

Friedman'ın Yatay Toplum Tanımına Tasarımda Yataylaşma Açısından Bir Yaklaşım

Füsun CURAOĞLU

Yard.Doç.,

Anadolu Üniversitesi

Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü

Öğretim Üyesi

İçinde yaşadığımız dünya artık ne Fransız Devriminin yapıldığı, ne Endüstri Devriminin yaşandığı ne de II. Dünya Savaşı sonrasında yeniden toparlanan bir dünyadır.

21.yy. başında bu dünyada karşı konulamaz bir değişim rüzgarı esmektedir. Bu rüzgarın en kuvvetli olanı ve tartışılanı da şüphesiz ki “Küreselleşme” sürecidir.

Küreselleşme kavramı uzun süre ekonomiye ait bir terim gibi algılanmış olsada artık günlük yaşamın, teknolojinin, sanat, kültür ve tasarım yaşamının değişmez terminolojisi içerisine yerleşmiştir.

Bugün ulusal kültürlerin, ulusal sınırların ve ulusal ekonomilerin kimliklerinin yitirmeye başladığı, bilgiye hızla ulaşıldığı, teknolojide yaşanan gelişmelere yetişmekte zorlanıldığı bir çağda yaşam sürmeye hazırlanmaktayız.

Teknoloji, iletişim ve ulaşım da yaşanan tüm gelişmeler sınırları ortadan kaldırıp birbirine yakınlaştırırken tasarımda da sınırlar ortadan kalkmakta ve dünyanın KÜRESEL BİR KÖY olacağı savı herkesce kabul görmeye başlayan bir tez olmaktadır.

Bu süreç içerisinde yaşanan değişimler bir çok kavramı özellikle de bilgiyi sınır tanımaz hale getirmiş ve bu gelişmeler popüler kültürü tüm zamanların en baskın rolünü oynamaya yönlendirmiştir.

Genel geçer gördüğümüz ve çoğunlukla da küçümsemek adına değeren-

dirme aşamalarında kullandığımız popüler kültür kavramı, değişim gösterecek - adeta yeni bir kimliğe bürünerek - günlük yaşam biçimimizin bir parçası olmakta ve toplumsal yapıda önemli değişimlerin alt yapısını oluşturmaktadır.

Friedman bu geçiş ile biçimlenen yeni toplumu "YATAY TOPLUM" olarak tanımlamakta, yeni yüzyılın toplumsal kimliğinin yatay toplum olduğunu ve toplumda yataylaşmanın dikey topluma göre bir çok değişimi de beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda yatay toplumun bir şöhret toplumu olduğunu ve popüler kültürün etkisinde olduğunu ifade etmektedir.

Benim tanımlamam dikey ve yatay diyeceğim iki tür kimlik arasında bir ayrıma dayanır. Geleneksel ailelerdeki ilişkiler, güçlü bir biçimde dikeydi. Yurkardan aşağıya açık bir otorite çizgisi vardı. Geleneksel bir aile biçiminde (ideal-tipik), baba değişmez bir biçimde sorumluydu; anne ve çocuklar, onun yönetimi altındaydılar. Anneler, babalara bağımlıydı; fakat çocukları üzerinde otoriteye sahiptiler. Olasılıkla karmaşık akraba düzenlemeleri vardı; kimin miras alacağı, kimin yöneteceği, kimin kiminle evleneceği, kimin köyünün ya da evinin aile ocağı olacağıyla ilgili açık kurallar vardı. Modern toplumda kimlik (ve otorite) çok daha yataydır (Friedman, 1999; 14).

Friedman çekirdek düşünce olarak yatay toplumu açıklarken modern erkekler ve kadınların, eşit düzlemde (gerçek ya da görünüşte) ilişkili akranlarla, aynı kafadan olan insanlarla ilişkiler kurma özgürlüğüne daha fazla sahip olduklarını ve modern kimliğin "bilhassa açık" olduğunu ve modern bireyin yetişkin yaşama girerken "tamamlanmamış", "akışkan ve çok-yönlü" olduğunu belirtmektedir.

