

**T.C.
MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL ANASANAT DALI
TEKSTİL TASARIMI PROGRAMI**

**SEBEP VE SONUÇ İLİŞKİLERİ İÇERİSİNDE
MODADA ANARŞİZM**

99856

SANATTA YETERLİK TEZİ

**Hazırlayan
Ayşe İŞBİLEN**

**Danışman
Doç. Betül ATLI**

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

İSTANBUL – 2000

Ayşe İŞBİLEN tarafından hazırlanan
Sebeup ve Sonuç İlişkileri İçerisinde Modada Anarşizm
adlı bu çalışma jürimizce
Sanatta Yeterlik Tezi / ~~Eser Metni~~
olarak kabul edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 26..... / 05..... / 2000.....

(Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı - Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi : Prof.Aygun TUGAY

Jüri Üyesi : Prof.Bengi BUGAY (MSÜ.Sah.Dek.ve Kos.)

Jüri Üyesi : Doç.Betül ATLI (D)

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Sibel ARIK (M.Ü.Geleneksel Böl.)

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Sebnem EREMSOY (M.Ü.Mes.Yük.Okulu)

**T.C.
MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL ANASANAT DALI
TEKSTİL TASARIMI PROGRAMI**



SEBEP VE SONUÇ İLİŞKİLERİ İÇERİSİNDE MODADA ANARŞİZM

SANATTA YETERLİK TEZİ

**Hazırlayan
Ayşe İŞBİLEN**

**Danışman
Doç. Betül ATLI**

İSTANBUL – 2000

ÖNSÖZ

Bu çalışma; giysi aracılığı ile ifade arayan “kimlik gerilimlerinin” oluşumları, onları doğuran etkenler, gelişimleri, amaçları, dahil oldukları gruplar veya altkültürlerin belirlenmesini kapsamaktadır.

Çalışmanın birinci boyutu ile sıradışı (anarşik) giyim oluşumlarının belirlenmesi, sınıflandırılıp analiz edilmesi; ikinci boyutu ile de bu uç noktalardaki değişimlerin, egemen toplumsal düzenin normları içine dahil edilerek birer moda materyali haline gelme evreleri incelenerek “moda – antimoda” oluşumunun yapısı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın yürütülmesi esnasında, aşamaları titizlikle gözden geçirerek yön veren ve her türlü yardımlarını esirgemeyen danışmanım Doç. Betül ATLI’ya (M.S.Ü. Anasanat Dalı Öğr. Üyesi) teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
RESİM LİSTESİ	iv
ÖZET	x
SUMMARY	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Amacı	1
1.2. Çalışmanın Kapsamı	5
1.3. Çalışmanın Yöntemi	6
2. BULGULAR VE YORUM	9
2.1. Moda – Dilbilim İlişkisi	9
2.2. Anarşizm	14
2.3. Moda – Dil – Göstergebilim İlişkisi	15
2.4. Moda – Kültür – Alt Kültür	21
2.5. Kültür Kuramı ve Alt Kültür	24
2.5.1. 1960’lar ve Modada Anarşizm	26
2.5.2. 1970’lerde Modada Anarşizm	55
2.5.2.1. Punk Altkültürü	59
2.5.3. 1980-1990’larda Modada Anarşizm	72
2.6. Moda Olgusu	74
2.6.1. Giysilerin Dili	87
2.7. Moda Oluşum Kuramları	90
2.7.1. Statü Hiyerarşisi - Tabana İnme Kuramı	90
2.7.2. Jean’ın Moda Tarafından İçerilmesi	98
2.7.3. Giyside Tasarlanmış Hatalar	114
2.7.4. Değişen Erojen Bölgeler Kuramı	117
2.7.5. Giyim ve Cinsel Kimlik	132

2.7.6. Moda Çarkı	149
2.7.7. Kollektif Seçme Kuramı	155
2.7.8. Değişim İçin Değişim Kuramı.....	158
2.8. Moda Kuramlarının Benzer Yönleri.....	160
2.9. Anarşist Moda – Moda Etkileşimi	177
2.9.1. Anarşist Modayı Oluşturan Bazı Faktörler	195
2.9.1.1. Sağlığa ve Doğallığa Uyum Amaçlı Anti-Moda Tavırı.....	195
2.9.1.2. Feminist Protesto Kaynaklı Anti-moda.....	199
2.9.1.3. Muhafazakar Tutuculuk.....	203
2.9.1.4. Azınlık Grup Kimliği.....	204
3. SONUÇ	210
KAYNAKÇA	213

RESİM LİSTESİ

Şekil 1:	1969 yılında Londra Hyde Parkta Rolling Stones'un ücretsiz konserinde "Hippiler".....	xi
Şekil 2:	Arka Planda, 1980'lerin Punk Gençliği; Ön Planda; Zandra Rhodes'un Punk Altkültürünün giyim sembolleri ile oluşturduğu ipek-jarse gelinlik tasarımı	xii
Şekil 3:	Punk Giyim Tarzı.....	10
Şekil 4:	Fransızca okuyamıyabilirsiniz. Ama kadın ve erkek görünüm kodlarıyla, aradaki farkı rahatlıkla anlıyabilirsiniz.....	13
Şekil 5:	"Love-in" Los Angeles, 1967	26
Şekil 6:	Motorsiklet Çetesi, İngiltere, 1971	27
Şekil 7:	Twiggy "Yılın Yüzü", 1966	28
Şekil 8:	Mikro-mini, 1971	29
Şekil 9:	Andre Courreges, 1968	29
Şekil 10:	1920'li yıllar.....	30
Şekil 11:	James Dean, "Asi Gençlik".	31
Şekil 12:	Karaib Üslubu, 1950	33
Şekil 13:	Zoot Suit, 1943.....	34
Şekil 14:	Hipster	35
Şekil 15:	Kökeni Afrika ruhu olan bir giyim tarzı.....	36
Şekil 16:	Bob Marley, 1980, Londra	36
Şekil 17:	Hipster	37
Şekil 18:	Beat 1952 (sol fotoğraf)– Beat 1960 (sağ fotoğraf).....	38
Şekil 19:	Teddy Boy Üslubu	39
Şekil 20:	Teddy Boy Ailesi, Dublin, 1985	40
Şekil 21:	"Love-in" İngiltere, 1967	40
Şekil 22:	Çiçek Çocukları.....	41
Şekil 23:	Yeni dönem hippie, punk, rasta üslupları, 1993	42

Şekil 24: Rockers; Motorsiklet, deri ve rock n roll, İngiltere 1960	43
Şekil 25: Rockers, Londra 1998	45
Şekil 26: Rock Modası, 1988–1990.....	45
Şekil 27: Rockers	46
Şekil 28: 1950’ler.....	46
Şekil 29: Beatles Grubu.....	47
Şekil 30: Teddy Boy.....	48
Şekil 31: Mod’lar	49
Şekil 32: Modlar, Carnaby Street, Londra, 1964.....	49
Şekil 33: Modlar, 1965.....	50
Şekil 34: “Mod” Parkası, 1960’ların başları, İngiltere	51
Şekil 35: Dazlaklar, 1985	52
Şekil 36: Dazlaklar, Londra, 1980	53
Şekil 37: Punklar, Londra, 1987	54
Şekil 38: Punk Stili, Londra, 1980.....	55
Şekil 39: Glam rock giyim tarzı, 1973	56
Şekil 40: Glam Tarzı	57
Şekil 41: Rastafarian üslubu	58
Şekil 42: Rasta üslubundan bazı detaylar.....	59
Şekil 43: Punk stili, King’s Road, London, 1980	59
Şekil 44: 1970’lerde derin düşmanlık hissi uyandırmış olan Punk giyim tarzı	60
Şekil 45: Punk stili	61
Şekil 46: 1970’li yıllar.....	62
Şekil 47: Punk saç stili	63
Şekil 48: Punk stilinin başlıca sembolleri	64
Şekil 49: Batcave Club, 1980	64
Şekil 50: 1970 İngiltere	65
Şekil 51: Vücut delme (Piercing) modası, 1992.....	65

Şekil 52: Tattoo Festivali 1991	66
Şekil 53: Cyberpunks 1988	66
Şekil 54: Londra, 1980	67
Şekil 55: Dönemin modaya uygun biseksüel çocukları: Solda, David Bowie	69
Şekil 56: Prince, 1990	70
Şekil 57: Punk Altkültürü	71
Şekil 58: Reggae Akımı, 1980'ler	72
Şekil 59: Lady Diana	73
Şekil 60: Etek boyu değişimleri (mini – midi – maxi) [1960–1970]	81
Şekil 61: Erkek Kıyafeti Etkili Stil, Giorgio Armani	84
Şekil 62: 1980'li yıllar	85
Şekil 63: Şizofrenik 70'ler	86
Şekil 64: Chanel Takımlı İşkadını (sol), Yeni dönem Hippi Tarzı (sağ)	87
Şekil 65: “Flygirls” tarzından stilize, 1987	88
Şekil 66: Hippi Stili, Londra, Piccadilly Meydanı, 1971	89
Şekil 67: Giysi aracılığıyla kimlik tanımlama	89
Şekil 68: Burjuva hanımları	91
Şekil 69: Coco Chanel 1960'lar	92
Şekil 70: Statü sembolü olarak “giysi”.	93
Şekil 71: Chanel Takım 1950	94
Şekil 72: Yırtık kot modası	99
Şekil 73: Aşındırılmış kot modası.	99
Şekil 74: Londra, Kings Road 1980	100
Şekil 75: Tatil giyimi olarak blue jean	101
Şekil 76: Günlük giyim olarak blue jean	102
Şekil 77: Sporatif faaliyetlerde, dayanıklı blue jean kullanımı	103
Şekil 78: Blue jean'in statü simgeseliğindeki değişim.	103
Şekil 79: Dazlaklar, 1985	104

Şekil 80: Marlon Brando “The Wild One” filmindeki giyimi ile asi gençliğin giyim tarzını belirlemiştir.....	105
Şekil 81: Motorcular çetesi, İngiltere, 1971	106
Şekil 82: Vitrinlerdeki hippie kıyafetleri	106
Şekil 83: Modacı imzası taşıyan blue jeanler.....	107
Şekil 84: Statü sembolü oluşturmaya yönelik blue jeanler.....	108
Şekil 85: İşlemeli ve özel kesimli blue jeanler.....	109
Şekil 86: Çocuklar için üretilmiş blue jean modelleri.	109
Şekil 87: Aplike ile farklılaştırılmış kot kesimleri.	110
Şekil 88: Jean’ın erotikleştirilmesi amacıyla üretilmiş modeller.	110
Şekil 89: Jean’ın erotikleştirilmesi akımına yönelik modeller.....	111
Şekil 90: Modacı imzası taşıyan jeanler ve klasik Levis.	112
Şekil 91: Modacı imzası taşıyan jeanler.....	113
Şekil 92: Gençlerin, farklı renkte veya desende giysisi parçalarını birlikte kullanımı.....	115
Şekil 93: Giyside tasarlanmış hatalar.....	115
Şekil 94: Giyside tasarlanmış hatalar.....	116
Şekil 95: Genç kız stilleri	118
Şekil 96: Madeleine Vionnet, 1933	118
Şekil 97: C. Dior; “Yeni Görünüm”	121
Şekil 98: Calvin Klein 2000 Kreasyonu.....	124
Şekil 99: Giysi kodları.....	125
Şekil 100: Doğal kadın silüeti.	126
Şekil 101: Transparan ile yaratılan erotizm.	127
Şekil 102: Erotizm – iffet diyalektiği.....	128
Şekil 103: Güçlü yeni kadın görünümü için kas yapma idmanı, 1980.....	130
Şekil 104: Toplumca belirlenmiş cinsel kimlik rolleri.	133
Şekil 105: Cinsel kimlikte giysiyle yaratılan belirsizlik.	134
Şekil 106: Kimlik tanımlamada giysi faktörünün rolü.	134

Şekil 107: Cinsel kimlik rollerinin değişimi.	135
Şekil 108: Klasik erkek giyimi.	137
Şekil 109: Karşı cinsin giysi kodlarının kullanımı.	138
Şekil 110: Masculen giyim tarzları.	139
Şekil 111: Erkek giyim kodlarının kadınlarca kullanımı.	140
Şekil 112: 1960'lar, Londra.....	140
Şekil 113: Geniş paçalı blue jean modası	141
Şekil 114: Androjen eğilimli erkek giysi tasarımları.....	142
Şekil 115: Etnik etkili giyimin, klasik tarza uygulanması.	144
Şekil 116: Cybermod.....	145
Şekil 117: Başarıya yönelik kadın giyimi.	146
Şekil 118: Kadın giyiminde özgür çizgiler.	148
Şekil 119: Hippi giyim tarzı.	153
Şekil 120: Aykızı modelleri, Poco Rabanne	159
Şekil 121: Ossie Clark, 1965	167
Şekil 122: Modanın tükenmesi	175
Şekil 123: Moda – Antimoda etkileşimi	179
Şekil 124: Punk stili	180
Şekil 125: Nesneleri anlamlı kılan “görsel dil”.....	181
Şekil 126: Hippi stili.	182
Şekil 127: Punkçı gençler.....	183
Şekil 128: Kolaj estetiğinin kolajı.	184
Şekil 129: Vivienne Westwood	186
Şekil 130: Hippi modası	187
Şekil 131: Altkültürel nesnelerin giyimde kullanımı.....	188
Şekil 132: Punk stilinin moda elemanı haline dönüşümü.....	188
Şekil 133: Moda elemanı “Hippi ve Punk” stilleri.....	189
Şekil 134: Vitrindeki Punk.....	192
Şekil 135: Levi Strauss “Hippi Modası”, 1972.....	192

Şekil 136: Hippi modası	193
Şekil 137: Korse kullanımı.....	195
Şekil 138: Çağdaş zindelik modası ve sağlıklı görünüm	197
Şekil 139: Doğal liflerden tasarlanmış giyim.....	197
Şekil 140: Doğal liflerden oluşturulmuş giysi tasarımı	198
Şekil 141: Sağlıklı görünüm modası.....	199
Şekil 142: Azınlık grubu giysi örneği.....	205
Şekil 143: Etnik kökenli anti-moda giyim ve dans.....	207
Şekil 144: Anti-modanın moda tarafından içerilmesi.....	209



ÖZET

Sebeup-sonuç ilişkisi içerisinde “Modada Anarşizm” başlığı altında yürütölen çalışmada; 19. yy. başlarında ilk örneklelerini 20. yy.’dan itibaren de hakimiyetini hissettiren, son derece özgür alanlara yayılarak, çeşitli yaklaşımlara gövdesinde yaşama olanağı sağlayan, kendine özgü beğeni yargıları oluşturan günümüz postmodern ortamında “modada anarşı” sözcüğünün aldığı anlam üzerinde durulmuştur.

19. yy.’ın başında girilen ve “Parlamentar – Bilimsel – Teknoloji ağı” olarak adlandırılan çağda tarımsal kùltürün tüm değerkleri iflas etmiş; önce saray, sonra din ve kısa zamanda da tarımsal kùltürle ilgili bütün kurumlar değışmiştir. Askeri taktiklerden aileye ve milli eğitime kadar herşey yerini yeni kurulan dünyaya göre ayarlamıştır (1: 20).

Bilimsel araştırmalar, teknoloji ve parlamenter düzen yeni bir ortam yaratmış; bu yeni oluşum, insanların yaygın biçimde savaştığı, birbirine girdiğı, hayatın giderek parçalandığı, kentlerin vahşice bir üstünlük ve baskı gösteri alanına dönüştüğü, insanın doğayla ve kendi iç yapısıyla bağlarını bir daha kuramayacak bir biçimde kopardığı yolundaki korkuların da arttığı yeni bir dönemi hazırlamıştır.

Bunları daha iyi bir dünyanın kurulmakta olduğunun birer kanıtı olarak görenlere göre teknoloji; kendi yıktıklarının üzerinde zaferle yükselecek, sanayi bolluk getirecek, bolluk da insanların birbirlerine gereksinme duyduklarını anlamalarını sağlayacak, teknolojinin nimetleriyle yeryüzü mükemmel bir yaşama alanına dönüşecektir.

Bu yeni ortam, : sanatsal duyarlılıktaki bireyler ve tabiiki sanatçılar için yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Sanatçı artık ona görev veren sarayı yanında bulamamış ve yalnız kalmıştır. Böylece sanat ilk kez, din

kurumları ve saray dışında sanatçının kendi kişisel görüşlerini yansıtmıştır. Sonuç olarak da 19. yy. başından itibaren kişisel görüşlerin kaynaştığı bir akımlar devri açılmıştır.

“Bilim ve Teknoloji Çağı”nın getirileri inkar edilemeyecek boyutlardadır. Çağımızın çehresini biçimlendiren endüstridir. Yaşanan bu hızlı değişim ve gelişim süreci, istenmese de birçok yıkım, parçalanma ve acılar yaratmıştır. Ancak temel amacı insanlığın yaşam standardını yükseltmek olan ve ilkel toplumlardan günümüze süregelen bu tür gelişmelerin, büyüklükleri ile orantılı (geçici) çeşitli sancılar doğurması kaçınılmazdır.

Duyarlı bireyler ve sanatçılar 19. yy. başlarında ortaya çıkan, yukarıda da belirtilen olumsuzluklara, özellikle de bu gelişmelerin yaşanabilmesi için bazı kesimlerin (siyahlar, işçi sınıfı, etnik gruplar, göçmenler vb.’nin) yaşadığı zorluk ve haksızlıklara büyük tepkiler duymuşlar, zamanla bu tepkilerini çeşitli yöntemlerle dışa vurmuşlardır. Sanatçılar eserlerine bu tepkilerini yansıtırken, toplumun bir kısım diğer bireyleri de bunu giysileri ile oluşturdukları “anarşik tarzlar” ile yapmışlardır (Şekil 1).

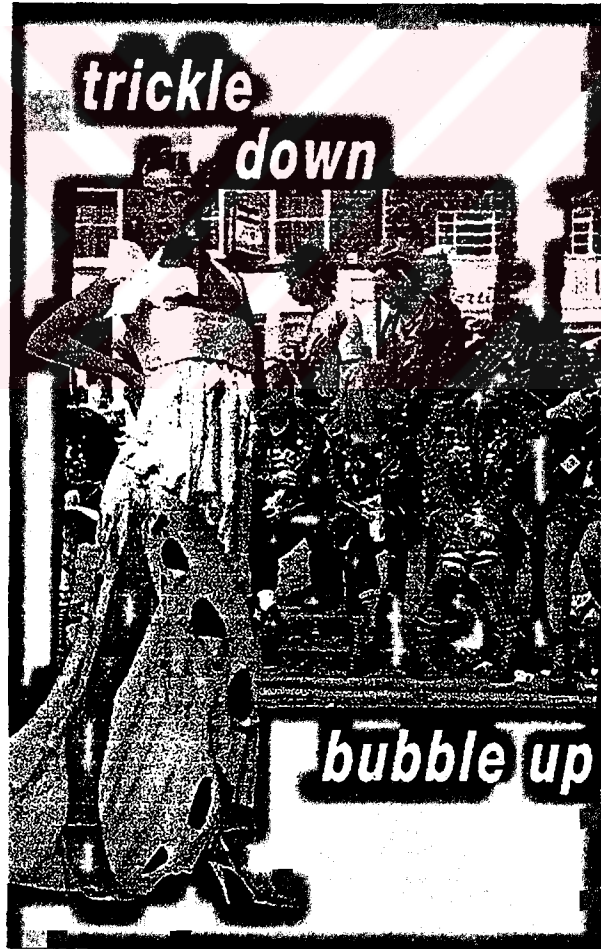


Şekil 1: 1969 yılında Londra Hyde Parkta Rolling Stones’un ücretsiz konserinde “Hippiler”.

Tüm bu süreçler göz önünde bulundurularak, çalışmada “anarşi” kavramı; siyasal alandaki kirlenmiş anlamı dışında kullanılmıştır.

Yıkıcıdır, reddedicidir ve kural tanımaz. Bahsedilen giyim tarzlarının da doğası gereği anarşist olduğuna dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Bu doğrultuda; giysi aracılığı ile ifade arayan “kimlik gerilimlerinin” oluşumları, doğuran etkenler, gelişimleri, amaçları, varsa birer alt kültür olarak grupları ve sonuçta, egemen toplumsal düzenin normları içine dahil edilme çabaları sonucu birer moda materyali haline gelme evreleri (Şekil 2) analiz edilerek; tarihin gizli kalmış temelleri, günlük hayatta görülen olayların gerisinde yatan genel nedenler ve derin toplumsal eğilimler bir bütün halinde ortaya konmaya çalışılmıştır.



Şekil 2: Arka Planda, 1980’lerin Punk Gençliği; Ön Planda; Zandra Rhodes’un Punk Alt kültürünün giyim sembolleri ile oluşturduğu ipek-jarse gelinlik tasarımı (28: 8).

SUMMARY

This study, titled “Anarchism in Fashion”, performed within the relationship of cause –and– effect emphasized on the transition to intellectual environment and on the meaning of “Anarchism in Fashion” in today’s postmodern atmosphere that made its first samples in the early 19th century and from the 20th century on, its predominance felt and that, expanding to the extremely free field, permitted varied approaches to exist in its environment, and that made its own good tastes.

Early 19 century’s agricultural culture that was called “Parliamentary – Scientific – Age of Technology” lost its values, first the court and then the religion and within very short time all the organizations related to agricultural culture changed. From military tactics to family and national education everything was adapted to the new world.

Scientific studies, technology and parliamentary order created a new environment, this new process prepared an era when people commonly combated and became intrigued, life was broken into parts, cities turned wildly into fields of demonstration of suppression and superiority and when people’s anxiety about the disappearing of their bonds with their nature and with their own inner world grew more and more.

To those who regard these as the evidence for a good world being founded, technology would develop triumphantly on what they destroyed, industry would provide abundance and abundance would make people perceive they were in need for each other, with technology, the earth would become a great environment of life.

This new environment became the beginning of a new era for individuals sensitive for art. From then on the court did not support the artist and the artist

was left to his own devices. Thus, the art reflected the artist's own feelings far from the court and the religion. As a result, from the early 19 century on, an era of trends that unite individual's ideas began.

Science and technology provided advantages in undeniable quantity. Industry shaped the complexion of our age. This process of change and development being experienced also created a lot of destruction, division, and sorrow. But it is inevitable that these developments to increase the standard of living of mankind, that continues from the primitive societies to today cause (Temporal) pains proportional to their quantity.

In the early 19th century, sensitive individuals and the artists (in the early stages of the Industrial Revolution reacted to the negativeness pointed out above – especially to the arduousness and injustice that some people's groups (The Blacks, Blue – collars – ethnic groups, Refugees) experienced for us to witness these developments, and with time they made it seen in a varied way – while the artists in their works of art reflect these reacts. Some parts of the individuals in society reflect it with their clothing in “Anarchic Styles”.

Taking all these processes into consideration, I employed the concept of “Anarchy” outside the negative meaning in political area.

In this connection analysing the formations of “identity frustration”, the factors causing them, their developments, aims, their groups, each as a subculture, and in conclusion, as a result of endeavours to be included in the dominant norms of the social order, the stages of fashion material.

General reasons lying behind the hidden foundation stones of the history and behind the events witnessed in daily life, and deep social trends have been our aim to show as a whole.

1. GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Amacı

Bugün, toplumsal çevre, doğal denge, dünya politikası vb.ni etkileyerek çağımızın çehresine şekil veren – en genel adlandırmayla – “endüstri”dir. Bu kadar güçlü bir faktörün etkilediği ortamda yaşayan insan ve hayatı da doğal olarak ona göre biçimlenmektedir.

1850’li yıllarda bilimsel ve teknolojik gelişmelerin sonucu olarak gerçekleştirilen Sanayi Devrimi, insanlık adına önemli bir adım olmuştur. Ancak, ilk evrelerinde makina insana hakim ve insanı ezen bir konumdadır. Bu gelişmeler yeni bir toplumsal düzen ortaya çıkarmış ve XIX. yy. modernleşmiş toplumlarda “sınıf”ların yüzyılı olmuştur.

Bu sınıflar arasında da çeşitli zamanlarda güçlü gerilimler oluşmuştur. Materyalizmin sebep olduğu bu iç huzursuzluklar ve endişelere karşı insanlar çeşitli tepkiler geliştirmişlerdir.

Günümüzde ise çeşitli tartışmalar doğurmuş o temeller üzerinde gelişen teknolojik düzende insan, teknolojiye ve makineye kumanda eder hale gelmiş ve sonuçta oluşan insan bu uzlaşım sayesinde teknolojiyle beraber yaşamayı sürdürmeyi başarmıştır. Sanayi devriminin başında çeşitli gruplarca örgütlü tepkiler haline dönüşmüş etkinliklere günümüzde rastlanmaz. Çünkü artık insanın makineye karşı olması, Don Kişot’un yel değirmenlerine saldırması gibi karşılanır.

XX. yy.’da, kitle üretimi ve ardından da kitle iletişimi patlama göstermiştir. Bu değişim öylesine hızlı ve aynı zamanda öylesine derinlemesine oluşmuştur ki, henüz hazmedilmiş olduğu da söylenemez.

Bugün çağımız toplumlarının kurtarıcısı olarak endüstri görüldüğü gibi, yanlış kullanıldığında onları ümitsiz yarınlara sürükleyebilecek olan da yine endüstridir. Çünkü, insanlık için yapılan her buluşta iyi ve kötü içiçe geçmiş bir haldedir.

Örneğin; Rönesans'ta başlayan teknolojik gelişme çıkık makinalarıyla beraber işsizliğe; ilaçlarla beraber yeni hastalıklara; tarımın modernleştirilmesi yanında toprağın fakirleşmesine; çamaşır makinesi, buzdolabı gibi pratik araç fabrikalarıyla beraber çevre kirliliği ve endüstriyel atıkların oluşmasına yol açmıştır. Bugün karşılaştığımız ekolojik sorunlara bakarak bu teknik gelişmelerin, doğanın kendisinden (yok olmasına neden olarak) tehlikeli bir biçimde uzaklaşmış olmak anlamına geldiğini düşünenler bulunmaktadır. Bu görüşte olanlara göre insanlık, artık kontrol altına alamadığı bir sürece girmiş bulunmaktadır.

Diğer taraftan gelişmelere olumlu bakarlara göre insanlık; henüz teknolojik gelişmenin çocukluk dönemini yaşamaktadır. Yaşanan olumsuzluklar ise, teknolojiye dayalı uygarlığın geçirmekte olduğı çocukluk hastalıklarıdır ve insanlık zamanla doğayı tehdit etmeksizin onu kontrol etmeyi öğrenecektir (2: 231). Her iki görüşün ortası bulunduğı, doğaya zarar vermeden müdahale edildiğinde kötü sonuçlarla karşılaşılmayacağı açıktır.

19. yy.'dan günümüze kadar yaşandığına değinilen tüm bu gelişmeler, kültürün önemli yapı taşlarını oluşturan sanatçılar ve enaz onlar kadar duyarlı bazı gruplar tarafından titizlikle izlenmiş, zaman zaman çeşitli yöntemlerle tavırlarını ortaya koymalarına, büyük yankılar yaratmalarına neden olmuştur.

Toplumsal olaylara duyarlılığı yüksek bu kişi, grup veya kitlelerden bazıları, tepkilerini giydikleri giysilere simgesel anlamlar yükleyip, anarşik tarzlar yaratarak ifade etmişler ve hala etmektedirler.

Bu araştırmanın amacı da; bu tür oluşumların sosyo-kültürel yapıdaki yeri, ortaya çıkış nedenleri, amaçları ve (ağırlıklı olarak) kullanılan tarzlar ile bunlara yüklenmiş anlamları ortaya çıkarmak; alt kültürlerde anarşist (başkaldırıcı, kural tanımaz, reddedici) bir tavırla ortaya çıkmalarına rağmen bir süre sonra modanın çekim alanına alınıp tüm anlamlarını yitirmelerine neden olan faktörlerin sebep-sonuç ilişkisinde ortaya çıkarılmasıdır.

Moda ile insanlara, simgesel önem taşıyan anlamlar, her alanın kendine özgü anlatım araçları ile iletilmektedir. Bu iletişim bir etkileşime dönüşmekte, süreç ilerleyip yayıldıkça da anlamlar hem yerleşip kesinleşmekte hem de değişime uğramaktadır.

Moda sürecini yapısal ana hatları ile anlamamıza yardımcı bilim dallarından sosyoloji; sosyologlar, göstergebilimciler ve klinik sosyal psikologlar, giysilerin anlamlarını çözmeye yönelik bazı çalışmalarla bir dereceye kadar başlangıç adımları atmıştır. Ancak yine de sağlanan bilgiler, açıklamalar yeni ya da eski bir modanın ilettiği imajlar, düşünceler, duygular ile bunun gerçekleşmesinde rolü olan simgesel araçlar konusunda çok yeterli olamamaktadır. Örneğin; Tabana inme kuramının (özellikle 19. – 20. yy.da) en önemli eksikliği, çağdaş giyimin giderek daha ayırdedici bir özelliği haline gelen modada çoğulculuğu ve çok merkezliliği açıklayamamasıdır. Bazı diğer araştırmacıların iddia ettikleri kuramlar ve yetersizliklerine de “Moda Olgusu” bölümünde ayrıntılı olarak değinilmiştir.

Her bilim dalı bazı şeyleri yapıp bazılarında kaçınır ve kendi yerleşik sınırlarının ötesine uzanan alanları araştırmaz. İster sosyoloji yoluyla ister başka bir disiplin ya da karma disiplinler aracılığıyla olsun, kıyafet ve modada anlam sorunu, moda sürecinin anlaşılması açısından kritik önem taşımaktadır. Bu nedenle süreç üzerinde durmak önemli bulunmuştur.

Moda sürecine ilişkin tekil, zaman ötesi (yada monolitik), sağlam bir kuram geliştirmek, modanın özünden kaynaklanan kısıtlamalarca (çoğulcu yapısı nedeni ile) hemen hemen imkansız olduğu için araştırma, modadaki anarşik noktaları hedef alarak geliştirilmiştir.

Antropoloji açısından bakıldığında, sırf yerleşik bir disiplinin kabul edilmiş sınırları içinde kalmıyor diyerek bu alanı incelemekten kaçınmak mantıklı olamaz.

Ayrıca bu araştırmada; toplumsal doku içindeki alt kültürlerde oluşan anarşik tarzlar ortaya konmaya çalışılırken, Türkiye için yapılacak benzeri çalışmalara bir bakış açısı kazandırmak da amaçlanmıştır.

Tez çalışması başlangıçta Türkiye'yi kapsayacak şekilde planlanmıştı. Ancak, Türkiye'deki işçi sınıfı alt kültürünün ne ölçüde oluştuğu, normları, sembelleri, ana unsurları, bütün dünyada başkaldıracı anti kapitalist alt kültürler arasındaki perspektifleri vb. konusunda yeterli bilimsel veriye ulaşamamıştır.

Türkiye'deki gençlik alt kültürlerinin anarşist tavırlarının, düşünsel bir oluşum ve alt yapıya dayanmamakta olduğu, görülen benzer tavırların ise; Batı'da, giysilerin düşünsel mesajlarını iletip artık modaya materyal olmuş hale geldiği aşamalarının, bilinçsizce izlenmesi olduğu saptanmıştır.

Kültür belli birikimleri gerektirir. Batıda moda oluşumları yüzyıllardır süregelmekte iken, Türkiye hala kendi modası ile o platformda yer alamamakta, izleyici konumunda kalmaktadır. Bu nedenle, yani henüz modayı yaratamıyorken, anarşist moda (karşı moda) oluşturma mantığını toplumumuzdan beklemek erkendir. Bu konudaki veriler çok yenidir. Gençliğin bilinçli bu tür seçimler yapabildiği kuşak en fazla son yirmi yılı kapsamakta ve bunların da iyi eğitim almış kesimde olduğu görülmektedir. Her yapı, ancak temelleri üzerinde yükselebilir.

Bu amaçlara ulaşabilmek için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- 1) 19. ve 20. yy. Avrupa giyiminin genel özellikleri nelerdir?
- 2) 19. ve 20. yy Avrupası'nda anarşist moda hareketleri nelerdir?
- 3) Bu hareketlerin nedenleri, etkilendiği faktörler, oluşturan faktörler nelerdir?
- 4) Bu hareketlerin etkilediği olaylar nelerdir?
- 5) Bu hareketlerin simgesel anlamlarını yitirme nedenleri nelerdir?
- 6) Bu hareketlerin simgesel anlamlarını yitirmiş moda malzemesi olarak kullanımla kazandığı anlamlar nelerdir?

1.2. Çalışmanın Kapsamı

Eski Yunanca'daki Anarchos sözcüğünden türetilmiş olan Anarşi ya da anarchia'nın farklı tanımları vardır. Bunlar; devletsizlikten başsızlığa, başsızlıktan sınırsız bireysel özgürlüğe kadar uzanan anlamları içermektedir.

Günümüzde gelişmiş uygarlıklarda günlük kullanımda her türlü başkaldırı hareketini içine alacak bir biçimde anlamsal gelişmeye uğramış olan anarşizm; İngiliz düşünürü Godwin'in 1793 yılında yayımlanan Political Justice adlı yapıtının da kuramsal temelini oluşturmuştur (3: 24).

Anarşizmin bütün yönleriyle tek bir endişeden kaynaklandığı söylenebilir: "Bireysel istencin özerkliğini koruma". Burada, anlam olarak anarşi kavramının varolan bütün otoriter güçlere karşı, örgütlü ya da dağınık eylem halinde oluşu ya da değişim önerisi üzerinde durulmaktadır. İlgili olarak Neo Empresyonizmden, Beat kuşağına, Dada ve Sürrealizme, Rock müzikten, Hippilik ve cinsel özgürlük gibi alanlara yayılmaktadır.

Avrupanın ilk gençlik ayaklanmasını (anarşik hareketini) 1800’lü yıllarda ilk kuşak romantikler yapmıştır. Bunlardan 150 yıl sonra ortaya çıkan hippie hareketi ile büyük benzerlikleri vardır. Çiçekler, uzun saç, çimlere uzanmak; “işsizlik dahinin ideali, tembellik romantizmin özü” felsefelerinin temeli olmuştur (2: 394).

Romantizm, Aydınlanma Çağı’nın mekanik evrenine bir karşı çıkıştır. Bu meydan okuyuş, daha özgürlükçü bir dünya görüşüne doğru uzanan serüvenin en önemli piyonu olmuştur. Romantiklerin bu tavrı “Pasifist Anarşizm” olarak adlandırılmaktadır (2: 395). Romantikler ayrıca, hamisanatçı ilişkisini bırakarak bireyselliğin ön plana çıkmasını sağlamışlardır. Varolanı yıkma-yok etme, yerine başka birşey koyma, anarşist bir ruhun ürünüdür.

Giydikleri giysilere simgesel anlamlar yükleyerek egemen kültüre karşı tavır alan alt kültürlerin hareketi de bu bağlamda anarşist ruhludur.

Sanatçıları ve aydınları anarşizme çeken başlıca etmenler; gururlu olmaları, ikiyüzlülüktan nefret etmeleri, emperyalist savaşıara karşı tepki göstermeleri, ekonomik durgunluk sürecindeki kapitalist düzenin kurbanlarına içten bir yakınlık duymaları, kısacası düzenin sömürgeci yapısı ve insancıl olanın sistematik yok edilişı olmuştur.

Çalışma kapsamında, Avrupa ülkelerinin giyimlerinde bu etkenler sonucu meydana gelen simgesel oluşumlar, bu stillerin özellikleri, etkileri, toplum içinde kabul veya tepki görme oranları, moda döngüsündeki yerleri ve etkileri, kültürle etkileşimleri araştırılmıştır.

1.3. Çalışmanın Yöntemi

Bu araştırmanın materyalini; ağırlıklı olarak 19. ve 20. yy. Avrupa Moda Tarihi, Giyim Sosyolojisi ve Psikolojisi, Dilbilim, Göstergebilim ile ilgili

literatür taranarak elde edilen kaynakların, “Moda ve Anarşizm” ile ilgili bölümleri oluşturmaktadır.

Giyimin ilk olarak ortaya çıktığı dönemlerden günümüze kadar geçen tüm süreyi kapsayacak şekilde konu ile ilgili genel bir literatür taraması yapılarak elde edilen kaynakların ilgili bölümlerinin tercümeleri yapılmıştır.

Tarama yöntemi; amaç, düzey, kullanım ve fonksiyon açısından çalışmanın konusuna en uygun model olması nedeni ile araştırma yöntemi olarak seçilmiştir.

Modada anarşizmin hangi alt başlıklarda inceleneceği ve hangi alt disiplinlerden yararlanılacağına karar verilmiştir.

Bu çalışmada; araştırmalarında dilbilimden geniş ölçüde yararlanan ünlü budun-bilimci C. Levi-Strauss’un da belirttiği **“Kendini insan bilimlerine adayan bir kimsenin başlıca görevi en nedensiz, en düzensiz, en tutarsız görünen duyguların bile altında yatan düzeni bulmak, hiç değilse, böyle bir düzenin bulunup bulunmadığını araştırmaktır”** ilkesinden yola çıkılmıştır (4: 133, 134).

Örneğin; Dilbilimin sunduğu yöntemi doğal diller dışındaki yalın bildirişim dizgelerine uyarlayan ve bu çalışmalarını göstergebilim olarak adlandıran araştırmacılar, dilbilim çevrelerinde seslerini duyurmuşlardır. Ferdinand de Saussure, E. Buyssens, A. Martinet Georges Mounin, Arjantin asıllı Luis J. Prieto, Jeanne Martinet vb; trafik işaretleri, sağır–dilsiz alfabesi, denizcilerin kullandıkları işaretler vb. dil dışı göstergeleri betimlemeye yönelmişlerdir (5: 127).

Benzer biçimde, dilbilimde olduğu gibi diğer (giyim, ulaşım, besin vb.) insan bilimlerinde de “her türlü oluşun, sürecin altında yatan dizgeyi, yapıyı açıklamak, olay ve olguların ardındaki temel gerçeğe ulaşmak” genel bir amaç

olarak benimsenmiştir. Bu doğrultuda; elde edilmiş veriler, saptanan alt başlıklarda incelenip analiz edilerek, “Bulgular ve Yorum” bölümünde sentezlenerek sunulmuştur.

Yardımcı disiplinler olarak; Dilbilim, Göstergebilim, Moda (Giyim) Tarihi, Sanat Tarihi, Tarih, Sosyoloji, Psikoloji, Felsefe”den yararlanılmıştır.

Bu araştırma; tarafsızlık ve bilimsel nesnellik adına çevrenin düzenini güçlendirmeyi, korumayı ve geliştirmeyi, bir başka deyişle, insanın durumunu, çevreyi ve düzeni değiştirmesini önermektedir.



2. BULGULAR VE YORUM

2.1. Moda – Dilbilim İlişkisi

Dil, belli bir amaca uygun anlatım araçlarının oluşturduğu bir dizgedir (6: 31). Konuşan kişinin amacı, en kolay ortaya çıkan ve en doğal olan açıklamayı vermektir.

Toplumsal nitelikli dilin birincil işlevi, insana özgü eklemli seslerle bir dilsel toplulukta bildirişim ya da iletişim sağlamaktır. Dil herşeyden önce bir bildirişim aracıdır. Bununla birlikte dilbilimin başka bilimlerle de çok sıkı bağlantıları vardır. Bazen onlardan veriler alır, bazen de onlara veriler sunar.

Globalleşmenin hızla yaşandığı dünyada, bilimlerin de bundan kaçınması olanaksız görülmektedir.

Saussure'e göre dil, kavramları belirten bir göstergeler dizgesidir. Bunun için de yazıyla, dilsiz – sağır alfabesiyle, kutsal nitelikli simgesel törenlerle, askerlerin bildirişim hareketleri ile, yeni yetmelerin giyim tarzları vb. ile karşılaştırılabilir. Bu alanlarda yapılacak buluşlar (bulunacak yasalar) dilbilime de katkılar sağlayabilecektir (4: 88, 89).

Dilin hem yansıtıcı hem de yaratıcı bir işlevi vardır. Dış dünyayı yansıttığı gibi ona ilişkin imgelerin, tasarımların da kaynağıdır. Diğer bir değişle; dış dünyayı, ruhsal, toplumsal, fiziksel gerçekliği (her dil) kendine özgü biçimde yoğurur ve yorumlar, kavramlaştırır ve yapılaştırır; bir dünya görüşü, dünyaya bakış açısı getirir. Nesnel gerçekliğin, öznel biçimde algılanış ve anlatılışını sağlayan bir çerçeve, bir tür düşünsel yapı sunar.

Giyim de; bireyin bilinçli ya da bilinçsiz olarak yaptığı düşünsel bir seçimin bildirişim aracıdır (Şekil 3).



Şekil 3: Punk Giyim Tarzı (28: 2).

Dil ve Söz; bu terimlerin her birinin eksiksiz tanımı ancak, birleşmelerini sağlayan diyalektik oluştan kaynaklanmaktadır. Sözsüz dil olmaz, dilin dışında da söz olmaz. Maurice Merleau Ponty, gerçek dilsel kılğının, bu karşılıklı ilişkide yer aldığını belirtir (6: 19).

Tarihsel bakımdan söz olguları her zaman dil olgularından daha önce ortaya çıkar. Dilin evrimini sağlayan sözdür. Oluşum bakımından ise bireyde dil, çevresindeki sözün öğrenilmesiyle belirir. Sonuç olarak dil, sözün hem ürünü hem aracıdır. Bu arada gerçek bir diyalektiğin olduğu gözlenmektedir. Her söz bir bildirimsel oluş biçiminde kavrandığı an, “dil” olmuştur bile. Böylece önemli bir sonuç ortaya çıkar; sözün dilden önce incelenmesi gereği.

Dil, tek tek bireyleri değil, bütün toplumu ilgilendiren birey üstü bir dizgedir, bir soyutlamadır. İnsanlar arasındaki bildirimsel (iletişim) ancak bu dizgenin var olmasıyla kurulur. Söz, dilin somut kullanımıdır.

Dil toplumsaldır (bellek olgusu), söz bireyseldir (yaratma olgusu). Saussure birey üstü ortak bir dizge olan dilin işleyiş kurallarına ulaşmaya çalışmıştır (5: 24). Giysi, besin vb. nesne bütünleri, dizge durumuna ancak “dil” aracılığıyla ulaşabilirler. Dil bunların gösterenlerini dizelgeler biçiminde bölümler, gösterilenlerini de kullanımlarına ya da nedenlerine göre adlandırır (6: 279).

Giyim “Dil”, giyinme “Söz”dür. Kuşkusuz giyim her zaman giyinmeden kaynaklanır.

Dil / söz kavramının göstergebilimsel yayılımının ortaya koyduğu diğer bir sorun “diller” ile bunların “sözler”i arasında kurulabilecek “oylum” bağlantısına ilişkindir. Dilyetisi düzleminde, kurallardan oluşan sonlu bütün dil ile bu kuralların altında yer alan ve gerçekte sonsuz sayıda olan “sözler” arasında büyük bir oransızlık vardır.

Ancak yazılı moda gibi özel bir dizgede bu söz hemen hemen sıfır düzeyindedir ve söz konusu dil, dilsel söz tarafından “desteklendiği” için olanaklıdır. Yazılı moda giysisi; giyimsel bildirişim düzleminde “dil”, dilsel bildirişim düzlemindeyse “söz”dür.

Rolant Barthes, Saussure’ün yaptığı dil ve söz ayrımının değişimlere uğrayabileceğine değinir. Giysiyi örnek aldığı incelemesinde üç farklı dizge olduğunu belirtir. **“Yazılı” giyside, bir başka deyişle moda dergisinde eklemli dil aracılığıyla betimlenen giyside “söz” neredeyse yoktur: “Betimlenen giysi” hiçbir zaman, moda kurallarının bireysel bir uygulamasına denk düşmez; dizgeli bir göstergeler ve kurallar bütünüdür** (7: 33).

Moda Dili (yani; fotoğrafı çekilmiş giysi dili), konuşan kitle’den değil; her zaman, kodu isteyerek oluşturan karar verici bir topluluktan (Fashion

Group) kaynaklanmaktadır. Bu aşamada giysi yarı dizgeli bir durumdadır. Çünkü bir yandan “Moda Dili” sözde gerçek bir giysiden çıkarsanacaktır. Bir yandan da giysiyi giyen (fotoğraftaki manken) seçilmiş, bu nedenle her türlü birleşimsel özgürlükten yoksun, donmuş bir sözü yansıtan kural - bireydir.

Giyilen (ya da gerçek) giyside ise dil ile söz arasındaki geleneksel ayrımla karşılaşılır. Roland Barthes’a göre giyim dili şunlardan oluşur:

1- Parçaların, üst parçaların yada ayrıntıların (aksesuarların) karşıtlıkları; bunlardaki değişiklikler anlamda değişime yol açar. Örneğin; Bere yada melon şapka giymek aynı anlama gelmez.

2- Parçaların aralarında üst üste ya da yukarıdan aşağıya birleşmesini düzenleyen kurallar. Giysinin boyu, temizliği, eskiliği, çeşidi, kişisel düşkünlükler vb. tüm bireysel giyinme olguları giyimin sözünü içerir (7: 33).

Systeme de la Mode adlı kitabında Roland Barthes, Modanın ögesini belirtmek için “giysi birim” terimini kullanmıştır (24: 313).

Giysi birimlerinin en küçük anlamlı parçaların bireysel özgürlükle biraraya getirilmesi seçimi “söz”ü oluşturur.

Anlambirim, anlatılmak istenenin en küçük anlamlı parçasıdır. Anlam birim kişisel seçimlere bağlıdır. Sözler, dilbilimin anlam birimidir. Giyimin anlam birimleri de giysi parçaları ve bazen, iletilmek istenen anlama göre; renk, biçim vb.’dir. Çünkü giysi dili, dil gibi eklemlidir.

Anlambirimlerinden kalkılarak eşanlamlılık, karşıt anlamlılık, alt anlamlılık ya da üst anlamlılık ilişkileriyle, çok anlamlılık (yada tek anlamlılık) durumları genellikle incelemelerde göz önünde tutulan başlıca olgulardır (4: 137).

Bildirinin hem nesnel, mantıksal içeriği ya da düz anlamı, hem de öznel, çağrışımsal anlamı ya da yan anlamı bakımından ortak bir temele yaslanması zorunludur. Çünkü ortak bilgilere dayanarak bildirişimi sağlayabiliriz. Birini anlamak demek, anlığımızda bizimle konuşan kişinininkine benzer kavramlar oluşturmak demektir. Bunu da daha önceki bilgilerimizle (genel kültür ile) gerçekleştirebiliriz (4: 67).

Saussure'ün ortaya attığı dilbilim ilkeleri ve göstergebilimi kuramsal özelliklerle donatarak geliştiren bilim adamı Kopenhag ile dilbilim çevresinin kurucularından Danimarka'lı Louis Hjelmslev de, düz anlam ve yan anlam kavramlarını, göstergenin iki değişik değeri olarak kabul etmişlerdir. Herhangi bir sözce ilk anlamının (düz anlam) dışında, daha başka anlamlar (yan anlamlar) da taşıyabilir (5: 123).

Örneğin; kot pantolon giymek düz anlamla sıradan spor bir giysiyi ifade ederken; aynı giysiyi önemli bir gece davetinde giymek, çeşitli nedenleri olabilecek asi bir davranış, önemsememe ya da dikkat çekme vb. daha da çoğaltılabilecek yan anlamlar taşıyabilir.

İnsan, nesnelerin varlığını ancak onları adlandırarak kavrayabilmiştir. Çağrışımsal anlam ise kültüre bağlılığı nedeniyle keyfidir ve öznel düzeyde çalışır (Şekil 4).



Şekil 4: Fransızca okuyamıyabilirsiniz. Ama kadın ve erkek görünüm kodlarıyla, aradaki farkı rahatlıkla anlıyabilirsiniz (10: 66).

2.2. Anarşizm

Sebastien Faure ; **“Her kim ki otoriteyi yadsır ve ona karşı savaşırsa, o bir anarşisttir”** (3: 13) demektedir. Tarihsel olarak anarşizm, var olan toplumu eleştiren bir doktrindir; arzu edilen topluma ilişkin bir görüştür ve birinden diğerine geçmenin bir yoludur.

Yunanca Anarchos; yöneteni olmayan anlamına gelmektedir (9: 393). Düşünceye dayalı olmayan isyan, insanı anarşist yapmaz. Anarşizm, esas itibariyle bireyi toplumla ilişkisi içinde ele alır. Nihai amaç, her zaman toplumsal değişimdir. İnsanın doğasına ilişkin bireyci bir görüşten yola çıkarsa bile, tutumu her zaman için toplumu kınamaya yönelik bir tutumdur; yöntemi her zaman toplumsal isyan yöntemidir.

Anarşizm düşüncesi, bazı zamanlarda eylemde kristalleşen belirli bir toplumsal felsefe akımıdır. Ancak, bu şekilde tanımlandığı zaman bile, semantik değil, fakat tarihsel karışıklıktan kaynaklanan yanlış anlamalardan kurtulamamaktadır. Çoğunlukla anarşizmi, nihilizm¹ ve terörizm ile özdeşleştirme ve onu olumsuz bir felsefe, basitçe bir yıkıcılık felsefesi olarak ele alma eğilimi vardır. Maalesef bir kısmı, doktrinin yıkıcı yönlerini vurgulama eğiliminde olan anarşistlerin kendileri de bu yanlış anlamadan sorumludurlar.

William Godwin “anarşist”i; **“Anarşist uslamlamaya göre “o yeniden yaratıcıdır”** (3: 28) şeklinde tanımlamıştır. Ve Pierre Joseph Proudhon, “Ekonomik Çelişkiler” (1846) adlı kitabında, anarşizmin olumlu yanını ortaya çıkaran **“yıkıyorum ve kuruyorum”** (3: 18) deyişini muhaliflerinin saldırılarına karşı bir slogan olarak kullanmıştır.

¹ Nihilist: Hiçbir ahlaki ilkeye ve hiçbir doğa yasasına inanmaz. Ve teröristler gibi yıktıkları yerine koymak için hiçbir önerileri yoktur.

Michail Bakunin'in de "Almanya'da Gericilik" adlı denemesini sona erdirdiği ünlü ricası ile iletmek istediği mesaj, anarşizmin ruhunu açıklama açısından anlamlıdır; **"Yalnızca tüm yaşamın anlaşılmaz bir ebedi yaratıcı kaynağı olduğu için, yıkan ve yok eden ebedi ruha güvenelim. Yıkma tutkusu aynı zamanda yaratıcı bir tutkudur"** (3: 14).

Anarşi, anarşist, anarşizm vb. terimler ilk kez Fransız Devrimi sırasında politik anlamda serbestçe kullanılmıştır. Jironden Brissot 1793 yılında anarşiyi şu şekilde tanımlamıştır: **"Uygulanmayan yasalar, gücü olmayan ve hor görülen otoriteler, cezalandırılmayan suç, saldırıya uğrayan mülkiyet, bireyin ihlal edilen güvenliği, insanların bozulan ahlakı, anayasa yok, hükümet yok, adalet yok; işte anarşi budur"** (3: 14, 15).

"Modada Anarşizm" de; Brissot'un büyük bir kısmını saydığı bu etkenler karşısında insanların tepkilerini belirtmede giysi tarzları ve tavırlarını kullanmaları sonucunda ortaya çıkmıştır.

