



y a v a ş m o d a | 101  
Sürdürülebilir Yaşam

# Makale

Fatma Engin ALPAT

## YAVAŞ MODA NEDİR? WHAT IS SLOW FASHION?

**Anahtar Kelimeler:** Hızlı Moda, Yavaş Moda, Yavaş Tasarım, Tasarımda Sürdürülebilirlik.



## YAVAŞ MODA NEDİR?\*

Fatma Engin ALPAT\*

### ÖZET

Yavaş Moda günümüzdeki çok hızlı değişen moda akımları, eğilimleri ve hızlı üretime karşı doğmuş bir harekettir. "Hızlı Moda" 21. yüzyılda küreselleşen moda endüstrisinin daha fazla kâr elde etmek için, yarattığı modadaki hızlı değişime dayalı giyim anlayışıdır. Hızlı Modanın temel eğilimleri, küresel modanın karar merkezi "Dünya Trend Birliği" tarafından belirlenmektedir. "Yavaş Moda hareketinin temel felsefesi, uzun süreli giyilebilecek, kalitesi yüksek, modası geçmeyecek ürünler üretmektir. Bu üretimi, yerel kaynaklar, yerel moda tarzları ve doğal malzemelerle üretmeyi hedeflemektedir. Yavaş moda hareketi "Yavaş Tasarım" hareketini başlatmıştır. Yavaş Tasarım, endüstri devrimi öncesinin, insan emeğine ve doğal malzemeye dayalı bir tür el sanatı olan tekstil üretimine geri dönüşüdür. Yavaş Tasarımcılar, modası geçmeyecek, ancak kullanışlı ve kaliteli ürünler tasarlamak, böylece üretimi ve tüketimi, daha sınırlı ancak değerli hale getirmek ile görevlidirler. Bu makalede, Yavaş Moda akımının hedefleri ayrıntılı olarak tanımlanacak ve bu hedeflere, Yavaş Tasarımcılar aracılığıyla nasıl ulaşılacağı üzerinde durulacaktır. Yavaş modanın getireceği avantajlar değerlendirilecektir. Günümüz tasarımcısının bu anlayışa kendini uyarlamasının yeni bir yaratıcılık anlayışı getireceği vurgulanacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** Hızlı Moda, Yavaş Moda, Yavaş Tasarım, Tasarımda Sürdürülebilirlik.

### WHAT IS SLOW FASHION?

#### ABSTRACT

Slow fashion is a movement which is born as a reaction to today's fast changing fashion trends and rapid production. "Fast fashion" is a popular clothing movement in the 21st century which is in favor of fostering globalised fashion industry based on profit. Main trends of the fast fashion are determined by the "world trend union" which is the center of the global fashion. The basic philosophy of the slow fashion movement is based on production of high quality, long lasting, environment friendly and never out dated products. It aims to generate production from local sources, local fashion styles and natural ingredients. The slow fashion movement launched "slow design" movement. Slow design is a turnaround to the pre-industrial revolution which is a kind of handicraft textiles based on human labor and natural materials. Slow designers create designs which are based on human labor, handmade art craft, in a way it is a return to the old fashioned handmade textile production. In this paper, slow fashion movement targets are to be defined, and focus is to be given on the ways implemented by slow designers. Advantages brought by the slow fashion movement are to be elaborated. It is emphasized that the adaptation of today's designer to the new concept will bring them a new sense of creativity and widen their horizons.

