



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of International Social Research
Cilt: 9 Sayı: 43 Volume: 9 Issue: 43
Nisan 2016 April 2016
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

ÜRETİM, KORUMA VE DÖNÜŞÜM AÇISINDAN MODANIN TOPLUMSAL DÜZEN İLE İLİŞKİSİ YA
DA "GIYINME"Yİ DÜŞÜNMEK
THE RELATIONSHIP BETWEEN FASHION AND THE SOCIAL ORDER IN TERMS OF PRODUCTION,
PROTECTION AND TRANSFORMATION OR THINKING OF "DRESSING"

Yeliz SELVİ*

Öz

Genel davranışlar, sanat, mimari, edebiyat, yemek gibi pek çok konuyu içine alsada "moda" denildiğinde genel olarak ilk akla gelen bir toplumda belirli bir zamanda öne çıkan "giyinme" pratiğidir. Bu pratik görsel kültür içinde kimlikler ve yaşam tarzlarını belirleyici kılan sembolik değeri ile toplumsallaşma sürecinde önemli bir inceleme alanını oluşturmaktadır. Çünkü sadece insana özgü olan 'giyinme' pratiği, insanların yüzyıllar boyunca tarihin önemli olayları ile yakın etkileşimine bağlı olarak, üzerinde toplum tarafından verilmiş birtakım politik, sosyal, psikolojik ve estetik kodlar taşımaktadır. Toplumsal düzen ile ilişkisi düşünülürken ise bu kodlar, yerleşik olanı koruyan ya da ona karşı duran kimlik göstergelerine dönüşmektedir. Bunun anlamı, bireylerin toplumsal kimliklerini ifade etmelerine olanak tanıyan giyinme pratiklerinin hem halihazırdaki toplumsal düzeni yeniden üretme hem de yerleşik bir kanon içerisinde sınırları belirsizleştirme ve kuralları yıkmaya gücüne sahip olmasıdır.

Toplumsal düzen ile kurulan bu ilişkiden hareketle, çalışmada giyinme pratiğinin görsel kültür ile olan sembolik bağı, geçmişteki, günümüzdeki ve gelecekteki işlevleri ve anlamları; moda'ya evrilme süreci ve tüketim kültürüne dahil olma biçimleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Giyinme, Moda, Görsel Kültür, Toplumsal Düzen.

Abstract

Although it covers a number of issues such as general behaviors, art, architecture, literature, food and so on., the first thing that comes to mind when called fashion is generally highlighted dressing practical at a particular time in a society. This practical is an important study area which makes determining identity and lifestyle with symbolic value in visual culture in the socialization process. Because dressing is just a human-specific practice and it has a number of political, social, psychological and aesthetic codes that is given by the community, associated with important historical events. These codes that protect the established social order or against the social order are converted to identity indicators when considering the relationship with the social order. This means that dressing practices that allow individuals to express their social identity have the power of either reproduce the current social order or blurring boundaries and breaking the rules within the established order.

In this article were examined the dressing practical's symbolic link with the visual culture, past, present and future functions and meanings, evolution process to fashion and adding forms of the consumer culture.

Keywords: Dressing, Fashion, Visual Culture, The Social Order.

1. Giriş

Moda, giyinme ya da giyinerek güzel görünme itkisiyle başlayan bir süreçte insanın görme ve görünme talebinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve toplumsal yaşamı doğrudan etkileyen, yönlendiren ve hipnotize eden görsel kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir.

Optik deneyimin sosyal ve kültürel bir incelemesi olan *görsel kültür* ise, farklı vurgulara sahip birtakım görüşler referans alındığında, toplumsalla kesişen ya da ondan kesin çizgilerle ayrılan dinamik bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle, görsel kültür toplumsalla yakın bir ilişki kurarak kurumlar, medya, nesnelere ve sınıflardan oluşan toplumsal düzeni ya yeniden üretmekte ya da dönüştürerek ona meydan okumaktadır.