2.3. Moda – Dil – Göstergebilim İlişkisi

Bireyler kendilerini ifade edebilmek, hakim kültürün baskısından kurtulabilmek için kurnazca ona karşı kendi silahını "o kültürün dilini" kullanmaktadırlar; giyimi. Giyim sanatında, başkaldırının anlam ve konumu simgesel ifadenin yıkıcı gücüyle bir çok kez belirginleştirilmiştir.

Günlük hayatın, görünenden daha gizli, sistemli olarak örgütlenmiş bir anlamı vardır ve bu anlam; algılanan kültürel nesneleri araştırıp çözmeye çalışan "semiyotik" bilimince tanımlılık kazanmaktadır.

Semiyotik (Göstergebilim) göstergeler ile ilgili bilimdir. Öncelikle anlamın "metinler"de (giysiler, filmler, TV izlenceleri ve diğer sanat ürünlerinde) nasıl düzenlendiği ile ilgilidir. Göstergelerin ne olduğu ve nasıl işlev gördüğünden söz eder (10: 211). Yazmak ve konuşmak için dilbilgisi

bulunduğu gibi, değişik türde metinde ve diğer iletişim araçları için de bir dilbilgisi vardır.

Göstergebilimin temel atılımı ya da özelliği ise dilbilimi bir model olarak alıp, dilbilimsel kavramları yalnızca dilinin kendisine değil, diğer metinlere uygulamak olmuştur. Göstergebilim, televizyona, moda, reklamlara, mimariye, nesnelere, kurallara, geleneğe, örgütlere vb. iletişim yönünden önemli olan herşeye, anlamlı olan herşeye uygulanır (11: 16).

Burada asıl ilgi; anlamın nasıl düzenlendiği ve iletildiği üzerine olacaktır.

Kültürün her birimi semiyotik bir değer taşımaktadır. En alışılmış olaylar da, işaretler gibi, yani; yaşantıda doğrudan algılanamayan semantik yasa ve kodların yönettiği iletişim sistemindeki öğeler olarak işlev görmektedirler. Dolayısıyla bu işaretler çoğunlukla kendilerini üreten ve kendilerinin de yeniden temsil ettiği toplumsal olaylar kadar belirsizdirler.

İşaretlerin ideolojik boyutlarını açığa çıkarmak için anlamı düzenleyen kodların çözülmesi gerekmektedir. Bu bakımdan yan anlamsal kodlar da önem kazanmaktadır (11: 18).

Kodlar, verili bir toplum ve kültür içinde öğrendiğimiz, oldukça karmaşık çağrışım kalıplarıdır. Usumuzdaki bu kodlar, ya da “gizli yapılar” iletişim araçlarında bulunan göstergeleri ve simgeleri yorumlama tarzımızı ve yaşam biçimimizi etkiler. Bu açıdan kültürler, yaşamımızda önemli bir rol oynayan kodlaştırma dizgeleridir. Toplumsallaştırılmış ve bir kültür verilmiş olmak, bir takım kodlar öğretilmiş olmak demektir ve bu kodların büyük bir bölümü kişinin toplumsal sınıfına, coğrafi konumuna, ırksal kümesine özeldir (12: 167, 168).

Kodların Özellikleri: Tutarlılık, saklı olma, berraklık, somutluk, süreklilik, geniş kapsamlılık vb.

Kodların Ortaya Çıkışı: Kişisel (Ruh Bilimde), toplumsal roller (Toplumsal Ruhbilimde), kurumlar (Toplum Bilimde), düşünce yapılar (Siyasal Bilimlerde), alışkılar (İnsan Bilimde).

Sorunlar: Kodların yaratılması, kodların biraz değiştirilmesi, çelişen kodlara karşı kodlar ve kurallar.

Popüler Kültürdeki Kodlar: Pop müzikteki, korku öykülerindeki, reklamlardaki vb. kurallar.

Alışkı (ritüel): Yemek öğünleri, televizyon izleme, asansördeki davranışlar, giyinme vb. (13: 33).

Bazen karışıklıklar olabilir ve bir programın yaratıcısının kodu izleyicilerin kodu olmayabilir. Böyle bir durumda kötü iletişim vardır. Karışıklık yaratan şudur; İnsanlar çoğu zaman kuralların ve kodların bilinçli olarak farkında değildirler ama, yine de kurallara ve kodlara yanıt verirler. Çünkü “anlatı” vardır.

Anlatı, insanlık tarihiyle başlar. Dünyanın hiçbir yerinde anlatısı olmayan bir toplum yoktur. Anlatılar sonsuz çokluktadır ve bu nedenle anlatı çözümlemesinde tümünden gelimli bir çözümleme yöntemi benimsenmek zorundadır. Dilbilim dahi, karşısındaki 3000 dolayında dili çözümlemede tümevarım ile yol alınamayacağının bir kanıtı olmuştur (6: 287).

Bunun için öncelikle varsayımsal bir betimleme örnekçesi tasarlanmalı, sonra da bu örnekçeden kalkarak, örnekçeye hem uyan hem de ondan ayrılan türlere doğru yavaş yavaş inmek gereklidir. Ancak bu uygunluklar ve sapmalar düzeyinde anlatıların çokluğu, tarih, coğrafya, kültür vb. açısından sunduğu çeşitlilikler ile saptanabilecektir.

Çağcıl göstergebilimsel çözümlemenin İsveç dilbilimcisi Ferdinand de Saussure (1857 – 1913) ve Amerikan düşünürü Charles Saunders Peirce (1839 – 1914) ile başladığı söylenebilir. F. de Saussure, doğal dillerin dışındaki gösterge dizgelerinin işleyişini araştırarak bir başka bilim dalının kurulmasını öngörmüş ve bu bilim dalını da Fransızca “Semiologie” (göstergebilim) terimiyle adlandırmıştır (5: 118).

Ferninand de Saussure, “göstergebilim göstergeleri neyin oluşturduğunu, onları hangi yasaların yönettiğini gösterecektir” demiştir.

Gösterge; Kavram ile işitim imgesinin birleşimidir. **İşitim imgesi, salt fiziksel nitelikli olan maddesel ses değil, bu sesin ruhsal izidir. Duygularımızın tanıklığına dayalı olarak bizde bu ses hakkında oluşan tasarımdır. Bütünü belirtmek için “gösterge” terimini, kavram yerine “gösterileni”, işitim imgesi yerine de “gösteren” terimini kullanabiliriz** (6: 20).

Peirce’e göre de göstergebilim tüm bilgilerimize ilişkin bir biçimselleştirmeden kaynaklanır ve genel anlamıyla mantık, göstergesel, biçimsel öğretinin bir başka adı, gözlemden bilimsel bilgi örneklerine götüren soyutlama sürecidir. Gösterge toplumsal anlaşmadan kaynaklanır ve yansımaların seçilişinde de nedensizlik büyük bir yer tutar (4: 81).

Türevler, birleşik yapımlar, biçim, ikincil nedenlilik gösteren öğelerdir ve toplum bilincinde bu özelliklerini korudukları sürece göreceli bir açıklanabilirlik içerirler (14: 9).

Kimi mantıkçılar göstergebilimin işlevinin; bilimsel bilgiye ulaşılmasını sağlayacak üstdiller oluşturmak olduğunu belirtirler.

Hjelmslev’e göre ise göstergesel alan; dile benzer bir yapıyla karşılaşılacak tüm düzlemleri kucaklayan salt nitelikli bir bütün olarak yorumlanmıştır (4: 89). Konu dili bilimsel olmayan bir dil, bir üstdildir; konu dillerini

göstergebilimlerin oluşturduğu bilimsel bir üstdil ise bir üst göstergebilimdir (14: 24).

Bununla birlikte göstergebilimsel çözümleme, bir metindeki anlamın üretilmesi ve öğelerin birbirleriyle olan ilişkileriyle ilgilenirken yapının kendi niteliğine önem vermez. Yani, göstergebilim sanatla veya modayla gerçekten ilgili değildir, daha çok anlamla ve kavrama biçimleriyle (metni anlamak için gereken kodlarla) ilgilenmektedir.

Roland Barthes da dilbilimci Ferdinand de Saussure'ün eserinden yola çıkarak, kültürel olayların keyfi yapısını ve günlük yaşamda her açıdan oldukça doğal görünen gizli anlamlarını açığa çıkarmaya çalışmıştır.

Anlam sorunu, belli bir bilimsel disiplin sorunu olmaktan çok, bir yöntem ve yaklaşım sorunudur (15: 12).

A. Meillet'ye göre anlam değişimlerine yol açan en önemli nedenler toplumsal nedenlerdir. Bunun nedeni de dilin toplumsal oluşudur. Diller arasındaki etkileşimler, moda gibi olgularda, tarihsel – toplumsal koşullara bağlı nedenlerin yanı sıra, dilin kuşaktan kuşağa aktarımı sırasında ortaya çıkan eksik öykünme ürünü ayrılıklarla da yavaş yavaş, belli belirsiz değişme göstermektedir.

Nerede anlamlı birim ya da gösterge varsa artık orada “dilbilim yöntemi” geçerli olacaktır. Çünkü dil, benzer bildirişim araçlarının en dizgelisi, en yetkinidir (14: 11).

Hiçbirşey kendi başına anlam taşımaz, bu nedenle göstergeler arasında bulunan ilişkiler çok önemlidir. “Anlamlar” karşılıklı ilişki yoluyla kazanıldığı için kişisel değil, toplumsal mülkiyettir. Dildeki anlamlı birimler ya da göstergeler, temel özelliklerinin birçoğunu toplumsallıklarından alırlar ve işlevlerini toplum içinde yerine getirirler. Kültür ve toplum arasındaki ilişkiler

ele alındığında giyim kaynaklı önemli simgesel anarşik anlam, stil ve değerlerin varlığı gözlenmektedir.

Kültür Teorisi, yaşam biçiminin bütünündeki öğeler arasındaki bu tür ilişkileri incelemektedir. Kültür; semboller ilişkisi açısından, ayrıntılı değerler ve anlamlar seti olarak tanımlanır. Kültürel beklentiler, belirli sınırlar içinde insana seçim hakkı verir; kişi gireceği durumlar ve yükleneceği roller arasında bir seçim özgürlüğüne sahiptir (16: 33, 34).

Saussure'ün modelinde de işaret; anlam veren ve anlam verilenden meydana gelir. Anlam veren, işaretin alanladığımız fiziksel varlığıdır. Anlam verilen, işaretin düşünsel kavramıdır. Birlikte anlamı ya da dış gerçeği oluştururlar. Bu iki öğe ortak kültürel deneye bağlıdır, evrensel değildir. Anlam bu öğelerin yapısal ilişkisinde aranır.

Anlamanın incelenmesinde üç öğe önde gelir:

- 1- İşaret,
- 2- İşaretin işaret ettiği,
- 3- İşareti kullananlar.

İşaret, duyularımızla algılanabilir. Kendinden başka bir şeyi işaret eden, kullanıcılar tarafından işaret olduğu kabul edilen, tanınan, fiziksel birşeydir.

Şifreler ise içinde işaretlerin örgütlendiği sistemlerdir. Bu sistemler kullananlar tarafından (kişiler, gruplar veya toplum tarafından, kabul edilen kurallarca) yönetilir. Toplumsal şifreler ve gelenek görenekler herhangi bir kültürün ortak merkezini oluştururlar.

İşaretin bir diğer işleyişi simgelerle olur. Simgesellikle işaret başka bir şeyi ifade etmeye dönüştürülür. Kürk soğuktan korunmak için bir giysi iken, bir statü, zenginlik sembolüne dönüşebilir (8: 207).

Oldukça karmaşık öğrenilmiş ilişki kalıpları olan şifreler, çeşitli durumlarda ne yapmamız gerektiğini belirten kurallar bütünüdür. Bizim, toplumsallaşma ve endoktrinasyon ya da belli dünya görüşlerini kazanmamızda ve korumamızda önemli rol oynarlar. Dil öğrenilen bir şifreler sistemidir ve bu sistemle belli biçimde bu şifreleri öğrenmiş olan başkalarıyla iletişimde bulunuruz (7: 160).

Toplumsal rollerle ilgili şifreler toplumsal ilişkileri kurup sürdürmeyi sağlarlar. Göstergebilim; kısaca, işaretler bilimidir ve öncelikle anlamların nasıl meydana geldiği konusuyla ilgilenir.

2.4. Moda – Kültür – Alt Kültür

W. James, C.H. Cooley, J.M. Baldwin ve J. Dewey'den geçip, G.H. Mead'de oluşan ve H. Blumer'le geliştirilen görüşe göre toplumsal davranış; anlamlı semboller, bu sembolleri öğrenme ve karşılıklı ilişki süreci oluşturmaktadır (8: 27).

Kişi yalnızca genel kültürü değil, çeşitli alt kültürleri de öğrenir. Toplum hem herkes tarafından öğrenilmesi beklenen bir kültüre, hem de kendine özgü alt kültürleri olan grupların kültürüne sahiptir. Gruplar içindeki ilişkilerde kişi hem grup kültürünü, hem de genel kültürü öğrenir.

Birmingham Okulu kuramcıları, belli alt kültürlerin egemen kültürle uzlaşmaya çalıştıklarını, birlik ve dayanışma kurabilmek içinse onun nesne ve simgelerini uyarladığını ortaya koymuşlardır (17: 9, 10).

Toplumun korunması ve değişmesi, kişilerin kendi içinde ve aralarındaki sembolik ilişkilerle gerçekleşmektedir. Toplum ve toplumun grupları sürekli olarak yeni anlamlar, değerler yaratır ve kişiler bu yenileri kullanmayı öğrenir. Bu toplumsal değişimdir.

İlk olarak alt kültürün tanımlanması gerekmektedir. Alt Kültür; egemen toplumsal düzenin kültürel normlarının ve ilişkilerinin dışında, kendi normları ile yaşayan kendine özgü bir ahlakı, iletişim biçimini, barınma, giyinme, eğlenme, sanatsal faaliyet vb. kültür adına farklı bir bütünlüğü yeniden üreten bir topluluk, bir toplumsal ilişkiler sistemidir.

Alt kültür, bir “ast kültür” yani egemen toplumsal sistemden daha düşük, geri, aşağı bir kültür olarak algılanmamalıdır. Onları somut tarihsel içerikleri içinde ele almak, tümünü kapsayıcı genel-geçer sıfatlar, misyonlar bulunamayacağı için daha anlamlıdır. Örneğin: İlk Hristiyanlar da o dönemlerde bir alt kültür çerçevesinde yaşamışlardır, 1. Dünya savaşına kadar işçi sınıfı da. 19. yy.’a doğru da burjuvazi feodal toplumda tam anlamıyla bir alt kültür oluşturmuştur. Kapitalist endüstri toplumunun kültür ve siyasal kültür normları bu alt kültür ortamında oluşmuş, 19. yy’da da burjuva alt kültürü, hegemonik kültüre dönüşmüştür. Bu süreci teorisyen Jürgen Habermas “Kamuoyunun Yapısal Dönüşümü” adlı kitabında; burjuva alt kültürünün kamuoyunu kurumsallaştırması olarak açıklamaktadır (11: 5, 6).

Dick Hebdige, hegemonyayı (egemenlik) “hareket halindeki eşdenge” olarak tanımlamaktadır. Hegemonya, evrensel olmadığı gibi belirli bir sınıfın sürekli yönetimine de verilmiş değildir. Elde edilebilir, yeniden üretilir, korunur. Hegemonik güç, egemen çoğunluğun onayını gerektirdiği için, sınıf fraksiyonlarının aynı ittifakı tarafından sürekli elde bulundurulamaz (10: 471).

Hegemonyaya karşı alt kültürler zaman zaman başkaldırmakta ve bunu çoğunlukla üslupta dışa vurarak gerçekleştirmektedirler. Karşıtlık ve çelişkiler tamamen yüzeysel olan dış görünüş üzerinde sergilenmektedir. Böylece “giysi”ye çeşitli anarşik anlamlar yüklenmektedir.

Giysi dili kendi kendine gelişen bir organizma değil, toplulukların ortak düşünme biçiminin yarattığı bir üründür.

Cohen'in alt kültürler ile ilgili araştırması, alt kültürlerin üsluplarının derinlerine inerek, saklı anlamları bulmak için bir yol sağlamıştır. Ona göre tarihin hammaddesi; Mod'un ceketinin çizgilerine, Teddy Boy'un ayakkabılarının tabanına yansıyabilir, görülebilir ve aktarılabilir. Sınıf ve cinsellik konusundaki endişeler, aykırılık ve uyum, okul ve aile, çalışma ve dinlenme vb. arasındaki gerilimler  sl pta hem görünür hem de gizli biçimde maddeleşmiştir (31: 93). Örneğin; Savaş sonrasında gençler arasında kuşak bilinci ortaya çıkmış, anne baba ile çocuklar aynı yaşantıyı paylaştıkları zaman bile her iki taraf bu yaşantıyı farklı yorumlayıp farklı biçimlerde dışa vurmuştur.

Alt kültürlerin şekillendiği iş, ev, okul, varoşlar vb. ortamların kendine özgü kuralları, anlamları ve değerler hiyerarşisi olmuştur.

Bahsedilen giysiler dışında bir de moda ürünü giysiler bulunmaktadır ki bu araştırmanın amacı öncelikle anti - moda (birer başkaldırı ürünü olan) giysilerin, belirlenen yöntemle incelenmesi olacaktır.

Çünkü; moda dili, konuşan kitleden (yani kullanııcıdan; halktan) değil, giysi kodunu isteyerek oluşturan karar verici bir topluluktan (moda yaratım çevresinden) kaynaklanır. Tamamen onların belirleme ve çeşitli çevreleri (hazır giyim üreticileri, satıcıları vb.) etkilemeleri sonucu oluşturulan (yapay ya da daha çok ticari) bir dildir.

Oysa anti-modu hareketlerde "söz" tamamen konuşan kitleye aittir ve onun görüşleri doğrultusunda oluşur.

Yalnız ve yalnız geniş ölçüde toplumsal nitelikli bir kullanımdan ya da salt bireysel bir "söz"den, "anlam iletisinden" kaynaklanır.

2.5. Kültür Kuramı ve Alt Kültür

Sosyo-kültürel antropolojinin konusu olan “kültür” kavramının, Kroeber ve Kluckhohn (ABD’li iki antropolog) tarafından 1952’de 164 farklı tanımı derlenmiş ve tartışılmıştır.

Sosyal Bilimci Berelson (1964) bu derlemeyi; **“Bilimsel bir kavramın bu kadar fazla tanımı varsa, onun tanımlanamıyacağını kabul etmek gerekir”** diyerek eleştirmiştir (18: 95).

Tanımlamadaki g      , sözcüğün kökeninin çok-anlamlı oluşundan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle kültürü tanımlamaktansa tanıtmak daha doğru olabilir.

Marx, oluşumu ve kökeni açısından kültürü; **“Doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı herşey”** olarak tanımlamıştır (18: 100).

Kültürün bütüncül tanımlarının en iyilerinden biri kabul edileni ise 1871’de Tylor tarafından yapılan; **“Kültür ya da uygarlık, bir toplumun  yesi olarak insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek, görenek vb. yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür”** tanımıdır (18: 101).

Kültürel sistemin öğrettikleri, zaman boyutunda sürekli ve toplumsaldır. Bu  ğretiler, örgütlenmiş birliklerde, küme ya da toplumlarda yaşayan insanlarca yaratılır ve paylaşılır. Bir grubun  yeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen davranış, tutum ve değerler, o grubun kültürüdür. Sosyal bir grubun ortaklaştığı veya paylaştığı alışkanlıklar topluluğun büyüklüğü ne olursa olsun (ister aile, ister grup veya ulus olsun) “kültür” ya da “alt kültür”d r.

Kültür çoğunlukla ideal kurallardan ve davranış örüntülerinden oluşsa da, bireysel tutum ve davranışlar önemli ölçüde idealden ayrılır. İdeal, olması gerekendir. Ancak her olay ideal değildir. Çeşitli nedenlerle ideal dışına çıkan bireysel davranışlar süreklilik kazanıp önce alt kültürleri, daha yerleşik hale gelerekde kültürü oluştururlar. Kültür tamamıyla maddi, gözlemlenebilir birşey ya da olgu değil, soyut bir kavramdır.

Sosyo-kültürel sistemin gerçekten var olması için bulunması gereken önemli bir diğer faktör de “dil”dir. İnsanlar arası ilişkiler gibi kurumlar ve toplumlararası ilişkiler kişilerle kurulur, dille sürdürülür. Toplumda madde ve kavram olarak varolan herşey “dil”de de vardır. Kültürel ve tarihi miras ancak dil aracılığı ile yeni kuşaklara aktarılır. Dil, kültürün ansiklopedisi ya da sözlüğüdür.

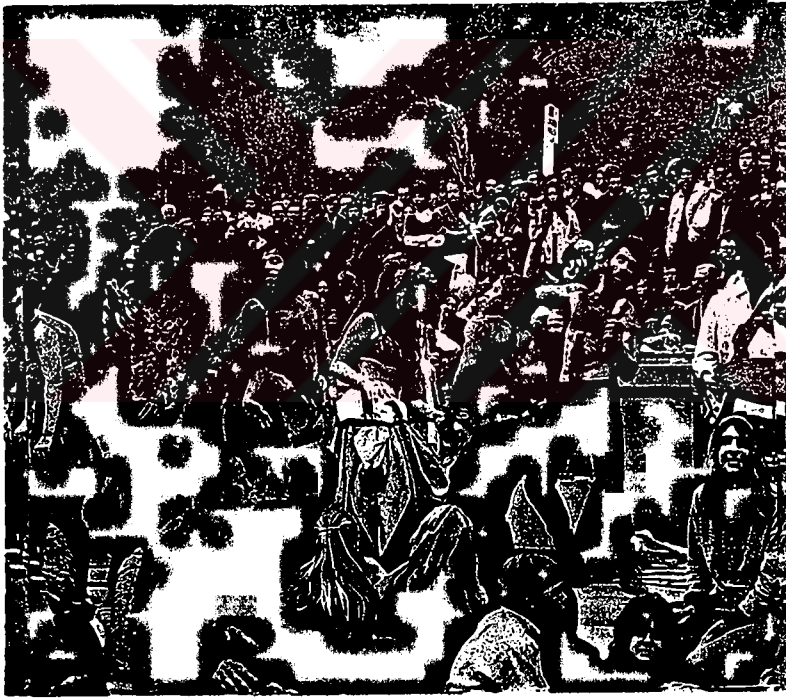
Hangi nedenle olursa olsun, kültürel yapıların herhangi birindeki değişme kültürün bütününe ve dolaylı olarak diğer kurumları az ya da çok etkileyecektir. Buradan kültür kuramının aynı zamanda bir sosyal değişme kuramı olduğu sonucuna ulaşılır.

Kültür kavramının sınırları coğrafya haritalarına hiç benzemez. Ulusların siyasal sınırları ile belirlenemez. Her ne kadar Doğu Kültürü, Batı Kültürü gibi geleneksel ayrımlar varsa da bu bölünmenin de unsurları kesin değildir (Akdeniz, Ortadoğu, İslami kültürler vb. içiçe geçmiştir).

Steward'ın (1948) yerleşme kuramına göre her yerleşme biriminin kendine özgü kültürel özellikleri bulunmaktadır. Bir kentin farklı semt ve mahallelerinde bile farklı kültürel özellikler bulunmaktadır. Milli sınırlar içindeki bu farklı birimlere ve sentezlere de “alt-kültür” adı verilmektedir. Alt kültürler farklı sentezlere yönelirler ve bütün kültürler gibi yaşamlarını sürdürmeyi amaçlarlar (18: 111).

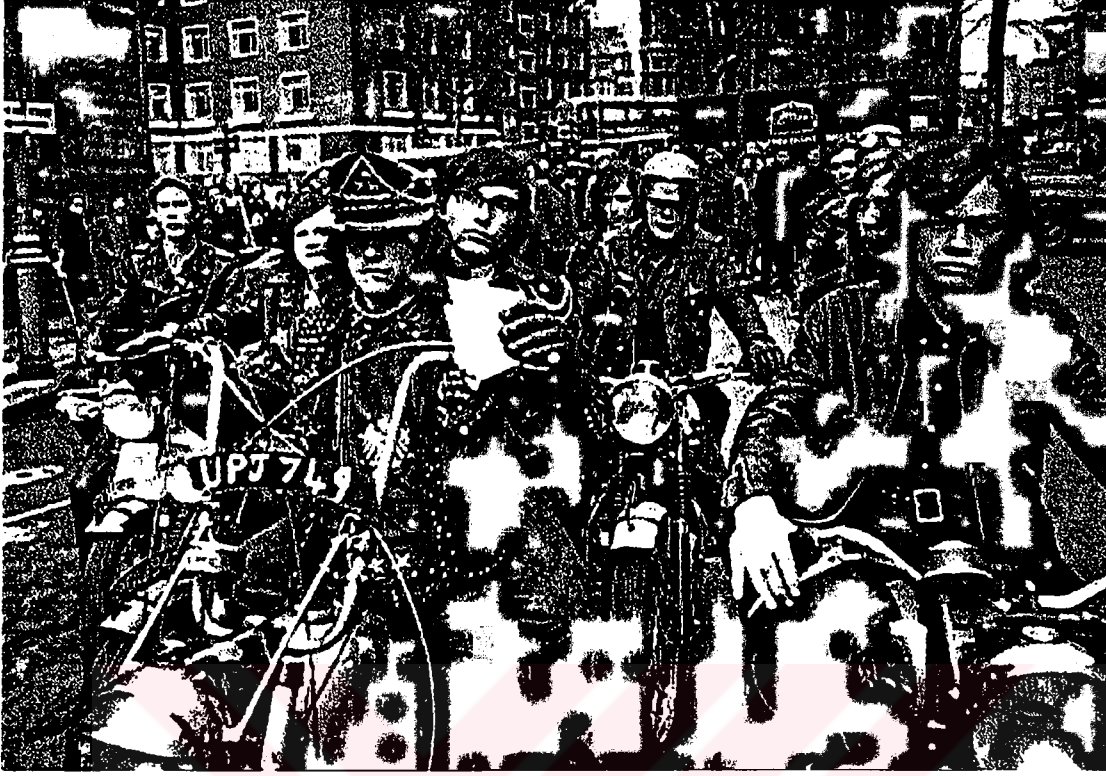
2.5.1. 1960'lar ve Modada Anarşizm

60'larla birlikte dünya çapında bir kitlesel alt-kültür patlaması yaşanmıştır. 50'lerin sonlarında Uzakdoğu felsefelerinden beslenen Beatnik'ler ve varoluşçu felsefenin sinyallerinden etkilenen entelejensiya alt-kültürlerinin oluşturduğu birikim bu patlamada önemli rol oynamıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı ve sonrasında yıldırıcı etkisi dışında kalan yeni gençlik kuşaklarında yayılan beatnik, sonra daha da yaygınlaşarak hippie ve her tür sol alt-kültür topluluklarını, egemen kültürü “reddetmeye” sürüklemiştir. Temel red motifi; kapitalist tüketim toplumunun yabancılaştırıcı, metalaştırıcı değerleridir (11: 8) (Şekil 5).



Şekil 5: “Love-in” Los Angeles, 1967 (35: 70).

Tepkilerini giysileri ile oluşturdukları anarşist tarzlarla ortaya koyan bu alt kültürler, egemen gruplarla aralarındaki gerilimleri çift-anlam taşıyan sıradan nesnelerden meydana getirdikleri üslupta yansıtmışlardır. Bu bağlamda sivri uçlu ayakkabı, deri mont, motorsiklet, çengelli iğne hatta vazelin tüpü dahi önemli simgesel anlamlar kazanmıştır (Şekil 6).



Şekil 6: Motorsiklet Çetesi, İngiltere, 1971 (28: 67).

Düzen bozukluğunu iletebilmek için ilk olarak, daha sonra alt üst etmek üzere de olsa uygun bir dil seçilmelidir. Ve bu genelde giysi olmuştur.

1960'larda giysi aracılığıyla gençlik başkaldırısının en popüler hareketlerinin yaşandığı söylenebilir. Genç kız stilleri denen, gençliğin idealleştirildiği ve ilgi merkezi haline getirildiği bir akım ile gençlik; düşünsel oluşumlarının tepkilerini "görsellik" aracılığıyla iletmiştir (Şekil 7).



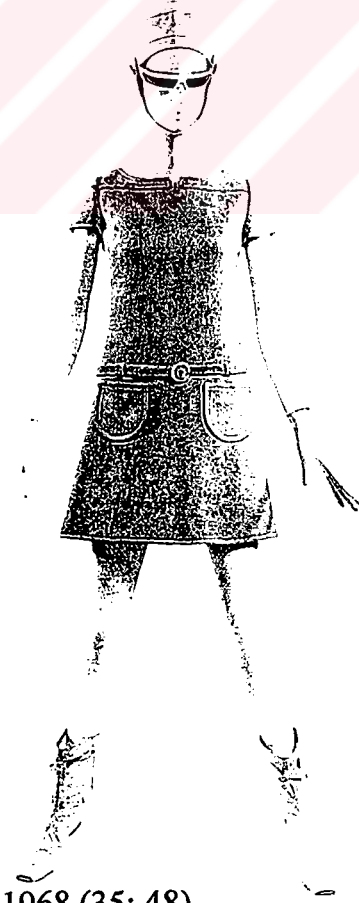
Şekil 7: Twiggy “Yılın Yüzü”, 1966 (35: 59).

Kadınlar özgürleşmiş, erkeklerin kadın göğüsleri konusundaki garip “ideal ölçü” fikirlerine ayak uydurmaktan vazgeçmişlerdir. Sanat öğretmeni diploması alma başarısı gösteremeyen Mary Quant, Paris dışındaki moda dünyasında –miniye icad ederek– büyük bir devrim yaratmayı başarmıştır. Mini eteğin icadı ile erotik odak bacaklara kaymıştır (Şekil 8).



Şekil 8: Mikro-mini, 1971 (64: 183)

Bu yıllarda her alanda köklü değişiklikler yapmak için yeni imkanlar bulunmaktadır. Bazen çok şiddetli tepkiler olsa da, güç gençliğin elindedir (Şekil 9).



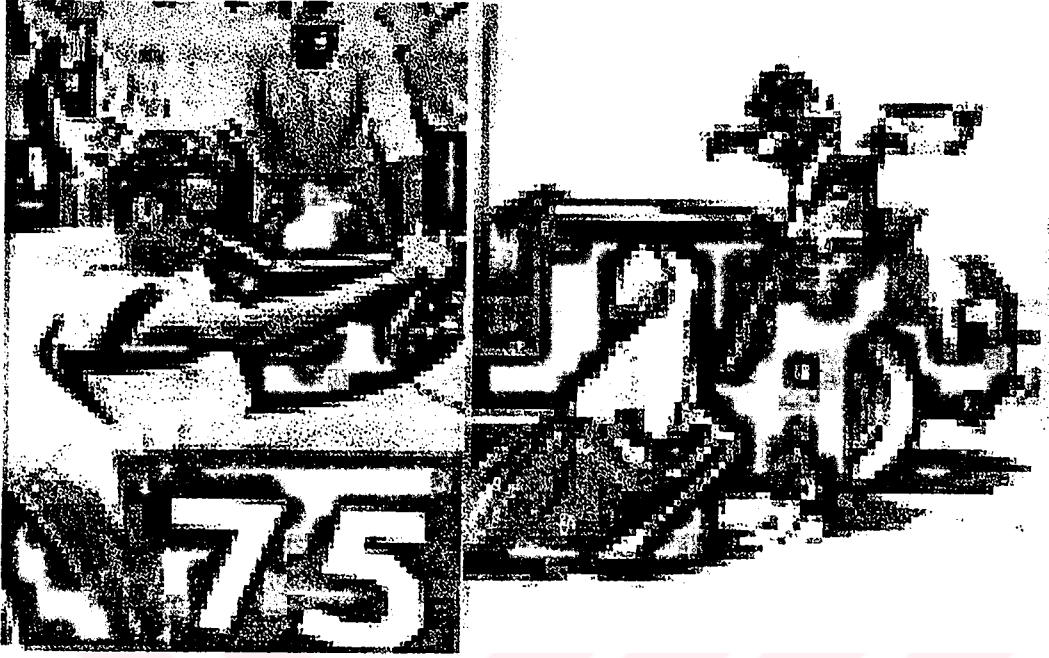
Şekil 9: Andre Courreges, 1968 (35: 48).

I. Dünya Savaşı etkisinde kadınların görüntülerini erkeksi hatlara dönüştürdükleri 1920’li yıllarda, bel hattı kalça hattına yaklaşmıştır (Şekil 10).



Şekil 10: 1920’li yıllar (65: 119).

Bu değişim göğüslerin vurgulanmasını engellemek ve kadınsı hatlardan biri olan bel hattını yok etmek için yapılmıştır. 1960’lı yıllarda ise kadının savaş sonrası elde ettiği özgürlüğünü korumada yine erkeksi hatlara bürünme gereği bu formlara girmelerine neden olmuştur. Kadınların çalışma hayatına katılmaları, ye-ye modası öncüsü Beatles grubu, “Batı Yakası Hikayesi”, “Asi Gençlik”, “The Wild One” vb. filmler ile; beyaz T-shirt jean pantolon salgını başlaması vb. olaylar gençler arasında güçlü etkileşimler oluşturmuş, bu uyumlu birliktelik gençliğin tüm dünyada biranda üniforması haline gelmiştir. Giysilere yüklenen bu ve benzeri anlamlar özellikle çarpıtılmış olsa da alt kültür iletişimini bunlarla sağlamaktadır (Şekil 11).



Şekil 11: James Dean, “Asi Gençlik”.

Moda elemanı her türlü nesnenin alt-kültürde “üslup” anlamına gelme sürecini betimleyecek olursak; Alt kültürde üslup, en karşıt tanımların en dramatik biçimde çarpıştığı alan ve tüm topluluğu etkileyen değişimlere karşı kodlanmış bir tepkidir (19: 59). Üslup süreci, hakim düzene karşı işlenen bir suçla başlamaktadır. Bu aşamada normal çizgiden sapmalar; belirli tip bir giysi giyme, alında bir perçem, motosiklet vb. pek göze batmayan simgelerden ibarettir. Ancak bu süreç sonuçta; meydan okuma veya küçük görme, gülümseme veya burun kıvrma gibi jestlerin oluşmasına, yani bir üslubun kurulmasına yol açmaktadır. Bu, içinde belirli bir yıkıcı değer taşıyan yadsıma başlangıcıdır. Anarşik modada ya da diğer bir deyişle anti-modada, en sıradan nesneler bile yeni bir anlam yüklenip “gizli ve aykırı bir kimliğin teminatı” haline gelebilmektedir.

20. yy.’ın başlarında işçilerin sınıf bilinci ilk büyük parçalanmasını yaşamıştır. O zamana kadar enternasyonel olan sınıf, bu dönemde milliyetçi ideolojilerin etkisi altında kalmıştır. 1950’lerden sonra ise sınıfsal tepkiler çok daha yerel, etnik ve somut bir nitelik kazanmıştır.

Beyaz işçi sınıfı gençliği ile zenciler arasındaki –daha çok çalışma ortamından kaynaklanan– yakınlık bir özdeşleşmeyi gerektirmiştir. Hatta bu özdeşliğin bastırıldığı, açıkça istenmediği zamanlarda dahi siyah kültürel biçimlerin (giysi, müzik, takı vb.) alt kültürel üslupların gelişmesi üzerindeki belirleyici etkisi devam etmiştir. Onları ortak potada birleştiren rock ve türevleri olmuştur.

Mark Kidel, Rock ve Reggae arasındaki –oldukça bariz olan– farkı kısaca şöyle açıklamaktadır: “Caz ve Rock genellikle amfetamin çılgınlığını yansıtır, oysa Reggae marihuana yumuşaklığını dile getirir.”

Reggae, İngiltere ve Jamaika’daki siyahların yaşantısından kaynaklanıp, esrarengiz bir ezgi, bozuk bir Jamaika İngilizcesi ile yorumlanmaktadır. Afrika Reggae’nin kendine özgü vurmali çalgılarında yankılanır. Karaib’de Afrika’nın sesi öteden beri ayaklanma ile eşanlamli görülmüş ve mümkün olan her yerde susturulmuştur. Birkaç kuşak sonra özgür oldukları söylense de aslında vatansız olan bu insanlar, varlıkları ile özdeşleştirdikleri blues ve cazı yaşadıkları çağ olan 20. yy.’a uyarlamayı başarmışlardır. Yüzlercesinin ismi unutulmuş blues ve jaz ustalarının şarkılarında gerçek hayatın fragmanlarının içten, doğal ve yalın ifadesi bulunmaktadır.

Bu müzisyenlerden etkilenen, tenleri değilse de ruhları onlarla aynı renk olan genç insanlar, yaşamlarındaki paralellik dolayısıyla; onların müziklerini ve giyim stillerini kullanma hakkını kendilerinde bulmuşlar ve zamanla yeni gruplar oluşturmuş ve yeni yorumlar geliştirmişlerdir.

İngiltere’deki 2. kuşak göçmen siyahların çocukları, ailelerinin, boyun eğici tavrını benimsememişlerdir. Gençliğin vücut hareketleri bile yeni bir güven duygusunu sergilemektedir; daha küstah, daha esnek ve daha az boyuneğen. Giysilere de tavırlardaki bu değişiklikler yansımıştır.

Göçmenler İngiltere'nin büyük şehirlerin iç kesimlerinde toplanmaya başladıkça yeni bir "Karaib üslubu" doğmuştur (Şekil 12).



Şekil 12: Karaib Üslubu, 1950 (29: 22).

İngilizliğe uyum çabalı; hem ağırbaşlı hem renkli olma kaygısının çelişkileri azalmış ve bu üslup sanki yeni bir göçün gerçekleştiğini, İngiltere'nin vaatlerini yerine getirmediğini ve sevgisiz kalan göçmenlerin psikolojik olarak toplum dışına itildiklerini ima etmektedir (11: 33).

Aynı yerde yaşayan, aynı yerde çalışan, aynı okula giden vb. aynı ortamları paylaşan beyazlar da bütün gelişmeleri benimsemiş ve desteklemişlerdir. Bu etkileşim çeşitli değiştokuşlarla iki kültür arasında derin yapısal adaptasyonlar gerçekleştirmiştir (25: 268).

Popüler Amerikan müziği yorumcuları beyaz gençlik kültürleriyle siyah şehirli işçi sınıfı arasındaki bağları çoktan keşfetmiştir. Cazda bu iki ırkın

işbirliği yaptığı görülür. Birçok beyaz müzisyen “jam”lerde siyah sanatçılarla birlikte çalışmış, bazıları da siyahların müziğini ödünç alıp dönüştürerek farklı bir bağlamda aktarmışlar, bu süreçte cazın anlamı ve yapısı da değişmiştir. (1920 ve 30’larda da yaygınlaştıkça erotizmden, yakınma ve öfke belirtilerinden arıtılarak, incelikle zararsız gece kulübü müziğine dönüştürülmüştür) (20: 24).

Siyah ve beyazın bu beklenmedik, utanmazca, saldırganca ilan edilen beraberliği, kısa zamanda ahlâki bir paniğe dönüşen ırk, seks, isyan gibi temalarda yoğunlaşan tartışmalara yol açmıştır.

Bir kaç sene sonra ortaya çıkan Rock’n roll’a ilişkin isterinin en klasik belirtileri muhafazakar Amerikalıların Beat ve Hipster’a gösterdikleri öfkeli tepkide görülmüştür (Şekil 13, Şekil 14).



Şekil 13: Zoot Suit, 1943 (29: 22, 23).



Şekil 14: Hipster (29: 18).

Serseriler ve üçkağıtçılar 60'ların ortalarında siyah kulüpleri ile diskolarının artması nedeniyle çoğalmış ve Amerikan Soul Brother görünümünün eşdeğeri olan bir Karaib giyim tarzı yaratmak için, şapka, güneş gözlüğü – İtalyan tipi takımlar giymeye başlamışlardır (21: 114)

Göreneksel ve beyaz dünyadan korunmak için bu stillerin karanlık derinliklerinde bir sığınak aranmıştır. Soul Brother'lar bu şekilde siyahlığı vurgulayarak Karaib parlaklığını kendi başkalıklarının bir işareti haline getirmişlerdir. Siyahlık büyük ölçüde onlar sayesinde yeniden canlanıp genç Karaib erkekleri için simgesel olarak elle tutulur bir hale gelmiştir (11: 33).

Genç siyahlar arasında hasır şapkanın yerini, gevşek örgülü yün berenin aldığı daha belirgin bir doğal Afrika görünümü gelişmeye başlamıştır. Parlak gece mavisi, elektrik mavisi giysiler, tunikler, moher ve terilen kumaşların yerine, daha kullanışlı –günlük giysilerin dikildiği– pamuklu, yünlü ve blue jean kumaşları kullanılmaya başlanmıştır (Şekil 15).



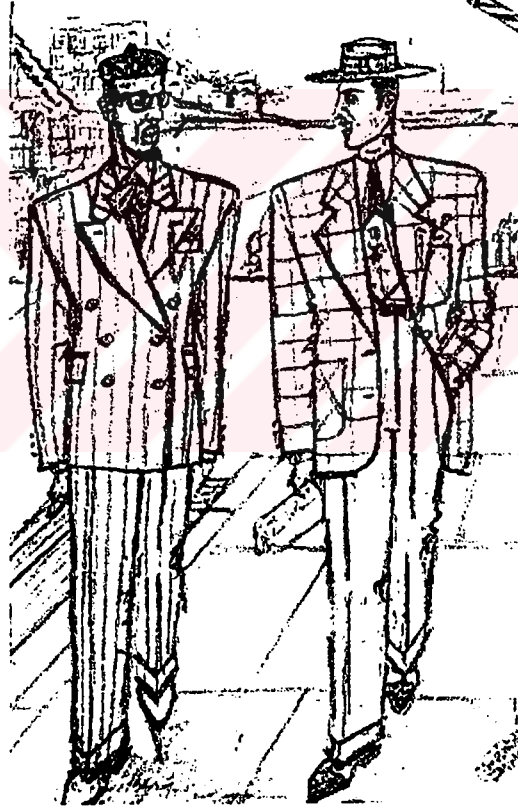
Şekil 15: Kökeni Afrika ruhu olan bir giyim tarzı (28: 76).

Rude Boy'ların kısa saçları yerini “bukleli” veya “karışık örgülü” Afro saç modellerine bırakmıştır. Kızlar artık saçlarını düzleştirmeden, kısa-kıvırcık bırakmakta ya da hayali Afrika'ya ithafen incecik örmektedirler (Şekil 16).



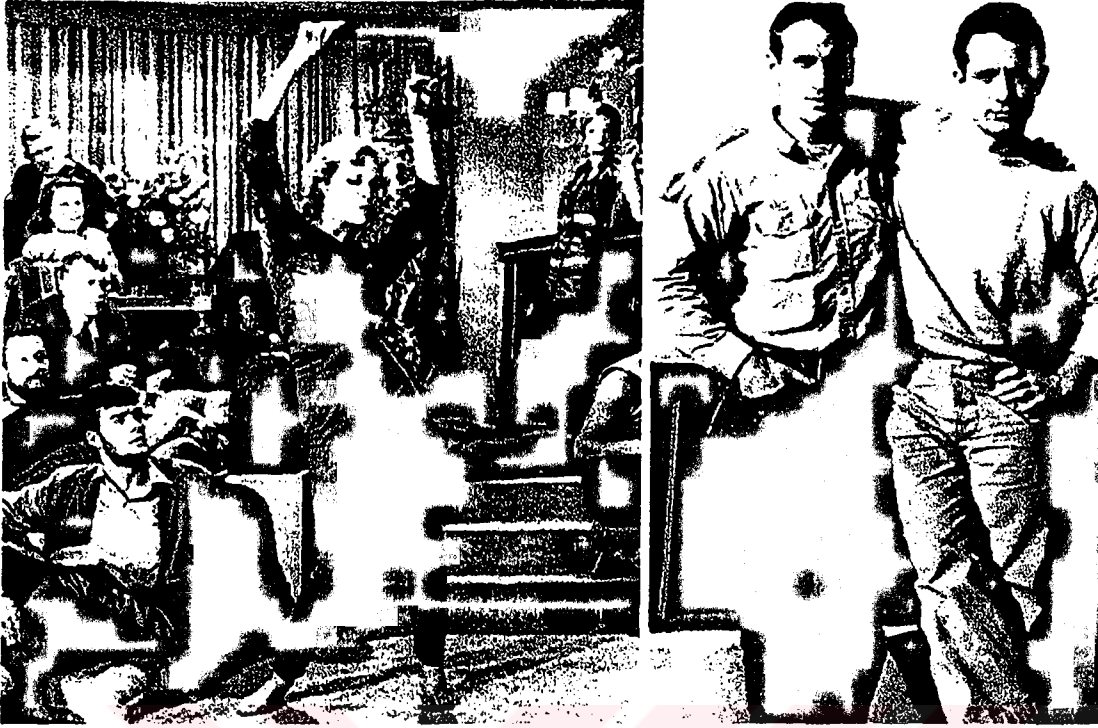
Şekil 16: Bob Marley, 1980, Londra (28: 77).

Siyah adamın, beyaz gençlik için özgürlük modeli olabileceği düşünülmüştür. Hem sürgün hem azizdir. Sanatı ile hırpalanmış saksafonundan üflediği her solo cümle ile çelişkileri dile getirmektedir (Şekil 17). Hipster ve Beat alt kültürleri aynı temel mitolojiden kaynaklanmakla birlikte iki üslup siyah kültürden farklı özellikler almıştır ve ikisinin siyah kültüre göre konumları aynı değildir. Hipster, tipik bir altsınıf züppesidir. Kendilerini, gettodaki kaba, görgüsüz tiplerden farklılaştırmak için son derece “cool”, akılcı bir tavır takınıp (pezevenk gibi) giyinmiş, daha kibar ve ince zevkler edinmeye çalışmışlardır (11: 37).



Şekil 17: Hipster (28: 29).

Beat’ler ise “halktan biri gibi yaşayabileceği, yazabileceği, esrar içip, meditasyon yapabileceği uzak ve egzotik yerlere kaçmak isteyen, içten ve orta sınıf bir kolejlidir (Şekil 18).



Şekil 18: Beat 1952 (sol fotoğraf) (28: 30) – Beat 1960 (sağ fotoğraf) (28:31).

Hipster üslubunun gettodaki siyahlara benzerliği fazladır. Yaşanmış bir bağın biçimsel dışavurumudur. Belli bir ortak mekan ve dili paylaşıp benzer sorunlarla ilgilidirler. Buna karşılık Beat'ın soylu, vahşi, tenci ve “sürekli aşağılama ile dolu bir hayat ile sürekli bir tehlike ve kölelik ile özgürlük arasındaki dengede tutulan “kahraman siyah” imgesi ile de ancak hayali bir ilişkisi olmuştur. Dolayısıyla cazda simge bulan bu iki alt kültürün, siyahlarla ortak bir özdeşlikleri olmakla birlikte nitel yapıları farklıdır (10: 475).

Hipster'lerin giydiği renkli takımlar, hafif ayakkabılar simgesel olarak siyah sokak serserilerinin geleneksel –başarmak ve ilerlemek– arzularını yansıtmaktadır. Buna karşılık bluejeanli, sandaletli, kasıtlı hırpani Beat; hayalinde kutsal bir varoluş, bir tapınak oluşturan yoksullukla sihirli bir ilişkiyi dile getirmektedir. Her iki grupta da siyah kültür ve müzik ile yeni bir bağlamda beyaz gençlik alt kültürünün çelişki ve gerilimlerini simgeleyen ve açığa çıkaran –beyazlarla ortak– muhalif değerler vardır (11: 38).

Beat alkültürü 50’lerde Amerika’dan İngiltere’ye sıçrayabilen tek alt kültür olmuştur. Çünkü İngiliz gençlik kültürleri için de geçerli olan değer ve anlamlar taşımaktadır. Ancak yine de İngiliz işçi sınıfında siyahlar çoğunlukta olmasaydı böyle bir gelişme gerçekleşemezdi. Siyah Gospel ve Blues, beyaz Country Western ile tamamen yeni bir biçim “Rock’n Roll” üretmek üzere kaynaşınca dek siyah ve beyaz İngiliz işçi sınıfı gençliği arasındaki çizgi ortadan kaldırılamamıştır.

Simgesel ittifakın sağlanması için bir süre geçmesi gerekmiştir. Rock, İngiltere’de Teddy Boy (Şekil 19) üslubunun çekirdeğini oluşturmuş ve dünya kapitalizminin, dizginlenmiş dürtülerini somut olarak şekillendiren Amerikan yeniliklerinden (caz, hulahup, patlamış mısır vb.) biri olarak kabul edilmiştir (Şekil 20).



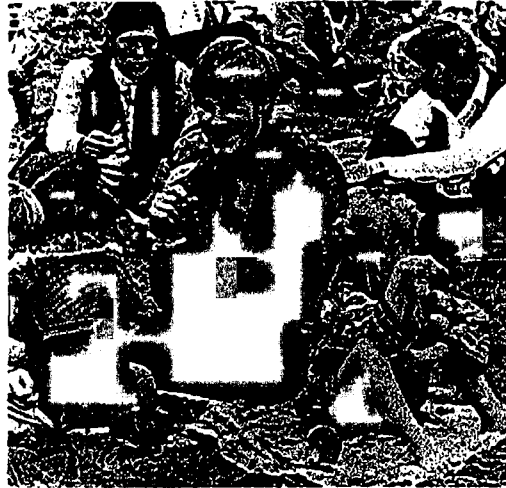
teddy boys

Şekil 19: Teddy Boy Üslubu (28: 33).



Şekil 20: Teddy Boy Ailesi, Dublin, 1985 (28: 35).

50'lerin sonlarına doğru İngiltere'de patlayan rock, gençlik enerjisini tamamen açığa çıkaran, dolaysız, kendiliğinden oluşmuş bir dışavurumdur (23: 163, 165). Amerikan gençliği, Vietnam politikasına karşı ayaklanmış ve askere gitmeyi reddetmiştir. Komünler halinde uyuşturucu ile içiçe yaşamaya başlamışlar, hippî'lik bir yaşam felsefesi haline gelerek, "savaşma seviş" sloganları tüm dünyayı sarmıştır (Şekil 21).



Şekil 21: "Love-in" İngiltere, 1967 (35: 71).

Şiir, Zen budizm, jazz ve doğal birliktelik onların yaşam felsefesini oluşturmuştur. Hippi'lerin yoğun barış yanlılığı onlara zamanla "Çiçek Çocuğu" denmesine neden olmuştur (Şekil 22). Çünkü hippiler bu yolla alternatif bir yaşam oluşturma gayretindeydiler. Mutluluğa; özgürlük, sevgi ve barışla ulaşacaklarını düşünmüşlerdir (26: 93). Hippi rüyası böylece tüm dünyaya; Beatles'dan film yıldızlarına, sanatçılardan politikacılara kadar her yere yayılmıştır (Şekil 23).



Şekil 22: Çiçek Çocukları (32: 176)



Şekil 23: Yeni dönem hippie, punk, rasta üslupları, 1993 (28: 113).

Bu felsefenin getirdiği savaş karşıtı düşünce 1969'da Woodstock festivalinin yapılmasını sağlamış, barışçı Hint felsefesi kendine önemli bir toplumsal taban bulmuştur. Batı dünyasında belki de ilk kez bu kadar büyük kitleler, sistemi değiştirme girişiminde bulunmuş fakat buna izin verilmemiştir.