Bu tanıma bağlı olarak yatay toplumun özellikleri de belirlenmeye başlamaktadır. Yatay toplum bir çok yatay gruptan oluşmaktadır. Friedman yatay grupların büyük ya da küçük olabileceğini ve başlangıç noktasının, dikey kimlikten yatay kimliğe, dikey sosyal yapıdan yatay sosyal yapıya kayış olduğunu vurgulayarak, modern erkek ve kadının geniş bir seçenekler yelpazesine sahip olduğunu belirtmektedir.

Bununla sadece arkadaşların bir tercihini değil, ideolojileri ya da çıkarları paylaşan erkeklerin ve kadınların tercihini de kastediyorum. Modern teknoloji, elbette bunu olanaklı kılar. Bir toplum, bireylere daha büyük gruplara bağlanma özgürlüğü verdiği, ya da bu özgürlüğe önem verdiğinde o topluma yatay diyorum (Friedman, 1999: 17).

Friedman'ın yaklaşımına bağlı olarak yatay toplum birden fazla grubun farklı alanlarda birbiri ile yakın ilişkiler kurabilmesini ve grup oluşturabilmesini olanaklı kılarken her bir grupta yer alan modern insan farklı kimlik taşıyabilmekte ve gruplar içerisinde herkes birbiri ile eşit konumda olabil-

mektedir.

Modernleşme süreci ile değişen yaşam biçimimize entegre olan yeni teknolojik gelişmeler toplumda yataylaşma sürecinin alt yapısını oluştururken özellikle internet ile yaşantımıza gelen hız, bilgiye ve bireylerin birbirlerine ulaşma hızında, bireyleri birbirine yatayda bağlama ve ilişkilendirme de önemli bir temel veri olmaktadır. Bireyler geleneksel toplumun hiyerarşisinden uzakta, eşitlikçi bir yataylık içerisinde istedikleri gruplara üye olabilmekte, ilgilendikleri ya da bilgilenmek istedikleri alanlarda herkes kadar eşit haklara sahip olabilmektedirler.

Bunu yine Friedman'ın dikey toplum tanımından yola çıkarak biraz daha açarsak, yatay toplumda aile format değiştirmekte ve geleneksel baba otoritesi yerini aile içi düzende eşitlikçi bir yaklaşıma devretmektedir. Kısaca toplum yatayda birbirine bağlanmış zincirler gibi biçimlenmektedir.

Bu değişimler çerçevesinde Friedman içerisinde yaşadığımız bu toplumun her şeyden önce, insanların telefon-bilgisayar, antibiyotik kullandığı bir toplum olduğunu, -bu nedenle- yeni toplumun üzerine birkaç yeni cihaz yapıpıştırılan eski toplum olmadığını ve kültürüyle, kişiliğiyle, sosyal yapısıyla farklılaştığını geçmiş toplumlardan ve geçmiş yaşayış, düşünüş ve davranış tarzlarından temelden farklı olduğunu vurgulamaktadır.

Ancak yatay toplum beraberinde kendine ait bir çok sorunu da birlikte getirmektedir. Yatay toplumun beraberinde süreklediği hatta geliştirdiği en önemli sorun popüler kültürdür. Çünkü yatay toplum Friedman'ın yaklaşımı içerisinde bir şöhret toplumudur ve televizyon bu toplumun en önemli iletişim aracıdır. Dolayısı ile bilgilenme ve alışverişte dahi birey yerinden kalkmadan her şeye sahip olabilmekte, dünyanın diğer ucunda olan her şeyden haberdar olabilmektedir.

Bu noktada yatay toplum ve beraberinde getirdiği popüler kültür içerisinde, dünya global bir köy olurken, ulusal ekonomiler, teknolojiler, kültürler ortadan kalkarken yatay toplumun en önemli sorunu ortaya çıkmaktadır: Kimlik.

