



GİYİM MODASINDA AYKIRI SÖYLEMLER VE KİTLE BEĞENİSİ İLİŞKİSİNDE BİREŞİM TARZLAR

CONTRADICTIONARY DISCOURSES IN CLOTHING FASHION AND SYNTHESIS STYLES IN MASS APPRECIATION RELATION

Dr. Öğr. Üyesi Irmak BAYBURTLU

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Moda ve Tekstil Tasarımı
irmak8@gmail.com ORCID: 0000-0002-2493-2967

ÖZ

Batıda Modernizm sonrası ortaya çıkan toplumsal aykırı söylemler, günün egemen modasına karşı olarak kendi giyim tarzlarını yaratmışlardır. Ancak ilerleyen zamanla bu tarzların, giyim endüstrisinin görsel çeşitliliğe olan gereksinimi doğrultusunda, egemen kitlelerin beğenisine uygun olarak yeniden yorumlandığı görülmüştür. Her biri kendi döneminde sosyal, politik, v.b. çeşitli aykırı tavırlar içeren altkültür, akım veya eğilimlerin simgesi haline gelmiş giyim tarzları, egemen kitlelerin beğenisine uygun hale getirilerek, yeni bireşim* (sentez) tarzlar ortaya çıkmıştır.

Konu öncelikle moda olgusunu yaratan kitle beğenisi ve bunu doğuran insan psikolojisi temelinde ele alınmış ve sosyolojik nedenlerle irdelenmiştir. Diğer yandan her biri kendi döneminde simgeleşmiş, aykırı söylemler üretmiş altkültür ve eğilimlere ait giyim tarzları ele alınmıştır. Örnek olarak, ortaya çıktığı dönemin egemen modasına karşıt veya yenilikçi olan asıl tarzlar ve bunların zamanla moda sistemi içerisinde yer edinen bireşimleri, 2010 sonrası internet sitelerinde satışa sunulan veya çeşitli moda blog ve sitelerinde yer alan/satılan güncel kombinler karşılaştırılmıştır. Çalışma aykırı söylem üretmiş ve giyim modasında etkili olmuş, seçilen 6 örnek tarzla sınırlandırılmıştır.

Egemen kitlelerin beğenisine uygun olarak düzenlenmiş bireşim tarzlar üzerinden “modanın sistematik döngüsüne karşı duran görüşleri de yine kendi sistemine dahil edebilen”, gizil güce (potansiyel) dikkat çekilerek, günümüz giyim modasında sıklıkla rastlanan bireşim tarzların, aykırı söylem ve kitle beğenisi ilişkisinde incelenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Moda, giyim, tarz, bireşim, kitle beğenisi, altkültür

ABSTRACT

Socially contradictory discourses that emerged after modernism created their own styles of clothing as opposed to the dominant fashion of the day. However, in the course of time, it was seen that these styles were reinterpreted in accordance with the appreciation of the dominant masses in line with the need for visual diversity of the clothing industry. Each in its own time, social, political, etc. clothing styles, which have become the symbol of subculture, trend or tendencies containing various contradictory attitudes, have been adapted to the appreciation of the dominant masses and new synthesis (synthesis) styles have emerged.

The subject has been firstly dealt with on the basis of the mass appreciation that created the phenomenon of fashion and the human psychology that gave birth to it, and has been examined for sociological reasons. On the other hand, clothing styles belonging to subcultures and tendencies, each of which was symbolized in its own period and produced contradictory discourses, were discussed. For example, the actual styles that opposed the dominant fashion or innovator of the period in which

* TDK sözlüğünde, bireşim: Parçaların veya öğelerin bir araya getirilip bir bütün olarak birleştirilmesi, sentez.
(http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ce2665cd40a14.37994487)



they emerged and their new interpretations that took their place in the fashion system over time, and the current combinations that were offered for sale on post-2010 websites or appeared / sold on various fashion blogs and sites were compared. The study produced contradictory discourse and was effective in clothing fashion and was limited to 6 selected sample styles.

It is aimed to examine the relation of contradictory discourse and mass appreciation of synthesis styles taking place in today's clothing fashion by drawing attention to the latent power (potential), “which can again be included in its own system, whose views also against the systematic cycle of fashion” through synthesis styles arranged in accordance with the appreciation of the dominant masses.

Keywords: Fashion, clothing, style, synthesis, mass appreciation, subculture

1. GİRİŞ

20. yüzyıl, endüstriyelmiş batı toplumları moda karşıtı eğilimlerin yer aldığı belirli dönemlere şahitlik etmiştir. Çeşitli aykırı söylemlerin etkisinde ortaya çıkan bu eğilimler kendi dönemlerinin egemen kültürüne ve günün modasına karşı duruş sergilemişlerdir. Söz konusu aykırı söylemlere ait tarzların, çeşitli kültürel öge, diğer tarzlardan alınan parçalar veya marka kimliklerine ait simgelerle birleştirilen yeni bireşimlerine daha sonraki dönemlerde ve günümüzde sıklıkla rastlanmaktadır.

Her ne kadar giyim modası, tüketim ve ekonomik dinamiklerle devimini sürdürse de bu devimi olanaklı kılan etkenlerden biri dayatılan ve paylaşılan beğenidir. Söz konusu beğeni toplumun geneline dahil olma eğilimiyle yani kitle psikolojisiyle açıklanabilen bir temele sahiptir.

Giyisi eski uygarlıklardan bugüne kadar birçok farklı rol üstlenerek bir tür iletişim nesnesi özelliği taşımıştır. Cinsiyet, sosyal ve ekonomik konum, sınıf farkı, eğitim düzeyi, kültürel birikim, gelenek, inanç gibi birbirinden farklı kimlikleri belirgin kılan simgesel bir dile sahip olmuştur. Giyim modası da işlerliğini bu farklı kimliklere ait simgesel dili kullanarak bireysel zevklerin arda bırakıldığı, toplumsal ortak beğeniler üzerinden sürdürmektedir. Nitekim giyim endüstrisi kitle psikolojisine ait bu gerçeklerden yararlanarak yeni bireşim kimlikler veya tarzlar ortaya koymaktadır. Bu yeni bireşim tarzlar egemen kitlelerce görsel çeşitliliğin tercih edildiği ancak söz konusu kimliklerin temel felsefelerinin arda bırakıldığı bir beğenin oluşmasına neden olmaktadır.