Bu eylemlerin Avrupa'daki uzantıları Fransa'da ve Türkiye'de geniş öğrenci hareketlerine, İngiltere'de ise rock müziğin doğuşuna neden olmuştur. O yıllarda yirmi yaşlarında olan gençlik, dünyada oluşturulmaya çalışılan düzene karşı tavırlarını rock müzik yaparak ya da dinleyerek ortaya koymuştur.

Böylece rock müzik, sanayi sonrası toplumun sert müziği olmakla birlikte, dünya düzeninde varolan yanlışları sorgulamaya, insanı insan yapan değerleri savunmaya, barış içinde yaşamaya ses olmuştur. Her zaman şiddete karşı çıkmıştır (Şekil 24).



Şekil 24: Rockers; Motorsiklet, deri ve rock n roll, İngiltere 1960 (28: 54).

Rock, bir alt kültür yaşam tarzı, olarak zaman zaman popüler olsa da asla diğer popüler olan akımlar gibi “pop” olmamıştır. Yalnızca varlığını sürdürdüğü yeraltından; dışarı sızmış, süzölmüş, yoğun bir sis gibi her yeri kaplamış, ama taviz vermemiş, söylemini yumuşatmamış, uzlaşmamıştır. Daima boyun eğmeyen bir asi olarak kalmıştır. Genç kuşaklar yaşamdan belediklerinin gerçekleşme umudunu yitirdikçe, bunun suçlusu olarak gördükleri otoriteye, aileye, okula, sisteme, herkese ve herşeye karşı içlerinde oluşan güvensizliği ve öfkeyi dışa vurmak için rock’ı kullanmışlardır.

Yaşadıkları varoşlarda, işsiz, eğitimsiz, parasız, modern dünyadan parlak seçenekleri olmayan bu genç insanlar, uyuşturucu satmak, çalmak, silah çekmek, orduya katılmak veya müzik yapmak arasında biryerlerde yaşamın kenarına ilıştırılmış birer sistem atığıdır. Müzik onların hayatta kalabilme dirençleri için hemen hemen tek seçenektir (27: 5, 6).

Rock ilk ortaya çıktığında bazı çevreler, alışılmamış ve aykırı bir kuşağın geçici heyecanı olduğunu düşünmüşler ancak daha sonra yanıldıklarını

anlamışlardır. Rock daima sansür girişimleri ile sesi kısılmak istenen büyük bir mücadelenin merkezinde bulunmuştur. Muhafazakarlar, köktendinciler zaman zaman da hükümetler ile rock müzisyenleri ve (sansür karşıtı) sivil toplum örgütlerinin karşı karşıya gelmesine neden olmuştur. Rock karşıtları, rock müzisyenleri ve dinleyicilerini “büyücülük (özellikle satanizm), ahlaksızlık ve asilikle” suçlamışlardır.

Giysileri ile oldukça tepki alan bu grup elemanları gerçekten kendilerini “Gitar Sihirbazı”, “Davulun Efendisi” vb. isimlerle adlandırmışlardır. Ancak bunu müzik piyasasında en iyi olduklarını anlatabilmek amacıyla yapmışlardır. Rockerların büyüculükle suçlanmaları döneminde Anton La Vey isimli bir sahtekâr “Şeytan İncili” adlı bir kitap yazıp heavy metal gruplarının ününü de kullanarak şeytana tapanları örgütlemeye çalışmıştır. Böylece radikallerin Rock üzerinde baskısı daha da artmıştır (27: 20).

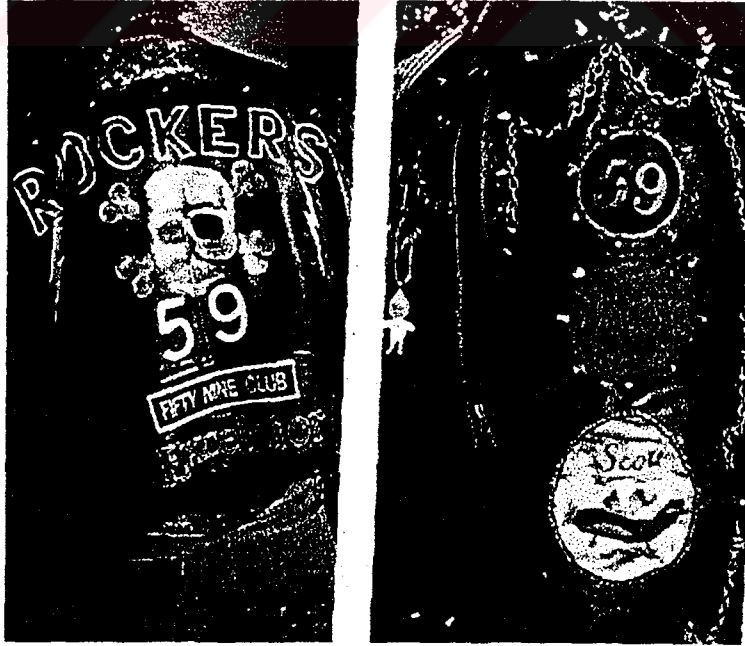
Bu gelişme ile Heavy Metal kendi sınırlarını tanımlayarak bu sahte grupları bir tür otokontrolle dışlamayı ve kendini temize çıkarmayı başarmıştır. La Vey’in örgütlediği bu gruplar kendi aralarında da parçalanmaya başlamıştır. Oysa ki bu müziğin felsefesi bahsedilenle taban tabana zıttır. Rockta en sert şekilde başkaldırı vardır ama bu; savaşa karşı, dini tabulara karşı, özgürlük talep eden, bağımsız birer birey olarak yaşamak isteyen bir kesimin başkaldırısıdır. Alışılmış kalıpların içindeki rollerini reddeden, soru sormak, itiraz edebilmek, kendi kararlarını kendi vermek isteyen genç kuşağın sesi olmuştur “rock” ve giderek de anlatım gücü güçlenmektedir.

Bu yeni ve kulak tırmalayan müziğin, tüm giyim, aksesuar ve tavırlarına kadar taklit edilen ilk öncüleri ise; “Chuck Berry, Buddy Holly, Bill Hayley And His Comets’in gitaristi Francis-France-Beacher ve Elvis Presley” olmuştur. Yaşlılara göre ise modern çağın vebası olan Rock n roll, tüm hızıyla yayılıp genç kitleleri avucunun içine almıştır (Şekil 25).



Şekil 25: Rockers, Londra 1998 (28: 56).

Rock'ın deri, vinleks ağırlıklı kostümleriyle teatral yanı da ağır basmakta ve hala tepkiler almaktadır (Şekil 26).



Şekil 26: Rock Modası, 1988–1990 (29: 46).

Elvis Presley'le hür giyim başlamış çiçek desenli gömlekler, vücuda yapışan kotlar, sembol ya da sloganlarla süslenmiş kıyafetler giyilmiştir (Şekil 27, Şekil 28).



Şekil 27: Rockers (28: 83).



Şekil 28: 1950'ler (29: 24).

Kızlar kalın şekilsiz süveterler, siyah dize kadar çoraplar, dar etekler giymeye başlamışlardır. Erkekler, kot pantolonlar giyip ayaklarına sandaletler takıp sakal bırakmış, saçlarını uzatmış, kalın kumaşlardan kocaman paltolar giymişlerdir. 1964'te Beatles'ların, yakasız ceketleri moda olmuştur (Şekil 29).

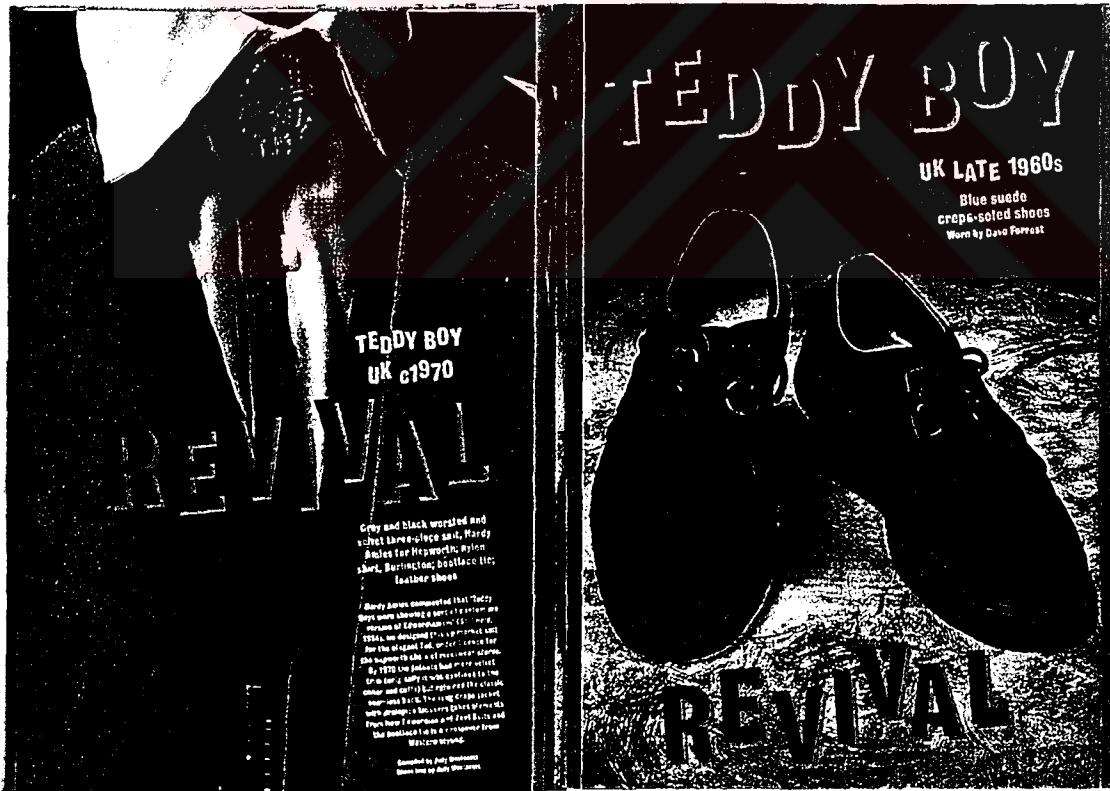


Şekil 29: Beatles Grubu.

Beatles'ların günün koşullarına göre garip davranışları ve garip bir müzikleri vardır. Müzikleri Rock'n Roll'dan daha farklıdır. R&B'dan etkilenmişler ve Rock'n Roll kalıpları da kullanmışlardır. Grup üyeleri uyuşturucu kullanmaları nedeniyle anne-babalar Beatles'a büyük tepki göstermişler ancak, çocukları öyle düşünmediği için Beatles bir anda tüm dünyayı fethetmiştir.

Birkaç yıl sonra yine aynı ülkeden Rolling Stones, Yardbirds ve Cream Boy, onların hemen arkasından da Pink Floyd çıkmıştır. Artık insanlar, yönetim biçimleri, ilişkiler ile karakterleri sorgulamaya başlamışlardır. Çünkü onlar hatalı buldukları bu sisteme dahil olmak istememektedirler.

Ted'lerin kadife yaka, ayakkabı bağı, kravat, süet pabuç gibi egzotik unsurları birleştirerek oluşturdukları estetik anlayışları (Şekil 30) Beatnik'lerin çoban kabanı, sandalet karışımı doğal görünümüne çok terstir. Tedlerin Beatler ile geçinememeleri onların siyahların davalarına duyduğu yakınlıktan dolayıdır. Bununla beraber 1960'ların başlarında İngiliz işçi sınıfının yaşadığı bölgelerde oldukça büyük göçmen toplulukları kurulmuş ve siyah-beyaz gruplar arasında belirli bir dostluk ilişkisi sağlanarak yeni bir alt kültür doğmuştur; "mod"lar (11: 40) (Şekil 31).

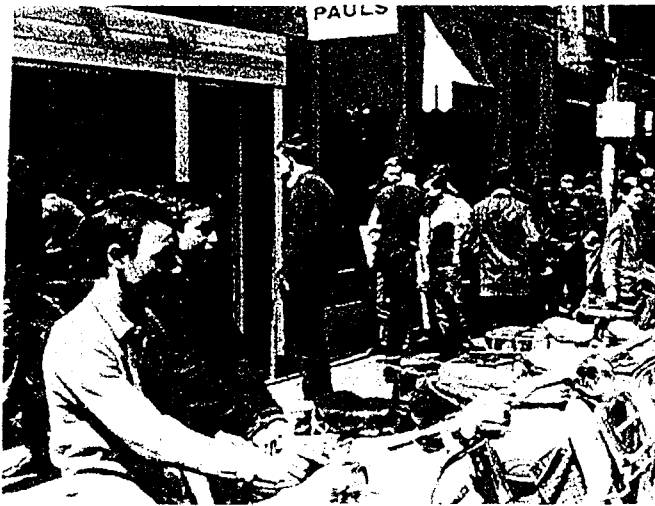


Şekil 30: Teddy Boy (29: 34, 37).



Şekil 31: Mod'lar (28: 53).

Modlar genç işçi sınıfı benimseyen, üsluplarını taklit etmeye çalışan ilk grup olmuştur. Giyimde küçük ayrıntılara dikkat etmişlerdir. Renkler ve kumaşlar göze batmayacak türden, sınırlı ve gösterişten sakınılarak seçilmiştir. Farklılık ince ayrıntılarda gizlidir ve ancak grup üyelerince anlaşılır; ceket yırtmacının boyu, yaka genişliği ve yaptığı açığı gibi (Şekil 32).



Şekil 32: Modlar, Carnaby Street, Londra, 1964 (28: 50).

Cüretkar biçimde rahatsız edici görünümlü Teddy boy'ların aksine Mod'ların görünümleri daha az çarpıcıdır. Genellikle saygın, renkli, muhafazakar takımlar giyip, özellikle temiz ve derli toplu dolaşmışlardır (28: 50, 52) (Şekil 33).



Şekil 33: Modlar, 1965 (28: 5).

Modlar oldukça erkeksi görünüşü tercih eden Rokerların vıcık vıcık briyantınli saçları yerine; Fransızlara özgü kısacık kesilmiş saçın, çok hafif briyantınli, modaya uygun çizgisini seçmişlerdir.

Okuldan işe ve gezmeye geçişi kolaylaştıracak, en az söylemek istediği kadarını da gizleyen bir üslup oluşturmuşlardır. İfade edenden edilene uzanan düzenli yolu, temizliği çok uç bir noktaya vardırıarak, “yaka, takım elbise ve kravat” kelimelerinin geleneksel anlamlarını değiştirmişlerdir. Gençlerin hareketlerinde, yetişkinlerin ne olduğunu pek anlayamadıkları birşey vardır. Cilalı ayakkabılar, markalı sigaralar, kravatlarının bağlanış biçimi gibi pek gözle görülmesede, büroda ve sınıfta garip bir şekilde göze batan küçük ayrıntılar (Şekil 34).

1960'ların iktisadi büyüme ortamında ortaya çıkan mod'lar, alt kültürler içinde egemen kültürle ilişkisi belki de en ikircikli olanıdır. Bir yanda işçi sınıfı içindeki sınıf atlama ve dolayısıyla egemen kültürle barışma eğilimini

ifade ederken, diğ er yandan kılık larındaki kaynağı belirsiz aykırılık, aynı eğilimin bir parodisini yapmaktadır (10: 469, 470).



Şekil 34: “Mod” Parkası, 1960’ların ba ları, İngiltere (29: 48).

İletişim araçlarının, piyasa güçlerinin ve tanıdık içsel çelişkilerin baskısı sonucu 1966'da Mod akımı parçalanarak gruplara ayrılmıştır. Birincisi “katı mod”lar, ikincisi moda ile ve 1960’ların görünümü ile açıkça ilgilenen grup. Bu ikinci grup “abartılı modlar”, modanın bilincinde olan hippî’lerle ve yeni oluşan Underground ile kaynaşmışlardır.

Kaba çizmeler, askılı blujeanlar giyen, kısa saçlı, sinirli, paranoya sınırında olan katı Modlar ise Acid Rock’ın süslü arabesklerinden Ska, Rocksteady ve Reggae’ye kaymışlardır. Skinheadler (dazlaklar) katı modların içinden doğmuş ve 60’ların sonuna doğru kendilerine özgü bir alt kültür oluşturmuşlardır (11: 42, 43) (Şekil 35).



Şekil 35: Dazlaklar, 1985 (28: 71).

Saldırgan bir biçimde proleter, bağınaz ve şoven olan dazlaklar, ataları Modlara zıt bir üniformayı benimsemişlerdir; kırpılmış saçlar, askılar, kısa bol blujeanlar veya kırıxık pantolonlar, düz veya çizgili aşağıya kadar düğmeli Ben Sherman tipi gömlekler, pırıl pırıl Doktor Marten çizmeleri ile dazlakların giyimi, Mod giyim tarzının içinde açıkça proleter olan unsurların sistematik abartılması ile burjuva toplumuna ait olduğunu düşündükleri her etkiyi (takım,

kravat, briyantin, şirinlik vb.'ni) bastırarak üretilen toplumsal değişkenlik sürecini temsil eder gibidir (Şekil 36).



Şekil 36: Dazlaklar, Londra, 1980 (28: 69).

Dazlaklar daha inandırıcı “lumpen” bir kimlik geliştirmek için, görünüşte uzlaşmaz olan iki kaynağa başvurmuşlardır; Karaib göçmen kültürü ve beyaz işçi sınıfı kültürü. Giysilerini, argolarını ve üsluplarını Karaibli gruplardan almışlardır. Zenci kültürü ile bütün alt kültürler arasında varolan sorunlu ilişki en net ifadesini Skinheadlerde bulmuştur. Dazlaklar, geleneksel işçi sınıfı bilin-cini ifade etmek için zenci kültürünün semboller dağarcığından yararlanmışlar ama diğer taraftan işçi sınıfı kültüründe varolan ırkçı eğilimler, zenci hareket-lerinin giderek cemaat ve mahalle temelli bir nitelik kazanması, aralarındaki ilişkinin hasmane bir nitelik kazanmasına yol açmıştır (28: 70, 71).

Savaş sonrasındaki hayali uzlaşmalar, ana kültüre yabancılaşan beyaz gençler için siyahların ayinleri, dilleri ve üslupları model oluşturmıştır. Dazlaklar, yaşanan şimdi ile hayali geçmiş arasındaki gerilimi her ikisini de birbirinde tekrar oluşturan bir dialoğu başlatarak çözmüşler ya da en azından azaltmışlardır.

İşçi sınıfı genel olarak cinsiyet rollerine muhafazakar bir biçimde sadık kalmıştır. Bu kültürü dramatize eden dazlaklar da kültürün cinsiyetçi ideolojisini kurmuştur. İlk kez Punk'larla birlikte işçi sınıfından kaynağını alan bir alt kültür, cinsiyetçi ideolojinin tarif ettiği rollerin dışına taşmıştır (11: 51).

Punk'ın bazı özellikleri doğrudan Karaib'li Rude ve Rasta üsluplarından alınmıştır. Örneğin; tipik bir Punk saç modeli olan sertleştirilmiş, vazelin veya sabunla dikey durumda tutulan yele, siyah "natty" ve "dreadlock" modellerine benzemektedir. Ayrıca bazı Punklar da Etyopya renkleri giymişlerdir (28: 92) (Şekil 37, Şekil 38).



Şekil 37: Punklar, Londra, 1987 (28: 91).



Şekil 38: Punk Stili, Londra, 1980 (28: 92).

2.5.2. 1970’lerde Modada Anarşizm

70’li yıllar, kapitalist kültür endüstrisinin 68’de başlayan reddedici alt kültürleri evcilleştirdiği, bunların temel unsurlarını, yereldikleri kültürel bütünlükten yalıtılıp ticarileştirerek zararsızlaştırdığı bir dönemdir. Örneğin; başlanıçta yerleşik kültüre içerik ve biçim açısından cephe alan rock müzik, bir alt kültür unsuru olmaktan çıkmış, müzik endüstrisinin elinde “popüler kültür”ün sıradan bir elemanı haline gelmiştir (Şekil 39).



Şekil 39: Glam rock giyim tarzı, 1973 (28: 74).

Büyüyen ilgilerle pop müzik değişim geçirmeye başlamış “glam rock” doğmuştur. Sahne kostümlerinde çok abartılı apartman topuklar kullanılmış, geniş vatkalar takmış ve aşırı makyaj yapmışlardır. Görünüşlerine aşırı düşkündürler; her biri kendilerine hayali bir kahraman görünümü vermiş, makyajlarıyla da bu imajlarını belirginleştirmişlerdir. Giysilerinde tepeden tırnağa görülen abartılı süslemeler, betimlemeler, ateş kusan nefesleri ve sahnede kullandıkları değişik dekorları ile heavy metal-glam rock, türevinin en abartılı uygulaması olmuştur (Şekil 40).



Şekil 40: Glam Tarzı (28: 75).

Aşırı, abartılı ve kimileri için korkunç, hatta iğrenç bulunmalarına rağmen grup, bir anda ABD gençliğinin kalbinde büyük bir yer kazanmıştır. Bununla birlikte Rock endüstrisi yaşayan müzisyenlerden daha çok getiriyi, ölü yıldızlarından sağlamıştır denilebilir. Alkol, uyuşturucu, hız tutkusu vb. ile (bazen de kazara) ölen müzisyenler hala kalplerde yaşamakta; giysi, stil vb. ile taklit edilmektedirler.

Rock n'roll'ın ilk temsilcisi Buddy Holly'nin turne dönüşü arızalanan otobüsü bırakıp, bindiği uçağın düşmesi; Elvis Presley'in aşırı alkolden ölümüne rağmen efsaneleşmesi; Rolling Stones gitaristi Brian Jones'un 1972'de ölümü; John Lennon'un 1980'de öldürülmesi ile efsaneleşmesi (Beatles'in bir elemanı olarak değil, bağımsız bir şöhretin sahibi olmasını sağlamıştır). Doors'un solisti Jim Morris'in şüpheli ölümü; Pink Floyd'un kurucu elemanı Syd Barret'in ölümü; Freddie Mercury'nin AIDS'ten ölümü; Jimmy Hendrix'in uyuşturucudan ölümü vb. Rock müzik endüstrisi ölen her yıldız ile yeni bir ivme kazanmış ve hatta yan endüstrileri de beslemiştir

(Giyim, aksesuar, enstruman vb.) Kapalıçarşı'da dahi Presley resimli halılar satılmıştır (28: 13, 16).

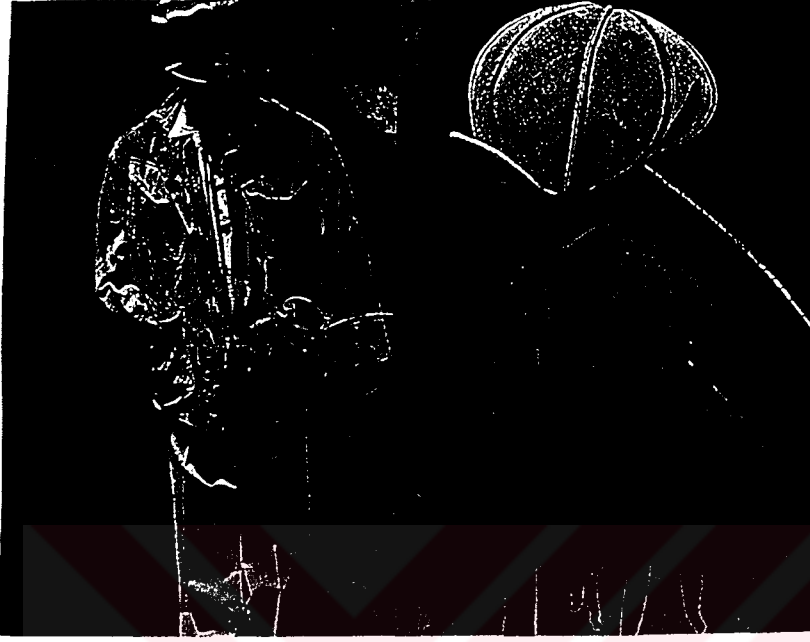
1970'li yıllarla birlikte 2. Dünya Savaşı sonrasının muhalif alt kültürleri ya çözülmüş ya da marjinal, kendi aleminde kapalı topluluklara dönüşmüşlerdir. Hippiler bunu 1968 sonlarında sembolik bir intihar ayini ile yapmışlardır (11: 8).

Ayrıca 70'lerde gençlik kendine özgü bir üslup geliştirmiştir. İthal Reggae plak kapaklarından alınmış ve ikinci kuşak göçmenlerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde değiştirilmiş bir çeşit Rastafarian estetik biçimi (Şekil 41).



Şekil 41: Rastafarian üslubu (28: 78).

Tüm rasta üslubunu oluşturan başkalık siyah insanın derisine kazınmıştır. Ve bu başkalık ancak görünüm yoluyla geliştirilebilir, anlaşılabilir ve gerçekleştirilebilirdir (29: 12) (Şekil 42).



Şekil 42: Rasta üslubundan bazı detaylar (29: 71, 72).

2.5.2.1. Punk Altkültürü



Şekil 43: Punk stili, King's Road, London, 1980 (30: 54).

Hiçbir alt kültür Punk'larıinki gibi kararlı bir biçimde kendisini toplumca kabul edilmiş (benimsenmiş) tarzların güven verici alanından koparmamış ve böylesine şiddetli bir hoşnutsuzluğa neden olmamıştır (Şekil 43). Punk'ın kesin bir kaynağı yoktur. İlk defa Londra'da, özellikle de güney batısında ve Kings Road çevresindeki heterojen gençlik üsluplarından derlenmiş yeni karma bir üsluptur. Genel hatlarıyla; David Bowie çizgisinde ve hafif rock, Amerikan Proto Punk grupları "Ramones, Headbreakers, Londra'nın Pub-Rock"ı, 60'ların mod alt kültürü, Canvey adası 40'lar grubu ve Southend Rhythm and Blues grupları, Northern Soul ve Reggae'den alınan öğelerin kaynaşımıdır. Farklı müzik geleneklerinin Punk adı altındaki bu garip bileşimi, görsel düzeyde aynı tip bir kakafoni yaratan eklektik bir giyim tarzıyla da pekiştirilmiştir (11: 21, 23) (Şekil 44).



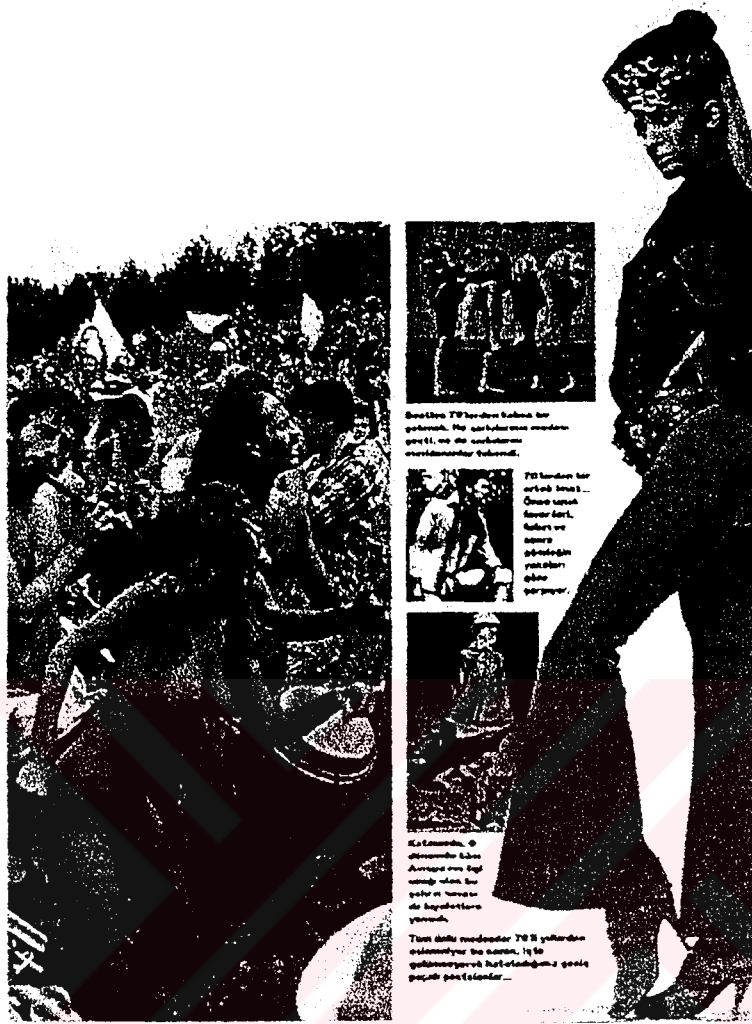
Şekil 44: 1970'lerde derin düşmanlık hissi uyandırmış olan Punk giyim tarzı (55: 197).

Punk modası, bütün savaş sonrası alt kültürlerinin çarpıtılmış yansımalarını içermektedir. Deri ceketler, perçemler, kalın tabanlı süet ayakkabılar, sivri burunlu Skinhead papuçlar, lastik ayakkabılar, yağmurluklar, kısa kesilmiş saçlar, uzun adımlı dazlak yürüyüşleri, daracık pantolonlar, cırtlak renkli çoraplar, kısacık ceketler ve postallar karmaşası hakimdir (30: 55, 56) (Şekil 45).



Şekil 45: Punk stili (29: 83).

Punk'ta yöresel çelişkiler vardır. Çünkü Punk'ta yapay olarak kaynaşmış görünen parçalar aslında birbirine düşman kaynaklardan doğmuştur. David Bowie ve New York Punk gruplarının bayağı ve uç noktadaki giyim estetiği, edebi avant garde ve underground sinema gibi, kabul görmüş sanatsal kaynaklardan (Amerika'da Warhol ve Wayne Country, İngiltere'de ise Who ve Clash gibi sanat grupları aracılığıyla) derlenmiştir (11: 21, 25) (Şekil 46).



Şekil 46: 1970’li yıllar.

70’lerin başında bu eğilimler gelişmiş bir nihilist estetiğe dönüşmeye başlamış, çok şekilli –çoğunlukla da sapkın cinsellik, aşırı bireycilik, bölünmüş kişilik gibi– konulara eğilen bu estetiğin ortaya çıkışı rock kültürü ile ilgilenenler arasında çeşitli tartışmalara yol açmıştır. Jagger’dan Bowie’ye (zayıf beyaz dük), kendi müziğinde, Ian Taylor ve Dave Wall’un deyimiyle “gençliğin yabancılaşmasını gençliğe yansıtmakta”dır. Punk bu sürecin son seviyesi olmuştur. Punklar umulmadık nesneleri giyimlerinde yine umulmadık biçimlerde kullanmışlardır. Örneğin; Lavabo zincirlerini çöp torbalarından bir üst giysiyle örtülmüş göğüslerine, çengelli iğneleri de doğal işlevsel

bağlamlarından uzaklaştırıp yanaklarına, kulak, dudak vb. yerlerine takmışlardır. Moda endüstrisinin modası geçmiş, kitsch olarak bir kenara attığı PVC, plastik vb. sentetik kumaşları kurtararak onlardan dar havacı pantolonları, mini etekler üreterek yeni yorumlar yapmışlardır. Geleneksel güzellik düşüncesi ve geleneksel kozmetik bilgisini reddetmişlerdir. Kadın ve erkekler –dergilerde öğütlenenin aksine– dikkat çekmek amacıyla makyaj yapmaya başlamış, yüzler birer soyut portreye dönüştürülmüştür. Saçlar çarpıcı renklere (saman sarısı, kuzguni siyah, turuncu, yeşil vb.) boyanmıştır. T-shirt ve pantolonların fermuarları çoğaltılmış, dikişleri kabadır (10: 508) (Şekil 47).



Şekil 47: Punk saç stili (30: 56).

Punk alt kültürüne gösterilen resmi tepkiler, ahlaki paniğin tüm klasik belirtilerini taşır. Konser iptal edilmiş, din adamları, politikacılar ve bazı bilim adamları hep birlikte gençliği yozlukla suçlamışlardır.

Okul formaları bilerek yazılar, sahte kan lekeleri vb. ile kirletilip, kravatlar çözülüp sarkıtılarak giyilmiştir (Şekil 48).

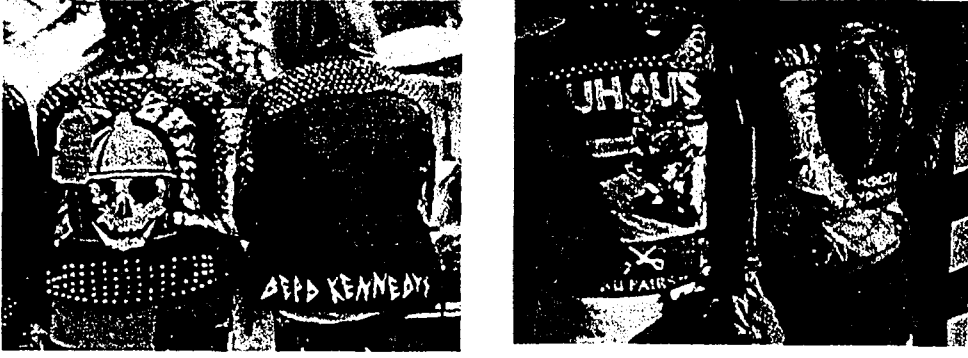


Şekil 48: Punk stiline başlıca sembolleri (29: 84).

Sapkın ve anormal olan herşey değer kazanmıştır. Deri dar pantolonlar, cart pembe moher ceketlerle giyilmiştir. Cinsel fetişizm öğelerinden de yararlanmışlardır; kauçuk, deri giysiler, file çoraplar, inanılmaz sivrilikte ayakkabı burunları, hançer topuklu ayakkabılar, zincirler vb (22: 11, 12) (Şekil 49, Şekil 50).



Şekil 49: Batcave Club, 1980 (28: 98).



Şekil 50: 1970 İngiltere (29: 88).

Punk, yalnızca gardobu altüst etmekle yetinmemiş daha birçok söylemi değiştirmiştir. Örneğin; Dans, Punkta hissiz robotların pandomimine, cinsel ilgi ise şüphe ve küçümseme ile karşılanmaya dönüşmüştür. Johnny Rotten “Biz müzik değil, kaos peşindeyiz” diyerek Punkların müzik anlayışını dile getirmiştir. Punklar asayiş en çok gösterileri ile tehdit etmişlerdir. Gece kulübü eğlencesi ve konser göreneklerini yıkma konusunda başarılıdırlar. Yabancılaşma Punk’ta hissedilir bir boyuta ulaşmış, neredeyse elle tutulacak hale gelmiştir (11: 77) (Şekil 51, Şekil 52, Şekil 53).



Şekil 51: Vücut delme (Piercing) modası, 1992 (30: 39).

London SS gibi gruplar 1975 boyunca Punk için hazırlık dönemi olmuşsa da Punkların bir üslup olarak görünmeye başlamaları; Sex Pistols grubunun ortaya çıkışına rastlamaktadır. Basında da 21 Şubat 1978 New Musical Express'te Punk'ın özünü anlatan bir araştırma yayınlanmıştır (11: 96).

Punk, 1977'lerde magazin basınına oldukça etkili ve bol malzeme sağlamış; ortaya çıkışları farklı dönemlere rastlayan öğeleri birleştirerekte savaş sonrası işçi sınıfı gençliğinin kültür tarihini sergilemiştir.



Şekil 52: Tattoo Festivali
1991 (28: 102).



Şekil 53: Cyberpunks
1988 (28: 124).

Dazlaklar olsun Punklar olsun bütün beyaz alt kültürlerin en belirgin esin kaynaklarından biri; zencilerin dışa dönük sokak kültürü olmuştur. Oldukça farklı ve özerk olmakla beraber Reggae ile yakın ilişkisi olan Siyah İngiliz alt kültürlerle Punk, kökten yapısal bir düzeyde birbirleriyle bağlantılıdır. Dehşet, en vazgeçilmez unsurdur. Tehdit etme biçimidir. Renkler, bukleler, bozuk İngilizce vb. ile sokakta rahatlıkla uygulama ve iletilme biçimi ürkütücüdür. Acı çekmekten doğan bir çileciliği ve bölünemez bir dayanışmayı ima

etmektedir. Reggae'nin punklara en cazip gelen yanı üslubun dışa kapalılığı ve beyazla özdeşleşmenin tamamen imkansız oluşudur. Onlar beyazlarca anlaşılamayacak şekilde; giysileriyle, tavırlarıyla, müzikleriyle kendi dillerini oluşturmuşlardır. Bu dil, saygıyla açılmış tarafsız beyaz kulakları bile tırmalayacak bir dildir ve Afrika'ya dönüş Etyopyanizm temaları beyaz dinleyicilerin duyarlılığı karşısında da hiç bir ödün vermemektedir. O yabancı bir varlık; İngiliz kültürünü içeriden tehdit eden yabancı bir oluşumdur. Dolayısıyla da Punk'ın benimsediği “anarşi”, “teslimiyet” ve “çöküş” gibi değerlerde yansımıştır (Şekil 54).

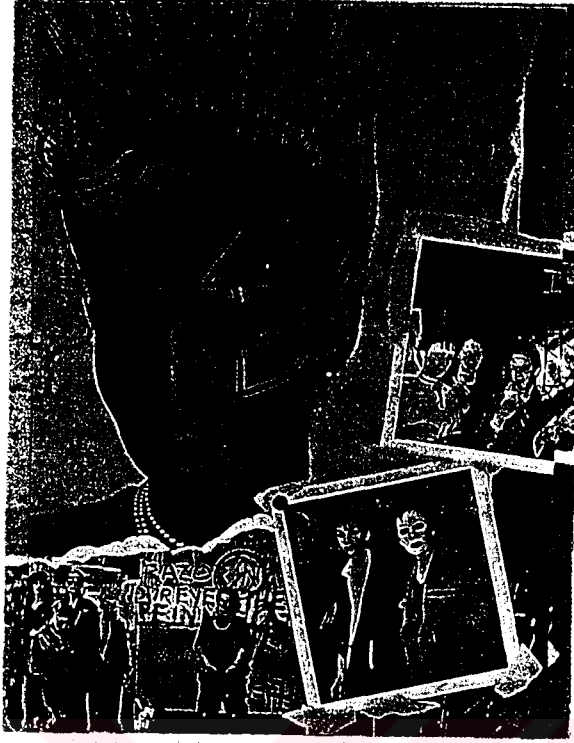


Şekil 54: Londra, 1980 (28: 95).

60'larda dazlakların dağılmasına neden olan etmenler on yıl sonra Punk'ların bağılıklarını kolaylaştırmıştır. Punklar, Mod ve Dazlakların üslupları, dolaylı olarak da Karaib'li Rude Boylar'ın “cool” görünümü ve tavırlarını yeniden yaratmışlar ve simgesel olarak aynı ortama –büyük şehir ve acımasız varoşlara– yerleştirmişlerdir.

Punk estetiği kısmen, siyah etkinliğinin, beyaz yorumu olarak açıklanmaktadır. Bu beyaz etkinlik İngiltere'nin yoksul mahallelerinde doğmuştur ama dili şehirlidir. Yer nosyonunu reddeder. Adsız sosyal konularda, anonim yardım kuyruklarında, varoşlarda oluşmuştur, temelsizdir. Saç boyası, rimel, vazelin vb. kozmetikten oluşmuş kendi dünyaları vardır. Ama bu, Karaibli üslupta varılmak istenen (toplum düzeni ötesinde bir yer olup) Afrika, Karaib gibi somut olarak varolan bir yer değildir.

Andre Breton'un dadası gibi Punk, bütün kapıları açıyor görünse de bu kapılar yuvarlak bir koridora açılmaktadır. Kutsallığı yok edilmiş bu daireye giren Punk artık yabancılaşmayı oynamaya, hayali durumunu canlandırmaya, modern hayatın (işsizlik, depresyon, televizyon vb.) krizlerinin artekipleri için öznel karşılıkları üretmeye mahkumdur (45: 207). Çengelli iğne, yırtık giysiler, zincirler, aldırışsız duruş, aç görünüm gibi ikonlara dönüştürülen bu kriz örnekleri (bazen hem kurgusal, hem de gerçek) ikili yaşayışları ifade etmektedir. Siyah ve beyaz kültür arasındaki çizgi iyice belirsizleşmiştir. Yok olmakta olan dazlaklar ve Underground alt kültürlerinin sentezini temsil eden "Glam Rock"la doğan, David Bowie bir dizi "eşcinsel" gösteride kullandığı değişik kişiliklerle 1970'lerin başlarında neredeyse bir kült statüsü elde etmeyi başarmıştır. Bowie çoluk çocuğu değil kitle gençliğini cezbetmiştir. Kişisel görünüm açısından (makyaj, boyalı saçlar vb. ile) geleneksel olarak işçi sınıfındaki sıkıcı stereotiplerle mücadele etmeye istekli ve yeteri kadar cesur gençler için cinsiyeti belirsiz bir imge oluşturan Bowie benzeri –altın ve gümüş çizgilerle süslü kırmızı ve turuncu boyalı saçlarını gangster tipi şapkalarıyla gizleyen biraz utangaç, cool– tipler çoğalmaya başlamıştır (10: 51) (Şekil 55, Şekil 56).



Şekil 55: Dönemin moda-ya uygun biseksüel çocukları: Solda, David Bowie (32: 203).

Apartman topuklu ayakkabılar giyen veya ayaklarına 50'lerin plastik sandaletlerini geçirip dolaşan, sigaralarını belli bir tavırla içen, omuzlarını belli bir açıda tutan bu –zarif– insanlar aslında gençlik kültürünün otantik ve muhalif içeriğiyle ilgilenen bazı Rock yorumcularını utandırıp dehşete düşüren bir çeşit kandırmaca oyunu içinde olduklarından habersizdirler. Çünkü, Bowie'nin konumunda herhangi belirgin bir politik veya karşı kültürel anlam yoktur. Gözalcı dış görünüşünden sızabilen mesajlar tartışmaya açık niteliktedir “Hitler ilk süperstardı, gerçekten doğru olanı yaptı” demiştir. Bu davranış ve sözleri, çağdaş politik ve sosyal konulara gerçek dünyayı ve bu dünyanın tanımladığı, yaşandığı ve yeniden üretildiği günlük dili görmezlikten gelmesine dayanmaktadır. Bowie kendisinden önce sürekli bastırılan, görmezlikten gelinen veya Rock ile çeşitli gençlik kültürlerinde sadece değinilen

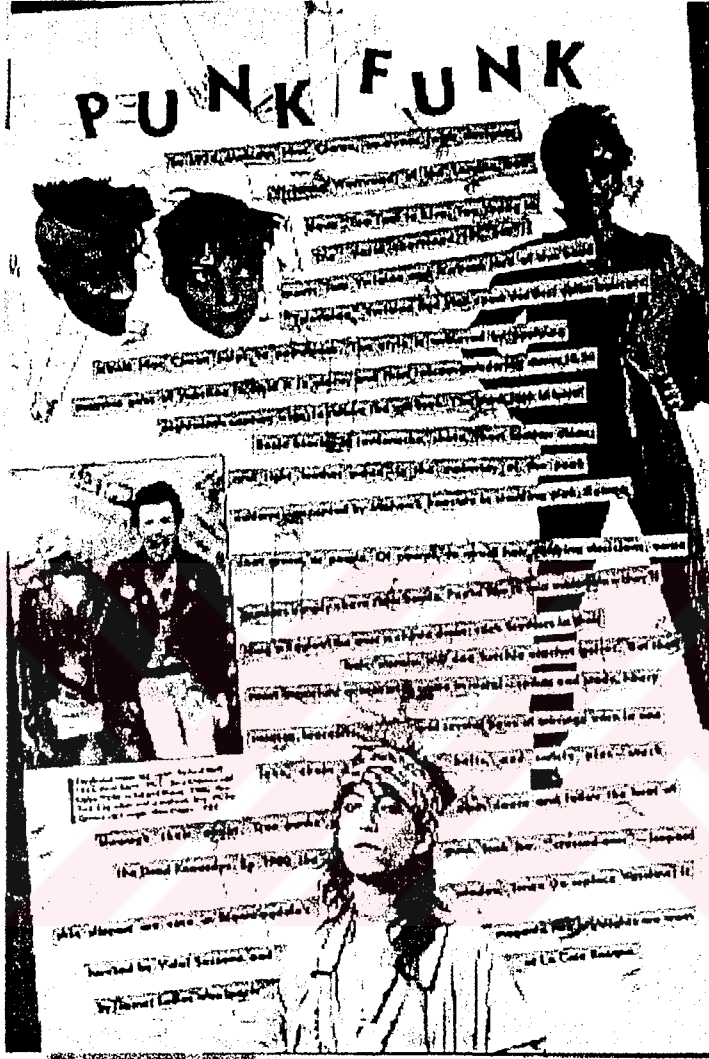
cinsel kimlik sorunlarını irdelemiştir. O, cinsiyet rol ayrımını gerçekten aşmak yerine kılık değıştirme ve züppeliğı tercih etmiştir (11: 47, 49).



Şekil 56: Prince, 1990 (32, 220).

Punk, beyaz lümpen gençliğin sözcülüğünü yaptığını iddia etmiş ama bunu Glam ve Glitter Rock'ın tantanalı dilini (işçi sınıflılığı, zincirler, kirli giysiler, lekeli ceketler, açık, içi görünen ve şeffaf bluzlar, kaba ve hazır cevap konuşma tarzını) kullanarak yapmıştır. Toplumun değersiz olarak sınıflandırdığı bu boş kuşak, parodiye başvurup komik imgeleyenlerle (askılar,

zincirler, boyundaki tasmalar, deli gömlekleri ve kaskatı duruşlar ile) kendi esaretini tarif etmeye çalışmıştır (Şekil 57).



Şekil 57: Punk Altkültürü (42: 394).

Proleter kökeni vurgulamasına rağmen Punk'ın retorikçi ironi doludur. Punk'ın entellektüelliğini kurmak üzere tasarlanmıştır. Bu tepki dolayısıyla yeni dalgayı Reggae'ye yakın üsluplara yöneltmiştir. Reggae kendi yabancılaşmalarına somut bir biçim vermek isteyen Punk'ları cezbetmiştir. Genellikle çağdaş beyaz müzikte eksik olan inanç ve politik tavır Reggae'de bulunmaktadır (Şekil 58).



Şekil 58: Reggae Akımı, 1980'ler (32: 242).

2.5.3. 1980-1990'larda Modada Anarşizm

1980-1990 arası son derece hareketli geçmiştir. Önce 1980'de İran-İrak savaşı patlak vermiş, 1980 yılı petrol sıkıntısının yaşandığı ekonomik bunalımlar yılı olmuştur. Ekonomilerin çıkmaza girdiği dönemlerin giyim üzerinde etkisini genel olarak; giysi boylarında kısalma ve küçülme olarak görmekteyiz. Bu nedenle mini eteğe –dolayısıyla 1960'lı yıllara– bir dönüş gözlenmektedir.

Amerikan yaşam tarzının yine Avrupa giyimini etkilediği görülmektedir. Mc Donalds hamburgeri, rock n roll, walkman, kay kay modası vb. gençliği esir etmiştir. Artan dinamizm sonucu yeniden mini etek ve birkaç yıldır az kullanılan blue jean'ler, ünlü modacı Thery Mugler tarafından yorumlanmış şekliyle kullanılmaya başlanmıştır.

Kraliçe ve başbakanın sonra bu on yılın yıldızlarından biri de Lady Diana Spancer olmuştur. Gal Prensi ile muhteşem düğünü 750 milyon kişi tarafından televizyondan izlenmiştir. Diana on yılın yuppi gençliği için bir kahraman olmuş, 98'deki trajik ölümü ile de (barış taraftarı, çevreci, vb. insani faaliyetleriyle hatırlanarak) efsaneleşmiştir (32: 218) (Şekil 59).



Şekil 59: Lady Diana (32: 219).

90'lı yıllarda saldırgan, güçlü kadın kıyafetleri bırakılarak, kendine güvenen, özgür ve feminen görüntü altında, doğal bir kadın formu yaratılmıştır. Günümüzün modasını oluşturan doksanlı yıllarda kadın giyimini artık kesin sınırlar ile ayırabilmek mümkün değildir. Alternatifler sınırsızdır. Çünkü artık modada amaç bir şeyleri benimsetmek değil, kişilerin yaşam tarzları ile bağdaşıp, kişiliklerini ön plana çıkararak mükemmel bir görünüme kavuşmalarına yardımcı olmaktır. Bu sınırsız çeşitler içinde, moda konusunda bilinçli olan kadınlar kendilerine en uygun çizgiyi yaratabilmektedirler. Bu nedenle sokaklarda bir değil birden çok moda görülmektedir (33: 49).

2.6. Moda Olgusu

Moda ve onun çok sayıdaki yüzü; kültürel ve toplumsal yapı içindeki kaynakları, toplumların içinde ve toplumlar arasında yayılmasını sağlayan faktörler, toplumsal ayrışma ve toplumsal bütünleşme doğrultusunda hizmet ettiği amaçlar, tatmin ettiği psikolojik gereksinimler ve yine en az bunlar kadar önemli olan bir başkası; modern ekonomik hayatta taşıdığı anlamlar, kısaca “moda olgusu”. Kültür bilimcileri tarafından, modern toplumun temel özelliklerine yani; toplumsal hareketlere, toplumsal katmanlaşmaya ve seri halde üretilen beğenilere ışık tutabileceği inançlarıyla çeşitli açılardan incelenmiştir. Ancak, sosyologların garip bir şekilde hiç ilgilenmedikleri bir yüzü vardır modanın; modanın yaratıcılarını, satıcılarını ve tüketicilerini birleştiren yüzü “anlamı”.

Anlam ile kastedilen; yeni ya da eski bir modanın bize aktardığı imajlar, düşünceler, duygular ve duyarlılıklar ile bütün bunları sağlayan simgesel araçlardır.

Fred Davis, sosyologların moda analizi konusuna gösterdikleri duyarsızlığı; “sahne, dekorlar ve düzenin kabataslak gösterildiği, oyuncuların hareketlerini görebildiğimiz ama diyalogları bizden saklanan sessiz bir tiyatro

gösterisine” benzetmektedir. Neler olup bittiğini az çok anlayabiliriz (19: 16). Çünkü bir toplumun üyeleri arasında giyiminde farklı öğelerin, bileşimlerin ve tarzların “nasıl okunacağı” konusunda yeterince ortak bir algılayış bulunmaktadır. Giysilerde gizlenen bu anlamları deşifre etmemize yardımcı olan bilim dalı “semyotik” (anlambilim)dir.

Anlambilimde bazı toplumsal düzenlemeler “kod” nosyonu ile açıklanmaktadır. Giysi tarzları ile zaman içinde onları etkileyen modaların da “kod”a yakın konumda oldukları öne sürülmektedir. Ancak kıyafet kodu, dilbilimcilere göre anlambilim bakımından yetersiz kabul edilmekte; ya da oluşum aşamasında, yarım bir kod olarak görülmektedir. Bunun başlıca sebebi ise giysi modası oluşumunun bir kültüre özgü, alışılmış, görsel ve somut simgelere dayanma zorunluluğunu, öyle üstü örtülü, öyle belirsiz, öyle tamamlanmamış bir şekilde yapmasıdır ki; sonuçta kodun kilit terimleriyle (kumaş, doku, hacim, silüet, ortam...) yaratılan bileşimler ve permutasyonlar, sonsuz bir değişim ve ilerleme hali içinde ortaya çıkmaktadır (34: 22).