Bugünden yakın geleceği algılamaya çalıştığımızda ulusal kültürlerin tek bir dünya kültürüne dönüşmesi, gerçekleşmesi zor bir ütopya gibi gelebilir. Ancak teknolojinin yaşattığı hız ve uluslararası pazarın daha çok satabilmek adına küreselleşmeye verdiği desteği değerlendirmeye aldığımızda yakın gelecek ütopyasının aslında bugünün gerçeği olduğunu görebiliyoruz.

Bugünün gerçeği olarak algılamak zorunda olduğumuz küreselleşme; artık ekonomi alanında kullanılan bir kavram olmaktan çıkmış ve ülkelerin hem entegre olmak istedikleri bir sistem, aynı zamanda da, ayrışmak zorunda olduklarını bildikleri, bir değerler bütünü olarak yaşantımıza girmiştir.

Çünkü gerçek olan küreselleşme içerisinde ülkeler birbirlerine sadece tahlıl,

çelik ya da otomobil satmamakta, aynı zamanda kültürlerini de pazarlamaktadırlar.

Bu noktada kültürlerin korunması ve yayılması önemli bir sorundur.

Küresel kültür içerisinde ulusal kültürü korumanın ve yaymanın doğru yollarından bir tanesi de kültür ürünlerini pazarlamaktır.

Dünyada serbest pazar ekonomisinin küreselleşmesi, tasarım kavramını da küresel bir fenomen haline getirmiştir. Üreticiler uluslararası pazarda tasarımın ayırt edici gücünden yararlanmak ve böylece kendilerinin de bu pazarda ayırt edilmesini istemektedirler.

Burada yatay toplumun beraberinde getirdiği “kimlik” sorunsalının çözümünde en önemli argüman, ülkelerin “tasarım” eylemine / eğitimine ve endüstriyel alanda tasarım alt yapısına yapacakları yatırım olacaktır.

Çünkü küreselleşme sürecinde ülkelerin kimliklerini korumasının ve aynı zamanda kimliklerini yaymasının en güçlü argümanı tasarım kozudur.

Tasarım; ekonomi ve üretimin kendilerine malettikleri değerden çok daha fazlasına sahiptir.

François Burkhardt

Küreselleşmenin ve yatay toplum yapısının getirdiği ve getireceği “birbiri ile aynı olma” sorunu içerisinde “farklılık yaratma” olanağını sunacak olan tasarım kozu, aynı zamanda “kültürel kimlik”in yayılımında uluslararası pazarda en önemli güç olacaktır.

Ancak toplumda yataylaşma, tasarımın genelinde (tasarım eğitiminde ve tasarım uygulamalarında) olumlu ve olumsuz bazı sorun ve sonuçları da beraberinde getirmektedir.

Öncelikle tasarım eğitiminin yapılanması sürecinde gelinen noktayı değerlendirdiğimizde; toplumların yataylaşma sürecinde tasarım eğitiminin de dikey sistemden yatay sisteme geçmekte olduğunu görmekteyiz.

Ancak toplumsal yataylaşmanın getirdiği olumsuzluklar tasarım eğitiminin disiplinlere ayrılması noktasında farklılaşma dolayısı ile zenginleşme yaratmaktadır.

Bu yaklaşımı 20. yy. ve 21.yy.’ın tasarım eğitimine bir örnek vererek açıklayabiliriz. Geçen yüzyılın başlarında tasarım disiplini altında yalnızca mimarlık eğitimi verildiği görülmektedir. Tasarım uygulamalarında dönemin mimarlarından bir çok konu üzerinde uzman olmaları beklenmekteydi. Frank Lyod Wright, Le Courbisier, Henry Van de Velde gibi dönemin başarılı mimarları bir yapıyı tasarlarırken, yapı ile birlikte ilişkilendirilen - mobilya/ donatı/ yakın çevre/ logo / amblem / kurumsal kimlik gibi - tüm uygulamaları bir arada büyük bir başarı ile tasarlıyorlardı. 20.yy’ın önemli bir periyodunda Dünya’da ve Türkiye’de tasarım eğitiminin Mimarlık Fakülteleri