**Keywords:** Fast Fashion, Slow Fashion, Slow Design, Sustainable Design.

**Tasarımda Sürdürülebilirlik ve Moda Tasarımına Etkileri:** Günümüzün hızlı modası tasarımda sürdürülebilirlik ilkeleri kullanılarak yavaş moda dönüşürülebilirse, doğal enerji kaynakları, topraklar, sular, hava daha uzun süre temizlenip korunacaktır, insanlar doğaya saygısını geri kazanacak ve hızla giden imajların peşinden koşup bu kadar yorulmayacaklar. Ancak yine istedikleri moda tüketim ürünlerinin kimyasal kullanılmamış, sağlıklı üretilmiş olanlarına yani insan bünyesi için ve doğa için daha uyumlu olan ve daha da kaliteli olanlarına sahip olacak böylece daha mutlu olacaklardır. Günümüzde kullanılan tekstil endüstrisi sistemi ve bu endüstrinin ürettiği tüm miktarın satışını ve pazarlamasını sağlayan, mevcut endüstrinin önemli kısmını oluşturan moda tasarım zincirinin vardığı noktada hızlı moda ve hızlı kapitalist sistemin zararları ortaya çıkmış ve sonuçları yaşanmıştır. Kullandığımız sistemin dezavantajlarının insanlık için avantaja dönüştürülüp kapitalist sisteme "yavaşla" dememizin zamanı gelmiştir. Çünkü insanların yaşadığı ve gelecek nesillerin yaşayabileceği bir tek Dünyamız var. Günümüzde sürmekte olan hızlı üretim, tekstil malzemelerinin, insan emeğinin ve enerjinin aşırı tüketimiyle gerçekleşmektedir. Ayrıca, modası geçen ya da "kullan at" tarzı satın alınan ürünlerin düşük kaliteli ve sentetik olmasının getirdiği atıklar hızlı modanın içinde olduğu halde gündeminde yer almamaktadır. Sentetik malzemelerin doğada geri dönüşümünün olmayışı, çöp yığınları yaratmaktadır.

**Hızlı Moda Tasarımı (Avantajları ve Dezavantajları):** Hızlı modanın tüketiciler için kolay bulup kolay satın alabilecekleri, 1990'larla karşılaştırıldığında ise Fred Davis'in "Moda Kültür Kimlik" kitabında bahsettiği toplumsal bir varlık olan insanın moda tüketicisi olarak görünmek istediği rollerin görselliğini ve geldiği statünün göstergelerini ona artık çok hızlı ve sentetik olarak sağlayan moda ve giyim sektörü, 2012 yılında çok hızlı imaj değişiklikleri yapma imkânı sunmakta ve tüketiciyi her zaman istedikleri rolleri satın alabilecekleri ürünlere eskiye göre "an" denilecek kadar kısa sürede ulaşmalarını sağlamaktadır. Bunlar, on beş yıl öncesine karşılaştırıldığında, daha çok marka, daha çok koleksiyon, daha çok sayıda eğilim, daha fazla ürün, kalitesiz ve oldukça kısa ömürlü olarak raflarda yer almaktadır. Tüketiciler de bu "kullan at" ürünlere mecbur kalmaktadır. A+

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

\* Yrd. Doç., Beykent Üniversitesi G.S.F., engin@beykent.edu.tr

markalar olarak tanımlanan “pret a porter” ve “haute couture” tasarımcı markaları sektörde küçük bir yüzdeye sahip olduklarından genel çoğunlukta olan yukarıdaki özellikteki markalar için söylenenlerin büyük bölümü onlar için geçerli değildir. Moda endüstrisinin bağlı olduğu kapitalist sistemin kontrolünde hızlı ve çeşitli moda eğilimlerinin sunulması ve bunu kazanç kapısı olarak kullanan medya ve tekstil endüstrileri nedeniyle, doğa ve gelecek hiç düşünülmeden hızla harcanmakta ve kirletilmektedir. Dünyadaki temiz kaynakların % 80'nini Dünya nüfusunun % 20'lik üst diliminin kullandığı istatistik olarak belirlenmiştir ki bu kategorideki toplum sınıfları modayı takip eden gruptur ve bu büyük orantısızlıktır.

