnelerarası ilişkiler, benzerlik, soyutlama vb. farklı unsurların düşünmeye aktarılmasıdır (Hund ve Foster, 2008, s. 218). Literatürde esnek düşünmeye ilişkin en yaygın olarak kullanılan tanım Guilford’a aittir. Guilford’a göre esnek düşünme, bilgilerin doğruluğunu ya da düşüncelerimizi değiştirirken akıcı düşünceler yaratabilme becerisini ifade etmektedir. Yine literatürde sıklıkla karşımıza çıkan Stenberg ve Powell’e göre esnek düşünme, şeylere farklı perspektiflerden bakabilme yeteneği olarak tanımlanır. Esnek düşünme, yaratıcı düşünmenin de temeli olarak görülmektedir. Bireyin olayları doğru bir şekilde analiz/sentez etmesi ve değerlendirmesi açısından esnek düşünmenin önemi yadsınamaz (Duman, 2018, s. 558). “Elastik: Değişim zamanında esnek düşünme” (2018) (Elastic: Flexible Thinking in a Time of Change) kitabının yazarı Mlodinow da modern zamanda bireyin gelişimi için esnek düşünmenin önemini ortaya koymaktadır. Düşünmeyi üç kategoriye ayırır bunlar: Birincisi en ilkel ve yaygın düşünme olan tepkilere dayanan düşünme. İkincisi sentezlemenin yapıldığı mantıksal ve analitik düşünme. Üçüncüsü ise yeni fikirlerin üretildiği (yaratıcılık), paradigmaların değiştiği esnek düşünmedir. Mlodinow esnek düşünmenin en karmaşık düşünme düzeyi olduğunu iddia eder. Ayrıca Mlodinow “Your Elastic Mind” (2018) başlıklı makalesinde esnek düşünmenin dokuz yönünü ele alır. Bunları şu şekilde sıralar:

- Rahat fikirlerden vazgeçme kapasitesi,
- Belirsizliğe ve çelişkiye alışma kapasitesi,
- Geleneksel zihniyetlerin üzerine çıkma yeteneği,
- Soruları yeniden çerçeveleme yeteneği,
- Varsayımlardan vazgeçme yeteneği,
- Kendimizi yeni paradigmalara açma yeteneği,

- Hayal gücüne ve mantığa eşit derecede güvenme eğilimi,
- Deneme isteği,
- Başarısızlık toleransı.³⁸

Mlodinow’a göre, sürekli uyaranlarla dolu ve hızlı olan günümüzde hayatta kalmak ve mevcut düzenin ötesine bakabilmemiz için esnek düşünme önemlidir. Esnek düşünmenin gerçekleşebilmesi için rahat bir durumda olmak gerekir (Mlodinow, 2018). Bu açıdan esnek düşünme, pek çok alanda rağbet görmektedir. 21. yüzyılda pek çok alanda “esnek düşünme” yeteneği önemli bir konumdayken (Tong, 2020), mesaj iletme ve izleyiciyi ikna etme amacıyla olan grafik tasarım alanında da tasarımları geliştirmek, izleyiciyi düşündürmek için esneklik önemli bir unsurdur.

Çalışmada esnekliği sağlayabilecek iki unsurdan söz edilebilir: Yavaş ve hızlı. Afiş sanatı söz konusu olduğunda dikkatin yakalanması ve belli bir mesajın iletilmesi açısından iki boyut (biçim ve içerik) olduğu söylenebilir. Mesaj bu iki boyut üzerinde işler. Her iki boyut ayrı ayrı kendi içinde değerlendirildiğinde yavaş ve hızlı olarak düşünülebilir. Bu çalışmada “Esnek Afiş” olarak kavramsallaştırılan tasarımda ise ilk aşamada (biçim) hızlı (bakıldığı anda algılanabilen ve kolay okunabilen), ikinci aşamada (içerik) ise yavaş (Yavaş Hareketi’nin duyarlı olduğu konulara değinen) olabilecek afiş tasarımları yer almaktadır; genel izleyiciye hitap edebilecek, onların dikkatini yakalayacak ve sonra onları daha derin düşünceye sevk edecek esnek tasarımlar. Hızın ve yavaşın bir arada olduğu, yani Sistem 1’den Sistem 2’ye yönlendirebilecek tasarımlar geliştirilmeye çalışılmıştır. Ticari ve politik amaçlarla yapılan afişlerde olduğu gibi dikkati yakalayıcı özelliklerden faydalanan ama insanı önemli konularda düşünmeye sevk edecek olan bir afiş tasarımı esneklikle sağlanabilir. Afiş sanatı üzerinden bakacak olursak “izleyiciyi hızlıdan yavaşla geçirecek unsur ne olabilir?” sorusuna ilişkin bir cevap ise “mizah” olabilir argümanı tezin benimsediği bir argümandır. Bu noktada esnekliği sağlamanın zorunlu ve kaçınılmaz tek yolunun mizah olduğu iddia edilmemektedir.

³⁸ Yazar tarafından Türkçeleştirilmiştir. Orijinal ifade şu şekildedir: “Capacity to let go of comfortable ideas, capacity to become accustomed to ambiguity and contradiction, capability to rise above conventional mindsets, capability to reframe questions, ability to abandon assumptions, ability to open ourselves to new paradigms, propensity to rely on imagination and logic equally, willingness to experiment, tolerance of failure.”

4. 3. Esnek Düşünme Mizahla Mümkün Olabilir Mi?

Bu aşamada, esnekliğin oluşmasında mizahın ne gibi bir ilgisi ve katkısı olabilir sorusu üzerinden bir tartışma yürütülecektir. Bu cevaplama kolay bir soru değildir. Fakat mizahın esnekliği arttıracak yani hızlı düşünme ile yavaş düşünme arasında geçişi sağlayabilecek bir yol olacağı iddia edilebilir.

Mizah, İngilizce ve Fransızca’da “humour” kelimesine karşılık gelmektedir. Türk Dil Kurumu’nda ise mizah, “gülmece” olarak yer almaktadır. “Gülmece” kelimesi ise “eğlendirme, güldürme ve bir kimsenin davranışına incitmeden takılma amacını güden ince alay, mizah, humor” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Karmaşık kültürel gösterge sistemleri içinde yer alan mizahı açıklamak çok kolay değildir. Latince “humere” anlamına gelen mizah, “sıvı, likit, nemli” anlamına gelmektedir. Aristoteles, Platon, Darwin, Descartes, Kant, Hobbes, Freud gibi düşünürler mizah kavramını açıklanmaya çalışmışlardır. Platon’a göre mizah; “şaka kılıfı altında gerçeği söyleme” olarak tanımlanabilir (Özdolap, 2015, s. 2). Yoltaş (2004) mizahı; kişiler ve olaylardaki uyumsuzlukları ve gülünçlükleri ortaya çıkarma sanatı olarak açıklamış, genellikle de zıtlıklarda ortaya çıktığını belirtmiştir. Türk edebiyatının mizahi eserleriyle tanınan Aziz Nesin ise mizahın toplumlara, sınıflara, uluslara, hatta kişilere göre farklılıklar gösterdiğini dile getirmiştir (Yardımcı, 2010, s. 3). Mizah gerçekliğe farklı bir açıdan bakabilmemizi sağlayan, sorgularken gülümseten aynı zamanda düşündüren, düşündürürken de farklı odak noktalara dikkati çekebilen bir anlatım tarzıdır (Alay, 2019, s. 22). Mizahi anlatımda, “Yapısal bir ilişki, çağrışım, anlaşma, rastlantısal benzerlik vb. yollarla başka bir şeyi temsil eden, onun varlığına işaret eden bir nesne, figür, imaj, mimik, eylem, olay, ses, harf, kelime, işaret” (Budak, 2000, s. 462) dolaylı yoldan mesaj verme eğilimidir. Bir anlatım tarzı olarak mizah, geçmişten bugüne edebiyatta ve sanatta sıkça kullanılan bir üslup unsurudur. Tüm bu bilgilerden yola çıkarak diyebiliriz ki mizah, duygu ve düşünceleri direkt aktarmak yerine, eleştirel tavrı dolaylı olarak aktarmanın bir yoludur.

Bu noktada mizahın bilişsel, sosyal ve sağlıkla ilgili faydalarından bahsetmek gerekir:

1. Bilişsel Fayda (Cognitive Benefits): Mizah, bilişsel düşünme becerilerinin gelişmesine ve süreç içinde farklı düşünme yolları geliştirmeye yardım eder. Aynı

zamanda beyinde serotonin hormonu salgılanarak bilgiye odaklanma ve bilgiyi işleme yeteneğini geliştirmektedir (Golembeski, 2019, s. 3). Dolayısıyla, afiş tasarımlarında mizah kullanımı ile verilmek istenen mesajın serotonin hormonunun da etkisi ile bilgiyi iletme ve işlemede pozitif etki yaratabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

2. Sosyal Fayda (Social Benefits): Mizahın etkili kullanımı ile dikkat çekme ve bilginin kalıcı olması sağlanabilir. Sosyal etkileşimde mizah, ikna etmeye yardımcı olabilir (Golembeski, 2019, s. 3). O halde mizahın afiş tasarımında kullanılması mesajın dikkat çekiciliğini sağlaması ve mesajın kalıcı olmasında etkili olabileceğini söyleyebiliriz. Böylece mesajı alımlayan izleyici mesajı işleyerek eyleme geçmede mizah tetikleyici bir işlev görebilir.

3. Sağlığa Faydası (Healty Benefits): Sağlık açısından bakacak olursak pek çok araştırma mizahın hem fiziksel hem de duygusal anlamda fayda sağladığını ortaya koymuştur. Mizah tasarımda tıpkı renk, kontrast, vurgu, ritim gibi bir tasarım elemanı olarak kullanılabilir (Golembeski, 2019, s. 4).

Mizah, esasen fikirlere karşı ciddi olmayan bir tavrı içeren zihinsel bir oyun türü olsa da bir dizi “ciddi” sosyal, duygusal ve bilişsel işlevi yerine getirmek üzere kullanılması da mümkündür (Martin, 2007, s. 1). Mizah, içinde bir parça şaşırtmaca ve haz olan bir kavramdır (Eagleton, 2019, s. 3). Psikolojik çalışmalar, mizahi uyarıların olumlu duygulanımda artışa neden olduğunu göstermiştir (Akt. Martin, 2007, Szabo, 2003). Mizahın duygusal doğası, komik karikatürlere maruz kalmanın beynin limbik sistemindeki iyi bilinen ödül ağını harekete geçirdiğini gösteren son beyin görüntüleme araştırmaları tarafından da açıkça gösterilmiştir (Akt. Martin, 2007, Mobbs ve diğerleri, 2003).

Mizahın eğlendirme ve eleştiri gibi işlevlerinin yanında, sosyalleşme, dikkat çekme, başkaldırı, protesto, fiziksel iyileştirme, gerilimi azaltma, savunma, saldırı gibi işlevleri de bulunmaktadır (Öğüt Eker, 2014, s. 30). Toplumsal gerçekliğe sıra dışı, gülünç, eğlenceli, yergisel bir dille yaklaşma olanağı sağlamaktadır. Ana özelliği ise eleştirel olmasıdır. Güldürürken sorgulamayı sağlayan, dönüştürücü bir praksiştir. Sıradanlıktan uzak, yeni ve özgürlükçü ütopyalar yaratılmasına olanak sağlar (Avcı, 2003). İnsana beğeniyi ve sorun çözmenin verdiği hazzı vermektedir. Mizah ve ironi kullanımı genellikle postmodernizme atfedilen özelliklerdendir.

Gerçeküstücülüğün en önemli yapı taşlarından biri olan mizah, duyguları neşeli bir şekilde aktarır (Alpay, 2020b, s. 86). Mizah, Žizek'in felsefesinin de ayrılmaz bir parçasıdır. O en umutsuz durumda dahi gülmeyi bırakmaz ve gülmeyi hicvin en güçlü silahı olarak görür (Žizek, 2012, s. 88). Mizah ile komik birbirine karıştırılmaktadır. Mizah sadece eğlendiren güldüren değil, aynı zamanda düşündüren, farklı açılardan bakmaya yardımcı olan bir unsurdur. Mizah olaylara ayna tutmak, ciddi konulara bakmak için bir yol olabilir; genellikle de anlaşıldığında hoşnutluk veren (dopamin salgılamaya yardımcı olan) bir deneyimdir.

Mizah, sosyal bir sürecin yanında bilişsel de bir süreçtir. İnsanların eğlenceli bir şekilde etkileşimde bulunmasının bir yoludur. Aynı zamanda Larry Charles'ın da dediği üzere mizah, sınıfsız bir eylemdir. En zengininden en fakirine tüm dünyada vardır ve siyasi ve ekonomik yapıları aşmaktadır (Avila ve Horvat, 2021, s. 40). Mizahı üretebilmek için fikrin kelimeler, görüntülerle yaratıcı bir şekilde oynanması ve bu bilgileri karşı tarafın bilişsel olarak işleyip adlandırması gerekmektedir. Mizah, bir fikrin garip, sıra dışı, şaşırtıcı olması ile meydana gelir. Mizah yüzeysel manada bir eğlence unsuru olmasının yanı sıra derin manada eleştirel, kültürel, bilişsel, duygusal vb. geniş işlevleri olan bir olgudur.

Felsefe, edebiyat, sosyoloji, psikoloji gibi alanlarda mizah dikkat çekici olmuş ve bilim insanları tarafından çeşitli kuramlar geliştirilmiştir (Elden ve Bakır, 2010, s. 223). Mizahı daha iyi anlayabilmek adına mizaha yönelik kuramlara kısaca değinmek faydalı olacaktır. Mizah genellikle üç ana kuram ile açıklanır: Üstünlük kuramı, uyumsuzluk (aykırılık) kuramı ve gevşeme (rahatlama) kuramı.

1. Üstünlük Kuramı (Superiority Theory): Kuramların en eskisi olan üstünlük kuramı, bir durum karşısında kişilerin kendini üstün görmesiyle ilintilidir. Başkalarının düştüğü zor durum karşısında kendileri o durumda olmadıkları için üstünlük hissederler (Elden ve Bakır, 2010, s. 223). Bu manada mizah, karşısındakini küçümsemeye, dalga geçmeye ve hakaret etmeye dayanmaktadır (Kaptan, 2015, s. 26).

2. Uyumsuzluk (Aykırılık) Kuramı (Incongruity Theory): İnsan zihninde kalıplaşmış bazı durumlara, nesnelere, düşüncelere karşı oluşan uyumsuzluğun gülme davranışının oluşumuna neden olduğunu savunur. Örneğin, birinin düşmesine

gölmemiz gibi (Elden ve Bakır, 2010, s. 224). Beklenilenin aksinin oluşması ya da paradoksal olanın ortaya çıkması olarak açıklanır (Kaptan, 2015, s. 26).

3. Gevşeme (Rahatlama) Kuramı (Relief Theory): Gülmenin fiziksel ve psikolojik işlevine yoğunlaşan kuramdır. İnsanın bir duruma veya konuya gülerek tepki vermesi ve rahatlama çabasıdır. Gülmenin sebep olduğu rahatlama, gerilimin boşalmasına neden olmaktadır (Elden ve Bakır, 2010, s. 225-226). Bu teoriyi oluşturan ve kullanan isim Sigmund Freud'dur. Freud'a göre, gülmece bilinçdışındaki enerjinin bilince yansımasıdır. Bu açıdan bakıldığında şaka bilinçdışı ile ilişkilendirilmektedir. Şaka aslında zevktir çünkü gündelik hayatın rutininden bunalan insanlar zevk alma arayışındadır (Kaptan, 2015, s. 27).

Mizahın grafik tasarım alanında kullanımına dair derinlemesine çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Eli Kince'nin "Visual Puns in Design: The Pun Used As a Communications Tool" (1982) ve Steven Heller'in "Design Humor: The Art of Graphic Wit" (2002) kitapları tarihsel bir perspektif oluşturmaları bakımından önemlidir. Akbar Khatir'in "The Political Potential of Humour in Graphic Design" (2018) başlıklı tezi ise mizah konusunu teorik olarak derinlemesine incelemesi açısından dikkat çekicidir. Çalışmada nükte, görsel kelime oyunları ve parodi kavramları eleştirel bir gözle analiz edilmektedir.

Yukarıda bahsedilen üç mizah kuramından afiş tasarımı ile ilgili değerlendirme ve örneklerde en çok uyumsuzluk kuramının tanımladığı biçimiyle mizahın kullanıldığını söyleyebiliriz. Özellikle sosyal içerikli afiş tasarımlarında bu tarz bir mizahi anlatım sıkça kullanılmaktadır.³⁹ Yine aynı şekilde protest afiş tasarımlarında uyumsuzluk kuramına sıkça başvurulduğunu görmekteyiz.⁴⁰ Araştırmalarda mizahın sıklıkla komikle karıştırılması da dikkat çeken bir başka husustur. Mizah, sadece önemsiz konularda kullanılabilecek bir ifade tarzı olarak görülmektedir. Golembeski tezinde mizahın ciddi konular üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışma, kolon

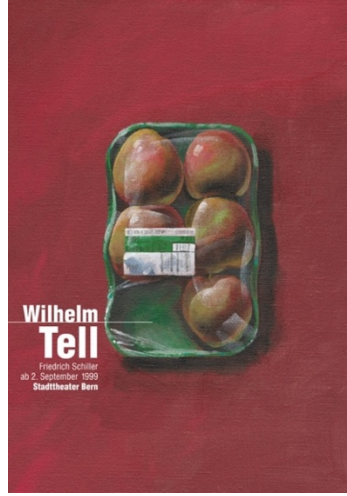
³⁹ Örneğin, Çalış Zeğerek ve Toksöz'ün (2018) çalışmasına bakıldığında sosyal amaçlı afiş tasarımlarında mizah kullanımı ile toplumsal farkındalık yaratabilme ele alınmıştır (Çalış Zeğerek ve Toksöz, 2018).

⁴⁰ Graphis, 1944 yılında İsviçre'de kurulan, profesyonelleri ve genç yetenekleri destekleyen, yarışmalar düzenleyen ve grafik tasarım alanında önemli bir yere sahip olan bir kuruluştur. Graphis'in Protest Afiş Yarışması kategorisindeki ödül alan afiş tasarımları incelendiğinde mizahın sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (bkz. <https://www.graphis.com/competition/protest-posters-2/live-viewing/?page=18>).

kanseri gibi ciddi bir konuda toplumun farkındalığını arttırmak için yapılan grafik tasarım çalışmalarında mizahın etkin şekilde kullanmış ve mizahın pozitif etkisini ölçümlemiştir (Golembeski, 2019). Yine Golembeski'nin tezinde mizah, fikirleri akılda kalıcı bir şekilde iletebilmek için güçlü bir iletişim aracı olarak anılmaktadır (Golembeski, 2019, s. 2).

