

Modanın Dili

Arş. Gör. Gülcan Ercivan - Yard. Doç. Cemal Meydan

Sosyolojik, psikolojik, ekonomik, estetik boyutları kapsayan moda kavramı, ele alındığı her boyut açısından farklı tanımlara ulaşır. Bireyle doğrudan ilgili olan psikolojik ve sosyolojik alanlar açısından modayı, bireyin kendisini cinsel kimliği, statüsü, toplumdaki konumu, rolü, sahip olduğu inanç sistemleri ve ideolojisini ifade etme biçimi olarak tanımlayabiliriz.

Moda kavramı toplumla birey arasındaki bir iletişim aracıdır. Birey üzerinde taşıdığı giysilerle çevresine sessiz, sözsüz bir dille, görsel ve hareketsiz sembollerin yardımıyla iletilir. "Bu anlamsal şifreler tüm anlam bilim (Semioloji) kurallar sisteminin bir bölümünü oluşturur. Amerikalı sosyolog Charles Pierce göre (Semioloji) anlam biliminde moda , giyimin ürünsel şifreleri olarak kabul edilmektedir."

Anlam Bilim, "Semioloji" "Canlı varlıkların bildirişme amacıyla kullandıkları her türlü işaret sistemini ele alan bilim dalıdır." Sosyolog Goffman'a göre bu tip işaret sistemi kişileri birbirinden ayırt edici diğer insanların onlara nasıl davranmaları gerektiğinin mesajını gösteren işaret ya da dil olarak tanımlanmaktadır.

Dilin tanımı ise; "Duygu ve düşünceleri, seçimleri açıkça göstermeyi mümkün kılan her türlü işaret sistemi ya da yöntemi olarak tanımlanır."

1. BİR İLETİŞİM ARACI OLARAK MODA

Bir iletişim biçimi olan moda, toplumsallaşma sürecinde sembolik etkileşim ve çağrışımlar yoluyla, bireyin seçimlerine göre oluşan ve kimliklerini ifadelendiren bir kavramdır. Bireyin toplum içindeki konumunu, üzerinde taşıdığı giysiye bakarak tanımlayabiliriz. Giysiler, bireyin psikolojik durumu, sosyolojik eğilimleri, taşıdığı toplumsal değerler ve hiyerarşiyi, toplum içinde bulunduğu sosyal duruşu, ideolojisi, cinsel kimliği, mesleği, politik eğilimi, yaşam biçimi, seçim-

leri ve kökeni hakkında fikir yürütmemizi sağlarlar. Moda, bireyin konuşma eyleminden sonra en iyi şekilde iletişim kurma, kendini ifade etme şeklidir. Kişi iletmek istediklerinin mesajını sözsüz olarak giysinin tarzı, materyali, rengi gibi özellikleriyle ifade edebilmektedir.

Giyimi, çoğunlukla hareketli iletişimin eylemleriyle ilgili olarak insanların kişisel ortamlarında çevreyle ilişki kurmanın doğal aracı olarak tanımlanmaktadır. Bu aracın seçilmesi mevcut dil ve insanların giydiği elbisenin anlam ve işaretleriyle yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Fred Davis'e göre temel iletişim aracı olarak kıyafeti, konuşmadan en çok ayıran - farklılık - kıyafetin gösterdiği anlamlı farklılıkların, konuşmaya dayalı iletişimde kullanılan söze dökülü sesler kadar kesin biçimde belirlenip standartlaştırılmış olmamasıdır. Büründüğümüz giysiler, onlara yüklenen değerler zamana gruba göre değişse de bire bir değilse bile temel olarak bizde de başkalarında da yarattığı imajları ve çağrışımları yaratır. Örneğin Hippi hareketi, "1966 'da gençliğin, savaş karşıtı sosyal politik fikirleri değiştirme isteği ve yetişkin topluma karşı başkaldırısıdır. Marjinal görünümü sakallı, uzun saçlı erkekler, hippie kızlarının giydiği uzun etekler, uyuşturucu kullanan bir alt kültür hareketi haline gelmiştir. Hippi felsefesi aşkı ve toplum baskısına karşı özgürleşmeyi vurgulamaktadır ve seks ve uyuşturucuya karşı liberal tutumu savunmaktadır". Ancak kişi uzun saçlı sakallı, bir hippiyi gördüğü zaman zihninde ilk oluşacak imge, omuzlarına kadar uzayan saçlarıyla radikal ve uyuşturucu kültürün bir parçası