Antropolog ve dilbilimci Edward Sapir de; görünür tuhaflıkları içinde modayı kavramanın temel güçlüğü; formlar, renkler, dokular, duruşlar ve belli bir kültürün ifadesi olan diğer unsurlarla ilişkilendirilen bilinçdışı simgeler hakkında elimizde kesin bilgiler bulunmaması olduğu görüşündedir. İfadeyi sağlayan bu unsurlardan bir bölümünün, değişik bölgelerde son derece farklı simgesel referansları olması da bu güçlüğü kat kat arttırmaktadır. Bu ifadeler ve yarattıkları anlamlar, o kıyafetleri giyen topluluklardan biri ya da diğeri arasında yeterince paylaşıyor olmasına rağmen bunun nasıl gerçekleştiği çok açık değildir.

Giysi tasarımında formla ilgili unsurlar aracılığı ile çeşitli çağrışımlar yapılmaktadır. Örneğin; Köşeli hatlar; erkeksi, yuvarlak hatlar; kadınsı, koyu renkler; resmi ağırbaşlı, açık renkler; samimi, hafif, rahatlatıcı vb. Ancak bu

unsurların kullanılmasında veya bir araya getirilmesinde, konuşmada ve yazmada olduğu gibi kurallara bağlı değişmez formüller söz konusu değildir.

Kuşkusuz giysilerle birşeyler ifade ederiz, etmeyi amaçlarız. Fakat bu tam olarak her seçimimizin bir dizi kodlanmış kural içerdiği anlamına da gelmez. Çünkü bir giysi geçen yıl birşey “söylemiş” iken, aynı bu yıl başka bir şey, önümüzdeki yıl da bambaşka bir şey söyleyebilmektedir.

Ayrıca, kıyafet tarzı ile moda, bir toplumun tüm üyeleri için aynı zaman diliminde aynı anlamı taşımaz. Aynı kültür ürünlerinin farklı gruplar ve kitleler için farklı anlamlar taşıması, modern kültürün ifadesi olan hemen hemen her ürün için geçerlidir (34: 22). Bu ister avant-garde bir giysi olsun, ister high-tech tasarım ürünü bir mobilya. Ancak giysi ile görünümde oluşturulan simgeler dünyasında anlamların, diğer ifade dünyalarındakinden bir bakıma hem daha belirsiz hem de daha zengin biçimlerde farklılaşmış olduğu görülmektedir. Etkin bir şekilde lanse edilen moda hareketleri, eskiye oranla küçük nüanslar dahi içerseler, –çoğunlukla başlangıçta– kitlelere, seyircilere ve toplumsal gruplara göre çarpıcı farklılıklar içermektedir. Modaya bağlı hareketlerin geçerlik kazandığı zemini oluşturan da; modern toplumun bu kesin biçimde farklılaşmış, toplumsal olarak katmanlaşmış yapısıdır. Zaten günlük yaşamda da kıyafetlerde, sanatta olduğu kadar çok sayıda ve çeşitte ustaca tasarlanmış muğlaklıkta, hesaplanmış çift anlamlılıklarla ve hüner isteyen fantezilerle karşılaşılmaktadır.

Ürkütücü olarak nitelendirebileceğimiz bu “anlamda belirsizlik”, Batı toplumlarının çağdaş giyim kodu için fazlasıyla geçerlidir ve giderek daha çok geçerlilik kazanmaktadır. Ancak, “anlamda belirsizlik” ile ifade edilmek istenen, anlamsızlık değil; alternatif, karşıt ya da bulanık yorumlar yapılmasına neden olma durumudur.

Giyim kodunda moda olarak ele aldığımız değişikliklerin itici gücünün ne olduğu, nereden kaynaklandığı ve onu Batı uygarlığında 600 yıldan uzun zamandır ayakta tutanın ne olduğu sorularına verilecek cevaplar çok çeşitlidir. Bazılarına göre moda, kendi kendini sürekli kılan kapitalist bir kültürel komplo olup; gardropların planlı bir biçimde yenilemesini sağlayarak kâr etmeyi amaçlayan bir düzendir. Bazılarına göre ise sırf can sıkıntısını gidermeye yarayan bir araçtır.

Bu tip görüşlerde fazla olmasa da gerçek payı bulunmaktadır. Fakat bu değişimler (moda hareketleri), gerçekten –insanın evrensel durumlarından biri olan– can sıkıntısından kaynaklanıyorsa, o halde moda döngüsü niye sadece tümü ile Batı Uygarlığının ürünüdür? Modern çağ öncesi halk ve kabile kültürlerinde böyle bir şeye rastlanmaz. Aynı şekilde, antik Mısır ile Çin vb. gibi geçmişin yüksek kültürlerinde ve uygarlıklarında da böyle bir oluşum yoktur.

Steele ve bazı araştırmacılar; modanın başlangıcını, Rönesans başındaki “proto-kapitalist” İtalyan şehir devletlerine dayandırmakta ve Burgonya Sarayı’na da oradan yayıldığını ifade etmektedirler. Moda, sürekli olarak Batılı erkekler ile kadınların toplumsal kimliklerinde tekrar tekrar meydana gelen istikrarsızlıklar üzerinde gelişmiştir (19: 30).

Giysi modasındaki değişimlerin en önemli kültürel kaynaklarından biri kimlikteki kollektif kararsızlıktır. Ve bu genelleştirilmiş kültürel kaynak, modacıların sanatlarını ortaya koyarken yararlanacakları temel bir kaynaktır.

Kimliklerimiz, toplumsal ve teknolojik değişimin yaşam çevrimindeki biyolojik eksilmelerin, ütöpik düşlerin, zaman zaman yaşanan felaketlerin etkisiyle çatışma doğurur. Ve işte moda da kollektif düzeyde yaşanan, tarihte bazen yinelenen bu kimlik istikrarsızlıklarından beslenir.

Moda tasarımcıları toplumda hakim olan kimlik istikrarsızlığı akımlarını sezip, kıyafet sunumunda görme ve dokunmaya ilişkin alışılmış simgeleri sanatsal biçimde yönlendirerek onlara ifade kazandırmaya veya onları sınırlamaya, çarpıtmaya ya da yüceltmeye çalışır. Bununla amaçlanan, bilincin bir düzeyinde psikolojik açıdan doyurucu yeni yansımalar uyandırabilmektir. Modaya duyarlı bu istikrarsızlıkların temelinde yatan daha ağırlıklı kararsızlıklar; erkeksilik-kadınsılık, gençlik-yaşlılık, androjenlik-tek cinsiyetlilik, itaat-isyan, teşhir-saklama vb. öznel gerilimlerdir (10: 38).

Moda değişiklikleri, kıyafet ile bu gerilimlerin hep birer tarz haline gelmesini sağlayan simgeler içinde dolaşır. Bir gün bunlardan biri öne çıkarılır, bir başkası geri plana gelir veya tam tersleri olabilir. Bunlardan hangisi ile olursa olsun, başarıya ulaştığında moda; değişken, büyük ölçüde kendi kendini referans alan, kollektif gerilimler ve ruh halleri ile simgesel yollardan tam bir uyum sağlar.

Giysilerde belirli bir tarzın öne çıkarılmasının anlamı, kıyafeti taşıyanın kimliğine (yaşına, cinsine, medeni haline vb...), duruma, yere, topluluğa ve hatta giysiyi taşıyanın, bazen de onu izleyenlerin ruh hallerine kadar belirsizlikler ve farklılıklar gösterebilir. Nasıl ki; cenaze kıyafetinin bir parçası olan siyah tül ile bir tuvalette kullanılan siyah tül, aynı malzeme oldukları halde tamamen farklı anlamlar taşıyorsa.

Moda; olgular, durumlar arası ilişkiler örgüsünün ürünüdür. Günlük yaşamda sözlerle sağlanan iletişimden bazı zamanlarda daha etkilidir (34: 24).

Kişiler giyimleri ile, çoğu zaman psikolojik durumları hakkında söze dökebileceklerinden ya da söze dökmek isteyeceklerinden daha fazlasını ifade etmektedirler. İnsan doğası gereği kararsızdır; daima çatışma halinde duygusal ya da psikolojik tutumlar ile bu iki uç arasında sürüp giden gelgitlerin etkisindedir.

Modanın kaynağı olan Batı toplumlarında “kimlik kararsızlıkları”; insanların hisleri, üzüntüleri, kafalarındaki karışıklıklar, çeşitli yaşlarda olmaları vb. konularla benliğe imalarda bulunan, hemen hemen herşeyden türetilerek, yüzyıllar boyunca giysilerle simgesel olarak aktarılmıştır. Moda olgularını anlaşılmaz kılan da bu; başkalarına iletmek istediğimiz kimlikleri paramparça eden öznel kararsızlık durumlarıdır. George Simmel modayı; **“Toplumda, topluma uyma ile bireycilik, birlik ve ayrışma gibi süreçlerin çatışmasından doğan bir yan ürün”** olarak yorumlar (19: 35).

Anlam ile donatılmış bir insan ürünü olan giysi; gerektiğinde bir düşünce, inanç, imge, hedef, jestler, yüz ifadesi, bezemeler, amblemler, işaretler vb.’ni de kullanarak iletişimi kurabileceğimiz sosyolojik bir araçtır. Başlangıçtaki işlevi, insanları doğanın dış etkilerinden korumak olmuştur bile günümüzde giyim; kullandığımız tüm diğer iletişim unsurları (sesimiz, vücut hareketlerimiz, yüz ifademiz vb.) gibi kararsızlığı dengelemede rol oynamaktadır. Giyimin bunu (kozmetik, saç modeli vb. ile) nasıl gerçekleştirdiği oldukça açıktır, ama asla basit değildir. Görsel bir metafor olarak, özellikle ileri düzeyde bir moda bilincini yansıtan kıyafetler, şaşırtmaca yoluyla ilk bakışta görünenlerden tamamıyla farklı anlamlar gizleyebilmektedirler.

İç diyalogu oluşturan seslerin kaynaklandığı toplum, ne kadar karmaşık ve heterojen ise yaratılanlar da o kadar zengindir. Bir kavram olarak moda, giysi ile iletişimin kendi içinde barındırdığı gelenekler (benimsenmiş-kanıksanmış simgeler) ile karıştırılmamalıdır. Çünkü bütün toplumlarda giysiler, onları giyenler hakkında az çok standartlaşmış anlamları iletme işlevi görürler. Ama bütün toplumlarda insanlar, moda etkisi ile giysilerinde, periyodik anlam değişiklikleri yapmazlar. Söz konusu oluşumlar, basit bir simgesel çözüme indirgenemeyecek kadar değişkendir ve Batı kültürünün derinlerdeki köklerine dayanmaktadır.

Batı toplumları dışında moda olgusunun varlığı araştırılmış, ancak bu halklar ve geçmiş uygarlıklar arasında görülen moda benzeri bazı fenomenlerin hiçbirinin “moda” olarak tanımladığımız kavram kapsamına girmek için yeterli düzeyde olmadığı saptanmıştır. Bu toplumlar, genel olarak giysi, aksesuar vb. tasarımındaki tarz değişimlerinde sürekliliği sağlayamamışlar (veya sağlamamışlar), ancak Batı toplumlarında ise bu değişimler kurumsallaştırılmıştır (33: 5).

Moda konusunu inceleyen akademisyenlerin çoğunun ortak eğilimi de; Batı’da modanın ortaya çıkışının, yaklaşık olarak aynı zamanlarda ortaya çıkan feodal aristokrasinin servet, iktidar ve teşhir üzerindeki din dışı tekeline rakip olarak gelişen kent burjuvazisi ile ilişkili olduğudur. Ortaçağ sonları aynı zamanda son Haçlı Seferlerinin ardından Doğu’nun kumaş ve mücevher zenginliklerinin Batı’ya akmaya başladığı bir dönemdir. Bu zenginliklerin taşındığı ticaret yollarının kavşağında Burgonya bulunmaktadır. Bu coğrafi avantaj ona, kent burjuvazisi ile feodal aristokrasi arasında süregiden rekabetin gerçekleştirilmesini sağlayacak lüks mallardan yararlanması ayrıcalığını kazandırmıştır (19: 40).

Moda olgusu, Batı Uygarlığının kültürel dokusunda, başka her yerdekinden daha derin ve dinamik biçimde yapılanmıştır. Öyle ki bunlar olmasaydı bugün modanın dayanakları oldukça azalmış olacaktı.

Geçmişte ve günümüzde, kişiye ilişkin kimliklerin Batı’dakinden daha kesin biçimde tanımlandığı toplumların, moda akımları karşısındaki tavırlarının en fazla izleyici bazında kaldığı görülmektedir.

Giysilerin taşıdığı anlamlar kültüreldir (34: 22). Strauss, kimliklerimizin büyük oranda; doğamızın, yaşadığımız zamanın ve kültürün bizi mirasçısı kıldığı kararsızlıkları nasıl dengeleyip çözmeye çalıştığımıza göre şekillendiğini söylemektedir. Moda olanlar arasından bireyler, tarzlarını

seçerlerken kendilerine: “Nasıl görünmek istiyorum?, Saklanmak mı istiyorum, yoksa ortaya çıkmak mı?, Benliğim hakkında aktarmayı düşündüğüm imaj gerçek benliğimi yansıtıyor mu? Kimi memnun etmek istiyorum yada böylelikle kimi rahatsız etmiş olacağım?” vb. sorularını sorarlar (19: 36). Kimlikle ilgili bu belirsizliklerin kişilerin benliğinde yarattığı gelgitler, moda döngüsünün atardamarını beslemektedir.

Modanın nispeten yerleşmiş ve tanıdık parametreler içinde geliştiği düşünülse de o; sık sık yeni esinler bulmak için kimlikte kararsızlığın yarattığı gerilimler, kültürel oluşumlar ve tarihsel verilere dönerek onlardan kaynak alır. Uyarmaya çalıştığı kararsızlıktan bağımsız olarak da, hep kendi simgesel hareketlerine uygun olanları bulup görünürdeki kimliklerini yenileriyle değiştirmeye çalışır. Bunu bazen, o zamana kadar çirkin bulunanı güzel, güzel sayılanı da çirkin göstererek sağlar.

Estetik ifade ile henüz formüle edilmemiş nosyonlar, nüanslar ve karmaşıklıkların iletilmesi hedeflenmektedir. Hatta denilebilir ki, modanın en çok ilgi yaratan yanı, kullanır görüldüğü stilleri durmadan didikleyip değiştirmesidir (Şekil 60).



Şekil 60: Etek boyu değişimleri (mini – midi – maxi) [1960–1970] (35: 83).

Giysi modasında estetik ifade, sihirli bir değneğe bağılmışçasına kendiliğinden değişime uğramaz. Başlama aşamasını etkileyen; tüm teknolojik olanaklar veya sınırlamalar yanında, imalatçılar, tüccarlar, eleştirmenler, reklamcılar ve moda tasarımcılarıdır.

Bu değişimlerin tasarımcılardan tüketicilere aktarımını gerçekleştirmek, durdurmak ya da düzenlemek de yukarıda sayılan grupların çıkarları ile ilgilidir. Ancak “moda değişimleri” bazı çevrelerin öne sürdüğü gibi yalnızca; “yapısal bakımdan birbirine bağımlı bu ekonomik çıkar çevrelerinin kâr güdüsüyle ittifak içinde hareket etmeleri” şekline indirgenerek açıklanamaz.

Bu çerçevede moda tarihinin kaydettiği birçok fiyasko –yani tasarımcılar, imalatçılar, pazarlamacılar vb.’nin yeni bir tarzı halka benimsetme konusunda başarısız kalan girişimleri– vardır. Örneğin; Women’s Wear Daily’nin yayıncısı John Fairchild’in, 1970’lerin başlarında, dergisinin muazzam nüfuzunu kullanarak kesin bir yenilgiye uğrayan “midi”yi destekleme çabasının da işe yaramaması gibi (35: 83).

Özgün ve hakim bir tarzdan söz ederken, zamanla tarzların birbiri yerine geçtiği ima edilmektedir. Moda bizim ve çağdaşlarımızın giydiği giysilerde her türden anlamlar okumamızı sağlayan görsel alışkanlıklar bütününde bir değişikliği belirtmek durumundadır. Herhangi bir modadan söz edebilmemiz için, yani oluşumun moda adını hakedebilmesi için kapsamlı değişimler olması şarttır. Modada değişim ile kastedilen; etek boyu, bel, kalça veya omuzların vurgulanması, yaka şekli, klapa genişliği vb. teknik değişimler ile aksesuar kullanımı ve giyenin tavırlarında olması istenen değişikliklerdir.

Sosyolojik açıdan bakıldığında ise ideal moda tanımı; kültürel açıdan çoğunlukta bulunan bir kitleyi, görünürdeki karakterlerinden bağımsız olarak ilk bakışta şu ya da bu şekilde çarpan, etkileyen, sarsan veya başka şekilde duyarlılıklarını harekete geçiren değişikliklerdir. Moda olarak tasarlanıp

sunulan değişikliklerin, moda olarak yer alabilmesi ya da anlamsız bir simgesel jest olarak sahneden geçip gitmesi de çoğunlukta olan bu kesimin kabul göstermesine ya da reddetmesine bağlıdır (19: 26).

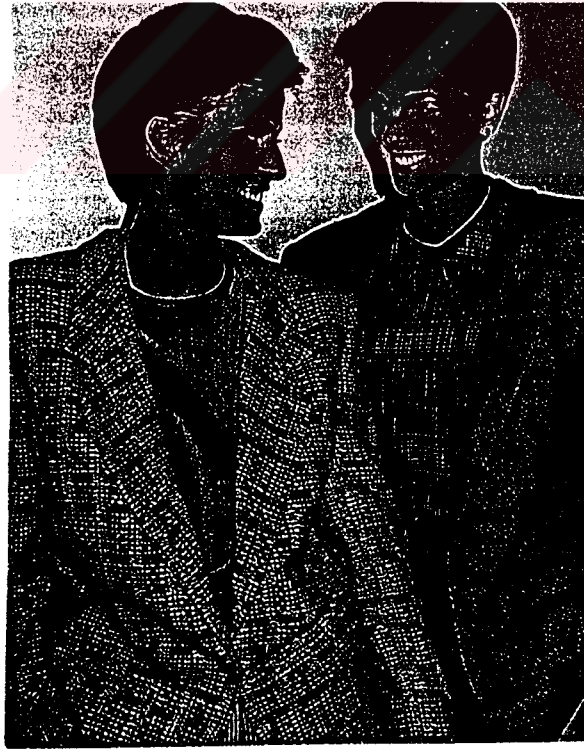
Kıyafet tarzlarının farklı toplumsal gruplar tarafından farklı tepkiler alması, giysinin ve onu etkileyen moda akımlarının belirleyici bir özelliğidir. Giysi tasarımında modacılar, bir akım yaratırken diğer avant-garde sanatlarda da olduğu gibi, sanat eserinde algının bir bölümünü izleyicinin –kullanıcının– estetik tercihine bırakırlar. Bu, özellikle giyenin mesleki kimliğini belirtmeyi amaçlayan üniformalar vb. giysiler dışında; genel olarak, sanatta olduğu gibi kıyafette de özellikle yapılmaktadır. Bireye saygının ürünü olan bu davranışın moda algılarındaki farklılıkların önemli bir nedeni olduğu söylenebilir. Ayrıca estetik ifade bu şekilde eksik bırakılarak, tartışılamaz güçlü anlamlar kazanmaktadır.

Giyim dünyasında “eksik ifade”, “eksik tanımlama” vb. terimleri ile anlatılmak istenen; en az sayıda ipucu vererek, çok fazla şey ima edebilmektir. Giysi modasında yaratılan bu eksik ifade ile iletilen anlamları, her zaman güvenilir yorumlama kuralları bulunmayabilir. Bu durumlarda da insanlar –oğu zaman da farkında olmaksızın– varsayımlara yönelir, genelde ayrıntılarla verilen detaylardan yola çıkarak bütüne ilişkin anlamlar çıkarır ve kendine göre yorumlarda bulunurlar. Bir ileşitim aracı olan kıyafetin ifade ettikleri, doğal olarak sözcüklerle ifade ettiklerimiz kadar kesin ve standartlaşmış değildir.

Bir kıyafet topluluğu içinde bir giysinin aldığı tepkiyi farklı kılan ya da kılmayan “nitelikleri”dir. Niteliklerden kasıt; kumaş, renk, doku, kesim, ağırlık örgü, dikiş, transparanlık ve giysinin tepki almasını sağlıyan farklılığı yaratacak bütün diğer giyim öğeleridir.

Moda tasarımcılarının tarihsel ve kültürel zenginliklerinden özümleyip, düş güçleri ve teknolojik imkanlarla çok geniş bir spektruma sahip materyaller ile tasarladıkları giysi formları; giyenlerin kendi stillerini oluşturmaya yönelirken çok ince düşünüp taşınmalarına olanak verecek çeşitliliktedir. Böylece tanımlanabilir düşüncelerin, imajların ve çağrışımların kıyafet simgeleri etrafında kristalleşmesi ölçüsünde oluşacak anlamlar da daha çok farklılaşmakta bunların gösterdiği büyük değişkenlik, öncelikle farklı toplumsal katmanlar ve beğeni alt kültürleri arasında farklı biçimlerde algılanmaktadır.

Örneğin; seksenli yılların modasını ele alacak olursak; abartılı vatkalılar ile iyice belirginleştirilmiş oldukça erkeksi omuz hatları, dizlerin biraz üstündeki etek ucuna doğru gittikçe daralan konik silüet; kozmopolit moda eliti için, militer dayanakları olan, tersyüz edilmiş bir cinsiyet parodisini belirtmeyi amaçlamıştır (Şekil 61).



Şekil 61: Erkek Kıyafeti Etkili Stil, Giorgio Armani (35: 131).

Ancak bu olgu ile verilen mesaj kaçınılmaz olarak; gerek modacılar, gerek seyirciler, gerekse de sunulduğu kitleler tarafından son derece farklı biçimlerde algılanmıştır. İş hayatında ve iddiası olan bir çok iş kadını tarzı benimsemiş; ancak, sıradan halktan modayı izleyen kadınlar, moda ile ilgilenen kesimler ise bu kadar keskin bir silueti itici bularak, alışılmış kadınsılığa görsel bir hakaret saymışlardır. Sonuç olarak toplumun çoğunluğunu oluşturan bu ikinci kesim satışların giderek azalmasına neden olmuştur (35: 134) (Şekil 62).

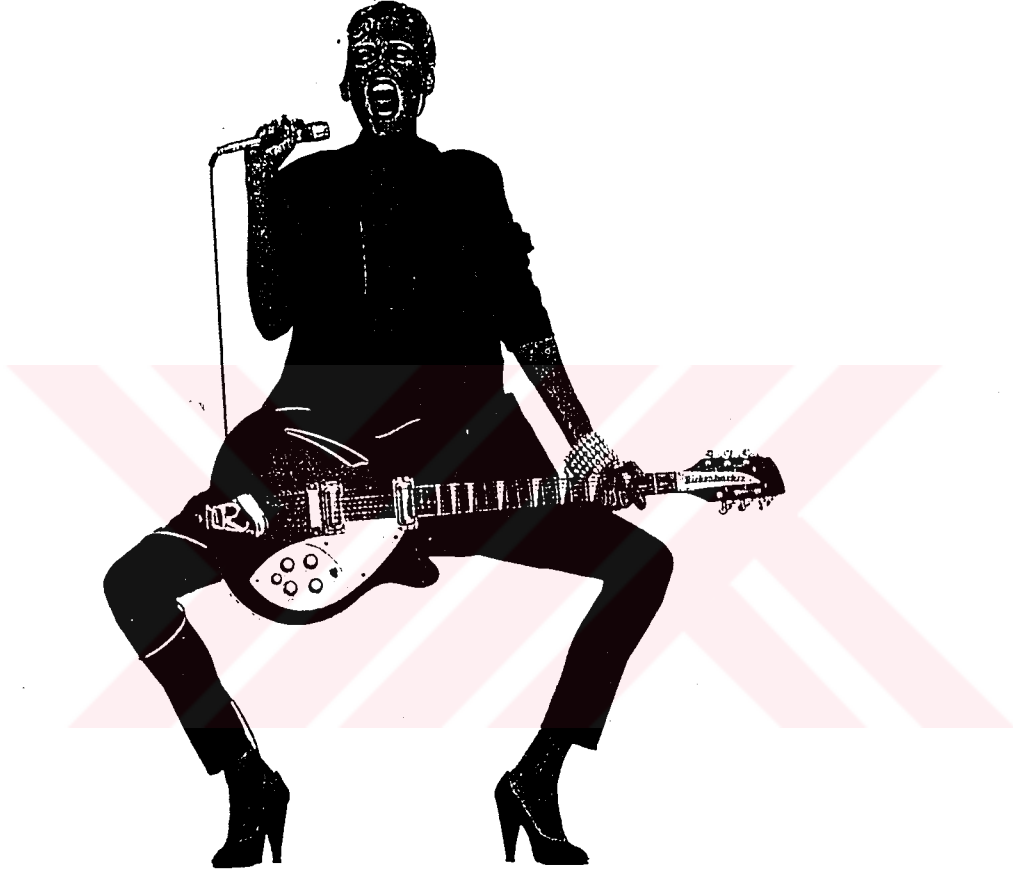


Şekil 62: 1980’li yıllar (67: 45, 46).

Toplumun bir kesimi için anlamsız olanın, bir başka kesim için ise anlam taşıması oldukça anlamlıdır.

Birbirini izleyen moda akımları yalnızca çağın ruhuna göre biçimlenmez. Bizim kim ve ne olduğumuz konusunda kültürel birikimlerimiz içinde

oluşmuş gerilimler, kıyafette ve moda akımlarında simgesel ifadesini bulur. Bunların ortaya çıkmasına da modacılar, giyim endüstrisi ve bunları eleştirel tepkilerle yönlendiren tüketici kitlesi yardım eder. Kıyafet, Alison Lurie'nin de ileri sürdüğü gibi; kendi özgün dilbilgisi, söz dizimi ve söz dağarcığı olan “görsel bir dil”dir (55: 57) (Şekil 63).



Şekil 63: Şizofrenik 70'ler (32: 193).

Müzikte olduğu gibi giyim modasında da uyandırılan coşkular, üstü örtülü ifadeler (sezinletmeler) ve ruh halleri, günlük hayatımızdaki nesnelerle eylemlere kolaylıkla yükleyebileceğimiz kesin anlamları (bu sandalye, şu kalem, bu bakış vb.) taşımazlar. Çünkü bir moda döngüsünün başında; yeni

giyim tarzının tipik bir biçimde bizde sarsıntı ya da en azından şaşkınlık yarattığı safhada olanlar ile döngünün son evrelerinde yani, bir tarzın artık görsel dilin büyük ölçüde bir parçası haline geldiği safhada olanlar arasında bile kesin –modaya ilişkin ima, sürecin sonuna doğru yok olup gittiği için– anlam farklılıkları bulunmaktadır (36: 331).

Kıyafet sayesinde insanlar, birer birey olarak kendileri hakkında birşeyler anlatır ve kollektif düzeyde biz de simgesel olarak onları, belli statü iddialarının geçerli olduğu bir dünyaya yerleştirir, hayat tarzlarına ilişkin belli bağlantılar kurarız (Şekil 64).



Şekil 64: Chanel Takımlı İşkadını (sol) (35: 28), Yeni dönem Hippi Tarzı (sağ) (30: 44).

2.6.1. Giysilerin Dili

İnsanların durmadan kendileri ile meşgul olduğu böyle bir çağda, giydiğimiz giysilerin bizi ifade ettiği şeklindeki görüş başlı başına klişe bir ifade halini almıştır.

Çevremize doldurduğumuz diğer maddi ürünler bir yana, giysilerimiz, kullandığımız kozmetikler, parfümler ve saç modelimizle kendimizi ifade ederiz (Şekil 65).



Şekil 65: “Flygirls” tarzından stilize, 1987 (28: 107).

Kozmetik, takılar ve saç modeli de dahil kıyafetimizin refere ettikleri, konuşma ve yazı dilleri ile karşılaştırılırsa ne kadar belirsiz ve anlaşılmaz olsa da kıyafet genel bir iletişim aracı olarak düşünülebilir. Çağdaş Batı Kültürü denen o çok geniş yelpaze içinde, taşıdıkları niteliklerle birlikte farklı giysi bileşimleri, onları giyenler ve izleyenler için yeterince sürekliliği olan anlamlar yaratabilmektedir. Örneğin; bir bale kostümü asla yanlışlıkla resmi bir giysi ya da işçi tulumu ile karıştırılamaz.

George Herbert Mead (10: 155, 156)’in de belirttiği gibi giydiklerimiz ve onlara yüklenen değerler zamana ve gruba göre değişse de, temel olarak bizde de başkalarında yarattığı çağrışımları yapar ve imajları oluşturur. Örneğin;

Erkek hippinin omuzlarına kadar uzanan saçları kendisi ve arkadaşları için; cinsiyetçi bağlardan kurtulmuş olmayı ifade ederken, muhafazakar çağdaşları için, sapkın bir androjenlik ya da ilgi çekme yöntemi gibi algılanmıştır (19: 24, 25) (Şekil 66).



Şekil 66: Hippi Stili, Londra, Piccadilly Meydanı, 1971 (28: 64).

Aynı giyim ögesine ya da genel olarak adlandıırırsak görünüme ait bu farklı yorumlar dahi, herkesin, (bu) belirtilen görünümdekilerin “kimlerden” olduğunu anlaması (veya kendilerince ortak görüşler geliştirmelerini sağlaması) açısından anlamlıdır (Şekil 67).



Şekil 67: Giysi aracılığıyla kimlik tanımlama (28: 73).

Modanın kimlikteki kararsızlıklardan yararlanarak sunduğu simgesel çözümler, sentezler, uzlaşmalar, düzenlemeler vb. muhakkak kalıcı veya çok uzun ömürlü değildirler. Bunlarla verilmek istenen mesaj verilir, ömrünü tamamlar. Zaten modada estetik ifade, açıklanmış nosyonları ifade ettiği; yani çoğunlukça algılanır olduğu andan itibaren, yeni ifadeler onu aşmaya başlar. Bir taraftan mutasyona uğratar, çekiştirir, sorgular ve sonuçta da temellerini sarsar. Bunu; “geniş kabul görmüş bir modanın, ironik bir biçimde, artık moda olmadığı” görüşüyle temellendirebiliriz.

2.7. Moda Oluşum Kuramları

2.7.1. Statü Hiyerarşisi - Tabana İnme Kuramı

Bazı moda tarihçileri yeni bir moda döngüsünü başlatan koşulların yalnızca “statü hiyerarşisi”nden kaynaklandığını savunmaktadır (46: 197). Önemi asla gözardı edilemese de (özellikle moda oluşumunun ilk dönemleri için gerçekten böyle idi) diğer faktörlerin de etkileri yadsınamayacak kadar fazladır.

Etkileşimci bir perspektiften bakıldığında “toplumsal statü kararsızlığı”nın; bir yandan statüye ilişkin iddialar, diğer yandan statünün reddedilmesinden oluşmuş kutupsal bir diyalektik şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Giysi ve moda; statünün, varolandan daha fazla ya da eksik gösterilebilmesine rahatça olanak sağlamak ve bu, sonuçta kaçınılmaz olarak statünün simgesel bir biçimde iddia edilmesinden kaynaklanan varoluşsal gerilimlere neden olmaktadır.

Kıyafette, toplumsal statüye ilişkin kimlik kararsızlıklarını besliyen pekçok belirsizlik bulunmaktadır. 14. yy.’da kıyafet artık gerçek ya da sahte statü iddiası ile öylesine yakından ilişkili hale gelmiştir ki, tüm Avrupa’da kişisel harcamaları kısıtlayan düzenleme amaçlı “tutumluluk yasaları”

çıkarılarak halkın aristokrasiye özgü kumaşları ve modelleri kullanması yasaklanmıştır. Ancak konulan bu yasalar, kağıt üzerinde 18. yy'a kadar gelmesine rağmen, burjuva hanımlarının birer prenses kadar şık giyinmelerine engel olamamıştır (19: 73) (Şekil 68).



Şekil 68: Burjuva hanımları.

Zamanın modayı izleyen insanları, bir törene katılmaları gerektiğinde, neredeyse tüm servetlerini sırtlarına giyip gitmektedirler. Bazı moda tarihçileri arasında yaygın olan bir görüş de; moda ile işlevsel açıdan yararsız değişimler sayesinde gerçekleştirilen ve modanın özünü oluşturan çağdışı kalmaya açık olma özelliği bir yana; giyim ve kıyafet konusundaki aşırı harcamaların, temelde zenginler arasında belirgin olan tüketim, israf ve boş zaman faaliyetlerini kurumsallaştırmaya yönelik olduğudur. Bu düşünceyi tamamen gözardı etmiyor fakat moda kuramının tümüyle sınıfa dayandırılması görüşüne katılmıyorum. İnsanların neyi nasıl giydiği, toplumsal konumları hakkında gerçekten çok şey söylese de; kıyafetle iletişimin tek boyutunu kapsayan bir dizi kuramsal öncül oluşturulması, insan iletişimindeki bu zengin aracın analitik düzeydeki yoksullaştırılmasına neden olmaktadır.

Genel olarak hemen hemen hiç kimse, bir “hiç kimse” olarak görülmek istemez (10: 95). Ancak ister “hiç kimse”, isterse de “birisi” olduğu izlenimini yaratmak, sanılanın aksine oldukça zordur.

Toplum önünde giyilen kıyafetler, (kalitesine vb. bakılmaksızın) bireyler ve ailelerin toplumsal konumunun yerleşmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Yani kıyafet, kendi kodlarını ustalıkla kullanabilenler için herhangi bir toplumsal üstünlük iddiasını dile getirebileceği veya ölçülü biçimde reddedebileceği tevazu ile inkâr edip, kararlılıkla küçümseyebileceği, kurnazca bir çift anlamlılık yaratarak olduğundan az gösterip dokundurabileceği vb. etkiyi yaratabileceği bir araçtır.

Ünlü moda tasarımcısı Coco Chanel’in söylediği; “Kadınlar, hizmetçileri kadar sade giyinmeli” sözü, taşıdığı ikili anlamlar ve statüye dayalı giyim açısından dikkate değerdir (44: 125) (Şekil 69). Kadınların bu etkiyi yaratabilmeleri için önce ya hizmetçileri olmalı, ya da en azından hizmetçisi bulunan birer kadın oldukları izlenimini yaratabilmelidirler. “Sanki öyleymiş gibi” giyinmek. Ama bu bile yine, kadınların kendi emrindeki hizmetçileri gibi giyinmelerinden biraz daha farklı olacaktır.



Şekil 69: Coco Chanel 1960’lar (55: 49).

Mesaj ile iletilmek istenen; iki taraf giyiminin, etkileşim halinde birbirini yansıtmayı, sadeleşmeye gidilmesidir. Herkes sürekli olarak zengin giysiler, pırıltılı mücevherler, düzenli bir saç tuvaleti ile dolaşıyorsa, bu statü işaretlerinin ifade ettiği simgesel değerleri kısa sürede belirgin biçimde azaltır, böylece hizmet etmeleri gereken amaçlardan uzaklaşmış olurlardı (Şekil 70).



Şekil 70: Statü sembolü olarak “giysi”.

Simmel, modanın sosyal psikoloji ile ilgili araştırmalarında, yeni modaların üst sınıflardan alt sınıflara geçişindeki taklit sürecini açıklamada, klasik bir “tabana inme” kuramı sonucuna vardığını belirtmektedir. Yaratılan yeni modalar, statü hiyerarşisinde aşağı iniş sürecinde ciddiyetlerini kaybedip sıradan bir hale gelmektedir. Böylece, doğru statü ayrımlarını gösterme yeteneklerini kaybederek, üst sınıflar arasında kısa sürede modaları geçmekte ve “demode” olarak görülmeye başlamaktadırlar. Yeni bir moda döngüsünü başlatan koşullar bu şekilde gelişmekte ve moda çarkı tekrar dönmeye başlamaktadır (37: 124).

Ne kadar kayıtsız ve bilinçsiz biçimde olursa olsun, ne giyeceğimiz konusunda düşünürken kaçınılmaz bir biçimde bizi etkileyen değerler vardır. Batı uygarlığında da tam olarak hayata geçirilmiş olmasa da, tarihsel açıdan

süreklilik göstermiş bu değerler; Yahudi-Hristiyan dünya görüşündeki çileci unsura dayanmaktadır; bu unsurda kişisel ölçülülüğe övgü, yoksulluğun insanı manevi olarak soylulaştırması karşısında gözünü öbür dünyaya çevirmiş bir hürmet, zenginliğe, maddiyata ve dünyevi başarılarla karşı güvensizlik vardır (19: 76).

Özendirmeye yönelik teşhir için sınırsız kaynak bulunmasına rağmen, Batı kültüründe toplumsal üstünlüğün fazla gözönünde, sık ve fazla bariz biçimde sergilenmesine, toplumda tepki vardır. Bu tepki de yukarıda belirtilen değerlerden kaynaklanmaktadır.

Bilindiği gibi aşırı süslülük vb. çoğunlukla bir statünün taklit edilmesinin ya da halk arasındaki deymi ile sonradan görmeliğin belirtileri sayılmaktadır. Yine aynı mantıkla Chanel'in, zengin müşterilerine "hizmetçileri kadar sade giyinme ve ucuz incik-boncuk takma, hatta gerçek mücevherlerini bile, değersiz incik-boncukmuş gibi kullanmaları" yolunda kurnazca bir öğüdü olmuştur (52: 84) (Şekil 71).



Şekil 71: Chanel Takım 1950 (32: 130).

Tabii, bolluğu sergileme araçlarından yoksun olanlar ise, içlerine sindirmiş oldukları için “öyle imiş gibi yapma”sı gerekmeyen kişiler olarak algılanabilecek tavırlar sergileyebilmektedirler.

Teşhir konusunda karşılaşılan kararsızlıklardan birinin de yeni ele geçen paranın kullanımı durumlarında ortaya çıkmakta olduğu söylenebilir. “Sonradan görme”, “bayağı” sayılmak korkusu ile kişiler çoğunlukla kendilerini tutmak zorunda kalırlar. Ancak anlaşılması güç esneklikleriyle moda, bu varoluşsal ikilemin üstesinden gelmenin de yollarını bulmuştur. Örneğin bu soruna kendilerince oldukça başarılı çözüm getiren Amerikalı Modacı Ralph Lauren ile Vivienne Westwood (32: 244), yeni zengini köklü zengin gibi göstermeyi başarmıştır. Sırf bu amaçla, bu kesim için tasarımlar yapılmıştır. Bu hareketin mantığında; giyim için, bayağılığın ölçülülükten daha içtenlikli kabul gördüğü toplumsal gerçeği yatmaktadır.

Toplumumuzda da statü ile giyimin belirgin örneklerini Osmanlılar zamanındaki giyimi düzenleyici yasalarda görmekteyiz. Günümüzde moda-statü ilişkisi yine, tarihten aldığı bu köklere dayansa da artık modada belirleyiciler saray soyluları değil, modada bilinç kazanmış öncü kişilerdir.

Giyim, statü diyalektiğinde kendini çok değişik seslerle duyurabilmektedir. Bunların herbirinin farklı tonlarda çıkması da, hepsinin ayrı birer benliği en uygun biçimde temsil etmeyi amaçlıyor olmaları nedeniyle doğaldır.

Kişinin giyimi ile kendini ifadesi; bahsedilen statü ifadelerini aşırı vurgulaması ile de olabilmektedir, olduğundan az göstermesi ile de. “Zenginliğini ilan etmek” ya da “yoksulmuş gibi yapmak”; gösteriş ile tevazu arasındaki bu gerilim, kişisel tercihlerle ortaya konmaktadır. 1920’li yılların sonlarında ortaya çıkan Chanel’in “kısa siyah elbise”si yoksul giysilerine bürünerek

toplumsal üstünlük imasında bulunmanın klasik bir örneğidir (31: 122). Bu giysi 1920'lerin başında moda olan pastel renkli, mini pırıl pırıl ama özensiz giysiler kadar devrimci bir yenilik olmuştur.

1920 sonlarının bu stilini bazı moda yazarları; “sade giyinme sanatı”, “pahalı yoksulluk”, “lüks yoksulluk” olarak adlandırmışlardır. Amerika’da büyük bunalım, “yoksulluk görüntüsü”nü şıklık haline getirmiş ve kısa siyah elbise bunun sembolü olmuştur (52: 72). 1930’larda bir tezgahtarı hatırlatan muhafazakâr kesimli, ağırbaşlı mütevazı siyah kısa gündüz giysileri 1930’ların anarşik ruhunu yansıtan çarpıcı örnekleridir.

Statü iddiası söz konusu olduğunda ise siyah rengin (zamanla değişen) karmaşık bir simgesel nitelik taşıdığı görülmektedir. Örneğin, 19. yy.’ın ikinci yarısında siyah; ev hizmetkârlarıyla yakından ilişkili, genel olarak da “alt sınıf” ile ilişkilendirilen bir renk haline gelmiştir. 19. yy. ortalarına kadar İngiltere’de hizmetçi kadınların özel bir giyimleri yoktur. 1860 civarında ise kaliteli emprime kumaşın ucuzlaması, hizmetçilerin de evin hanımları gibi giyinebilmelerini sağlamıştır. Bundan hoşlanmayan ev hanımlarının baskıları ile hizmetlilerin beyaz önlük ve başlık takmaları zorunlu hale getirilmiştir.

Statüde rekabet bazen öyle bir hal almaktadır ki “Kwaikutl Potlaçı” (19:75) olarak adlandırılan; rakiplerin mutlak bir yoksulluğa sürüklenme pahasına birbirlerine gittikçe artan değerde hediyeler sunması (dolayısı ile zaman içinde birkaç törenle ile sınırlı kalan eylemler) haline dönüşebilmektedir.

Toplumların kontrol mekanizmalarının, tümüyle haset uyandırmaya yönelik bu gösteriştaki aşırılıkları sınırlamada etkili olması gerekmektedir. Bu mekanizmaların çalışmaması veya etkisiz kalması durumunda kıyafet, tümüyle simgesel olmanın çok ötesinde sıkıntılı sonuçlar doğurabilmektedir.

Bazı ülkelerde, gençlerin pahalı giysiler sergileme arzularına bağlanan, şiddet ve cinayet olayları bulunduğunu gazete haberlerinden öğrenmekteyiz. Fred Davis, bu olaylara örnek teşkil eden iki çarpıcı habere yer verir: 19 yaşındaki bir genç lüks spor ceketı yüzünden hayatından olmuştur. Bir benzeri de Baltimore'da 15 yaşında bir gencin, yeni Air Jordan ayakkabıları nedeniyle cinayete kurban gitmesi olayıdır (19: 75, 76).

Gazetelerde, hemen her yerde bugünün gençliğinin giyim meselesini takıntı yaptıkları, bu konuda endişelere kapılıp, rekabete girdikleri, bunun uğruna okulu asıp, hatta soygun yapıp, cinayet dahi işliyor oldukları haberleri sıkça yer almaya başlamıştır. Bunların, giyim aracılığı ile statü arayışının uç örnekleri olduğu açıktır. Fakat ulaştığı boyutlar düşünülünce simgesel ifadenin ne kadar güçlü olabileceğini ortaya koyması açısından –olumsuzluklara rağmen– önemlidir.

Statü iddiaları ile statünün reddedilmesi arasındaki sonsuz diyalektikte, “ölçülülük ve çekingenlik”, toplumsal statüde üstünlüğün göstergeleri olarak çoğu zaman süslerle mücevherlerin aşırılıkla sergilenmesinden daha samimi kabul edilmektedir. Tabii algılama, sonuçta çevrenin görgüsü oranında olacağı için, statünün yanlış anlaşılması ve yorumlanması konuları da sayısız tehlikeye açıktır. Çoğu kişinin, her durum için hemen hemen klişeleşmiş giysi kodu ne ise ona uyma çabasında olmasının nedeni de bu “yanlış anlaşılma” korkusudur (36: 377). Yinede ölçülü bir şekilde gereğinden azını giyme, günümüzde ve esas olarak da kozmopolit üst sınıf çevrelerinde karşıtından çok daha yaygındır. En zorunlu resmi giyim gerektirenler dışındaki bütün ortamlarda blue jean, sweat-shirt gibi rahat giysiler giyilmesi, tam anlamıyla norm haline gelmiş değilse bile, erkeklerin üç parçalı takım elbise, kadınların da kokteyl elbisesi gibi gelenekselleşmiş tarzlara titizlikle uymalarından daha çok tercih edilir durumdadır.

Statü göstergeleri de bu tür kayıtsız tutumların hızla yerleşmesiyle tersyüz edilip birbirine karışmaktadır. Bu tutumların bir bölümü yeni modanın simgeleri haline gelirler ki bu davranış “antikonformist konformizm” olarak adlandırılmaktadır. “Antikonformist konformizm davranışı” olarak adlandırılan bu tutumların bir bölümü zamanla, yeni modanın simgeleri haline gelmektedirler. Örneğin; I. Dünya Savaşı başladığı sıralarda smokinin antikonformist kökeni büyük ölçüde unutulmuş ve hatta resmi toplantılarda smokin giyilmesi zorunlu hale gelmiştir. Frak giyen erkekler ise modanın gerisinde kalmış, nerede ne giyileceğini bilmeyen kişiler olarak tepki ile karşılaşmaya başlamışlardır (42: 309).

2.7.2. Jean’ın Moda Tarafından İçerilmesi

Benzer bir antikonformist konformizm hareketi de jean’de yaşanmıştır. Sol ve politik amaçlı simgesel kutup, dikkat çekici bir yoksulluk görüntüsü yaratmak amacıyla blue jean’i soldurup yırtma uygulaması başlatmıştır: **Jhon Fiske, yırtık kot uygulamasını; “ekskorporasyon; yönetilenlerin, hakim sistemin sağladığı kaynak ve mallardan kendi kültürlerini yaratma süreci”** olarak tanımlamıştır (59: 102).

Paçaları ve dizleri yırtılana kadar aşındırılıp öyle giyilen jeanler, kısa sürede özellikle gençler arasında yenilerinden çok daha değerli hale gelmiştir. Öyle ki bu eskitilmiş jeanler yenilerinden daha yüksek fiyatlarla satılmaya başlanmıştır. Chanel’in kısa siyah elbisesi ile de olduğu gibi normal yoksulluk görünümündense “gerçekten fakir” görüntüsü (vermek) daha pahalıya mal olmaktadır (Şekil 72, Şekil 73, Şekil 74).



Şekil 72: Yırtık kot modası.



Şekil 73: Aşındırılmış kot modası.



Şekil 74: Londra, Kings Road 1980 (28: 43).

Moda faktörü bu jeanlerin ortaya çıkarılış amacını, bir süre sonra ikinci plana düşürerek yeni oluşan pazara hizmet için ilginç gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Jean üreticileri seri üretim için soldurulmuş ve yıpranmış gibi görünen, taş ile ya da asitle yıkanmış jeanler üretmeye başlamışlardır. Hatta Tennessee'deki bir şirket "tabanca ile yıkanmış jean"leri piyasaya çıkarmıştır (19: 93).

Yedi yüzyıl kadar önce Batı'da modanın başlamasından itibaren hiçbir giysi, evrimi içinde statü kararsızlıkları ve belirsizliklerini ifade etmede blue jean kadar etkili bir araç olmamıştır. Jean kumaşının ilk olarak Fransa'da Nimes yöresinde dokunduğu İngilizcedeki denim sözcüğünün de Fransızca de Nimes'den geldiği bilinmektedir. 19. yy.'ın ortalarında Amerika'nın batısında, San Fransisco'ya yeni yerleşmiş Bavyeralı Yahudi bir çerçi olan Morris Levi Strauss'unda, o zamanlar da bugünkü gibi indigo ile boyanmış sağlam pamuklu kumaştan pantolonlar yaptığı bilinmektedir.

Levi Strauss'un ürettiğine benzer bir giysi de, Fransa'da denizciler ve İtalya Cenova'da rıhtım işçileri tarafından giyilmekte idi. Jeans adının da Cenovalı işçiler için kullanılan genes'in İngilizce okunuşundan kaynaklandığı söylenmektedir. Arka ceplerde görülen bakır kabalarının ise 1873'de Levi

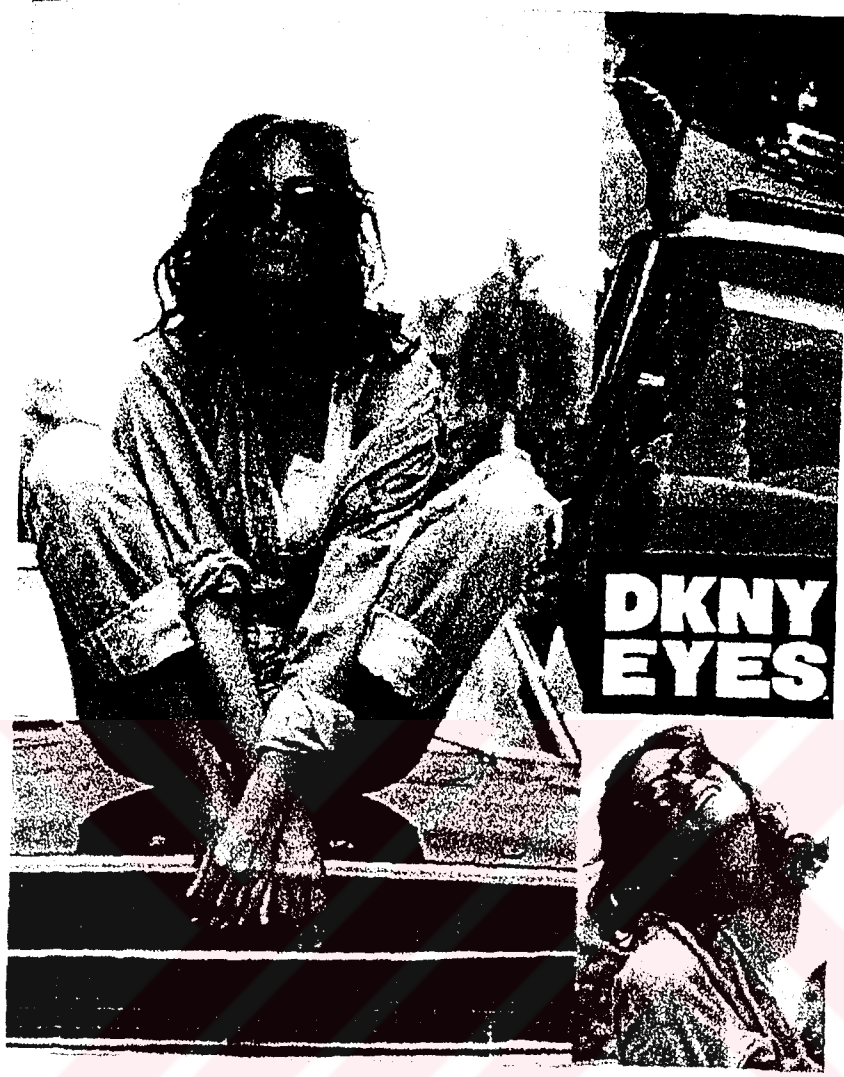
Strauss'un şirketine giren Jacob Davis'in icadı olduğu belirtilmektedir (50: 299, 300).

Başlardaki daha geniş bir kitle pazarına ulaşma yolunda atılan adımların başarısız kalmasına rağmen, 1960'ların sonlarında blue jean şaşırtıcı bir şekilde tüm sınıf, cinsiyet, yaş, bölge, ülke, ideoloji vb. sınırları aşarak bugünkü gibi evrensel düzeyde giyilip geniş kabul gören bir giysi halini almıştır. Tabii bu işçi giysisinin bugünkü kadar önem kazanması ve neredeyse evrensel kabul görmesi için yüz yıldan fazla zaman geçmesi gerekmiştir (Şekil 75).