Mizah, bireylerin bilişsel düzeylerinin gelişmesine katkı sağlayarak, farklı açılardan bakmalarına yardımcı olabilir. Afişte mizah kullanımı ile toplumsal meselelere başka bir perspektiften bakmaları sağlanabilir. Gornostaeva ve Semenovskaya'nın (2019) çalışmalarında da görüldüğü üzere, mizah hayata bakışı ve gerçekliği algılamamanın bir yolunu temsil etmektedir. Örneğin; Stephan Bundi, Shiego Fukuda, Henryk Tomaszewski, Jonathan Barnbrook, John Holcroft, Christoph Niemann gibi tasarımcılar mizahı sık sık kullanan, politik ve sosyal meseleleri ele alan önemli afiş tasarımcılarıdır. Bu tarz afişlere bir örnek olarak, tasarımı Stephan Bundi'ye ait olan "William Tell" tiyatro oyunu için hazırlanan afişte (bkz. Görsel 30) izleyiciye mizahi bir anlatımla oyunu tanıtmaktadır. Normalde Orta Çağ'da geçen bir hikayenin günümüze uyarlanmış bir versiyonu için yapılmış olmasıdır. Klasik William Tell hikayesinin satirik bir versiyonu için tasarlanmıştır. Tiyatro oyunu, efsanevi İsviçreli kahraman William Tell'in Avusturyalı valiye başkaldırısını konu almaktadır. Paketteki eksik elmayı Tell⁴¹ destanının merkezi bir unsuru olarak göstermektedir (atelierbundi.ch). Dolaylı ve mizahi bir anlatım diliyle eksik elma, kahramana işaret etmektedir.

⁴¹ Efsaneye göre, William Tell İsviçre valisi dükün şapkasını bir direğe asar ve geçen herkesin o şapkaya selam vermesini emreder. Tell ise bu kurala uymaz. Bunun üzerine vali okçulukla ün salan Tell'in oğlunun başının üzerine konulan elmayı tek bir atışta vurmasını, vuramaz ise idama çarptırılacağını söyler. Tell ise tek atışta elmayı ikiye böler (Öztürk, 2018).



Görsel 30. Stephan Bundi, “William Tell”, Drama by Friedrich Schiller, 1999.

Kaynak: <https://atelierbundi.ch/en/portfolio/poster-en/william-tell-1999/>

Özetleyecek olursak, mizahın “Esnek Afiş” tasarımlarında kullanılması birçok açıdan pozitif anlamda katkı sağlayabilir. Hem Sistem 1’den Sistem 2’ye geçişte hem de izleyicinin dikkatini çekerek, farklı düşünme yolları sağlayarak, mesajın etkili bir biçimde izleyiciye aktarılmasında yardımcı bir araç olarak kullanılabilir. Bunlara ek olarak mizah konusunda dikkat edilmesi gereken bir husus, mizahın yaygın olarak ciddilikten uzak bir unsur olarak görülmesidir. Ancak mizahi bir fikir ciddi olarak düşünülürse etkili bir iletişim kurabilir (Golembeski, 2019, s. 7). Dolayısıyla mizahı kullanırken uygulamada titizlik ve bağlama uygun olmasına özen gösterilmelidir. Basit şekiller insanı güldürebilir fakat ekstra zeka gerektiren mizahi bakış açılarını algılayabilmek daha fazla doyum sağlayabilir. Buna “entelektüel doyum” denilmektedir. Bu doyum da dopamin seviyemizin yükselmesine ve bilişsel esnekliğimizin artmasına neden olmaktadır. Mizahla eleştirel düşünme arasında pozitif bir etki olduğunu savunan araştırmalar vardır (Borchardt, D. 1989; Temple, R. 1992; Ventis, L. 2015). Görsel iletişim alanında sıklıkla kullanılmış olan mizah, afiş tasarımı da izleyicinin dikkatini çekecek bir unsur olarak kullanılmaktadır. Bu yönüyle mizah Yavaş Hareketi’nin kapsamında yer alan sosyal meseleleri ele almak için bir araç olarak kullanılabilir. Afişler bu sayede daha fazla dikkat çekip, harekete geçmek için motive edici olabilir.

4. 4. Yavaşlığın Ötesinde Bir Kavramsallaştırma: “Esnek Afiş”

Önceki bölümlerde hızlı ve yavaş arasında ayırım yapılarak çelişkiler ortadan kaldırılmaya çalışılmış, yavaş felsefenin artıları ve eksileri ortaya konularak grafik tasarım disiplini üzerinden tartışılmıştır. Bu bölüm ise, yavaş ve hızlı kavramları arasında bağ kuran bir yaklaşım önermekte ve bu iki kavram arasında köprü kurma ve “Esnek Afiş”⁴² ne olabileceğine dair bir çerçeve çizme çabasıdır. Daha önceki bölüm ele alınan dört tipolojiden bir tanesi olan Hızlı/Yavaş (Esnek) afiş, biçimsel olarak hızlı (gözü yakalayan, izleyicinin dikkatini çeken), içeriksel olarak yavaş (yavaş felsefesine uygun konuların seçildiği) olan tasarımları içermektedir.

“Esnek Afiş”in hem içeriksel (düşündürme) hem de biçimsel (okunurluk, okunabilirlik) açıdan belirli kriterleri sağlaması gerektiği düşünülmektedir. Bunu bir yelpazeye benzetebiliriz. Hızlı yelpazenin bir ucu, yavaşı ise diğer ucu olarak ele alırsak “esnek” bunun dengeli bir şekilde ikisinin arasında salındığı yer olarak açıklanabilir. Bu sayede Yavaş Hareketi’nin ana çıkış noktasından bir tanesi olan “denge”yi yakalayabiliriz. Ne körü körüne yavaş ne de hızlı. “Esnek Afiş” olarak adlandırılacak bir afiş tasarımının en belirgin özelliğinin, eşitsizlik ve tüketimcilik karşıtı bir söyleme sahip olmasıdır. Tabi ki her tüketimcilik karşıtı içeriğe sahip afişi de “esnek” olarak nitelemek doğru olmayacaktır. O nedenle içeriğin dışında başka şeylere de bakmak gerekmektedir.

Genel bir izleyici kitlesine hitap edebilecek tarzda biçimsel olarak minimalist bir tarzda, bakıldığı anda anlaşılabilen fakat aynı zamanda da verdiği mesajla düşündürten afiş tasarımlarını “Esnek Afiş” olarak tanımlayabiliriz. İzleyiciyi düşünmeye sevk etmek, Kahneman’ın dile getirdiği gibi Sistem 1’den Sistem 2’ye geçişi sağlayacak şey çözmesi gereken bir “puzzle” olabilir. Böylece hem afişe bakarken hem de sonrasında izleyiciyi düşünmeye yönlendirebilir. Aşağıda StrongerMarriage.org için tasarlanan afişte (bkz. Görsel 31) görüleceği gibi

⁴² “Esnek” kelimesi akla “esnek kurum kimliği” (flexible identity) gelmektedir. Esnek kurumsal kimlik örneği olarak ise Melbourne şehir logosu verilebilir. Melbourne logosunda “M” harfi farklı geometrik formlarda ve renklerde tasarlanarak çeşitlilik sağlamaktadır. (detaylı bilgi için bkz. <https://blog.redrocketcreative.com/flexible-brand-identity-systems-branding>) Her ne kadar “flexible identity” olarak tanımlanmış olsa da aslında buradaki esneklik çeşitlilik anlamındadır. Fakat afiş tasarımında ortaya atılan “esnek” (flexible) teriminde düşünme sisteminde kullanılan esneklikten yola çıkılmıştır. Ne hızlı düşünme ne de yavaş düşünme, bunların arasında bir formül olarak esnek düşünme önermesinde bulunulmuştur.

izleyiciye aktarmak istediği mesajı küçük bir “puzzle” çözdürerek aktarıyor. Önce izleyiciye “kalıcı bir ilişki nasıl kurulur?” diye bir soru soruyor. Cevabı ise iki adımda veriyor. İlk olarak “M” harfinin noktalı çizgilerden kesilmesini ve ikinci adım olarak 180 derece çevirmesini öneriyor. Böylece “Me” (ben), “We”ye (biz) dönüşüyor. Alt kısımda ise “If you want a stronger marriage, work on it together”⁴³ sloganıyla fikri destekliyor.



Görsel 31. The Stronger Marriage, 2012.

Kaynak: <https://thedailysnapshots.wordpress.com/2012/06/05/the-stronger-marriage/>

Yine “Esnek Afiş”e örnek olarak “Grapus”⁴⁴ grubuna ait çalışmalar örnek olarak gösterilebilir. Grup, halkı bilgilendirmek, harekete geçirmek için eleştirel (critical) afişler hazırlamıştır. Sitüasyonist Enternasyonal’in yıkıcı fikirlerinden etkilenmişlerdir. Var olan görsel alışkanlıkları yıkarak parlak renkler, el yazısı, bulanık fotoğraflar, lekeler ve çeşitli kolaj öğeleri kullanarak son derece yenilikçi, mizahi ve duygusal olan afiş sanatına yeni bir soluk getiren grafik tasarım ürünleri yaratmışlardır. Mizah mesajın hem eğlendirip hem de düşündürerek iletilmesini sağlayabilir. Mizah yoluyla ezberlenmiş, alışılmış anlam ilişkileri yeni ve daha derin

⁴³ “Daha güçlü bir evlilik istiyorsanız, birlikte çalışın.”

⁴⁴ Grapus, 1970-1991 yılları arasında kurucu üyeleri Pierre Bernard, François Miehe ve Gérard Paris-Clavel olan tasarım mükemmelliğini sosyal vicdanla birleştirmeyi amaçlayan Fransız grafik sanatçıların bir kolektifidir. Grubun çalışmaları, işçilerle dayanışma, kapitalizme karşı eleştirel bir duruş, uluslararası barış hareketidir. Kolektif ticari reklamcılığı ret ederek, sanat ve tasarımın sosyal değişime katkıda bulunabileceği görüşünü savunmuşlardır. 1991 yılında grup dağılmış ancak yarattıkları alışılmadık imaj dili günümüze kadar etkisini sürdürmektedir (Hoffmann ve Grosskopf, 2018) (ayrıca bkz. GMK, Yazılar, sayı 25).

anlamlara bürünebilir. Bu sayede afişin akılda kalıcılığı ve etkililiği de arttırılabilir. Mizah yoluyla eleştiri yaparak, süslemeden uzak durarak ana fikre odaklanır. İzleyiciyi mizah yoluyla düşündürmeye, derin düşünmeyi yani Sistem 2'yi devreye girmesine yardımcı olabilir. Böylelikle farklı düşünme sistemleri geliştirmeye ve yarattığı çeşitlilikle insanların hem eğlenmesine hem de gelişmesine katkıda bulunabilir. Yavaş Hareketi'nin içeriğine uygun olarak ele alınan can sıkıcı konular (yabancılaşma, küresel ısınma, sürdürülebilirlik, tüketim vb.) mizahla dağıtılabilir.

“Esnek Afiş”in toplumsal eleştiri dozu yüksek olmalıdır. Eleştirel, mizah unsurunu ele alan tasarımcılara örnek olabilecek birkaç tasarımcı üzerinden konuyu ele alacak olursak, Emory Douglas bunlardan bir tanesi olabilir. Amerikalı grafik tasarımcı Douglas, sosyal ve politik konuları (kadınlar, çocuklar ve mahalle figürleri) ele alan bağımsız bir grafik sanatçısıdır.



Görsel 32. Emory Douglas, Artists Rights Society (ARS) Poster, Black Panther newspaper, 1974.

Kaynak: <https://www.aiga.org/design-journeys-emory-douglas#slideshow-1-2>.

Çalışmalarıyla örnek oluşturabilecek bir diğer tasarımcı ise Stephen Kroninger. Amerikalı fotomontaj sanatçısı, illüstratör ve hicivci olan Kroninger, politik, sosyal ve kültürel konuları ele alan tasarımlar üretmektedir. Eserleri genellikle, politikacıların sözleri ve eylemleri arasındaki çelişkilere, belirli ekonomik ve sosyal politikaların iflas vaatlerine, sanata devlet müdahalesinin tehlikelerine, dünya sağlığını ve çevreyi tehdit eden sorunlara işaret etmektedir. Alman Dadaistlerini, Sürrealizmi, Amerikan basılı reklamcılığını ve popüler kültürü ilham kaynağı olarak kabul etmektedir (MoMA, 1992). Medyanın tekelleşmesi ve merkezileştirilmesi

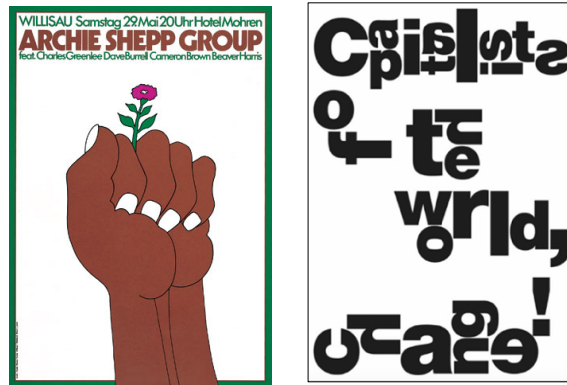
döneminde, güçlü bir ses olmuştur. (Lavin, 2001, s. 85). Ünlü afiş “Sam Amca” (Uncle Sam) karakteri o dönemde savaş emrini veren başkan olan George Bush ile değiştirilmiştir. Dünyada ve Amerika’da hala çözilemeyen sorunları listeleyen savaş karşıtı bir afiş dir.



Görsel 33. Stephen Kroninger, ‘Uncle George Wants You’ Poster, 1991.

Kaynak: <https://katiebackblog.wordpress.com/2014/02/15/stephen-kroninger/> Erişim Tarihi: 17.09.2021

Örnek oluşturabilecek bir başka tasarımcı İsviçreli Niklaus Troxler’dir. Caz afişleriyle ün salmış olan Troxler, tasarımlarında fotoğraf kullanımından kaçmakta, genellikle el çizimi illüstrasyon ve tipografi kullanmaktadır. Troxler’e göre “Mesajın biçiminden, yaratıcılığın estetikten ve ifadenin mükemmel tasarımdan önceliği vardır.” (Artyfactory, tarih yok). Bu bakış açısının “Esnek Afiş” için önemli olduğu savunulabilir.



Görsel 34. Niklaus Troxler, Archie Shepp Group, 1976.

Kaynak: <http://www.troxlerart.ch/#> Erişim Tarihi: 25.03.2021.

Görsel 35. Niklaus Troxler, “Capitalists of the World, Change!” Poster, 2019.

Kaynak: <https://www.typographicposters.com/niklaus-troxler> Erişim Tarihi: 17.09.2021.

Tüm bu tasarımcılar görüntüleri ve kelimeleri, sosyal ve estetik etkilerini sorgulamak için kullanmışlardır; politik ve sosyal konuları ele alan, eleştirel ve mizahi bir dil benimsemiş tasarımcılardır. Hepsinde de mizah ortak noktadır.

“Esnek Afiş”in bir başka özelliği ise soyutlama olabilir. Çünkü soyutlama, düşünme için önemlidir. “‘Another Science is Possible’ a Plea For Slow Science” makalesinde Stengers (2011), kişinin soyutlama konusunda tetikte olmanın önemli bir unsur olduğunu söyler. Görselin soyutlaması zorlu bir işlemdir. Paul Rand, tasarımcının “gerçeği tanımsallaştırmak için basitlik peşinde koşması gerektiğine inanıyor.” Yani soyutlama ve minimize etmek afiş sanatı için oldukça önemli bir unsurdur. Soyut olanı anlamlandırmak daha zordur. Gösterge ne kadar soyutsa, anlamsal uzantısı o kadar büyük olur. Soyutlama yaparak düşündürmeyi hedefleyen tasarımlar üretmek mümkün olabilir.



Görsel 36. Arnaud Ghelfi, “Fake President”, Graphis / Protest Posters 2, Gold Award, 2021.

Kaynak: https://starno.com/fake_president/ Erişim Tarihi: 20.12.2021

Görsel 37. Stephan Bundi, “Against Censorship”

Kaynak: <https://blog.graphis.com/new-protest-poster-entries-demand-peace-hope-and-healthy-life/>

Yukarıda yer alan afişleri esneklikle ilişkilendirmemizin nedeni; konu seçimleri, üslupları ve mizah anlayışları ile izleyiciyi hızlıca yakalayıp sonrasında ise yavaş düşünmeyi (Sistem 2) devreye sokarak daha derin düşünmeyi sağlamalarıdır. Hızlıdan yavaşa geçişi ise mizah ile sağlıyor olmaları bir diğer özellikleridir. Bu afişlerle izleyicinin bilinci üzerinde belli bir görünürlük ve etki yaratmak

istenmektedir. Mizah kullanılarak tasarlanan afişlerle ilk bakışta izleyicinin ilgisi yakalanabilir ve sonrasında Sistem 2'nin devreye sokulması ile yavaş düşünme sağlanabilir. Mizah aynı zamanda entelektüel bir çaba da gerektirmektedir. Üstelik Yavaş Hareketi'ne uygun bir afiş söz konusu entelektüel çabayı savaş karşıtlığı, iklim ve çevre duyarlılığı, tüketim kültürü, yabancılaşma gibi ciddi konulara da yönleltmelidir.



5. BÖLÜM “YAVAŞ” VE “ESNEK” AFİŞ UYGULAMALARI

Bu noktaya kadar tez teorik ve kavramsal bir arka planı literatür örneklerini de dikkate alarak ortaya koymaya çalışmıştır. Bu bölümde belli eleştirel teorik perspektifle ulaşılan tasarım fikrine ilişkin bu metne özgü afiş denemeleri geliştirilmeye çalışılacaktır. Bir noktada bu yapılan araştırma neticesinde ulaşılan sanatsal teorik önermelerin pratikle yeniden deneyimlenmesi olarak görülebilir. Bu amaçla bu bölümde, çalışma boyunca ele alınan “Yavaş” ve “Esnek” afiş uygulamaları sunulacaktır.

“Yavaş Afiş” kategorisinde yer alan tasarımlar oluşturulurken tasarımcı şu sorulara cevap aramıştır: “Yavaş Afiş” tasarımları nasıl olabilir? İzleyici nasıl yavaşlatılabilir? “Esnek Afiş” kategorisinde yer alan tasarımlar oluşturulurken ise tasarımcı şu sorulara cevap aramıştır: Afiş tasarımında hızlı düşünmeden yavaş düşünmeye nasıl geçiş yapılabilir? Esnek düşünmeye sevk edecek bir afiş tasarımı nasıl olabilir? Esnek düşünme mizah unsuru ile sağlanabilir mi? Mizah içeren afiş tasarımları ile politik bir hareket olan Yavaş Hareketi’nin yaygınlaşmasına katkıda bulunulabilir mi?