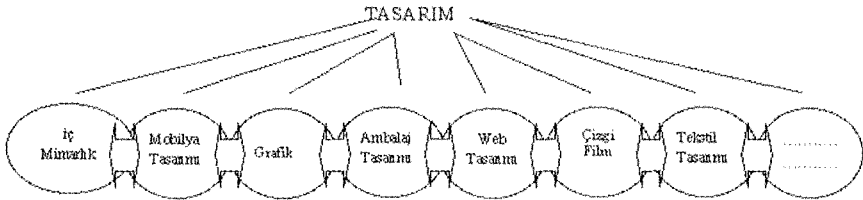
altında yer alması ve Mimarlık Bölümlerinin ilk ve tek tasarım eğitimi veren bölümler olması dikey toplumun tasarım eğitimini biçimlendirmesine bir örnek olarak verilebilir.

Mimari tasarım, mobilya ve kurumsal kimlik tasarımı aynı tasarımcının sorumluluğu altında yaşanan bir tasarım süreci içerisinde gerçekleşmekte, tasarım eğitimi ve tasarıma ait uygulamalar dikey bir sistem içerisinde yapılanmaktaydı.

Bugün tasarım eğitiminde; İçmekan Tasarımından – Mobilya Tasarımına, Grafik Tasarımından – Ambalaj Tasarımına, Tekstil Tasarımından – Moda Tasarımına, Endüstriyel Tasarımından – Araba Tasarımına, Çizgi Filmden – Web Tasarımına ve diğer pek çok gelişen yeni alanlarla birlikte tasarım disiplininin altında ancak farklı alanlarda tasarım eğitiminin çeşitlendiğini görmekteyiz. Bu ana başlıkları biraz daha alt gruplarına ayırdığımızda bugün tasarım uygulamalarının çok daha özele indirildiğini ve tasarım başlığı altında çok yeni alanların eğitiminin verildiğini ya da yeni uygulama alanlarının ortaya çıkmakta olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin; Kurumsal Tasarım, Arayüz Tasarımı, İletişim Tasarımı, Kavramsal Tasarım, Bilgi Tasarımı, Yenilikçi Tasarım, Ses Tasarımı, Bellek Tasarımı, gibi pek çok farklı alanda, tasarım çatısı altında tasarım eğitimindeki yatayda yayılım beraberinde, tasarımda uzmanlık alanlarının da farklılaşmasını getirmiştir.

Bu örneklemeyi tıp alanı ile karşılaştırma yaparak verirsek; uzun yıllar İç ve Dış Hastalıkları olarak branşlaşan tıbbın bugün yatayda ilişkilenen uzmanlık alanlarının oluştuğunu (Kardiyoloji – Hemotoloji – Sistoloji – Gentoloji - Nöroloji vb.) görmekteyiz. Bu açılım ve yataylaşma sağlık alanında da birçok spesifik alanda uzmanlaşmayı beraberinde getirmiş, eğitim ve uygulamada da noktasal açılıma olanak vermiştir.

Aynı yaklaşımı tasarım disiplini ve eğitimi için de vermek mümkündür. Tasarım eğitiminde de yataylaşma süreci tasarımın her alanında özelleşerek uzmanlığı gerekli kılmakta ve bu özelleşme ile tasarım eğitimi farklı tasarım disiplinleri ile birçok alanda uygulama olanağı sağlamaktadır.



Şekil 1 Tasarımda Yataylaşma

Tasarımda yataylaşmanın olumlu bir sonucu olarak görebileceğimiz bu farklılaşma bir ekip çalışması olması sonucunu getirmekte ve birbirinden farklı alanda bir çok tasarımcı bir arada çalışabilmektedir.

Yatay toplum ve küreselleşmenin tasarım eğitimine getirdiği çeşitliliğin ve dolayısı ile özelleşme ve çok seçenekliliğin olumlu yönlerine karşın, yatay toplum süreci tasarım kavramının kendisini popülerleştirmiş ve kavramın içeriği noktasında günlük yaşamda algı sorununu ortaya çıkarmıştır.