1.1. KİTLE OLGUSU VE TOPLUMSAL BEĞENİ

İnsan topluluğu olarak açıklanabilecek kitle, insanın bireysel olarak incelenmesini gerektiren bir yön çizmektedir. İnsan nedir? Söz konusu soru, eski çağlardan günümüze



birçok düşünür, sanatçı, bilim insanı ve araştırmacı tarafından her biri kendi konusu ve alanına ait bakış açılarından değerlendirilmiştir.

Genel görüş “insan yalnız yaşayamaz”. Toplumla ilgili ilkeler bu temel üzerinden ele alınmıştır. Her birey kendi özgün kişiliğinin yanında ait olduğu veya kendini ait hissettiği topluluğun düşünce, zevk, inanç, bilgi, kültür v.b gibi ortak özelliklerinden bir veya birkaçını taşımaktadır.

20. Yüzyıl’ı “Kitleler çağı” olarak gören Le Bon Kalabalık, yığın anlamındaki kitle kelimesi, basit ve sıradan anlamıyla, ırkları, meslekleri, cinsiyetleri ve kendilerini bir araya toplayan tesadüf her ne olursa olsun, rastgele bir bireyler topluluğunu ifade eder şeklinde tanımlamaktadır. Yine Le Bon’a göre kitleyi meydana getiren bireyler kimler olursa olsun; yaşama biçimleri, iş güçleri, karakterleri veya zekaları ister benzer ister ayrı olsun, kalabalık haline gelmiş olmaları onlara bir tür kollektif ruh aşılır. Aşılan bu ruh onları, her biri tek başına ayrı ayrı buldukları halde duyacaklarından, düşüneceklerinden ve yapacaklarından tamamen başka hissettirir, düşündürür ve yaptırır (Le Bon,1997: 19,23).

Kitle psikolojisinin bir diğer açılımı ise bireyde bulunan özdeşleşme olarak nitelenebilir. Freud’un “ödüp kompleksiyle açıkladığı özdeşleşme duygusunu (Freud, 2018: 67) Adler de, toplum psikolojisinin çözümlemesini bireyde bulunan başkasıyla özdeşleşme olarak tanımlayarak insanın içinde yaşayan tümüyle asla kendisinden vazgeçemeyeceği, kendi bedeni dışındaki nesnelere aynı duyguları paylaşma gücünü kazandıran tüm evrensellikler arasındaki ilişkinin bir yansıması olarak ifade eder (Adler, 2017: 86).

“İnsan gelişimi biyolojik olgunlaşma ve sosyalleşmedir. Hayat boyu süren sosyalleşme, toplumun bir bireyi olma sürecini içerir. Bunun için sosyo-kültürel çevreyle sürekli bir etkileşim içindedir”(Kağıtçıbaşı: 47).

Böylece insan kendi dışındakilere gerek duyan bir varlık olarak, yaşamını başkalarıyla bir arada geçirmek zorunluluğundan doğan sosyal kimliğine bürünür. Birey olarak kendi içsel dünyasında yaşadığı değişimler, beğeniler, davranışlar, düşünceler ait olduğu toplumla dönüşür ve şekillenir.

1.2. Giyim Modasında Kitle Beğenisi

İnsanın değişken bir varlık olması toplumsal eğilimler üzerinde de bir etkidir. Davranışlar, yaşam biçimi, eğitim düzeyi, inanç, kültür, coğrafi koşullar giyimi biçimlendirir.



Ancak bir gereksinim olmayan moda olgusu insana ait bu değişken olma durumu ve toplumsal iletişimle işlerliğini kazanmıştır.

Platon, insanı ruhsal olarak değişen bir varlık olarak görür. Yalnız beden değil can da değişir. Tabiat, huy, inanışlar, arzular, zevkler, dertler, kaygılar, bunların hiçbiri kimsede aynı kalmaz, biri ölürken bir yenisi doğar (Platon, 2012: 52).

Sürekli değişen ve yenilikler getiren moda sisteminin işlerliğini insandaki bu referanstan alarak sosyalleşme arzusuyla sürdürdüğü yadsınamaz bir gerçektir. Burada söz konusu sosyalleşme arzusu üstün gelir ve kişisel zevklerden ödün verilir. Böylece moda kişisel zevklerin takip edilmesinde kısıtlayıcı bir yön çizer. Sezonun moda eğilimlerine göre giyinilecekse kişisel zevklerden kısmen veya tamamen vazgeçmek söz konusu olur. Kitle beğenisi kişisel beğenin önüne geçerek kabul edilmez bir zevki bile kabul edilebilir kılar.

Nitekim Simmel de modayı sosyalleşmek için bir araç olarak görür. Moda verilen bir örneğin taklididir ve sosyal adaptasyon talebini karşılar (Simmel, 1957: 543). Bu noktada konunun doğru bir şekilde irdelenebilmesi için giyim modası kitle beğenisi ilişkisinde belirleyici olan yönlerin alt başlıklar halinde ele alınması doğru olacaktır.

1.2.1. Giyim Modasının Göstergesel Yönü ve Beğeni

Giysi simgeleri kullanarak bir tür iletişim dili yaratır ve bu dil bireyden bireye ilerleyerek toplum geneline yayılır ve kitle beğenisine dönüşebilir. Günümüzde moda eğilimleri her ne kadar medya ve yayın organları aracılığıyla benimsetilmek istenip, otoritelerce belirlenen çizgileri takip etse de temelde moda devimini işler kılan, giyim-kuşamla oluşturulan kimliklerin bir tür iletişim ve konum aracı olarak kullanılmasıdır. Buradan anlaşılan söz konusu iletişimin toplumun ortak beğenisinin oluşmasında etken olduğudur.