Deneysel tarzda tasarlanan afişler, biçimsel⁴⁵ ve içeriksel (sanatçı ve metin merkezli yorumlama)⁴⁶ olmak üzere iki katmanda irdelenecektir. Nihai anlamın örgütlenmesine odaklanan bir biçim ve içerik analizi yöntem olarak benimsenmiştir. Analizleri yapılan afişlerin biçimsel incelemesi grafik tasarımın temel ilkeleri açısından, içeriksel incelemesi ise anlam boyutunda değerlendirmeyi içermektedir. Biçimsel analiz kısmında temel tasarım unsurları olan çizgi, renk, doku, denge, boşluk, perspektif, tipografi vb. analiz için kullanılmıştır. İçeriksel analizde ise afişte anlamı oluşturmak için hangi bileşenlerin kullanıldığı ve bunların nasıl bir söylem oluşturmaya çalıştığını ortaya koyan bir analiz yapılmıştır.

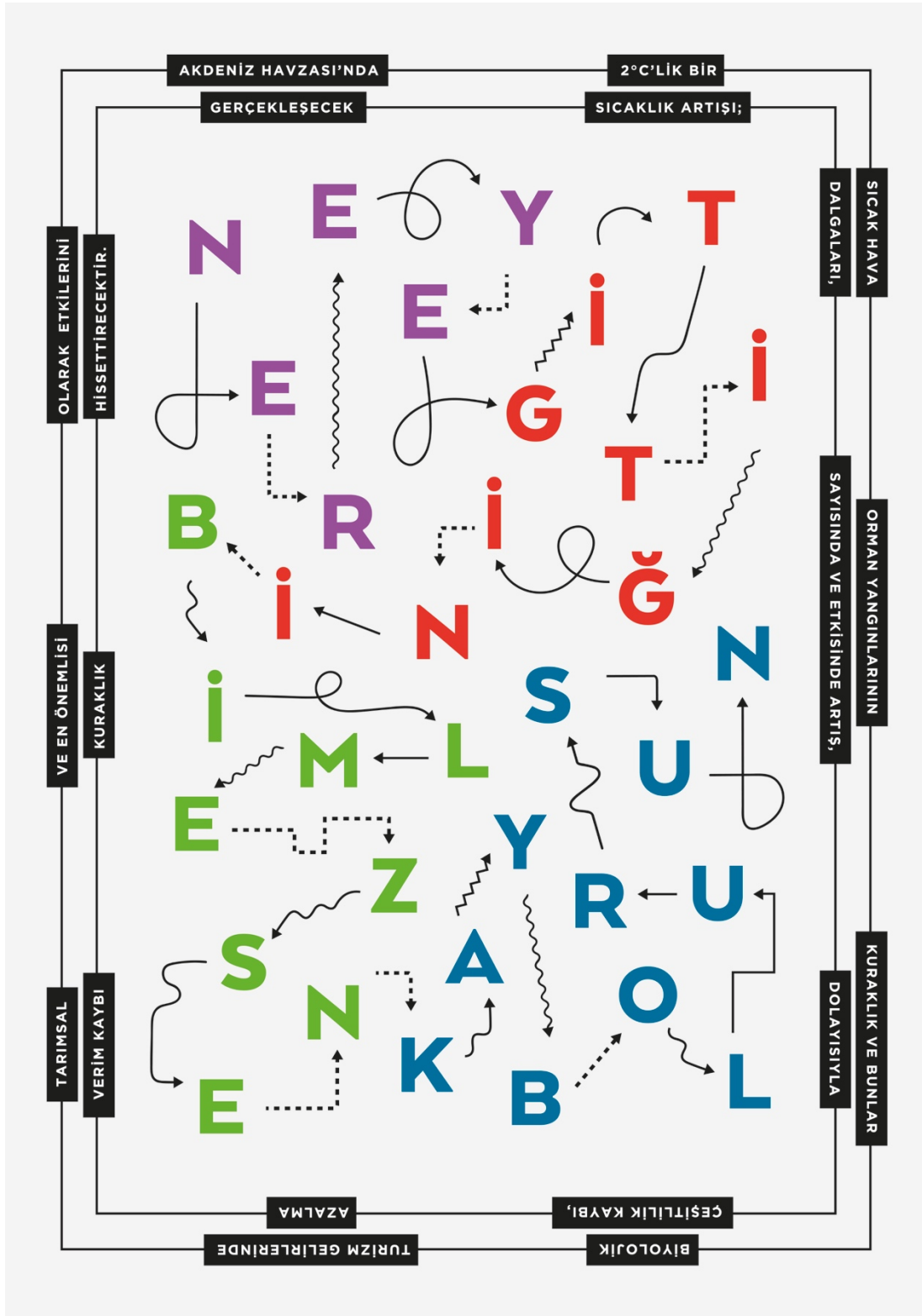
⁴⁵ Chandler ve Munday’a göre biçimsel analiz “bir metnin veya sanat eserinin biçimsel özelliklerinin... içeriğinden ziyade ve bunların özel kültürel ve tarihsel bağlamına göndermede bulunmadan ilişkilerine odaklanan bir inceleme tarzı” şeklinde tanımlanır.

⁴⁶ Tez kapsamında eserlerin incelenmesinde kullanılan içeriksel inceleme araştırma yöntemlerinde genellikle tanımlandığı üzere öncelikli olarak niceliksel bir yöntem olan içerik çözümlemesinden farklı olarak biçimsel düzeyde betimlenen uygulamaların içeriğine sanatçının yüklediği ve kaçınılmaz olarak öznel bir perspektifte olan anlamlandırmaları izah etme işlemi olarak gerçekleşmiştir. Bu bağlamda anlam bir metin veya iletişim ediminin kaynağı (bir kişi, yazar, sanatçı vb.) tarafından iletilen ya da kastedilen şeklinde anlaşılabilir (“Anlam”, “yorum” ve “içerik çözümlemesi” terimlerinin karşılıkları için bkz. Chandler ve Munday, 2018).

Burada amaç sanatçı araştırmacının kendi uygulamalarını yorumlaması yoluyla yukarıda önerilen “Yavaş Afiş”e söylemsel (anlamın kurulması bağlamında) olarak nasıl ulaşıldığının anlaşılması amacıyla metin odaklı bir açıklama yapmaktır.

5. 1. “Yavaş Afiş” Uygulamaları

“Yavaş Afiş” başlığında yer alan uygulamalar, yavaşlığın yaratılmaya çalışıldığı bazı afiş tasarımlarını içermektedir. Afiş çalışmalarının hepsinde biçimsel anlamda okunabilirliğin sınırları zorlanmıştır. Tipografinin daha yoğun olarak kullanıldığı, hızlı tüketimi eleştirel bir dille ele alan işleri içermektedir. İzleyicinin afiş önünde daha fazla zaman geçirmesini ve yavaşlamasını sağlayacak bir üslup benimsenmiştir. Tasarlanan afişlerle, izleyicinin yavaşlığı deneyimlemesi amaçlanmaktadır. Bunlar, ilk bakışta anlaşılması kolay olmayan, bu anlamda fazla zaman gerektiren, entelektüel bir zemin ve estetik algı gerektiren tasarımlardır. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin üzerinde tartıştığı ve duyarlı olduğu konular seçilmiştir. “Yavaş Afiş” uygulamalarıyla Yavaş Hareketi’nin temel kabul ve felsefi köklerine bağlı kalarak anti-tüketimci bir bakış açısının geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bunun için literatür taramasıyla elde edilen veriler ve tezde tartışılacak konular çerçevesinde afiş tasarımı yoluyla politik bir söylem oluşturulmaya çalışılmıştır.



Uygulama 1. “Nereye gittiğini bilmezsen kaybolursun”, 70x100 cm,

dijital illüstrasyon, 2022.

“Nereye gittiğini bilmezsen kaybolursun” isimli afişin biçimsel analizi:

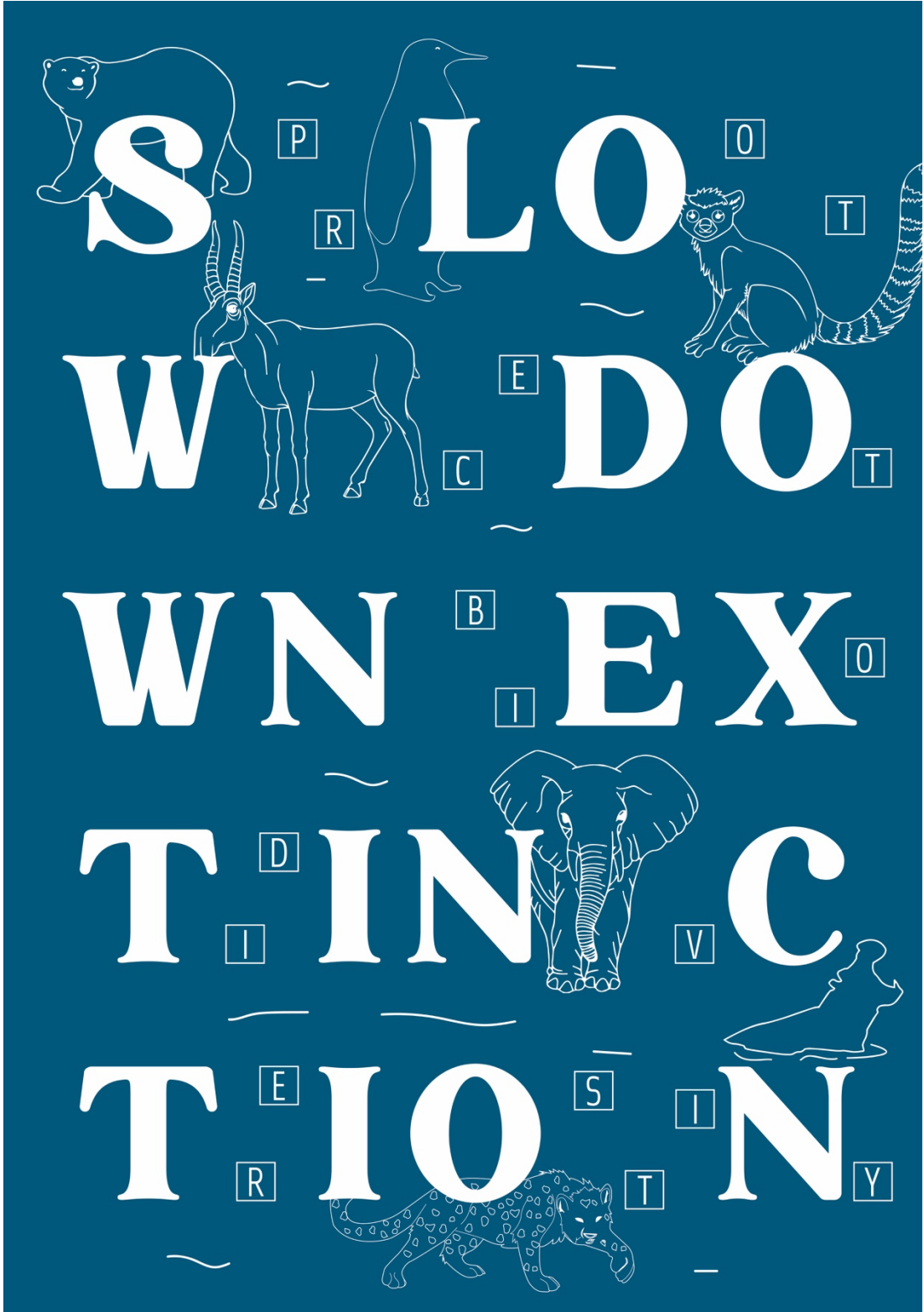
“Yavaş” kategorisinde yer alan afiş, 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Düz zemin üzerinde canlı bir renk paleti ile şekil-zemin ilişkisi arasında etkili bir gerilim yaratılmaya çalışılmıştır. Afişte renk, şekil, çizgi ve doku kullanımı, harflerin zemine eşit uzaklıklarla yerleştirilmesi dolayısıyla simetrik bir denge hakimdir. Merkezde kullanılan dört farklı renk kullanımı ile de simetrik denge güçlendirilmiştir. Renkli yazı karakterleri pozitif ve aktifken, arka plan negatif ve pasiftir. Tasarımın merkezinde yer alan mesajın okunabilirliğini arttırmak adına her kelime dört farklı renge ayrılmıştır. Okuma yönü ise farklı stillere sahip oklarla okuyucuyu yönlendirmektedir. Öncelikle merkezdeki renkli alan yazı dikkati çekmekte sonrasında ise çerçevede yer alan yazılar okunarak göz tüm tasarım üzerinde gezmektedir. Siyah renkteki bloklarla tüm tasarım çerçevelenerek serbest stil kompozisyonun merkezine odaklanmayı kolaylaştırır. Çerçevedeki siyah bloklar aynı zamanda canlı renklerin görsel etkisini güçlendirmek için kullanılmıştır. Tipografik bir anlatım dili tercih edilmiştir. Yazı karakteri olarak “Nereye gittiğini bilmezsen kaybolursun” yazısında Arquitecta, siyah çerçeve içinde dişi olarak ise Gotham sans serif (tırnaksız) yazı karakterleri, bold ve majiskül şekilde kullanılmıştır. Genel olarak renk kullanımı, yazı karakteri ve şekil-zemin ilişkisi ile dinamik bir kompozisyon stili yaratılmaya çalışılmıştır.

“Nereye gittiğini bilmezsen kaybolursun” isimli afişin içeriksel analizi:

Afiş içeriksel olarak küresel ısınmaya dikkati çekmektedir. Küresel ısınmanın yol açacağı sonuçları konu edinmektedir. “Nereye gittiğini bilmezsen kaybolursun” cümlesi yorumlanarak görselleştirilmiştir. Bu mesaj ile küresel ısınma için bir an önce önlem alınması gerektiği aksi takdirde önü alınamayacak sonuçlara bir gönderme yapmakta ve ülkelerin bunun için bir an evvel bir rota belirlemesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. “Kaybolursun” kelimesi ile insanlığın var olan düzeni değiştirmede, küresel ısınma ile ilgili olarak önlem almadığı müddetçe yok olacağına bir gönderme yapmak adına tercih edilmiştir. Okların her biri farklı yönlerde işaret etse de hepsi bütünsel bir yapıda birbirleri ile etkileşim halindedir. Harflerin birbiriyle olan etkileşimini anladıktan sonra bütünü algılayabilmekteyiz. Afiş, görsel iletişimin temel araçlarını kullanarak cümlenin içeriğini yansıtmaya çalışmakta, okunabilirliğin sınırlarını zorlamakta ve görselleştirmenin farklı yollarını

aramaktadır. İzleyicinin dikkati normalden daha uzun bir şekilde afiş üzerinde tutulmak istenmiştir. Böylece okuma hızı yavaşlatılarak izleyicinin “yavaş”ı deneyimlemesi amaçlanmaktadır. Empoze edilen “hız” bertaraf edilmek istenmekte, böylece izleyiciye farklı bir bakış açısı sunulmaktadır. Siyah çerçevede yer alan “Akdeniz Havzası’nda gerçekleşecek 2 °C’lık bir sıcaklık artışı; sıcak hava dalgaları, orman yangınlarının sayısında ve etkisinde artış, kuraklık ve bunlar dolayısıyla biyolojik çeşitlilik kaybı, turizm gelirlerinde azalma, tarımsal verim kaybı ve en önemlisi kuraklık olarak etkilerini hissettirecektir.” mesajı ile meselenin ciddiyetine vurgu yapmaktadır. Afişte yer alan bilgiler sosyal ve politik bir arka plana sahiptir.

Biçimsel olarak okunabilirliğin sınırları zorlanarak izleyicinin yavaşlatılması ve afiş önünde daha fazla zaman geçirmesi amaçlanmıştır. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte bu açıdan da izleyici eleştirel bir bakış açısı ile derin düşünmeye geçmesi hedeflenmiştir. Dolayısıyla afiş hem biçimsel hem de içeriksel açıdan “yavaş”tır.



Uygulama 2. "Slow Down Extinction", 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Slow Down Extinction” (Yok oluşu yavaşlat) isimli afişin biçimsel analizi: Afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Tek renkten oluşan afişte renk, şekil, çizgi ve doku kullanımı, harflerin zemine yerleştirilmesi bakımından asimetrik bir denge hakimdir. Renkli arka plan pozitif ve aktifken, tipografi ve şekiller dışıdır. İllüstratif bir dille oluşturulan tasarımda ilk bakışta bold yazı karakteri sonrasında ise hayvan silüetleri dikkati çekmektedir. Hayvan figürleri doğadaki haliyle değil soyutlanarak kullanılmıştır. Soyut biçimler oluşturulurken yalınlaştırılmaya özen gösterilmiştir. Bold yazı karakteri ile çizgisel hayvan şekilleri ile kontrast yaratılmak istenmiştir. Afişin tüm yüzeyini kuşatan grafik öğeler serbest stilde bir kompozisyon oluşturulmuştur. “Slow Down Extinction” yazısında serifli bir yazı karakteri olan Angon bold ve majiskül şekilde, “protect biodiversity” yazısında ise daha dar ve sans serif olan SolexRegular majiskül şekilde kullanılmıştır. Genel olarak renk kullanımı, yazı karakteri ve şekil-zemin ilişkisi ile minimalist bir anlatım dili yaratılmaya çalışılmıştır.

“Slow Down Extinction” (Yok oluşu yavaşlat) isimli afişin içeriksel analizi: Afiş içeriksel manada küresel ısınmanın sonucu olarak nesli tükenmekte olan hayvanlara dikkati çekmektedir. Küresel ısınmanın hayvan nesli üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Birincil “Slow Down Extinction” (yok oluşu yavaşlat) ve ikincil bir mesaj olarak eklenen “protect biodiversity” (bioçeşitliliği koru) ifadesiyle bir çözüm önerisi sunmamaktadır. Mavi rengin tercih edilmesinin nedeni ise buzullara bir göndermedir. Küresel ısınmanın buzullarda erimeye neden olması ve oradaki hayvan türlerini etkilemesidir. Grafik öğelerin afişin tüm yüzeyine yayılması izleyicinin dikkatini çekmek ve uzun süre kendini izletmesi için kurgulanmıştır. Böylece biçimsel anlamda yavaşlık sağlanmaya çalışılmıştır. Afiş, ele alınan mesaj açısından Yavaş Hareketi’nin kapsamındadır yani yavaştır. Dolayısıyla afiş hem biçimsel hem de içeriksel boyutta yavaştır.