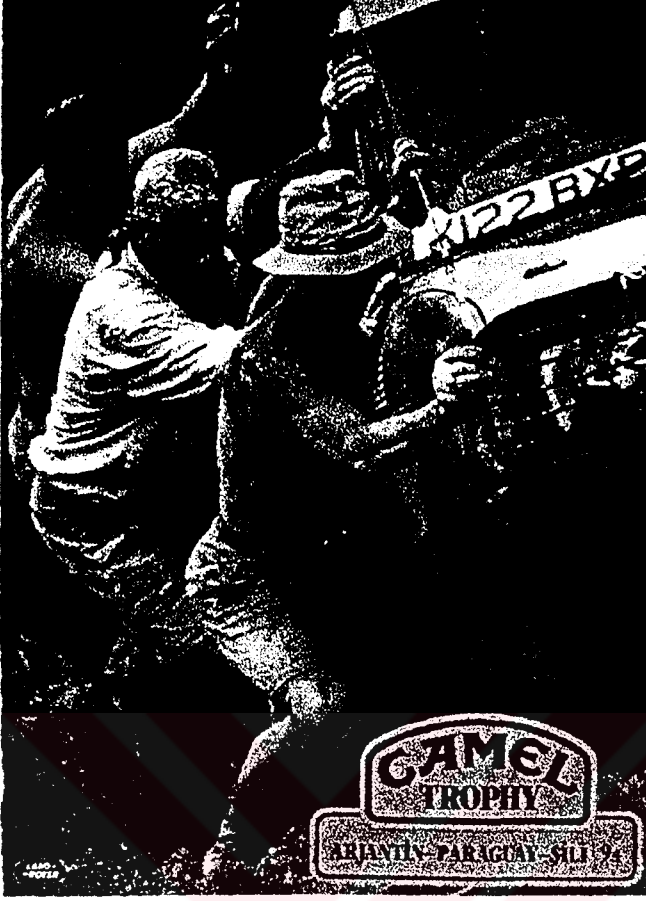
Şekil 75: Tatil giyimi olarak blue jean.

Bu kültürel dönüşümün kritik bir özelliği; blue jean'in kimlik değiştirip yalnızca çalışma ile ilişkilendirilen bir giysi olmaktan çıkması ve boş zaman aktivitelerinde kullanımına ilişkin birçok simgesel nitelik kazanmasıdır. Bunlar; rahatlık, konfor, kaygısızlık, hareketlilik, yerleşik olmama, sosyal ilişkilerde canlılık vb.'dir (Şekil 76).



Şekil 76: Günlük giyim olarak blue jean.

Bu kadar kaba dokunmuş, renginde hiçbir çarpıcılık olmayan ve sıradan bir kesimi olan bu giysi parçasının, nasıl olup da birbirinden o kadar farklı kültürdeki toplumlarda böylesine bir etki yarattığı ve başlangıçta sınırlı olduğu dar mesleki kullanım alanından çıktıktan bu kadar kısa bir süre sonra nasıl bütün dünyaya yayıldığı sorusunun cevabı; diğer benzer örneklerde de belirtilmeye çalışılan “statü simgeselliğindeki çarpıtmalar ve dönüşümler” dendir (Şekil 77, Şekil 78).



Şekil 77: Sportif faaliyetlerde, dayanıklı blue jean kullanımı.



Şekil 78: Blue jean'in statü simgeseliğindeki değişim.

Jean'in anayurdu Amerika'dır. Bu sebeple ortaya çıkışı uzun süre işçilikle, zorlu fiziksel çalışmayla, açık alanlarla ve Batı Amerika ile ilişkili görülmüş ve yarattığı temel mit de doğal olarak büyük ölçüde demokrasi, bağımsızlık, eşitlik özgürlük ve kardeşlik gibi popülist duygulardan kaynaklanmıştır. Bu eğilimler varlığını kısmen korumuş olmasına rağmen, yüzyıl boyunca sınıf ayrımlarıyla, elitizmle ve züppelikle savaş halinde karmaşık bir giyim simgeselliğini de yaratmıştır (60: 239) (Şekil 79).



Şekil 79: Dazlaklar, 1985 (28: 14).

Blue jean ve benzeri kot giysileri işçiler dışında ilk benimseyenler, 1930 ve 1940'lı yıllarda Amerika'nın Güneybatısındaki ressamlar ve sırayla diğer sanatçılar olmuştur. Daha sonra 1950'lerde serseri motorsiklet çeteleri, 1960'larda sol görüşlü eylemciler ve onları izleyen hippiler kot giysileri herbiri kendi amacına uygun tarzda kullanmışlardır. Bu sayılan grupların tümü de Amerikan toplumunun muhafazakar, orta sınıf, tüketime yönelik kültürüne güçlü bir şekilde karşı koymaktadır. Kökeni ve tarihsel bağlantıları hatırlanacak olursa blue jean, düzen karşıtı asi duyguların ilan edilmesi için

gözle görülür bir araç sağlamaktadır. Üstelik ucuzdur ve başlangıçta çoğunluğun fazla umursamadığı rahat bir giysidir (61: 70) (Şekil 80).



Şekil 80: Marlon Brando “The Wild One” filmindeki giyimi ile asi gençliğin giyim tarzını belirlemiştir (35: 40).

Blue Jean’in 1970’lere kadar günümüzde olduğu gibi bütün kesimlerden gerçek anlamda kabul görmeyi başaramamasının bir sebebi de; 1960’ların ortalarına kadar, motorculara hippy’ler vb. saygınlıktan yoksun ve düzen dışı gruplarla ilişkili görülmesi, onların anlatım araçları arasında olmasıdır (Şekil 81, Şekil 82). Ancak 1950’lerin sonlarına doğru, zaman zaman dışarda oyun oynarken orta sınıf çocuklarının jean giydiği görülmüştür.



Şekil 81: Motorcular çetesi, İngiltere, 1971 (28: 67).



Şekil 82: Vitrinlerdeki hippie kıyafetleri (35: 75).

Jean üreticileri, saygınlığı olmayan gruplarla arasındaki simgesel ilişkiyi kırmak ve jean ile kot kumaşının herkes için hemen hemen her durumda giyilmeye uygun olduğu konusunda tüketiciyi ikna etmek için büyük pazarlama ve reklam kampanyalarına başvurmuşlar ve bu çabalar ürünlerini 1960'ların sonlarında tüm dünyada kotun popülerleşmesi ile fazlasıyla vermiştir. “Asi Gençlik, Batı Yakası Hikayesi vb” gençlik filmleri bu amaca

hizmet etmiş en popüler filmlerdendir. Sonuç olarak jean, yüzyılı aşkın bir süre kendini kuşatan meslek, sınıf, cinsiyet ve yaş sınırlarını aşmayı başarmıştır (Şekil 83).



Şekil 83: Modacı imzası taşıyan blue jeanler.

Moda tarihinde de birçok örneği görülebileceği gibi, giyimdeki hiçbir simge değiştirilemez değildir. Bu simgeler başlangıç evresinde aktardıkları saf anlamı, moda döngüsünde zamanla kaybeder. Bu saf anlamdan daha fazlasını ya da daha farklısını aktarmak isteyenlerin etkisiyle anlamını yitirir.

Globalleşmenin yaşandığı, kültür seviyesinin ve iletişimin arttığı çağımızda demokratik ve eşitlikçi duygular da doruğa çıkmakta olmasına rağmen insanın doğasından kaynaklanan, farklı (ve hatta üstün) olma güdüsü Batı Toplumlari da dahil tüm toplumlar için statü göstergelerini hala önemli kılmaktadır. Bu nedenle toplumlarda, blue jeanle dile getirilen değişmez bir eşitlik ve kardeşlik bildirgesinin yansıttığı proleterleşmeye sonsuza kadar

boyun eğilememektedir. Çeşitli oyunlarla, blue jean'in pazardaki yerini sağlamlaştırmasından kısa süre sonra, verilen eşitlikçi mesajları susturmaya, birbirine karıştırmaya, içi boşalmış simgesel imalara yeniden anlam kazandırmaya ve genel olarak da jean giyen sınıflar arasında haset yaratıcı ayrımları geliştirmeye yönelik çok sayıda araç devreye sokulmuştur.

Sağ görüşteki kutup "jean"i demokratik niteliğinden uzaklaştırabilmek için birçok manevra ve hile geliştirmiş ve bunu gerçekleştirirken de "jean"i sağlamış olduğu evrensel kabulden yararlanmıştır. Bu tarzda üretilen jeanlerde, gözle kolayca görülecek bir yerlerde tasarımcının etiketinin bulunduğu imzalar (35: 126), ya da üzerleri hazır işlemeli taşlarla, harçlarla, özel kibaralarla süsler göze çarpmaktadır (Şekil 84, Şekil 85).



Şekil 84: Statü sembolü oluşturmaya yönelik blue jeanler.



Şekil 85: İşlemeli ve özel kesimli blue jeanler.

Kesimlerde de kadın, erkek, çocuk, yaşlılara özel kalıplar yer almaya başlamış, ayrıca özünde simgesel olarak “jean”e kesin biçimde aykırı giyim eşyaları; ceket, kürk, iskarpin, iğne topuk, ipek bluz vb. birarada kullanıma sunulmuştur (10: 543) (Şekil 86, Şekil 87).

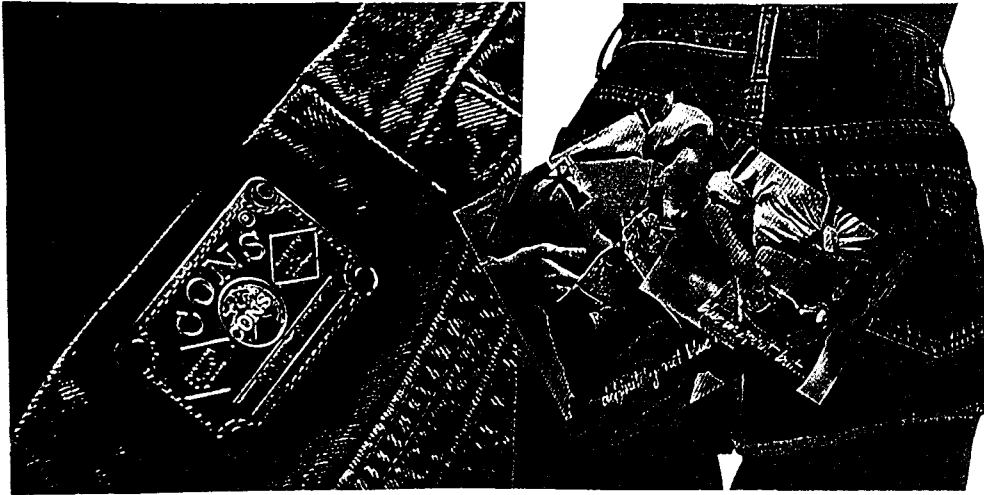


Şekil 86: Çocuklar için üretilmiş blue jean modelleri.



Şekil 87: Aplike ile farklılaştırılmış kot kesimleri.

1970’lerde bu hareketlerden alınan ivme ile “jean”in erotikleştirilmesi doğrultusunda güçlü akımlar gelişmiştir. Bu giysinin çoğunluk için taşıdığı unisex, cinsiyetsiz niteliğini yok edebilmek ve onu cinse özel, erotikleşmiş anlamlarla donatmak için çeşitli yöntemlerden yararlanmışlardır. Doğal olarak hedef kitle; kesin biçimde erkeksi blue jeanlere bürünmekle kadınsılıktan uzaklaşmış oldukları, bu nedenle de sosyolojik açıdan en çok dikkat çeken kesim olan “kadınlar” olmuştur. Uygulanan yöntemler açısından kot kumaşından etek yapımı, kalçaların bir kısmını dışarıda bırakacak kesimli şortlar, daha yumuşak kumaşların kullanımı, streç jeanler -öyle ki bazı modelleri kadınların ancak sırt aşağı yatarak giyebileceği darlıkta-tasarlanmıştır (Şekil 88, Şekil 89).



Şekil 88: Jean’in erotikleştirilmesi amacıyla üretilmiş modeller.



Şekil 89: Jean'in erotikleştirilmesi akımına yönelik modeller.

Tüm bu karşı hazırlıklar ve dayatmalara rağmen ilginçtir ki sonu gelmez giyim diyalektiği içinde çuval gibi bol şalvar kesimli jeanler 1980'lerin ortalarında kadınlar arasında tekrar moda olmuştur.

Jean'e uygulanan bu değişiklikler içinde, statü kararsızlıklarının nasıl kodlandığının en direkt örneği; modacının imzasını taşıyan markalı jeanler olmuştur. Gösteriş amaçlı tüketime yönelik bu uygulama, bazı sosyolog ve bilim adamlarına göre; göze çarpan bir statü işareti kullanarak giysinin özündeki kaba saba proleter çağrışımın bastırılmasıdır. Zaten Levi Strauss & Co, Wrangler, Lee gibi isimlerin etiketleri başlangıçtan beri sağ arka cepte yer almaktadır. Ancak Yves Saint Laurent, Oscar de la Renta vb. isimlerin

kullanımı yukarıda sayılan kanıksanmış isimlerden değildir. Bu uygulama tüketicilerin de dikkatinden kaçmamıştır (Şekil 90).



Şekil 90: Modacı imzası taşıyan jeanler ve klasik Levi's.

İmzalı jeanlerin ardındaki tek gerçek, statü ayrımıdır. Çünkü gerçekte modacının imzasını taşıyan ve taşımayan jeanler arasında, modacının etiketinin sergilenmesinden başka hiçbir fark yoktur (Şekil 91).

Bu fenomende farklı bir estetik yakalayan bazı yorumcular da olmuştur. Kurt Back (1985)'e göre imzalı jeanler, yaratıcı ile yaratısının işlevsel işaretlerinin sanat yapıtını kendisiyle görünür bir biçimde kaynaştığı “pop art” uygulamalarına benzetilmektedir. Ancak bu davranış eğer böyle bir amaca hizmet etmek gibi sanatsal kaygılarla yapıldıysa, modacılar neden diğer giysilerde hiç böyle bir uygulamaya başvurmamışlardır? (19: 93).



Şekil 91: Modacı imzası taşıyan jeanler.

Modada çok karakteristik bir şekilde görülen; her etkinin bir tepkiyi doğurduğudur. İmzalı jeanlerin züppece, statü bilinci içeren simgeselliğinin ardından, giyimde statünün bu kadar belirgin biçimde ortaya konmasına dayalı özendirici ayrımlara küçümsemeyle karşılık veren kesimler ortaya çıkmıştır. Bu davranış esas olarak blue jean'in özündeki eşitlikçi mesajdan kaynaklanmıştır.

Kenedy Fraser, New York'un entellektüel ve daha duyarlı kesimlerindeki kişilerde görülen kot giyim tarzının; yalın, blue jean'in özüne bağlı kalmış, şık kesimlerin tersine şalvar jeanleri tercih eden, işleme ve kabara gibi yenilikleri küçümseyen, içtenlik ve zahmetli çalışmaya verdikleri önemi göstermek için seçtikleri kotun da çoğu zaman tulum olduğunu belirtmektedir (19: 91).

Barthes ve Baudrillard gibi ünlü Fransız eleştirmenlerinin; “Herhangi bir etkiyi harekete geçiren, simgesel içeriği ne olursa olsun her türlü moda, “anlamsızlaştırma” ya da “anlamanın ortadan kaldırılması” doğrultusunda ilerler

görüşleri yukarıda belirtilen örnekleri de desteklemektedir. Kısacası, kendi kendinden yani; başkalarını körü körüne modayı izlemeye yöneltme yeteneğinden beslendiğinden, başlangıçta giysilerin ifade ettiği anlamı zamanla etkisiz hale getirir, birer moda nesnesi haline dönüştürerek kısırlaştırır. Anlamın yerini teşhir alır. Blue jean örneğinde olduğu gibi; bu giysinin özündeki eşitlikçi mesaja düşmanca bakan kişiler bile, modanın dayatmasıyla bir rahatlık ve kişisel muafiyet duygusu içinde jean giyebilmişler ve bu sayede statü puanları toplayabilmişlerdir.

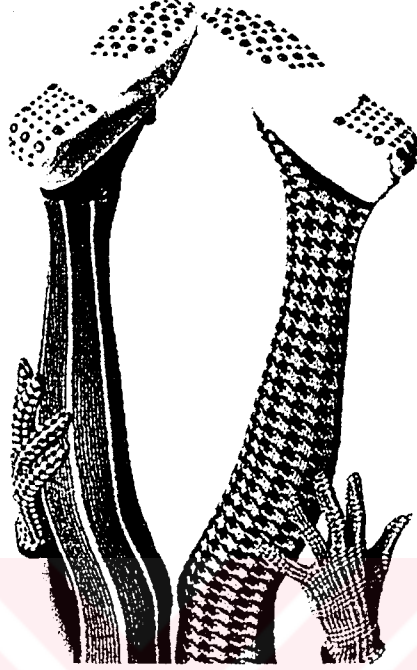
Blue jean giyen birçok kişinin etkisinde oldukları hassas kimlik kararsızlıkları sonucu zorunlu olarak (kaçınılmaz olarak) jean de; ilettiği mesajlarda, statü simgelerinde bazı tahrifatlar, tersyüz oluşlar, çatışmalar ve paradokslar yaşamıştır. 1990'lara gelindiğinde blue jean boş zaman giysisi olarak kullanımının yanında, insanların artık ertesi gün büroda da giymek istedikleri bir giysi halini almış ve bu amacına da (çok resmi çalışma ortamları dışında) ulaşmıştır.

Kot giysilerinin statü diyalektiğini belirleyen, kutuplar arasındaki çekişmedir. Bir kutup blue jean'in "sıradan insana" malolmuş demokrasi, sınıfsızlık, rahatlık vb. simgelerini ön plana çıkartıp daha da genişletmeye uğraşırken, diğer tarafta; hiyerarşi, zevk sahibi olma, ayrımcılık gibi geleneksel iddiaları gündemde tutmaya çalışmaktadır. Aslında blue jean taşıdığı yeterince kararsız ama istenildiğinde dengeli ifadeler ile her iki grubun da amaçlarını karşılayabilecek (dengeleyebilecek) güçtedir.

2.7.3. Giyside Tasarlanmış Hatalar

Belli durumların gerektirdiğinden daha sade giyinerek incelikli bir biçimde yüksek statü iddiasında bulunmaya çok benzeyen simgesel bir nüans da giyimde kurnazlıkla "birşeyi yanlış yaparak hesaplıca kusur yaratma"dır. Ceketin göğüs cebinden züppece sarkan bir mendil, hafif eğri bağlanmış bir

kusurun çok iyi hesaplanarak yapılması ve ters etki yaratmaması koşuluyla oyunun bir parçasıdır (Şekil 92, Şekil 93).



Şekil 92: Gençlerin, farklı renkte veya desende giyisi parçalarını birlikte kullanımı.



Şekil 93: Giyside tasarlanmış hatalar.

Modacı Cerruti de bu olguyu şu şekilde vurgulamaktadır; “**Şık olmayı isteyen erkeğin giyiminde birkaç hata yapması yeterlidir**” ve Hawkins de konuyla ilgili görüşünü “**Hiçbirşey insanı, fazla şık olmaktan daha az şık kılmaz insanı**” sözüyle dile getirmiştir (19: 81) (Şekil 94).



Şekil 94: Giyside tasarlanmış hatalar.

İlk bakışta kişinin giyimde yaptığı, stratejik bir hata gibi görünen şey çok kısa bir süre sonra hakim moda haline gelebilmektedir. Bu da ortaya atılmış olan statü iddiasını etkisiz hale getiren bir durumdur. Çünkü başta özel bir amaca hizmet için ortaya atılan yaratılar “moda” olarak zamanla amacını yitirmektedir.

Chanel, Schiaparelli ve Lacroix gibi modacıların ürünlerinde, bu “kurnazlıkla yapılan hataları” zengin bir düş gücüyle kullanmalarının payı oldukça büyüktür.

2.7.4. Değişen Erojen Bölgeler Kuramı

Sayısız kimlik kararsızlıklarından en önemlilerinden biri de cinselliktir. Bastırılmış, abartılmış, erotikleştirilmiş ama temelde kadınların sırtına yüklenmiş olarak. Erotik ilgilere seslenme açısından 18. yy.'dan itibaren (10: 74) erkeklerden çok kadınların giyiminin (moda açısından) ağırlık kazanmış olmasının da bunda katkısı bulunmaktadır. Genel çoğunlukta moda denince akla öncelikle kadın giyim modası gelmektedir.

Modanın kaynağı olan Batı'da da kadın cinselliği ile kadın giyimi ayrılmaz bir biçimde iç içe geçmiştir. Moda değişimini harekete geçiren ölçülülük ile gösteriş arasındaki ikilemin yarattığı kararsızlık, toplumsal statü için rekabet ve cinsellik alanlarında da giyim aracılığı ile ortaya konmaktadır (62: 16).

Moda nadiren doğanın verdiği silüetle yetinir. Tersine, genellikle belirli bir bölümü veya niteliği erotik çekiciliğin merkezi haline getirmeyi tercih eder.

Flugel'in, modayı cinsel imayı artırma arzusuyla açıklayan görüşleri de "Giysilerin Psikolojisi" adlı kitabında "değişen erojen bölgeler kuramı" ile açıklanmaktadır. Flugel, modanın bütün çeşitlemeleri arasında en büyük önemi ve ağırlığı taşıyan faktörün, vücudun en çok öne çıkarılan kısmıyla ilgili olanı olduğunu vurgulamaktadır (34: 9).

Tarihin çeşitli evrelerinde kadın cinselliği belli dönemlerde belli bölgeler öne çıkarılarak vurgulanmıştır. Örneğin; 1920'li yıllarda moda tarihi açısından devrim sayılacak değişimler yaşanmıştır. Genç kız stilleri denilen; giysilerden çok vücudun sergilendiği, olgunluktan çok gençliğin idealleştirildiği gövde yerine kollar ve bacakların – mini etekler, kolsuz, yakasız elbiseler ve üstler ile – erotik değer kazandığı moda anlayışı hakim olmuştur (49: 57) (Şekil 95).



Şekil 95: Genç kız stilleri (23: 170).

1929 borsa faciasının ardından bir mali bunalım yaşanarak 1920’lerdeki modanın zıddı bir akım gelişmiştir. Etek boyları uzamış, erotik ilgi merkezi; bacak ve kollardan sırtı kayarak “gövde” olmuştur. Gündüz giysilerinin bile sırtında bir kesik yer almış ve etek kalçalara sımsıkı oturarak kalçanın biçimini ortaya çıkarmıştır. Sırtın bele kadar açık bırakılması 30’lu yılların başlarının karakteristik özelliğidir ve tüm giysiler arkadan bakılmak üzere tasarlanmış gibidir (31: 12) (Şekil 96).



Şekil 96: Madeleine Vionnet, 1933 (23: 87).

2.7.4.1. Değişen Erojen Bölgeler (Flugel ve Laver'in) Kuramının Eksikleri

- Kadın giyiminin başlıca amacı yalnızca cinsel cazibe ile açıklanamaz.
- Erkeklerin gözü ile kadınlarda erojen bölgeler dikkate alınırken, kadınların gözü ile erkeklerde buna denk düşen bölgeler aranmamaktadır.
- Erkekler cinsellik hedefi olarak görülmeye isteklidirler. Ama bunun yanında, mütevazî bir bayan giyimi, her ne olursa olsun, tutarlı bir şekilde “cinsel cazibe modası” olarak yorumlanmaktadır.

Laver'in kadın giyimini başlıca baştan çıkarıcı olarak yorumlaması, kadınların giysilerinde çok, (genel olarak) kendilerinin toplum içindeki rolünü belirtmektedir (62: 44).

- Modada “erojen bölgenin” bir yerden diğer bir yere kaydırılıyor olması (Örn.: Göğüslerden, sırtta) bahsedilen bölgeden bıkılmış olmasıyla açıklanamaz. Çünkü bu değişimlerin yaşadığı dönemde bu tür bir bıkınlığın oluştuğuna dair ikna edici hiçbir delil yoktur (hatta tersi söylenebilir). Laver'a göre kadın sırtının, erkekler bacaklardan bıktığı için 1930'larda erotik bölge olarak seçildiği kesinlikle yanlıştır (62: 42).
- Giyimde kararsızlığın yalnızca ölçülülük ile gösteriş arasındaki ikilemden kaynaklandığı.
- Ayrıca “değişen erojen bölgeler kuramı” yalnızca Batı toplumları için geçerli görünmektedir. Giysilerde erotik ilgi odağının moda çarkının belli dönemlerinde değiştiği (veya değiştirildiği) bilinmektedir.

Diğer bir sorun; erojen bölgelerin neresi olduğu kabulüdür. Bu bölgeler her yerde aynı mıdır? Ve her zaman aynı mı kalırlar? Batı ülkeleri için değişebildiğinin birçok örneği görülmüştür. Ama bazı farklı toplumlarda Batılı ülkeler için çekici olmayan ve hatta itici olarak görülebilen unsurlar erotik anlamlar ifade edebilmektedir. Bunlardan bazıları; şiş dudakların Afrika halklarında cinsel heyecan uyandırması; Çin'lilerin kadın ayaklarına; Japon'ların da kadın enselerine olan hayranlıkları vb. Bu bölgeler bahsedilen toplumlarda başından beri ifade ettiği erotik anlamı korumuşken, Batı toplumlarında erojen bölgeler moda akımları ile değişebilmekte, diğer örneklerdeki toplumlar gibi belirlenmiş o bölgeler sürekli tapılan yerler olarak kalmamaktadır.

Kültürel görelilik ve cinsel rollerle ilgili kalıplar bazı toplumlarda değişmez kalırken, batı toplumları için hemen her unsur değişebilir nitelik taşımaktadır. Batı toplumlarında erotizm – iffet kararsızlığını yaratan kaynaklardan belki de en önemlisinin, Yahudi – Hristiyan ahlakının cinselliği kötüleyip, ölçülülük ve iffeti yüceltmesi olduğu görüşü hakimdir. Ahlaki kuralların cinsel ilişkiyi tümüyle evlilik içinde ve üremeye yönelik eylemlerde kısıtlı tutması iffet kavramını daha öne çıkarmıştır.

Diğer taraftan gelişen karşı tepki ise romantizm ve erotik hazzı merkezi bir yere oturtmuştur. Modern dünyada doğum kontrol hapları ve diğer benzeri yöntemlerin hızla gelişmesi de bu eğilimi daha da güçlendirmiştir. 18. yy.'dan ve özel olarak da Victoria Dönemi'nden sonra; evliliği romantik aşkla ve ardından da erotik doyumla bağdaştıran kur yapma geleneği (etosu), kararsızlığın erotizm kutbuna güç kazandırmıştır.

Kıyafet aracılığı ile de karşıt kutuplar farklı oranlarda biraraya getirebilmekte ve moda da çoğu zaman bu bileşimin dengesini belirlemektedir. Örneğin 1940'larda C. Dior'un yarattığı "Yeni Görünüm" (47: 191) akımında

bileğin biraz yukarısındaki etek boyları ile 1960'ların sansasyonel mini eteklerini ele alırsak; bunların her ikisi de kendi dönemlerinde estetik, ahlaki vb. gerekçelerle önce gürültülü tepkiler doğurmuş ama sonunda geniş ölçüde kabul görmüştür (Şekil 97).



Şekil 97: C. Dior; “Yeni Görünüm” (35: 15).

Yine kadın giyiminin geniş kabul görmüş bazı giyim tarzları vardır ki karşıt bir eğilimi hiçbir şekilde ortadan kaldırmaz. Batı toplumunun giyiminden, karşıt kutuplara örnek olarak iki uç örnek olan bikini (veya monokini'yi) ve rahibe kıyafetini ele alacak olursak; Rahibe kıyafeti, bir (dereceye kadar) erotik ilgi odağı olan yüzün açıkta kalmasına izin verirken; bikini ise tüm açıklığına rağmen mahrem bölgeleri estetik biçimde gizlemeyi başarmaktadır. Kıyafet konsundaki bu uç örnekler bile, yüzyıllar boyunca Batı giyiminde özellikle de 18. yy. sonlarından günümüze benimsenen kadın giyiminde büyük oranda kodlanmış olan erotizm – iffet geriliminin genel anlamını ortadan kaldırmadığını göstermektedir (19: 109).

Tabii, geçmişte ve günümüzde giyimde bu tür gerilimlerin görülmediği ve insanların dünyada çıplak dolaşmakta özgür olduğu kültürler de bulunmaktadır (34: 8). Ancak gelişmişlik düzeyine bağlı olarak moda olgusunun görülmediği bu tip kültürler araştırma kapsamının dışındadır. Çünkü insanların tamamen ya da hemen hemen tümüyle giysisiz dolaştığı – ilkel kabileler vb. – toplumlarda erotizm – iffet diyalektiğine ilişkin hiçbir referans göze çarpmaz. Ayrıca “nüdistler” olarak tanınan bir grup bulunmaktadır. Batı toplumlarında yeralan nüdistler “sağlık”, “doğallık”, “dürüstlük”, “açıklık” adına protestolar gerçekleştirmek amacıyla halk arasında çıplak dolaşmaktadırlar.

Çıplaklığın ve erotizmin kültürel bağları o kadar kuvvetlidir ki, Batı'daki erotizm– iffet diyalektiği açısından bakıldığında, bir yaşam tarzı olarak nüdizm (belki de) ironinin doruğunu oluşturmaktadır. Doğal çıplaklık (amaşsız ya da bilinçsiz çıplaklık) yalnızca ilkel toplumlara özgüdür. Çünkü medeni insan için utanma duygusu, cinsellikle bağlantılı bir unsurdur. Nüdizm, hangi ileri amaçlara hizmet ederse etsin; toplum halâ herkesin içinde çıplak olmayı (çoğu yerde) doğrudan suç saymasa da, ahlaksızca, müstehcen ve gayri meşru kabul etmektedir (34: 8).

Fred Davis, 1983 tarihli yazısında nüdistler arasında kalmış (dışardan) kişilerin gözlemlerine dayanarak; rastgele çıplaklığın erotik etkiyi şaşırtıcı bir biçimde tersine çevirebildiğini gözlemlemiştir (19: 110). Böylece nüdizm, giyinme ile sağladığı koruyucu gücü iffetin elinden almakla, erotizmin sönmesine yolaçmıştır.

Erotizme dayalı kuramlarda amacın kadın giyiminin her türlü incelikten uzak bir şehvet dürtüsüne seslenmek amacıyla tasarlandığı söylenemez. Ancak birincil hedef bu olmamasına rağmen bu tür duyguları uyandırdığı da bir gerçektir. Ayrıca, gizleme, maskeleye, yadsıma ve hesaplı bir belirsizlik unsurlarının da denkleme katılıp çoğu giyimden yansıyan erotik diyalektiğin ayrılmaz bir parçası haline geldiği açıktır. Bunun bir çok örneğini günlük hayatta, tarihte ve sanatta bulabiliriz. Ünlü ABD’li modacı Calvin Klein’in hazırladığı bir koleksiyonunda erotik ifade; giysilerin göbek vb. bölgelerini bir çizgi halinde açıkta bırakarak teni biraz gösterme ile sağlanmıştır. Vücudunun bilincinde olanlarca giyildiğinde altın kuralın sonuçları rahatça alınabilecektir.

Mutlaka tenin çok geniş yüzeylerinin sergilenmesi daha erotik olmayı sağlamaz ve bazı durumlarda tersi etkiler yaptığı gözlenebilir. Giysinin vücut ile saklambaç oynaması daha yerinde ve etkilidir. Giyimde cinsel cazibe konusundaki altın kural “herşeyi göstermemek”tir. Bu yönden her zaman için, hiçbir tahmine yer bırakmayan, çok belirgin biçimde seksi olan giysilerden daha etkileyicidir (Şekil 98). Giyinmek suretiyle kapatılan vücutta bilinmeyenin verdiği gizemli bir çekicilik vardır. İlkel insanlar normal zamanda hiç kıyafet kullanmadıkları halde, bazı zamanlarda eteğe benzer örtülere sarılıp dans ederek cinselliklerini ön plana çıkartmaya çalışmışlardır. Medeni insan ise tam tersi bunu soyunarak gerçekleştirir. Çıkarılacak sonuç; çekiciliğin daima alışlagelmemiş bulunanda olduğudur.

Cinsel rol ve toplumsal statüde olduğu gibi, giyimde erotizm ile ölçülülük arasındaki etkileşim de çok farklı etkilere neden olabilmektedir. Yaratıla(bile)n karşıtlıklardan bazıları; iffetli – iffetsiz (bazı kaynaklarda bu ifade “Meryem – Orospu Sendromu” olarak geçmektedir); terbiyeli – terbiyesiz; açık (relax) – çekingen; manevi – dünyevi; ince düşünceli – kaba; sade – göz kamaştırıcı (10: 38) vb. sayılabilir. Bazılarını saydığım, giysinin yüzyıllardır evirip çevirerek oynadığı erotik anlamı büyük ya da küçük “simgesel karşıtlıkların” sonu yoktur. Bu karşıtlıkların, belli görsel tasarım özellikleriyle simgesel çağrışımlarda bulunabilmesi birçok karmaşık bilişsel süreçten kaynaklanmaktadır.



Şekil 98: Calvin Klein 2000 Kreasyonu.

Sahlins, “Amerikan Giyim Sistemi” başlıklı yazısında (10: 411) yapıya dayalı bir perspektif benimseyerek; renk (açık – koyu karşıtlığı) parlaklık (parlak – mat), doku (pürüzlü – pürüzsüz), doğrultu (yatay – dikey), çizgi (düz – kavisli) vb. gibi biçimsel özelliklerin tümünün, insanların da çoğunlukla bilincinde bulunduğu sistematik yollarla cinsiyete, statüye, yaşa, mesleğe,

hayat tarzına, etnik kimliğe vb. temel kültürel ayrımları kodlama amacına hizmet ettiğini savunmaktadır (Şekil 99).

Bunlara ek olarak, dokunma ve kokuya ilişkin nitelikleri de, giysinin tamamlayıcılarından bazıları olarak saymamız yerinde olur. Örneğin; parfüm konusundaki geleneksel kabule göre; çiçek esanslı hafif (fresh) kokular genelde sadelik ve iffeti çağrıştırırken, yağ esanslı kokular ise seksiliği (cinselliği) hatırlatmaktadır.



Şekil 99: Giysi kodları.

Erotizm – iffet diyalektiğine verilebilecek sergileme– gizleme karşıtlığındaki biçimsel tasarım özelliklerinden yararlanan başka bir örnek de “sütyen”dir. Göğüs bölgesini gözlerden uzak tutmasına rağmen, göğsün daha çok dikkat çekmesine neden olmaktadır. Kat kat giysilerin altından bile dışı görünümün tanınmaması imkansızdır. Tarihin bazı dönemlerinde bu dışı görünümün yok edilmesi amacıyla (53: 233) göğüsler farklı tasarımlardaki

sütyenler, korseler vb. ile bastırılıp düzleştirilmeye bile çalışılmıştır. Vücut açısından bu sağlıksız uygulamalar (34: 5) bir süre sonra karşıt moda oluşumları ile geri dönmemesine yolculmuş ve sütyen doğal dişi silüetini koruma amaçlı görevini yerine getirdiği modern tasarımları ile hayata geri dönmüştür (Şekil 100).



Şekil 100: Doğal kadın silüeti.

Moda yaratan karşı kutuplar arasındaki gerilimlerin bir başka önemli görsel tasarım özelliği de, büyük anlamları simgesel olarak sıkıştırıp tek bir giysi parçasının tasarımına sıkıştırmaktır. Konuyla ilgili en iyi örneklerden bir diğeri kadın ayakkabılarıdır. Örneğin; arkası askılı ayakkabıların dekolte olduğu söylenir, bağcıklı ve düz tabanlı ayakkabılar ise cinsellikten uzak bir ağırbaşlılık taşırlar; üst yüzeyinde derin bir oyuk bulunan dilsiz ayakkabılar göğüs dekoltesini simgelemektedir; iğne topuklar saldırgan bir cinselliği,

parmakların açıkta bırakılması iç çamaşırlarını sergileme arzusunu göstermektedir (10: 88). Mimi Pond'a ait olan bir araştırma sonucu elde edilen bu bulgular; kıyafeti oluşturan görsel küme içinde göreceli olarak çok küçük olduğu düşünülen bir unsur olarak ayakkabının, cinsel nitelikli çok sayıda bilgi içerebileceğini göstermesi açısından ilgi çekicidir. Kadın ayakkabısına bakan herkes için bu anlamların çok kesin olacağı söylenemese de, çağrışımların kültürel birikime, duruma, yere ve giysi içinde bir bütün olarak düşünüldüğünde yaklaşık düşünceler uyandırdığı saptanmıştır. 1960'lı yıllarda kesin bir biçimde modası geçene kadar yıllar boyu kadın şapkalarının da böyle bir işlevi olduğu söylenmektedir.

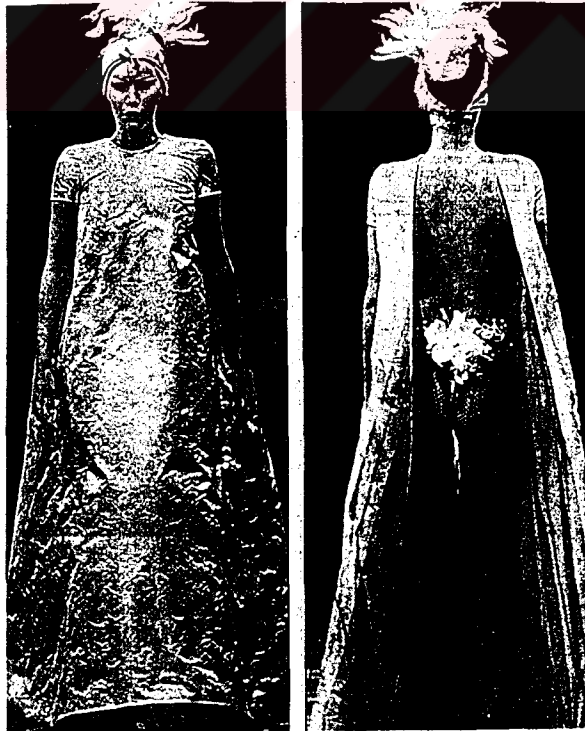
Erotizm iffet diyalektiğinin tanıdık bazı manevraları; transparan kumaş ile tasarlanmış giysiler, iliklenmemiş düğme veya düğmelerdir (etek, bluz vb. dış giyim parçalarında). Kesimi tamamen ağırbaşlı (sade, sıradan) bir eteğe yırtmaç açarakta benzeri etkiler yaratılabilmektedir (Şekil 101).



Şekil 101: Transparan ile yaratılan erotizm.

20. yy. başlarında henüz etek boylarının çok kısa olmadığı dönemlerde (1930'larda) açılan (fazla abartılı olmayan) yırtmaçlar ile sağlanan "bir anlık bakışa yakalanan çorap" görüntüsü (özellikle o dönemler için) "şok yaratacak bir şey" olmuştur.

Günümüz modacılarının çalışmalarından da benzer örnekler verilebilir; YSL, Dior, Ungaro ve Givenchy'nin birbirlerinden habersiz hazırladıkları aynı döneme ait koleksiyonlarında kadife ve saten kullanarak, önden görünüşü kapalı gece kıyafetleri tasarlamışlardı. Yalnız, manken arkasını dönünce, giysilerde sırtın tamamen açık bırakılmış olduğu ve kalçanın büyük bir fiyonk ile ya da aşırı kabarık eteklerle vurgulandığı görülmekteydi (Şekil 102). Tüm bu örneklerle kodlanmak istenen, tam olarak ne erotizmdir ne de ölçülülük; bu ikisi arasındaki karşıtlıktan doğan gerilimdir. Ve bu gerilim değişik zamanlarda ve değişik yerlerde iki kutup arasında farklı biçimlerde dengelenmektedir. Sonuçta sağlanacak olan denge ya da dengesizlik de giysiyi giyenin cinsellik konusundaki kimliği (tercihi) hakkında gerçek bir mesaj verecektir.



Şekil 102: Erotizm – iffet diyalektiği.

Erotizm–ıffet diyalektiğinin özellikle kadın hareketinden (feminizmden) kaynaklanan ideolojik etkilere karşı geliştirdiği karışık tepkiler vardır. Örneğin; 1977 koleksiyonlarında mini eteğin tereddütlü bir biçimde yeniden ortaya çıkışını; Eteklerin 1920’leri yadetme amacı taşımasına rağmen, o dönemdekinden çok farklı bir şekilde bugün bacakları gizleyen çizmeler, dizlikler, tozluklar vb. ile kombine edilerek lanse edilmiştir. Buradaki amaç gerçek bir çift bacağın mini eteğe kattığı etkiyi yumuşatmaktır.

Değişen tarzlar, yüzeyde keskin bir erotik mesaj olarak görünen şeyi bastırıp, tamamen farklı hale getirebilmektedir. Bu, modanın klasik işleyişi sonucu karşı tepkinin gelişip, ölçülülük-gösteriş karşıtlığından doğan gerilimle daha fazla çekicilik potansiyeli yüklenmiş merkezlerin, özellikle gizlenip, bastırılacak bölgelere dönüşümüne bir örnektir.

Seksilik kavramı genel kabulü, moda aracılığı ile de zaman zaman çok farklı tarzlarda gözlenebilmektedir. Örneğin; 1978 sonları, 1980 başlarında tasarlanan yeni kadın tipinde seksiliği simgeleyen; giysiler altındaki vücut olmuştur. Androjen bir görünüme varacak ölçüde jogging, jakuzi banyosu, egzersiz ve diyet yapmış vücut (Şekil 103).

Moda döngüsünün kaynağı olan bu sonsuz çeşitlilikteki karşıt gerilimlerin bazı dönemlerde ağırlıklarını koyarak hakim akımlar yarattığı görülmektedir. 1. Dünya Savaşı sırasında başlayan erotik kutup doğrultulu yönelim de bunlardan biridir.

Belin sıkılması ve göğüs dekoltesi Batı giyiminde cinsel anlamlar yaratan birincil simgelerdir. Sanat Tarihçisi David Kunzle, Victoria Dönemi’ndeki korselerle vücudu sıkan giysilerin, kadınların toplumsal kısıtlanmışlığını ve erotik haklarını kendi iradeleriyle kullanmaktan mahrum bırakılışlarını simgelediği görüşündedir. Victoria çağında yoğunluğunun zirvesine ulaşan Hristiyan cinsel baskısı aynı zamanda çeşitli bilinçlemeler

için karar aşaması olmuştur. Frazer, savaş, çalışma vb. nedeniyle cinselliklerini ifade için daha az aracı bulunan kadınların, diyalektik bir karşılık geliştirdiklerini savunmaktadır. Sıkıca sarma ilkesi ile Hristiyan çileciliğine, bedeni ve benliği yadsıyan ideale cevap verirken, (göğüslerin) teşhir ilkesi ile de kendini ifadeye yönelik cinsel içgüdüye cevap verilmektedir (10: 80).



Şekil 103: Güçlü yeni kadın görünümü için kas yapma idmanı, 1980 (32: 223).

Kadın giyiminde korse, reform amaçlı kampanya sayesinde değil kadınların ve erkeklerin cinselliklerini de kendilerini de ifade etmeleri için başka araçlar bulunduğu için ortadan kalkmıştır.

Fred Davis, Victoria dönemi kadın giyiminde, görünüşte ağırbaşlı izlenimi yaratılmasına rağmen, “erotize edilmiş detaylar” saklı bulunduğu görüşünü vurgulamaktadır. Ayrıca diğer bazı yazarlar (34: 9) gibi O’da, bize

son derece iffetli, cinsellikten kesin biçimde arındırılmış gözükten bir giysinin, o çağdakilerin gözüne çok farklı görünmüş olabileceğine dikkat çekmektedir.

Görülüyor ki erotizm ve iffet doğrultusundaki kararsız yönelimlerin, günümüzde olduğu gibi o dönemlerde de, Batı giyiminde ve modanın her zaman kıyafeti şekillendirdiği simgesel mücadelede önemli bir rolü bulunmuştur. Victoria Dönemi'ndeki giyimde, karşıt kuvvetler arasındaki denge bugünkünden oldukça farklı gerçekleşmiş görünmektedir.

Batı'nın kıyafet kodunu oluşturan kaynaklar, tarihsel ve estetik olarak günümüzde en narin inceliklere ulaşacak kadar zenginlik ve çeşit kazandırmıştır. Ancak, genel olarak sanatta da olduğu gibi, bir çok şey “izleyicinin kalitesi”ne bağlıdır. Modacılar için, ne kadar sezgisel, incelikli de olsa, tasarımcıların iletmeye çalıştığı niteliklerin, çelişkilerin, hesaplanmış belirsizliklerin ve paradoksların alımı, o giysiyi giyenler ve izleyenler tarafından takdir edilip edilmemesine bağlıdır.

İzleyici, çeşitli yaş, cinsiyet, sınıf, etnik kimlik ve hayat tarzı vb. ölçütlere göre kesimlere ayrılmıştır. Bu kesimlerin her biri eldeki kültür ürününü farklı biçimlerde yorumlar (62: 7). Örneğin, hippy tarzı genç kuşak açısından akımın iletmeyi amaçladığı mesajları açıkça anlayabilirken (ister uygulasin ister uygulamasin ve onaylasin – onaylamasin ön yargı ile yaklaşmazken), belli bir yaş diliminden sonra (üst yaşlardakilerce) mesaj amacına ulaşamamakta, yalnızca şekilsel olarak görülmekte ve (sırf bu nedenle) olumsuz tepki ile karşılanmaktadır. Bunlar dikkate alındığında, görsel alışkanlıklar ve kültürel akımlardan zekice yararlanan bir çok incelikli tutumun, en azından moda bilinci sayesinde bu tür nüansların farkına varabilen izleyici kesimlerine bir şekilde kendi mesajını iletmeyi başardığı görülmektedir.

Yüzyıllar boyunca modanın da ortaya koyduğu gibi akımlarda ani ve derin geriye dönüşler yaşanabilmektedir (57: 157). AIDS ve cinsel yolla bulaşan hastalıkların kamuoyunda giderek artan endişelere yol açmasının dahi bu geri dönüşlerde zaman zaman payı bulunmaktadır.

Moda tasarımcısının zihninde “yeni bir fikir” olarak doğan giysiler, çoğu kez zamanın hakim görsel anlayışıyla ilk başlarda çelişir görünmekte ama şaşılacak kadar kısa bir sürede de bütün bir halk tarafından beğenilir hale gelmektedir. Modanın bu şaşırtıcı yönü onun hayatta kalabilmesinin (ölümsüzlüğünün) sırrıdır. Daha önce de değinildiği gibi modanın özü de böyle bir görsel dönüşme sürecidir ve aynı zamanda düşünsel ve duygusal yoğunluk taşımaktadır. Birgün “in” olan, birgün “out” olabilmektedir. Dün çekici gelen, bugün rüküş bulunabilmektedir. Modanın çekiciliğinin bu kadar kaprisli ve hileli olduğunu oldukça iyi bilsek ve bazen karşı koymaya çalışsak da, sonunda yine ona boyun eğimiz.

Yaşadığımız teknik, bilgi ve sanayi çağında; moda konusundaki yeniliklerin, organize olmuş kitle propagandası aracılığı ile yayımında, kitleleri etkilemenin neredeyse sınırsız yollarının kullanımı karşısında fazla direnmemiz de (açıkçası) mümkün değildir. Değişimlerle moda, kişilerin farklı ve yeni görünmelerini sağlar. Bireyler sürekli olarak uygun gördükleri grup yapısına uyabilmek için, nasıl davranmaları, ne giymeleri gerektiğini bilmek isterler. Bu nedenle moda döngülerini bir araştırmacı, hassasiyeti ile izleyenleri dahi bulunmaktadır.

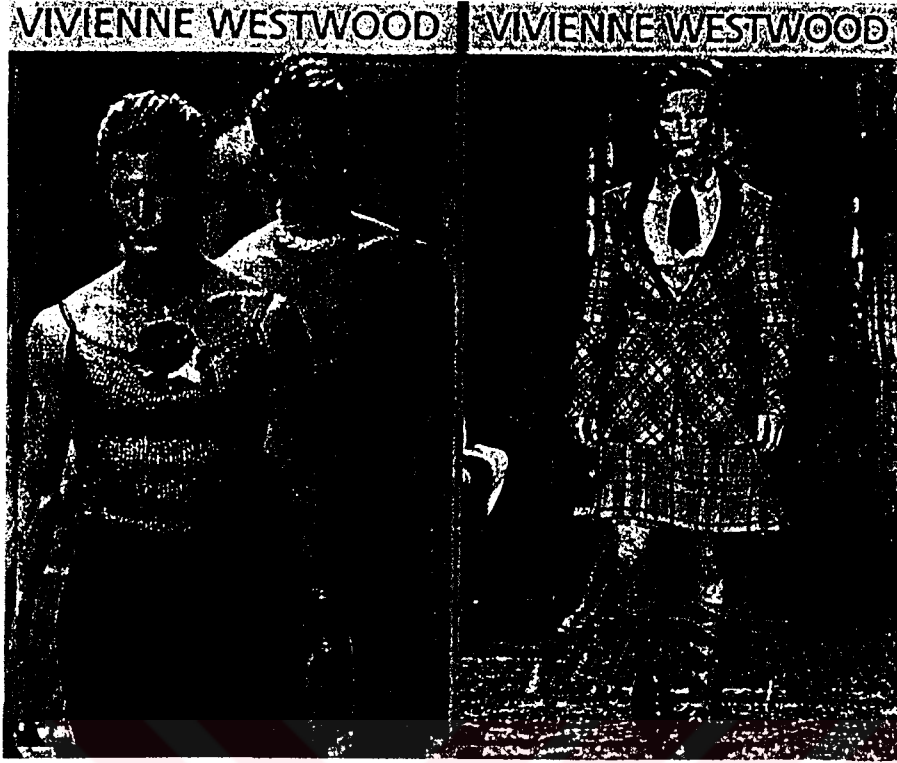
2.7.5. Giyim ve Cinsel Kimlik

Batı’da modanın tarihini belirleyen unsurlardan biri de, bir cinsin diğerine ait kıyafeti ve onunla ilgili donanımı taklit etme yönünde duyduğu kimi zaman açık, çoğunlukla da bastırılmış arzudan kaynaklanan derin simgesel gerilimdir. Bunun örnekleri kadınların, erkek egemenliğine tepkisi

halinde çeşitli dönemlerde görülmüştür. Kadınların bu tavırları başlarda tepki ile karşılanmış olsa da, zamanla yumuşayarak hoşgörü ile izlenmiştir. Ancak, erkeklerin karşı cinsin giysilerine bürünmesi ya da kendi cinsel kimliklerinden uzaklaşması ise böyle bir onay görmemiştir (Şekil 104, Şekil 105, Şekil 106).



Şekil 104: Toplumca belirlenmiş cinsel kimlik rolleri.



Şekil 105: Cinsel kimlikte giysiyle yaratılan belirsizlik.



Şekil 106: Kimlik tanımlamada giysi faktörünün rolü.

Giyimde cinslerin birbirini taklit etme tavrı, 18. yy. ortalarına kadar ayrıcalıklı sınıflarda (sıradan halk, 19. yy.'a kadar çoğunlukla modanın dışında kalmıştır) erkek tarafında, kadın tarafına göre biraz daha belirgindir. 19 ve 20. yy.'larda ise bu durum tersine döner ve hatta her iki cins için de moda olan, giysiler çok fazla ortak nokta taşımaya başlar (60: 2) (Şekil 107).



