

“YAVAŞ HAREKETİ”: ÇEVREDEN KÜLTÜRE HAYATIN HER ALANINDA KÜRESELLEŞMEYE BAŞKALDIRI

Doç. Dr. Şule Yüksel ÖZMEN*

Doç. Dr. Haluk BİRSEN**

Doç. Dr. Özgül BİRSEN***

ÖZET

Küreselleşme insanları daha çok çalışmaya, daha hızlı yaşamaya, daha çok üretmeye ve daha çok tüketmeye zorlamaktadır. Bu hızlı akış, hem çevrenin bozulmasına neden olmakta hem de insanların geçmişten bugüne getirdiği toplumsallaşma ve yaşamsal birikimlerini renklendiren kültürel unsurların yerini sıradan aynılaştırılmış unsurlara bırakmasına neden olmaktadır. Son yıllarda karşımıza çıkan “Yavaş Hareketi” hızlı modern hayatı eleştiren, yeme içme biçimi, ekonomik hayat, trafik, gazetecilik ve moda kadar hız ve modern tüketim kalıplarını dönüştürecek bir kültürel değişimi savunmaktadır. Hız ve küresel piyasalara karşı bir meydan okuma olan “Yavaş Hareketi” özellikle yavaş yemek, yavaş şehir ve yavaş moda ve yavaş gazetecilik yavaş medya, yavaş seyahat konuları çerçevesinde ele alınmaktayken artık gündelik hayata ilişkin her şeyin yavaş yaşanması vurgulanmaktadır. Yavaş hareketinin başlangıç noktası yavaş yemek hareketidir. Sanayileşmeyle insanların yaşam tarzı değişmiş ve bu yaşam tarzı değişikliği de yeme alışkanlıklarında değişikliğe yol açmıştır. Yavaş yemek hareketi 1980’lerde “Fastfood” olarak adlandırılan yeme alışkanlığına karşı geliştirilmiştir. Daha sonra yavaş şehir hareketi yavaş yemeği takip etmiştir. 30 ülkede 225 şehrin üye olduğu yavaş şehir organizasyonu yerel yaşamı ve yerel kalkınmayı ifade etmektedir. Hareketin çıkış noktasını küreselleşmeye karşı yerel kültürel unsurlara sahip çıkılması ve desteklenmesi, çevrenin korunması ve sürdürülebilir çevre politikalarının uygulanması gibi çalışma oluşturmaktadır. Yavaş hareketi olarak adlandırılan özünde yerelliğe övgü ve doğaya saygı olan bu küresel hareketin kavramsal çerçevesi bu çalışmada ayrıntılı ele alınmıştır. Bu çalışma TÜBİTAK tarafından desteklenen “İletişim Çağında Frene Basmak: Yavaş Şehirlerin Çevre İletişimi Bağlamında Analizi, Çevresel Toplumsal Katılım, İşbirliği Ve Uzlaşma Stratejilerinin Yavaş Şehirlerde Nasıl Sağlandığının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı araştırma projesi çerçevesinde yapılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:** Yavaş Hareketi, Küreselleşme, Yavaş Yemek, Yavaş Şehir, Yavaş Gazetecilik, Yavaş Medya*

“SLOW MOVEMENT”: A REVOLT AGAINST GLOBALIZATION FROM ENVIRONMENT TO CULTURE IN ALL AREAS OF LIFE

ABSTRACT

Globalization force people more work, live faster, produce more and consume more. This fast flow, either cause to collapse environment or cause to be give place cultural elements which are coming from past to today, and also encolor their socialization and their vital savings, to ordinary, same elements. “Slow Movement”, encountered in recent years, defends a cultural change criticize modern life which can transform speed and modern consuming models such as eating habits, economy of life, traffic, journalism and fashion. “Slow Movement” as a challenge against speed and global market is emphasize that no longer everything should live slow while it is approached in slowfood, slowcity, slowfashion, slowjournalism, slowmedia and slowtravel frame work. The start point of slow movement is slowfood movement. Industrialization has become a fast lifestyle and this lifestyle changed eating habits of people. "Slow eating" movement has developed in 1980s against fast eating habits named as "Fast Food". After that Citta Slow movement has followed the slow food. Citta slow organization express a local life and local development movement that 225 cities in 30 countries are members of this movement. Against the globalization studies about to claim and to support local culture, to protect environment and to apply sustainable environment policies are the starting point of movement. In the study, the conceptual framework of this global movement, which has praise to locality and respect to nature, was investigated. The study was examined in the frame work of “Braking In The Communication Age: A research to Analysis Of Slow Cities In The Context Of Environmental Communication, Environmental, Social Participation, Cooperation And Reconciliation Strategies to Determine how it is being secured in Slow Cities” which was supported by TUBİTAK.

***Keywords:** Slowmovement, Globalization, Slowfood, Cittaslow, Slowjournalism, Slowmedia*

* Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü syozmen@ktu.edu.tr

** Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü hbirsan@anadolu.edu.tr

*** Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü obirsan@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Ulaşım ve iletişim araç ve teknolojilerinin gelişmesi ülkeler arası ilişkileri geliştirmiş, gerek ekonominin gerek kültürün gerekse sosyal hayatın giderek homojonleşmesine neden olmuştur. Öyle ki dünya “küresel bir köy” olarak tanımlanıp, bir köyde insanların birbiri ile iletişim sağlaması, alışveriş yapması, bir evden bir eve gidişin kolay olması, o köye ait gelenek ve anelerin herkes tarafından bilinmesi ve gündelik hayatında hemen hemen herkes için aynı süreçleri içermesi gibi küresel anlamda da bir aynılıktan söz edilmektedir. İlk kez Profesör Theodore Levitt tarafından 1983 yılında kullanılan küreselleşme kavramı, “temelde insanları ve kültürleri bütünleştirme süreci olarak” (Zeiler, 2002: 135) tanımlanmıştır. Küreselleşmenin her disiplin için ayrı ayrı anlamları bulunmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında küreselleşme ulusal ekonomilerin ticaret, direkt yatırım, göç, para akışı ve teknolojinin yaygınlaşmasıyla uluslararası ekonomilerle bütünleşme olarak değerlendirilirken, (Bhagwati, 2004: 7); çevresel açıdan ele alındığında daha problematik bir durum ortaya çıkmaktadır, zira çevre ve küreselleşme dendiğinde çevre sorunlarının küreselleşmesi akla gelmektedir. Çevre sorunlarının küreselleşmesiyle temiz su kaynaklarının azalması, küresel ısınma, hava kirliliği, asit yağmurları, ozon tabakasının delinmesi gibi sorunlar çerçevesinde tartışılmaya başlanmıştır. Çevre sorunlarının küreselleşmesi de küresel bir çevre koruma dalgası oluşmuştur (Yıkılmaz, 2005: 114). Kültürel açıdan ise küreselleşme kavramı, homojenleşme, hibritleşme ve kutuplaşma başlıklarıyla ele alınmıştır (Holton, 2013: 59).