Uygulama 3. "Human Change", 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Human Change” isimli afişin biçimsel analizi: Tipografik üslupla üretilen afiş, 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Beyaz zeminde, siyah yazı üzerinde parlak magenta rengi kullanılarak yazının görsel etkisi güçlendirilmek istenmiştir. Okumayı yönlendirmek adına marker kalem etkisi yaratacak çizgiler kullanılmıştır. Zeminde beyaz, yazıda ise siyah renk kullanılarak şekil-zemin ilişkisi bakımından net bir algı yakalanmıştır. Yazı tüm zemine kristalografik (eşit ağırlıktaki öğeleri tekrarlayarak oluşturulan denge) denge ile yerleştirilmiştir. Sadece çizgi ve tek renk kullanılan tasarımda minimalist bir tavır dikkati çekmektedir. “We need to change not climate change” (İklim değişikliğine değil bizim değişmeye ihtiyacımız var) ifadesinde Marker Felt yazı karakteri, sağ alt köşedeki daha küçük puntolardaki yazıda ise Gotham sans serif (tırnaksız) yazı karakteri majiskül şekilde kullanılmıştır.

“Human Change” isimli afişin içeriksel analizi: Yazının Marker Felt yazı karakteri ile yazılmasının nedeni mesajın el yazısı etkisinde olması ve postite yazılmış kendimize bir not gibi algılanmasını sağlamak içindir. Afiş, el yazısıyla yazılmış, fosforlu kalemle üzeri çizilmiş, önemli görülen alanları daire içine alınmış bir not gibi düşünülmüştür. Deneysel tarzdaki afişte izleyicinin okumasını yavaşlatmak adına yazı ilk bakıldığı anda okunamayacak ancak odaklanıldığı ve çizgiler takip edildiğinde okunabilecek şekilde tasarlanmıştır. İzleyiciye mesaj karmaşık bir algı verilmesi nedeniyle göz afişi çözümlemek adına tüm yüzeyde tarama yapmaktadır. İzleyicinin bu taramayı yaptığı esnada “we” (biz) kelimesi daire içine alınarak buraya yoğunlaşması ve odak noktası olması istenmiştir. Bize işaret ederek değişime olan ihtiyacımız ön plana çıkartılmıştır. Afiş, ele aldığı konu ve iletmek istediği mesaj bakımından Yavaş Hareketi’nin kapsamındadır. Biçimsel olarak tüm zeminde yayılan harflerle okumanın hızını yavaşlatmakta ve izleyicinin afiş önünde daha fazla zaman geçirmesi amaçlanmaktadır. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte dolayısıyla afişin hem biçimsel hem de içeriksel manada yavaş olduğunu söyleyebiliriz.



Uygulama 4. “Düşünen insandan tüketen insana”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Düşünen insandan tüketen insana” isimli afişin biçimsel analizi:

“Tükenen” ifadesinde renk prizmasında en hızlı renk olarak kabul edilen kırmızı⁴⁷, “düşünen” ifadesinde ise bilgelikle, maneviyatla, beyinsel faaliyetlerle ilişkilendirilen mor renk tercih edilmiştir. “Tükenen” kelimesi 20 derece eğimle, “düşünen” ifadesinde ise -20 derece eğimle yazılarak kontrast oluşturulmuştur. Zeminde ise girdabı anımsatan spiral şekil mavi rengin farklı tonlarda üst üste kullanılarak derinlik etkisi yaratılmak istenmiştir. Düşünen kelimesinden tüketen kelimesine dönüşüm ritmik bir etki yaratmaktadır. “Düşünen” kelimesi serifli (tırnaklı) Blacker Text ile “tüketen” kelimesi ise sans serif (tırnaksız) Gotham bold ile yazılarak kontrast oluşturulmuştur. “Düşünen insandan tüketen insana” ifadesi ise serifsiz Conduit yazı karakteri ile yazılmıştır.

“Düşünen insandan tüketen insana” isimli afişin içeriksel analizi:

Tüketim kültürüne bir eleştiri olarak tasarlanan deneysel tarzdaki afişte, iç içe geçmiş “tüketen” ve “düşünen” kelimeleri metamorfoz (başkalaşım) etkisi yaratılarak izleyicinin okumasını yavaşlatacak şekilde tasarlanmıştır. “Tükenen” kelimesi geriye doğru bir eğimle yazılarak tüketen insanın üretmeyip yattığı ve tembelleştigiğine göndermedir. “Düşünen” kelimesi ise öne doğru eğimli bunun sebebi ise düşünen insanın kendi içine dönmesi ve Auguste Rodin tarafından üretilmiş “Düşünen Adam” heykeli referans alınarak tasarlanmıştır. “Düşünen Adam” heykelinin seçilmesinin nedeni ise heykelin felsefi düşünmeyi simgelemesinden dolayıdır. “Tüketen” ifadesi “düşünen” ifadesinin üzerindedir çünkü günümüz toplumunda “tüketmek” ön plandadır. Afiş, ele aldığı konu ve iletmek istediği mesaj bakımından Yavaş Hareketi’nin kapsamındadır. Biçimsel olarak tüm zeminde yayılan harflerle okumanın hızını yavaşlatmakta ve izleyicinin afiş önünde daha fazla zaman geçirmesi amaçlanmaktadır. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte dolayısıyla afişin hem biçimsel hem de içeriksel manada yavaş olduğunu söyleyebiliriz.

⁴⁷ Fast food mağazalarında kırmızı renk hızlı olmasından dolayı tercih edilir.



Uygulama 5. “Yavaş Tasarımın 15 prensibi”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Yavaş Tasarımın 15 prensibi” isimli afişin biçimsel analizi: Alastair Fuad-Luke’un 2003 yılında kaleme aldığı 15 prensibi içeren “Yavaş Tasarım Manifestosu”nu ele alan afiş, 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Zeminde çizginin ritmik tekrarı ve yeşil rengin iki farklı tonu ile akışkan bir doku yaratılmıştır. Tasarımda asimetrik bir denge benimsenmiştir. Şekil-zemin ilişkisi açısından etkili bir zıtlık yaratılmıştır. Zemindeki yazının büyük kullanımı ve diğer yazıların küçük kullanımı ile görsel zıtlık yakalanmıştır. Tasarımın merkezinde yer alan “slow” pozitif alanı, yeşil renkteki zemin ise negatif alanı oluşturmaktadır. Tipografik bir anlatım dili tercih edilmiştir. “Slow” yazısında akışkan, esnek ve sans serif (tırnaksız) bir yazı karakteri tercih edilirken, 15 prensibi içeren yazılar da ise serifli (tırnaklı) bir yazı karakteri olan Neutraface kullanılmıştır. Serif ve sans serif yazı karakterlerinin bir arada kullanımıyla kontrast yaratılmıştır. Slow yazında kullanılan siyah rengin üzerinde kullanılan hairline şeklindeki beyaz yazı ile üç boyutlu bir etki verilmeye çalışılmıştır. Genel manada renk kullanımı, yazı karakteri ve şekil-zemin ilişkisi bakımından yavaşa uygun bir kompozisyon stili yaratılmaya çalışılmıştır.

“Yavaş Tasarımın 15 prensibi” isimli afişin içeriksel analizi: Afiş içeriksel olarak ele alınan 15 prensip ile yavaş tasarıma dikkati çekmektedir. Zeminde kullanılan yeşil renk ile doğaya, doğala ve dinginliğe gönderme yapılmıştır. Zeminde kullanılan dalga formundaki şekiller akışkan bir etkiye ve hareket algısına neden olmaktadır. Yaratılan akış afişteki anlamla (yavaşlıkla) birleştirilmektedir. Slow yazısı ilk bakışta okunamamaktadır. Bunun nedeni okuyucuyu yavaşlatmak, farklı bir bakış açısı geliştirmesine katkıda bulunmaktır. Baştaki “s” harfi diğer harflerdeki akışı bozmamak görsel bir bütünlük sağlamak amacıyla yatay olarak kullanılmıştır. Akışta olmak aynı zamanda Yavaş Hareketi’nin felsefesinin temelinde yer alan “anda olmak” mottosuna da bir göndermedir. Afiş, görsel iletişimin temel araçlarını kullanarak yavaşlığın içeriğini yansıtmaya çalışmakta, okunabilirliğin sınırlarını zorlamakta ve görselleştirmenin farklı yollarını aramaktadır. Afişte yer alan bilgiler Yavaş Hareketi’ne dahildir dolayısıyla yavaşa hizmet etmektedir. Afiş hem biçimsel hem de içeriksel açıdan yavaştır.

5. 2. “Esnek Afiş” Uygulamaları

“Esnek Afiş”⁴⁸ başlığında yer alan örnekler, esnekliğin yaratılmaya çalışıldığı bazı afiş tasarımlarını içermektedir. Afiş çalışmalarının hepsinde yalın bir görsel dil ve mizah unsuru kullanılmıştır. Tasarımlarda dördüncü bölümde ele alınan mizah kuramlarından, uyumsuzluk kuramı sıkça kullanılmıştır. Tasarlanan afişle, izleyiciye Yavaş Hareketi’nin ele aldığı konuları mizahi bir dille izleyiciye aktarmak amaçlanmaktadır. “Az çoktur” (Less is more) felsefesinden hareketle oluşturulan afişlerde fikir ön plandadır. Tipografinin daha az kullanıldığı, illüstrasyonun ön plana çıktığı tasarımları içermektedir. Tasarımlarda oldukça yalın ve minimalist bir görsel dil benimsenmiştir bunun nedeni ise genel bir izleyici kitlesine hitap edebilmesidir. Bilginin aktarım biçimine getirilen bu afiş uygulamaları ile tezin konusu olan Yavaş Hareketi’nin tasarımın konusu olarak kullanılması anlamına gelmektedir. “Esnek Afiş” uygulamalarında Yavaş Hareketi’ne bağlı kalarak kapitalist bakış açısının eleştirisi amaçlanmaktadır. Protest tavrının hakim olduğu bir anlayış benimsenmiştir. Bunun için literatür taramasıyla elde edilen veriler ve tezde tartışıla gelen konular afiş tasarımı yoluyla politik bir söylem oluşturulmaya çalışılmıştır.

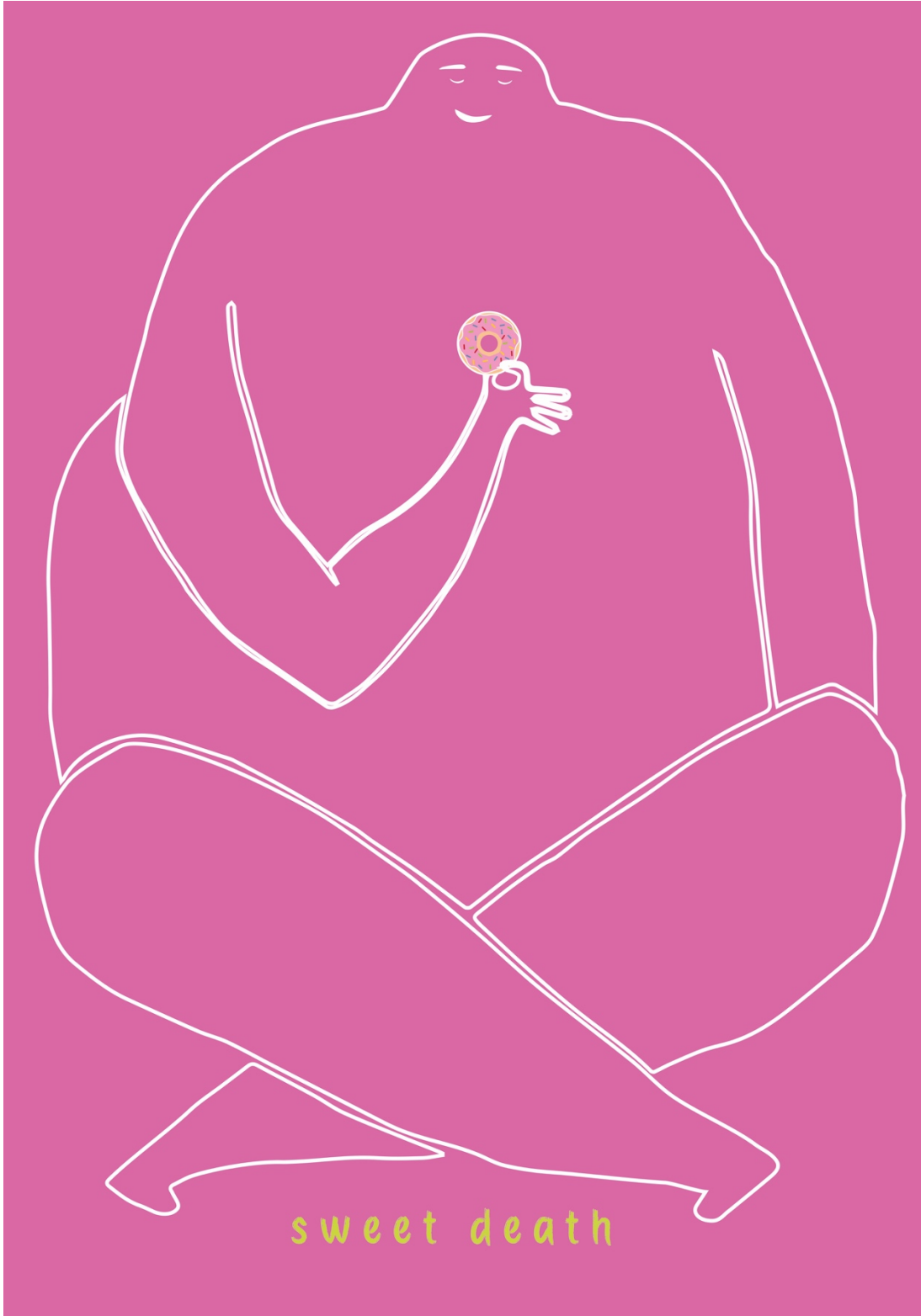
⁴⁸ Şu an bir önerme aşamasında olan “Esnek Afiş”in özellikleri katı bir çerçeve çizmemek adına madde madde yazılmamıştır.



Uygulama 6. “Layklamak”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Layklamak” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif ve minimalist tarzda hazırlanan afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Yumuşak ve fırça ile çizilmiş hissi uyandıran çizgi yapısı ile görsel anlatımda hareket duygusunu uyandırmaktadır. Arka plan renginde, beğeni butonunun yaratıcısı Facebook’un rengi olan mavi kullanılmıştır. İzleyicinin tek bir noktaya odaklamak için tasarımda boşluk geniş bir alanı kaplamaktadır. Orta merkeze yerleştirilen ikon ile merkezi bir denge oluşturulmuştur. Afişte herhangi bir tipografik unsur yer almamaktadır.

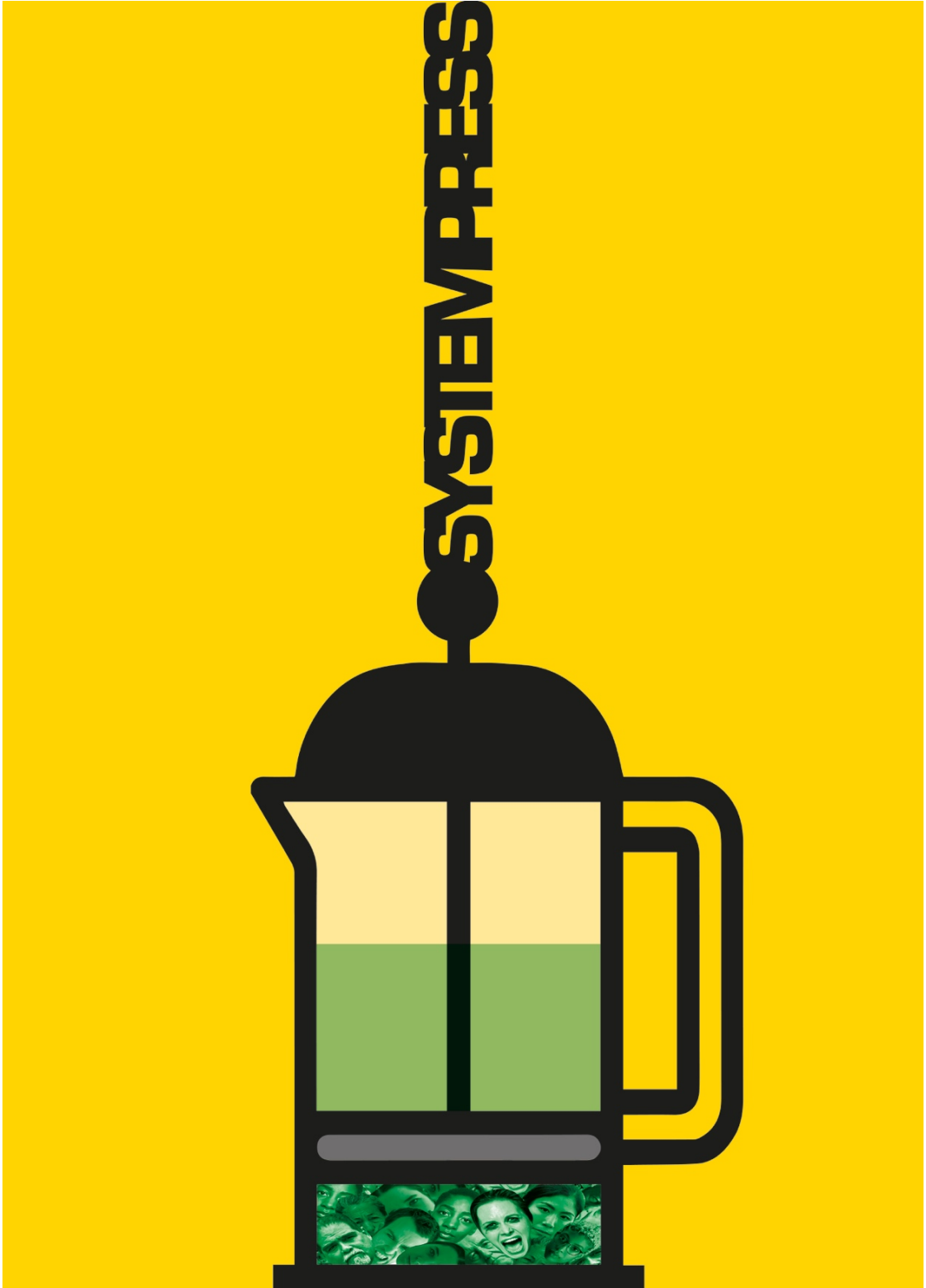
“Layklamak” isimli afişin içeriksel analizi: Bu afiş tasarımı, tüm dünyayı sarmayan beğenilme (like atma) duygusuna tepkiyi ifade etmektedir. Beğenmenin ve beğenilmenin su gibi hayati önem taşıdığı modern zamana bir eleştiridir. Sosyal medyanın hayatımızda işgal ettiği alana bir göndermedir. Sadece paylaşımları beğenmek için geliştirilen bir ikon olsa da zamanla sosyal bir gösterge haline dönüşmüştür. Hatta dopamin kaynağına dönüşerek bağımlılık noktasına varmıştır. Mizahi bir anlatımla şişmiş bir başparmak ile mavi beğeni ikonu bir arada kullanılmıştır. Afişte herhangi bir sözel ifadeye ihtiyaç duyulmadan mesaj iletilmektedir. Afişin adında Türkçe “beğenmek” kelimesi yerine günlük hayatta sıkça kullanılan “layklamak” tercih edilerek, afişteki eleştirel tavrın devam etmesi istenmiştir. Afiş, biçimsel olarak minimal ve kolay anlaşılır bir tasarım anlayışına sahiptir. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte dolayısıyla afiş biçimsel anlamda hızlı, içeriksel anlamda ise yavaştır. İzleyicinin hızlıca dikkatini çekmek, mizahi bir anlatımla da onu eleştirel düşünmeye götürecek hız ile yavaşlık arasında köprü oluşturabilecek “esnek” bir tasarım anlayışıyla tasarlanmıştır.