Üretim ya da yeniden üretim sürecinde, hegemonik bir yapı tarafından oluşturulan ve meşrulaştırılan toplumsal düzen, hiçbir eleştirel tutuma yer vermeyecek şekilde görsel kültür ürünleri tarafından onaylanmaktadır. Yerleşik kanonu olduğu gibi kabul eden ve yansıtan görsel kültürün bu nedenle iktidara bir uyum problemi de yoktur, hatta çoğu zaman görsele ayrıcalık tanıyan böyle bir toplumsal düzende, yaratıcı etkinlik iktidarın varlığını sürdürmesine hizmet etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Toplumsal düzeni üreten ve yeniden üreten görsel kültür örnekleriyle karşılaştırıldığında, mevcut toplumsal düzene meydan okuyan ve onu dönüştüren görsel kültür örneklerinin sayısı ise daha azdır. Yerleşik kanondan bağımsız olarak üretilen bu görsel kültür ürünleri, çoğunlukla daha eşit ve adil bir toplumsal düzenin oluşturulmasına hizmet etmek üzere kurgulanmışlardır. İşte, dünyada ve Türkiye'de, iktidara olan mesafesiyle toplumsal düzenle her iki şekilde de ilişki kuran önemli alanlardan biri de 'moda'dır. Daha net bir ifadeyle optik algıya yaptığı vurgu

* Yrd. Doç. Dr., Harran Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, yelizselvi83@gmail.com

ile görsel kültürün önemli bir parçası olan moda, diğer tüm görsel kültür ürünleri gibi toplumsal yaşamı doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Toplumsalla kurduğu bu yakın ilişki dolayısıyla moda, toplumda üretim, koruma ve dönüşüm açısından önemli bir rolü üstlenmektedir.

Moda ve toplumsal düzen arasındaki bu ilişki, giyinme davranışına ait içeriklerin yorumlanıp, bu içeriklerin amacı, hedef kitlesi ve sahiplik ilişkileri üzerinden sosyal etkisi incelendiğinde daha iyi anlaşılacaktır.

2. Giyinme Davranışının Yönetilmesi ya da Moda

Sadece insana özgü bir özellik olan *giyinme* davranışı insani bir ihtiyaca referans eden fizyolojik, ruhsal ve sosyal eğilimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. "Bu eğilimlerden ilki 'korunma' eğilimidir, insanın hayvan postlarına bürünmesi ya da vücudunu çamurla kaplaması gibi örnekler korunma eğilimini gösterir. İkincisi 'utanma ve örtünme' eğilimidir. İlkel toplumdan modern topluma doğru gidildikçe, giyimin giderek toplumsal kimliğin oluşturulmasında önemli bir rol oynamaya başlaması utanma ve örtünme amacıyla yapılan giyinme pratiğini, bir medeniyet göstergesine dönüştürür. Üçüncü ve son eğilim ise, 'süslenme' eğilimidir" (Uslu, 1998: 52).

İnsan süslenme eğilimini ise yüzüne, kulaklarına, burnuna, boynuna ya da ellerine daha genel olarak vücuduna taktığı ve çeşitli materyallerden yapılmış süslerle göstermiştir. Her ne kadar moda, sanayi sonrası çağa özgü bir olgu olarak düşünülse de, özellikle insanın bu süslenme eğilimine kaynak teşkil eden güzel ve çekici olma ya da giydiği şeylerle kişiliğini ve tarzını gösterme arzusu ve hatta başlı başına giyinme davranışı moda kavramını da yaratmıştır denilebilir. Yani, insanların doğal şartlardan korunma ve örtünme-utanma eğilimi ile başlayan giyim serüveni, sonraki aşamada, estetik ve standart kalıplar halinde gelişerek, toplumun değer yargılarını ve giyenin kişilik özelliklerini yansıtan bir pratiğe dönüşmüştür. Dolayısıyla toplumsal varlığın sürdürülmesi için gerekli dinamizmi sağlayan bir takım değişiklikler, *giyimde moda* olgusunu ortaya çıkarmıştır. Bir başka deyişle, giyinme, zaman içinde estetik hale getirilip standartlaştırılarak moda evrilmiştir. Bir anlamda bireysel ve toplumsal gereksinimlerin gelişimi modanın kendi gelişimini belirlemiştir.

" 'Mod' diye adlandırılan 'belirli bir sayısal dizinin en tepe noktası olarak alınan ve tüm diziyi temsil eden sayı' " anlamda bir istatistik terimine dayandırılan moda kavramı, giysi tasarımını hazırlarken yararlanılan aktüel alt yapı" olarak giyim dünyasına uyarlanmaktadır" (Gürsoy, 2010: 14). Dolayısıyla moda genel olarak belirli bir zaman periyodu içinde popüler hale gelen giyim tarzıdır.