Sunday Times gazetesinin moda editörü Charty Durrant, “Trendlerin Tiranlığı” kötü çalışma koşullarına, aşırı tüketime değindiği makalesinde; çocuk işçiler, küresel tüketim kültürü, çarpık imajlar, yeme bozuklukları, çevre kirliliği, su kıtlıkları, ruhsal ve fiziksel zararlar, gibi ‘modern dünyada var olan sorunların büyük bir bölümünün kökeninin moda da yattığını belirtmektedir. Modern sorunların, moda tarafından şiddetlendirildiğini, modanın nasıl daha kötü hale getirdiğini açıklamaktadır. Durrant; modanın çevreye yaydığı zehirli etkisinin tekstil endüstrisinin yoğunlaştığı Hindistan, Çin, Brezilya ve Afrika’da açıkça görüldüğünden bahsetmekte ve çevreyi kirleten böcek ilaçlarının ucuz pamuk üretmek için kullanıldığını değinmektedir. Yalnızca bir kot pantolon üretmek için gerekli olan pamuğun yetiştirilmesinde 800 litre su harcandığı için su kıtlığının da moda ile yakından ilgili olduğunu vurgulamaktadır. Düşük maliyet-yüksek fiyata odaklanan moda endüstrisinin Çin gibi ülkelerdeki kötü çalışma koşullarını ve çocuk işçilerin çalıştırılmasını tetiklediğini açıklamaktadır. Durrant’a göre bunların sorumlusu ‘hızlı moda’ yani yeni tasarımların kopyalanarak kısa sürede tüm dünyaya yayılması ve herkesin tıpatıp aynı görünmesidir. Durrant, bu ‘kitlese tüketim çılgınlığı’ ve ‘açgözlülük kültürüne’ ‘yavaş moda’nın karşı gelmesi gerektiğini söylemektedir; “...modada aşırılık ve şovenizm yerine sadelik gelmelidir. Hiçbir zaman demode olmayan, kaliteli ve klasik olan moda ürünler benimsenmelidir. Böylece dış görünüşte sadelik ve iç dünyada zenginliği vurgulayan yaşam tarzına geri dönülebilir” (gundemdetay.15.08.2011). Hızlı moda tasarımının avantajları kapitalizmi savunan tekstil endüstrisiyle ve tekstil endüstrisine büyük ölçüde hizmet eden medya sektörü ile ilgilidir. Tekstil şirketlerinin daha fazla üretim yapması demek; daha fazla iplik, kumaş, polyester, sentetik kumaşlar, daha fazla makine, daha fazla teknoloji kullanılması, daha hızlı biçimde elektrik kullanılması, daha fazla kimyasal işlem kullanılması, tekstil boyama terbiye, apre işlemi yapması ve böylece daha fazla kirlilik yaratması ve atık kimyasal madde, atık kirli sular ve zehirli gaz çıkarması ancak bunların sonucunda daha çok büyümesi ve daha çok para kazanması ve rakiplerinin önüne geçip daha güçlü olması demektir. Bu şirketler sistemin içinde ayakta kalabilmesi için sistemin kurallarına uymak zorunda kalırlar. Daha fazla, daha hızlı üretim yapıp daha fazla koleksiyon ve model üreten daha fazla tüketim amaçlayan endüstriyel holding sahipleri kendi ailelerinin gelecek nesillerine çok yığınlarıyla dolu ve kullanılacak suyu, soluyacak oksijeni, ekilecek toprağı kalmayacak bir Dünya hazırlamak yolunda hızla ilerlemekte-dirler. Sistemin sürmesi için tüketicinin önüne farklı imajlar, koleksiyonlar, markalar, dergiler, reklamlar, fuarlar, defileler yoluyla hızlı bir döngü içinde büyük bir pazarlama sektörü olarak medya işbirliğiyle moda sistemi sunulmaktadır. Ancak günümüzde hızlanma nedeniyle yapılan üretimlerin çoklu alternatifleri tüketiciye uygun fiyata sunsa bile tüketici aldığı giysiyi iki- üç kez giydikten sonra atmaktadır. Üreticiler farklı kavramlarda çeşitli ürün üretilip her birinin üzerine kişisel algılanacak bir imaj eklemektedirler. Hem eğilim değişmiştir hem de ürünün düşük kalitesi nedeniyle yıkandıktan sonra özelliklerini kaybetmiş ürünler çöp haline gelmiştir. Yenisini almak gerekmektedir. Gardırobumuzda saklayacağımız ve yaşadığımızda geri dönüp “ben gençken bunu giymiştim” diyebileceğimiz hiçbir ürün kalmamaktadır. Dünyadaki tüketicilerin attıkları geri dönüşümsüz tekstil ürünleri, kimyasal apreler ve sentetik kumaşlar nedeniyle Dünyayı tekstil çöplüğü haline getirmektedir. Tekstil endüstrisinin oluşturduğu üretim atıkları yanında ürettikleri ürünler de doğrudan atık haline gelmektedir. Tekstil şirketlerinden birkaçının üretimini yavaşlatması, koleksiyon sayısını azaltması, doğal elyaflardan üretim yapması, pamuk, keten, yün üretimini desteklemesi, zehirli kimyasal maddeleri kullanmadan ya da en aza indirerek terbiye ve işlem yapması doğa için az da olsa “zararın neresinden dönersek kardır” mantığında fayda sağlar. Ancak bu davranış biçimine giren firmalar hızlı sektör döngüsü içinde rekabet ortamında zayıflayabilirler. Sektördeki firmalar bir bütün halinde kendi aralarında doğayı koruyarak endüstriyi sürdürebilecekleri bir sistem kurarak yeni stratejilerle hareket etmelidirler. Kesin olan bir şey var ki öncelikle “sistemin yavaşlaması” iyileştirmelerin yapılması için zorunludur. Tüketicide moda ürünlerin hızına yetişme çabası stres yaratır. Dünyanın hızla kirlenmesi doğanın kendi dengesinin sağlanabilmesi açısından yerküreyi strese sokmaktadır.