Uygulama 7. “Sweet Death”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Sweet Death” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif ve minimalist tarzda hazırlanan afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Afiş, el çizimini içeren basit bir kompozisyonla kurgulanmıştır. Arka plan renginde, şeker pembesi kullanılmıştır. Sözel ifade de ise genel armoniyi bozmamak adına donutın üzerindeki şekerlemelerden referansla açık yeşil renk tercih edilmiştir. İnce çizgiler ve çerçeveyi kaplayan büyük insan figürü arasında zıtlık kurulmuştur. “Sweet death” (tatlı ölüm) ifadesi afişin genel diline aykırı olmayacak şekilde el yazısı formunda olan Etchas ile tamamı miniskül olarak yazılmıştır. İnsan figürü ile denge kurması adına olarak figürün hemen altında ortadan hizalı olarak konumlandırılmıştır.

“Sweet Death” isimli afişin içeriksel analizi: Aşırı kilodan vücut formu değişmiş obez bir insan imgesi ile obeziteye dikkat çekilmektedir. Yavaş Hareketi’nin çıkış noktası olan Fast Food’u eleştirel bir anlatımla ele almak için tasarlanan afişte, obezite ile ölüm arasında bağ kurulmuştur. Mizahi anlatımı güçlendirmek için insan silüeti abartılmış ve kilodan formu deforme olmuş şekilde stilize edilmiştir. Oturur bir pozisyonda tasvir edilerek fazla kiloya göndermede bulunulmuştur. Zemin renginde kullanılan şeker ifade eden pembe renk tatlı bir atmosfer yaratılırken ölümle arasındaki zıtlık ön plana çıkarılmıştır. Ölümü ifade eden siyah yerine pembe renk, donutın boyutu ile beden arasındaki orantısal zıtlık mizahi anlatımı güçlendirilmektedir. “Sweet death” (tatlı ölüm) sloganı, görseli desteklemekte ve ölüm riskine göndermede bulunmaktadır. Ölüm ve tatlı ile ironi yapılarak obeziteye dikkat çekilmek istenmiştir.



Uygulama 8. “Systempress”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Systempress” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif bir tarzda hazırlanan afiş, 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Tek renk zemin üzerinde orta merkezli tasarımı ve basit görsel diliyle minimalist bir tarza sahiptir. Tasarımda büyük bir alanı kaplayan boşluk, merkezdeki figürün etkisini arttırmaktadır. Sarı renk zemin kullanımı ile french pressin odak noktası haline gelmiştir. French presste kullanılan kalın siyah kontur çizgileriyle şeklin zeminden ayrışması ve dikkat çekmesi istenmiştir. “Systempress” yazısında serifsiz bir yazı karakteri olan Eurostile bold ve majüskül şekilde kullanılmıştır. Harfler arasındaki espas tamamen kaldırılarak, harflerin iç içe geçtiği bir görüntü elde edilmek istenmiştir.

“Systempress” isimli afişin içeriksel analizi: Çalışmada yer alan görsel kurgu ile bir çok insanın sistem tarafından ezilmesine bir eleştiri getirilmek istenmiştir. Mizahi bir anlatımla mevcut sosyal, siyasal ve ekonomik sistemin eleştirisi yapılmıştır. Mevcut kapitalist sistemin insan üzerindeki ezici etkisini mizahi bir dille ele almaktadır. Güçlünün (mutlu azınlık) zayıf karşısındaki üstünlüğüne ve onun emeğini sömürmesinin nedenselliği sorgulanmaktadır. Verilmek istenen mesaj bağlamında “system” ve “press” kelimeleri bir araya getirilmiştir. Kahve filtre etmek için kullanılan “frenchpress” ile “systempress” arasında bir analogi kurulmak istenmiştir. Farklı yaş, cinsiyet ve ırklardan insan yüzleri ile toplumdaki farklı kesimlere göndermede bulunulmuştur. Hastalıklı ve dikkat çekici olması için insan yüzlerinde yeşil renkte filtre kullanılmıştır. İnsanların ezilerek suyunun çıkması ifadesi ve sistemin hastalıklı bir hal alması yeşil renkte kullanılarak safraya göndermedir. “Systempress” yazısı oldukça yakın espasla kullanılarak tipografik olarak da sıkışmışlığa gönderme yapılmak istenmiştir. Afiş, ele alınan mesajın içeriği açısından Yavaş Hareketi’nin kapsamındadır. Tasarım biçimsel açıdan hızlı, içeriksel açıdan ise mizahi anlatımla izleyiciyi eleştirel ve derin düşünmeye yani Sistem 1’den sistem 2’ye taşınması bakımından yavaştır. Dolayısıyla afişin biçimsel olarak “hızlı”, içeriksel olarak “yavaş” yani “esnek” olduğunu söyleyebiliriz.



WHICH ONE IS MORE NEEDED?

Uygulama 9. “Vaccine Patent Rights”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Vaccine Patent Rights” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif bir tarzda hazırlana afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Tek renk zemin üzerinde orta merkezli tasarımıyla afiş, minimalist bir tarza sahiptir. Aşı şişeleri ritmik olarak çoğaltılarak kalp imgesi oluşturulmuştur. İki boyutlu afiş düzleminde perspektif kullanımı ile de derinlik sağlanmıştır. Zeminde kullanılan magenta rengi ile beyaz şişeler ön plana çıkarak zıtlık oluşturmaktadır. Ortada yer alan aşı şişesinin kapağında diğerlerinden farklı olarak sarı renk tercih edilerek ve perspektif etkisi ile odak noktası oluşturulmuştur. Çalışmada yaklaşık olarak %50 oranındaki boşluk kalp formunu öne çıkarmakta ve etkisini güçlendirmektedir. Afişin tamamında minimal tarzı desteklemesi açısından sans serif (tırnaksız) bir yazı karakteri olan Gotham tamamı majüskül olarak kullanılmıştır. Yazının zeminde rahat okunabilmesi adına beyaz renk tercih edilmiştir.

“Vaccine Patent Rights” isimli afişin içeriksel analizi: Tüm dünyayı etkisine alan ve küreselleşmenin de etkisiyle hızla yayılan Covid-19 pandemisini konu alan afiş, aşı patent haklarına dikkati çekmektedir. Her ne kadar Dünya Sağlık Örgütü’nü üyeleri “gelişmekte olan ülkelerde aşı arzını arttırmak ve Covid-19 aşılara ilişkin patent haklarından feragat etme” önerisini sunmuş olsa da böyle bir karar alınamamıştır. Varlıklı ve gelişmiş ülkeler bu öneriye karşı çıkmıştır⁴⁹. “Which one is more needed?” (hangisine daha çok ihtiyaç var?) sorusuyla izleyicide eleştirel bir bakış açısı yaratılmaya çalışılmıştır. Patent haklarının mı yoksa insanın mı önemli olduğu sorusunu akıllara getirmek amacıyla aşı şişelerinden kalp formu oluşturulmuştur. Yaşam ile aşı arasında bir bağ kurulmaya çalışılmıştır. Zeminde kullanılan magenta renk ile kalbi, merhameti simgelemektedir. Tasarım biçimsel açıdan hızlı, içeriksel açıdan ise mizahi anlatımla izleyiciyi eleştirel ve derin düşünmeye yani Sistem 1’den Sistem 2’ye taşınması bakımından yavaştır. Dolayısıyla afişin biçimsel olarak “hızlı”, içeriksel olarak “yavaş” yani “esnek” olduğunu söyleyebiliriz.

⁴⁹ 20.11.2021 tarihinde <https://tr.euronews.com/2021/05/05/covid-19-as-s-nda-patent-hakk-feragati-hangi-ulkeler-bast-r-yor-ilac-firmalar-n-n-argumanl> haber sayfasından alınan bilgilere göre hazırlanmıştır.



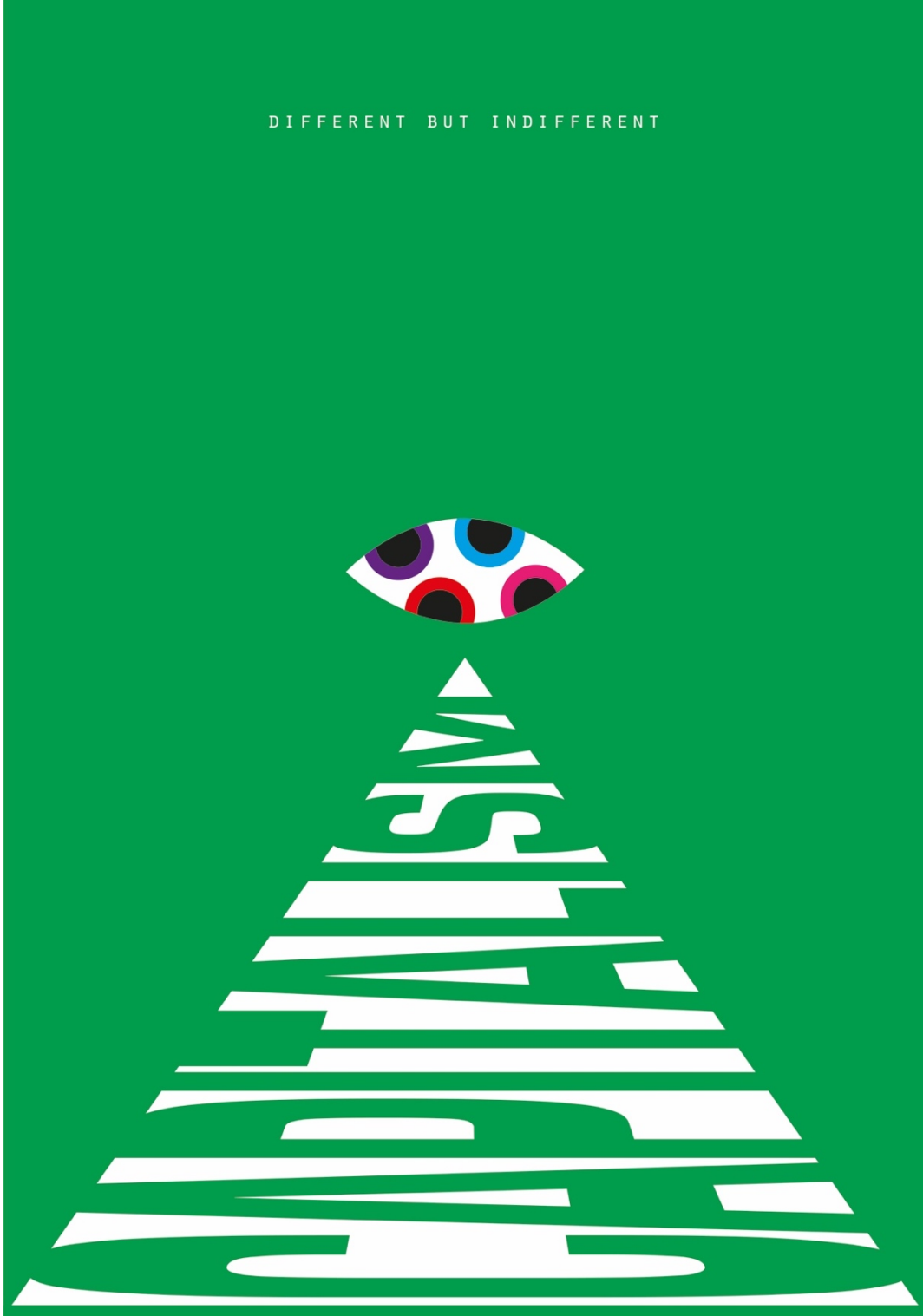
Uygulama 10. "Stop war!", 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Stop war!” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif ve minimalist bir tarzda hazırlanan afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Frekans aralığı yüksek kırmızı zemin üzerinde frekans aralığı düşük siyahın yoğun etkisinden yararlanarak kız çocuğu figürüne dikkat çekilmiştir. Diğer afişlerden farklı olarak bu çalışmada fotoğraf kullanılmıştır. Fotoğraf kullanımı ile savaşın çocuklarda oluşturduğu etkinin hissiyatı arttırılmak istenmiştir. Fonda Kremlin Sarayı’nın çatı görselleri tekrarlanarak ritim oluşturulmuştur. Çalışmada boş alan geniş bir alandır. Kız çocuğunun gözleri vurgulanmak istediğinden figürün tamamı değil yakın planda yarısı kullanılmıştır. Yalın çizgilerle basit bir anlatım yakalanmıştır. “Stop war! Don’t play with children’s dream” (Savaşı durdurun! Çocukların hayalleri ile oynamayın.) ifadesinde tasarımın genel minimalist tarzına uygun olarak sans serif bir yazı karakteri olan Gotham tercih edilmiştir. Yazı tasarımdaki dengeyi sağlamak adına iki satır halinde sağ üst köşede kullanılmıştır.

“Stop war!” isimli afişin içeriksel analizi: Rusya-Ukrayna Savaşı⁵⁰’nın başladığı tarihlerde oluşturulan afiş ile savaşların bitmesini, çocukların savaş yüzünden yaşadığı korkular ele alınmıştır. Savaşın ortasında mermi yağmurunun altında kalan küçük bir kız çocuğunun hisleri görselleştirilmeye çalışılmıştır. Zeminde mermi yerine Rusya’nın Ukrayna’yı vurmasına bir gönderme olarak Rusya’nın sembolü olan Kremlin Sarayı’nın çatısı kullanılmıştır. Korkudan ağlamakta olan kızın gözlerinden akan gözyaşları arasındaki hayalleri, oyuncak figürleri kullanarak aktarılmıştır. Gözyaşının beyaz renkte kullanımı saflığa vurgudur. Ayrıca beyaz renk kullanılarak siyahla zıtlık yaratılmak istenmiş ve odağın gözyaşı olması istenmiştir. Zeminde kırmızı rengin tercih edilme nedeni ise savaşlarda akan kanlara göndermedir. Tasarımda gözyaşı abartılarak mizahi bir tarz yakalanmak istenmiştir. Tasarımdaki sözel bilgiler yatay düzlemde sağ üstte kullanılarak sağdaki figürle denge oluşturulmuştur. Tipografik metin siyah renkte kullanılarak ana odak olan gözyaşının önüne geçmemesi istenmiştir. Karanlığı, boşluğu, kötülüğü, olumsuzluğu simgeleyen siyah kız çocuğunun ruhunda meydana gelen hasarı anlatmaktadır. Kırmızı ise savaşları, vahşeti, kanı simgelemektedir. Savaşın çocuklar üzerindeki yıkıcı etkisini konu alan afiş, içerik olarak Yavaş Hareketi’nin felsefesine uygundur.

⁵⁰ 24 Şubat 2022 tarihinde Rusya Ukrayna’yı işgal etmiştir.

Afiş biçimsel açıdan incelendiğinde hızlı, içeriksel açıdan incelendiğinde ise yavaştır.



Uygulama 11. “Capitalism”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Capitalism” isimli afişin biçimsel analizi: Afiş, 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Minimalist tarzı yakalayabilmek adına çizgi, renk ve tipografi kullanımı oldukça yalındır. İzleyiciyi tek bir noktaya odaklamak adına boşluk tasarımı geniş bir etki alanına sahiptir. Zeminde kullanılan yeşil renk ile vurgu arttırılmıştır. Gözbebeklerinde ise gerçeğe uygun olmayan mor, kırmızı, pembe ve mavi renkler tercih edilerek dikkat çekmek istenmiştir. Perspektif kullanımı ile derinlik etkisi yaratılmıştır. “Diffirent but indifferent” (farklı ama farksız) yazısı beyaz renkte, tamamı majiskül olarak Orator yazı karakteri ile yazılmıştır. “Capitalism” (Kapitalizm) yazısı ise serifsiz bir yazı karakteri olan Eurostile ile majiskül olarak yazılmıştır.