Tarihsel durumu itibariyle ise moda, iktidarla ilişkisi bağlamında son derece güçlü bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Şöyle ki, genel olarak moda şeklinde nitelenmesi gereken bazı tavırların ve yaklaşımların ortaya atıldıkları ilk andan beri iktidarla kurdukları dirsek teması, iktidarın insanın dış görünüşünün ayrılmaz bir parçası olan giysileri, toplumsal kimlikleri empoze etmek için kullanmasına yol açmıştır. Bu anlamda, toplumsal bir denetim biçimi olarak işlev gören giysiler, sadece sınıflararası sınırları çizmekle kalmamış, ayrıca bireylere bir takım cinsiyet normları da dayatmıştır. Özellikle iktidarın moda olgusuyla kurduğu bu ilişki biçimi kapitalizm-öncesi toplumlarda açık seçik görülebilmektedir. Fransız devrimi ise, biçimsel de olsa moda da bir demokratikleştirmeyi getirebilmiştir. Devrimden önce soylu ve alt sınıf arasındaki kesin ayırım devrimden sonra köyden kente gelen alt sınıfın burada kendi kültürlerini oluşturmasıyla bir oranda ortadan kalkmış, alt sınıf soylu sınıfın sahip olduğu kültür mirasını paylaşmıştır. Bu gelişmelerin ardından ortaya çıkan burjuvazi ve Sanayi Devrimi modada alt sınıfların, üst sınıflara özenip, onları taklit etmesinden ve onlara ulaşmaya çalışmalarından kaynaklanan bir yaklaşım ortaya çıkarmıştır. Nitekim sanayileşme, ucuza mal olan moda ürünlerinin kitlesel olarak üretilebilmesine ve yaygınlaştırılmasına olanak sağlamıştır. "Modanın bundan sonra geçirdiği diğer hamleler de tamamen Dünya Savaşları'na bağlıdır. Bu savaşların ortaya çıkardığı sefaletle karşı moda, bir çeşit başkaldırı gibidir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra yani, 1950'lerin başından itibaren Avrupa kültürü yaralarını moda ile sarmıştır. Çünkü yokluk ve sefaletten bir an önce çıkması gereken Avrupa'nın, tüketimin ilk basamaklarını tırmanmasında moda, en önemli aktör olmuştur" (Gürsoy, 2010: 14).

Bu süreçte moda, modaevleri aracılığıyla kurumsallaşmış ve bu modaevlerinde moda organizasyonları ya da defileler düzenlenerek koleksiyon tanıtımları yapılmış ve giysiler satışa sunulmuştur.

"Moda defileleri ilk olarak Fransa'da yapılmaya başlanmıştır. Defile kavramı ise, İngiliz tasarımcı Charles Frederick Worth'un bir koleksiyonu sunmak için eşini ilk kez bir canlı manken olarak kullanma fikri ve eylemiyle ortaya çıkmıştır. Worth bundan sonra daha fazla manken ile çalışarak elit bir kesimden oluşan müşterilerine satış yapmak üzere bir salonda tasarımlarının sunumunu yapmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak mankenlik mesleğinin de giderek popüler hale geldiği bu dönemde Paris ve Milano'da halka açık defileler de düzenlenmeye başlanmış, bu defilelerde modaevlerinin ve tasarımcıların giyilebilir ve ciddi tasarımlardan oluşan kreasyonları sunulmuştur. Modanın performatif hali olan defilelerin kapsamı ve içeriği sonraki yıllarda defileleri ilgi çekici gösterilere dönüştüren Poiret ya da medya ve elit tabakayı hedef alan defileleriyle Patou gibi tasarımcılarla daha da genişletilmiştir. II. Dünya Savaşına kadar modanın merkezi olan Paris, savaştan etkilenince moda gösterileri konusunda Amerika öne çıkmaya başlamıştır" (Oyman ve Erdoğan, 2012: 114).

Görülen odur ki, moda; tarihsel sürekliliği içinde iktidarın, ideolojilerin sınıf ayrımlarının ve buna bağlı olarak toplumsal sınırlamanın bir aracı olmuş, burjuvanın etkinliğini hissettirdiği tarihsel dönemeçlerde görünüşte bir demokratikleşme söz konusu olsa da, emperyalist kültürlerde yönlendirici büyük moda merkezleri ile yine egemen kesimlerin yaşam tarzını yaymaya devam etmiştir. Bu noktada "sınıfsal gösterge olarak giyimden kimlik göstergesi

olarak giyime evrilen moda, 20. yüzyılda, medya, film ve popüler müzikle şekillendirilen küresel moda pazarı ile giyinme pratiğini, kimliğin toplumsal kuruluşu sürecinde belirleyici kılmıştır. Bir başka ifadeyle, giyinme pratiği günümüz tüketimine dayalı toplumlarda, medya süreçlerinin belirleyici hegemonyası altında sonsuz çeşitlilikte kimlik arayışı çabasının bir göstergesi ve ifadesi haline gelmiştir. Bu anlamda sınıf modasından tüketici modasına bir kayış gözlemlenmiştir" (Crane, 2003).