olma yakıştırmasını yapacaktır. Bu konuya başka bir örnekte Punk akımıdır. "1970 yıllarının ortalarında Londra'da ortaya çıkan punk akımı sosyal bir başkaldırı olarak başlamıştır. Punk özellikle şok etkisi yaratma üzerine kurulmuş bir stildir. Hippilerin giydiği renkli giysilerin yerine punk giysileri tamamen siyah ve bilinçli bir şekilde ürkütücüdür." Kadın ve erkek punkçuların kullandığı giysiler deri ceket, siyah pantolon, zincir ve metal aksesuarlardır. Kadın punkçular siyah tayt, siyah mini etek ince sivri topuklu ayakkabılar kullanmışlardır ve giysilerini fermuar, jilet, çengel gibi iğne gibi aksesuarlarla tamamlamışlardır. Fanatik punkçularda kulaklarına pek çok delik deldirmişler vücudun pek çok yerinde özellikle burun ve dudaklarda piercing kullanmışlardır. Bir punkçının çevresindeki insanlar da uyandıracığı ilk imaj asilik, sokak kültürü, toplum ve düzen karşıtı ve marjinal düzeni ifade edecektir.

Allison Lurie "giyim dili" adlı çalışmasında giyim ile dil yapısı arasındaki paralellığe dikkat çekmektedir. Lurie dildeki sözcükler ve gramer ile giyim anlamları arasındaki eşdeğerlilik ya da özdeşlikler sağlanmıştır. Luri bu yüzden farklı giyim tarzlarını belli bir dilin aksanları ya da şiveleri olarak tanımlamaktadır. Giyim dilinde ustalaşmak kişiden kişiye değişmektedir ve ifade yetenekleriyle çeşitli anlamları aktarmada farklı cümleler kurma arasında çeşitlilik göstermektedir. "Giyimin iletteği mesaj, sessiz sözsüz bir dilin parçası olup görsel ya da hareketsiz sembollerin kullanılmasıyla oluşur. Sosyolog Goffman'a göre, bu tip semboller, statü belirleyici, kişileri birbirinden ayırt edici, diğer insanların onlara nasıl davranmaları gerektiğinin mesajını gösteren işaret ya da işaret taşıyıcıları olarak tanımlanmaktadır". Toplumsal yapı içerisinde kişilerle bire bir iletişimin büyük bir çoğunluğu anlak, geçici ve kişiseldir. Genellikle edinilen ilk etkiler bir kez oluşturulmaktadır ve bütün kararlar giysileri bir işaret ve kişinin algısında oluşturduğu bir çağrışımların bir bileşimidir. "Hoca olmak istiyorsan sarık sar" deyişini getirelim aklımıza . Gerçekten de giysi bedeninin kendisi haline gelir, insanın başkalarına sunduğu kendi görüntüsünün oluşumuna katılır, ayrımlı ve eklemli bir söylemdir, dildir. Genel sosyolojik bir

sistem içinde yer alır, gösterdiği ve gizlediği (göstermediği) şeyle anlam taşır."

Giysilerimizi seçerken bilinçli ya da bilinçsiz olarak sosyal kimliğimizi aktarırız. "Moda kültür ve kimlik" adlı kitabında Fred Davis, sosyal kimliği başkalarına sembolik araçlarla aktarılan benlik ile ilgili herhangi bir özellik olarak tanımlamaktadır. Bu sembolik araçlar, belirli tarz ve belirli tarzın özünü aktardığımız dilin bir parçası olduğunu belirtmektedir. Bu dilin anlamı belirli bir kültür dahilinde toplumla paylaşılır. Yorumlar ve değer yargıları kişiden kişiye, gruptan gruba değişiklik gösterse de ifade edilen sembolik araçla ilgili her türlü algısal bilgi mevcuttur. Bir bütün olarak ele alındığında bu unsurların birleşimi temelde tam olmasa da akla, çoğu gözlemciyle ilgili aynı çağrışımları yükleneyecektir.