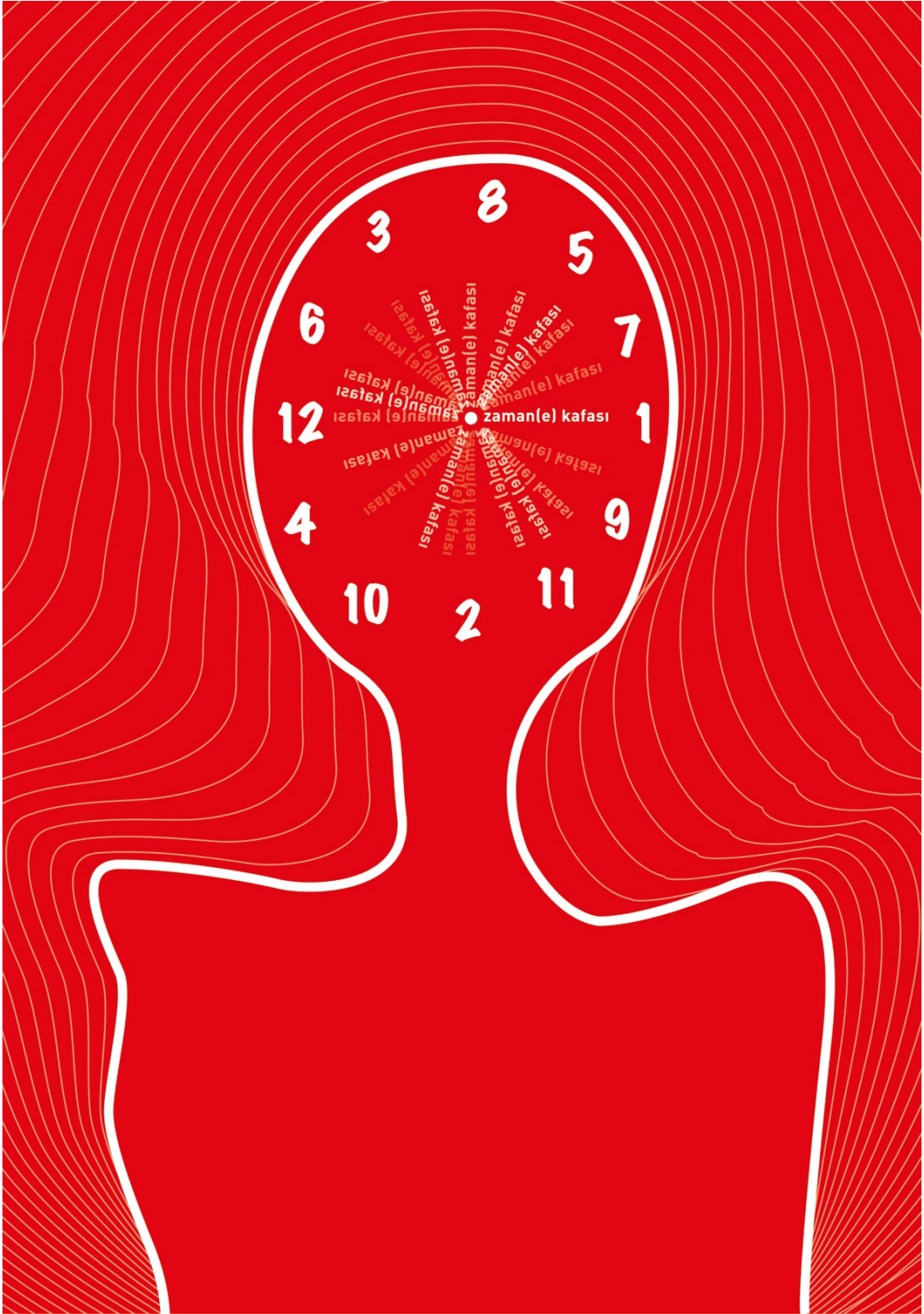
“Capitalism” isimli afişin içeriksel analizi: Kapitalizm ile göz arasında bir bağ kurulmaya çalışılmıştır. Gözün içinde farklı renklerde göz bebekleri kullanılarak kapitalizmin tektipleştirici (standartlaştırıcı, aynılaştırıcı) etkisi mizahi bir dille ele alınmıştır. İzleyiciyi kapitalizm üzerine düşünmeye davet eder. “Different but indifferent” (farklı ama farksız) ifadesi ile kapitalizme göndermede bulunur. Her şeyin farklı gibi gösterildiği ancak aslında her şeyin birbirine benzediği bir dünya görüşü. Kapitalist ideoloji ve küreselleşme standartlaşmış bir kültür endüstrisi sunmaktadır. Farklılar ön plana çıkarılmak istenmekte fakat aslında tektip bir bakış açısı sunulmaktadır. Zeminde tercih edilen yeşil renk, kapitalizme bir göndermedir. Yavaş Hareketi tektipleşmeye karşı çıkmaktadır bu açıdan afiş Yavaş Hareketi’nin görüşünü içermektedir. Biçimsel olarak minimal bakıldığı anda anlaşılabilen (hızlı) ancak mizahi anlatımıyla izleyicide eleştirel düşünmeyi tetikleyen ve yavaş düşünmeye sevk eden bir tarzıdır.



Uygulama 12. "Digital equality", 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Digital equality” isimli afişin biçimsel analizi: Afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Diğer afişlerde olduğu illüstrasyon kullanılmıştır. İnternet bağlantısını anlatabilmek adına mavi renkte Fi-Fi işareti kullanılmıştır. Wi-Fi işaretine üç boyut kazandırılarak çalışmaya derinlik kazandırılmıştır. Mavi üzerinde tırmanma duvarında kullanılan apartlarında farklı renklerle vurgu arttırılmak istenmiştir. Tırmanan insan silüetleri siyah renkte kullanılarak zeminden ayrılarak odak oluşturulmak istenmiştir. “An unreachable signal for so many” (Pek çoğu için sinyal erişilemez) yazısı Exo 2.0 yazı karakteri ile tamamı miniskül olarak yazılmıştır. Yazının turuncu renkte kullanılmasının nedeni ise mavi renkteki Wi-Fi işareti ile kontrast oluşturmaktır. Yazı eğimli bir düzlem üzerine yazılarak bütünlük oluşturulmuştur.

“Digital equality” isimli afişin içeriksel analizi: 2020 yılında yaşanan Covid-19 pandemisi ile güncel bir konu olan “dijital eşitlik” meselesinin aciliyetini arttırmıştır. Dijital eşitlikten kasıt, tüm bireylerin bilgisayar ve internet sistemlerine eşit erişimidir. Bu afiş çalışmasıyla güncel bir konuya dikkat çekilmek istenmiştir. Wi-Fi işaretinin erişilmesi güç bir yükseklik ile yükleme hızına ve internet erişimine gönderme yapılmıştır. Yazı görselle olan bütünlüğünü bozmamak adına eğimli bir düzlem üzerine yerleştirilmiştir. “An unreachable signal for so many” ifadesi ile internet erişiminin bir insan hakkı olduğuna vurgu yapılarak konuya dikkat çekilmiştir. Bağlantı kopukluklarını anlatmak içinse düşen insan silüetleri kullanılmıştır. Biçimsel olarak minimal ve kolay anlaşılır bir tasarım anlayışına sahiptir. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte dolayısıyla afiş biçimsel anlamda hızlı, içeriksel anlamda ise yavaştır. Biçimsel katmanda hızlı ancak içeriksel katmanda mizahi anlatımıyla izleyicide eleştirel düşünmeye sevk eden yavaş bir tarzda ele alınan afiş, “esnek” olarak tasarlanmıştır.



Uygulama 13. “zaman(e) kafası”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“zaman(e) kafası” isimli afişin biçimsel analizi: İllüstratif bir tarzda hazırlanan afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Afişin zeminini kaplayan kırmızı renk hızı çağrıştırmakta ve verilmek istenen mesaj güçlendirilmeye çalışılmıştır. Dinamik yapıdaki çizgi kullanımı ile hızın etkisi hissettirilmek istenmiştir. Aynı şekilde yazıdaki düzensiz tekrar ile afişte dinamik bir hareket algısı oluşturulmuştur. “Zaman(e) kafası” ifadesi sans serif bir yazı karakteri olan DIN ile tamamı miniskül olarak yazılmıştır.

“zaman(e) kafası” isimli afişin içeriksel analizi: Yavaş Hareketi’nin karşı çıktığı hıza odaklanan afiş çalışmasında mizahi bir anlatımla insan kafası saatle ilişkilendirilmiştir. Modern dünyanın öğretisi olan hız, artık tüm benliğimizi kaplayan saat metaforu ile aktarılmıştır. Yavaş Hareketi’nin dikkat çektiği en önemli konularından biri olan “zaman” eleştirel bir tarzda ele alınmıştır. Merkezde dönen yazı ritmik olarak tekrar edilerek hızı anımsatmaktadır. Böylece hem tipografik olarak bir etki hem de içeriğe uygun bir görsel ifade yaratılmaktadır. Saatin üzerinde yer alan rakamlar ise anlamı güçlendirmek ve mizahi bir anlatım yaratmak adına karıştırılmıştır. Zamanın hızından başın dönmesi ve her şeyin karışması ifade edilmek istenmiştir. Bedenin formunun bozularak ve net olmayan çizgisel bir ifadeyle anlatılması hızın insan bedeninde yarattığı etkiye göndermedir. Afiş, biçimsel manada minimal ve kolay anlaşılır bir tasarım anlayışına sahiptir. İçeriksel manada ise Yavaş Hareketi’nin ele aldığı meselelere dikkati çekmekte dolayısıyla afiş biçimsel anlamda hızlı, içeriksel anlamda ise “yavaş”tır. Dolayısıyla hızlıdan yavaşa geçişi sağlayan “esnek” bir tarzda tasarlanmıştır.



Uygulama 14. “Upside Down”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Upside Down” isimli afişin biçimsel analizi: Afiş 70x100 cm boyutlarında dikey olarak tasarlanmıştır. Diğer afişlerdeki gibi illüstrasyon kullanılmıştır. Tasarımda yalın bir anlatım dili yakalamak ve vurgu yaratmak adına boşluğun güçlü etkisinden yararlanılmıştır. Tasarıma anlamı vermek için negatif alan, anlamı öne çıkarmak için ise pozitif alan kullanılmıştır. Zeminde dişil gücü temsil etmek için kırmızı ile eril gücü temsil etmek için kullanılan mavi rengin karışımından elde edilen mor renk tercih edilmiştir. Minimalist tarzı öne çıkarabilmek adına merdiven olabildiğinde soyutlanmış ayrıntılarından arındırılmıştır. Tasarımda erkek ve kadın figürler birbirlerine ters olarak konumlandırılarak birinin yukarı doğru çıkarken, diğerinin aşağı doğru indiği görsel bir illüzyon yaratılmak istenmiştir. “If everything turns upside down” (Her şey tersine dönerse) yazısı Pulang yazı karakteri ile tamamı majiskül olarak yazılmıştır. Yazının negatif kullanımı ile tasarımda dil birliği sağlamak amaçlanmıştır. Yazının dikey olarak konumlandırılarak tasarımın dikey kompozisyonu korunmak istenmiştir.

“Upside Down” isimli afişin içeriksel analizi:

Afiş, toplumsal eşitliği konu edinmektedir. Optik yanılsama kullanılarak kadın-erkek eşitsizliklerini hicivsel bir tarzda yorumlanmaya çalışılmıştır. Kadın-erkek arasındaki eşitsizliği bakış açımızdaki değişimle dönüşebileceği vurgulanmaktadır. Afişte kullanılan “If everything turns upside down” (Her şey tersine dönerse) mesajı ile desteklenmek istenmiştir. Zeminde kullanılan mor renk ile kadın-erkek düallitesi güçlendirilmek istenmiştir. Afiş, biçimsel olarak minimal ve kolay anlaşılır bir tasarım anlayışına sahiptir. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin kapsamında yer alan kapitalist sistemi eleştiren içeriğiyle “yavaş”tır dolayısıyla afiş biçimsel anlamda hızlı, içeriksel anlamda ise yavaştır. İzleyicinin hızlıca dikkatini çekmek, mizahi bir anlatımla da onu eleştirel düşünmeye götürecek hız ile yavaşlık arasında köprü oluşturabilecek “esnek” bir tasarım anlayışıyla tasarlanmıştır.



Uygulama 15. “Gösteri Toplumu”, 70x100 cm, dijital illüstrasyon, 2022.

“Gösteri Toplumu” isimli afişin biçimsel analizi: Sürrealist bir tarzda illüstratif olarak tasarlanan afiş 70x100 cm boyutlarında ve dikeydir. Kırmızı renk gözlerle vurgu yapılmıştır. Perspektif kullanılarak oluşturulan derinlik algısı ile üç boyutlu bir oda etkisi yaratılmıştır. İzleyiciyi tek bir noktaya odaklamak için tasarımda boşluk geniş bir alanı kaplamaktadır. “Gösteri toplumunun edilgen ruhu” ifadesi sans serif bir yazı karakteri olan Bebas Neue ile tamamı majüskül olarak yazılmıştır. Merkezdeki odağı dağıtmamak için tipografik öge dikey düzlemde askıdaki gözlerin hemen yanında konumlandırılmıştır.

“Gösteri Toplumu” isimli afişin içeriksel analizi: Afiş, gösteri toplumu ile ruh arasındaki ilişkiyi konu edinmektedir. Modern çağın ruhuna zeitgeist⁵¹ kavramına gönderme olarak tasarlanmıştır. Guy Ernest Debord’un gösteri kavramını geliştirdiği eleştirel teorisi ile göz arasında bir bağ kurulmuştur. Debord “Gösteri Toplumu” kitabında toplumsal düzeni ve kapitalist üretim sistemle olan yakın ilişkisini eleştirmektedir. Gösteri toplumunun gözü olarak stilize edilen göz formu bakmaktan yorulmuş ve kanlanmış hatta akmaya başlamış bir şekilde ifade edilmiştir. Üç boyutlu etki ile oluşturulan boş oda formu ile insanın ruh dünyası tasvir edilmek istenmiştir. Bu bağlamda boş odadaki gözler, insan davranışlarını etkileyen, gözetleyen özelliği ile insan ruhunu etkileme gücünü sembolize etmektedir. Afişteki mizah anlayışı, mizah kuramlarından ikincisi olarak ele alınan uyumsuzluk (aykırılık) kategorisine dahil edilebilir. Gözün gerçeklikten kopararak farklı bir şekilde kullanılması ile beklenilenin aksinin oluşması amaçlanmıştır. Afiş, biçimsel olarak minimal ve kolay anlaşılır bir tasarım anlayışına sahiptir. İçeriksel olarak ise Yavaş Hareketi’nin kapsamında yer alan kapitalist sistemi eleştiren içeriğiyle “yavaş”tır dolayısıyla afiş biçimsel anlamda hızlı, içeriksel anlamda ise yavaştır. İzleyicinin hızlıca dikkatini çekmek, mizahi bir anlatımla da onu eleştirel düşünmeye götürecek hız ile yavaşlık arasında köprü oluşturabilecek “esnek” bir tasarım anlayışıyla tasarlanmıştır.

⁵¹ Bir çağın (dönemin) duygu ve düşünce biçimini ifade eder.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Çağdaş dünyada “yavaşlık” hala gelişmekte olan bir hareket ve düşünme biçimidir. Hayatın birçok alanında ve pek çok eylem sahasında ya da akademik disiplinde tartışıla gelen yavaşlıkla ortaya çıkan değişimin açılımlarını grafik tasarım açısından da sorgulamak bu bağlamda önemlidir. 2000’li yıllarla birlikte yavaşlığa yönelik ilgi artışı göz önüne alınırsa, bu tür bir sorgulama daha acil bir hal almıştır denilebilir. Bu bağlamda grafik tasarımda “yavaşlığa” odaklanan bu sanatsal tez araştırmasının amacı, grafik tasarımda yavaşlığın nasıl olabileceğine dair bir tartışma başlatmak, “Yavaş Afiş”in nasıl olabileceğine dair öneriler getirmek ve hız/yavaşlık ikiliğini “Esnek Afiş” ile aşmaya çalışmaktır. “Yavaş” ve “Esnek” afişe dair pratik boyutu da olan bir araştırma ile bulgular ortaya konulmasının önemli olduğu savunulabilir. Araştırma bir sanatsal düşünüm ve üretim süreci ile el ele gitmiş, bu bağlamda uygulama temelli (practice-based) bir sorgulama sürecinde elde ettiği bulgular doğrultusunda “Yavaş Afiş” ve “Esnek Afiş” kavramsallaştırması yapılmıştır.

1980’lerin sonlarında Fast Food tarzının yayılmasına karşı ortaya çıkan muhalif bir hareket olarak tanımlanan Yavaş Hareketi, pek çok alanda etki göstermiştir. Bu çalışmada hareketin grafik tasarım alanına nasıl yansıyabileceği incelenmiştir. Grafik tasarım gibi hızın ön planda olduğu bir alana “yavaş”lık perspektifinden bakmak her ne kadar paradoksal gibi görülse de bu çalışmanın amacı, eleştirel bir perspektiften bakarak yeni olasılıklar ortaya koyabilmektir. Bu, bir bakıma endüstrileşme ile etkin hale gelen hız üzerine kurulu olan tasarım anlayışına uzaklaşma ve yeni olanaklara yakınlaşmadır. Çağımızda Modernizme yöneltelen eleştirilerin arttığı gözlemlenmektedir. Yavaş Hareketi de bu eleştirel akımlardan bir tanesidir. Ortaya çıkan eleştiriler ve alternatif bakış açıları akademik ve sanatsal düşünce açısından incelenmeye değerdir. Yavaş Hareketi, pek çok alanda tartışma başlatmış olmasına rağmen özellikle görsel sanatlar bağlamında uygulamalar ile konunun ele alınması hususunda ilgili literatürde eksiklikler olduğu açıktır.

Yavaş Hareketi’ni yerleşik bir anlam kazandığı şekliyle yalnızca yerellik, sürdürülebilirlik, doğal yaşam gibi konular üzerinden ele almanın ya da sadece üretim/tüketim sürecini yavaşlatmak gibi kavramlaştırmanın hareketin felsefi ve

politik temelleri açısından derinlikten yoksun olduğunu söylemek yanlış olmaz. O halde Yavaş Hareketi’yi eleştirel ve teorik açıdan derinlikli bir şekilde ele alan çalışmaları takip ederek konuyu “denge” kavramı üzerinden düşünmenin daha doğru olacağı ileri sürülebilir. Ayrıca “yavaş”ın bir noktadan sonra az sayıda, yeterli zamana ve maddi ya da entelektüel kaynağa sahip elit gruplar için bir seçenek haline geldiği veya şartlar nedeniyle “yavaş” kavramı bağlamında farklı alanlarda getirilen “yavaş pratikler” ya da “yavaş yaşam” önerilerinin geniş kitlelerce uygulanamaz olduğu gözlemlenmiştir. “Yavaş”ın hız toplumunun eleştirisinde kullanılan bir nosyon haline gelebilmesi için “hızlı” nasıl ekonomik/politik bir paradigma ise “yavaş”ın da bunu bozan yeni bir paradigma olması gerektiği sonucunu çıkarmak yanlış olmaz. Tüm bu eleştirilere rağmen Yavaş Hareketi pek çok sorunları görünür kılması, tartışmaya açması, bizi politik ve felsefi temellerimiz açısından sarsması dikkate alındığında etkisi yadsınamaz bir akımdır.