Süslenme dürtüsüyle başlayıp, toplumsal kimliği oluşturmaya kadar değindiğimiz bu süreç, hızlı kültürel değişimlere, giysiye yansıttığı formlarla ayak uyduran modanın sosyolojik ve psikolojik bir olgu olduğunu gösterir. Nitekim toplumsal düzen ile ilişkisi bağlamında insan üzerinde bu kadar etkili olmasının nedeni, modanın psiko-sosyal yönünden kaynaklanmaktadır.

Öncelikle subjektif ve bireysel bir olgu olduğu için psikolojik bir temele dayanan moda, esas itibarıyla, "toplumda üste çıkma ve üstünlük duygularının tatminini sağlamaktadır. Ayrıca, modayı yakından izleyen ve uygulayan kişi, kendini sıradan insanlardan ayırma, farklılaştırma ve topluma farklı bir biçimde empoze etme imkânına sahip olmaktadır. Bunun yanında moda uygun yaşamak veya modayı yakalamak, günü yaşamak demektir. Moda kitlesel bir iletişim aracına dönüştüğü böyle durumlarda aktüellik, güncellik ve çağdaşlığın birer göstergesidir" (Gürsoy, 2010: 15-16).

Öte yandan modanın, kitleleri telkin etmenin ve "sıklıkla korku, sevilme, kabul edilme arzusu, istikrar, vb. güdülerle kişinin kendi algılarını, inançlarını, normlarını, tutum ve davranışlarını içinde yaşadığı toplumun ve grubun egemen inançları, normları vb. ile çatışmayacak şekilde değiştirmeye ve egemen olanları benimsemeye eğilim duyması" anlamında *uydumculuk*un bir başka yolu olduğu da psikolojide yaygın görüşler arasındadır (Budak, 2000: 788).

Sosyoloji alanında ise modanın benzer bir tanımına rastlanmaktadır. Buna göre, "bir özentî, kendini kabul ettirme, statü ve kişilik kazanma" gibi bir takım faktörlerin esas alındığı moda, "toplumun alt katmanlarında yer alan insanların, yine aynı toplumun üst katmanlarında yer alan insanları örnek alarak onları taklit etmesi" olarak tanımlanmaktadır (Gürsoy, 2010: 15). Nitekim Georg Simmel'in de vurgusu da bu yöndedir. Ona göre; "moda verili bir örneğin taklididir ve sosyal uyum talebini karşılamaktadır" (Simmel, 1957: 543).

"Değişen sürekli biçim ve durgun bir nitelik gösteren sosyal alışkanlıklar ile geçici hevesler arasında bir noktada duran" modanın, bu kolayca taklit edilebilme özelliği ve *uydumculuk* kavramsallaştırması, yukarıda çeşitli disiplinlerin açıkladığı şekliyle onu bir tavır ve hareket şekilciliğine dönüştürmektedir (Çivitçi, 2004: 14). Böyle algılandığı her anda ise moda, algı düzeyinde kitleleri yönlendiren bir giyim pratiği olarak toplumsal düzeni yeniden üretmektedir. Bu gibi durumlarda gerek dünyada, gerekse Türkiye'deki moda algısı ve anlayışı ideolojiler ve kimlik talepleri arasındaki mücadelenin ve farklı anlamlandırma pratiklerinin daha çok imgeler düzeyinde kurulmasının açık seçik bir göstergesine dönüşmektedir. Zamansal olarak ise, moda olgusunun yeniden üretime aracılık ettiği böyle onların çoğunlukla kapitalist sistemin kendini yeniden üretme süreciyle paralellik göstermesi ise kuşkusuz bir tesadüf değildir.

Böyle bir kurgusal ilişkiler ağı içinde dünyada ve Türkiye'de giyinme pratiğinin tüketim ve moda olgusuna eklenerek anlam değişikliğine uğradığı ve toplumsal düzeni yeniden ürettiği pek çok örneğine rastlamak mümkündür. Örneğin 1981'de Prens Charles ile evlenen Diana'nın gelinliği, saçı ve genel olarak sonraki yıllarda bütün giyim tarzı tüm dünyada kadınlar tarafından taklit edilmiştir. Sonrasında kadınların yaşam tarzı ve kimliklerinin toplumsal inşasında bir standardı oluşturan bu rol model, uyum ve benzerlik vurgusuyla tüketimin bir aracı haline gelmiştir. Böylece tüketim toplumu bağlamında kitlelerin arzuladığı yaşam tarzı, bir giyinme pratiğinde anlamlı kılınarak, moda ile ilişkisi kurulmuş ve tekrar tekrar üretilen Prenses Diana imgesi sistemin bir yeniden üretimine dönüştürülmüştür.