1.1. Rol - Statü ve Kimlik

Giysi, vücudumuzu örtme korunma gibi işlevsel özelliklerinin yanı sıra kişinin toplumdaki konumunu, statüsünü aktaran temel araçları olmaktadır. Giyim kişilik, rol, statü, hakkında ip uçları verir ve algı yoluyla kişinin toplum içinde bulunduğu durumu tanımlamamıza yardımcı olmaktadır. "Birey, giysi yoluyla kendi toplumsal konumunu ve statüsünü ifade etmeye çalışır."

Rol; kişinin toplum içerisindeki sosyal ilişkilerindeki kategorileri belirtmektedir. Bu kategoriler, mesleki roller (öğretmen, doktor, çiftçi, berber gibi) ailevi roller (anne, baba, kızkardeş, amca gibi) ve yaş - cinsiyet rolleri (genç erkek, yaşlı adam, ergen çocuk gibi) olarak ifade edilmektedir. Statü ise " Belirli bir toplumda bir bireyin varolan öteki durum ya da mevkiler arasında sahip olduğu durum ya da mevki belirlemeye yarayan her türlü toplumsal özellik ya da konuma 'statü' adı verilir" Giysi yoluyla birey, sosyal statü, cinsiyet, sınıf, meslek, kişilik, ait olunan grup gibi özellikleri sözel ve yazılı olmayan bir dilde aktarır. Cem Hakko, Moda Olgusu adlı kitabında sosyal statüyü, şöyle tanımlamaktadır. Moda insanın kendi toplumsal konumunu saptama böylece de belirli bir top-

lumsal sınıfın üyesi olduğunu gösterme aracıdır. Giysi tarihi incelendiğinde giyim ve aksesuarlar çoğu zaman bireylerin toplumsal statüsünü ifade etmiştir.” Moda ve giyim insanların yaşam düzeyleri ve ekonomik düzeyi, mesleği hakkında belirgin mesajlar vermektedir. Modanın evrim süreci içerisinde geçirmiş olduğu gelişim ve değişim içerisinde moda ile statü arasındaki bağ hep varolmuştur.

Toplumda mesleki statüler kapsamında beyaz yakalı ya da mavi yakalı olarak yer alan genel tanımlamalar söz konusudur. Kişinin beyaz yakalı ya da mavi yakalı olması ne tür iş yaptığını, ekonomik statüsünü gösterir. “Beyaz yaka, o kişinin mesleğinin bir takım elbise gerektirdiğini, gömlek ve kravat takması anlamına gelir daha çok masa başında oturan zihinsel faaliyetlerde bulunan meslek gruplarını temsil eder. Örneğin; üst düzey bürokrat. Mavi yaka ise ellerini kullanmasını gerektirecek ağır bir işe sahip olduğunu gösterir. Örneğin; işçi”.

Toplumsal statünün en belirgin en karakteristik bir diğer ifade şekli üniformalardır. Üniformalar bireyin toplumsal hiyerarşideki konumunu gösterir ve kişinin kimliğini, ayırt edici niteliklerini, kişiliğini gizleyen, sembolik iletilerin mümkün olmadığı bir giyim şeklidir. Belirli meslek grubuna mensup olan kişilerin giysileri toplum içinde sözsüz bir refleksle fark edilir. Özellikle askeri üniformalar, farklı kademe ve derecede olan kişilerin hem kendi kurumları hem de toplumsal açıdan ayırt edilebilmesi açısından topluma verdiği mesaj dikkat çekicidir. “Üniformalar ve mesleki giysiler, sıradan giysilerle artık belirgin biçimde dışavurulamayan toplumsal farkları ifade etmede kullanılırlar. Üç temel üniforma kategorisi şöyle tanımlanabilir.

1. Polis, postacı, itfaiyeci, demiryolu çalışanları, kamu görevlilerinin üniformaları
2. Dükkanlar, mağazalar ve fabrikalar gibi özel işletmelerin çalışanlarının üniformaları
3. Ev hizmetçilerinin üniformaları.