**Yavaşlık Hareketi:** Modern toplumdaki rekabetçi yapı ve ilerlemeci perspektifin etkisiyle oluşturulan yeni talepler nedeniyle tatminsiz, stres düzeyi yüksek hız olgusu sorgulanmaya başlamıştır. Farklı kültürlerin hayat anlayışı daha derinlemesine öğrenildikçe ve hız toplumunun sakıncaları görüldükçe geleneksel toplumlarda binlerce yıldır bilgelerin savunduğu ve Abraham Maslow gibi modern psikologların “zirve deneyimi” olarak adlandırdığı “an’ı yaşama” deneyiminin önemi tekrar anlaşıl-maya başlanmıştır. Yavaşlık hareketini desteklemek amacıyla aşağıda belirtilen eylemler başlatılmıştır: “Yavaş Hareket” teriminin İngilizcesi “Slow Movement”dir. Hızlı ve modern hayatı eleştiren ve hayatın farklı alanlarında yeme biçimi, ekonomik hayat, insanlar arasındaki ilişkiler gibi hızlı modern tüketim kalıplarını dönüştürecek kültürel değişimi savunan toplumsal bir harekettir. 1986’da Carlo Petrini ‘nin Roma Piazza di Spagnada açılan Mc Donald’s restoranının açılışını protesto etmesiyle başlamıştır. Yavaşlık hareketine bağlı olarak daha sonra 1999’da Geir Berthelsen ve onun yarattığı “The World Institute of Slowness”, “Dünya Yavaşlık Enstitüsü”, “Yavaş Gezegen” şeklinde bir geniş görüş sunmuştur. “Yavaş Hareketi” organize edilmiş veya tek bir organizasyon tarafından kontrol edilen bir hareket değildir. Avrupa’nın çeşitli şehirlerinde olduğu gibi, Avustralya ve Japonya gibi bazı Uzakdoğu ülkelerinde de hareketin arkasındaki felsefeyi kabul eden insanların sayısı zamanla artmaktadır. Günümüz çağdaş felsefecilerinden Prof. Guttorm Fløistad bu hareketin felsefesini şu şekilde özetlemektedir: “Hayatı yakalamak istiyorsanız acele etmeniz iyi olur”. Ancak temel ihtiyaçlarımızın asla değişmediğini hatırlatmak gerekmektedir. Başkaları tarafından görülme, takdir edilme ve ait olma, yakınlık, özen ve biraz sevgi ihtiyacı. Bu, sadece insan ilişkilerindeki yavaşlıkla mümkün olabilir. Değişimlere hâkim olmak için yavaşlığı, sabrı ve birlikteliği yeniden edinmek zorundayız”. Yavaşlık kavramı hayatın farklı alanlarındaki aktiviteleri daha tatmin edici şekilde ve doğru hızda gerçekleştirmek gerektiğine dikkati çekmektedir. Yavaş Hareketi’nin felsefesi yaşamın çeşitli alanlarında uygulanmış ve bunun sonucunda Yavaş Tasarım,

Yavaş Moda, Yavaş Yemek, Yavaş Ebeveynlik, Yavaş Kent, Yavaş Mimari, Yavaş Okuma gibi alt türleri ortaya çıkmıştır.