Şekil 107: Cinsel kimlik rollerinin değişimi.

Giyim tarihçisi Laver, 19. yy. öncesinde modayı takip eden çevrelerde giyimde cinsiyet ayrımının, o dönemden sonraki dönemlerde, hiçbir zaman görülmediği kadar belirgin biçimde vurgulanmadığını belirtir. 18. yy.'da aristokrasi ve burjuvazinin onu taklit eden üst kesimleri içindeki kadınlarla erkekler; zengin görümlü dantelleri, kadifeleri, kaliteli ipekleri ve nakışları cömertçe kullanmaya, süslü püslü ayakkabılara, saç yaptırmaya, peruklara ve rokoko süslemeli şapkalara, ayrıca kokulu pudraları, allık ve pekçok başka kozmetiği bol bol kullanmaya eşit ölçüde meraklıdır (34: 12).

Moda konusunda araştırmalar yapmış olan Bell, Brenninkmeyer ve Koning'e göre Avrupa Topluluğu'ndaki yapısal dönüşümde ağır basan değerler; "ok çalışma, ağırbaşlılık, tutumluluk ve kişisel ekonomik ilerleme" olmuştur (19: 49). Yine Batılı bazı araştırmacılar, kadınlar ile erkeklerin birbirlerinden o kadar ayrı giyinmesinin altında, burjuvazinin Protestan ağırlıklı bu ahlaki değerleri yansıtmaya isteği olduğunu öne sürmektedirler. Ve buna uygun olarak erkek giyimi, 19. yy. ncesi çok incelikli, zarif, zengin, amatör servenciliğe uygun ve artık "yoz" kabul edilen değerlerin reddini dile getirecek başlıca görsel araç olmuştur.

Toplumsal gelişmeler doğrultusunda artık erkekler açısından bu şekilde zenginliği sergilemenin, hiçbir iş yapmıyor olduğunu göstermek gibi simgesel bir değişime uğraması; modada erkeklerin yeni çağın ölçülü değerlerine uygun "daha basit, kaba, sade, ağırbaşlı" giyinmeleri zorunluluğunu getirmiştir.

Kadın giyimi de Avrupa toplumundaki bu yapısal değişimlerden etkilenmiştir. Fakat bu değişiklikler, kadınların toplumsal rolünde erkeklerinki kadar belirgin farklılaşma olmadığı için fazla radikal olmamıştır (34: 144). En çok tuvaletler ile dışarıda giyilen giysiler birbirinden ayrılacak kadar sadeleşmiş, saçlardaki kule gibi yükseltiler azalmış daha az dikkat çekici hale gelmiştir.

Tüm erkeklerin çalışma hayatında aktif yer alması ile sadeleşen, ciddileşen, açık şekilde cinsiyet ayrımını vurgulayan giysileri, – zellikle de 19. yy. başlarında – kişiliklerinin başka yönlerini de ifade etmek için, kıyafetten yararlanmalarını neredeyse imkansız kılmıştır. Erkekler benliklerinin meslekle ilgisi olmayan – kazara da olsa – uzaktan kadınsılığı, pasifliği ya da tembelliği çağrıştıran her türlü giyim eşyasına karşı aşırı hassasiyet ve tepki göstermeye başlamışlardır. Geleneksel orta sınıf erkek giyimi, katı bir biçimde iş ve kariyere ilişkin değerlerle sınırlı tutulmuş,

mesleki başarı ile bunun getirdiği gelire ve prestije ulaşma ayrıcalıklarına odaklanmıştır. 19. yy.'dan beri yetişkin erkek giyiminin şaşırtıcı biçimde yaratıcılıktan yoksun olmasının da bu tutumdan kaynaklandığı düşünülmektedir (Şekil 108).



Şekil 108: Klasik erkek giyimi.

Erkek kıyafetleri hayli kısıtlanmış olmasına rağmen, kadınların kıyafetleri ise önceki yüzyıllardaki incelikli özelliklerini ve çeşitliliğini korumuş, hatta daha da geliştirmiştir. Kadın ve erkek giyimleri aynı bütünün parçalarıdır. Sonuç olarak ikisi birlikte, iç bütünlüğü ve tutarlılığı olan bir gösterge sistemi oluşturup; toplumda kültürel, genel kabul gören cinsiyete dayalı iş bölümünü incelikle meşrulaştırırlar. Erkeklerin giysi ile kendilerini ifadeleri her ne kadar kısıtlanmışsa da bu, 19. yy'da bütünün diğer yarısı olan kadın giyimi ile dengelenmiştir. Kentli burjuva ailesinde hanım ve kızlar; giyimleri, diğer tükettikleri ve dekorasyon stilleri ile ailenin, – özel olarak da –

erkeğin statü iddialarını duyurmak üzere birer ifade aracı olarak kullanılmışlardır (10: 14).

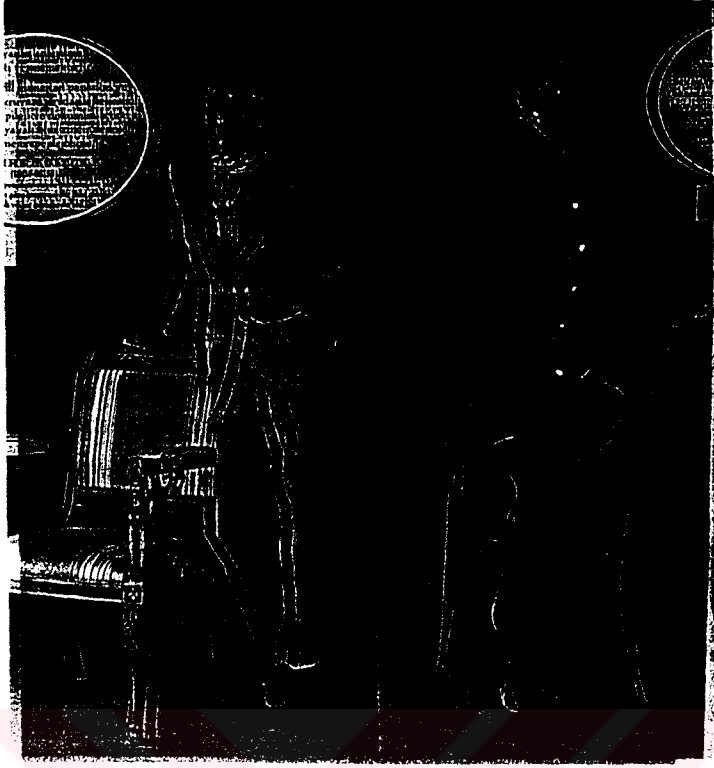
Kadın giyimi açık bir biçimde daha incelikli, daha zengin ve detaylı olması avantajlarıyla, kadınların kişiliklerini ifadede daha fazla simgesel göstergeye sahip olmalarını sağlamıştır. Ancak bazen kadınlar bu zenginlikten kaynaklanan karmaşık simgesel ifadeleri kullanırken; abartma, uyumsuzluk, ayrıntıları gözden kaçırma ya da takıntı haline getirme gibi hatalara da düşebilmektedirler. Kadınların giyimde hata yapmaları toplumda kolaylıkla görmezden gelinebiliyor olmasına rağmen, erkek için (temel bir statü iddiasının ifadesi olduğundan) söz konusu bile olamıyordu.

Orta sınıf içinde statü iddiasını belirleyen – o dönemlerde – erkeğin mesleki durumu ve sahip olunan zenginliktir. Bu nedenle giysi göstergelerinde yapılan değişiklikler bir cins için eğlenceli bir oyun olabilirken, diğeri için simgesel bir intihar anlamı taşımaktadır (Şekil 109).



Şekil 109: Karşı cinsin giysi kodlarının kullanımı.

Sanayi devrimi ile kadınların giysileri; hem çalışma şartlarındaki fiziki zorunluluktan dolayı, hem de kendi kişilik göstergeleri arasında erkek statüsü ile erkeksiliği katma tercihleri doğrultusunda erkeksileşmiştir (Şekil 110).



Şekil 110: Masculen giyim tarzları.

Kadınların bunun için kullandığı materyaller oldukça çeşitlidir; silindir şapka, melon şapka, denizci kasketi, erkek gömleği, erkek kravatı, Oxford gömleği, papyon, askeri sembol ve nişanlar, süveter, meşin motorcu ceket, yelek, oğlan saç kesimleri, dazlak kafa, makyajsız görünüm, dövme, binici kırıbaşı, baston, ince-uzun siyah erkek şemsiyesi, erkek ayakkabısı, tulum, pantolon askısı vb. ... Belli başlı bir bölümü sayılan bu kıyafetlerin çoğu, günümüz unisex giyimi ile çoktan kadın gardrobuna dahil olmuşlardır (Şekil 111).

Modern çağda kadın – erkek giyiminin farklılaşarak evrim geçirmesi tarihsel bir rastlantı sonucu değildir. Ancak erkeklerin giyiminde kadınsılık izlerine, – kadınları ile karşılaştırıldığında – oldukça az rastlanır. Varolanlar da oldukça ürkek gerçekleştirilmiş girişimlerdir. Bu hareketlerin en güçlülerinden biri, 1970’li yılların başında ortaya çıkan ve başlangıçta

gerçekten kadın giyimindeki radikal değişimlere paralel şekillenen akımdır. Erkekler; parlak renklere yönelmiş, iri desenli ve vücuttan dökülen yumuşak kumaşları kullanmışlardır (Şekil 112, Şekil 113).



Şekil 111: Erkek giyim kodlarının kadınlarca kullanımı.



Şekil 112: 1960'lar, Londra (28: 61).



Şekil 113: Geniş paçalı blue jean modası (28: 117).

1960 – 70 yılları arasında erkeklerin giyimlerindeki feminen tarz “Tavus Kuşu Hareketi” olarak adlandırılmıştır. 18. yy. ve 19. yy. başlarını kapsayan bu dönemde de diyebiliriz ki “erkek kuşun tüyleri de en az dışının ki kadar göz alıcı”dır (50: 482). Ancak belirtilen değişikliklerin erkek gardrobundaki hakimiyetleri fazla sürmemiş, on yıl içinde üç parçalı koyu renk iş giyimi, erkek gardrobundaki simgesel hakimiyetini tekrar kazanmıştır. Bu dönemde kadınlar ise kısa saçlı, sütyensiz, kot pantolonludurlar. Yakın tarihten bir örnek verecek olursak; 1984 yılında Fransız moda tasarımcısı Jean Paul Gaultier erkekler için alışılmışın dışında bazı giysiler sunmuş; fakat aşırı ve oldukça değişik tepkiler alması sonucunda, alıcıları olmasını istediği erkek müşterilerine defile sonrasında; “erkekleri 1960’lı yıllardaki gibi kadınlaştırmayı amaçlamadığı”na dair sözlü mesajlar vermek zorunda

kalmıştır. Koleksiyonda yer alan parçalardan bazıları; saronglar, önünde etek gibi bir parça bulunan, paçaları dikişsiz pantolonlar ... vb.'dir. Bu giysiler bazı kesimlerce çok kadınsı, bazılarınca ise düpedüz alaysı, ilgi çekme vs. amaçlı bulunmuştur.

1950'lerin sonlarına doğru Paris'te, Pier Cardin'de ilk erkek butiklerini açtığıında, butikler erkeklerin, "erkek modası" düşüncesinden bile kadınsılık (belki de eşcinsellik) kokusu alarak, sıkılganlıkla kabullerini görmüştür (62: 16) (Şekil 114).



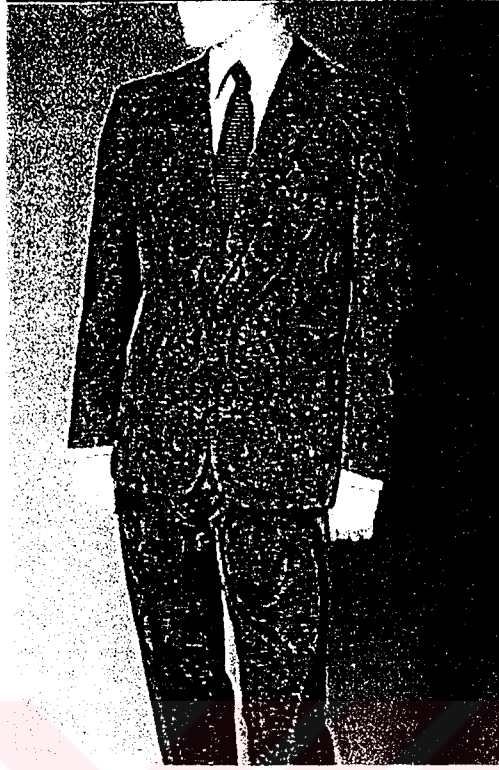
Şekil 114: Androjen eğilimli erkek giysi tasarımları.

Cinsel kimlikteki erkeksilik – kadınsılık kararsızlığından yararlanma doğrultusunda modanın bulduğu çözüm “androjenlik”tir. Androjenlik, giyim eşyası ve görünümde cinsiyete özgü öğelerin, kişinin cinsiyeti konusunda

biyolojik bir “okuma”ya imkan veren özellikleri (sakal vs. olmaması, memelerin ve kalçanın düz görünmesi vb.) ortadan kaldıracak kadar derin bir şekilde birbirine karışmasını ya da silinmesini içermektedir. Androjen vurgular taşıyan modalar, geçen son iki yüzyıl boyunca; I. Dünya Savaşı sonrası dönemde açık bir hüküm sürmüş, 1960’ların sonlarından 1970’lerin ortalarına kadar popüler olan unisex tasarımlarla da doruğa ulaşmıştır (44: 46).

Bazı yazarlar, moda ile yaratılan androjen etkilerin, kadın giyimini cinsellikten arındırmak için değil, erotik çekiciliği arttırmak için kullanıldığı görüşünü savunmaktadırlar. Moda, her ne kadar sıklıkla kadınları erkek giyimine ait unsurları benimsemeye teşvik etse de bunda amaçlanan cinsiyet rollerini değiştirmek değildir. Bunu, cinsiyetlerarası çapraz kıyafet sinyallerinde, daha çok da kadınların, yaygın ve çeşitlendirilmiş biçimde erkek giyim öğelerini kullanmalarında mutlaka bir ironi, çelişki, abartı, uyum vb. simgesel bir niteliğinde bulunmasından (birlikte kullanılmasından) anlamaktayız. Bu yolla gözlemciye, karşı cinsiyete ait normları olduğu gibi kabul etmemesi gerektiği yolunda mesaj verilmektedir.

İçinde bulunduğumuz 90’lı yıllarda da, bazı unisex mağazaların, raflarına yığılı giysilerde cinsiyete göre ayırım yapmayı kesin biçimde reddettikleri gözlemlenmektedir. Genel olarak, Batı toplumlarında androjen giyim modasının simgesel amacının, cinsiyetler arası gerilimleri çözmek değil, dramatize etmek olduğu ve hiçbir zaman radikal boyutlara ulaşmadığı belirtilmektedir. Erkeklerin androjen giysi tarzı ile benimsedikleri; uzun saç, küpe, el çantası, boncuklu deri vb. etnik kolye ve bilezikler, platformlu veya ince topuklu ayakkabılar, kadınlarda ise kısa (erkeksi) saçlar, çok hafif makyaj, erkek gömleği, kravat, pantolon ve pantolon askıları vb.’dir (Şekil 115).



Şekil 115: Etnik etkili giyimin, klasik tarza uygulanması.

Modacılarca tasarlanan androjen giysiler belirtilen dönemlerde her ne sebeple olursa olsun, kendini iki cinsiyet sınırı arasında hissedenenler, teenage alt kültürü, eşcinseller, rock müzikçileri olmak üzere belli marjinal gruplar tarafından daha cesurca tüketilmektedir. Son on yıllarda özellikle eğlence (müzik, film vs.) dünyasındaki şöhretlerin medya aracılığı ile halka iletilen yaşantılarında; erkeklerin kadınlar tarafından kullanılan giyimi, süslenme simgelerini önemli düzeyde benimsemekte oldukları görülmektedir [Örn. Pop müzikçileri; Tarkan, Serdar Ortaç, Aydın vs. kadın stilleri (giyim, makyaj, kaşlara biçim vermeleri) vb.]. Günümüzde yaygınlaşan her iki cinsinde (özellikle de erkeklerin), cinsiyetleri ayıran çizgide yoğun şekilde yer almaları, gelecekte oluşacak bir bulanıklığın simgesel işaretleri olabileceği düşünülmektedir (Şekil 116).



Şekil 116: Cybermod (30: 9).

Kadınların işgücüne katılması, özellikle de ticaret ve kariyer ile uğraşmaları, giyimde cinsiyet kararsızlıklarının ortaya çıkmasında başlıca faktör olmuştur. Bu kararsızlığı ortaya çıkaran kimlik diyalektiği ise cinsiyetler arasındaki tarihsel rol paylaşımından kaynaklanmaktadır (50: 4). Yaklaşık olarak “rol paylaşımı” ile kastedilen; “erkekler için; meslek, ekmeği kazanma, otorite, sonuca götürücü girişimlerde bulunma hakkı..., kadınlar için ise, cinsel cazibe, çocuk yetiştirme, evcimenlik, boyun eğme... vb.” olarak kabul edilmektedir. Cinsiyete dayatılmış bu nitelikler kıyafetlerle o kadar incelikli kodlanmıştır ki; kadınlar, eskiden tümü ile ya da büyük ölçüde erkeklere ait alanlarda eşitlik veya otorite sağlamaya çalıştıklarında, amaçlarını gerçekleştirebilmek için kadınsı giyim tarzlarını – özellikle başlangıçta – değiştirmek zorunda kalmışlardır. Kadınların da çalışma hayatına katılımı ile biçimlenen yeni bir kadın giysi tarzı doğmuş ve tarz

“Başarıya yönelik giyim” ya da “cinselliğe yönelik giyim” olarak adlandırılmıştır (35: 134).

Fred Davis başarıya yönelik giyim tarzı’nı şu şekilde tanımlamıştır: **Koyu tonlarda, ağırbaşlı, erkeksi tarzda tasarlanmış ceket ve iş çantası eşliğinde uzun düz-dar etek. Bir bütün olarak erkeksiliği çağrıştıran, ama ipek bluz, boyunda yumuşak dökümlü fiyonklar, küpeler, el çantası, manikürlü tırnaklar, Chanel tarzı kolyeler ile kemerler gibi kadınsı rötuşlarla yumuşatılan bir görünüm (19: 61) (Şekil 117).**



Şekil 117: Başarıya yönelik kadın giyimi.

Bu şekli ile işkadınının giyimi, keskin bir ayrım içeren cinsiyet kalıpları nedeniyle, sadece cinsiyetteki sayısız kararsızlığı korumakla kalmayıp yenilerini eklemiştir. Giysilerde ciddiyet, sert ve erkeksi hatlarla sağlanırken, bir yandan da kadınlığı yadsıma korkusu (günümüzde çok rüküş hatta gülünç bulunan, hediye paketini andıran, ipek iri boyun fiyonkları vb. kullanma zorunlulukları) bulunmaktaydı. Fakat 1985 yılında başarılı bir iş kadını olan

giyim mağazası “Sekreter papyon kravat takar; gerçek profesyonel olan kadınlar bu kravatlarla ölüme yakalanmaz” düşüncesini ileri sürmüştür (62: 89).

Başarıya yönelik giyim ile kadınların, artık erkek meslektaşlarıyla aynı şekilde giyindikleri için hırs, kararlılık, maharet, mantıklılık, vb. gibi çalışma ortamlarında değerli bulunan niteliklerde, erkeklere eşit oldukları görsel izlenimi yaratılmıştır.

Ancak görüntü ile yaratılan simgelerin başarısı beraberinde bazı ikilemleri de getirmiştir. Kadınlar erkek egemenliği içinde sağlam yerler edinebilmek adına, yüzyıllar boyunca kullandıkları detaylı, zarif ve incelikli giysilerden uzaklaştırılarak Batılı erkeğin kısıtlı kıyafet dağarcığına yönelmeye zorlanmıştır. İş hayatına girişle pekçok engelleme ile karşılaşmalarına rağmen başarıları sonucunda kadınlar, bilinçlenmişlerdir (62: 88).

Erkeklere ait simgesel donanımları kullanmaya zorlanmalarının, cinsel kimliklerinden pekçok ödün vermelerine neden olduğunu gören kadınlar: “Doğal olarak ait olan mesleki hakları sağlama almak için, neden imajımızı erkeklerinki ile aynı kalıba dökmemiz gereksin? vb. gibi soruları – zamanla – yüksek sesle sormaya başlamışlardır. Bunların sonucunda da iş hayatında kullanılabilecek, erkeksiliğin cinsiyet işaretlerini taşımaksızın, ve kadınsılığın; baştan çıkarıcılık, evcimenlik vs. unsurlarını da ortadan kaldıran unisex giysilere yönelmişlerdir. Ne yazık ki günümüzde bile, halâ erkekliğe özgü cinsiyet işaretlerinin gücünün yadsınamaz oluşu, bu olgunun gündelik söylemde dahi kültürel derinliğini açıkça göstermektedir.

Özellikle o yıllarda – erkek egemen ortamda – kadınların iş giyimlerinin erkeksi kodlar taşıması kaçınılmazdır. Ancak günümüzde, artık mesleklerini güvence altına almış olan kadınların, bireyselliği kalıplaşmış bir formüle

indirgeyen bu giyim stili cenderesinde kalmalarına gerek kalmamıştır. Ve yaratılan modalar arasından kendi kişiliklerine en uygun olan ve içinde en çok rahat edebilecekleri giysileri seçme özgürlüğüne sahiptirler (Şekil 118).

Cinsel kimlik konusundaki kararsız yönelimler, sonsuza dek modanın tabii kıldığı simgesel sarsıntılarda rol oynayacaktır. Arkasında; ekonomi, cinsellik, can sıkıntısı, sınıf farklılıkları, vb. gibi binlercesi sayılabilecek farklı güç olduğu söylenirse söylensin, modanın o tükenmeyen esin kaynağının büyük bölümünü, kararsızlık durumlarından doğan kimlik diyalektiği oluşturmaktadır.

Ortaçağ sonlarından günümüze kadar kültür tarihlerinde çeşitli kimlik kararsızlıklarını en çok yaşayan toplumlar Batı toplumları olmuştur (38: 137). Çatışmalarla dolu ve zenginleşmiş bu kültürel alt yapı da onlara her alanda olgunlaşmayı beraberinde getirmiştir.



Şekil 118: Kadın giyiminde özgür çizgiler.

2.7.6. Moda arkı

Bir moda dngs boyunca olanları saptayabilmek için öncelikle (oğu akademisyen, araştırmacı, yazar vb. nin de bazen birbiri yerine kullandıkları aslında farklı anlamdaki) “süreç” ve “döngü”nn moda açısından tanımlanması gereklidir. Döngü; bir modanın ortaya çıkmasından yerini başka bir modaya bırakmasına kadar evreler halinde geçen zamandır. Süreç; Modanın yaratılışından, ölümüne kadar bu döngüye, kişiler, örgüt ve kurumlar arasında hayatiyet kazandıran, etki, etkileşim, alışveriş, uyarlama ve zmsemelerin karmaşık toplamından oluşur.

Moda döngüsü için çoğu zaman kullanılan bir metafor; “dalga” benzetmesidir. Bir dalga doruğa tırmanıp gözden kaybolmaya başlarken yenileri oluşup onun yerine geçmektedir. Denizdeki dalgalarda da kırınım, geişim süreleri nasıl ki farklı farklı ve çeşitli etkenlere göre değişken ise, moda akımlarındaki dalgalanmalar da, daha öncede açıklanmaya çalışılan sonsuz çeşitlilikteki faktör arasındaki gerilimlerin etkisiyle farklı farklıdır. Bazen birden fazla dalganın moda akımlarında da st üste geldiği görülür. Büyüklük, hız ve kuvvetleri bu akımların benimsenme oranının belirleyicileri olmaktadır.

Moda genel bir kavram olup, diğer alanlarda etkisini göstermektedir. Ancak modanın daha çok görsel sanatlarda, özellikle de giyim sanayii’nin ürünlerinde tam anlamı ile döngüsel yapısını koruyabildiğini ve gerçek anlamını bulduğunu söyleyebiliriz. Mobilya, otomobil tasarımı, mimari, mutfak araçları, edebiyat vs. de moda olgusundan etkilenmektedir. Ancak bunların hiçbiri giysi modasında olduğu gibi (tam olarak) bir döngünün, ürünü değildirler.

Modayı anlama ve tanımlamaya yönelik birçok araştırma yapılmış olmasına rağen bunların arasında her türlü genelleştirici potansiyele sahip olan

“döngüsel kuram” doyuruculuk açısından en baskın alanıdır. Döngüsel kuramdaki her türlü hareketi, sapmayı vb. açıklamak amacıyla, insan faktörüne bağlı kaprislerin etkisinde kalmayacak ve onları aşacak “kendiliğindenlik” ya da “doğal bir yasa” arayışı tarih boyunca sürmüştür. Yasaya benzer bu tür özellikler ortaya konamasa da Batı’da sekiz yüzyıllık bir geçmişe sahip moda olgusu hakkında genellemelere – yeterince veriye sahip olunduğu için – rahatlıkla gidilebilmektedir.

13. yy.’dan günümüze, moda döngülerinin süresindeki değişkenliğe rağmen, moda değişiminin ilerlemesinde hiçbir kesinti yoktur. Yüzyıllar içinde modaya damgasını vuran popüler beğeni ve duyarlılıklarda da halâ çeşitli değişiklikler ortaya çıkabilmektedir. Ancak tam olarak günümüzde varolan moda anlayışı kastediliyorsa gerçekten de bu anlamda modanın varlığından 19. yy.’dan önce söz etmek (en azından nitelik açısından) zordur.

19. yy.’daki belirleyici gelişme, temelde üst-orta sınıftan kadınların oluşturduğu bir pazar için giysiler tasarlayan bağımsız modacıların ortaya çıkışı olmuştur. Daha önceki dönemlerde çoğunlukla sipariş usulü giysi yapılmaktaydı. Ve bu müşterilerde aristokrat ya da üst burjuva kesimi kadınlar idi. Giyimde yaşanan bu, Aristokrat kesimden daha geniş bir pazara yönelik bağımsız üretim doğrultusundaki benzer gelişmeler 19. yy.’da diğer zanaat dallarında da doğal olarak görülmüştür.

1858’de Paris’te kendi modaevini açan İngiliz modaca Charles Frederick Worth, giyim sanayiinin gelişmesini sağlayan bağımsız modacıların ilk örneği kabul edilmektedir. Worth’den önce, aristokrat ve burjuva hanımlarının giysilerini hazırlayan modacıların hiçbirinin isimleri halk arasında hemen hemen hiç bilinmemekteydi (32: 98).

Moda sektörünün başlangıcı kabul ettiğimiz 19. yy. başlarında da moda döngüsünün günümüzdeki ile birebir aynı olduğunu iddia edemeyiz. Bu

dönemlerde bir giyim tarzının yerini bir başkasının alması için bazen onlarca yıl geçmesi gerekmiştir. Worth'ten sonra bu süre gittikçe kısaltmaya başlamıştır.

Günümüzde ise yeni bir tarzın iki sezondan daha fazla dayanmasına bile çok ender rastlanmaktadır. Moda döngüsünün giderek daha kısa zaman dilimlerini kapsar hale gelmesindeki tipik etkenler arasında; giyim sanayiinin yoğun bir şekilde kapitalistleşip rasyonelleşmesi, demokratikleşmeye paralel olarak tüketicinin daha fazla refaha ulaşması ve sınıfları ayıran sınırların bulanıklaşması, elektronik medya sayesinde bilgi akışının büyük hız kazanması gösterilebilir.

Modern toplumlarda görülen modanın, başlangıçta toplumdaki hakim sınıfların mirası olan “kültürel sermaye”nin ürünü olduğu görüşü mantıklıdır. Kültürel paylaşımların teknoloji paralelinde artışı ile bu elit tabaka hakimiyeti de (hemen hemen) yok olmuştur. 90'lı yıllardan itibaren, 10 yıllar dahilinde gruplanarak (50'ler, 60'lar ...) lanse edilen dönem akımları da artık söz konusu değildir. Artık neredeyse her insan için farklı bir moda bulunmaktadır. Bu da insanların birey olma bilincine erişmiş ve genel hatları ile otoritelerce belirlenen yılın trendlerinden kendi tarzlarına uyan oluşturabilecek seviyeye gelmiş olmalarından kaynaklanmaktadır. Her zaman moda öncüleri ve daha cesur bireylerin bulunması kaçınılmazdır. Ama artık bunun tamamen ekonomi ile bağdaştırılması tezi çürütülmüş bulunmaktadır. Öyleki başta kitle iletişim araçları olmak üzere benzeri etkenlerin döngüyü aşırı hızlandığı, bunun da döngünün tümüyle ortadan kalkması gibi bir tehlikeyi beraberinde getireceği düşünülmektedir.

Modada döngülerin gittikçe kısaltılmaktadır. Özellikle 60'lar, 60'lı yıllardan bu yana neredeyse hiçbir zaman modası geçmiş sayılamayacak kadar

tekrarlanmıştır. Yakında bütün dönemler tehlikeli bir biçimde iç içe geçecek ve “in” olan herşey yakında hep birden “out” olacak gibi görünmektedir.

Moda döngüsünde II. Dünya Savaşı’ndan sonra yaşanan en önemli değişiklik “modada çoğulculuk” olmuştur. Bu terim ile ifade edilmek istenen günümüz çağdaş giyim modalarının daha önceki modalarla kesin bir karşıtlık içinde, ne bir zamanlar olduğu gibi evrensel ne de simgesel biçimde odaklanmış olduğudur. Temeldeki iddiaya göre; bir zamanlar, örneğin; etekleri kabarık göstermek için kullanılan (krinalin) tel çember ya da yastıkların, 1920 ve 1930’lardaki kısa elbiselerin, Dior’un “Yeni Görünümü”nün (56: 91) ya da tek sıra düğmeli üç parçalı erkek takım elbisesinin yaptığı gibi bugün ne kadın ne de erkek giyiminde tek bir moda hüküm sürebilir. Ayrıca günümüz modaları bütün bir topluma, tüm sınıf ve statü gruplarına üniforma gibi aynı tarzda giysileri dayatacak güçte de görünmemektedir.

Günümüz dünyasında modanın yayılmasını inceleyen araştırmacılar da modada çok merkezli bir durumun hüküm sürdüğü görüşündedirler. Sosyo ekonomik durum, yaş, kültür, etnik ve bölgesel kimlik vb. açıdan farklılık gösteren çeşitli gruplar çoğu zaman kendilerine özgü modaları benimsemekte, sık sık da kendi modalarını kendileri yaratmaktadırlar. Hippi’lerin incik boncukları, koşu ayakkabıları, blue jean; punk esinli saç modelleri, kadınların büyük beden erkek gömleği giymesi; erkeklerde küpe takma, batık gömlekler, T-shirtler; vb. ürünler kısa sürede yayılarak başka alt kültürleri ve toplumsal (sınıfları) grupları da içine almıştır (51: 88) (Şekil 119). Moda insanlara hem kendi bireyselliklerini ifade etme fırsatını vermekte hem de benzer eğilimler gösteren çok sayıda hem cinsine uyum gösteriyor olmanın güvenliğini sağlamaktadır.



Şekil 119: Hippi giyim tarzı.

Moda döngüsü ile ilgili kuramların hemen hepsinde döngüye hayat veren ve evreler dahilinde ilerlemesini sağlayan bir kuvvet ya da koşul bulunduğu öne sürülmektedir.

Günümüze kadar yapılmış olan moda ile dolaylı ya da direkt ilgili araştırmaların genel olarak modayı hangi açılardan ele aldıklarına değinilecek olursa; bazıları örtük cinsel anlamları vurgulamakta, değişen erojen bölgeler kuramını ortaya atmaktadırlar. Bazıları ise ekonomik çıkarlara dayalı kuramlar geliştirmekte ve hatta modayı “gizli ekonomik bir komplo” olarak niteleyebilmektedirler. Ve yüzyılın başından beri en çok dikkat çeken (tanınan) kuramlardan biri de “sınıf farklılaşması” ya da diğer adıyla “tabana inme kuramı”dır. Bu kuramın tamamen geçerli olduğu bir zaman dilimi yaşanmıştır. Ancak günümüzde teknolojik gelişmelerin de etkisiyle modanın bu yapısı tamamıyla değişmiştir.

Veblen tabana inme kuramını “komplonun neden olduğu israf” olarak ele alırken, aristokrat sınıfın kendini daha az avantajlı sınıflardan ayırt etmedeki aracı olarak tanımlamaktadır. Simmel’e göre ise moda; toplum içindeki işlevine ek olarak, bireyler arası düzeyde “insan eğilimlerine aykırı” şeylerin bir kısmını dengeleyen, ideale yakın bir mekanizma sağlamaktadır (10: 14). Dengelenme sağlayan ikilemler; bireyselleşme – eşitlenme, ayrılma – birleşme, bağımlılık – özgürlük vb. dir.

Toplumun sınıf yapısı, toplumsal sınıfların birbirinden ayırt edilmesini sağlayacak simgesel araçlar benimsenmesini gerektirir. Genel olarak giyim ve ikinci aşamada da moda, bu amaç doğrultusunda belirgin biçimde göz önünde olan – ekonomik açıdan da stratejik – mükemmel bir araç oluşturmaktadır. Bu araç ile giyimlerinin kalitesi ve modaya uygunluğu aracılığıyla “yukarıdakiler”, “aşağıdakiler”e karşı sınıfsal üstünlüklerini ifade edebilmektedirler.

Veblen ve Simmel’in geliştirdiği şekliyle modada tabana inme kuramı temel olarak, toplumsal yapının en tepesinden başlayıp aşağı doğru ilerlemekte, en alt katmanlara gelerek durmaktadır. Bu iniş sırasında yeni moda, başlangıçta estetik açıdan yenilikçi alan özelliklerini, kitle pazarının ekonomik gereklerini karşılamaya yönelik stiller yoluyla kaybedip, gittikçe avamlaşıp sıradan hale gelmektedir. Moda alt sınıflara ulaştığında artık moda olmaktan çıkmıştır. O sırada üst sınıf, özellikle de moda ile ilgilenen, moda bilinci daha yüksek kesim başka bir yeni moda ile ilgilenmektedir. Ve böylece döngü en baştan tekrar başlamıştır bile (36: 360, 361).

Giysi, toplumsal kabul görmüş formlar, estetik yargı; bir bütün olarak insanın kendini ifade tarzı, moda etkisiyle sürekli değişime uğrar. Ve bazı araştırmacıların yaptığı gibi yalnızca toplumsal sınıfların simgelenmesi amacına indirgenemez. Bu kuram, artık birey olarak kişilerin kendilerini ortaya koymak istemeleri ile (ve büyük oranlarda bunu (bilinçli kesimler) gerçekleştirmektedirler) geçerliliğini yitirmiş durumdadır.

Genel olarak giysiler ve moda; bir kişi hakkında, o kişinin bulunduğu ya da bulunmayı amaçladığı toplumsal statüden çok daha fazlasını anlatmaktadır. Kişinin; cinsiyet, iş, cinsellik, yaş, boş zaman eğilimleri, etnik – dinsel kimlik, politik – ideolojik eğilimler ve sayamayacağımız kadar çok özelliğı giydiğı giysilerde rol oynamaktadır. Bazı kuramlarda olduğu gibi, bu unsurlardan birini alıp diğerklerini yadsımak, fenomenin kendisini (modayı) tanımak için yetersiz kalmaktadır.

2.7.7. Kollektif Seçme Kuramı

Moda sürecini kavramsallaştırmak amacıyla Herbert Blumer, “kollektif seçme” yaklaşımını geliştirmiştir. Moda sürecini harekete geçirenin, hiyerarşik sınıf ilişkileri olduğu, dolayısıyla modanın simgesel düzeyde bu ilişkileri onaylama işlevi gördüğü düşüncesini reddetmiştir (62: 197).

Moda, sınıf farklılaşmasına hiçbir zaman hizmet etmemiş olduğu gibi, en iyi ihtimalle bu modanın genel akışı çerçevesindeki pek çok işlevden sadece biri olabilir ve önemi de ikincil derecede kalmaktadır. Elit sınıfın görünüş ile kendini farklı kılma çabası moda hareketinin içinde yer almaktadır, ancak moda hareketinin nedeni değildir. Yeni modaları bilinçli bir biçimde izleyenler bunu, elit tabakayı taklit amacıyla değil, moda böyle olduğu için yapmaktadırlar. Moda, elit grup ondan vazgeçti diye değil, gelişmekte olan beğeniye daha uygun yeni bir modele yerini bıraktığı için ortadan kaybolur.

Moda mekanizması, sınıf farklılaşmasını sağlamak amacıyla veya bir sınıfın taklit edilmesi sonucu oluşmamaktadır. Modaya uygun davranma; genel kabul gören doğrultuda olma, değişim halindeki bir dünyada ortaya çıkan yeni beğenileri sergileme arzusuna karşılık olarak ortaya çıkmaktadır. Bir toplumun değişen öznel istekleri ve hoşnutsuzluklarının modanın gelişimindeki payı çok önemlidir.

Blumer'in analizi, modanın kaynağını sınıf ayrımının toplumsal düzeyde doğrulanmasında bulan işlevci bir açıklama yerine, “kollektif ruh hali, beğeniler ve seçim” gibi daha zor anlaşılır durumların önem taşıdığı bir zemindedir. Beğenilerin deneyimin ürünü olduğu ve başlangıç aşamasında belirsiz bir evrede bulunurken, gittikçe incelik ve istikrar kazandıklarına –tabii bir kez ortaya çıktıktan sonra bozulup parçalanma riski ile de karşı karşıya olduklarına– değinmiştir. Beğeniler toplumsal etkileşim çerçevesinde, başkalarınca sağlanan tanımlara yanıt olarak meydana gelmektedirler. Ortak etkileşim alanları içinde bulunan ve benzer deneyimler yaşayan insanlar, ortak beğeniler geliştirirler. Moda alanında da kollektif beğenin oluşumu ve ifade edilişi moda sürecinde meydana gelmektedir.

Başlangıçta beğeni, moda alanında ve genel olarak da dünyada yaşanan yeni deneyimlerin yarattığı belirsiz eğilimler ile hoşnutsuzlukların bir karışımı niteliğindedir. Ve bu aşamada kollektif beğeni henüz biçim kazanmamış, eklemlenmemiş, özel bir doğrultu kazanmayı bekler durumda hemen hemen boşlukta asılı durumdadır. Modada yenilik yaratan kişiler, oluşturdukları örnekler aracılığı ile tam olarak oturmamış bu beğenilerin nesnel bir ifade ve belirgin bir biçim kazanabileceği olası doğrultuları ortaya çıkarırlar. Kollektif beğeni, onu takip eden seçme sürecinde, sınırları belirlemede ve yol göstermede aktif bir kuvvettir. Aynı zamanda belli toplumsal biçimlerle ilişkilenererek; onlar içinde vücut bularak gittikçe detaylı ve örgütlü bir yapı da kazanır.

Blumer moda olgusunu analiz ederken, onu en çok ilişkili görüldüğü alandan “giyim modası”ndan özellikle de kadın giyim modasından ve bunun sınırlılıklarından çıkarıp alarak, toplumsal hayatın diğer pekçok alanına giren genel bir süreç” olarak ele almaktadır. Moda, modernlik ile yakından ilgili, modern ruh hali ile iç içe, yani yerinde durmayan, yeni deneyimlere açık, yeni olana kapılan, kısacası; zamana uygun olma yönündeki çok daha genel bir

kültürel eğilimle ilgilidir. Çağdaş toplumda sınıf ilişkileri nasıl gelişirse gelişsin, moda alanı hiç durmadan genişleyen bir alana sahiptir.

Yaşamımızdaki alanlar devinim girdabına kapılıp ortaya atılan yenilikler bunların içinde durmadan çoğaldıkça, modanın doğasında da kaçınılmaz olarak bir kollektif seçme süreci devreye girmektedir.

Blumer, modanın toplumdaki rolünden; kollektif düzeyde seçmeyi daraltıp, rakip modeller arasından seçim yaparak **“potansiyel açıdan anarşik ve değişken bir şimdiki zamana düzen getirmek”**tir şeklinde bahsetmektedir. Moda sürekli değişim ve ilerleme içindeki dünyada insanlara yeni doğrultulara ilerleme özgürlüğünü kazandırmaktadır. Ayrıca moda, yakın gelecek için belli bir düzen içinde hazırlık yapılmasını sağlar (19: 218).

Blumer’in de ele aldığı biçimiyle genel bir süreç olarak moda; mimarlık, müzik, ev dekorasyonu vb. birçok alanda varlığını göstermektedir. Ancak bunlardan hiçbirisi henüz giyim alanındaki moda kadar hızla değişmeye elverişli değildir. Moda, kamu hizmeti, teknoloji ya da bilim vb.’nde kök salamamıştır. Çünkü bu alanlarda ortaya atılan iddiaların somut biçimde gösterilebilmesi ve kanıtlanması gerekmektedir: Oysa moda için bunun tam tersi geçerlidir. Belli bir alanın moda etkilerine gösterdiği duyarlık; rekabet halindeki modellerin, açık, nesnel ve kesin bir sınıma tabi tutulabilme derecesi ile ters orantılıdır.

Moda mekanizması, yeni modellerin sunulmasına olanak vererek, onların rekabet ve kollektif seçme sınavına girmesine neden olur. O, her zaman ufukta belirene uyum gösterilmesini sağlayan kesintisiz bir araçtır.

Diğer bilinen tüm kuramlar içinde Blumer’in “kollektif seçme” kuramı, modanın yaratılıp yaygınlaştığı asıl dünyanın gerçeğine en yakın olanıdır. Moda, toplumsal düzenin varolan dokusunu bir taraftan eskitip yok ederken,

diğer taraftan tekrar tekrar oluşturan geniş toplumsal süreçlerin olgunlaşmamış (en azından başlangıçtaki belirsiz) karakterine özgü karmaşıklıklara yeni hedefler belirlemektedir.

Blumer'in geliştirdiği kuramın bazı sorunları olmasına rağmen, bunların diğer kuramların birçoğunda olduğu gibi yanılığın değil eksiklik biçimindedir.

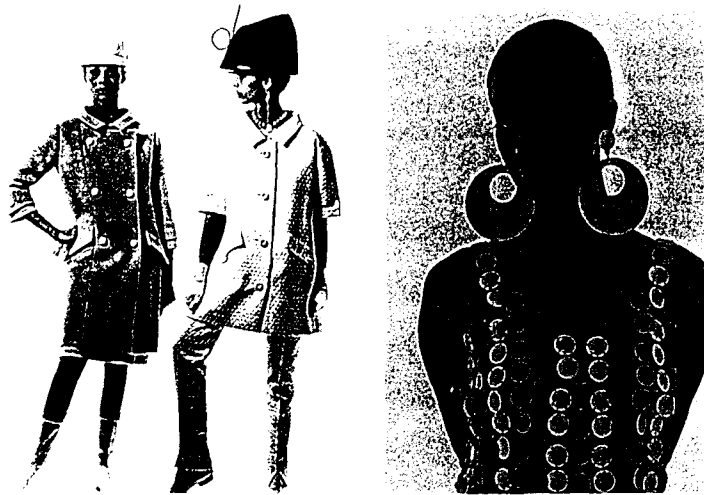
Süreç olarak moda; esinlenme, taklit ve kurumsallaşmadan oluşan karmaşık bir bileşim sayesinde ayakta kalmakta; ancak bu karışımın yapısı ve oranları hızla değişmektedir. Belli başlı moda devrimleri incelenecek olursa bunların kaynağının ekonomi, kurumsallaşma vb.'nden çok, esinlenmeden beslenen bir süreci gerektirdiği görülmektedir. Örneğin; 1. Dünya Savaşı'ndan sonra etek boylarının kısalması, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra Dior'un "Yeni Görünüm"ü vb. Giysinin simgesel nitelikler aktarmasının ilginç bir örneği de; Fransız Devrimi esnasında ortaya çıkan "sans culotte"lardır. Bu terim Cumhuriyetçileri, ipek kumaştan dikilmiş kısa pantolon (külöt) giyen aristokratlardan ayırmak için kullanılmıştır (48: 353).

2.7.8. Değişim İçin Değişim Kuramı

Modacılar ve genel olarak sanatçılar ile toplum arasında çok karmaşık sözsüz bir iletişim bulunmaktadır. Bazı modacılar, kitlelerin ortak yönelim ve ihtiyaçlarını önceden sezip cevap vererek başarıya ulaşmaktadırlar. Bu; insanların (hemen hemen) daha kendileri tam olarak ne istediklerini anlamadan önce sezen bir dehadır bu ve başarıya ulaşmanın, toplumla ne kadar bütünleşmiş çalışmayı gerektirdiğinin de kanıtıdır. Başarılı modacılar, yeni yeni oluşmaya başlayan özlemleri bir biçimde sezip bu psişik gerilimi hafifletecek ve belki de çözecek yeni simgesel düzenlemeleri giysilere aktarmayı başarmaktadırlar. Bu başarılı modacılarından biri olan Chanel, 1. Dünya Savaşı sırasında şaşmaz dehasının ilk ürünü olan "Chanel takımını" ortaya koymuş ve büyük kabul görmüştür.

Modacıların birinin başarı kazandığı anda, diğer birçok ünlü modacı başarısız kalmaktadır. Modacıların, bilinçsiz (taklitçi) bir kitleye her istediklerini yaptırdığı “değişiklik olsun diye değişiklik” şeklinde tanımlanan bazı moda kuramlarının ne kadar zayıf temellere dayandığını da böylece görülmektedir. Çünkü o dönem için tutulan modacının da başarısızlığa uğrayan diğerleri gibi, halkın kişisel görünüm konusundaki beğenisini yakalayıp yönlendirme çabalarında başarısızlığa uğrama riski her zaman eşittir. Bahsedilen kuram geçerli olsaydı ne risk ne de rekabet olurdu.

Modada, sürekli değişim içinde olan simgesel hareketlerin arkasındaki itici güç; kültürel düzeyde kodlanmış kimlik kararsızlıklarıdır. Bunların arasında diğer simgesel biçimlenişlerden ekonomik ve politik koşulların da büyük rolü bulunmaktadır. Örneğin; 1929 sonrası dünya ekonomik bunalım yaşamakta iken, 1920’lerdeki çılgın caz çağının sonunu haber verircesine etek boyları uzamıştır. II. Dünya Savaşı sırasında kadınlar erkeksi giysiler giymeye başlamışlar, 1980’lerin başlarında Sputnik projesi ve uzaydaki başka keşiflerden etkilenen Cardin, Courseges ve Gernveich’in metalik kumaşlar da kullanarak “uzay çağı” modelleri tasarlamışlardır (41: 96, 98) (Şekil 120).



Şekil 120: Aykızı modelleri, Poco Rabanne (35: 175).

2.8. Moda Kuramlarının Benzer Yönleri

Her döngü, kural olarak en basit sınıflandırmayla; baş, orta ve son evrelerinden oluşmaktadır. Moda döngüsü için de bu sınıflandırma geçerlidir. George Sproles, “Modada Davranış Bilimi Teorisi” adlı derlemesinde (10: 493) moda sürecini beş evreye ayırmaktadır: İcat ve tanıtım, modada öncülük, toplum içinde görünürlüğün artması (yayılması), toplumsal gruplar içinde ve arasında uyum, toplumsal doygunlaşma ve demode olma. Bu evrelerin sınırları madde madde sıralanabilecek katılıkta ayrılmamakta, yumuşak geçişlerle birbirlerine bağlanmaktadır.

Moda süreci içinde (hemen hemen herkesçe) en çok ilgi çekici bulunan aşama “yaratım” aşamasıdır. Bu konunun çekiciliği, modacıların ve moda yan ürünleri üreticilerinin; “fikirlerini nereden aldıkları?”, bu fikirlerden hangilerinin nasıl ve neden başarıya ulaştığı (tutulduğu, beğenildiği) ve bazılarının neden ulaşamadığı gibi sorularla bilmecemsi bir hal almasından kaynaklanmaktadır (38: 145).

Moda sürecinde kurumsal bir yapı olarak moda sektörü önemli bir role sahiptir. Bir bütün olarak moda sanayiinin, modayı besleyen kolektif ruh halleri ve gerilimlerin kavranması, tanımlanması, modanın yayılması üzerinde derin etkileri bulunmaktadır. Modern toplumların yaşamında modanın yerini anlayabilmek için moda sanayiinin işleyişi için çok iyi kavranması gerekmektedir. Temelde insan bedeninin giysi tasarımına getirdiği kaçınılmaz bazı kısıtlamalar bir yana, giyim alanındaki yaratıcılığın kaynakları ve koşulları genel olarak güzel sanatlardakinden farklı değildir. Aslında yaratının kaynakları hemen hemen her koşulda benzerdir (Yaratının söz konusu olduğu her yerde).

Genel olarak bütün Batılı sanatçılar gibi moda tasarımcılarının da başlıca hedefleri Uluslararası moda alanında üne ve ödüllere kavuşmaktır. Şöhrete

ulaşmayı ve moda tarihine kendi damgalarını vurmayı amaçlayan modacıların bu nedenle başlıca hedefleri; “özgünlük arayışı”dır.

Giyim pazarı ve başta moda basını olmak üzere moda dünyasının kilit unsurları da tasarımcının özgünlük arayışını canlı tutup desteklemektedir. Birbiri ile ilişkili (bağlantılı) olan; kâr, mesleki itibar, kendi eleştirel bakışındaki isabetlilik ile gurur duyma vb. gibi kendilerince nedenlerle de sürekli özgün olanı, farklı olanı, yenilikçi (öncü) olanı kollar, geçmişten kopuşu sağlayan, moda dünyasını ayağa kaldıracak olan ama henüz tescilli olmayan dahi (yeni) bir tasarımcının kişiliğinde bunları yakalamaya çalışırlar.

Giyim Sanayii’nin, moda tasarımcılarının yenilikçi dürtülerini (dönemin gözde modasından çok keskin ve radikal bir kopuşun piyasada büyük bir fiyasko ile sonuçlanması tehlikesinin her zaman bulunması nedeni ile) kısıtladığı bir gerçektir. Oysa özgün giysi tasarımında “saf tasarım” ilkelerine dayanan biçimci bir unsur vardır. Bu yaklaşımda umursamaz bir biçimde ve hatta çoğu zaman meydan okurcasına, giysinin rahatlığına, vücuda uymasına ve kullanılabilirliğine, fiyat ve toplumsal (uygunluk) kabul gibi etkenlere çok az önem verilmektedir. Bu moda tasarımcıları için giysinin kendisine ilişkin; kumaşın yapısı, dokusu, hacmi, ışığın yansıtması, rengi, deseni, ağırlığı, hacmi vb. gibi değerler başlıbaşına bir estetik oluşturmaktadır.

Moda tasarımcısının yaratıcılığını kısıtlayan diğer bir önemli unsur da kamuoyuna sık sık ürün sunmalarının beklenmesidir. Her altı ayda bir yeni koleksiyon çıkarmak zorunda olan modacılar (ki bu süre modaevlerinde artık 1 ay gibi gittikçe daha da kısalan periyotlara varmıştır) yeni düşünceler geliştirmeye zaman bulamamaktadırlar. Yeni yüzyıl için yeni bir moda kavramı arayacaklarına, geçmişi yenilemekle uğraşmak zorunda kalmaktadırlar.