Günümüzde hemen her ülkenin en önemli sorunlarından biri haline gelen çevre sorunları, özellikle küreselleşmenin etkisiyle uluslararası bir boyut kazanmıştır. Bugün ulusal ve uluslararası düzenlemelerde yer alan ve tartışılan çevresel sorunlar, ekonomik, sosyal ve siyasal yönü olan çözümler beklemektedir. Bundan dolayı çevresel kaygı, çevresel eylemde bulunma, çevre politikaları gibi çevresel konular da ulusal sınırları aşılıp, küresel düzeyde ilgi çeken konular konumuna gelmişlerdir. 1950’li yıllarda 2. Dünya Savaşı’ndan çıkan dünya ülkeleri, savaştan büyük bir yıkımla çıkmalarından dolayı öncelikli olarak ekonomik kalkınmayı ön planda tutmuştur. Gelişen süreçte çevrenin korunması gerektiği anlayışı hâkim olmaya başlamıştır. Herhangi bir yerde meydana gelen çevre sorununun başka ülkeleri, bütün kıtayı ve dünyayı etkileyebileceği göz önünde bulundurulmuş; böylece, çevre sorunlarının küreselleşmesi yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Artık günümüzde çevre olgusu devlet politikası haline gelmiştir (Yıkılmaz, 2005: 26).

Küreselleşme bir dizi kültürel sonuçlarla ilişkilendirilmektedir. Bunlar homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme olmak üzere başlıca üç tema altında analiz edilmektedir (Holton, 2013: 59-75). Yavaş hareketinin çıkış noktasını oluşturan unsur olarak ele alınabilecek unsur olan homojenleşme, küresel kültürün Batılı ya da Amerikan kültürü etkisiyle standartlaştığını öne sürer. Kutuplaşma ve melezleşme bu teze karşı gelmektedir. Kutuplaşma tezine göre; kültürel alternatiflerin varlığı ve Batılı normlara karşı oluşan dirençler küresel kültürel gelişimi kutuplara ayırır çünkü kültürü standartlaştırmak ekonomik organizasyonları ve teknolojiyi standartlaştırmaya göre daha zordur. Günümüz dünyasında ne kültürel yerel unsurlar tam olarak değişmeden korunabilir; ne de batı kaynaklı merkezden çevreye doğru akan kültürel unsurlar tam olarak yerel unsurları yok edip kendi kültürel formlarını uygulayabilir. Bu iki unsur birbiriyle etkileşime girerek melez bir form oluşturmuştur (Holton, 2013: 69).

1. Yavaş Hareketi ve Ortaya Çıkışı

Yavaş hareketinin temel çıkış noktasını küreselleşme tezlerinden homojenleşmenin oluşturduğu söylenebilir. Küresel ekonomiyle kültür dünyanın her yerinde aynılaştırmaktadır. Özellikle ulusötesi şirketlerin standartlaşmış hizmet politikaları farklılıkları ortadan

kaldırarak aynılaşmaya neden olmaktadır. Bu süreç “fastfood” zinciri olan McDonalds’la anılmakta, “McDonaldslaşma” şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Standartlaşmaya yol açan değişim ve bu değişimin hızlılığı, aile yaşantısından, yemek alışkanlıklarına, seyahat alışkanlıklarından giyime kadar pek çok alana sirayet etmiştir. Toplumsal yapıdaki tüm bu değişimlerin eskiye oranla çok daha hızlı gelişmesi, bugün gelinen noktada eski alışkanlıkların değişmesini, birçok kültürel değerlerin geride bırakılmasını tetiklemiştir.

Yavaş hareketinin ortaya çıkmasında da Mc Donalds tam orta yerde durmaktadır. İtalya’da 1986’da Roma Piazzadi Spagna’da İspanyol Merdivenleri olarak bilinen mevkide Mc Donald’s restoranının açılışını büyük bir protestoya sahne olmuştur. Gazeteci Carlo Petrini önderliğindeki bu protesto hareketi küresel restoran zincirlerinin yerel tatları yok ettiği ve yemek kültürünü yok ettiğini “fastfood” olarak adlandırılan hızlı yemek yeme kültürünün yerine hayattan zevk alarak ve tüm tatları hissederek yenilebilecek bir şeye bırakması gerektiği vurgulanmıştır. Bu şekilde de yavaş yemek akımı ortaya çıkmıştır. Sonrasında 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 Guttorm Fløistad bu hareketin felsefesini şu şekilde özetlemektedir: “Hayatı yakalamak istiyorsanız acele etseniz iyi olur” (Alpat, 2013).