Ulusal ve yabancı basında düşünceye, yaratıya, üretime ya da tasarım sorunlarına yönelik başlıklar altında tasarım ile ilgili yayınlar görülmemekte, tasarım; gazete ve dergi ilavelerinde popüler bir konu olarak ele alınmaktadır. Popüler kişilerin hiçbir koşulda tasarıma yönelik emeklerinin olmadığı ürünler, tasarım teması altında konu olarak işlenmektedir.

Satışları artırmak için, adeta onay mühürü gibi artık her türlü malın üzerine bir tasarım damgası vurulmaya başlanmıştır. Kelimenin orijinal anlamıyla hiçbir bağlantısı olmayacak şekilde her yerde tasarımcı giysileri, tasarımcı bardakları, tasarımcı mobilyaları ve hatta tasarımcı hapları türemiştir. Bu sonuç küreselleşme ve toplumsal yataylaşmanın tasarım kavramına getirdiği olumsuz etkinin başında gelmektedir.

Aslında günümüzde çok sık kullanılıyor olmasına rağmen, tasarım sözcüğünün anlamı çoğu insan için net değil, rmuğlaktır. Çünkü sözcük, medyada, reklam endüstrisinde ve pazarlama alanında kullanılmakta ve her bir alanda farklı anlamlar içermektedir.

Tasarım sözcüğünün ağızdan ağıza dolaşması, aynı zamanda değerinin düşmesine de neden olmakta ve tasarım emeği sıradanlaştırılmaktadır.

Tasarımın bir tarafta uluslararası pazarda kimlik yaratma ve kimlik yaymada en önemli argüman olarak değerlendirilmesi gerekliliği, diğer tarafta popüler kültüre kurban edilerek kavramın içinin boşaltılması yatay toplumun önemli sorunu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bugün gelinen noktada Türkiye’de de sorunun aynı olduğunu görmekteyiz. Üstelik Türkiye’de henüz işletmelerin büyük çoğunluğu tarafından tasarım kavramının anlamının ve küreselleşme içerisinde kimlik sorunun çözümünde tasarımın gücünün anlaşılmasından kavramın tüketildiğini görmekteyiz.

Bu noktada giderek popüler kültürün etkisi altına giren toplumsal yapının içerisinde tüketilerek, ülkenin geleceği için çok önemli bir konu olan tasarıma kavramsal ve uygulamada yatırım yapmak noktasında toplumun bilinçlendirilmesi çok önemlidir.

Bu bilinçlendirmede en önemli sorumluluğun tasarım eğitimi veren üniversitelere – dolayısı ile tasarım eğitimi veren bölümlere – düştüğünü söylemek kolaycı yaklaşım olacaktır.

Üniversiteler gerek akademik alanda tasarım eğitimcisi gerekse uygulama alanında çalışacak tasarımcıları yetiştirirken bu sorunun çözümünde ve yeni çözümlerin sunumunda alternatifler yaratırken, piyasa da uygulama alanında rol alan işletmelerin soruna yaklaşımı duyarsızlık boyutundadır.

Tasarımın öneminin anlaşılmadan kullanılması yönünde davranış biçimi geliştiren bazı işletmelerin yanında KOSKEB desteğinin alınması için mecburiyetten(!) bir tasarımcının işletmede çalışmasını talep eden işletme sayısı da azımsanmayacak derecededir. Bu noktada kentlerin sanayi odalarına da sorumluluk düşmektedir.

Küreselleşmenin getirdiği sorunları çözümlmek ve uluslararası pazarda farklılaşarak yer almak bir devlet politikası olmak durumundadır. Bu konuda kamuoyu oluşturmak tüm herkesin sorumluluğu altında olmak zorundadır.

Kaynakça

- FEATHERSTONE Mike, 1996 Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- FRIEDMAN Lawrence M, 1999 Yatay Toplum. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- LECORT Dominique, 2003 İnsan Post-İnsan, Ankara: Epos Yayınları.
- TOMLINSON John, 2004 Küreselleşme ve Kültür. İstanbul: Ayrıntı Yayınları