Kitle beğenisini oluşturan sosyal konum edinme ve güç gösterme psikolojisi modanın önemli dinamiklerinden biridir. “Toplumsal kısıtlamalardan kurtulmanın ve gerçekte olduğundan daha fazla toplumsal ve ekonomik kaynağa sahip görünmenin bir yolu olan giysiler toplumsal statüyü “belirsizleştirme” ye elverişlidir. Modanın baştan çıkarıcılığı, bugün de olduğu gibi, bireye bir anlamda farklı ve daha çekici ya da daha güçlü olma olanağı sunar gibi görünmesi olgusunda yatar. Bunun yanı sıra, giysiler öncelikle fiilen ulaşılan toplumsal statüyü savunma amacıyla, bu statüyü gösterme ve kendine has bir giyimi olan belirli gruplarla bağları güçlendirme araçları olarak kullanılmışlardır”(Crane, 2003: 92, 93).



1.2.2. Giyim Modasının Çok Katmanlı Görsel Yönü ve Beğeni

Giyim Modası görsellik üzerinde belirleyiciliği olan katmanlardan oluşmaktadır. Bu katmanlar tasarım, tarz, estetik, trendler ve zevk gibi görsellik ve işlevsellik üzerinde belirleyici değişkenlerdir. Bu değişkenler hedef kitle üzerinde duysal açılardan çeşitli etkiler yaratarak beğenin oluşmasında rol oynar.

“Meşru anlamda moda hareketi yeni belirsiz ve anlaşılmaz beğenilere cevap vererek daha önce görülmemiş modellere ulaşmayı temsil etmektedir. Karmaşık devinimli dünyada ortak beğenin, beğeniye dönüşümü, sosyal etkileşim içinde gerçekleşir” (Blumer, 1969: 282).

1.2.3. Marka ve Reklamlarla Empoze Edilen Beğeni

Giyim endüstrisinin önemli araçlarından biri de reklamlardır. İdealize edilmiş estetik nesnelere, gerçekliği deneyimlenmeden, görsel, işitsel ve sözel olarak istem yaratılıp ulaştırılması gereken nesnelere dönüştürülür.

Baudrillard reklamların başvurdukları ana kavramlardan biri olarak gördüğü reklam-marka ilişkisini irdelerken marka adının izler kitleye ulaşmak amacıyla kullanılan tek dil yetisi olduğundan bahseder. Sözcüklerin her biri hem çok sayıda değişik nesneyi özetlerken hem de herkes tarafından kabul görmüş birçok yan anlam içerebilmekte ve tüketiciyi psikolojik açıdan yeniden yapılandırabilen bir tür “psikolojik etiket” olarak görmektedir (Baudrillard, 2011: 97).

Reklamların alıcının seçme, üreticinin de girişim gibi özgürlüklerle çok yakından ilgisi olduğunu söyleyen Berger’e göre ise reklamın yarattığı etki gerçeğe yaslanmasındandır. Giysiler, şampuanlar, arabalar, güzelleştirici boya ve kremler, güneşli tatil yerleri gerçekten zevk alınacak nesnelere. Reklam insan içinde yatan doğal bir zevk açlığını işlemek ister ancak gerçek zevk nesnesinin aslını sunamaz. Ayrıca reklam nesnelere değil toplumsal ilişkileri amaçlar mutluluk sunmayı söz verir. Dışardan başkalarının gözüyle görülen kıskanılmanın getirdiği bu mutluluk da çekicilik yaratır (Berger, 2017: 132).

Reklamlar duyulara hitap ederek ürünü beğeniye dönüştürürler. Bu bir tür ideal olan ya da, en iyi olana ulaşma çabasını yönlendirme olarak da nitelenebilir.



2. GİYİM MODASINDA AYKIRI SÖYLEMLER

Batıda 20. yüzyılla birlikte, belirli dönemlerde egemen toplum kurallarına ve yaşam tarzına aykırı düşünce ve söylemleri olan çeşitli sosyal, sanatsal v.b. eğilimler ortaya çıkmıştır. Çoğunluğun kabul ettiği yaşam görüşüne uymayan bu düşünce yapıları, genel kabullere aykırı davranış, kültür ve yeni giyim tarzlarının doğmasına neden olmuştur. Aynı görüş, yaşam tarzı ve zevkleri paylaşan her bir eğilim bu doğrultuda simgesel olarak çeşitli alt okumaların yapıldığı kendi giyim kültürlerini yaratmışlardır.

Söz konusu eğilimleri bunlar kademeli ve yaygın değişiklikler ile oluşarak insanların değerleri kültürel olarak adlandırılabilirler. Bu tür kültürel eğilimler, İnsanların fikirleri, özellikle kavramlar doğrultusunda insanların kendileri, hakları ve ayrıcalıkları üzerinde genel bir değişiklik anlamına gelir şeklinde yorumlayan Blumer bu türden eğilimlerin toplumsal değişimlere geçit veren yönünün altını çizmektedir (Blumer, 1995: 60,61).

Moda karşıtlığı belirli kitlelere kabullendirilen bir fikir veya görüntünün dayatılmasına, karşı duruşun bir örneğidir. “Toplumsal çevresinden kopuşunu vurgulamak isteyen her birey bastırılmaz bir psikolojik mekanizmayla, öncelikle giyim kuşam görünümünü farklılaştıracaktır. Modanın reddinden anlaşılması gereken şey, ait olunan toplumsal grubun egemen modasının reddidir. Egemen modanın her reddi, bireyi anti olarak kodlandırabilecek ve saptanabilecek, kendi kurallarını üreten bir modaya sürükler. Reddedilen modanın keyfine göre dalgalanan bu kurallar da bir anti-moda modasına varırlar ve başlangıç grubundaki resmi moda yandaşlarının alay konusu ve –neden olmasın!- geri kazanım konusu olur. Kot pantolon buna örnek olarak verilebilir” (Waquet ve Laporte, 2011: 93).