Şekil 1: Galler Prensesi Diana



Şekil 2: Kate Middleton ve Prens William

Muhtemeldir ki, yine Diana'nın İngiliz kraliyet ailesinden oğlu Prens William'la evlenen Kate Middleton'ın güncel basının enine boyuna irdelediği giyim tarzı da, tıpkı Diana örneğinde olduğu gibi şimdi ve gelecek yıllarda, giysilerin estetik değeri ve sosyal anlamının bilincine varmış bir kitleye hitap etmektedir ve yeni bir örnek bulununcaya kadar hitap etmeye devam edecektir. Bu bir tahmin olmaktan öte, "bir stilin kabulundeki yükselme, geniş popülerite ve daha sonra düşme" olarak ifadelendirilen "moda döngüsü"yle ilgilidir (Çivitçi, 2004:14).

Bu döngü ile örnek olarak verilen kraliyet üyeleri kendi dönemlerinde birer *moda ikonuna* dönüşmüş ya da dönüştürülmüştür. Günümüzde popüler kültüre hitap eden müzik ve eğlence gibi sektörlerde yer alan pek çok ünlü de bu aristokratlarla aynı rolü paylaşmakta, toplumsal bilinci etkileyerek geniş kitlelere ulaşmakta ve bu kitlelere göz kamaştırıcı ve popüler olabilme vaadinde bulunmaktadır. Dolayısıyla moda sektörünün bilinçli olarak kendi ikonlarını yarattığını ve moda ikonunun günümüz toplumlarının beğenisini yönlendiren tüketimin can alıcı öznelere biri olduğunu ve hatta bir projenin ürünü olarak ortaya çıktığını söylemek yerinde olacaktır. Çünkü bu özne toplumsal düzeni yeniden üreten sembolik değer taşıyıcısıdır.



Şekil 3: Örtünme pratiğine dair bir örnek.

Türkiye'de de son yıllarda dünyadakine benzer giyinme pratikleri yanında açık seçik olarak moda ve toplumsal düzen arasında böyle bir simgesel bağ daha çok 'örtünme pratiği' üzerinden kurulmaktadır: "İslami kurallara uygun örtünmenin 'saf anlamı, kadın bedenini kamusal alandaki 'teşhircilikten' ve simgesel tüketimden korumak, mahrem olanı saklı tutmaktır. Bu anlamı ile, örtünme pratiği tüketim toplumunun 'gösterme' mantığı ile çelişir, ona karşı bir duruşu simgeler. Öte yandan, tesettür modasının' ortaya çıkması ile birlikte bu pratiğin anlamı değişmiş, moda olgusu ile kurulan bu yeni ilişki içerisinde tesettür, tüketim kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Buna koşut olarak giysi üretici firmaları, örtünme pratiğinin tüketim kültürünün bir parçası haline dönüşmekte olduğunun farkına vararak, çeşitli toplumsal sınıflara ve cemaatlere mensup kadınlara farklı örtünme biçimleri ve yeni kadınlık imgeleri sunmaktadır" (Binark ve Kılıçbay, 2000: 20).

Bu imgeler, Binark ve Kılıçbay' a göre, aynı zamanda kimliğe vurgu yapan bir 'aitlik' duygusuyla beraber modanın 'din' ile kurduğu sembolik bağın da ifadesidirler. Çünkü, "giyinme konusunda moda, bireysel tercihi, bireyselliği ve farklılığı ortaya çıkartmasına rağmen, bir yandan da bireyin kendisine benzer giyinenlerin olmasından kaynaklanan 'bir gruba, sınıfa aidiyet duygusu'nu da temin eder. Bu 'bir gruba aidiyet duygusu' moda ile dinin kesişme noktasıdır" (Binark ve Kılıçbay, 2000: 20).