Yavaş hareketinin kısaca tanımını yapmak gerekirse; iletişim ve ulaşım teknolojilerinin hızla gelişmesiyle, bu hızlı gelişimim toplumsal hayatı dönüştürmesi bu dönüşümün insanların hayattan zevk alacak unsurları gözden kaçırmasını önlemektir. Honore (2008: 11), hıza karşı açılan savaşın da aslında her şeyin başladığı bir notadan ortaya çıktığını, yani ekonomik bir savaş olduğunu belirtmektedir: Hıza karşı açılan savaş aslında ekonomi ile ilgilidir. Modern kapitalizm günümüzde bizlere olağanüstü bir zenginlik sağlamakla beraber, doğal kaynakları da Tabiat Ana’nın bile yerine koyamayacağı bir şekilde yok etmektedir. Her sene binlerce hektar Amazon yağmur ormanı yok ediliyorken, aşırı miktarlarda trol avcılığı yüzünden birçok balık türlerinin soyları tükenmek üzere. Öncelikle bir işi bitirme kaygısı yüzünden kalite kontrolü için çok az vakit ayrılmaktadır. Ekonomik olarak bir mücadele olarak düşünüldüğünde, yavaş hareketinin ortaya çıkışı beklenen bir durumdur. Çünkü mevcut sistem, göz ardı edilen belli grupların varlığına ve çıkar odaklı üretim ilişkilerine verdiği önemi, refahın yayılmasına, yavaşlamanın olumlanmasına vermemektedir. Yavaş, günümüzde insanlar tarafından olumsuz bir anlama sahipmiş gibi algılanmakta, hızlı olmak ve hız kelimeleri ise bunun tam tersi şekilde daha iyi olana, daha başarılı, güçlü olana niteleme yapmaktadır. Fakat nitelik problemi de bu sorun için gelen ilk eleştirilerden biridir. Çünkü iki şeyi aynı anda yapma fikri bizlere çok akıllıca, etkili ve modern geliyor. Ancak bu, iki şeyi o kadar da iyi yapamama anlamına geliyor. Mete Sezgin ve Şafak Ünüvar (2011: 108), yavaş hareketinin ortaya çıkış amacını şöyle ifade etmektedir: Yavaş Hareketi hıza karşı reaksiyon ve kültürel ivme, hayatın mutluluklarından gerçek deneyim arayışı, saate bakmaktan ve sürekli aceleden kaçınmak, yaşam kalitesini yükseltmek, her şeye vakit alan zamanımızın hızını kesmek amacıyla ortaya çıkan hareketleri kapsamaktadır.

Zaman olgusu insanlar için her zaman olduğundan daha fazla önem arz etmeye başlamıştır. Zamanın değerlendirilmesi gerektiği, zamanın geçirilmesi söyleminden daha fazla önemli hale gelmiştir. Yaşam daha da hızlanmaya başlamıştır. Bu hızlanma ile amaçlanan, başarı, gelişme, aydınlanmadır. Fakat unutmamak gerekir ki ne kadar hızlanırsak hızlanılsın, ne kadar hızlı olursa olunsun zamanı gelmeden olgunlaşamayız

Çünkü ruh tabiatı gereği yavaştır (Honore, 2008: 49). İnsanları hızın içine hapseden duvarlar, içinden çıkması olanaksız bir uğraşı maratonu ile birlikte yükselmektedir. Yetişmeye çalıştığımız ödevler, izlememiz gereken diziler, ödememiz gereken faturalar, sorumlu olduğumuz insanlar, doldurmamız gereken midelerimiz, yetişmemiz gereken ülke gündemi bizim daha hızlı olmamız için çabalayıp durduğumuz, kent kültürü içerisinde, toplumsal hayatımızda yapmaya mecbur olduğumuz şeylerdir. Ancak bu mecburiyetin bizleri esir almasına izin vermemiz gerekmektedir. Durum, televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarında da böyledir. Çok fazla seçenek varmış gibi görünen televizyon kanallarında izlediğimiz şeyler genel olarak birbirine çok benzeyen, aslında farklı olmayan yayınlardır. Bu durum televizyondaki figürler için de geçerlidir. Bourdieu (2000), kamuoyunu ilgilendiren belli konularda belli figürlerin ekrana çıkarıldığını ve bunların o konu hakkında herkesten daha hızlı düşünüp, yorumlayabilen "fastthinker" diye isimlendirdiği entelektüeller olduğunu belirtmiştir. Ancak bu kişilerin konu hakkında yüzeysel ve herkesin kabul edebileceği yorumlar yaptığını, seçilmiş ve bu nedenle ekranlarda bulduklarını söylemektedir. Honore (2008: 49) ise durumu şu şekilde özetlemektedir:

"Modern savaşlarda savaş alanında bulunan haberciler ve stüdyoda bulunan uzmanlar gelişen olayların analizini anında yapıyorlar ve genellikle de yorumları yanlış çıkıyor. Ancak bu durumun bugün hiçbir değeri yok: Hız dünyasında en kısa sürede tepki veren kazanıyor. Uydu alıcıları ve 24 saat yayın yapan haber kanalları sayesinde medya, bir zamanlar bir Fransız sosyologun "le fastthinker" olarak tanımladığı kişilerin hâkimiyeti altında. Bu kişiler kendilerine sorulan her soruya anında rahatça cevap verebilen kişilerdir."

Maruz kaldığımız reklamlar, bizlere dayatılan daha hızlı olma, tüketim alışkanlıklarımızı doğal olarak mevcut sisteme entegre olmuş bir şekilde değiştirmemizi öğütlemektedir. Hızlanma ihtiyacı farkında olmadan tüm bunları kabul ettiğimizin ilanı olmaktadır. Bilgisayarımıza bir programı kurarken, bir internet sitesine üye olurken, son aşamadaki "Bütün hüküm ve şartları okudum" butonuna basmakta acele edişimiz gibi, bize sunulan tüm gündelik yaşam pratiklerini ve koşullarını acele ile kabul ederek hayatımıza devam etmekte, bütün şart ve hükümleri yerine getirme zorunluluğunu her platformda hissetmekte, hayatlarımızı bize sunulan hızlı yaşam biçimlerine göre şekillendirmekteyiz. Yavaşlama felsefesi bu bağlamda ara sıra soluklanmamızı ve eleştirel bir bakış açısıyla etrafımıza göz gezdirmemiz gerektiğini hatırlamamıza yardımcı olabilecek potansiyele sahiptir. Christopher Richards'ın (2011) hazırladığı Yavaş Hareketi manifestosu da tam bunu anlatmaktadır:

Bizi hızlanmaya zorlayanlar var. Direniyoruz! Ne bayrak kaldıracak ne de tükeneceğiz. Ofiste ve yollarda yavaşlayacağız. Çevremizdeki 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 hâlâ var.