Döneminin egemen modasına karşı durmuş eğilimler içerisinde en fazla yer tutan gençlik altkültürleri olmuştur. Geleneksel kalıplara karşı ve çoğu müzikleriyle yaşam görüşlerini yansıtmaya çalışmışlardır. Bir kısmı Britanya’da bir kısmı A.B.D.’de ortaya çıkmış gençlik altkültürlerinin oluşmasında 2. Dünya Savaşı sonrası meydana gelen ve yaşam içerisine giren her türden yeniliğin temel teşkil ettiği belirtilmektedir (Hall ve Jefferson, 2003: 17).

“Tepkilerini giysileri ile oluşturdukları anarşist tarzlarla ortaya koyan bu altkültürler, egemen gruplarla aralarındaki gerilimleri çift anlam taşıyan sıradan nesnelere meydana getirdikleri üslupta yansıtmışlardır” (İşbilen, 2011: 40).



Altkültürlerin imtiyazlı olmadıklarını belirten Hebdige kısmen, temsillerin temsilleri ve işçi sınıfı yaşamının (ve genel olarak sosyal bütünü) 'resminden' alınan öğeler oldukları ve en azından sembolik bir düzlemde, sosyal bütünlüğün ayrı ve parçalanmış parçalarını birbirine bağlayan üretim ve yeniden üretim devrelerinin dışında durmadıklarından bahsetmektedir” (Hebdige, 2002: 86).

2.1. Giyim Modasında Aykırı Tarzlar ve Bireşimleri

Aykırı söylemlerin birçoğu kültürel temelleri gereği sert ve sıra dışı öğelerin kullanıldığı sembolik mesajları olan tarzlar yaratmışlardır. Bu tarzların çoğu kendi orijinal halleriyle, döneminin egemen kültürünün benimseyemeyeceği türden görünüm ve anlamlar taşımıştır.

Moda endüstrisi söz konusu tarzları kitle beğenisine sunarken aynı zamanda diğer tarzlar, kültürel etnik unsurlar, marka kimlikleri, sanatsal eğilimler, siyasal ve sosyal olayların yansımalarına ait unsurlarla birleştirilerek bireşim tarzlar meydana getirmiştir. Örneğin punk, hippy, glam rock gibi bazıları daha radikal başkaldırı, sertlik ve özgürlük mesajları içeren simgeler kullanmışlardır. Dolayısıyla özellikle bu türden altkültürlere ait aykırı simgeler, başka birçok unsurla sentezlenerek, daha ılımlı egemen kültürün kabul edeceği görünümler ortaya çıkmıştır.

Crane, günümüzde egemen toplum tarafından kabul gören tarzların, geçmişin reddedilen tarzlarından oluştuğuna dair verdiği örnekte “Bir 19.yüzyıl toplum bilimcisi kadınların 21. yüzyılın başlarında nasıl giyineceklerini öngörmeye çalışmış olsaydı, yerinde bir değerlendirme Avrupa ve Amerika’daki en marjinal kadınların giysileri doğrultusunda mümkün olurdu” şeklinde bir değerlendirme yapmaktadır (Crane, 2003: 132).

Reilly belirli bir estetik için bir altkültürün ve bu tarzın başkaları tarafından değerlendirildiğinde veya takdir edildiğinde, ana akıma uyarlandığından bahsetmektedir. Böylece, otantik serseri olan veya punk yaşam tarzını benimsemiş belirli bir insan grubunun dışında, serseri tarz mutlaka gerçek punklar değil, başkaları tarafından da giyilebilir ve yalnızca görünüşü onlar gibi olabilir diyerek moda endüstrisinin kitlelere sunduğu beğenide kültürel temellerin önemli olmadığına, yalnızca dış görünüme ait estetik kaygıların öne çıktığına dikkat çeker (Reilly, 2014: 86).

Örneğin bu türden punk tarzıyla spor tarzın birleşiminden oluşan bir kombin artık ne tam olarak punk ne de tamamen spor tarza yönelik göstergeler taşımaktadır. Burada gönderilen



mesaj “sportifim ama aynı zamanda da aykırıyım veya hafif serseriyim” şeklinde yorumlanabilir. Ancak bu mesaj esasında moda sisteminin çok sayıda çeşitli tarz ve kombine olan ihtiyacına da yarayan ve farklı görsellikteki ürünleri tüketime kazandırma amacının bir sonucu olarak düşünülmelidir. Moda sisteminin dayattığı bir giysi aykırı simgeler de taşısa artık benimsenebilir bir duruma gelmiştir.

Yukarıda sözü geçen aykırı söylemler giyim modasında oldukça sık kullanılarak, çeşitli bireşim tarzlar meydana getirilmektedir. Bu tarzlardan öne çıkanları alt başlıklarda incelemek doğru olacaktır.

2.1.1. Beatnik Tarz ve Bireşimleri

1950’li yıllarda ABD’de bir grup entelektüelin bir araya gelerek oluşturdukları bir altkültürdür. Altın çağını Jack Kerouac, Gregory Corso ve Alan Ginsberg’in başını çektiği yazar grubuyla yaşamıştır. Beat altkültürünün yer aldığı kaynaklarda sıklıkla beat ve hipsterlar arasındaki ilişkinin karıştırıldığı görülmektedir. Savran, Beat ve Hipster arasındaki ilişkinin 50’lerin çoğu metinlerinde belirsiz olduğundan bahsetmektedir. Beat ve Hipsterların 50’lerin söylemlerinde nadiren farklılaştığını ve muhalif bir altkültürle birleşmiş yirmili ve otuzlu yaşlardaki genç yetişkinler olduğu ve beat yazarlarını edebi bir hareket olarak ayırt etmek için beatniklerin, bir ticarileşme derecesi olarak anlaşılması gerektiğinden bahsetmektedir (Savran, 1998: 327).