Yeni sezonda popüler olan modanın geçmişten kesin bir kopuşu temsil etmesi çok sık görülen bir durum değildir. Ortalama tüketici (kitle), giymekte olduğu şeylerden radikal biçimde farklılık gösteren yeni tarzları nadiren benimsemekte, genelde yeniliklere yavaş yavaş alışmayı tercih etmektedir.

Ekonomik açıdan düşünüldüğünde çoğunluğu oluşturan bu kitlenin belirtilen özelliği, modacılar, üreticiler ve satıcılar tarafından da bilinmektedir. Bu nedenle de hazırlıklarını, hedef kitlelerinin ne ölçüde serüvenci ya da tutucu olduğunu dikkate alarak yapmaktadırlar.

Giyim alanındaki yaratıcılığı başka sanat dallarından bağlam düzeyinde kısıtlayan etkilerden başlıcaları; giyim pazarının çok daha kitlesel ve talebin sürekli oluşu ve buna bağlanan sermayenin büyüklüğüdür. Hepimiz nasıl olsa her zaman birşeyler giyeriz, ama çok azımız düzenli olarak operaya gider, şiir okur veya çağdaş sanat sergilerini takip ederiz. Diğer bir dezavantajda; ekonomik zorunluluklar ve kitleliliğin, modada eleştirmenlerin rolünü diğer sanat dallarındaki eleştirmenlere oranla büyük ölçüde azaltıp, çoğu zaman da hiçlik noktasına getirmesidir. Oysa bir resim, tiyatro vb. eleştirmeni, bir oyunun veya serginin, büyük başarı kazanmasında sağlayabilir, fiyasko ile sonuçlanmasında. Ama bir moda eleştirmeninin elinde böyle büyük bir güç (yukarıda belirtilen ekonomik nedenlerle) yoktur. Bunun en çarpıcı örneği 1970'lerin ortasında tüm benimsetme çalışmalarına rağmen midi eteğin uğradığı fiyaskodur. Amerika'nın en etkili moda yayını olan Women's, Wear Daily'nin yayıncısı Jhon Fairchild, kendisini "midi"ye öylesine adanmış, dergi sayfalarında hiçbir rakip stilin tanıtılmasına izin vermemiş ve sektörün önemli bir kesimini kendi izinden gitmeye mecbur etmiş olmasına rağmen, yine de bu modanın kısa sürede fiyasko ile sonuçlanmasını önleyememiştir (50: 448).

Başka sanat dallarında bilinen şekliyle “eleştirmen” ve “eleştiri” kavramlarının modaya uyarlandığında pek oturmadağı açıkça gözlenmektedir. Bu sonucu doğuran belirgin kısıtlılıklardan biri de moda basınındaki insanların çok azının mesleklerine uygun eğitim almış veya yeterli birikime sahip oluşudur. Çoğu başka alanlarda gazetecilik yaparken moda konusuna yönelmiştir. Eğilimli bir kısım moda basınında ne kadar böyle bir etki yaratmaya (sağlamaya) çalışsa da bu çaba boşa gitmektedir. Yayıncılar, reklamcılar ve okurların beklentileri eleştiriye o kadar sulandırmaktadır ki, eleştiri neredeyse röportaj düzeyine ya da bir modacının veya bir giyim firmasının tanıtım metni düzeyine indirgenmektedir. Dolayısıyla bir sanatçı olarak moda tasarımcısı, yaratıcı çabalarına yol gösterecek kaliteli eleştiri, eleştirmen gibi çok önemli araçlardan yoksundur. Oysa başka sanat dallarında eleştirmenlerin ve eleştirmenleri dikkate alan izleyicilerin bulunması yaratıcı faaliyetler için hem bir sınama hem de teşvik işlevi görmektedir. “Yeni eser”in anlaşılıp beğenilmesine aracılık eden dilin terimlerini ve bilişsel sınırlarını belirleyenler çoğunlukla onlardır.

Modacıların fikirlerini nereden aldıkları merak edilir. Diğer tüm yaratıcılık gereken alanlarda olduğu gibi moda da kaynağını birçok yerden kısacası “hemen hemen herşeyden” almaktadır. Ünlü Japon modacı Issey Miyake’yi tanıtan bir yazıda tasarımcının kafasındaki serbest ve akışkan düşünceler ile yaratıcılığın bayrakları şu şekilde tanıtılmıştır; **“Miyake, çok spesifik olmayan geniş bir düş ile kendi kumaşlarını yaratıyor. Esin kaynakları ise günlük hayattan bir şeyler; yapraklar, ağaçlar, ağaç kabukları, gökyüzü, hava, güneş herşey. Bir şehriye tanesi bile”**. “Onun nasıl bir kumaş istediğini anlamak için” diyor Minogawa, gökyüzünün o günkü rengini bilmeniz yeterli olmaz. Kendisinin hangi tür dansa ya da mimariye ilgi duyduğunu da bilmek gerekir (19: 145).

İtalyan ünlü modacı Giorgio Armani'nin de 1990 sonbahar/kış koleksiyonunun “Moğalistan ile Çin Dağları” gibi kaynaklara dayandığı bilinmektedir. Ünlü modacı gündüz giysilerinde vurguladığı sarsak görünümün esin kaynağının ise 1930'ların başlarındaki Kübalı entellektüeller olduğunu belirtmiştir.

Modacılar fikir almak için kendilerinin, bazen de başka meslekdaşlarının önceki çalışmalarına göz atabilmekte ya da giyim tarihi kitaplarından da esinlenebilmektedirler. Bazılarının; geçmişten malzeme ve fikir aşırma olarak değerlendirdiği bu durum kolaycı ve önyargılı bir tutumdur. Aksine modacılar (birçok akademik çalışma ve makalede de belirtildiği gibi); sanatta, özellikle de mimari, resim, heykel, dans vb. görsel sanatlarda ortaya çıkan gelişmeler konusunda son derece bilinçli ve duyarlıdır. Giyim tarihi incelendiğinde sanat akımları ve modanın paralel gittiği, çoğu zaman birbirlerini etkilediği görülmektedir. Bu doğal bir sonuçtur ve bu nedenledir ki; yeni moda giysi tasarımları, böyle akımları yansıtmaya yeteneği gösterdiğinden, genel kamuoyunun gözünde başkalarından bir adım öne geçmektedir.

Moda öngörücülerinin çoğu modanın esin gücü konusunda aynı görüştedir. Kültür olan herşeyle, moda olan herşeyle (örneğin kentlerin modada gözdesi olan underground dünyasıyla da) bağınızı korumanız gerekmektedir. Herhangi bir yerde herhangi bir serginin vb.'nin çok beğenildiğini duyduğunuzda mutlaka onu görmek, onu önemli kılanın ne olduğunu bir moda tasarımcısı olarak öğrenmek zorundasınız.

Bazı yorumcu ve moda tasarımcılarının bugün ile yakın geleceğe daha çok önem vermesine karşılık, bazıları ise maddede yeniliğin asıl ölçü kaynağını nostaljide bulmaktadırlar. Bazı olaylar nedeniyle zamanın akışı içinde belirli bir yeri olan ve birçok hoş kollektif anıları canlandırabilen dönemler, nostaljiyle anılıp yeniden yaşanmaktadırlar. Bu şekilde 1920'lerde,

1960’larda vs. moda olanlar yeniden yorumlanarak tekrar tekrar moda döngüsüne girmektedirler. Ancak yeniden canlandırılan modalar; tasarımcılar ne kadar o dönemin ayrıntılarını titizlikle ve aslına uygun biçimlerde tekrarlamayı başarsalar da asla o dönemde sağlanan etkinin aynısının birkez daha yaşanmasını sağlayamazlar. Bunun başlıca nedeni; yeniden canlandırılan moda ile aslı arasında nihai olarak özel bir uyumsuzluk oluşu ve hatırlanan üsluptaki ayırt edici moda unsurunun algılanışı arasında zaman boyutunda bir uyumsuzluk hissi uyandırmasıdır.

Anadolu’da Ephesus’ta yaşamış olan ünlü filozof Herakleitos doğanın en belirgin özelliğinin değişim olduğunu düşünmekteydi. “Herşey akar. Herşey hareket etmektedir ve hiçbir şey kalıcı değildir” diyordu Herakleitos. Bu nedenle “Aynı derecede asla iki kez yıkanamazsınız” (2: 44). Aynı nedenle günümüzde de tıpatıp geçmiş modalara dönülse bile o zamanın asla şimdiye tam olarak dönüştürülemeyeceğini şeklen olsa bile, en azından taşıdığı veya vermek istediği ve zamanında ilettiği mesajları günümüzde veremeyebileceğini sezen modacı sık rastlanan bir tavırla o dönemin özgün modasının üslup özelliklerini değiştirerek kullanmaktadır.

Londra’da bir moda sezonunda 1960’ların yeniden canlandırıldığı moda gösterimini izleyen Morris; 60’ların ruhunu diriltiren modacılar içinde en başarılı olanların, o dönemin giysilerinde görülüp sivri uçları yumuşatıp saldırgan çıkıntıları yuvarlaklaştıranlar olduğuna değinmiştir (1990). Dikkatle incelenirse o günlerde taşıdığı protestonun yankısı da (aynen olmasa da) yakalanabilmektedir (19: 175).

Moda, geçmiş ile gelecek arasındaki tanıdık gelen ile keşfedilmemiş olan arasındaki gerilimle yaşar. Modacılar hangi kaynaktan ilham alırlarsa alsınlar, önemli olan bu fikirlerin tasarımlarında (çizimlerinde), giysilerinde, podyumda salınan mankenlerin üzerinde, moda basınında çıkan ilk yazı ve

fotoğraflarda nasıl sunulduğudur. Tüm bunlar döngünün tabiatı gereği yavaş yavaş silinip gidecek de olsalar varolan bir önceki (en son) modanın oluşturduğu görsel ve psikolojik alanda gerçekleşirler. Dolayısıyla yeni ortaya çıkan moda, halen hüküm sürmekte olanla kaçınılmaz bir diyalektik ilişki içinde bulunur. Zaten ona (yeni modaya), doğrultusunu ve ayırt edici niteliğini kazandıran da hâlâ geçerli olan modada ifade bulmuş olan değerler ve ruh halleriyle ilişkisidir. Örneğin, yalnızca onlarla bir tezat oluşturması mı amaçlanmış, yoksa yerini almaya mı (radikal bir biçimde değiştirmeye mi) çalışıyor olduğu önemlidir.

Elizabeth ve John Lowe modada “kültürel süreklilik ve estetik kurallar şeklinde ortaya çıkan yerleşik fren tertibatı” olarak adlandırılan bir sistem varlığından bahsetmektedir. Kastedilen, giysinin boyutları ve orantıları gibi temel fiziksel özellikler açısından, kendinden önceki modadan çok fazla uzaklaşmış olan yeni bir modanın özümsemeyeceğidir. Modanın hakim tarzdan ne kadar uzaklaşma iddiasında olursa olsun, yakın gelecekle belli bir hayati bağı korumak zorunda olduğu savunulmaktadır. Hüküm süren tarz, hemen hemen diğer tüm sanat dallarında olduğu gibi moda için de sınırlayıcı bir etken haline gelebilmektedir. Yeni önerilen, zaten varolan modaya anlamlı bir biçimde kendini kabul ettirmek zorundadır. Halkın hazır olması koşuluyla, her yeni değişikliğin tutunma şansı vardır. Sık sık değişen etek boyları bunun en bilinen kanıtıdır.

Morris (1991), modacıların boyu eşit olmayan (önü kısa, arkası uzun veya daha farklı boyda püsküllerden oluşan etek uçlu) etekleri seçme nedenlerini kısa ve uzun etekler arasında bir köprü oluşturma olarak yorumlamıştır. Ayrıca modanın yakında karşımıza çıkaracağı şeylere gözümüzün alışmasını sağladığını da iddia etmektedir (19: 148) (Şekil 121).



Şekil 121: Ossie Clark, 1965 (35: 77).

Moda sürecinin 2. önemli evresi ise tanıtımdır. Yaratılan modellerin tanıtımı ve bunu etkileyen faktörler. Tüm yaratılanları içermese de alışıldığı gibi ilkbahar ve sonbahar koleksiyonları ile yeni görünümsergilenir. Bu sergilenenlerden bazılarının ömrü (şov amaçlı olanlar) mankenler podyumdan ayrılana kadardır. Diğer sanat eserleri için bilinen bazı kurallar moda tasarımları için de geçerlidir. Yaratma kararı; bir sanat eserinin halka tanıtılmasını etkileyecek koşullar hakkında modacının sahip olması gereken ön bilgiden, eserin sergilenmesi için uygun ortamın bulunmasına, o sırada tanıtılmakta olan başka yeni eserlerle arasındaki ilişkiden, mantıksal olarak beklenebilecek fiyata kadar çeşitli etkenlerden önemli ölçüde etkilenir.

Yaratım aşamasından tanıtıma geçiş; fikirlerin oluşturulup süzgeçten geçirilerek, halka sunumu etkileyen faktörlerin zekice öngörülmesi ve hatta yönlendirilmesi gibi etkin bir zihinsel süreçten oluşmaktadır. Tarihi incelediğimizde yüzyıllar boyu ünlü sanatçıların da bu doğrultuda güçlü

eğilimler sergilediklerini görmekteyiz. Örneğin 19. yy'ın ünlü piyanistlerinden Chopin ve Liszt konuya açıklık getirmek amacıyla hatılabilir. Birinci sınıf bir yaratıcı deha olan Chopin, kompozisyonları müzikal olarak onun çok gerisinde kalan Liszt'e göre, dinleyicileri etkileme konusunda başarısız kalmıştır (19: 175). Bunun sırrı; yukarıda temel ilkeleri verilen tanıtımı, Liszt'in daha iyi yapabilmiş olmasıdır.

Oldukça fazla çeşitlilik gösteren yeni modaların halka tanıtılmasında etkili olan koşullardan belkide en önemlisi modacılar ve büyük satıcılar arasındaki rekabetlerdir. İlk rekabet, Paris, Milano gibi moda merkezlerinde modacılar arasında yaşanır. İkinci önemli rekabet de, yeni akımlar yaratan ve mağazalarına büyük kazanç getirecek olan modayı bulma amacıyla kendi aralarında çekişen büyük alıcı firmalar arasında gerçekleşir. Sezonların toplumsal düzeyde belirlenmesi; modacılar, Paris, Milano, Londra, New York gibi moda merkezleri arasındaki rekabet, Amerika'nın büyük mağazalarındaki sonbahar ve ilkbahar defilelerinde alıcıların moda konusunda yaptığı seçimler, moda basını, pazarlama stratejileri vb. birçok faktör modanın nasıl gerçekleştiğini açıklamada domino taşları olmaktadır. Birbirine stil olarak çok benzeyen tasarımlar arasında bile estetik, ticari çekicilik vb. açısından çoğu kez küçük de olsa anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Görüntüdeki benzerliklerin çokluğu; yeni modaların yıllık koleksiyona girene kadar geçen zaman içinde sıkı bir süzgeçten geçmesine bağlıdır. Bu da sonuç olarak modacılar arasında geniş bir mutabakat sağlamaktadır. Sektör içi ötekiler “ne yapıyor?” dedikoduları, önceki yılda hangi modaların tutulup hangilerinin ölü doğduğu gibi bilgiler, bazen doğrudan gözlemle bazen de tüccarlardan alınan, önemli alıcıların görüşleri, kendiliğinden doğan sokak modasının yönünün izlenmesi vb. etkilerin farklı oranlarda bir bileşim oluşturarak, henüz moda haline ulaşmadan çok önce yeni modanın yönünün belirlenmesinde rol oynamaktadır.

Bazı moda evlerinin ve büyük giysi üreticilerinin, Paris ve New York'taki "moda öngörücüsü" olarak adlandırılan uzmanlardan giderek daha fazla yararlanmaları, her sezon bir modanın gündeme gelme aşamasında modacılar arasında tümüyle değilse bile oldukça ileri düzeyde bir anlaşma (mutabakat) sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Tabii bahsedilen mutabakat (zaten mutabakatın kendisi rekabet sürecinden sağlandığı için), rakip oldukları açık olan bu tarafların yeni kreasyonları için tektipliliği yaratmaz. Ancak moda döngüsünün bu ilk evrelerinde dahi mutabakat oldukça kolay bozulabilmektedir. Çünkü yeni modanın yerine oturtulabilmesi için henüz kitlelere tanıtıldığı aşamada bile birçok farklı ve karşıt tavırla karşılaşılabilir. Önemli olanda, farklılaşmayı yaratan bu tavırlardan eninde sonunda başa geçip halktan kabul göreceği olanı en kısa sürede seçebilmektir. Bazen ise yarışta öyle bir karmaşa yaşanır ki, kazananı saptamak imkânsız hale gelir. Ve yeni moda ile halen varolan (yeni modanın yerini almayı planladığı) eski moda çakışır ve bir sezon daha yeni moda ile geçerliliğini korur.

Tabii ki kaçınılmaz olarak modanın ilerleyen aşamalarında birbirleriyle çekişen bu güçler ve karşıt eğilimlerden hangisinin galip geleceği (benimseneceği) net olarak ortaya çıkacaktır. 1986 Paris defilelerinde bahsedilen konunun bir örneği yaşanmıştır. Valentino, Karl Lagerfeld, bele sıkıca oturan, omuzları açık, kabarık etekli, fırfırlı şık ve seçkin elbiseler tasarlamışlar; Jean Paul Gaultier ve Patrik Kelly ise stretch kumaştan düş gücüne yer bırakmayan daracık elbiseler tasarlamışlardı. Halk Sunumu gerçekleştirilen bu iki tarz arasında, seçimlerini yaparak hakim modayı ortaya koymuştur (19: 153). Yeni modanın benimsetilmeye çalışıldığı bu ilk evreler sırasında görülen karışıklığın nedeni, "koruma" ve "yıkma stratejileri"nin (çakışmasından) üst üste binmesinden kaynaklandığı düşünülebilir. Koruma stratejisi, belli bir aşamaya gelmiş, çeşitli başarılar kazanmış ve imzalı

tasarımlarını geliştirerek kalıcı kalmak isteyen modacılarca benimsenmektedir. Doğal olarak diğer strateji de genelde, moda alanına yeni adım atan modacıların benimsediği tarzıdır. İkinci grup tasarımcılar, moda erbabı, tanınmış modaevlerinin yıldızı olan tasarımcılar kesimin egemenliğindeki alana beklenmedik derecede farklı, çarpıcı tasarımlarla girmeye çalışırlar. Genel olarak döngüye karşıt bir kuvvet oluşturma dürtüsü, modern sanat dallarında olduğu gibi modada da etkisini korumaktadır. Chanel, Vionnet vb. tarihsel üne kavuşmuş pekçok modacı, bu şekilde kendi dönemlerinin yerleşik geleneklerini hiçe sayarak şöhret olmuştur. Ancak, döngü karşıtı bu tavrın ezilerek yok olması, ticari düzeyde hedefine ulaşmasından daha sık karşılaşılan bir durumdur. Yani sürekli özgünlük ve hakim akımı umursamama iddialarıyla ortaya çıkılmasına rağmen, çoğu modacı sonunda kendi başına bilinmeyen yönler gitmek yerine kısa bir süre sonra çoğunluk ile birlikte hareket etme eğilimi göstermektedir.

Çağımızda birer ünlü medya yıldızı haline gelen başarılı modacıların toplumdaki konumları, geçmişteki meslektaşları ile hemen hemen tezat oluşturacak durumdadır. Haute Couture'ün babası kabul edilen İngiliz asıllı Parisli modacı Charles Frederik Worth örnek olarak gösterilebilir. 1980'lere kadar tasarımcılar genellikle moda evlerinin arka odalarında adı sanı duyulmamış birer işçi konumundadır. Sosyetenin toplumsal kabul görme, modacının statüsünde I. Dünya Savaşı'ndan sonraki toplumsal değişimlerle birlikte gerçekleşen bir gelişme olmuştur. 19. yy. sonu ile 20. yy. başlarında giysi üretiminde gerçekleştirilen teknolojik ilerlemeler de modadaki demokratikleşmeyi daha ileri götürmüştür. Daha fazla sınıftan, moda bilinci gelişmiş tüketiciler çeşitli yöntemlerle (oldukça başarısız taklitler vs. ile de olsa) modanın yörüngesine girmeye başlamışlardır. Bunun gelişimine yardımcı olan ünlü modacı Chanel; artık birkaç yüz kadını değil, binlerce kadını giydirmek istediğini açıkça söylemiştir. Zaten 1920'li yıllara

varıldığında bir tezgahkar kız hemen hemen aristokrat bir hanım kadar şık görünmektedir.

Giyimde seri üretime geçilmesi ve taklit üretimin yaygınlaşması ile yeni modanın uzun süre elit grubun elinde kalması imkânsız hale gelmiştir.

19. yy.'ın ikinci yarısına kadar haute-couture, yeni modaların ortaya çıkması ve tutulmasında büyük önem taşımıştır. Bu dönemde yeni çıkan modayı uygulamada ilk olmak için rekabet edenler, elit tabakanın belli başlı kişileri ile tiyatro, dans, popüler müzikaller vb. dünyasının ileri gelenlerinden oluşmaktadır. Bu gruplar modaların tanıtılmasında, sınıf yapısındaki marjinal konumlarıyla stratejik bir rol oynamaktaydılar. İkinci gruptakiler (elit tabaka dışındakiler) üst sınıflar tarafından çok fazla rakip olarak görülüyorlardı ancak, tamamen gözardı da edilmiyorlardı. Modacı ile tamamı zengin burjuva kadınları olan müşterileri arasındaki ayrıcalıklı ilişki I. Dünya Savaşı başladığı sırada evrensel bir niteliğe bürünmüştür.

Moda bilincinin bu gelişmeler doğrultusunda elit tabakanın tekelinden çıkması; modaya uygun giysilerin ve diğer tüketim mallarının pazarlarının muazzam boyutlarda genişlemesi sonucunu doğurmuştur. Aynı zamanda da modacıların, üst sınıf kadınlardan oluşmuş sınırlı bir çevreden kabul görmeye çalışmaktan vazgeçip, başarı için (yeni oluşan) daha geniş kitleleri hedef almaları zorunluluğuna neden olmuştur. Böylece haute-couture etkisi, geçmiş dönemlere oranla azalmıştır. Haute Couture Milano, Londra, New York gibi merkezlerde de varolmasına rağmen, genellikle Paris'te bulunan, yeni modaların tanıtılmasında resmen söz sahibi olan modaevlerini akla getirmektedir. Dünya basınında geniş yankı bulan, giyim sektörünün ve moda bilinci gelişmiş kişilerin, yeni modanın alacağı doğrultulara ilişkin işaretler yakalama umuduyla ilgi gösterdiği yarıyıl defileleri burada düzenlenmektedir. Haute Couture tasarımcıları, hâlâ özgün arayışlarda başvuru kaynaklarıdır.

Ancak; seri üretim, kitlesel beğeninin kaprisli yapısı, kitlesel tüketime dayalı ekonominin belirsizlikleri vb. nedenler ile artık moda konusundaki söz sahipliğini kaybetmiştir. Paris (1987’de) Christian Lacroix’nın kabarık, kısa etekli haute couture tarzı tasarımları moda basını ve uzmanlarından olağanüstü övgü toplamış ama hazır giyim piyasasına sunulunca başarısızlığa uğramıştır. Bu nedenle Lacroix çizgisinde hazır giyim ürünleri satmak için birbiri ile yarışan seçkin butik ve mağazalar çok geçmeden O’nun giysilerinin satışının hızla düştüğünü görmüş ve aynı yıl içinde birçoğu Lacroix’dan tümü ile vazgeçmiştir.

Hazır giyim üretimi ve modanın demokratikleşmesi, haute couture’ü ortadan kaldırmamış ancak kültürel kapsamını ve niteliğini büyük ölçüde değiştirmiştir. Bununla beraber, modanın sunulması ve yayılması konusunda haute couture hazır giyim pazarı için hâlâ önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. İsim yapmış prestijli modacıların Haute Couture’e özgü snob hava ve simgeleri (örn. St. Laurent’ın Rive Gauche’u, Armani’nin Emparia’su, Kawakuba’nun Comme des Garçons’u Donna Karan’ın DKNY’si) çağrıştıarak hazır giyim için de geçerli hale getirilmiştir.

Paris, New York, Milano gibi moda merkezlerinde bilinen periyotlarla düzenlenen defileler hedef kitle pazarını ele geçirebilmek için, gittikçe tiyatro gösterisine ve medya için önceden hazırlanmış özel şovlara benzemektedir. Ustaca yapılmış ışıklandırma, özel olarak seçilip düzenlenen en gelişmiş ses düzeni ile dinletilen müzikler; günlük hayatın en etkileyici ifadeleri ve mimiklerini yansıtmak üzere eğitilmiş heykel gibi mankenler. En mütevazı defilede dahi tüm bunlar, hatta daha fazlası bulunabilmektedir. Tüm bunlar defilenin maliyetini korkunç arttırmaktadır. Sunulan modellerin birkaçı hariç diğerlerinin şov amaçlı (ve çoğunlukla zarar eden) modeller olduğu ve modacıların bir kez piyasada tutulduktan sonra, ürünlerin isim hakkı sayesinde kazanç sağlayabildikleride (parfüm ya da ucuz spor giyim vs.) bilinmektedir.

Fantastik tarzları ile yeni koleksiyonlar zararda başı çekmektedir. Ancak bunların sunulması da; prestij ve modanın izleyeceği doğrultuyu göstermek için şarttır.

Yeni moda ilk kez izleyicilere sunulduğunda ki günümüzde bunlar; uluslararası moda basını mensupları yanı sıra büyük mağaza zincirlerinden alıcılardır ve onlar bu modanın potansiyel olarak tutacağına inandığında ardından bir belirsizlik dönemi yaşanır. Moda dünyasında gittikçe kısalan bu dönemde ilgili taraflar “kilit kişiler”in modayı benimseyip benimsemediğini yakından izler. Moda sürecinin bu evresi genel olarak “modada öncülük” olarak adlandırılmaktadır. 20. yy. öncesinde moda öncüleri oldukça farklıdır. Denilebilir ki Worth’e kadar moda öncülüğü çoğunlukla saray sosyetes, aristokratlarca yapılmaktaydı.

Çağdaş yaşamda diğer pek çok alanda da geçerli olduğu gibi bugün moda da kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon sinema gibi görsel medya sayesinde eskiden hakim olan basılı araçlara göre beğenilerin yönlendirilmesi konusunda çok daha fazla söz sahibidir. Yeni bir modanın kalıcılığını geçerli hale getirmek için aristokrasiden veya üst sınıftan kişilere ihtiyaç yoktur (Windsor Düşesi, Madam Martinez de Haoz, Mrs. William Paley vb.). Daha öncede belirtildiği gibi günümüzde tek bir moda motifinin örneğin: Kısa etek, vatkalı omuz, tek bir renk vb. bütün giysi piyasasında hakimiyet ve tekel kurması imkansızdır.

Çağdaş moda öncülüğünün toplumsal kaynakları açısından büyük oranda çok biçimli, tematik malzeme açısından da çok çeşitli olması bu alanda bir denge sağlamaktadır.

Moda pazarının hem üreticiler hem de tüketiciler açısından en kritik evrelerinden ikincisi de “toplum içinde görünürlüğün artması evresi”dir. Yeni moda, yazarlar ve tanıtımcılarca övülür, moda öncüleri tarafından da

“döngünün başında kullanan olma” isteğiyle uygulanır. Moda yerleşmeye başladığı geniş bir kitleyi etkisi altına alacak ölçüde görünür olduğu andan itibaren, bu kişiler demode olmaya çoktan başlamış sayılırlar. Üreticiler ve tüccarlar için ise; henüz kendini kanıtlamamış olan tarzlara büyük miktarda sermaye, malzeme ve donanımı bağlamak riske girmek demektir. Bu riskten kaçınmanın getireceği sonuç da doğal olarak; sahaya çıkmaya çok geç kaldıkları için en iyi dönemde yapılabilecek kâr fırsatını kaçırmış olmak olacaktır. Moda tarihinde her iki türde örneklerin sayısı -tam bu aşamada bahse katılıp kaybedenlerle ya da bahse katılmakta geciktiği için yine kaybedenlerle ilgili örneklerin sayısı- oldukça fazladır. Örneğin; 1987 yılında 1960’ların minilerini tekrar canlandırmada giyim sektörünün yaşadığı fiyasko gibi.

Zihin ve benliğin (gözün) yeni modayı özümseme sürecinde çarpıcı bir psikolojik dönüşüm oluşmaktadır. Yeni modayı alıp özümsemede, çok kısa bir sürede tuhaf olan tanıdık, tanıdık olanda tuhaf gelmeye başlayabilmektedir. En ilginç olan ise bu dönüşümün, milyonlarca insanın algılarıyla tutumlarında hemen hemen aynı zamanlarda yaşanmasıdır. Döngünün bu evresi, görünürlüğün artmasıyla belirlenen dönemi psikolojik olarak herşeyden fazla desteklemektedir.

Modanın kitlesel olarak belli düzeyde benimsenmesi için bu süreç gereklidir. Modanın popüler hale gelirken-başlangıçtaki (orjinalindeki aşırı) sivri özellikleri de kaçınılmaz olarak törpülenmektedir. Yenilikleri sünger gibi emmesine rağmen, giyim piyasasının belli tutuculukları bulunmaktadır. Ve sektörün ilgilileri müşterilerine öncelikle; makul bir tutunma şansı olan, üretimde sorunlar çıkarmayacak ürünleri önermektedirler. Yani podyumdan gelip geçen düzinelerce giysi arasından ancak birkaç tanesi “gerçek mal”dır. Diğerleri; defileye orjinal bir derinlik havası sağlamak için düşünülmüş ya da stratejik bir şekilde, pazara yönelik ürünlerin bilerek abartılmış versiyonlarıdır.

Defilelerde sunulan giysiler ile alıcıların moda evlerinden aldıkları aynı model giysiler ölçü açısından farklılıklar içerir. Koleksiyonda sunulan 30-40 cm'lik miniler piyasaya 50-55 cm olarak hazırlanarak çıkarılır. Tabana daha çok yaklaştıkça pek çok özellik de benzer şekilde değişmiş olmaktadır.

Amerika'lı psikiyatrist Irene Kassoria, “**zirvede olmak düşüşün başlangıcıdır**” demektedir (63: 4). Bu görüş moda olgusu için de geçerlidir. Moda döngüsünün son evreleri; yeni bir modayı öne çıkarmış olan sürecin yavaş yavaş sönmeye başladığı dönem; toplumsal gruplar içinde ve arasında uyum, doygunluk, çöküş ve demode olma, tükenme vb. tanımlarla ifade edilir. Görünürlüğü artmış olan moda artık yeni olma özelliğini önemli oranda yitirmiştir. Kimseyi şaşırtmamakta ya da duyarlılıkları zorlayamamaktadır.

Modanın tükenme evresinde son aşama olan demode olmanın tam anlamıyla gerçekleştiğinin söylenebilmesi için yeni modanın bir öncekini tümüyle yutması ve hâlâ eski modayı uygulayanların artık “modası geçmiş” (demode) sayılır hale gelmesi gerekmektedir. Modanın son on yıllardaki gibi çok biçimli ve çoğulcu hale gelmesinden önce, “modanın tükenmesi” aşamasında modaya uymayanlar çok göze çarpmaktaydı. Herkesin uyduğu modanın, dışında kalanlar kolayca seçilebilirdi (Şekil 122).



Şekil 122: Modanın tükenmesi (57: 95).

Modanın tükenmesi evresinde moda bilinci yüksek kişiler (moda öncüleri), can sıkıntısı ve tatminsizlikle huzursuzlanıp ve sabırsızlıkla yeni modaları beklerler. Bu aşamada da moda evresinin son ve belki de en çarpıcı gelişmesi gerçekleşir. Yeni modanın eğilimlerine ilişkin ilk görüntüler çoğunlukla da haute couture’de ortaya çıkarak, moda meraklılarına kapılacak yeni heyecanlar yaratırlar. Bir modanın diğerinin yerini alması hemen hemen diğerinin toplumdaki görünürlüğünün artması aşamasından önce gerçekleşmez. Dolayısıyla önceki ve sonraki moda arasında kesin bir kopuş değil, kronolojik bir örtüşme yaşanır. Bu örtüşme oranını belirleyen; eskiyi, yerini yeniye bırakmaya zorlamak üzere devreye giren toplumsal-psikolojik süreçler, estetik tercihler, cinsel kimliğin sunuluşu vb. ile hayat tarzlarıdır.

Çağdaş moda yeniliklerinde son yıllarda gelişmiş olan çok merkezli, çok biçimli günümüz yapısında bu örtüşmeler geçmişe oranla daha sık ve hızlı gerçekleşmektedir. Yeni modalar o kadar çabuk değişmekte ve çeşitlilik göstermektedir ki çok dikkatli moda tüketicileri dahi hangi modaların “in”, hangilerinin “out” olduğunu zor izleyebilmektedir. Bu zorluğu arttıran diğer etken de; tüketicinin meslek, din, politika, yaş, alt kültür sınıf vb. bakımından hangi referans grupları ile özdeşleştiğidir. Bu gruplardan bazılarında moda hareketinin hızı, çeşitliliği ve kişinin kimliğine uygun olarak modaya duyarlık derecesi diğerlerine oranla çok daha fazla olabilmektedir. Punk’lar, sörfçüler, orta öğrenim gençliği gibi bazı çağdaş gençlik gruplarında neredeyse her hafta farklı bir stile heves edilir, denenir ve en aşırıya varana kadar uygulanır. Ancak bu gruplar arasında neyin “in” veya “out” olduğu konusunda hiçbir mütabakat yoktur. Bölgeden bölgeye dahi değişkendir.

Analitik bir biçimde sınırlanamasa da moda döngüsü; bir başlangıç, ilerleme ve gerileme ile sonuçlanan evrelerle varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Podyumlarda sunulan moda, artık hiçbir şekilde geçmişte olduğu gibi kendi içinde tutarlı değildir. Bu duruma halen alışmamış olan moda basını yine de sürekli; etek boyları, renkler ve moda tarzdan yani, koleksiyonlar arasındaki ortak noktalardan bahsedip durmaktadır. Oysa ki

artık herhangi bir modacının herhangi bir koleksiyonunda hemen hemen her şeyi bulmak mümkündür.

Bir bütün halinde makro moda döngüsü yerini; çok sayıda, birbirinden farklı mikro döngülere bırakmıştır. Konumlarını gittikçe sağlamlaştıran mikro modalar da herzamanki benimsenme sürecinden sonra, en az uzun süreli moda döngüleri kadar o kültürün parçası haline gelmektedir. Modern kültürde benzer fenomenlerin görüldüğü; resim, mimari, dekorasyon vb. başka alanlarda bulunmaktadır. Bu alanlarda yaşanan ve moda hareketi ile örtüşen; “tükenme-tepki” kuramlarıdır. Çünkü sanatta her üslup değişimi, bir önceki üslubun estetik açıdan tükendiği varsayımıyla açıklanır (yeni akımlar bu şekilde doğar, yeni modaların da benzer biçimde doğduğu gibi).

2.9. Anarşist Moda – Moda Etkileşimi

George Simmel, “Bilinçli olarak modaya hiçbir şekilde önem vermeyen de, en az züppe bir salon efendisi kadar benimsemektedir modanın biçimini” demektedir. Ama O bunu, modanın başka bir kategorisinde gerçekleştirir. Modayı adım adım izleyen kişi “öncü” kategorisinde iken, O “red” kategorisine girer. Zaten geniş bir toplumsal sınıfın bünyesi içinde modanın koyduğu standartlardan tamamıyla ayrılmak da bir tür modadır artık (19: 179). Modada da bunu karşılayan “anti moda; anarşik moda” terimleridir. Bunlar gerçekten de varolan modaya tepki olarak ortaya çıkarlar. Tepkisel modaların azı başarıya ulaşmış olabilir, ancak 1900’lerden sonraki başarıları incelendiğinde günümüze de kaynaklık eden etki alanı ve derecesi hakkında yeterince bilgi vermektedir.

Anti moda, ya da modada olumsuzlama, tümüyle modanın yarattığı bir durumdur. Çünkü tam bu aşamada moda, kendi tersyüz edilişinin aracı haline gelmektedir. Simmel de eğer anti moda olmazsa modanın oluşamayacağı görüşündedir (37: 10). Anti moda hangi şekle bürünürse bürünsün, simgesel bir muhalafet, itiraz, tasarlanmış ihmal, parodi, yergi vb. ile zamanın yükselen (in) modasına karşı çıkmak amacıyla. Yeni ve son moda akımlarını kibirle

küçümseyen bakımlı yaşlı bir dul da, geleneksel kıyafeti saldırgan bir üslupla reddeden deri ceketli Mohikan saçlı “punk”da anti modanın temsilcisidir (51: 172).

Modaya kayıtsız kalmak ile moda karşıtlığının aynı şeyler olmadığı belirtilmelidir. Hareketleri ne kadar öznel, bazen ürkek ya da deneme türünde, bazense saldırgan düzeyde de olsa anti modanın muhalif tavrı, onu modaya kayıtsızlıktan hemen ayırmaktadır. Kayıtsızlıkta, hüküm süren ya da yükselmekte olan modaya herhangi bir nedenle ilgisizlik veya modadan tümüyle habersiz olma söz konusudur.

Bazı yazarlar “anti-moda” terimini “moda değişimindeki örgütlü sistemin dışında kalan bütün süslenme tarzlarını içerir” şeklinde tanımlamaktadırlar. Bu tanıma; muhalif kıyafetler dışında, ilkel toplulukların, Batı kültüründen çok uzak halkların yöresel sıradan kıyafetleri vb.’de girmektedir. Oysa antimoda terimi muhalif giyim, yani modadaki değişim akımlarına tepki olarak ortaya çıkan kıyafetler için kullanılmaktadır. O yazarların belirttiği diğer kıyafetler içinse moda dışı tanımlaması daha uygundur. Çünkü bunlar moda olarak kullanılmadıkları için, modaya karşıt kullanılmaları da zaten söz konusu olamaz. Toplumda birçok kimse modaya kayıtsız olabilir. Ancak bunlar -kayıtsızlar- modada simgesellik ile karşıt simgesellik arasındaki diyalogun dışında kalmaktadırlar. Modada anarşizmi yaratanlarsa “anti-modacılar”dır. 1960’larda kıyafette yaşanan başkaldırıları sayesinde birçok kimse anti-modanın, hakim modalara karşı nispeten yeni ortaya çıkan, sürekli kendini sorgulayan ve örgütlü bir tavır olduğunu görmüş ve yaşamıştır. Ayrı düşme, protesto etme, dalga geçme ve saldırma, antimodacıların başlıca tavrıdır.

Modanın gerçek anlamına kavuştuğu 20. yy. sürecinde anti-moda davranışlarında çoğaldığı görülmektedir. Ancak geçmişte benzer hareketlerin nadir de olsa yaşanmış olduğu bilinmektedir.

Politik sol ile kültürel (bohem) sol arasında belirgin bir birlikteliğin görüldüğü, hemen hemen I. Dünya Savaşı döneminden, yaklaşık olarak 1960'ların blue jean çılgınlığına kadar Amerikalı solcular arasında hüküm süren “anti burjuva” erkek giyim tarzının temel giysileri; “Düğmeleri açık bırakılarak giyilen koyu renk, desensiz gömlekler, fitilli kadifeden ütüsüz ceketler -dirseklerde çoğu zaman yamalı- pantolonlar; kravat takmanın gerekli olduğu yerler için kaba yünden bir kaşkol; çıplak kafa, bazı zorunlu durumlarda bereki bu dönemde toplum önünde fötr şapka giymek pratikte zorunludur; botlar ve ağır işçi ayakkabıları”ndan oluşmaktadır. Bu anti-moda unsurları varolan modaya bir tepki olarak uygulamaya konmuş, ancak zamanla bu kıyafetler de (moda döngüsünün doğası gereği) ifade ettikleri anlamları yitirmiş, hiçbir aykırı amacı bulunmayan erkeklerin tatil günlerinde giydiği giysiler haline dönüşmüştür (Şekil 123).



Şekil 123: Moda – Antimoda etkileşimi (35: 100, 101).

Anti-moda, o kadar uzun bir süredir modanın yoldaşdır ki Batılı kıyafetle artık anti moda tavrın kesin bir şekilde, hatta belki geri dönüşü imkansız bir şekilde modanın kendi kurumsal aygıtının bir parçası haline geldiği rahatlıkla söylenebilir.

Genel olarak orta sınıf insanların giysileri bütçe, zevk, çevre vb. sınırlamalar sonucu seçilmiştir. Her bileşim, toplumsal olarak belirlenmiş roller ve tercihler dizisinde bir karşılığı olan sisteme oturur. Bu tercihler sınıf, statü, çekicilik gibi içiçe geçmiş kimi zaman küçük ayrımlarla iletilebilen mesajları içermekte ve “aykırılığın” karşıtı olan “normallığı” belirtmektedirler. Bununla birlikte amaçlı iletişim, farklı bir kategoriye girmektedir. Görünebilir bir yapılanma, yüklü bir seçim içerdiği için diğerlerinden ayrılır. Normalden ayrıldığı için ilgi çekmekte, tartışılmaktadır. Görsel alt kültürlerin dış görünümelerini diğerlerinden ayıran fark budur. Bu alt kültürler görünebilir biçimde oluşturulmuşlardır. Kendi kodlarını sergilerler.

Kodların kullanılmak ya da kötüye kullanılmak üzere var olduklarını göstermişler, nesnelere yeni ve karşıt anlamlar kazandırmışlardır. Onlar sayesinde çengelli iğne, sivri topuklu ayakkabı, deri giysiler gibi en sıradan nesneler bile belli dönemlerde çeşitli simgesel anlamlar kazanmış ve bu nesneleri anlamlı kılan etki-tepki diyalektiği içerisinde zengin görsel bir dil yaratılmıştır (Şekil 124, Şekil 125).



Şekil 124: Punk stili (35: 97).



Şekil 125: Nesneleri anlamlı kılan “görsel dil”.

Giysilere, bu stilleri ilk kez üreten gruplar çeşitli anlamlar yükleyebilmektedirler. Ancak başka gruplar da aynı şeylere farklı muhalif anlamlar yükleyebilmektedir. Çünkü bu anlamların değişmezliği garanti altına alınmış değildir. Karşı koymayla karşılaşabilir, geçersizleşebilirler. Bu bağlamda; kullanılan nesnelerin (giysilerin) simgeye, simgelerin de giysilere dönüştürüldüğü dolayısıyla ikincil niteliklerin, birincil niteliklerin önüne geçtiği görülmektedir. Örneğin; başlangıçta sade bir ulaşım aracı olan motosiklet zamanla, grup dayanışmasının korkutucu bir simgesi haline gelmiştir (28: 27). Yine, jilet gibi bilenmiş metal taraklar narsizmi korkunç bir silaha dönüştürmüştür. İngiliz bayrakları kirli anorakların arkalarını süslemiştir. İş dünyasının geleneksel takım elbisesi, kravat, kısa saç kesimi vb.’de başlangıçtaki yan anlamlarından arıtılarak boş fetişlere dönüştürülmüşlerdir (Şekil 126).



Şekil 126: Hippi stili.

Umberto Eco, bu yıkıcı hareketleri “semiyotik gerilla savaşı” olarak tanımlamaktadır. Belirgin farklılığın ve aynı zamanda grup kimliğinin iletimi, her görsel alt kültür üslubunun temel amacıdır. Tüm diğer anlamlandırmalar ona göre düzenlenip bütün mesajlar onun sayesinde iletilmektedir (11: 75).

Alt kültürü daha kabul edilmiş kültürel formasyonlardan ayıran özellik, giysilerin alt kültürdeki kullanılış biçimleridir. Temel öğeler, yeni anlamlar üretmek üzere sayısız birleşimlerde kullanılabilmektedir. Bu nedenle genişleme alanı sonsuzdur.

Paul Wills, alt kültürleri kuralları olmayan gruplar gibi gösteren popüler yaklaşımın tersine, belirli bir altkültürün içsel yapısının son derece düzenli olduğunu savunur (10: 351). Her bölüm organik olarak diğerleriyle bağlantılıdır ve aralarındaki ilişki sayesinde alt kültürün üyesi dünyanın anlamını kavramaktadır. Alt kültürel üslup, üyeleri için büyük anlam taşımaktadır. Çünkü alt kültürel bileşimlerde biraraya getirilen nesneler, grup hayatını yansıtacak, dışavuracak biçimde düzenlenmiştir. Onların temel

sorunlarıyla, etkinlikleriyle, grup yapılarıyla ve grubun kendini algılama biçimleriyle türdeşdir. Bu nesneler, alt kültürün temel değerlerini, üyelerinin görebileceği biçimde koruyan ve yansıtan nesnelerdir. Örneğin; çizmeler, askılar, kırpılmış saçları ile dazlaklar, yalnızca sertlik, erkeklik ve işçi sınıfına ait oluş gibi istenen nitelikleri yansıttıkları için uygun ve anlamlıdır. Bu şekilde giysiyi; görünüş, törenler (eylemler), müzik, konum ve yaşantılarıyla bir bütün sağlamak üzere düzenlenmişlerdir (Şekil 127).



Şekil 127: Punkçı gençler.

Punk'larda bu tezi destekler bir yapıdadırlar. Lime lime elbiselerle, dimdik duran saçlar, isyancı tavırlar vb. Punk'ların giysileri, küfürlerinin dışavurumudur. İnce ince uğraşılıp, plaklara, tanıtım ve röportajlara, aşk şarkılarına müstehcen sözler dantel gibi işlenmiştir. Bu karmakarışık giysilerle Punk'lar 1970 sonlarının günlük hayatının sessizce idare edilen kriz ortamında gürültü üretiyor görülmüşlerdir. Çengelli iğneler ve çöp torbaları ile günlük hayatın manevi çoraklığını simgeleyen maddi bir yoksulluk anlamlandırılmaya

çalışılmıştır (54: 206). Aslında, 1977’de bir Punk’ın Time Out’da yer alan **“Punklar nefret edilmekten hoşlanırlar”** sözü felsefelerini anlamamıza yeterince ışık tutmaktadır (11: 81).

Kolaj estetiği, nesnenin devrimini hızlandırmıştır. Karışıklık ve deformasyon başlıca amaçtır. Bu şekilde yeniden biraraya getirilen nesneler etrafımızdaki nesnelerden türedikleri, ama onlardan basit bir rol değişimi ile farklılaşmayı başardıkları gerçeğini paylaşmaktadırlar (Şekil 128).



Şekil 128: Kolaj estetiğinin kolajı.

Marx Ernst; “Kolaj sözünü kullanan, irrasyonel olanı dile getiriyor demektir” diyerek aynı konuya değinir (11: 76). Bayrak-cek; delik-tişört; tarak-silah vb. gibi uyumsuzluk ve zıtlıkları biraraya getirerek kullanabilen Punk; bu anarşik tarzların alt kültürel kullanımlarının iyi bir örneğidir.

Punk, anlamı “karışıklık ve deformasyon” ile yıkıp, yeniden düzenlemek istemiştir. Punk giysileri genellikle korkutucu (terörist ve gerilla tarzı), saldırgan (küfür dolu tişörtler) olmasına rağmen, Punk üslubu en çok soytarılığının şiddetiyle tanımlanmıştır. Punk alt kültürü her düzeyde karmaşayı temsil etmiş, ama bunu üslubun düzenli oluşuyla gerçekleştire-

rebilmiştir. Karmaşa böylece anlamlı bir bütün oluşturmuştur. Punk'ların benimsediği stilistik bileşimler, gerçek saldırganlığın, engellenmişliğin ve endişenin dışı vurumudur. Yapılan çok farklı olmakla birlikte, hem alt kültür üyeleri hem de düşmanlarınca açık bir şekilde anlaşılacak bir dile sahiptir.

Doğal bağlamla, sonradan oluşturulan bağlam arasında kopukluk sağlanabildiği sürece belli bir neden gerekmeden herşeyin kullanılabilirliğini kabul edilmektedir. Kural; "eğer şapka giysine uymuyorsa takabilirsin" ile de özetlenebilir. Günümüz modacılarından Vivian Westwood da bu tarz defileler düzenlemektedir. Varolan düzene tepkide kullanılan her aracın anlamca birebir karşılığını bulmak oldukça zordur.

Anlamlandırma konusuna Le Febrre (1971) "**Etrafımız boşlukla çevrili, fakat boşluk işaretlerle dolu**" (11: 82) diyerek yeni bir boyut getirmiştir. Marjinal gruplar (siyahlar, eşcinseller vb.) toplumlarda geleneksel kültürün dışında tutulmakta, bu nedenle başka hiçbir yerde görülmeyen özgün üsluplarını geliştirmektedirler. Tecrit edilmiş bu dünyalar anti-moda ile de olsa kendi üsluplarını (tabii önce bireysel ifadelerini gerçekleştirerek) sıkça moda akımına katabilmişlerdir.

Demokrasilerde anti-moda yukarıda sözü edilen alt kültürler arasında olduğu gibi, toplumsal konumları bir dereceye kadar sorumsuzluğa izin veren kesimler arasında da gelişmektedir. Gençler, özellikle de henüz çalışma, ev geçindirme vb. uğraşlarla bağlanmamış teenager'lar arasında kolayca yayılabilmekte ya da ortaya çıkabilmektedir. Avrupa, Japonya ve Amerika'da orta öğrenimdeki öğrencilerde giyim konularında; alışılmadık ifadeler, hevesler ve görülen davranış türleri anti-modanın ürünüdür. Ancak tüm bu yenilikler bazen o kadar çeşitlenmektedir ki, bir mahalleden diğerine farklılaşarak neredeyse yerel nitelikler kazanmaktadırlar. Gaultier'in kötü ün yapmış anarşist tasarımları arasında ilk akla gelenler; dışı bazen gömlek

üstüne giyilen korse biçimli büstiyerler, kalın paltolar üzerine giyilen süveterler, diz kısmının ön ve arkasında oyuklar olan rugan pantolonlar vb.'dir (Şekil 129).



Şekil 129: Vivienne Westwood (35: 136).

Moschino, 1990 sonbahar koleksiyonu için Milano'da düzenlediği defileye "Moda Sistemine Son" adını vermiş ve defilede günün modaları ile dalga geçen deli dolu bir gösteri sunmuştur. Maschino'nun sundukları arasında; üzerine dantel büstiyer giyilen oto lastiği izi deseni bulunan etek; önü plastik çingiraklar ve üzerinde miki-mouse resimleri olan parlak düğmelerle iliklenmiş klasik chanel tarzı elbiseler yer almıştır.

Görsel veya sözsel anlatım tarzı yaygınlaşarak, alt kütlür, kendi pazarlanabilir tavrını ortaya koydukça ona maledilebilecek en uygun göndermesel bağlam da gittikçe belirginleşmektedir. Bu yenilenme süreci; giysi, takı, müzik vb. alt kültürel işaretlerin toptan (kitle) üretim nesnelerine dönüştürülmesi ve iletişim araçları yargı organları vb. gibi egemen grupların

aykırı davranışları belirleyerek yeniden tanımlaması ile gerçekleşmektedir (Şekil 130).



Şekil 130: Hippi modası (28: 66).

Dazlaklar kadar militan bir alt kültürün işaretleri dahi piyasa tarafından içerilmeye direnememiş, 1970’lerde içki reklamlarında yer almıştır. Dolayısıyla alt kültürü anlamlandırılan özgün yenilikler, mala dönüştürülüp büyük moda sermayelerince çok miktarda üretilip yaygınlaştırılınca özel bağlamlarından

uzaklaşmışlardır. Yeni kodları ile anlaşılabilirlik kazanmış ve halka mal edilerek kârlı bir iş olarak değerlendirilmişlerdir (Şekil 131).