1.1.Yavaş Yemek

Yavaş Hareketi, Yavaş Yemek ile birlikte ortaya çıkmıştır (Yurtseven vd., 2010: 3). SlowFood (Yavaş Yemek) akımının amacı, geleneksel yöntemleri ve seri üretim ve kolaylık yöneliminden uzak pişirme biçimlerini geri getirmektir bunun yanı sıra ambalajlanması ya da seri üretimi zor diye bir kenara itilmiş ürün cinslerini ve çeşitlerini korumak ve yeniden tanıtmaktır (Freedman, 2008: 29). SlowFood manifestosunun ilk satırları şöyle başlar:

“İçinde bulunduğumuz yüzyıl dinamizmin ve ivmelenmenin etkisiyle, sanayi medeniyetinin yanlış şekilde yorumlanmasından doğmuştur. İnsan kendisini yorulmaktan kurtaracak makineleri icat etmekte ve bu makineleri bir yaşam stili olarak görmektedir. Bu yaklaşımdan bir çeşit kendine dönük yamyamlık türemiş, homosapiens kendini yemeye, sindirmeye ve yok etmeye yönelmiştir” (Petrini ve Padovani, 2012: 111).



Resim 1: Yavaş Yemek Logosu

Gıda üretimi ve tüketimi arasında denge kurarak yerel üretime destek sağlanması, zenginliklerin geri kazanılması, sağlıklı ve dengeli beslenme konusunda önemli gelişmeler kaydedilmesi yavaş yemek akımının ilkelerindedir (Sezgin, Ünivar, 2011: 117). Bölgesel olarak bir yörenin öne çıkan tatlarının ve üretiminin korunması gerektiğine vurgu yapan yavaş yemek, sürdürülebilirlik anlamında da çeşitli önlemler alınması gerektiğinin altını çizmektedir. Kısa sürede uluslararası bir örgüte dönüşmüştür. Kalite hakkında manifestolarında, iyi bir yemeğin özelliklerinin, ‘iyi, temiz ve adil’ kavramlarıyla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. İyi, yerken gıdanın lezzetli olması ve insana haz vermesi gerektiğini, temiz olması, üretim aşamasında gıdaların insan sağlığına, hayvanlara ve çevreye zarar verilmemesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Temiz olması, gıdanın ekosisteme zarar verecek bir şekilde üretilmemesine ve elbette insan sağlığına da bir tehdit oluşturmadan yetiştirilmesine, tüketilebilir hale getirilmesine işaret etmektedir. Adil olması ise, gıda üretici ve emekçilerinin, hak ettikleri gibi maddi ve manevi olarak emeklerinin karşılıklarını alabilmeleri gerektiğine, haklarını koruyabilmelerine ve üretim ilişkilerine dikkat çekmektedir (SlowFood.com, 2015).

1.2.Yavaş Kent (Cittaslow)

Çağımızın bir gereksinimi olarak hızlanmanın karşısında diğer birçok hareket gibi farklı alanlarda küreselleşmenin getirdiği problemlere çözüm olabileceği ihtimali ile çeşitli formlara sokulup uygun hale getirilmeye çalışarak ve temel özellikleri korunarak pratikler geliştirilmeye çalışılmaktadır. Toplumsal hayata değinen ve bunların arasında belki de en fazla öne çıkan ise yavaş şehirlerdir. 1999 yılında Orvieto Kongresi'nden (Ekogastronomi kongresi) sonra onların heyecanına kapılan bir grup yerel yönetici kendine has bir yaşam şekli ve korunmaya muhtaç özel ürünleri bulunan bazı küçük şehirleri bir araya getirecek

bir birlik kurdu (Petrini, Padovani 2012:156). Bu birlik ile yavaş hareketi şehirleri de içine alacak ölçüde genişletilmiş oldu. Fikir o dönemde Chianti'deki Greve kentinin belediye başkanı olan sosyal demokrat Paolo Saturnin'den çıkmıştır (Petrini, Padovani 2012:156). İlk başlarda Ortviato, Positano ve Bre kentlerini kapsayan bir ağ kurulmuştur. İngilizce yavaş anlamına gelen “slow” ve İtalyanca şehir anlamına gelen “citta” kelimelerini birleştirerek bu organizasyon kendine “cittaslow” adını vermiştir. Bu ağ giderek yaygınlaşmıştır. Bugün bu ağa dahil 30 ülkeden 208 şehir bulunmaktadır (Cittaslow Organization, 2015).



Resim 2: Sakin Şehir Logo

Cittaslow'un amacı, kent sakinleri ve ziyaretçiler için, iyi fikirler, deneyimler ve bilgi alışverişini sağlayarak yaşam kalitesini arttırmaya yönelik çalışmalar yapmaktır (Miele, 2008: 136). Hareketin çıkış noktası, şehir sakinlerinin kendi yaşam alanları olan kentlere ilişkin bir bilinç oluşturmaya ve kentün öz değerlerinin korunmasına yönelik oluşan bu bilincin sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Bu sürdürülebilirlik, yerel kimliğin, yerel mutfağın ve yerel kültürün korunması şeklinde olmalıdır (Panait, 2013: 84). Cittaslow küreselleşmeye karşı sürdürülebilir, adil ve özgün kentsel gelişimi teşvik eden bir seferberlik olarak alternatif yaşam felsefesi ortaya koymaktadır (Semmens ve Freeman, 2012: 357). Kentlerdeki yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve daha sürdürülebilir yaşam sistemleri oluşturulmasını sağlayan Cittaslow hareketi, (Tayfun ve Acuner, 2014: 46) yerel ve geleneksel kültürü koruyan, yaşamın rahat ve keyifli bir hızla devam etmesini destekleyen ekolojik ve insancıl bir amaca sahiptir (Tranter, 2010: 158). Cittaslow sadece kültürel değerlerin, yerel kimliğin ya da çevrenin korunmasını temel alma hedefi güden bir hareket değildir, Cittaslow küreselleşme yolunda kentlerin kendi ruhlarını kaybetmeden ilerlemelerine bir alternatiftir (Türkseven ve Dalgakıran, 2011: 132).