Beatniklerin cinsiyetler arasındaki ayırt edici sınırların bulanıklaştığı bir tarza sahip oldukları söz konusu altkültürü anlatan filmlerden ve görsellerden de anlaşılmaktadır.

Tablo1. Beatnik Tarzın Belirleyici Özellikleri

“Siyah ve koyu tonların hakim olduğu, balıkçı yakalar, çizgili üstler, Fransız bereleri, kalem etekler, bol pantolonlar, boyunluklu yakalar” (Romero,2012: 4).
Kaynaklardan elde edilen gözlemlerle sigaret pantolonlar.

Beatnik tarza ait orijinal görsel.	Beatnik tarz ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel.
---	---



Resim 1. Beatnik tarza ait orijinal görsel (https://www.rottentomatoes.com/m/the_rebel_set/) 21.11.2018.

Resim 2. Beatnik ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel (<http://theeverygirl.com/how-to-style-your-striped-tee-for-fall/>) Erişim: 20.02.2019.

1959 yapımı Beat kuşağının yaşam ve giyim tarzını ortaya koyan filmlerden biri olan “The Rebel Set” filmine ait afiş (Resim 1). Beatnik tarzın belirleyicilerinden olan (Resim 1) çizgili tişört erkeksi bir çizgi yaratan ceket, yırtık dar denim pantolon ve sivri uçlu babet ile kombin yapılmıştır. Kombinde daha çok punk tarzında kullanılan yırtık denim pantolona yer verilerek Beat-Punk ve diğer tarzların karışımından oluşan bireşim bir tarz oluşturulduğu görülmektedir.

2.1.2. Feminist Tarz Ve Bireşimleri

Feminizm 1970’li yıllarda ortaya çıkmış, kadın haklarını savunan ve özellikle söz konusu dönemde oldukça etkin olmuş hareketlerden biridir. Erken 1960’larda başlayan bra-burning (sütyen yakma) ritüelinin de yer aldığı kadın-erkek eşitliği ve haklarla ilgili söylemler üreten bir harekete dönüşmüştür. 1960’larda New Jersey’de düzenlenen Miss America güzellik yarışmasına karşı protesto olarak başladığı belirtilmektedir (<https://www.bbc.com/news/world-45303069>) (23.01.2019).

“Feministler diğer tarzlara karşı olmaktan ziyade bu tarzlara katılım yapmış, söz konusu tarzları aşmak yerine teslimiyet sergilemişlerdir. Ayrıca feministler genel olarak diğer kadınlardan ayrı giyinmiş olmakla birlikte hemen her yerde karşılaşılabilecek tarzlarla da yakın



ilişki içinde olmuşlardır. Feminizm moda karşıtı olmaktan ziyade yenilikçi olmuştur. Bazı feministler etekleri ve yüksek topukları küçümsemişlerdir” (Wilson, 2003: 240,242).

Tablo 2. Feminist Tarzın Belirleyici Özellikleri

“Kaba pamuklu işçi tulumları, bileklere kadar inen uzun etekler, tozlu renk tonları, Dr. Martens Botlar” (Wilson,2003: 240,242).

Feminist tarza ait orijinal görsel.

Feminist tarz ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel.



Resim 3.Kadın Konseyi üyeleri, 1970'lerde ve 1980'lerde Missoula'da feminist eylemciliğin çekirdeğini oluşturdu. Buradaki giysilerin kadınsılıktan uzak son derece erkeksi bir çizgide egemen kültürdeki kadın imgesine aykırı bir görüntü çizmekte olduğu görülmektedir. Montana Üniversitesi Arşivi. (<http://montanawomenshistory.org/feminism-personified-judy-smith-and-the-womens-movement/>) (24.01.2019).

Resim 4.Christian Dior İlkbahar-Yaz 2017, Koleksiyonunun genelinde feminist tarza ait erkeksi resmiyet ve renksizlik hakim olmakla birlikte bazı feministlerin karşı çıktıkları mini etekler, stiletto görünümünde topuksuz babetler, feminist tarzın belirleyici parçalarından olan uzun fakat kadınsı transparan etekler ve nakış ayrıntılarıyla kombin yapılmış, bireşim bir tarz oluşturulduğu görülmektedir. (<https://www.vogue.co.uk/shows/spring-summer-2017-ready-to-wear/christian-dior/collection>) (24.01.2019).

2.1.3. Hippi ve Saykodelik (Psychedelic) Tarzlar Ve Bireşimleri

Barış, sevgi, doğa gibi kavramlara odaklanarak ırkçılık ve cinsiyet ayrımına karşı çıkan hippie altkültürü 1960'ların sonlarında ortaya çıkmıştır. Kökenleri Amerikan beat hareketine dayanan bir gençlik altkültürü olan hippiler, Batı moda sistemi içinde satışa sunulan seri



üretmiş, makine ürünü parçalar yerine, dünya seyahatlerinde edindikleri giysileri tercih etmişlerdir (Fogg, 2014: 386,387).

Hippi kültürünün bir sonucu olarak, kentsel değerler reddedilmiştir. Böylece doğaya saygı uyandıran, doğaya dönüş ruhunu büyüten ekolojik hareketi besleyen ve hem ABD'de hem de İngiltere'de el sanatlarının yeniden canlanmasının başlangıç noktalarından biri olduğu belirtilerek aplike, kroşe ve örme giysiler hazır giyim ürünlerinin çoğunda ve hatta bazı yüksek moda (haut couture) koleksiyonlarında görülmeye başlamıştır (Mendes ve De La Haye, 2010: 194). Ayrıca bu dönemde belirgin yeni kültür alanları açılarak erken 1970'lerin acımasız ekonomik ve politik ikliminde Saykodelik Sanatın ortaya çıktığından ve geliştiğinden de bahsedilmektedir (Harris ve Grunenberg, 2005: 9,20). Nitekim uyuşturucu madde kullanımı ve buna bağlı olarak görülen halüsinatif görsellerin yer aldığı saykodelik etkiler de Hippi tarzda belirgin bir şekilde görülür.