Yapılan taramalarda ilgili literatürde “Yavaş Grafik Tasarıma” dair doğrudan ilgili olduğu söylenebilecek yalnızca iki çalışma tespit edilmiştir. Bu çalışmaların bazı açılardan eksiklikleri olduğu iddia edilebilir. Bjornard’ın (2015) çalışması, okumanın yavaşlatılmasına yönelik ve farklı okuma yöntemleri sunan bir anlayışa sahiptir. Tasarımların içeriksel (mesaj) anlamda Yavaş Hareketi’nin içeriğine uygun konuları ele almadığı, bizi düşünmeye sevk edecek bir üslupta olmadığı ve Yavaş Hareketi’ni tam olarak yansıtmadığı düşünülmektedir. Muir’in (2017) makalesi ise, grafik tasarımda tüketim konusuna ve tasarımın tüketim konusunda masum olmadığına dikkat çekilmesi, yerelliğin yüceltilmesi, Batının sömürgeciliği ile baş edebilmek için Güney Afrika’daki grafik tasarımcıların bu kolonyal etkiyi nasıl aşabileceğine dair bir tartışma yaratması açısından dikkat çekicidir. Muir’in çalışması politik açıdan başlattığı tartışma açısından Bjornard’ın çalışmasına göre Yavaş Hareketi’nin perspektifine daha uygundur denilebilir. Yine de söz konusu çalışmanın, grafik tasarım özelinde yavaşlığın sorgulanması anlamında bir pencere açmış olmakla birlikte tasarıma yönelik herhangi bir örnek (uygulama) içermemesi bakımından pratikte sorunun nasıl açılmanabileceğine dair fikir sunmak açısından eksik olduğu söylenebilir.

Bu eksikliği ortadan kaldırmak adına “hız” ve “yavaş” ikiliğine biçim-içerik ilişkisinin bütüncül ölçeğinde bakmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır. Çalışma açısından son derece önemli olan biçim ve içerik ayrımı, bir tasarım ürününün alımlayıcısı tarafından algılanması ve içerikteki mesajın anlaşılması safhalarının gerçekleşmesi sürecini ikiye ayırmaktadır. Bu ikili ayrım, gerçekleşme (algılama ve anlama) sürelerine göre farklı tasarım biçimlerinin ortaya çıktığı önermesi “hızlı” ve “yavaş” terimleri kullanılarak kavramlaştırılmıştır. Algılama + Anlaşılma şeklinde kavramlaştırılarak önerilen dört farklı tasarım kategorisi ise şöyledir: hızlı/hızlı, hızlı/yavaş, yavaş/hızlı ve yavaş/yavaş. Çalışmanın amaçları ve sınırlılıkları çerçevesinde sadece Yavaş/Yavaş (Yavaş) Ve Hızlı/Yavaş (Esnek) afiş detaylı olarak tanımlanmış ve bunlara ilişkin uygulamalar yapılmıştır. Postmodern paradigmalara paralel olarak düşünülen “Yavaş Afiş”, grafik tasarımcılara bu çağın ruhuna uygun olarak daha geniş bir düşünme ufku açabilecek, çok boyutluluk arayışına ve seri üretimin standartlaştırıcı etkisini aşmak adına bir alternatif olabilir. Sonuç odaklı düşünmenin egemenliğini yitirip süreç odaklı tasarımların ağırlık kazandığı günümüzde “Yavaş Afiş” tasarımcılar için yol gösterici olabilir. Fakat “Yavaş Afiş”in hem biçimsel (görsel) hem de içeriksel (mesaj) anlamda yavaş olması anlamlı olmasına karşılık elitizm tehlikesiyle de karşı karşıyadır. Bu noktada dikkat çekici olan husus “Yavaş Afiş”in okunmasının ve anlaşılmasının zaman alacağı, bu nedenle de kitlesel olamayarak belli bir entelektüel kesime hitap edebileceğidir. Yavaş Hareketi’nin ise kitlesel bir hareket olması amacının hareketin doğasına uygun olduğu düşünüldüğünde “yavaşlatma” yaklaşımının tam olarak bu amaca ulaşamayacağı ve Yavaş Hareketi’nin genel doğasına aykırı bir sonuç doğurabileceği düşüncesinden hareket edilmiştir. Dolayısıyla burada yeni bir nosyona ihtiyaç olduğu düşünülmüş bu nedenle de “Esnek Afiş” kavramlaştırması geliştirilmiştir.

“Esnek Afiş” grafik tasarımda yavaşlığa odaklanan bu tez çalışmasının yeni kavram arayışının son durağı olarak görülebilir. Hızı ve yavaşı birbirinden zıt iki nokta olarak düşünecek olursak, hızın ve yavaşın varlığının bir arada olduğu üçüncü bir nokta ise “esneklik” olarak düşünülebilir. “Esnek Afiş”, Heidegger’in derin düşünmesinden ve Kahneman’ın çalışmalarından referansla izleyiciyi hızlı

düşünmeden (Sistem 1'den) yavaş düşünmeye (Sistem 2'ye) götürebilecek bir tasarım anlayışı ortaya koymaya çalışır.

Bahsedilen esnekliği sağlayabilecek bir unsur olarak ise “mizah” ögesinin tasarıma içkin olması gerektiği fikri geliştirilmiştir. Elbette esnekliği sağlayacak “mizah” dışında başka unsurların olmadığını söylemek doğru bir sanatsal ve bilimsel bir tavır olmaz. Ancak çalışmanın takvimsel ve sanatçı-araştırmacının maddi ve entelektüel sınırlılıkları çerçevesinde “mizah” üzerine yoğunlaşılması uygun görülmüştür. Bunun temel sebebi, mizahın izleyicinin dikkatini hızlı bir şekilde yakalayabilir/çekebilir (“catchy” içeriğe katkıda bulunan) bir unsur olması yanında “beklenmedikliğin” (incoherence) sağlanması aracılığıyla dikkati yakaladıktan sonra izleyiciyi verilen iletiyle alakalı daha yavaş (derin) düşünme düzeyine geçirebilecek bir unsur olarak faydasının görülmesi olmuştur. Mizahın bu rolüne ilişkin çalışmalara da metin içinde yer verilmiştir.

Afiş tasarımında yaratılmaya çalışılan anlamsal katmanların mizah ile birleştirildiğinde daha güçlü bir yapıya sahip olduğu gösterilmeye ve örneklerle desteklenmeye çalışılmıştır. Kısacası, “Esnek Afiş” olarak kavramsallaştırmaya çalışılan afiş tasarımlarında mizah, izleyiciyi hızlı düşünmeden yavaş düşünmeye götürecek köprü olarak düşünülmüştür. “Esnek Afiş” biçimsel olarak hızlı (izleyiciyi hızlıca yakalayan tasarımlar) fakat içeriksel anlamda yavaş olan (Yavaş Hareketi'nin içeriğine uygun konuları seçen ve izleyiciyi yavaş düşünmeye sevk eden tasarımlar) afiş tasarımları olarak tanımlanmaya çalışılmıştır. “Esnek Afiş”; kitlesel bir izleyici kitlesine ulaşmayı, politik, siyasi, sosyal, kültürel bir içerikle, soyutlama yaparak ve mizahı kullanarak düşündürmeyi hedeflemektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulguların yeniden altını çizmek gerekirse; literatürde “yavaş” olarak ele alınan çalışmalarda aslında yavaşın sadece kelime anlamı olarak, yani okumayı yavaşlatma gibi anlaşıldığı tespit edilmiştir. Yavaş tasarım olarak adlandırılan pek çok çalışmanın aslında Yavaş Hareketi'nin temelini oluşturan tüketim, küreselleşme ve kapitalizm karşıtı söylemini yansıtmadığı görülmüştür. Nihayetinde gün ışığına çıkan şey, “Yavaş Grafik Tasarım” olarak tanımlanabilecek olan kavramın sosyo-kültürel ve politik bir bağlama sahip olması

gerektiği düşüncesidir. Bu nedenle de “Yavaş Grafik Tasarım”ın ve “Yavaş Afiş”in nasıl olabileceğine dair bir önermede bulunulmuştur.

“Yavaş Afiş”e dair bu öneriler geniş kitleleri hedeflemeyip, daha uzmanlaşmış, küçük hedef kitleler için hazırlanan tasarımlar açısından da kullanılabilecek bir kavramsal zemin sunmaktadır. Hız ve Yavaş ikiliğini bir arada barındıracak, ikisi arasında dengeyi sağlayabilecek bir üçüncü yol olarak “Esnek Afiş” kavramsallaştırması mesajın ve hedef kitlenin doğasına göre ilgili tasarımların yapılmasında yol gösterici bir kavramlaştırma olabilir. Bu şekilde yapılacak “Yavaş” ve “Esnek” afiş tasarımları ile sanatsal tabanlı toplumsal bir tavır yaratabilmek mümkün olabilir. Bu afişler, (alternatifleri görebilme anlamında) eleştirel düşünceyi harekete geçirebilecek, Yavaş Hareketi perspektifinde meseleye bakılacak olursa “hızlı” olana bağımlı modern tüketim dünyasına bir dengeleyici bir seçenek sunan bir toplum yaratabilmeye, toplumun zihinsel sürecine, düşünme yapısına ve karar süreçlerine etki edebilecek görsel bir araç olarak kullanılabilir. Bunlara ek olarak, “Yavaş” ve “Esnek” afiş tasarımları grafik tasarım söyleminde bakış açımızı genişletmemize yardımcı olacak fırsatlar yaratabilir. İzleyende görsel bir doyum yaratırken aynı zamanda toplumsal dinamikleri harekete geçirecek bir değişim aracı olarak kullanılabilir. “Yavaş” ve “Esnek” afiş tasarımları politik duruşu ve estetik ifadesiyle izleyiciyi yakalayan ve düşündürten tasarımlar ortaya koymaya yardımcı olabilir.

Araştırmacının elde ettiği bulgular doğrultusunda beşinci bölümde ortaya koyduğu uygulamalar ile “Yavaş” ve “Esnek” afişe dair örnek oluşturması amaçlanmıştır. Ancak çalışma sonucunda elde edilen bulguların uygulanabilir olup olmadığının anlaşılabilmesi için başka tasarımcılar tarafından da sorgulanması, uygulanması ve benzer çalışmaların yapılması gerekmektedir. Buna ek olarak çalışmada kapsam ve sınırlılıklarına işaret edecek temel bir nokta olarak, ilerleyen çalışmalarda “Yavaş” ve “Esnek” afiş tasarımlarının bir izleyici grubu tarafından da “alımlamasının analizinin” yapılarak yorumlanması yerinde olur. Bunun bir nedeni, sanatçı araştırmacının araştırma sürecinde elde ettiği fikirler ve geliştirdiği argümanları yarattığı eserleri yorumlarken kaçınılmaz olarak doğrulama ve öne

çıkarma eğilimi (confirmation bias)⁵² içinde olmasıdır. Afişlerin izleyici üzerindeki etkisini ortaya koyacak bir deney, çalışmayı bu anlamda daha nesnel kılacaktır. Ayrıca genel bir sınırlılığının tez kapsamındaki yapılan gözlemlerin Gutenberg matbaası sonrası, deyim yerinde ise modern tipografi çağını kapsamaması ile bağlantılı olduğunu söyleyebiliriz. Hem yavaşlık felsefesinin hem de bununla bağlantılı politik ve estetik düşünüşün kökleri daha önceki dönemlerde, örneğin technê düşüncesinden başlayarak da ele alınabilir. Bundan sonraki tamamlayıcı çalışmaların bu geniş perspektiften konuya bakmaları faydalı olabilir.

Henüz grafik tasarım alanında pek tartışılmamış ve Yavaş Hareketi'ne ilişkin pratik uygulamaların yerleşik kabullerine ters düşen bir bakış açısı olması nedeni ile çalışma grafik tasarım alanında yenilikçi, kuşku çeken ve eleştirel bir tepki alabilir. Bununla birlikte, önümüzdeki dönemde kapitalist endüstriyel sistem, çevre ve iklim krizi ve tüketim toplumu gibi hususların daha fazla tartışmaya konu olacağı düşünüldüğünde “yavaş” olanın pratikte nasıl olması, nasıl uygulanması gerektiğine ilişkin farklı disiplinlerde yürütülecek tartışmaların daha da önem kazanacağı savunulabilir. Bu anlamda bu tez çalışmasının konuyla ilgili sonraki çalışmalar için teorik zemin yaratacak bir çalışma olabileceği söylenebilir. Çalışmanın katkısının ne ölçüde olacağı, genel olarak grafik tasarımda, özel olarak ise afiş sanatında konuyla bağlantılı yeni uygulamalar yapıldıkça ve yeni unsurlar keşfedildikçe daha iyi görülecektir.

⁵² Doğrulama yanlılığı, kişilerin kendi düşüncelerini destekleyen birliğileri kayırması ve öne çıkarma eğiliminde olmasıdır.

KAYNAKÇA

- Akay, A. (2017, Ocak-Şubat). Beat kuşağı Bugüne Bir Bakış. *Artam Global Art & Design* (41), s. 45-46.
- Akimoğlu, A. (2020, 12 13). *Minimalist akımın kraliçesinden modanın mangasına tasarım desteği*. 12 13, 2020 tarihinde t24: <https://t24.com.tr/yazarlar/alex-akimoglu/minimalist-akimin-kralicesinden-modanin-mangasına-tasarim-destegi>, 29025 adresinden alındı.
- Alay, O. (2019, Nisan). Mizah Kavramı ve Mizahın Tarihsel Süreci. *Türk Dili*.
- Alpay, Y. (2020a). *Yalanın Siyaseti*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Alpay, Y. (2020b). *Yapı(t)söküm*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Alter, L. (2012, Ocak 23). *What is Slow Design, And Where Did It Come From?* Mart 2, 2019 tarihinde www.treehugger.com: <https://www.treehugger.com/sustainable-product-design/what-slow-design-and-where-did-it-come.html> adresinden alındı.
- Ambrose, G. and Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Avcı Tuğal, S. (2018). *Oluşum Süreci İçinde Dijital Sanat*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Avcı, A. (2003, 02). Toplumsal Eleştiri Söylemi Olarak Mizah ve Gülmece. *Birikim Dergisi*. 03 05, 2021 tarihinde Birikim Dergisi: <https://birikimdergisi.com/dergiler/birikim/1/sayi-166-subat-2003/2354/toplumsal-elestiri-soylemi-olarak-mizah-ve-gulmece/3891> adresinden alındı.
- Avila, R. ve Horvat, S. (2021). *Her Şey Değişmeli! Covid-19'un Ardından Dünya*. (K. Güleç, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bailey, A. (2019, 04 06). *Yavaş sanat akımı: Bir esere bakmakla kalmayın, onu görün*. 02 16, 2021 tarihinde BBC News: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-47829666> adresinden alındı.
- Bal, M. (2014-2015, Kasım, Aralık, Ocak). Heidegger'in "Düşünmek Ne Demektir?" Sorusuyla Henüz Düşünmeyen Tavşan'dan Yeni Bir Düşünmeye Geçiş Yapan Kirpi'ye. *Doğu Batı Düşünce Dergisi* (71).
- Batı, U. (2013). *Reklamın Dili*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.

- Baudrillard, J. (1998). *Consumer Society*. Standford: Standford University Press.
- Baudrillard, J. (2008). *Nesneler Sistemi*. (O. Adanır ve A. Karamollaoğlu, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Z. (2014). *Küreselleşme* (Cilt 5. Baskı). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımı ve Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bennett, A., and Bennett, A. (2006). *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*. Princeton Architectural Press.
- Berman, M. (2014). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor: Modernite Deneyimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bjornard, K. (2015, 6 4). *Slowing Down Graphic Design*. 2 20, 2021 tarihinde Medium: <https://medium.com/@bjornmeansbear/slowing-down-graphic-design-44e00ea9af2e> adresinden alındı
- Boelen, J. (2018). 22. *İstanbul Grafik Tasarım Günleri*. (A. İzer, Röportaj Yapan) İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Borchardt, D. (1989). *Humor and Critical Thinking: An Application of the Visual in Analysis, Synthesis, Evaluation*.
- Boullosa, N. (2008). *In search of the "tempo" of Slow Design*. Mayıs 17, 2019 tarihinde <https://faircompanies.com/articles/in-search-of-the-tempo-of-slow-design/> adresinden alındı
- Britten, F. (2018, 12 16). *Deceleration: How to Slow Down When You're Time-poor and Overwork*. 12 20, 2020 tarihinde The Sunday Times: <https://www.thetimes.co.uk/article/deceleration-how-to-slow-down-when-you-re-time-poor-and-overworked-vhlnrmvm8> adresinden alındı
- Budak, S. (2000). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Clarke, H. (2008). Slow + Fashion – an oxymoron – or a promise for the future, *Fashion Theory the Journal of Dress Body & Culture*. Vol 12, Issue 4, pp. 427-446.
- Capra, F. (1991). *Fiziğin Tao'su*. (K. Ökten, Çev.) İstanbul: Arıtan Yayınevi.