Şekil 131: Altkültürel nesnelerin giyimde kullanımı.



Şekil 132: Punk stilinin moda elemanı haline dönüşümü (35: 9).



Şekil 133: Moda elemanı “Hippi ve Punk” stilleri.

Gençlik kültürel üslupları, simgesel meydan okumalarla işe başlamakta ama, kaçınılmaz olarak sonunda yeni gelenekler yerleştirip, yeni metalar, yeni modalar ve endüstriler yaratmaktadırlar. Örneğin; hem Mod hem de Punk yenilikleri önce belirli bir kesime, daha sonra da herkese hitap eden moda haline gelmişlerdir. Her yeni alt kültür kendine uygun endüstrileri besleyen yeni eğilimler, yeni görünüm, müzikler vb.’ni yaratmıştır.

Marx’a göre mallar toplumsal hiyerogliflerdir. Ve anlamları göreneksel kullanıma göre değişen toplumsal hiyerogliflerdir (11: 69). Gençlik üsluplarının alt kültürden moda pazarına yayılması basit bir kültürel süreç değil, aynı zamanda yeni ticari ve ekonomik kurumlar ağının yardımcısidir. Ancak ticari kullanımın diyalektiğini daha genel olaylardan çok; butikler, plakçılar, kayıt şirketleri vb. kapitalizm elemanları belirlemektedir.

1920’lerde Amerikalı yazar Nathalie West, Paris’te yaşayan Amerikalılar arasında; paspal giyimli bohem yazar arkadaşlarının karşısına smokin, silindir şapka ve siyah şemsiye ile çıkarak bir moda akımı başlatmıştır. Smokin statü konusunda hüküm süren adetlere karşı hesaplı bir meydan okuma olarak

tasarlanmış olmasına rağmen; zamanla, gözden düşürmeyi hedeflediği (bohemlik) simgesel değerin aynısını kazanmıştır (19: 80).

1880'lerin sonunda New York'ta, tütün kralı Pierre Lorillard'ın bir sarayı andıran malikânesi Tuxedo Park'taki toplantılarda, zamanın önemli kişilerinin resmi giysisine karşı popülist bir hareket olarak ortaya çıkan smokin; önden kolalı gömleğin gözüktüğü kuyruklu bir ceket ve beyaz boyun bağından (kravattan) oluşmaktadır (42: 309).

Ancak bu –kaçınılmaz– süreç, üslubun içeriğinden ve politik yöneliminden bağımsız olarak gelişmektedir. Örneğin; 1977 yazında Punk giysileri artık posta siparişi ile alınabilir olmuştur. Modanın, anti-moda ile geliştirdiği kararsızlık ilişkisinin bir tür aşkın kararsızlık olduğu düşünülebilir.

Anti-moda bir tavır zamanla amacının dışına çıkıp moda döngüsünün bir elemanı haline gelir. Yani anti-moda döngüsü için tükenme evresi, moda sayılması aşamasıdır. Örneğin; moda “punk”a ait birçok muhalif tavrı kendisine maletmiştir. Davis, anti-modanın, modanın motoru olduğu görüşündedir. Yani modanın bir sonraki adıma geçebilmesi için yardımcı olacak simgeleri sağlar ona, ama tabii bu, anti-moda önce kendi sözünü söyledikten sonra gerçekleşmektedir.

Anti-moda, beğenide ve teşhirde belli bir demokrasi kabulüne dayanmaktadır. Alt kültürlerin değer sistemlerine göre, ticari sömürü ile özgünlük kesinlikle karşıttır. Ancak yeni üslupların yaratılması ve yaygınlaşması kaçınılmaz olarak –alt kültürün yıkıcı gücünün zamanla ortadan kalkmasına neden olan– seri üretim, reklam, paketlenme vb. süreçlere bağlıdır. Toplumsal bütünü sınıflandırmada bize en uygun kategorileri sunan iletişim araçlarının, yaşantımızı tanımlamada önemli bir rolü vardır. Özellikle basın, TV, sinema vb. ile yaşantımız örgütlenir, yorumlanır.

Alt kültürlerin görsel simgeleri basında iki tür tepki ile karşılaşmıştır; ilki moda sayfalarında övgü; alt kültürü toplumsal sorun olarak tanımlayan makalelerde ise yergi veya gülünçleştirilme ile. Bu doğrultuda; Teddy boy, mod, rockçı, skin head veya punk gibi alt kültür grupları dönem dönem suçlanmış dışlanmış, toplum düzenini yıkıcı gruplar olarak algılanmış (kabul edilmiş); dönem dönem de yüceltilmiş veya zararsız soytarılar olarak görülmüşlerdir.

Genelde yayın organlarının ilk ilgisini çeken alt kültürün stilistik (giyim, makyaj, aksesuar, tavır vs.) yenilikleridir. Daha sonra anti-sosyal eylemleri (ortaya çıktıça -küfür, kavga, vahşilik vs.-) keşfedilir. Örneğin; Sex Pistols grubunun ilk televizyon programından sonra bir hafta boyunca giydikleri garip elbise ve takılarından söz edilmiştir. Aslında grup elemanları, takındıkları küstah tavır ve aykırı görünümle toplumdaki kültür şokunu şiddetine ve toplumu görmek istemediği yönlerine dikkat çekmeyi amaçlamaktaydı.

Yaygarayı başlatan özellik ne olursa olsun, mutlaka sonunda alt kültürel üslubun aynı anda yayılması ve yatışmasıyla bitmektedir. Davranış veya giyimleri ile bir alt kültürün üyesi olduklarını ortaya koyan gençler için basında kullanılan terimler, garip yaratıklar, fareler gibi ancak sürüler halinde depolaşmaya cesaret eden hayvanlar vb. olmuştur (11: 66).

Stuart Hall'ın belirttiği gibi iletişim araçları yalnızca direnişi iletmezler, aynı zamanda onu, egemen anlamlar çerçevesine yerleştirirler. Ve görsel gençlik kültürünü seçen gençler, televizyon ve gazetelerde gösterildikçe aynı anda sağduyunun onları yerleştirdiği uygun bir yere (tabii garip hayvanlar olarak ama, aile içine; yani çağdaşığa) geri dönerler. Bu yenilenme süreci süreklilikle parçalanmış düzeni düzelterip, alt kültürü “kabus, düşman” olarak içinden çıktığı hakim kültüre eğlenceli bir gösteri olarak lanse edip toplumla bütünleştirir (Şekil 134, Şekil 135).



Şekil 134: Vitrindeki Punk (10: 477).



Şekil 135: Levi Strauss “Hippi Modası”, 1972 (35: 75).

Anti-modayı bulunduğu toplumsal ve tarihsel bağlamları içinde incelemek daha doğru olacaktır. Güçlü bir otoriter ve totaliter yapısı olan toplumlarda anti-modanın görülmesini düşünmek -belki bir dereceye kadar yeraltında ortaya çıksa da- zordur. Çünkü asıl amaçları o olmasa bile anti-moda taraftarları yönetimce kuşkulu ilan edilip, bir politik protesto biçimi olarak görülmektedir. Eski Sovyet Bloğu ülkeleri ile komünist Çin'de uzun süre blue jeanlerin, baskılı tişörtlerin gizlice karaborsa olarak satılmış olması, rock müzik, pizza vs. Batı kültürü ürünlerin, talebe rağmen açıkça elde edilmemesi bu duruma belirgin örnekler teşkil etmektedir. Bu tür bir ortamda da ayıksı beğenilerini herkesin içinde sergileyecek kadar gözünü karartanlar, iktidardaki otoriter rejimin tipine bağlı olarak burjuva kokuşmuşluğu karşı devrimci komploculuk, komünist bozgunculuk, kutsal değerlere hürmetsizlik vb. ile suçlanabilmişlerdir. Oysa demokrasilerde ve daha az baskıcı toplumlarda ayıksılara, marjinallere, azınlıklara vb. istisnai gruplara veya kitlelere, açıkça ortaya çıkıp faaliyet göstermeleri için sınırsız fırsatlar tanınır. Böylece anti-modanın ortaya çıkması için yani bu tür grupların simgesel olarak kendilerini toplumdaki diğerlerinden farklılaştırması, kendi kimliklerini tanımlaması için verimli bir ortam oluşmaktadır.



Şekil 136: Hippie modası (32: 177).

Sonuçta ne olursa olsun, farklı kollektif kimlikler arayışı, ister ırk temelinde ister etnik, mesleki ya da toplumsal bakımdan sapkın bir türde olsun, anarşist-modanın ortaya çıkması için önemli bir kültürel sıçrama tahtası görevi görmektedir. Hatta denilebilir ki; böyle grupların ortaya koyduğu düzen karşıtı simgesel anti-moda tavırlar, başka türlü çok şiddetli olabilecek ya da istikrarı bozabilecek politik yüzleşme biçimlerini hafifletip saptırabilmektedir. 1960'lerden itibaren modacılar bu ilişkinin farkına varıp önemini kavramışlar, kendilerine anti-modadan daha fazla esin kaynağı aramaya başlamışlardır. Artık neredeyse kurumsallaşmış bir nitelik kazanan anti-moda tavrını giyim üreticisi büyük firmalar (işletmeler)da benimsemektedir. Böylece anarşik modalar sonunda potansiyellerini (güçlerini) kaybedip hakim moda akımları tarafından yutulmaktadırlar. Bu ilişkiye rağmen anti-moda, temelindeki grup - veya birey- kimliğini ifade etme, otantiklik vb. işlevleri sayesinde modanın yozlaştırma ve tahrifatlarından pek etkilenmeksizin yoluna devam etmektedir.

Anti-moda grupları, kendilerine ait simgeleri modanın ele geçirmesinden sonra, grup farklılaşmasını sürdürecektir daha incelikli ve aşırılması daha güç simgeler aramaya yönelmektedirler. 1960'ların sonu ile 1970'lerin başında eşcinsel erkeklerin, modanın rahatça aşırılamayacağı "damızlık" giysilere yönelmesi buna örnek gösterilebilir. Modern dünyada anti-moda her türlü etkiden uzak kalmamakta hakim modanın yönelttiği saldırılarla daha fazla hız kazanmaktadır. Aslında moda da bu sayede taze kan kazanmaktadır.

Anti-moda, modanın; bilinçdışı bir duyarlık düzeyinde de olsa daha geniş kültürel ufuklara ve daha az dar görüşlü beğenilere kendini açabilmesine yardımcı olmaktadır. Toplumda simgesel malzemelerin bu tür bir devir daim içinde olması aynı zamanda demokrasiye de hizmet etmektedir.

2.9.1. Anarşist Modayı Oluşturan Bazı Faktörler

Anti-moda çok çeşitli biçimlerde ifade bulmakta ve çok çeşitli kültürel kaynaklardan doğmaktadır.

2.9.1.1. Sağlığa ve Doğallığa Uyum Amaçlı Anti-Moda Tavrı

Moda ürününün sağlık üzerindeki olumsuz etkilerine ve doğaya, insanın –özellikle de kadınların– fiziksel yapısına aykırı taleplerine dikkat çeker. Neredeyse ayakları doğal yapılarının dışına çıkmaya zorlayan biçimlerde, çok yüksek ve çoğu ağır topukları ile yürümeyi zorlaştırdığı gibi sırt ağrıları yol açan ayakkabılar (34: 4, 6); çok kısa ya da çok uzun olduğu için hareketli kısıtlayan giysiler; vücudu aşırı sıkarak kan dolaşımını olumsuz etkileyen iç çamaşırları veya üst giysiler; deriyi tahriş eden sentetik giysiler; başın ve kolların hareketlerini zorlaştıran saç modelleri, takılar vb. bunlardan bir kısmıdır (Şekil 137).



Şekil 137: Korse kullanımı.

Erkek giyimleri için de benzer olumsuzluklar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; erkek takım elbisesinin getirdiği fiziksel kısıtlama, sıkı pantolon askıları, melon şapka, kasket vb. Yıllar boyunca (anti-moda katkısıyla) çeşitli iyileştirme çalışmaları sağlanmış olmasına rağmen, üretilen bu yeni rahat giysiler genellikle iş yeri dışı giysiler -tatil günleri giyilen rahat giysiler- olarak kalmışlardır. Erkek kıyafetleri kadınlarınkine oranla moda dayatmalarına çok fazla direnç göstermişler ve fazla değişime uğramamışlardır (38: 144). Sonuçta erkekler için; çalışmaya ve ağırbaşlılığa tanıklık eden modadan hemen hemen muaf bir kıyafet kodu oluşmuş; diğer yanda da kadınlar için cinsel cazibe, bağımlılık, evcimenlik vb. özelliklere ağırlık veren modaya bağlı bir kıyafet kodu ortaya çıkmıştır (50: 4).

1850'li yıllarda kesin bir başarısızlığa uğrayan, sağlığa uyumu hedefleyen anti-moda tavrılı Amelia Bloomer önderliğindeki giyim tarzı kadın giyimi için sağlık açısından gerçek anlamda iyileştirme içermektedir. Giyim için Bloomer'ın yaptığı topyekün reform çağrısı, bir buçuk yüzyıl sonra tam olarak olmasa da gerçekleşmiştir. Bu anti-moda etkisi ile 1960'lardan günümüze gelen fiziksel zindelik modası doğmuştur. Jogging, kilo verme, sigara içmeme, egzersiz yapma, ölçülü beslenme gibi değerlere önem vermeye başlanmıştır. Çağdaş zindelik modası birbiri ile çelişen eğilimler halinde de olsa giyimde anti-moda etkiler yaratmıştır. Bir taraftan sade tasarımlı, bol pamuklu sweat-shirtler, şalvar jeanler vb. diğer taraftansa neredeyse ikinci bir deri gibi vücudu saran sentetik karışımly lycra-strech kumaştan yapılmış body, mayo, şort vb. giysiler (Şekil 138, Şekil 139, Şekil 140).



Şekil 138: Çağdaş zindelik modası ve sağlıklı görünüm (32: 217).

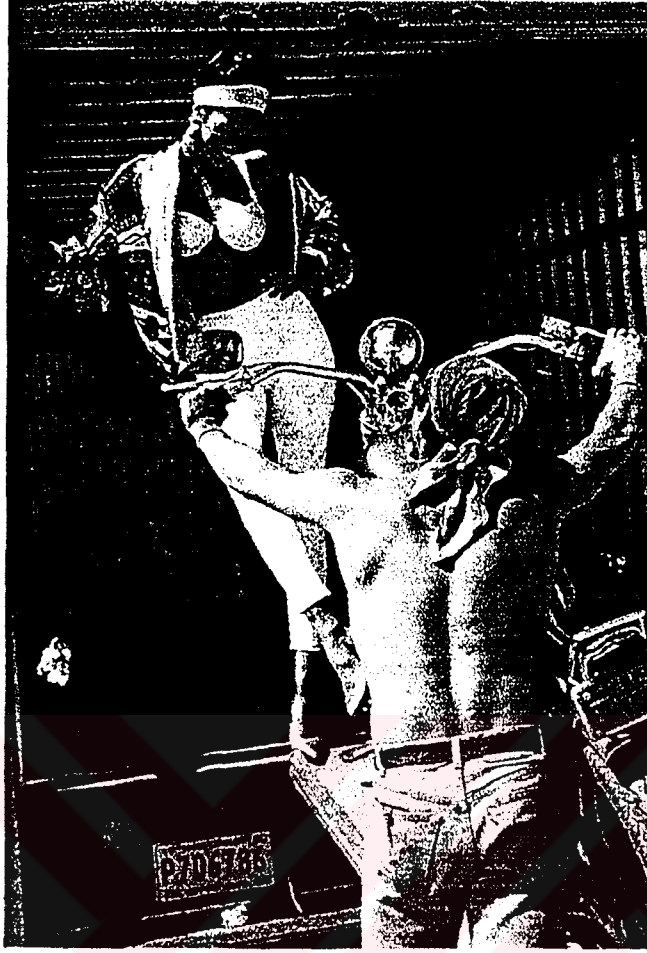


Şekil 139: Doğal liflerden tasarlanmış giyim (29: 119).



Şekil 140: Doğal liflerden oluşturulmuş giysi tasarımı (29: 121).

Birçok kişi sağlık, doğallık ve zindelik konusuna ideolojik bağlılığını ifade etmek için işe, okula, mümkün olan her yere bu tür giysilerle gitmektedir. Çağdaş sağlık ve zindelik giyiminin anti-moda etkisi yaklaşık 1,5 yüzyıl önce Bloomer'ın kıyafetinin yarattığı “skandal” niteliğindeki etkinin çok gerisindedir. Görüldüğü gibi moda, (karşıtı olan) anarşist-moda ile sürekli yakın bir dirsek temasındadır. Sonuçta sağlık ve zindelik salgını 1970'lerin ortalarında yayılmaya başlar başlamaz moda; jimnastik salonlarında, jogging ve bisiklet parkurlarında görülen çeşit çeşit giysileri kendine mal etmiş, onlara stil kazandırmış ve sahip çıkmıştır. Hatta moda; her zamanki arsızlığıyla, en azimli joggingciden veya sağlıklı gıda satan dükkanların en vefalı müşterisinden daha fazla sağlık ve zindelik tutkunu kesilmiştir (Şekil 141).



Şekil 141: Sağlıklı görünüm modası.

2.9.1.2. Feminist Protesto Kaynaklı Anti-moda

Ekonomi, vücut sağlığı ve rahatına ilişkin kaygıların ötesinde modayı (hatta genel olarak Batı'nın kıyafet kodunu) simgesel düzeyde olduğu kadar uygulamada da “ataerkil kurumların”, kadınları ezmeyi ve onlara aşağı toplumsal roller vermeyi yüzyıllar boyu sürdürmesini sağlayan temel bir araç kabul ederek tavır geliştirmiştir. Bazıları gerçek, bazıları da polemik düzeyinde bu ve benzeri argümanların kökeni 19. yy'a kadar uzanmaktadır. Modern moda; gençlik, incelik, cinsellik ve erotizm ağırlık olarak lanse edilmekte; kadınların kişiliklerini diğer boyutlarını asgariye indirip, erkeklerin gözünde önem kazanmış boyutları; yani geleneksel olarak dayatılmış; cinsel

nesne, eş, anne, ev kadını rollerini pekiştirmektedir. Bununla beraber iri yapılı, şişman kadınlar hem modanın incelik, gençlik vb. takıntılarından kaynaklanan baskıyı sürekli üzerlerinde hissetmekte hem de ölçülerine uygun moda giysi bulmamaktadırlar.

Erkeklerin modanın dayatmalarında, nispeten özgür olması ile karşılaştırınca modanın kadınlara uyguladığı baskının, erkek egemenliğine yönelik amaçlara hizmet ettiği görüşü bu kesimlerde hakimiyet kazanmaktadır. Feministler, kadınların modaya aykırı düşme korkusuna, moda dergilerindeki aldatmacalara kapılmalarını, kendilerini erkeklerin gözünde cinsel açıdan çekici hale getirme saplantılarını, reklamlarla cinsellik ve romantizm konusundaki klişeleri sürdüren güzellik ürünlerini müsrifçe satın almaları vb.'ni şiddetle eleştirmişlerdir. Bu tavrı savunanların bir kısmı kadınları erkekler gibi giyinmeye yöneltmektedir. Ancak bu, sonuçta siyaset bilimci Harold Laswell'in de değindiği gibi "kısmi bütünleşme yolu ile yenilgi"ye neden olacaktır (19: 207).

Bazı diğer feministlere göre; erkek kıyafetinin kadınlar tarafından benimsenmesi dünyanın ataerkil biçimde temsil edilmesine zımni bir meşruiyet kazandıracaktır. Bunlar erkeklerin kıyafet kodlarına körü körüne teslim olmaksızın, ne geleneksel kadın giyimi gibi düşük ve zayıf bir rolü daimi hale getiren ne de erkeklerin yapılandığı tarzdaki giyim tarzlarına benzemeyen, modaya karşı koyabilecek bir kadın kıyafeti geliştirme arzusundaydılar.

Feminist anti-moda hareketlerinin yaptırıcı etkileri 1920'lerden itibaren görülmektedir. En önemlilerinden biri Victoria Dönemi'nin fazla hacimli, oldukça rahatsız kıyafetlerinin feministlerin öncülüğüyle daha işlevsel kıyafetlere dönüştürülmesidir.

XX. yüzyılın başlangıcındaki modalar, Batı toplumunda oluşan büyük ekonomik ve sosyolojik değişiklikleri yansıtmaktadır. “Masculin” bir dünyada kendini arayan ve yeni yeni kendi varlığına kavuşan kadınların fikirleri öncelikle, yüksek sınıfın lüks giysilerini reddedişlerinde ortaya çıkmıştır.

Aristokratlığın ve zenginliğin tekelinde gözüken moda, bütün topluma açılmak zorunda kalmış, I. Dünya Savaşından sonraki siyasi gelişmeler, modanın kendi doğrultusunda sosyalleşmesi gerekliliğini beraberinde getirmiştir.

1900’lü yılların dantelli, dar kollu, yerlere kadar uzanan, belı oldukça ince ve göğüsleri dik gösteren sıkı korselerle kalça yuvarlaklığının vurgulanarak kum saati görünüşü elde edilen giysi formları terkedilerek 1910’lardan itibaren kalçayı gizleyen, bedeni dar-uzun gösteren formlar tercih edilmeye başlanmıştır (53: 231, 233).

Doktorlar vb. sağlık uzmanlarının modanın insan sağlığını tehlikeye sokan yönlerini açıklayan ve uyarıcı yazılarının korselerin, varis, solunum yolları enfeksiyonu, dolaşım bozuklukları vb. birçok rahatsızlığın nedeni olduğunu ortaya çıkardığı makalelerin bu oluşumda etkisi olmuştur.

1910 yılında da Paul Poiret korselere resmen savaş açmış, bu doğrultuda anti-moda giysiler tasarlayıp sunmuştur. Bele oturmayan dümdüz kalçaya inen çuval tipi elbiseleri ve yüksek bel hatlı, düz-dar formdaki çok sade elbiseleri ile en çok kadınlarca büyük beğeni toplayarak sansasyon yaratmıştır.

1920’li yıllarda kadınların giysilerinde feminen tarzın yokalmasının bir diğer önemli sebebi ise; I. Dünya Savaşı sonrası kadınının, görünümünü erkeksi kılma isteğidir. Kadınlar savaş sonrasında elde ettikleri özgürlüklerini korumak için erkeksi formlara bürünmüştür. Bel hattı kalçaya yaklaştırılarak hem bel, hem de kalçanın (vurgulanması) ön plana çıkması önlenmiş, göğüsler

düzleştirilip vücuda oturmayan “oğlan vari” formlar tercih edilmiştir. Böylece aktif iş hayatına girecek erkekler ile aynı şartlarda çalışmaya başlayan kadınlar bu ortamlarda feminen (doğalarını) çizgilerini yok etmeye çalışarak fiziki olarak da olsa onlara benzemek –eşit muamele görmek– istemişlerdir.

Bazı çevreler savaştan sonra, yünlü elbiseler, dayanıklı trençkotlar ve benzeri savaş döneminin sade -bazen de kaba- kıyafetlerine tepki olarak abartılı, süslü pratik olmayan kıyafetlere bir hücum olacağını düşünmüşlerdir. Ancak patolonun ve bu kullanımı rahat giysilerin sağladığı özgürlüğü tadan kadınlar bunlara geri dönüp bakmamışlardır.

Pantolon ve tulumu ilk giyen kadınlar, bunları işlerine uygun olduğu için giymişlerdir. Çalışma giysileri hiçbir zaman moda giysisi olarak dönemin dergilerinde yer almamıştır. Ancak savaş sonrası sunulan moda ürünü giysilere kadınların ilgisiz kalması ve bu rahat giysileri kullanmayı tercih etmesi, moda üreticilerinin yeni bir politika belirlemelerine neden olmuştur. Örneğin; savaş döneminde (çamur ve yağmurdan korunma amacıyla tasarlanmış olan) kadın ve erkeklerin ortak giysisi olan bir tür palto, moda tarafından bazı yenilikler eklenerek günümüzde de halen kullanılan “trençkot” haline gelmiştir. Yakaları, apoletleri, tokaları, düğme kapanma teknikleri vb. özelliklerinde değişik formlar uygulanıp, su geçirmez kumaştan yapılanlarıyla en fonksiyonel haline getirilmiştir.

Dönemin tanınmış moda öncüsü asillerinin üniforma tipi bu giysilerle çekilmiş fotoğrafları kullanılmış ancak halk tarafından yapmacık bulunan bu fikir başarıya ulaşmamıştır. Bunun üzerine moda dergileri baştan aşağı yurtsever insanları ordu yararına para harcamaya zorlayan (yönlendiren) reklamlarla dolmuştur (32: 14, 15).

Yves Saint Laurent'de 1960'larda pantolonu kadınlar için gözde bir moda haline getirerek feminist bir darbe gerçekleştirmiştir.

2.9.1.3. Muhafazakar Tutuculuk

Anti-moda tepkiler arasında en güçlü olanı yaygın bir kitleselliğe ulaşmış olması nedeniyle “muhafazar tutuculuk”tur. Bu terimle kastedilen; zaman zaman milyonlarca kadının, yeni sunulan modaya gösterdiği dirençtir. Direnç bazen öyle noktalara varır ki, yeni moda tümüyle yok olup gider ya da simgesel içeriği ile görsel etkisini kaybedecek ölçüde değişime uğrar. Giyim tarihi incelendiğinde bunun birçok örneğine rastlanabilir. 1920’lerde etek boylarını I. Dünya Savaşı öncesindeki kadar uzatma girişimi; 1970’lerin ortalarında midi etek; 1987’de 60’lardaki mini eteği yeniden moda haline getirme çabaları bunlardan en çok hatırlananlarıdır.

Bu tür anti-modanın daha önce sayılanlardan en belirgin farkı ideolojik kaynaklı olmayışdır. Reddedilen modaya alternatif öneri getirmez, günün yerleşik tarzına bağlı kalır.

Muhafazakâr kuşkucular doğrudan modaya karşı çıkan bir grup değil; yalnızca herhangi bir zaman diliminde moda sanayiinin, moda basını ve diğer moda otoritelerinin kendilerine dayattığı belli bir modaya karşı çıkanlardır. Gösterdikleri direncin temeli bu yeni modanın “onları anlatmadığı” ve benimseyecek olurlarsa benliklerini ifade biçimlerini belirgin biçimde zedeliyeceği görüşüdür.

Toplumda bu kitle çoğunluktadır ve moda propagandalarının hedef aldığı kitle de bu kesimdir. Vaatler, güvence vermeler, baştan çıkarmalar, yatıştırmalar direnen bu kesimi, yeni modanın kendilerini anlatmadığı fikrinden caydırmaya yöneliktir.

Moda medyasında sıkça bu tip retorik yatıştırmalara rastlanır: İlk bakışta görüldüğü kadar aşırı olmadığı; dünün ürkek tarzları yüzünden içinizde saklı kalan büyüleyici gücü vurguladığı; herkes için olduğu ... vs.

2.9.1.4. Azınlık Grup Kimliği

ABD’da görülen bir anti-moda türü de etnik bilincin, eşcinsel hareketinin ve kadın hareketinin yükselmesiyle ön plana çıkan “azınlık grubu kimliği” ifadesidir. Ayırdedici bir grup kimliği oluşturulmasında rol oynayan bilinçliliğin derecesi bakımından gruptan gruba farklılıklar olsa da bu tür modada amaç açıktır. Ait olunan grubu, kültürel olarak egemen toplum kesimlerinden kıyafet veya başka davranışlar (ya da hepsi birlikte) yoluyla farklı kılmak.

Bu tür grupların üyeleri bu yolla hakim kültürel akımdan kendilerini ayırmakla, hakim toplumun değersiz ve küçük gördüğü niteliklerle (örn. siyah, eşcinsel, şişman vb. olmak) gurur duyduklarını ilan etmektedirler.

Azınlık grubu kimliğinin ifadesine ilişkin bazı özel durumlar bulunmaktadır. Örneğin; ABD’nin büyük kentlerinde yaşayan Hasidi Yahudiler’in ayırt edici kıyafetleri yüzyıllardır değişmemiştir. Ancak bu tavrı anti-modanın alt bir türü olarak ele alabiliriz. Çünkü Hasidi Yahudiler toplumun hakim kıyafet kodlarını sorgulamaktan çok kendi tarihsel kimliklerini korumakla ilgilenirler. Anti-modanın alt kültürü saymadaki amacım da kendi amaçları için giyimi (modayı) araç olarak seçmiş olmalarıdır.

Amişler ve Menonitlerin’de aralarında bulunduğu ayrılıkçı, kırsal temelli dini gruplarda olduğu gibi bu tür durumlarda kıyafet, grup içindeki dayanışmaya ve dinsel inanç birliğine tanıklık etmekle kalmaz, son derece maksatlı bir biçimde toplum içindeki diğer kimselerle iletişim önünde bir engel de oluşturur. Bu etnik gruplar için kıyafet, asimilasyona karşı bir tür korunma aracı görevi görür.

Kimi zaman benzeri tip gruplar geçmişlerini inceleyip simgeleştirebilecekleri kıyafetler bulup çıkarırlar. Örneğin; ABD’de ırk bilinci gelişmiş militan siyahların Afro saç modeli ile dashiki’si; 1940’larda Meksika kökenli genç ABD’li erkeklerin giydiği zoo suit (neredeyse dize kadar uzanan çok geniş vatkalı ceket ve dar paça pantolonlardan oluşan parlak kumaştan

yapılmış takım elbise), pantolonlardan sarkan zincirler ve alışılmadık ölçüde geniş kenarlı şapkalar ise aslına az çok uygun biçimde yaratılmış birer etnik giyim tarzı örnekleridir. Bu tarzların her ikisinde de bir kültürel meydan okuma havası bulunmaktadır (21: 309, 310).

Çağımızda eşcinsel alt kültürü de modanın çeşitli kollarına yakındır. Bu da eşcinselliğe ait anti-modaların (erkeklerin küpe takması, vücudu saran Tshirtler, bazı deri kıyafetler vs.) hakim moda tarafından çok daha kolay özümsemesine olanak tanımaktadır.

Anti-moda tavırla azınlık grupların ortaya koymaya çalıştıkları ayırt edici kimlikleri moda ile etkileşimleri sonucu ister istemez zamanla sulandırılmakta ve hakim modalara malzeme olmaktadır. Ancak bu anti-moda için olumsuz bir gelişme olsa da, toplumsal ilişkilerde etkileşimi artırarak demokratikleşmeye daha fazla hizmet ettiği düşünülmektedir (Şekil 142).



Şekil 142: Azınlık grubu giysi örneği (29: 55, 56).

1934’de Gerorge Herbert Mead; “Ayrı gruplarda halkların aynı anlamlı simgeleri kullanması ile zaman içinde aydınlık bir dünya düzenine ulaşılabileceğini” yazmıştır. Bu arayış mantığı ile giysi de aynı dil gibi, hukuk gibi ya da kültürü kültür yapan diğer her bir eleman gibi anlamlı bir simge oluşturmaktadır. Anti-moda aracını kullanan karşı kültürün üyeleri, çoğunlukla toplum içindeki hakim kültürel alt gruplardan (yani artık biraz belirsiz bir biçim almış olsa da) modern çağda genellikle burjuvazi veya orta sınıf olarak adlandırılan kesimlerden uzak durmaya, onları yok etmeye hatta onları rezil etmeye uğraşırlar (19: 200).

50’lerin beatnik’leri, 60’ların hippie’leri, günümüz punk’ları (kendi aralarında da olsa dazlaklar, hard-rock’çılar, heavy-metal’ciler gibi üslup bakımından farklılık gösteren alt gruplara ayrılmaktadır), bu kategorinin ilk akla gelen güncel örnekleri arasındadır. Fakat son iki yüzyılın önemli bir bölümü boyunca Avrupa ile Amerika’da burjuvaları sarsan alışılmamış giyim ve başka saldırgan davranış biçimleri genellikle bohemlikle ilişkili görülmüştür.

Uzun saç, incik boncuk, bilezikler, çiçekli desenler, saçaklı giysiler ve hippie kıyafetinin folklorik çağrışımlar yapan diğer unsurları da; 1980’lerdeki Punk’ın yırtık jean’i, zincirlerle donatılmış ağır meşin ceket, delinip küpe takılmış yanağı (dudağı vb.), kirpi gibi şekillendirilip pastel renklere boyanmış saçları kadar kararlı bir biçimde orta sınıf kıyafetine muhaliftir. Bunlardan ikisi de, hergün işe gidilen orta sınıf dünyasının değerleri karşısında duyduğu tiksintinin ifadesidir. Hippie’ler bunu bir tür romantik pastoralizm aracılığıyla gerçekleştirirken, punk’lar sadomazohist, nihilizmin distopyacı tavrı ile yaparlar. Her iki durumda da hippie ve punklar benliklerini farklı şekillerde giysilerle sunarak, sıradan insanlardan bekledikleri tepkiyi almışlardır.

Modern Batı demokrasilerinde tahammül gösterilen çeşitli anti-moda biçimleri içinde simgesellik bakımından en güçlüsü; “karşı kültürünki”dir. Ona bu gücü kazandıran, ilk olarak çeşitli anti-moda tavırlar içinde hakim modanın simgesel hegemonyasının karşısına en dolaysız biçimde dikilip ona meydan okuyanı oluşudur (Şekil 143).



Şekil 143: Etnik kökenli anti-moda giyim ve dans.

Gruba özgü bir alternatif önermek ile uğraşmaz, moda diyaloguna bodoslama dalarak put kırıcı tavrıyla hakim tarzın kirli çamaşırlarını ortaya döker, onunla dalga geçer.

Karşı kültürün anti-modası çoğunlukla işçi sınıfı, etnik grup, toplumla aykırı düşenler gibi toplumun nispeten daha dezavantajlı, daha az hak sahibi kesimlerinde ortaya çıkar ve gelişir. Ancak ona asıl itici gücü sağlayan, yabancılaşarak başkaldıraya yönelmiş orta sınıf gençliğidir. Hippi ve Punk karşı kültürlerinin ortaya çıkışı bunun çarpıcı kanıtlarını sunmaktadır.

Anti kültür gruplarını destekleyen bu gençlerin davranışları, küstahlık olarak tanımlanmakta aileleri veya başka otoritelerce cezalandırılmaktadır. Orta sınıftan olan duyarlı bu gençlerin desteğini alan etnik grup, azınlık vs.

anarşist-modaları da bu sayede hakim kültürle çok daha yakın bir temasa geçmektedir. Öyle ki kimi çevreler bu moda hareketlerini tamamen, mali durumu iyi orta sınıf gençliğinin küstahlığı olarak yorumlarlar. Bu destekle anti-moda, dışarıdan muhalif olmaktan çok, modayı içeriden yıkıcı durumunu kazanma avantajını elde etmiş olmaktadır. 1970'lerde hakim olan hippî tarzının nasıl bu kadar kolay tutunduğu da böylece açıklığa kavuşmuştur. Erkeklerin boncuklu kolyeler takması, kocaman çerçeveli gözlükler, işleme jean, platformlu ayakkabılar vb. orta sınıftan yetişkin erkek ve kadınlar arasında da yaygın hale gelmişti. Erkeklerin küpe takması, darmadağın ve kirpi gibi saçlar, simsiyah giyinme gibi bazı punk tarzları da belli değişikliklerle çoktan hakim moda akımları içinde yerlerini almıştır.

Yüzyılın başından beri moda dünyasının kimi kesimleri, sefiş, sanat çevrelerinde bulunan, bohem, toplumsal olarak ayrıksı, radikal ve başka karşı kültür oluşumlarıyla gitgide daha fazla içiçe geçmiştir. Özellikle 1910-1920 arası dönemde Paris, moda ve sanat dünyalarının göze çarpar dercede yakınlaştığı bir yer olmuştur. I. Dünya Savaşı öncesi modacılarından Paul Poiret ile bale ustası Diaghilev, Chanel ile şair ve oyun yazarı Jean Cocteau, Schiaparelli ile ressam Salvador Dali arasındaki arkadaşlıklar iş ilişkilerine de yansımıştır. Örneğin; 1920 ve 30'larda sinkronist ressam Sonia Delaunay moda tasarımları yapmıştır.

Batı toplumlarında çeşitli gelenek dışı gruplar arasındaki sınırlar son derece belirsizdir ve kolayca aşılabilir.

Modanın anti-moda ile ilişkisi çok önemli sonuçlar doğurur. Ancak süreklilik ya da düzenlilik arz etmez. Bunun en önemli sebebi şöyle açıklanabilir; anti-moda, kültür içindeki rolünü yerine getirebilmek, ardından da hakim moda sistemi içinde kısmen özümsenebilmek için; son derece belirgin, kesin biçimde tanımlanmış hakim modalara ihtiyaç duyar. Oysa ki

1960'lardan (net olarak da 90'lardan) itibaren, modada çoğulculuğun ortaya çıkması ve gelişmesi ile anti-modaya fazla iş düşmemektedir (karşı çıkılacak, dayatılan tek bir moda olmadığı için). Neye karşı çıkılacak? Hakim moda tarzlarının oluşturduğu yelpaze zaten anti-moda tarzının bir kopyası haline gelmişken. Siyahlara bürünmüş bir punk'ın zombi görüntüsüne kısa süre sonra en şık butiğin vitrinide rastlamakta; çalışma vb. ile ağaran proleter jean'inin asitle işlem görerek üretilmiş olanını en yakın mağazada bulabilmekteyiz.

Dolayısıyla moda modern hayattaki çoğulculuğun daha çok merkezli ve çok biçimli ifadelerine yönelirken, anti-moda da görülüyor ki aynısını yapıyor.

Denilebilir ki giyimde anti-modanın ortaya koyduğu yararlı muhalefet, saldırı, küstahlık derecesinde eleştiri, bundan sonra öfkesini dile getirmek için belki de artık o kadar masum olmayan başka kanallar arıyacaktır (Şekil 144).



Şekil 144: Anti-modanın moda tarafından içerilmesi.

3. SONUÇ

Giyim, yazı ve konuşma benzeri bir iletişim aracıdır. Onun anlatım elemanları; benlik, toplumsal kimlik, cinsiyet, cinsellik, toplumsal statü, yaş vb. sayısız kültürel değerlerle temellenir.

Bundan yedi yüzyıl kadar önce moda döngüsünü başlatan ve bugün hala ilerlemesine (öncülük eden) sahne olan Batı toplumu ayrıntılı bir simgesel dağarcığa sahiptir. Bu görsel simgeler içinde bazı stratejik kararsızlıklar kodlanmıştır. En göze çarpanları; özendirici (haset uyandırıcı) teşhir ve kendini sergileme isteği; diğer taraftan da tevazu, göz kamaştırıcı bolluk karşısında ölçülülüktür. Bu ve benzeri biçimde kodlanmış kültürel kararsızlıkların kimlikte yarattığı gerilimler, yalnızca bu konularla sınırlı kalmamakla birlikte ağırlıkla; cinsiyet, cinsellik ve toplumsal statü ile ilgili olarak sonsuz biçimde kendini yineleyen moda döngüsünün motorunu oluşturur.

Sırf kendi kültürümüz içindeki ortak moda deneyimlerimiz bile gösterecektir ki moda, başka türlü asla karşılaşamayacağımız ve hayatımızda önemli sonuçlar doğurmuş olan uygulamalarla, tutumlarla, kaygılarla tanıştırmıştır bizi. Bu etki, modaya biçim verenlerin; çoğunlukla sanat, bilim, politika ve genel olarak kültür alanlarının önde gelen yaratıcı ve ilerici usnurları ile yakın ilişki içinde olmalarından kaynaklanır.

Kitleleri neyin moda olacağı konusunda yönlendirirken, kaçınılmaz olarak onları daha kolay asimile edilebilen yüzeylerdeki düşünce ve duygu alt katmanlarına açık hale getirir. Dolayısıyla moda isterse insanları baştan çıkarabildiği kadar, başka türlü farkına varmadan geçip gidebilecekleri düşünce ve deneyim dünyalarına da sokabilmektedir.

Moda artık duyarlılıklarla beğenileri besleyip şekillendirir. Ortak duyarlılıklarla beğeniden oluşan bu yığın, öznel yanıyla bir “söylem evreni”ni anımsatır. Ve böyle bir ortak yaklaşım çok geniş bir yelpazenin sunduğu deneyimleri alıp işlemek için sağlam bir temel sağlar. Esnek yapılı, yeni oluşumlara açık bu tür bir yapının gelişip değişen dünyanın ihtiyaçlarına karşılık verebilme gücüne kuşku yoktur.

Moda dürtüsünün etkisi veya gücünü özellikle de bugün, bireyin ve grupların kendini ifade etmede bir araç olarak, ayrıca global tüketici kültürünün gittikçe standartlaşan simgeleri üzerinde doğaçlamalara girişip, onları yeni bir solukla bir araya getirip sonrada rahatça tereddütsüz parçalamasındaki başarısında açıkça görülmektedir.

Moda ve anti-moda bazen ilk bakışta aynı simgesel malzemeleri kullanmış görünseler de anarşist modada malzemeler; daha çeşitlenmiş ve yerel kültürel bağlamlarda farklı anlamlar kazanmıştır (blue jean, Micky Mouse, Coca-Cola, Mc Donald's, Nike, pilot montu, vb.).

1960'ların sonlarında sokaklardan gelen ve zaptedilmesi güç moda etkileri öyle büyük bir güce erişmiştir ki sektör ile ilgili çoğu kişi, beğeniye ilişkin seçimlerin az çok belirli bir düzen içinde yayılması olarak gördükleri modanın sona erdiği kanısına vararak korkuya kapılmışlardır. Bu endişede en önemli etken piyasadaki keskin karmaşa ve hakim olan öngörülemezliktir.

Fred Davis bu dönemlerden şu şekilde bahseder; **“Bir aydan diğerine hangi modanın gelip geçeceğini ya da şu anda yaşanan çılgınlığın yerini hangi saçma sapan hevesin alacağını seçmek olanaksızdı (yırtık jean’ler, kaftanlar, spandex body’ler vs.). Modanın akışını öngörmek zaten hiçbir zaman pek kolay olmamıştı; ama o çalkantılı dönemde ortaya çıkan da, anarşiden başka birşey değildi”** (19: 176).

Çağımız modacıları artık kaçınılmaz olarak toplumla (herkesimi ile) ve toplumsal olaylarla sıkı ilişkilere girmişler; haute couture'ün, dünyanın moda laboratuvarı kabul edildiği ve bir couture öncüsünün saptadığı etek boyunun tüm dünyada benimsendiği dönemler geride kalmıştır. Paris veya modanın başka bir merkezinde etek boyunun değişimi bugün de modadaki bir değişimin işareti olabilir ancak artık eskiden olduğu gibi tüm etek boylarını birden belirlemez. Bu moda merkezleri artık yeni modaların dünyaya tanıtımının öncelikli yerlerdir yalnızca.

Anti-moda koleksiyonlarla dikkat çeken çağımız modacılarından bazıları; Jean-paul Gaultier, Franco Moschino, Vivienne Westwead, Karl Lagerfeld'dir. Karl Lagerfeld'in 1991 sezonu koleksiyonun ilham kaynağı sokaklar olmuştur: New York kaldırımlarında fason Chanel sweat-shirt satan insanların giysileri, bisikletçiler, bit pazarından alınma 70'li yılların başına özgü eski hippie giysileri ile kulüplerde dolaşan genç oğlanlar vb.

Grindering, king, Schrank ve Gilmore, kitle iletişim araçlarında yeni modaların oldukça dolaysız iletimi ile; bütün statü düzeyleri ve bütün beğeni alt kültürlerinde öncü kesimler bulunduğunu öne sürmektedir. Böylece moda bu kesimler aracılığı ile dikey (klasik tabana ivme kuramında olduğu gibi) olmaktan çok yatay bir yayılma göstermektedir (19: 164).

Moda öncüsü olarak kabul edilen birincil moda takipçileri dahi yeni modaya kendi tercihlerini eklemektedirler. Zaten bizzat modacıların kendileri "modanın kölesi olmamayı", "kendi düş güçlerini kullanmayı", "kişisel damgalarını katarak sürüden ayrılmaktan korkmamalarını" vb. tavsiye etmektedirler. Modayı birebir uygulamanın modası geçmiştir artık. Ayrıca yeni modaya bireysel farklılıklar katılması, bir dereceye kadar modaya koşut olarak ilerleyen anti-moda dürtüsüne manevi içerik yükleyerek (kazandırarak), bu dürtünün istikrarsızlık yaratma potansiyelini de yatıştırmış olmaktadır.

KAYNAKÇA

1. TURANİ, Adnan
1992 Dünya Sanat Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
2. GAARDER, Jostein
1994 Sofi'nin Dünyası. (Çev.: Gülay Kutal), İstanbul: Pan Yayıncılık.
3. WOODCOCK, George
1997 Anarşizm, Bir Düşünce ve Hareketin Tarihi. (Çev.: Alev Türker). İstanbul: Kaos Yayınları.
4. VARDAR, Berke
1998 Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri. İstanbul: Multilingual.
5. RİFAT, Mehmet
1998 XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, 1. Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
6. RİFAT, Mehmet
1998 XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, 2. Temel Metinler. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
7. BARTHESES, Roland
1993 Göstergebilimsel Serüven. (Çev.: Mehmet Rifat, Sema Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

8. ERDOĞAN, İrfan
1990 İletişim ve Toplum. Ankara: Bilgi Yayınları.
9. Büyük Kültür Ansiklopedisi C. 1. sh. 393.
10. KAISER, Susan B.
1998 The Social Psychology of Clothing, Symbolic Appearances in Context. New York: Fairchild Publications.
11. HEBDİGE, Dick
1988 Subcultures The Meaning of Style. (Çev.: Esen Tarım). İstanbul: İletişim Yayınları.
12. BARTHES, Roland
1990 Çağdaş Söylenenler. (Çev.: Tahsin Yücel). İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
13. BERGER, Arthur Asa
1993 Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi, Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları.
14. RİFAT, Mehmet
1996 Homo Semioticus. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
15. GÜNEŞ, Sadık
1995 Medya ve Kültür. Ankara: Vadi Yayınları.

16. GÜVENÇ, Bozkurt
1997 Kültürün ABC'si. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
17. MODLESKI, Tania
1998 Eğlence İncelemeleri, Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar (Çev.: Nurdan Gürbilek). İstanbul: Metis Yayınları.
18. GÜVENÇ, Bozkurt
1996 İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi.
19. DAVIS, Fred
1997 Moda Kültür ve Kimlik. (Çev.: Özden Arıkan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
20. ROWE, David
1995 Popüler Kültürler, Rock ve Sporda Haz Politikası. (Çev.: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
21. THORNE, Tony
1994 Dictionary of Popular Culture, Fads, Fashions & Cults. London: Bloomsbury.
22. WIDDICOMBE, S. and R. WOOFFITT
1995 The Language of Youth Subcultures, Social Identity in Action. Great Britain: Harvester – Wheatsheaf.

23. WILSON, E. and L. TAYLOR
1989 Through the Looking Glass, A History of Dress from 1860 to the Present Day. London: BBC Books.
24. CLEMENT, Catherine
1997 Şeytanın Orospusu. (Çev.: Rifat Madenci). İstanbul: Telos Yayıncılık.
25. McROBBIE, Angela
1999 Postmodernizm ve Popüler Kültür. (Çev.: Almila Özdek). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
26. YINGER, J. Milton
1984 Countercultures, The Promise and Peril of a World Turned Upside Down. London: The Free Press.
27. ATACAN, Can
1998 Başlangıçtan Bugüne Heavy Metal. İstanbul: Umut Matbaası.
28. POLHEMUS, Ted
1997 Street Style. London: Thames and Hudson.
29. DE LA HAYE, A. and C. DINGWALL
1997 Surfers Soulies Skinheads & Skaters. Subcultural Style From the Forties to the Nineties. London: V & A Publications.
30. POLHEMUS, Ted
1996 Style Surfing. London: Thomes & Hudson.

31. ASH, J. and E. WILSON
1992 Chic Thrills, A Fashion Reader. London: Pandora Press.
32. HOWEL, Georgina
1991 In Vogue, 75 Years of Style. London: Condé Nast Books.
33. İŞBİLEN, Ayşe
1995 20. yy Süresince Kadın Giysi Kalıplarının Uğradığı Form Değişikliği ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma (Yayınlanmamış Bilimde Uzmanlık Tezi). Ankara.
34. ROUSE, Elizabeth
1989 Understanding Fashion. London: BSP Professional Books.
35. STEELE, Valerie
1997 Fifty Years of Fashion, New Look to Now. London: Yale University Press.
36. KAISER, Susan B.
1985 The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment. London: MacMillan Publishing Company.
37. BARNARD, Malcolm
1996 Fashion as Communication. New York: Routledge.

38. FLUGEL, J.C. and D.B.A.
1971 The Psychology of Clothes. London: The Hogart Press.
39. CUNNINGHAM, Rebecca
1989 The Magic Garment Principles of Costume Design. New York: Longman.
40. FICHTER, Joseph
1996 Sosyoloji Nedir? (Çev.: Nilgün Çelebi). Ankara: Miki Matbaası.
41. GARNER, Philippe
1996 Sixties Design. Italy: Taschen.
42. SCHNURNBERGER, Lynn
1991 Let There Be Clothes. New York: Workman Publishing.
43. GUIRAUD, Pierre
1994 Göstergebilim. (Çev.: Mehmet Yalçın). Ankara: İmge Kitabevi.
44. EVANS, Caroline and M. THORNTON
1989 Women & Fashion. London: Quartet Books.
45. MARTIN, Richard
1982 Fashion and Sürrealism. New York: Rizzoli.

46. STEELE, Valerie

1988 Paris Fashion, A Culturel History. New York:
Oxford University Press.

47. BREWARD, Christophher

1995 The Culture Of Fashion, A New History of
Fashionable Dress. Great Britain: Manchester
University Press.

48. YARDWOOD, Doreen

1988 The Encyclopedia of World Costume. London:
B.T. Batsford.

49. BOND, David

1981 The Guinness Guide to 20th Century Fashion.
London: Guinness Superlative Limited.

50. TORTORA, P.G. and K. EUBANK

1994 Survey of Historic Costume, A History of Western
Dress. New York: Fairchild Publication.

51. CLANCY, DEIRDRE

1996 Costume Since 1945, Couture, Street Style and
Anti-Fashion. London: Herbert Press.

52. RENNOLDS, Caroline

1989 New York Fashion, The Evolution of American
Style. New York: Harry N. Abrams.

53. LAVER, James
1986 Costume and Fashion, A Conscise History.
London: Thames and Hudson.
54. O'HARA, Georgina
1989 The Encyclopaedia of Fashion, From 1840 to the
1980s. London: Thames and Hudson.
55. WILSON, Elizabeth
1985 Adorned in Dreams, Fashion and Modernity.
London: Virago Press.
56. WILCOX, R. Turner
1989 The Dictionary of Costume. London: B.T. Batsford
Ltd.
57. CHENOUNE, Farid
1993 A History of Men's Fashion. France: Flammarion.
58. ZIELKE, Wolfgang
1993 Sözsüz Konuşma. (Çev.: Esat Nermi). İstanbul:
Say Yayınları.
59. PURXIS, J. and J. BOWEN
1997 21. Yüzyıl Anarşizmi. (Çev.: Şen Süer Kaya).
İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
60. EWING, Elizabeth
1997 History of 20th Century Fashion. London: B.T.
Batsford Ltd.