1.2.Cinsiyet ve Yaş Ayrımları

Giysiyle iletilen cinsiyet ve yaş ayrımlarının sembolik anlatımları kültürden kültüre farklılık gösterse de hemen hemen bütün toplumların ortak kabul ettiği sembeler bulunmaktadır. Kadın ve erkek giyiminde farklı keskin ayrımlar her dönemde olmuştur. Fakat 18. yüzyıl Avrupa’ında etkin burjuva yaşamının sonucunda kadın ve erkek giysilerinin birbirinden kesin olarak ayrılmadığı bilinmektedir. 18. yüzyıl Avrupa’ında yaşanan kadın erkek giyim davranışı “... kadınlarla erkeklerin gösterişli dantelleri, zengin kadifeleri ve nakışları cömertçe sergilemeye, süslü püslü ayakkabılara, saç yaptırmaya, peruklara ve rokoko süslemeli şapkalara, aynı zamanda kokulu pudraları, allık ve başka kozmetikleri bol bol kullanmaya eşit ölçülerde meraklıydı” kısacası bu dönemde erkekler en az kadınlar kadar göz alıcı kostümler kullanmaktaydılar. Bu dönemdeki kadın erkek giysilerindeki ayrımın net olmayışını sosyologlar Fransız ihtilali sonucunda aristokrasinin çöküşü ve paralelinde burjuvazinin yükselmesinin getirdiği siyasi ve sosyal değişime bağlamaktadırlar.

Kadın ve erkek giyiminde, temel giysi formu etek ve pantolondur. Bütün kültürler kadının etek, erkeklerin de pantolonu bir kıyafet kodu olarak kabul etmesidir. Ancak bu giysi kodu, ulusal kostümler içerisinde yer alan İskoç erkeklerinin kullandığı İskoç etekleri için geçerli değildir. Pantolonun rahatlığı ve işlevselliği açısından incelendiğinde kadınlarında bu giysiyi kullanmak istemeleriyle çeşitli tepkiler oluşmuştur. 1850’lerde Amerika’da kadın eylemci Amelia Bloomer pantolonun, rahat, kullanışlı güvenli olduğu gerekçesiyle yeni bir moda yaratma amacını gütmeyen yeni bir pantolon stili oluşturmuştur. Bu stil “Türk pantolonu” (şalvar) üzerine giyilen bir etekten oluşmaktadır. “Bu kostüme gösterilen büyük ilgi ve kostümün yarattığı büyük tartışmalar cinsel ayrımın belirginliğini gösterir. Kostümü giyen kadınlar, genellikle erkeklerden (çoğu kez düşmanca tavır takınmış olmalarından) oluşan büyük kalabalıkların ilgisini çekmiştir. Halkın tacizinin bu denli şiddetli olması bir çok kadının bir kaç ay sonra kamusal alanlarda kostümü giymeyi bırakmalarına yol açsa da kadın

eylemciler ve diğerleri; giysinin sağlıklı olması, fiziksel hareket yetisini arttırarak kadınları erkeklerden bağımsız hareket etmeye teşvik etmesi ve Amerikan toplumunun değerlerine – ekonomiklik, kullanışlılık ve rahatlık uyması sebebiyle kostümü savunmaya devam ettirmişlerdir. “ Kadınların pantolonu işlevselliği ve rahatlığı açısından kullanmak isteme çabaları ısrarla devam etmiştir. Kadınların pantolonu giyme mücadelesinde bisiklet kullanımının büyük katkısı olmuştur. Kadınların bisiklet kullanırken etek gibi görünen fakat geniş paçalı diz hizasında pantolon eteğin rahatlık sağlayacağını ileri sürmüşler ve 1892’de günümüz bisikletinin (iki tekerleği de aynı büyüklükte) kullanıma girmesinden bir kaç yıl sonra Fransa hükümeti, kadınların ancak bisiklet kullanırken pantolon giyebilme iznini vermiştir. Bir Fransız giyim tarihçisine göre bisikletin “özgürleşmenin sembollerinden biri” haline gelmesi kadın spor giysilerine karşı tutumu tamamen değiştirmiştir. Aynı tarihe göre “Bu ünlü bisiklet aslında hâlâ, giyime, kadınların giydikleri pantolonlara, kadınların özgürleşmelerine ve fiziksel özgürlüklerine ilişkin modern düşüncenin uyandırdığı anı belirleyen bir nesne olarak görülür”.