Cittaslow hareketinin Türkiye'de izlediği yola bakıldığında Türkiye'nin ilk yavaş şehri olan Seferihisar bu ağa 2009 yılında girmiştir. Seferihisar'ı (İzmir), Gökçeada (Çanakkale), Akyaka (Muğla), Yenipazar (Aydın) ve Taraklı (Sakarya) takip etmiş bu şehirlerden sonra Yalvaç (Isparta), Vize (Kırklareli), Perşembe (Ordu), Halfeti (Şanlıurfa), Şavşat (Artvin) ve Uzundere (Erzurum)yavaş şehir olmuştur. Yavaş kelimesinin halk üzerindeki algısının tembellek miskinlik geri kalmışlık gibi olması nedeniyle Türkiye'de yavaş şehir yerine sakin şehir ismi kullanılmaktadır.

Bir şehri yavaş şehir olabilmesi Cittaslow organizasyonu tarafından ortaya konmuş 70 kriteri karşılaması gerekmektedir. Bu kriterler; çevre politikaları, altyapı politikaları, kent dokusunun kalitesini artırma, yerli üretimi koruma ve destekleme, konukseverlik, farkındalık ana başlıklarında, geleneksel yapıların korunması, trafiğin azaltılması, yerel ürünlerin kullanılması, yenilenebilir enerji kullanılması, fastfood dükkânları yerine yerel yemeklerin sunulduğu restoranların desteklenmesi, eski yapıların restore edilmesi, gürültü

kirliliğinin engellenmesi, hava kalitesinin yükseltilmesi, organik ürün üretilmesi, el sanatlarının korunması gibi birçok faaliyeti içermektedir. Görüldüğü gibi tüm bu faaliyetler yerel yönetimlerin tek başına oluşturabileceği bir yapıda değildir. O şehirde yaşayan herkesin paydaş olması gereken bir süreci içermektedir.

1.3.Yavaş Seyahat ve Yavaş Turizm

Günümüzde paket turlar şeklinde birkaç güne sığdırılmış yerel halkla etkileşimden uzak tur rehberleri eşliğinde belirli noktaları görüp sonrasında yine uçakla geri dönerek seyahatini tamamlama şeklinde yürüyen bir anlayış hâkimdir. Yavaş turizm bunun tam tersi bir durumu benimseyen bir harekettir. Buna göre, yöre halkı ile etkileşime geçilen onlarla iletişim halinde o yörenin kültürel özelliklerini öğrenmeyi, şehri turla değil yürüyerek keşfetmeyi amaçlayan bir anlayıştır (Gardner, 2009: 12).

Yavaş seyahate ilişkin çeşitli bakış açıları mevcuttur. Bunlardan ilki çevreye az zarar veren ulaşım şekillerinin kullanılması üzerinedir. Yavaş seyahat gezginleri bir şehri bisiklet veya yürüyerek gezmeyi tercih eder. Bilinmedik sokaklara girerek kendilerini yeni deneyimlere bırakırlar. Bir başka bakış açısı da yavaş turizm üzerinden yürümektedir. Çoğu zaman yavaş turizm ve yavaş seyahat eş anlamlı olarak da kullanılmaktadır. Turistlerin deneyimleri üzerinden hıza bağlı değil, tüm yerel ve kültürel unsurlarıyla destinasyonu deneyimlemek çerçevesinde ele alınmaktadır. Diğer bakış açısı ise çevreci bir çerçeveyi kapsar. Karbon emisyonu nasıl azaltılabilir, seyahatin iklim değişikliğine etkisi gibi çevre sorunları kapsamında seyahat kavramını ele almaktadır (Dickinson vd, 2011; Lumsdon ve McGrath, 2011). Türkiye’de “her şey dahil” konseptindeki oteller yavaş turizmin tersi bir anlayışın tam karşılığıdır. Bu konseptte turist “tam paket tur” şeklinde tatilini satın almakta, uçakla havaalanına, havaalanında transferle otele ve tatil süresinin tümünü otel sınırları içerisinde geçirmektedir. Yerel halka hiçbir etkileşimi söz konusu olmamaktadır. Yavaş turizm, tatile gidilen yerin halkı ile etkileşime geçmeyi öneren, onların gündelik hayatının bir parçası olmayı hedefleyen bir turizm biçimidir. Bu bağlamda ekolojik turizm, gastronomi turizmi gibi farklı alanlarda da çeşitlenmiştir.

1.4.Yavaş Moda

Yavaş moda hareketi tüketicilerin giydikleri giysinin orijin ve materyali hakkında düşünmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Neyi satın aldığımızı, ürünü kimin ürettiğini ve bu bilgilerin ürünün kalitesini nasıl etkilediğini sorgulayarak sosyal ve çevresel sorumluluk hakkında seçenekler sunmaktadır. Yavaş moda akımı ABD ve Avrupa’da isyankâr giyim tasarımcıları tarafından sadece yeni bir fikir olduğu için kucaklanmıştır (Alpat, 2013). 2006 yılında Yavaş Tasarım Sempozyumu’nda Yavaş Tasarım Manifestosu kabul edilmiş, 2007 yılında da yavaş moda terimi ilk kez Sürdürülebilir Moda Merkezi’nde Kate Fletcher tarafından kullanılmıştır. Hareket; organik üretimi, bölgesel ürünlerin kullanılmasını, biyoçeşitliliğin korunmasını, şeffaf üretim sistemlerine sahip olunmasını ve duylara hitap eden ürünler yapmayı amaçlamaktadır. Tedarikçi, üretici, tasarımcı, pazarlamacı, mağaza zinciri ve tüketici arasında geçen ve çevreye büyük zararları olan sürecin yavaşlatılması geri dönüşümden de faydalanılması yavaş modanın amacı içinde yer almaktadır. Yavaş moda, ekolojik, kültürel ve sosyal çeşitliliğin sürdürülmesini desteklemekte, yeni iş modelleri konusunda da bağımsız tasarımcıları, ikinci el elbise satan yerleri, geri dönüşümcüleri, örgü dantel vb. geleneksel el işçiliğini desteklemektedir (Ertekin ve Atik, 2014). Yavaş ve moda kavramları her ne kadar çelişkili görünseler de, yavaş moda kavramı; çalışanlar, kullanıcılar, tasarımcılar ve çevre açısından farklı olumlu etkilere sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerin tekstil sektörü çalışanları için, yavaş moda daha yüksek ücret anlamına gelmektedir. Kullanıcılar için, yavaş moda daha büyük özenle tasarlanıp üretilmiş ve yüksek kaliteli ürünlere sahip olmak demektir. Çevre açısından ise, yavaş