Tablo 3. Hippi ve Saykodelik Tarzların Belirleyici Özellikleri

Hippi tarzına ait orijinal görsel.	Hippi, Saykodelik ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görseller.
“Zillerle süslü Hint dua gömlekleri, Nehru ceketleri, ayna parçalarıyla süslenmiş büzgülü uzun etekler, sarma pantolonlar, nakışlı yelekler, T-biçimli kaftan çeşitlemeleri. Amerikan yerlilerinin kullandığı püskül ve boncuklar. Saykodelik etkilerde ise kullanılan maddenin yarattığı ve saykodelik sanatta yer alan, iç içe doygun ve neon renklerin etkilerinden oluşan karmaşık, soyut desenler (Fogg, 2014: 386,387,388).	



Resim5.1960'ların sonunda bir grup Hippi'nin giysisini ve tavrını doğru bir şekilde yakalayan Ann Roth tarafından kostümleri hazırlanan müzikal “Hair” (1979) filminden bir sahne (Mendes ve De La Haye, 2010: 194,195).



Resim6. Christian Dior, 2018 Sonbahar Koleksiyonundan, hippie altkültüründe oldukça sık kullanılan bir yöntem olan yama işi (patchwork) çok renkli bir etek punk ve rock altkültürlerini çağrıştıran fakat nispeten daha sadeleştirilmiş siyah deri mont ve uzun siyah çizme kombini. (<https://tomandlorenzo.com/2018/02/paris-fashion-week-christian-dior-fall-2018-collection/>) (06.01.2019).

Resim7. Emma Mulholland Sonbahar-Kış 2013-14, koleksiyonundan bir kombin. Vogue İtalya'da yer alan tasarımlarda tarza ait halüsinatif etkilerle neon renklerin iç içe geçtiği, tarzın dışında glam rock giysilerde rastlanan metalik malzemelerin kullanıldığı, bireşim bir tarz oluşturulduğu görülmektedir. Nitekim dergide kombinle ilgili olarak sunulan yazıda Emma'nın yoğun grafik kıyafetleri, sokak giysileri şekillerinin kolaylığını neon desenleri ve teknik kumaşlarla birleştirirken, birlikte gösterdiği patchwork sırt çantaları da gece koleksiyonuna girdi ifadesi kullanılan dergideki görselde, saykodelik etkilerin, glam rock tarzda yer alan metalik ve gösterişli bileşenlerle melez bir tarz oluşturulduğundan bahsedilmektedir (www.vogue.it/en/talents/new-talents/2013/02/emma-mulholland#ad-image248773) (Photography: Byron Spencer, Creative Direction: Pauly Bonomelli, Model: Anja Konstantinova @ Chic, Dan Thawley) (27.02.2019).

2.1.4. Glam Rock Tarz Ve Bireşimleri

1970'lerin başlarında bir müzik türü olarak doğan Glam Rock yalnız müzik olarak değil aynı zamanda yaşam görüşü ve giyim kültürü haline de gelmiştir. Teatral abartı, postmodernizm ve kimlik politikalarının karışımı olarak ortaya çıkmış ve popüler kültürü etkilemiştir (Lenig, 2010: 14).

Tablo 4. Glam Rock Tarzın Belirleyici Özellikleri

“Yüksek platformlu çizmeler, dar elastik mayolar, payetler, desenli tulumlar, boyalı aslan yelesi saçlar, yüz ve vücut boya, tüylü fularlar, payetli ceketler, süslü yelekler, gösterişli pelerinler” (Fogg, 2014: 406,407).

Glam Rock tarza ait orijinal görsel.

Glam Rock ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel.



Resim 8. Glam Rock müziğin öncülerinden David Bowie. Tarzın belirleyici özelliklerini taşıyan sahne kostümleri içinde (<https://www.blue17.co.uk/vintage-blog/80s-glam-fashion/>) (09.11.2018).

Resim 9. www.alexandralapp.com sitesinden glam rock tarzını yansıtan gümüş renkli parlak dar pantolon tarzın dışındaki Christian Louboutin stiletto ve atlet üzerine giydirilmiş askısız bluz ile kombin yapılmıştır. Bir araya getirilen tüm bu unsurlarla oluşan bireşim tarz glam rock'a göndermeler yaparken, ortaya çıkan tarz, şık-kadınsı yeni bir glam rock yorumu olarak nitelenebilir (<http://www.alexandralapp.com/2017/03/glam-rock-pfw/>) (20.02.2019).

2.1.5. Punk Tarz Ve Bireşimleri

Punk 1970'lerin ortalarında Londra'da anarşist ve nihilist¹ görüşü savunan bir grup sanat okulu öğrencisi ve işsiz gencin sundukları bildiriyle doğmuştur (Mendes ve De La Haye, 2010: 220). Ortaya çıktığı dönemden sonraki süreçlerde zaman zaman etkisi moda trendlerinde belirgin şekilde görülmüştür. Tıpkı hippiler gibi kendi müzik ve kıyafet tarzlarını yaratmış oldukları belirtilmekle birlikte, kasıtlı olarak “barış ve sevgi” yerine, serseri, sadomazoşist bir görsellik kullanarak agresif, çatışmacı bir tarz yarattıklarından bahsedilmektedir (Steele, 2018: 287).

¹ Nihilist: Nihilizm yanlısı olan, hiççi, yokçu. TDK, <http://sozluk.gov.tr/>



Tablo 5. Punk Tarzın Belirleyici Özellikleri

“Tiftik kazaklar, zincirler ve metal çiviler, elle boyanmış deri ceketler, Dr. Marten botlar ve sıkı siyah pantolonlar. Mini etekler, siyah fileli taytlar ve stiletto topuklu ayakkabılar ve dizden dize şeritlerle birleştirilmiş esaret pantolonları” (Mendes ve De La Haye, 2010: 222).