- Capra, F. (2014). *Batı Düşüncesinde Dönüm Noktası*. (M. Armağan, Çev.) İstanbul: İnsan Yayınları.
- Cevizci, A. (2010). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018) *Medya ve İletişim Sözlüğü*, çev. Babacan Taşdemir, İstanbul: İletişim.
- Çalış Zeğerek, E., ve Toksöz, E. (2018). Sosyal İçerikli Afiş Tasarımında Mizahi Anlatım. *INES 3*.
- Çelikel, B. (2015). *Endüstriyel Tasarımda Paradigma Kaymaları: Bruno Latour'a Özel Bir İlgiyle*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çetinkaya, M. (2014). Hızlı ve Yavaş Düşünmek. 09 11, 2021 tarihinde <http://www.acikbilim.com/2014/01/incelemler/hizli-ve-yavas-dusunmek.html> adresinden alındı.
- Çerçi, M. (2021, July). Otonom Duyusal Merdiyen Tepki (ASMR) Reklamlarının Duygu Oluşturmadaki Rolü. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 11(3), 932-942.
- Dandre. (2013, 11 22). *Slow-thinking and the absolute need for time (With Pierre Bourdieu)*. 09 11, 2021 tarihinde <https://recollectingphilosophy.wordpress.com/2013/11/22/slow-thinking-and-fast-thinking-with-pierre-bourdieu/> adresinden alındı.
- David, D. and Anoki, C. (2011). *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic Design*. London: Thames & Hudson Press.
- Debord, G. (2020). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demirezen, İ. (2016). Türkiye'de Tüketim Toplumu Doğru: Sekülerleşme, Muhafakazarlık ve Tüketimin Dönüşümü. L. Sunar (Dü.) içinde, *Türkiye'de Toplumsal Değişim* (s. 203-206). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Design for Good*. (tarih yok). Şubat 2, 2019 tarihinde AIGA: <https://www.aiga.org/the-living-principles-for-design> adresinden alındı.
- Doordan, D. (2000). *Design History: An Anthology*. London: MIT Press.
- Downshifting as a way of life*. (tarih yok). 12 21, 2020 tarihinde Slow Movement: <https://www.slowmovement.com/downshifting.php> adresinden alındı

- Duman, E. (2018). Bir Düşünme Türü Olarak Esnek Düşünme. *Turkish Studies*, 13(26), 547-561.
- Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, I. and García-Mira, R. (2016). *Slow Food Movement*. Case-study report.
- Eagleman, D. (2019). *Incognito, Beynin Gizli Hayatı*, (Z. Arık Tozar, Çev.) İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Eagleton, T. (2019). *Mizah*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Elden, M. ve Bakır, U. (2010). *Reklam Çekicilikleri*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erden, L. (2020, Kasım 19). Kalıcı Olmayanın Kalıcılığı. (E. Özkan, Röportaj Yapan, S. İ. Etkinliği, Düzenleyen)
- Ergüven, A. (2021). *İyi Tasarım Nedir?* İstanbul: Humanist Kitap Yayıncılık.
- Ertekin, Y. (2000). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm Ve Tüketim Kültürü*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fedja, V. (2012, Aralık). Yarının Tasarımı mı? *Grafik Tasarım Üzerine Yazılar*, 123. (L. Tonguç Basmacı, Çev.) İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu.
- Frayling, C. (2019). Research in Art and Design, Çev. Gündeşlioğlu Ö. *Akdeniz Sanat*, 173-183.
- Fuad-Luke, A. (2002, Aralık). "Slow Design"-a paradigm shift in design philosophy? Mayıs 8, 2018 tarihinde Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/228555968_Slow_Design_a_paradigm_shift_in_design_philosophy adresinden alındı
- Fuad-Luke, A. (2005). Slow Theory- A Paradigm for Living Sustainably? <https://fluido.files.wordpress.com/2006/07/slow-design.pdf> adresinden alındı
- Fuad-Luke, A. (2007). Reflection, Consciousness, Progress: Creatively Slow Designing the Present. *Reflections on Creativity: Exploring the Role of Theory in Creative Practices*. University of Dundee.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design Activism - Beautiful strangeness for a sustainable world*. London, UK: Sterling, VA.
- Fuad-Luke, A. (2020). Yavaşülke'yi Yeniden Düşünmek. Ş. Kipöz içinde, *Modada Yavaşlık* (s. 24). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

- Gür, A. (2016). Heidegger’de Düşünme Biçimlerinin Yazgıyla İlişkisi Üzerine. *Felsefe Arşivi* (44), s. 25-47.
- Garfield, S. (2017). *Tam Benim Tipim*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Gerber, A. (2008, Kasım). *Tasarım ve Sürdürülebilirlik: Grafik Tasarımın Rolü ve Sorumlulukları*. Ocak 10, 2019 tarihinde Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-14570434081821146254.pdf> adresinden alındı.
- Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Giddens, A. (2002). *Sağın ve Solun Ötesinde*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Golembeski, J. (2019). *Designing Humor- Employing Humor, Wit, Aand Play As a Strategy To Address Serious Issues*. Texas State University, Master of Fine Arts.
- Graatrud, G. (2013, December 16). *NRK-fenomen ble kåret til årets nyord*. Ocak 12, 2022 tarihinde <https://www.nrk.no/kultur/sakte-tv-er-arets-nyord-1.11414027> adresinden alındı.
- Grosse-Hering, B., Mason, J., Aliakseyeu , D. and Bakker, C. (2013, April). Slow Design for meaningful interactions. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Harari, Y. (2021). *Homo Deus Yarının Kısa Bir Tarihi*. İstanbul: Kolektif Yayınları.
- Harvey, B. (2010). *Is Slow Design a Viable Modern Production Method?* Mayıs 31, 2019 tarihinde <https://bridgetharvey.co.uk/wp-content/uploads/2014/09/is-slow-design-a-viable-modern-production-method-2010.pdf> adresinden alındı
- Heidegger, M. (2013). *Olmaya Bırakılmışlık*. (M. Keskin, Çev.) İstanbul: Avesta Yayıncılık.
- Heijdens, S. (2004). *Broken White*. Mayıs 20, 2019 tarihinde <http://www.simonheijdens.com/indexbig.php?type=project&name=Broken%20White> adresinden alındı.
- Heintel, P. (2009, 08 01). *A Word on the Society for the Deceleration of Time*. 12 20, 2020 tarihinde <http://members.aon.at/ro.neunteufel/decelera.htm> adresinden alındı.
- Heller, S. (2002). *Design Humor: The Art of Graphic Wit*. New York: Allworth.

- Hoffmann, T. and Grosskopf, A. (2018, 07 5). *Grapus – A French Collective Of Graphic Designers*. 12 6, 2020 tarihinde [broehan-museum: https://www.broehan-museum.de/en/exhibition/grapus-a-french-collective-of-graphic-designers/](https://www.broehan-museum.de/en/exhibition/grapus-a-french-collective-of-graphic-designers/) adresinden alındı.
- Honoré, C. (2005). *In Praise of Slow: How a Worldwide Movement is Challenging the Cult of Speed*. Orion: An Imprint of The Orion Publishing Group Ltd.
- Honoré, C. (2008). *Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi: Yavaş*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Honoré, C. (2013, Temmuz 26). TED-ed. *Praising slowness*.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar II*. (O. Özgür, Çev.) İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Hund, A. and Foster, E. (2008). Understanding developmental changes in the stability and flexibility of spatial categories based on object relatedness. *Developmental Psychology* (44(1)), 218–232.
- Kahneman, D. (2019). *Hızlı ve Yavaş Düşünme*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Kaptan, Y. (2015, Sonbahar). Küresellik ve Yerellik Arasında Reklam Adaptasyonları: Snickers Örneği. *Ankara Üniversitesi İlel Dergisi*, 2(2), s. 13-33.
- Karakurt Tosun, E. (2013). Yaşam Kalitesi Ekseninde Şekillenen Alternatif Bir Kentsel Yaşam Modeli: Yavaş Kentleşme Hareketi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), s. 215-237.
- Karatoprak, U. (2020, 09 23). *@ufkkrtprak, https://twitter.com/ufkkrtprak/status/1308857282655129608 (Tweet)*.
- Kaya, O. (2011). Sürdürülebilir Rekabet Avantajı ve Yavaş İşletmecilik: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Doktora Tezi*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kipöz, Ş. (2020). *Modada Yavaşlık*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kishtainy, N. (2017). *Ekonominin Kısa Tarihi*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Knox, P. (2005). Creating Ordinary Places: Slow Cities In A Fast World. *Journal of Urban Design*(10), 1-11.
- Kongar, E. (2002). Küreselleşme Bağlamında Türkiye. 36-47.
- Kundera, M. (1995). *Yavaşlık*. İstanbul: Can Yayınları.

- Kurtar, S. (2014). *Heidegger ve Poetik Düşünme-Düşünmeye Açılan Yeni Yollar*. Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Lakshmi, P. (2019, Nisan 27). *What cities could learn from the slow food movement*. Eylül 3, 2020 tarihinde fast company: https://www.fastcompany.com/90340775/what-cities-could-learn-from-the-slow-food-movement?partner=rss&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_campaign=rss+fastcompany&utm_content=rss?cid=search adresinden alındı.
- Lasn, K. (2004). *Kültür Bozumu*, (Pekman C. Çev.). İstanbul: Bağımsız Yayınlar.
- Lavin, M. (2001). *Clean New World : Culture, Politics, and Graphic Design*. London: MIT Press.
- Lipschutz, R. (2002). The Clash of Governmentalities: The Fall of the UN Republic and America's Reach for Empire. *Contemporary Security Policy*, 214-231.
- Luca , T. and Jorge, N. (2016). *Slow Cinema*. Scotland: Edinburgh University Press.
- Mahiroğulları, A. (2010). Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 1275-1288.
- Majoli, M. (2006). Slow + Design: Slow approach to Distributed Economy and Sustainable Sensoriality. *Provincia di Milano*. Milan.
- Martin, R. (2007). *The Psychology of Humor - An Integrative Approach*. Burlington: MA: Elsevier Academic Press.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. İstanbul: Yapı Kredi Yayıncılık.
- Millburn, J. ve Nicodemus, R. (2020). *Minimalizm: Geriye kalan her şey*. (H. Key, Çev.) İstanbul: Eksik Parça Yayınları.
- Mlodinow, L. (2018). *Your elastic mind*. Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/us/articles/201803/your-elastic-mind> adresinden alındı.
- MoMA. (1992). 03 25, 2021 tarihinde Projects 35: Stephen Kroninger: <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/372> adresinden alındı.
- Muir, M. (2017). Slow Design (Into Eyilwe Ngokwendeleyo): The Potential for a Decolonized Space Through Graphic Design. D. E. Africa (Dü.), *14th National Design Education Conference* içinde, (s. 181-191). Southern Africa.

- Mungan, M. (2019, 10). Kutsal hız devrinde, edebiyat bir damıtma sanatıdır. *Keçi Edebiyat* (12), 8-9. 01 03, 2021 tarihinde Keçi İnadına Edebiyat: <https://keciedebiyat.com/kutsal-hiz-devrinde-edebiyat-bir-damitma-sanatidir/> adresinden alındı.
- O'Brien, S. (2006). *The Micropolitics Of Slow Living*. University of New South Wales Press, Sydney.
- ÖDeák, G., D Ray, S., and D Pick, A. (2004). Effects of age, reminders, and task difficulty on young children's rule-switching flexibility. *Cognitive Development*, 385-400.
- Oskay, Ü. (2017). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Öğüt Eker, G. (2014). *İnsan Kültür Mizah*. Ankara: Grafiker.
- Öngören, F. (1998). *Türk Mizahı*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Özdolap, M. (2015). *Mizah Tarzları ve Psikolojik Belirtiler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. İstanbul: İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Özdoğan, P. (2003). *Popüler Sinema Ve Sanat Sineması Ayrımında Minimalist Yaklaşım ve Nuri Bilge Ceylan Sinemasında Yansımaları*. İstanbul.
- Öztürk, Ö. (2018, Ocak 19). Aralık 22, 2021 tarihinde Özhan Öztürk Makaleleri: <https://ozhanozturk.com/2018/01/19/william-tell/> adresinden alındı.
- Özyazıcı, K. (2019). *Nuri Bilge Ceylan ve Yavaş Sinema*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Parkins, W. and Craig, G. (2006). *Slow Living*. United Kingdom: Avocet Typeset.
- Pater, R. (2018). *The Politics of Design*. Amsterdam, Netherland: BIS Publishers Buailding Het Sieraad Postjesweg.
- Peksan, S. (2007). *Alternatif Küreselleşme Hareketleri*. Yüksek Lisans Tezi, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Petrini, C., McCuaig, W. and Waters, A. (2003). *Slow Food: The Case for Taste*. New York: Columbia University Press.
- Reed, A. (2014). New Sites for Slowness: Speed and Nineteenth-Century Stereoscopy. *Qui Parle, Vol. 22, No. 2 (Spring/Summer)*, 69-99.
- Reed, A. (2015). Ad Reinhardt's "Black" Paintings. *Religion and the Arts*(19(3)), s. 214-229.

- Richards, C. (2011). Christopher Richards: The Slow Movement. Şubat 25, 2020 tarihinde <https://1000manifestos.com/christopher-richards-slow-movement/> adresinden alındı.
- Rock, M. (2021, Haziran). *Kimler Sorumluluk Sahibi?* . Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar (GMK), Sayı 225: <http://gmk.org.tr/uploads/news/file-16233940011689744489.pdf> adresinden alındı
- Sayar, K. (2018). *Yavaşla*. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Sağocak, M. (2007). Tasarımın Sosyo-kültürel Boyutu. *Megaron e-dergi*, 2(4), s. 256-265.
- Segran, E. (2019, Mayıs 13). *Bad news: The fashion industry is actually slowing down on sustainability*. Eylül 13, 2020 tarihinde fast company: https://www.fastcompany.com/90347710/bad-news-the-fashion-industry-is-actually-slowing-down-on-sustainability?partner=rss&utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_campaign=rss+fastcompany&utm_content=rss?cid=search adresinden alındı.
- Stengers, I. (2011). “Another science is possible!” A plea for slow science, 13 December 2011, Inauguratial lecture Chair Willy Calewaert.
- Strauss, C. F. (2018). All in good time. *The Future of the New: Artistic Innovation in Times of Social Acceleration*. Valiz.
- Strauss, C. F. and Fuad-Luke, A. (2008). The Slow Design Principles: A new interrogative and reflexive tool for design research and practice. *Changing the change Design Visions, Proposals and Tools*. Torino.
- Strauss, C. and Pais, A. (2014, Ekim). In pursuit of well-being, take it slow. *Crisp Magazine*, s. 24-27.
- Südüak, U. (2014). “Görmek Okumak” Grafik Tasarım Üzerine Biçimsel Okumalar. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanatta Yeterlik Tezi.
- Türk Dil Kurumu*. (2019). 3 20, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=YAVAS adresinden alındı.

- Taburoğlu, Ö. (2017, Ocak 16). *Yavaşlık Felsefesi*. Aralık 6, 2020 tarihinde Birikim Dergisi: <https://birikimdergisi.com/guncel/8115/yavaslik-felsefesi> adresinden alındı.
- Taburoğlu, Ö. (2020). *Yavaşlık Felsefesi: Khôra, Tao ve Aralıklar*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Talas, M. ve Kaya, Y. (2014). Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 149-162.
- Tong, L. (2020). Use Of Magic Performance As a Schema Disruption Method To Facilitate Flexible Thinking. *Thinking Skills and Creativity* (38).
- Turani, A. (1999). *Dünya Sanat Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Vassaf, G. (2009). *Cehenneme Övgü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Watts, J. (2019, Haziran 25). *Slow Art in an Age of Speed*. Eylül 21, 2020 tarihinde <https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-46-summer-2019/slow-art-take-time-jonathan-p-watts> adresinden alındı.
- Weill, A. (2007). *Grafik Tasarım*. (O. Türkay, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- www.slowfood.com. (2018). *Slow Food: The History of an Idea*. Ocak 7, 2018 tarihinde www.slowfood.com: <https://www.slowfood.com/about-us/our-history/> adresinden alındı
- Yakın, B. (2012). *Tasarım Sürecinde Görsel Düşünme ve Görsel Anlatım İlişkisine Analitik Bir Yaklaşım*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Yardımcı, İ. (2010). Mizah Kavramı ve Sanattaki Yeri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-41.
- Yurtseven, H. (2007). *Slow Food ve Gökçeada: Yönetmel Bir Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurtseven, R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zağra, Ş. (tarih yok). Sitüasyonist Enternasyonal Hareket:68 Olaylarının Arkasındaki Anarşistfelsefeciler ve Punk. Kasım 15, 2020 tarihinde https://www.academia.edu/20109948/SİTÜASYONİST_ENTERNASYONA

L_HAREKET_68_OLAYLARININ_ARKASINDAKİ_ANARŞİST_FELSE
FECİLER_VE_PUNK adresinden alındı.

Zeldman, J. (2018, Şubat 24). *We need design that is faster and design that is slower.*

Kasım 15, 2020 tarihinde [www.medium.com:](https://www.medium.com/@zeldman/we-need-design-that-is-faster-and-design-that-is-slower-bbf6afd08e5)

[https://medium.com/@zeldman/we-need-design-that-is-faster-and-design-
that-is-slower-bbf6afd08e5](https://medium.com/@zeldman/we-need-design-that-is-faster-and-design-that-is-slower-bbf6afd08e5) adresinden alındı.

Žižek, S. (2012). *Antroposen'e Hoşgeldiniz.* İstanbul: Encore Yayıncılık.



EK 1:

SlowLab'a göre, yavaş tasarımın ilkelerini anlama konusunda herkese ilham verebilecek olan Yavaş Tasarım projelerinin listesi şu şekildedir:

“Yansıtmak” (Reflect) ve “Etkileşim/Katılım” (Engage) ilkelerini ele alan projeler:

- Simon Heijdens “Broken White”
- Katrin Svana Eypórsdóttir “Chandelier”
- Droog Design “Go Slow”
- Martín Ruiz de Azúa “Human Chair”
- Dick van Hoff “Kitchen Machines”
- Raw Nerve Ltd. “Life is Suite”
- Dick van Hoff “Kitchen Machines”
- Alastair Fuad-Luke “60 Minutes”
- Thorunn Arnadottir “Slow Clock”
- CF Strauss and Julian Bleecker “slowMail”
- the design students of the Cranbrook 3D center “Slow Water”
- LoooLo Textiles “Urban Moth”
- Jeff Sturges “Vesta Convivial Kitchen” (Boullosa , 2008).

“Açığa/Ortaya Çıkarmak, İlham Vermek” (Reveal) ve Genişletmek/Büyütmek (Expand) ilkelerini ele alan projeler:

- Anna Hillman “Amazingness”
- Karmen Franinovic “Architecture of Subtraction”
- Theo Watson “Audiospace”
- dunne+raby “Capturing Traces”
- Luca Pizzaroni ve SBA “endcommercial”
- Jeremy Wood “GPS Drawing”
- Valentina Nisi “Media Portrait of the Liberties”
- Sascha Pohflepp “Memory of the City”
- Natalie Jeremijenko “Ooz”
- Michael Rakowitz “ParaSITE”
- Leslie Grant “Pictures, Maps, Shadows”
- James Turrell “Roden Crater Project”

- Olivier Peyricot “Slow Rider”
- slowLab “Slow Ways of Knowing”
- Simon Heijdens “Tree” (Boullosa , 2008).

“Dahil etmek/Katılmak” (Participate) ve “Gelişmek/Geliştirmek” (Evolve) ilkelerini ele alan projeler:

- Natalie Chanin “Alabama Chanin”
- Min Tanaka “Body Weather Farm”
- Lightness Studio “Building Lightness”
- Louis Le Roy “Eco-Cathedral”
- Fritz Haeg “Edible Estates”
- C. J. Bribach ve C. F. Strauss” Highline Redesign”
- Samuel Mockbee / Auburn University “Rural Studio”
- Serena Jost ve Cassis “Scratch’n Sniff dj Project”
- E. Manzini ve F. Jegou “Sustainable Everyday”
- the MIT Media Lab. “ThinkCycle” (Boullosa , 2008).



T. C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Güzel Sanatlar Enstitüsü Müdürlüğü



ÖZGEÇMİŞ

<i>Kişisel Bilgiler</i>	
Adı Soyadı	
Doğum Yeri	
Doğum Tarihi	
<i>İletişim Bilgileri</i>	
Telefon	
e-posta	
Adres:	
<i>Eğitim Bilgileri</i>	
Lise	
Lisans	
Yüksek Lisans	
<i>Kariyer Bilgileri*</i>	
İş Deneyimi	
Kurs-Sertifika	
Aldığı Ödüller	
Üyelikler	
İlgi Alanları	
Referanslar	
İmza	

* Doldurulması zorunlu değildir.