İş yaşamına daha fazla giren kadının pantolon giymesi gerçek bir devrim niteliğindedir. “Pantolon iş giysisi olmaktan çıkıp ‘kadının kurtuluşu’nun gerçek simgesi haline aldı. Öte yandan , bu kurtuluş hareketi yasama alanı (oy hakkı) ya da din alanı (din adamı olma hakkı) gibi başka alanlarda da kendini gösterdi.”

Erkek cinsiyet kimliğinin simgesi olan kravat erkek giyiminde en çok kullanılan aksesuarlarından biridir. Alternatif giyim tarzında kravatın anlamı erkek gardırobundaki fonksiyonuyla ilgilidir. XIX. yüzyıl erkek giyimi giderek daha ciddi ve kalıplaşmış hale geldikçe, kravat takanın ait olduğu toplumsal grup, üyesi olduğu kulüp, sportmenliği, eğitim durumu kısacası toplumdaki statüsünün göstergesi olarak kullanılmaya başlamıştır. “Bir kadının taktığı kravat ise, en genel anlamıyla bağımsızlık ifadesi olmakla beraber birçok alternatif yaşam tarzını da simgeler.”

XIX. yüzyılın sonlarında, kadının özgürleşmesinin ve erkeğin XIX. yüzyıldaki toplumsal statüsüne karşı mücadele verme isteğinin sembolü olan kravatın artık nerede ve kim tarafından kullanıldığına göre farklı anlamlar taşımaktadır. Kravat, reklamlarda, moda dergilerinde ve filmlerde kadının bağımsızlık sembollerinden biri olmayı hala simgelemektedir.

“Kostüm tarihçileri, giysiyi tamamlayan bir aksesuar olan şapkayı toplumsal statünün önemli göstergeleri olduğunu belirtmişlerdir .” Şapkaların yaygınlığı, bireyin toplumsal statüsünün diğerleri tarafından, diğerlerinin toplumsal statüsünün birey tarafından hemen fark edilebilmesine verilen önemi gösterir”. Şapkalar da eşit kimliğin güçlü sembollerinden sayılmış ve kadınlar tarafından 1800 yıllarda kabul edilmişlerdir. Silindir şapkaların kadın binici kıyafetiyle kullanımı 1830’larda başlamış ve yüzyıl boyunca devam etmiş; melon şapkaların bu giysilerle kullanımı ise yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır (Wilcox 1945; Schreier 1989). Erkek şapkalarının kadınlar tarafından diğer faaliyetlerde kullanılmaları yüzyılın ortalarında başlamıştır. Hasır denizci şapkaları ilk olarak çocuk modasında benimsenmiş, 1860’larda da kadınlar arasında moda olmuştur (Lambert 1991: 55). Brew’e göre (1945:209-10) 1870’lerin popüler şapkası melon şapka “erkeklerin kullandıkları şapkaların neredeyse tıpatıp aynısıdır.” 1800 lü yıllarda şapka fiyatları, ceket ve pantolon fiyatlarıyla karşılaştırıldığında şapkaların fiyatları daha düşük bir fiyata karşılık gelmekteydi. Bu nedenle şapkaların halk tarafından kullanımı oldukça yaygındı. Kişinin toplumsal statüsü ne olursa olsun sokağa şapkasız çıkması kabul görmeyen bir davranış şekliydi hatta ev içerisinde de şapka kullanılmaktaydı.

“Melon şapka, XIX. Yüzyıl ortalarında İngiltere’de bekçilerinin ve avcılarının mesleki şapkası olarak doğmuştur. İşçi sınıfı erkeğinin sınıf sınırlarını melon şapka giyerek belirsizleştirme girişimleri Charlie Chaplin’in erken dönem filmlerinde hicvedilmiştir. Yüzyılın ortalarında kasket, işçi sınıfıyla özdeşleşmiş ve “bir işçi sınıfı erkeği için en sıradan başlık” olmuştur. Fransa’da ise her toplumsal sınıf şapkayı farklı biçimde kullanmıştır. Üst ve orta sınıflar yüzyılın ortala-

rında silindir şapka giymişler; yüzyılın son çeyreğinde ise resmi davetlerde silindir şapka, iş görüşmelerinde ve pek resmi olmayan davetlerde melon şapka, ince hasır şapka, panama şapka kullanmışlardır.”