Punk tarza ait orijinal görsel.

Punk ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel.



Resim 10. Punklar ve emniyet güçleri, erken 1980’ler. Punk gençler deri aplikeli ceketleri ve Dr. Marten botlarıyla tarzın belirleyici çizgisini yansıtıyorlar (Barnard, 2002: 45).

Resim 11. www.elmaelma.com adlı siteden punk tarzına ait detayların yeniden uygulandığı bir svetşört ve ilgili yorum. Sweatler kendimizi rahat hissettiğimiz bol modellerdir. Sweatler bu kez hem parlıyor hem de sert bir imaj çiziyor. Omuz kısımlarında çivi ve zımba detaylarıyla en punk sizsiniz. Punk tarzına ait detaylar sıradan bir sweat-shirt kullanılarak bu defa punkla gündelik, ve sıradanlık arasında bağ kuran yeni melez bir görüntü yaratılmıştır. Tarzın genel olarak sert görünümüne sahip etkisi günlük basit bir svetşörtle (sweat-shirt) birleştirilerek punk tarzının karakteristik sert etkilerinin belirgin ölçüde azaltıldığı bireşim bir tarz görülmektedir (<https://www.elmaelma.com/foto-galeri/punk-stili-icin-gerekli-8-parca/5a1415f518e5401fed2febf6?p=9>) (07.12.2018).

2.1.6. Hip-Hop Tarz Ve Bireşimleri

1970’li yılların sonlarına doğru A.B.D’de yaşayan siyahilerin içlerinde buldukları zor koşullardan uzaklaşmak adına, eğlence ve protest tavırlar içeren bir kültür ve yaşam tarzıdır. I.BAYBURTLU, GİYİM MODASINDA AYKIRI SÖYLEMLER VE KİTLE BEĞENİSİ İLİŞKİSİNDE BİREŞİM TARZLAR



Akım, Amerikan şehirlerinde başlamıştır ve çete kültürü ile yakından ilişkilidir. Öncüleri arasında NWA ve Wu-Tang Clan'ın bulunduğu Hip-Hop'un politik kökenleri; LL Cool J, Public Enemy ve Run-DMC gibi erken dönem sanatçıların modayı ve yaygın olarak arzulan markaları reddederek, spor giysilere ve sokak stiline yönelmelerine neden olmuştur. Ayrıca kültür Break dans ve grafiti sanatını da içerdiğinden Break dansçı kızlar ve erkekler, kısıtlanmadan hareket edebilmek için bol denim pantolon ve tişörtlere ihtiyaç duymuştur; hip-hop'un sokak estetiğinin bu şekilde oluştuğu belirtilmektedir (Fogg, 2014: 446,447).

Bir diğer yandan bazı hip-hop sanatçıları sosyal sorunlara değinmeye devam etse de, pahalı mücevherlerin “pırlıtsı” ve şatafat gibi kavramların ön plana çıkmasıyla, bu kültürün, arzu uyandıran imgelerle daha fazla ilgilenmeye başladığından söz edilerek sanatçıların getto fakirliğinden kurtulduklarını gösteren gösterişli mücevherlere yöneldikleri de bildirilmektedir (Fogg, 2014: 447).

Tarz ortaya çıktığı dönemlerden bugüne kadar çeşitli evrimsel süreçler geçirmekle birlikte birçok markayı da etkilemiştir. Gucci, Tommy Hillfiger, Guess gibi markaların belirli dönemlerde hip-hop tarzından etkilenmiş oldukları görülmektedir.

Tablo 6. Hip Hop Tarzın Belirleyici Özellikleri

“Kangol balıkçı şapkası, Adidas eşofman ve Adidas Superstar ya da Chuck Taylor Allstar spor ayakkabılar, bol giysiler. İlerleyen yıllarda getto fakirliğinden kurtuluşu vurgulayan pırlantalarla kaplı platin mücevherler, dookey adı verilen ağır altın zincirler, kürk paltolar, şık takımlar, timsah derisi ayakkabılar” (Fogg, 2014:446,447).

Hip Hop tarza ait orijinal görsel.

Hip Hop ve diğer tarzların kombin yapıldığı bireşim tarza ait görsel.



Resim 12. Ünlü hip-hop gruplarından biri olan Beastie Boys. Hip hop'ın ilk dönemlerini yansıtan bol spor montlar, beyzbol şapka ve sonradan tarzın belirleyici özellikleri arasında giren dookey adı verilen ağır altın zincirler (<https://www.dazeddigital.com/music/article/33824/1/beastie-boys-adam-yauch-new-york-anti-racism>) (18.03.2019).

Resim 13. styletorch.com sitesinde satılan Moschino marka kombin. Burada tarzın tamamen dışında klasik Chanel ceket, hip-hop tarzına göndermeler yapan çeşitli altın aksesuar ve zincirlerle, altın rengi mini etek ve Break dansçıların kullandığı beyzbol şapkasıyla kombinlenerek bireşim bir tarz oluşturulmuştur (<http://styletorch.com/product/moschino/clothing/jackets/moschino-chain-trim-on-techno-crepe-jacket-188530161.html>) (17.05.2019).

SONUÇ

Giyim modası kendi olgusunda, bireysel psikoloji üzerinden kitle beğenisine dönüşen etkiyle işlerliğini sürdürmektedir. Moda endüstrisi insan psikolojisine ait bu referanstan hareketle kendine aykırı veya aykırı olmayan söylemlere ait simgeleri, kitle beğenisine dönüştürerek yeni bireşim tarzlar oluşturur. Bir dönemler egemen kitlenin benimsemediği aykırı bir tarz, farklı birçok unsur veya diğer tarzlara ait simgelerle birleştirilerek, yine egemen kitlenin beğenebileceği formlarda yeniden sunulur. Böylece sistem kendine aykırı duruş sergilemiş söylem veya tarzları da dönüştürerek kendi içine alır. Bu durumu modanın kendi olgusal doğasında bulunan nedenle açıklamak mümkündür. Herhangi bir aykırılık daha sonraki dönemlerde egemen kitlelerce beğenilme ve moda olabilme gizil gücüne sahiptir. Ayrıca söz konusu tarzların çeşitli internet sitelerinde satışa sunulması da yine bu tarzların geniş kitlelerce benimsendiğine ait göstergeler sunmaktadır.