Günümüzde moda ile din arasındaki bu uzlaşma ise görsel olarak son derece kafa karıştırıcıdır. Çünkü dogmatik ya da değişmez olanın geçici olan ile yan yana sunulduğu aranjman fikrinsel olarak gerçekçi olmadığı gibi görüntü de tam değildir. Bu nedenle bu giyinme davranışları tek bir fikrinsel akımı referans etse de, giyinme tarzında bir bütün olarak ortaya çıkan heterojen görüntüde gerçekliğini yitirmektedir. Elbette Binark ve Kılıçbay'ın belirttiği aidiyet duygusu örtünme pratiği için görüntünün bütününde çok doğru bir tespittir ancak sadece bir gruba ait olma dürtüsüyle hareket edildiğinde giyinme tarzı kimlik için zaman zaman bir açmaza dönüşebilmektedir. Çünkü günümüzde özellikle örtünme pratiğinde fikrinsel ve fiziksel olarak öyle çok kimlik bir arada sunulmaktadır ki, bu durum bir kimliğin temsilinden ziyade giderek daha çok kimliksizliğin göstergesine dönüşmektedir.



Şekil 4: Bohem yaşam tarzlarıyla dikkat çeken hippiler.

Öte yandan, örtünme pratiğinde toplumsal düzeni yeniden üreten gruplardaki kimlik ve aidiyet fikrinin, ironiktir ki, geçmişte toplumsal düzeni yadsıyan grupların da itici gücünü oluşturduğu görülmektedir. Ancak başkaldırının modanın hakim duygusunu oluşturduğu bu gruplarda kimlik ve aidiyetle ilgili vurgular daha nettir.

Giyinme pratiğinin böyle bir isyan duygusunu ifade ettiği durumlarda elbette modanın toplumsal düzene meydan okumak ve onu dönüştürmek üzere araçsallaştırıldığı görülmektedir. Örneğin 1960'lı yıllarda moda ve toplumsal düzen arasında açık seçik olarak böyle bir ilişki biçimi görülmektedir. Dünyada başkaldırının, kadın, azınlık ve çevre hareketlerinin yükselişe geçtiği bu yıllarda moda, değişen yaşamsal pratiklere paralel olarak, hakim ideolojiler karşısında başkaldırının ve özgürlük arayışlarının bir simgesine dönüşmüştür. Bu isyan ve başkaldırı duygularını, 1968'lerin anti-kapitalist ve anti-militarist *hippileri*, giyinme pratiklerinde, rengârenk çiçekli kumaşları, uzun saçları, yamalı kot pantolonları, Hint işi bluzları ile ifade etmişlerdir.



Şekil 5: Punk Stili

Mini etek ve *Punk* tarzı öğelerle dikkat çeken 1970'lerin modasına da toplumsal düzeni dönüştüren aynı hakim duygu egemendir. Aristokrat kesimin uzun etek anlayışına karşı bu yıllarda etek boylarının kısaltılması, sınıfsal mücadelenin giyim pratiğine yansıtılan bir görüntüsünden başka bir şey değildir. Yine bu dönemde modaya karşı kendi modalarını yaratan punk'lar ise, "kadın güzelliği ve kıyafet konusundaki egemen ideallere göre çirkin ve tiksindirici malzeme ve modeller kullandıkları giyim pratikleriyle toplumsal düzene ve bu düzenin inşa ettiği yaygın cinsiyet normlarına meydan okumaktadırlar" (Barnard, 2002: 244).

Ancak hemen belirtmekte fayda var ki; geçmişte toplumsal bilinci etkileyen bu giyinme tarzları bugün farklı içerikler ve anlamlarla karşımıza çıkmaktadırlar ve tarihteki gibi kitleleri harekete geçiren avangard ruhlarını yitirmiş görünmektedirler. Örneğin artık genellikle ataerkil olanın müsaadesiyle giyilmesi mümkün olan mini etek kadının çekiciliğini kullanarak tüketiciye seslenen kapitalist ideolojinin bir nesnesi haline gelmiştir. İlk ortaya çıktıkları anda alışılmadık olmalarıyla dikkat çeken Punk ya da türevleri olan giyinme pratikleri ise, bugün çoğunlukla anlam ve değeri anlaşılmayan geçici bir gençlik hevesinin

yansımaya dönüşmekte gibi görünmektedirler. Yani hem teoride hem pratikte bu giyinme pratiklerinde öznenin tanınabilirliğiyle birlikte marjinalite sıradanlaştırılmıştır.