**Hızlı Modanın Antitezi Yavaş Tasarım ve Tasarımda Sürdürülebilirlik:** Yavaş Tasarım, insanların ve gezegenin uzun vadede iyiliği için uygun özel çözümler yaratmayı hedefleyen demokratik ve bütünsel bir tasarım yaklaşımıdır. Anlamı; bireysel ve sosyo kültürel dengelemeler ve çevresel ihtiyaçlar açısından “sürdürülebilir tasarım” kavramının geliştirilmesiyle ilgilidir. Yavaş tasarım kavramını özümseyerek tasarım yapmak tasarımda da yukarıdaki alanlarda olduğu gibi sürdürülebilirlik sağlamak açısından önemlidir. Çünkü artık insanların hayatlarında kullandıkları hemen tüm ürünlerde tasarım ön plandadır. Tasarımda Yavaşlık hareketi, tasarım kavramındaki 21. yüzyıl farkındalıklarından ortaya çıkmıştır (Meredith and Storm, 2011:1-20). Yavaş tasarım, ilk kez Luke tarafından 2002’de “Sürdürülebilir yaşam için bir değerler dizisi (paradigma)” çalışmasında kullanılmıştır. Luke fiziksel ürün tasarımı üzerine odaklanmış olsa da, “yavaş tasarım kavramı” açısından ele alındığında, deneyimler, yöntemler, hizmetler ve organizasyonlar gibi maddi olmayan soyut tasarım kuramları için de yavaş tasarım kavramının geçerli olduğu belirlenmiştir.

**Yavaş Moda Tasarımı ve Sürdürülebilir Gelişme:** Yavaş moda hareketi tüketicilerin giydikleri giysinin orijin ve materyali hakkında düşünmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Yavaş moda, “yavaş giyinme hareketi” aslında eski ve yeninin harmanı olarak kabul edilebilir. Neyi satın aldığımızı, ürünü kimin ürettiğini ve bu bilgilerin ürünün kalitesini nasıl etkilediğini sorgulayarak sosyal ve çevresel sorumluluk hakkında seçenekler sunmaktadır. “Sürdürülebilir gelişme”; “gelecek nesillerin kendi gereksinimlerini karşılayabilmelerini tehlikeye atmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılamak” olarak tanımlanmaktadır. Yavaş moda akımı ABD ve Avrupa’da isyankâr giyim tasarımcıları tarafından sadece yeni bir fikir olduğu için kucaklanmıştır. Adidas, Nike, Timberland ve diğer büyük giyim firmalarının Amerika’da kurduğu “Sürdürülebilir Giyim Koalisyonu” tekstil üreticilerinin daha sürdürülebilir bir tasarım, tedarik ve üretim sürecine sahip olmaları için çalışmaktadır. “<http://www.nikebiz.com/responsibility/Pages/CalculatorPage.aspx>” adresinden ulaşılan ve ücretsiz olarak üreticilerin kullanımına sunulan programda, bir tasarımcı bir T-shirt tasarlarken ürünün sürdürülebilirlik puanının düşük olduğunu görmektedir. Bunun üzerine hazırladığı tasarımda kullandığı pamuğu organik pamukla değiştirir. Puanı biraz artar, ancak hala istenen seviyede olmadığı için organik pamuğu (Çin yerine) yerel üreticilerden seçerek (pamuk üretiminde daha az su kullanan üreticiyi tercih ederse) tasarladığı T-shirt’ün sürdürülebilirlik puanını yükseltir. İçine biraz polyester katmaya da karar verebilir. Şu anda bu ürün tasarımı programı büyük üreticiler tarafından kullanılmaya başlandı, yani çevresel etki tekstil için artık önemli bir karar kıstası konumuna gelmiştir (iklimhaberleri.com/2011/05/surdurulebilir). Bu hızlı gidişe yarım ürünlerin imalatını önerebiliriz.