moda geçici eğilimlerin ardından atılan, kullanımdan kaldırılan giysi atıklarının ve endüstri atıklarının daha az olması anlamını taşımaktadır (Türkmen, 2012). Alpat (2013), yavaş moda, kavramının tüketicileri de moda tasarımcısına dönüştürmekte olduğunu altını çizmektedir. Buna göre; sıradan tüketicinin el emeğine dayalı ürünler öne çıkmakta ve bu durumda, tekstil ürünleri ve tüketiciler arasında bir bağ kurulmaktadır. Tüketici, kendi yaptığı ya da bir arkadaşının hediye ettiği bir giysiyi atamamaktadır. Kısacası, tüketici ve ürün arasındaki bu ilişki, yavaş modanın insanların ne giydiklerini ne satın aldıklarını düşündürmekte ve değişimi başlatmaktadır.

1.5.Yavaş Gazetecilik ve Yavaş Medya

Haberciğinin en önemli kavramlarından biri zamandır. Yarınki baskıya veya akşam bültenine yetişecek diye haber belirli bir zaman kısıtlaması içinde yapılmakta çoğu zaman birçok unsur da gözden kaçmaktadır. Susan Greenberg (2007) tarafından ortaya atılan yavaş gazetecilik kavramı bir haber için harcanan zamanın o haberin kalitesini nasıl etkilediğini tartışmaktadır. Greenberg (2007) günümüzde gazetelerin okuyucu kaybettiğine dikkat çekerek günümüzde haberi çok hızlı ve çabuk şekilde aldığımız ama içerik konusunda büyük sıkıntılar yaşandığına dikkat çekmektedir. İçeriği sağlam ve kaliteli ve etik kurallara uygun şekilde haberlerin yapılmasının zaman alan bir unsur olduğunu söylemektedir. “Hızın ve el çabukluğunun her şeyden önemli kılındığı, 7/24 haberciliğin tüm medya atmosferine hakim olduğu bir çağda, haber için biraz daha fazla zaman ayırmak, araştırma yapmak, birkaç tanıkla daha konuşmak, farklı görüş alacağız diye ulaşılmaması zor kaynakları zorlamak manalı bir eylem mi?” sorusunu soran Arsan (2014) bu çabanın daha yüksek kaliteli ve güvenilir gazeteciliğe yol açacağı vurgusunu yapmaktadır:

Bilen bilir, gazetecilik dilinde haber merkezlerine de “mutfak” denir zaten. İşte aynı hızlı yemek gibi, hızlı haber de güvenilirmez, anlık, besleyiciliği tartışmalı ve sonuçta bünyeye zararlı olabilecek bir şey. Dünya üzerinde olmakta olan olayların çok hızlı, çok tek taraflı, çok üstü kapalı, detaylandırılmadan, çok az sayıda kaynağa dayandırılarak kamusal alana yayılması hız çağının gereğiymiş gibi sunuluyor. Oysa her gün çok sayıda doğrulanmamış, yeterince araştırılmamış haberin kamusal alana yayılması ciddi sorunlar yaratıyor. Gerçeklerin üstü hızla kapatılıyor, insanlar olmakta olan olaylara ilişkin doğru bilgi edinmiyor, eksik ve yanlış habercilik nedeniyle pek çok mağdur, bir kez de gazeteciler tarafından mağdur ediliyor. Bunu bilerek yapanlar var, bilmeden, tembellikten ya da rekabetten dolayı yapanlar var. Kamunun dikkatini dağıtan, hakiki gerçeğe ulaşmasını engelleyen bu şuarsuz habercilik pratiği gazeteciliğin hem üretim, hem de tüketim aşamasını problematik hale getiriyor. Bir yandan gazeteciliğe güven gerilerken, parayla satılan gazetecilik ürünlerine talep azalıyor. Onun yerine, daha şeffaf, daha katılımcı, daha etik, daha rekabetsiz, daha kâr amacı gütmeyen ama habere derinlemesine bakan, araştırılmış, soruşturulmuş, detaylandırılmış, yurttaş katılımına açık bilgiye olan talep artıyor.

Berkey-Gerard, yavaş gazeteciliğin temelini oluşturan unsurları, haber atlatma fetişizminin bırakılması, hız ve ilk olmanın yerine doğru, kaliteli ve tüm bağlamıyla ele alınmış haber yapımı, sansasyona dayalı haber yapımından kaçınılması, gerekli bilgilere ulaşmak için yeterli zamanın gazetecilere verilmesi, konuşulmayan ve anlatılmamış hikâyelerin üzerinde durulması, haberler anlatımın gücüne dayandırılmalı ve bu yüzden gazeteci de iyi bir kaleme sahip olmalı, son olarak da okuyucuyu işbirliği ve dayanışma içinde olduğu bir kişi olarak görmeli şeklinde sıralamaktadır (Masurier, 2014).