Şekil 6: 1970'li yıllardaki mini etek modası

Bir grup ya da zümreden ziyade bir kültürü temsil eden ve genellikle erkeklerde bol giysiler abartılı takılar ile kadınlarda vücudu saran, seksapalitesi baskın olan giysilerin mevzubahis olduğu siyah ırkın giyinme tarzı da toplumsal düzen ile ilişkisi bağlamında önemli bir tarihe sahiptir. Örneğin ;"Genç siyahların fakir ve aciz olmadıklarını gösterme çabası" sonucunda ortaya çıkan *Zootyler* tarzı ise, Ted Polhemus'un 1994'te kaleme aldığı 'Streetstyle (Sokak Tarzı)' adlı kitabında modanın toplumsal düzene meydan okuma ve karşı gelme çabalarının bir sonucu olarak sunulmaktadır. Polyhemus'a göre, ortaya çıktığı yıllarda bu tarz beyaz saygınlığının göstergelerini kullanarak, siyahlara bakış açısını değiştirmeye çalışmıştır" (Barnard, 2002: 244).

Ancak bugün müzik piyasası içinde birer markaya dönüşen siyahilerin artık bu göstergelere ihtiyaç duymadığını söylemek mümkündür. Çünkü yüzyıllar süren bir mücadelenin sonunda gerek toplumsal, gerekse siyasal alanda önemli yaşamsal haklar elde eden siyahiler, deri rengini fetişleştiren ve kafada ırka dair bariyerler kuran zihniyete karşı genetik farklılıklarını giyinme pratiğinde tüm dünyayı etkisi altına alan kültürel bir zenginliğe dönüştürmüşlerdir. Bu süreçte dikkat çekilmesi gereken en önemli hususlardan biri ise; yüzyıllar geçmiş olsa da -zaman zaman bazı etkileşimlerin izleri görülmekle birlikte- bu kültürün giyinme pratiğinde gösterdiği tutarlılıktır. Çünkü bu tutarlılık hem siyahilerin giyim tarzlarını zamandan ve modadan bağımsız yapmış, hem de ironik bir biçimde bugün tüm dünyayı etkisi altına almış bir moda yaratmıştır.



Şekil 7: Zootyler tarzı ya da Zoo Suit



Şekil 8: İlham aldıkları *anime* karakterler gibi giyinen Harajuku gençleri.

Son yıllarda Japonya'da ortaya çıkan ve yaygınlaştığı bölgenin ismiyle anılan *Harajuku* modası da, toplumsal düzen ile ilişkisi bağlamında güncel bir örnek oluşturmasıyla dikkate değerdir.



Şekil 9: Harajuku modasında giyimleri, aksesuarları ve makyajlarıyla kendilerini porselen bebeklere benzemiş bir grup.

Gerçek bir isyankarlık örneği olarak değerlendirilen Harajuku modasının, eski geleneklerin ve mükemmel bir Tokyo vatandaşı olmak için kurallarla belirtilen modern yüksek beklentilerin, kendilerini özgür biçimde ifade etmek isteyen gençlerin ihtiyaçlarıyla oluşturduğu zıtlıktan doğmuş olması muhtemeldir. Bu niteliği nedeniyle olsa gerek "başlarda moda otoriteleri tarafından 'iyi olanın kötü ve zevksiz taklidi, ucuz, değersiz ve geleneksellikten uzak bir isyankarlık örneği' şeklinde eleştirilen bu ilginç akım, bugün ise bir "reform" olarak değerlendirilmektedir" (2006: <http://arsiv.sabah.com.tr/2006/02/18/gny/gny126-20060218-200.html>). Dolayısıyla toplumsal baskıdan arınmak ve dayatmalara giyinerek karşı gelmek isteyenlerin buluşma noktasını oluşturan bu akım, ilk anda görsel algıya tuhaf ve çılgınca görünse de yerleşik kurallara başkaldırarak modada süregelen şıklığa, simetriye ve hatta sınıf faktörüne bir başkaldırı niteliği taşımaktadır. Çeşitli alt kategorilerin yaratıldığı akım içinde gençler bu duygularını giyimlerinde çoğunlukla ilham aldıkları kahramanları taklit ederek ifade etmektedirler.

Bu örnekler moda olgusu ve bu olguya bağlı olarak geliştirilen giyim pratiğinin; sınıfsal, cinsel ya da etnik kimlik ve statüye karşı bir başkaldırı olarak kullanıldığı durumlarda toplumsal düzeni dönüştürdüğünü ya da ona meydan okuduğunu göstermektedir.