Örneğin, tüketicilerle tasarımcının internet üzerinden birlikte çalışarak yaratıcılıklarını bir araya getirmek gibi alternatifler yaratması tüketiciye aldığı bir giysiyi daha fazla giymesi ve daha kaliteli olması ve giysiyi bağlanması için alternatifler sunulabilir. Ayrıca eklenip çıkarılan parçaları bulunan ve farklı biçimlerde kullanılabilen giysiler ve onarım imkânı sunan giysiler de tasarlanabilir. Tasarımcılar nihai tasarım kararlarını alırken tüketicilerle birlikte, internet üzerinden, tasarım yapabilirler. Böylece tüketici ihtiyaçlarına odaklanmak, aynı zamanda tekstil ve giyimin yaşam döngüsünü ve kullanım alanlarını genişletmek gibi çalışmalar yapılabilir. Örneğin, kiralama, ödünç verme veya paylaşım ağı kurulabilir, yüksek kaliteli hazır giyim ve hazır giyim değiştirme hizmetleri sunulabilir. Böylece yeni iş fırsatları doğar ve hizmet-odaklı bir ekonomi için alternatif oluşturulabilir. Yüksek kaliteli giysiler sunan üreticiler çıkabilir, müşteri memnuniyeti artırılabilir, ürünün kullanım süresini uzatabiliriz. Çevrimiçi anketlerle tüketimin azaltılması konusunda tüketici görüşleri değerlendirmeye alınabilir. Örneğin “Finlandiya’da moda ve tekstil sanayinin çevre üzerindeki zararlı etkisini azaltmak için tüketici görüşleri değerlendirilmiş ve 341 katılımcı; etik üretim ve etik tüketim, tekstil ve ürünün yaşam döngüsü boyunca giysinin yarattığı çevresel etkileri hakkında endişe duyduklarını belirtmişler, tekstil tasarımı ve hazır giyim için yeni yaklaşımlar oluşturmak gerektiğini savundukları belirlenmiştir” (eu/environment/ecolabel/products/2012). Bir diğer örnekte ise Burlington’un kuzey bölgesinde atılan giysi ve kumaşlardan kadınlar ve erkekler için kiralık dikiş makineleriyle yeni tasarımların üretilmesidir. Yine San Francisco’da tasarım stüdyoları kurulmuş ve “yeşil etiket”li geri dönüşümlü bükülmüş malzemelerden yüksek moda ürünler tasarlanmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Bolivya köylüleri yabani alpaka sürülerinin yünlerinden örme giysiler yapıp San Francisco’ya göndermektedirler. Yavaş moda Goodwill’den 5 dolara alıp kendi yaptığınız bir şey olabilir veya Miranda Caroligne’den alınmış 700 dolarlık fabrika atıklarından üretilmiş el yapımı bir ceket de olabilir. Ms. Caroligne fabrika atıklarını toplayarak yeni tasarımlar üretmektedir ancak bunu “yüksek moda” şeklinde kullanmaktadır. Organik pamuk bir ceket 200 dolara satılmaktadır ve atık kumaşları kullandığı için de çok renkli tasarımlar elde etmektedir. Buna karşılık Bolivya’da alpaka yününden örme kazaklar yapan bir yerli ancak asgari ücret kazanmaktadır. Yavaş moda kalıcılığı ve devamlılığı sağlamayı amaçlıyorsa çalışanların yaşam standartlarını korumalıdır (Holt, 2009). Yavaş moda, tüketicileri de moda tasarımcısına dönüştürmektedir. Sıradan tüketicinin el emeğine dayalı ürünler öne çıkmaktadır. Bu durumda, tekstil ürünleri ve tüketiciler arasında bir bağ kurulmaktadır. Tüketici, kendi yaptığı ya da bir arkadaşının hediye ettiği bir giysiyi atamaz. Tüketici ve ürün arasındaki bu ilişki, yavaş modanın insanların ne giydiklerini ne satın aldıklarını düşündürmekte ve değişimi başlatmaktadır.

**Sonuç:** Yavaş moda ve yavaş tasarım kavramına geçmek ve kurulmuş olan hızlı modanın kemikleşmiş sistemini değiştirmek çaba gerektirir. Ancak Yavaş tasarıma geçiş yapılması ve insanogünün iyiliği, mutluluğu açısından ve uzun vadeli sürdürülebilirlik için maddi olmayan bir doğayı benimsemek de doğru bir yol olarak görülebilir. Yavaş tasarımların günümüzde ve gelecekteki ortak uygulama özellikleri aşağıdaki biçimde belirlenmiştir: Tekstil tasarımı ve moda tasarımı ile ilgili kısa ve uzun vadeli faktörleri dikkate almak ve bu doğrultuda hareket etmektir. Sürdürülebilirlik için ihtiyatlılıkla davranıp mümkün olduğunca zararı azaltmaktır. Estetiği kaybetmeden istenilen sonuçları elde edebileceğimiz basit fakat özlü çözümler bulmaktır. Demokratik yaklaşım açısından tasarımı kullanmalıdır, ancak profesyonel olmayanlar için süreci ve sonucu erişilebilir tutarak önerileri açmak gerekmektedir. Uyarlanabilir olmak; çözümler geliştirmek ve zaman içinde bunları kullanırken