Yavaş gazetecilik yanı sıra yavaş medya kavramı da tartışılmaktadır. Medya enformasyonun özellikle de haberin Twitter gibi sosyal medya mecralarında gerçek zamanlı olarak tüketilmeye başlaması bu tartışmaların çıkış noktasını oluşturmaktadır. Almanya’da medya ekolojisi üzerine çalışan sosyolog ve yazarlardan oluşan bir grup bu amaçla bir manifesto kaleme almıştır. Benedict Köhler, Sabria David ve Jörg Blumtritt’in (2010) kaleme aldıkları bu manifesto şu maddeleri içermektedir:

1. Yavaş medya sürdürülebilirliğe katkı sağlar.
2. Yavaş medyatek bir işe odaklanmaya teşvik eder.
3. Yavaş medya mükemmeliyeti amaçlar.
4. Yavaş medya kaliteyi aşikâr kılar
5. Yavaş medya neyi nasıl tüketeceğini bilen insanları geliştirir. Bu tüketiciyi manifesto yazarları “prosumer” olarak adlandırmaktadır. Prosumer’lar yavaş medyada pasif tüketicilerin yeri alır.
6. Yavaş medya analitik çözümlene yeteneğine sahiptir ve diyalojiktir. Yavaş medyadınlemek de en az konuşmak kadar önemlidir.
7. Yavaş medya sosyal medyadır. Kültürel ve yerel farklılıklara saygı gösterir ve çeşitliliği yayar.
8. Yavaş medya kullanıcılarına/okuyucularına/izleyicilerine saygı duyar.
9. Yavaş medya reklam yoluyla değil kişilerin önerileriyle yayılır.
10. Yavaş medya sonsuzdur. Üstünden yıllar geçmiş olsa dahi, tazeliğini ve değerini korur.
11. Yavaş medyanın bir aurası vardır. Belirli bir ortamın, kullanıcının yaşamındaki belirli bir ana ait olduğu hissini verir. Endüstriyel olarak üretilen veya kısmen üretim sanayi araçlarının dayalı olmasına rağmen, kendileri ötesinde benzersizlik iddiasında bulunur.
12. Yavaş Medya ilerici ya da gerici olarak tanımlanamaz. Twitter gibi eşzamanlılık özelliğine sahip ve bundan dolayı “hız” faktörüyle anılan sosyal ağlara karşı değildir. Yavaşın karşıtı olarak görülen “hız” unsuruna karşı çıkmamak bir çelişki olarak görülse de öyle değildir çünkü yavaş medya her türlü yenilikten yararlanma konusunda tutum geliştiren bir yapıya sahiptir.
13. Yavaş medya, medya içeriğinin üretilmesinde ve alımlanmasında kaliteye odaklanır.
14. Yavaş medya inandırıcılık ve güvenilirlik için zaman harcar. Arkasında gerçek insanlar vardır ve bunu da hissedebilirsiniz.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz dönem hızın yüceltiği bir dönemdir. “Ne kadar hızlı o kadar iyi” mottosuyla hareket etmek özendirilmektedir. Yavaşlık miskinlik tembellik olarak algılanmakta ve kaçınılması gereken bir olgu olarak sunulmaktadır. Yavaş hareketi hem bu algı hem de yavaş hayatın nasıl olması gerektiği üzerine çalışmaktadır. Yavaş hareketi “yaşamı sindire sindire” yaşamak, hayattan zevk almak, insanı insan, toplumu toplum, kültürü kültür, çevreyi çevreyapan değerleri koruyarak bir yaşam tarzını hedeflemektedir. Yavaş yaşamda tüketmek kavramının yerini dönüştürmek yeniden kazanmak almıştır. Bu çerçevede de hayatın her yanına sirayet etmeyi hedeflemektedir. Bu çalışmada yavaş hareketinin çıkış noktası olan yavaş yemek ve onu takip eden sakin şehir (cittaslow) hareketi yanı sıra yavaş moda, yavaş seyahat, yavaş turizm, yavaş gazetecilik ve yavaş medya kavramları ele alınmıştır. Fakat yavaş akımı bunlarla sınırlı değildir. Çevreye duyarlı sürdürülebilirliği ön plana çıkaran karı değil çalışanların birer paydaş olarak görüldüğü asıl amacın huzurlu bir iş ortamı olduğunu vurgulayan yavaş işletmecilik

akımı da vardır. Türkiye’de “Başka Bir Okul Mümkün¹” hareketiyle kendini bulan kamunun standartlaşmış ve öğrencileri bir yarışın içine sokup, gündelik hayattan doğadan soyutlanmış şekildeki eğitim anlayışına alternatif yavaş okul hareketi de yavaş akımı içinde yer almaktadır. Yavaş ebeveynlik de anne babaların çocuklarıyla vakit geçirmesini onlarla oyunlar oynamasını içeren bir harekettir. Yavaş ebeveynler çocuklarla oyun oynayıp, beraber yemek yapıp, doğa yaşamını keşfeden aktiviteler yapan anne-babalar. Yavaş ebeveynliğin temelini çocuğunu tanımak ve ona zaman ayırmak oluşturmaktadır. Yavaş trafik, yavaş tasarım gibi birçok unsur yavaş hareketi kapsamında doğmuş ve gündelik hayatta hızlanıp ve hayata ilişkin kaçırılan her noktada yavaş akımı oluşturmaktadır.

Yavaş hareketi küreselleşmeye başkaldırı niteliğinde bir harekettir ama küreselleşme karşıtı bir hareket değildir. Çünkü küreselleşme karşıtı hareketlerin beş ayırt edici özelliğe bulunmaktadır (Aldemir, 2010). Bunlar; teknolojinin önemi, çoğulculuk, liderin yokluğu, değişen sınıf yapısı/hareketlerin tabanı ve örgütlenme şeklidir. Bu bağlamıyla yavaş hareketini küreselleşmenin getirdiği olumsuzluklara karşı duruş hareketi olarak adlandırılabilir. Yerelliğe övgüyü içeren özünde küreselleşme karşıtı olan küresel bir harekettir. Fakat her kesimi kapsayıcı tavrıyla küreselleşme karşıtlığından daha ziyade küreselleşmenin olumsuz etkilerini bertaraf etmeye yönelik bilinç oluşturmaktadır. Bu bilinç yaşanabilir bir dünya için daha az tüketerek, doğayla barış içinde ve kültürel varlıkları koruyarak olması gerektiğinin altını çizmektedir.