Sonuç

Son zamanlarda moda sözcüğünü yaygınlaştırarak ivedi ve gerekli bir davranış biçimiymiş gibi gösteren ve gündend güne sayısı artan ve hatırı sayılır bir izleyici kitlesine sahip olan televizyon programlarına ekranlarda sıkça rastlamaktayız. Bu da kimlikle ilgili net vurgulara sahip olan, aidiyet duygusunu ve sosyal uyum talebini karşılayan

giyinme davranışını ve tarihsel bir süreç içerisinde evrildiği modayı günümüzde pek çok araştırmann ilgi odağı haline getirmiştir. Bu farkındalıktan hareketle, bu çalışmada da yaşamın sürekli değişen kodlarını belirleyen modanın toplumsalla kurduğu ilişki, önemli tarihsel dönemeçlerde ortaya çıkan giyinme ve bu giyinmeyi yönlendiren sosyal davranışlar üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre, giyinme davranışından başlayarak, kendi düşünsel altyapısı, eylem alanı ve karakterleri incelendiğinde görülmektedir ki moda görsel kültür içinde amaç ve araçları ile geniş bir yelpazede çok çeşitli sorgulama alanları içermektedir. Bu sorgulamalar ise çeşitli görüntülerden ya da sayısız görsel tasarımdan oluşan modanın toplumsal bilinci etkilemek ve yönlendirmek üzere kullanıldığında, hem ideolojik hem de üretim ve tüketim faaliyetlerinin içinde de bulunarak geçerlilik, doğruluk, anlam üretme hususunda önemli bir araç olduğunu göstermektedir.

Bu değerlendirmelerden hareketle görülmüştür ki, geçmişten bugüne toplumsal düzen ile ilişkisi bağlamında içinde bulunan çağın bilinç niteliği hakkında son derece önemli ipuçları veren moda belirli bir kişisel ya da toplumsal diyalogu mümkün kılarak önemli bir yönlendirici olmuştur. Buna göre; yerleşik bir kanon karşısında insanların pratik davranışlarını yönlendiren moda, tarihsel sürekliliği içinde kimi zaman uyum ve benzerlik ilkesiyle toplumsal düzeni yeniden üretmiş, başkaldırı ve isyan duygusunun yaratıcı etkinlik sürecine hakim olduğu anlarda ise, toplumsal düzeni dönüştürmüş ve ona meydan okumuştur. Modanın toplumsal düzen karşısında sürekli değişen böyle bir bilinç biçimini oluşturması ise, onun nesnel ve tarafsız olmaktan uzak olduğu eleştirisiyle karşı karşıya getirmiştir. Modanın farklı sosyal ve kültürel grupların belirli zaman ve yerlerde kimliklerini ortaya koymak ve kabul ettirmek için araçsallaştırılması da bunun açık seçik bir kanıtı olarak gösterilmektedir. Bununla birlikte, hangi amaca hizmet ederse etsin giyinme ve onu tüketim mekanizması haline getiren moda hem geçmişte hem şimdide hem de gelecekte toplumsal varlığın sürdürülmesinde önemli bir yerde duracak ve muhtemeldir ki, tüketilmek üzere bambaşka imgeler oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

- BARNARD, Malcolm (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- BİNARK, Mutlu ve KILIÇBAY, Barış B. (2000). *Tüketim Toplumu Bağlamında Türkiye'de Örtünme Pratiği ve Moda İlişkisi*, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- BUDAĞ, Selçuk (2000). *Moda, Psikoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, s.788.
- CRANE, Diana (2003). *Moda ve Gündemleri*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÇİVİTÇİ, Şule (2004). *Moda Pazarlama*, Ankara: Asil Yayınları.
- GÜRSOY, A. Tahir (2010). *Giyim Kültürü ve Moda*, İstanbul: Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası.
- OYMAN, N. Rengin ve ERDOĞAN, D. İrem (2012). "Defilenin Tarihteki Yeri Önemi Ve Moda Pazarlamasına Etkileri", *Akdeniz Sanat Dergisi*, S. 8, s.113.
- SEYYAR, Ali (2007). "Moda", *İnsan ve Toplum Bilimleri Terimleri-Ansiklopedik Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Sakarya: Ayrıntı Yayınları, s.988-999.
- SİMMELE, Georg (1957). *Fashion*, The American Journal of Sociology, Vol. 62, s. 541-558.
- USLU, Özlem (1998). *Türk Kadın Giyimi Kuşamında Kız Teknik Ekolünün Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- *, (2006). *Harajuku modası bir reform mu, isyan mı?*, 07 Şubat 2015 tarihinde <http://arsiv.sabah.com.tr/2006/02/18/gny/gny126-20060218-200.html> adresinden erişildi.