gerektiğinde duruma uygun biçimde modifiye edebilmek gerekmektedir. Dayanıklılık: kesin çözümler üretmek ve zaman içinde bunların onarım ve parça değişim ihtimallerini en aza indirmek. Non toxic ortam yaratmak; toksik olmayan ortamı sağlamak için kirlilik yaratan ve zehirlenme etkisi olan madde ve süreçleri azaltma çözümleri aramak. Verimlilik; zaman, emek, enerji ve fiziki kaynakların aşırı tüketimini en aza indirmek gerçek verimlilik olacaktır. Ayırt edicilik; kültürel ve sosyal açılardan çevresel benzersizliğin ve böyle benzersiz ürünlerin çeşitliliğinin artırılmasını yani lokalizasyonu teşvik etmektir. Tasarım yerel ve bölgesel kültürden ilham alınarak yapıldığında tasarım sonuç ilişkisi açısından ve dolayısıyla insan ve doğa açısından önem kazanmaktadır. Yavaş tasarım; henüz tasarım düşüncesinde rölatif olarak yeni bir kavramdır ve etkileri hali hazırda geliştirilmekte ve tanımlanmaktadır. Aşağıdaki biçimlerde gelişmesi beklenmektedir: Daha uzun tasarım süreçleri, tartışmalar yani düşünsel süreçler, etki tepki testleri ve bunlara dayalı etkileşimlerde bulunulması için zaman ayrılmasını savunur. Yerel, bölgesel malzeme ve teknolojileri kullanan, zanaatkarları destekleyen yerel sanayi ve atölye çalışmaları ve buna uygun tasarımlar için üretim yöntemlerinin kullanana “yavaş moda”, “kişi için” tasarım yapmaktır. “Yavaş Tasarım” doğanın kendi zaman döngülerini göz önüne alarak ve bunu inceleyerek ve doğayla birleşerek yaşamak ve tasarlamaktır. “Yavaş moda tasarımı” uzun döngülerde insan davranışları ve sürdürülebilirlikten etkileneyecektir. Yavaş Tasarım var olma ve pozitif psikolojinin derinliğini ve bulgularını dikkate almaktadır. Yavaş moda kavramı bir yavaş tasarım biçimi olduğundan yavaş tasarım prensiplerinin tümünü benimsemeli, Dünyanın tümünün geleceği ve iyiliği için kullanılmalıdır.

#### KAYNAKÇA

- Chachon, G. (2010). “The Value Of Fast Fashion: Quick Response”, Enhanced Design And Strategic Consumer Behavior September, 2010
- Ceschin, F., Vezzoli, C., Zhang, J. (2012). “Sustainability in Design: Now! Challenges and Opportunities for Design Research”, Education and Practice in the XXI Century Proceedings of the LeNS Conference, Bangalore, India 29th September to 1st October 2010 Volume II
- Fındel A. (2001). “Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical Methodological and Ethical Discussion”, p5-17, Design Issues, Volume 17, Number 1
- Fuad-Luke, A. (2002). “‘Slow Design’ - A Paradigm For Living Sustainably?”. arts. ulster. ac. uk. 2002. Retrieved 2011-1-20.
- Holt, Tim, (2009). “Contributor to The Christian Science Monitor” from the February 10, 2009 edition
- Meredith, B., Storm, E. (2009). “Slow Design - A Conscious Approach to Creating Well Being”. Create-The-Good-Life.com. 2009. Retrieved 2011-1-20.
- Nınımakı, K., Hassı, L. (2011). “Emerging Design Strategies İn Sustainable Production And Consumption Of Textiles And Clothing” Journal of Cleaner Production 19: 1876-1883.
- Tan, S., Köksal, H. (2004). T.E.A.E. Bakış; “Sürdürülebilir Tarım” (5). Nüsha 2.
- Beirut Michael, In Praise Of Slow Design “The New Yorker” 15-01-2006
- Green Penelope, The Newyork Times “The Slow Life Picks Up Speed” 31-01-2008
- Slow Design Slow Approach To Distributed Economy And Sustainable Sensariability, Milan 6 Ekim 2006 (Mart 2012)
- [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/ecolabelled\\_products/categories/textiles\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/ecolabelled_products/categories/textiles_en.htm)(2012 Mayıs)
- <http://www.arts.ulster.ac.uk/artm/courses/jdmm/emotion/slow-des.pdf> (2012 Mayıs)
- <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=3947>(2012 Mart)
- (Charty Durrant <http://gundem.milliyet.com.tr/dunyadaki-tum-kotuluklerin-anasi-moda-/gundem/gundemdetay/> 15.08.2011/1426760/default.htm) (2012 Şubat)
- (<http://www.iklimhaberleri.com/2011/05/surdurulebilir-giyim-tasarm.html>) (2012 Şubat).