KAYNAKÇA

- ACUNER, E. TAYFUN, A. (2014). “Cittaslow: A Model Proposal For Çamlıhemşin”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 2/1, s. 46-54.
- ALDEMİR, N. C. (2010). **Küreselleşme Karşıtı Sosyal Hareketler**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- ALPAT, E. (2013). “Yavaş Moda Nedir?”, **Akdeniz Sanat Dergisi**, Cilt 5, Sayı 7, s. 44-47.
- ARSAN, E. (2014). “Yavaş Gazetecilik”, **Evrensel Gazetesi**, 16- 9- 2014.
- BHAGWATI, J. (2004). **In Defense of Globalization**, New York: Oxford University Press.
- BOURDIEU, P. (2001). **Televizyon Üzerine**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- DICKINSON, J. E., LUMSDON Les M. ve ROBBINS, D. (2011) Slowtravel: issuesfortourism and climatechange, **Journal of SustainableTourism**, Cilt: 19, Sayı: 4, s. 281-300
- ERTEKİN, Z.Ö.; ATİK, D. (2014). “Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers and Remedies for Mobilization of SlowFashion”, **Journal of Macromarketing** 1-17, DOI: 10.1177/0276146714535932.
- FREEDMAN, P. (2008). **Yemek Damak Tadının Tarihi**, İstanbul: Oğlak Güzel Kitapları.
- GARDNER, N. (2009). “A manifesto for slowtravel”, **Hidden Europe Magazine**, 25, s. 10–14.
- GREENBERG, S. (2007). “Slow Journalism”, **Prospect**, February 2007, s. 15–16.

¹Başka Bir Okul Mümkün Derneği tarafından Türkiye’nin yedi ilinde kurulan okullar ilkelerini; çocuk haklarını hayata geçiren, çocukların kendilerini gerçekleştirmelerini sağlayan, katılımcı demokrasiyle yönetilen, ekolojik dengeye saygılı ve ticari kar amacı gütmeyen okul öncesi ve ilkokulların kurulması ve bu modelin ülke çapında yaygınlaşması şeklinde ortaya koymaktadır.

- HOLTON, R. (2013). "Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları", (Çev.: Kasım Karaman), **Sosyoloji Konferansları**, No: 47, (2013-1), 59-75.
- HONORE, C. (2008). **Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi Yavaş**, İstanbul: Alfa Yayınları.
- LUMSDON, L. M. ve McGRATH, P. (2011). "Developing A Conceptual Frame Work For Slow Travel: A Grounded Theory Approach", **Journal of Sustainable Tourism**, 19: 3, s. 265-279.
- MASURIER, M. L. (2014). "What is SlowJournalism?", **Journalism Practice**, 9 (2).
- MIELE, M. (2008). "Cittaslow: Producing Slow Nessagainst The Fast Life", **Space And Polity**, 12 (1), 135- 156.
- PANAİT, I. A. (2013). **From Futuramato Citta Slow, Slowing Down In A Fast World, Master Thesis of MSC, Landscape Architecture and Planning**, Wageningen University, Netherlands.
- PETRINI, P. and PADOVANIG (2012). **Slow Food Devrimi**, Ankara: Sinek Sekiz Yayınevi.
- SEMMENS, J. ve FREEMEN, C. (2012). "The Value of Citta Slow As An Approach To Local Sustainable Development: A New Zealand Perspective". **International Planning Studies**, 17 (4), s.353-375.
- SEZGİN, M. ve ÜNÜVAR, Ş. (2011). **Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir**, Konya: Çizgi Kitabevi.
- TRANTER, P. J. (2010). "Speed Kills: The Complex Links Between Transport, Lack of Time and Urban Health", **Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine**, 87 (2), s.155-166.
- TÜRKMEN, N. (2012). "Sürdürülebilir Bir Tekstil Endüstrisi İçin "Yavaşlık" ve Alternatif Üretim Modelleri", **Akdeniz Sanat Dergisi**, Cilt 3, Sayı 8 (4) s. 59-61
- TÜRKSEVEN D. İ. ve DALGAKIRAN, A. (2011). "An Alternative Approach İn Sustainable Planning: Slow Urbanism. Archnet-IJAR", **International Journal of Architectural Research**, 5 (1), s. 127-142.
- YILDIZ, F. (2015). "Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Slow Food ve Günümüz Tüketim Kültüründe SlowFood'un Algılanması", **Eko-Gastronomi Dergisi**, Yıl 1, Sayı 2.
- YIKILMAZ, N. (2005). **Yeni Dünya Düzeni ve Çevre**, İstanbul: SAV Yayınları.
- YURTSEVEN, H. R., KAYA, O. ve HARMAN, S. (2010). **Yavaş Hareketi**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ZEILER, T. W. (2002). **Encyclopedia of American Foreign Policy**, (Ed. Richard Dean Burns, Alexander DeConde, and Fredrik Logevall), Vol. 2, 2'nd ed., New York: Charles Scribner's Sons.

Internet

- CITTASLOW Organization. "CittaslowList. (2015).
"http://www.cittaslow.org/download/File_News_Eventi/CITTASLOW_LIST_dece
mber_2015.pdf, Erişim Tarihi: 07.08.2015

KÖHLER, B., David, S., ve BLUMTRİTT, J. (2011). "The Slow Media Manifesto",
<http://en.slow-media.net/manifesto>, Erişim Tarihi: 07.08.2015

RICHARDS, C. (2011). "Slow Manifesto". <http://slowdownnow.org/slow-manifesto/>,
Erişim tarihi: 07.08.2015

SLOWFOOD.COM. (2015) "Our History" <http://www.slowfood.com/about-us/our-history/>,
Erişim tarihi: 07.08.2015