“Blue jeanler”de statü, kimlik, yaş, cinsiyet, sınıf, ideoloji, ülke gözetmeden kullanılan özgürlük, eşitlik, bağımsızlık gibi popülist düşüncelerin simgesi olmuştur. Burada dikkat çekici olan en önemli konu “jean”ın yüzyılı aşkın süredir onu çevreleyen meslek, sınıf, cinsiyet, ve yaş gruplarına karşı sınırları aşarak evrensel nitelik taşımasıdır. XIX. yüzyıl ortalarında Levi Strauss adlı bir adamın California’daki altın madencilerine çadır ve kaplanmış vagon tenenesi satmaya başlamasıyla blucin moda tarihinde yerini almıştır. Strauss artan çadır bezlerinden pantolon yaparak bunları madencilere satmıştır. Maden işçilerinin giydiği bu pantolonlar daha sonra Levi’s diye tanındı ve blucin, günümüze kadar gelen çok geniş ölçekte kabul gören tek giyim eşyası olarak hala kullanılmaktadır. XIX. ve XX. yüzyılda blucinler fiziksel emeği ve dayanıklılığı temsil eder. 1950’ler ve 1960’larda tüm dünyada motosiklet çeteleri, solcu eylemciler, hippiler gibi çeşitli marjinal gruplar tarafından da kullanılan blucin orta sınıf için sembol haline gelir. Toplumsal normlara isyanın simgesi sayılan siyah deri ceket estetik ya da politik olarak isyancı bir duruşu ifade etmek isteyenlerce kullanılmakla birlikte blucinin popülaritesine hiçbir zaman yaklaşamamıştır. Jean üreticileri, saygınlığı olmayan gruplarla arasındaki simgesel ilişkiyi kırmak ve “jean”ın herkes için hemen hemen her durumda giyilmeye uygun olduğu konusunda tüketiciyi ikna etmek için büyük pazarlama ve reklam şirketlerine başvurarak büyük kampanyalar başlatmışlardır. Bu çabaların işe yaradığı açıktır. 1960’ların sonlarında blue jean tüm dünya da popüler olmuştur.

Sonuç

Sözsüz iletişim dili olarak bilinen moda, kültürden kültüre farklılık gösterse de hemen hemen tüm toplumlarda bireyin kendini en net şekilde ifade edebildiği bir yöntemdir. Kişi iletmek istediği mesajı, ulaş-

mak istediği konumu, psikolojisini, değer yargılarını, politik kimliğini, dini ve siyasi ideolojisini giysileriyle ifade edebilir.

Günümüzde giyim insanın kendi toplumsal konumunu saptama böylece de belirli bir toplumsal sınıfın üyesi olduğunu gösterme aracıdır. Giysi tarihi incelendiğinde giyim ve aksesuarlar çoğu zaman bireylerin toplumsal statüsünü ifade etmiştir.

Özgürlük, eşitlik, bağımsızlık gibi popülist düşüncelerin de en açık ve en net ve sözlü ifadeye gerek kalmadan giysiler yoluyla sembolize edildiğini hippilik ve punkçılık gibi akımlarda çok net bir şekilde görmekteyiz.

Kaynaklar

- CEVİZCİ, Ahmet; Felsefe Sözlüğü , Paradigma Yayınları , İstanbul , 1999,
- CRANE, Diana; Moda ve Gündemleri, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003
- Davis, Fred; Moda, Kültür ve Kimlik, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997
- BERNARD, Malcolm; Fashion As Communication, Biddles Ltd, Guildford and King’s Lynn , London, 1996
- DAVİDE, Agnelli; TAL, Bazuzuni,Dario; “Fashion Victims”, 2nd International Symposium of Interactive Media Design , Yeditepe University, Visual Communication Design Dept., Mor ajans, İstanbul, 5-7 Ocak 2004
- EUBANK Keith, TORTORA Phyllis; Historic Costume, Fairchild, Newyork, 2000
- HAKKO, Cem; Moda Olgusu, Erler Matbaası, İstanbul, 1992
- HORN J. Marilyn;GUREL, Luis; The Second Skin, Houghton Mifflin Company, Boston, 1981
- MENDES, Valerie; DELA ,H. Amy; 20th Century Fashion, Thames & Hudson , London, 1999
- STONE, Elaine; The Dynamics of Fashion , Fashion Institute of Technology, Fairchild Publications, Newyork, 2001