İncelenen örnekler ışığında, egemen kitleye ait beğeniyi yaratmak için söz konusu tarzın orijinaline ait felsefi ve kültürel temeller olmaksızın tamamen görsel beğeni yaratan etkiler oluşturulduğu görülmüştür. İlk ortaya çıktığı dönemin aykırı toplumsal eğilimlerine ait simgeler olduğu tarzın yaşam biçimi ve felsefesinin arda bırakıldığı ve diğer farklı birçok tarz ve unsurla birleştirilerek, bu defa tüketim döngüsüne yönelik, görsel haz odaklı giysi kombinlerine dönüştürülmüştür.

Giyim modasında görsel etkilerin kültürel öge, sanatsal yaklaşım, sosyal, siyasal olaylar v.b. biçimlenmekte olduğu görülmekle birlikte, bir kısmının ise aykırı söylemlerle oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Kitle psikolojisinin yarattığı beğeni bir anaför gibi her türden aykırı söylemi veya tarzı sistemine dahil edebilen kendi gizli gücüne sahiptir. Modanın belleğinde hiçbir tarzın yok olmadığı ve yine modanın her türden söylevi belleğinde saklayarak belirli dönemlerde yeni bireşimler halinde kurgulayabilen bir sistem olduğu görülmektedir.



KAYNAKLAR

- Adler, A. (2017). *İnsanı Tanıma Sanatı*, Çeviren: Kamuran Şipal, 17. Baskı, İstanbul: Say Yayınları.
- Barnard, M. (2002). *Fashion as Communication*, (2nd Ed). London and New York: Routledge.
- Baudrillard, J. (2011). *Nesneler Sistemi*, Çeviri: Oğuz Adanır, Aslı Karamollaoğlu 1. Basım, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Berger, J. (2017). *Görme Biçimleri*, Çev. Yurdanur Salman, 24. Basım, Metis Yayınları.
- Blumer, H. (1969). *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*, The Sociological Quarterly, Vol. 10, No. 3 (Summer,), Published by: Taylor & Francis, Ltd. Stable Erişim adresi 282 <https://www.jstor.org/stable/4104916>
- Blumer, H. (1995). *Social Movements: Critiques, Concepts, Case Studies*, Ed. Stanford M. Lyman, London: Palgrave Macmillan.
- Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri: Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik*, Çeviri: Özge Çelik, Ayrıntı Yayınları.
- Freud, S. (2018). Kitle Psikolojisi, Çeviri: *Kamuran Şipal*, 5. Baskı, Say Yayınları.
- Fogg M. (Ed.). (2014). *Modanın Tüm Öyküsü*, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Hall, S. ve Jefferson, T. (Ed). (2003). *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-war Britain*, Routledge.
- Harris, J. (2006). Ed: Grunenberg, C., Harris J. , Harris P. *Summer of Love: Psychedelic Art, Social Crisis and Counterculture in the 1960s: Abstraction and Empathy Psychedelic Distortion and the Meanings of The 1960's*, Liverpool University Press+Tate.
- Hebdige, D. (2002). *Subculture The Meaning of Style*, Routledge.
- İşbilen, A. (2011). *Neden ve Sonuç İlişkileriyle Modada Anarşizm*, Phoenix Yayınevi.
- Kağıtçıbaşı, Ç. *Kültürel Psikoloji, Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*, 2. Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Le Bon, G. (1997). *Kitleler Psikolojisi*, 1. Baskı, Hayat Yayınları.
- Lenig, S. (2010). *The Twisted Tale of Glam Rock*, Greenwood Publishing Group.
- Mendes V. de la Haye A. (2010). *Fashion Since 1900*, Thames and Hudson.
- Platon, (2012). *Şölen-Dostluk*, Çeviri: Sabahattin Eyüboğlu, Azra Erhat, 9. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Reilly, A. (2014). *Key Concepts For The Fashion Industry*, London: Bloomsbury Academic.



- Romero, E. (2012). *Free Stylin: How Hip Hop Changed The Fashion Industry*, Praeger.
- Savran, D.(1998). *Taking It Like A Man*, New Jersey: Princeton University Press.
- Simmel, G. (1957). *Fashion*, The American Journal Of Sociology, Volume 62, Number 6, May. 543 Erişim adresi <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/3/2/reviews/benvenuto.html>
- Steele, V. (2018). *Anti Fashion, Fashion Theory The Journal of Dress*, Body and Culture, ISSN: 1362-704X 1751-7419 Erişim adresi <https://www.tandfonline.com/loi/rfft20>
- Waquet, D. ve Laporte, M. (2011). *Moda*, Çeviri: Işık Ergüden, Ankara: Dost Kitabevi.
- Wilson, E. (2003). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, New York: I.B Tauris.

https://www.rottentomatoes.com/m/the_rebel_set/

<http://theeverygirl.com/how-to-style-your-stripped-tee-for-fall/>

<https://www.bbc.com/news/world-45303069>

<http://montanawomenshistory.org/feminism-personified-judy-smith-and-the-womens-movement/>

<https://www.vogue.co.uk/shows/spring-summer-2017-ready-to-wear/christian-dior/collection>

<https://tomandlorenzo.com/2018/02/paris-fashion-week-christian-dior-fall-2018-collection/>

www.vogue.it/en/talents/new-talents/2013/02/emma-mulholland#ad-image248773

<https://www.blue17.co.uk/vintage-blog/80s-glam-fashion/>

<http://www.alexandralapp.com/2017/03/glam-rock-pfw/>

<https://www.elmaelma.com/foto-galeri/punk-stili-icin-gerekli-8-parca/5a1415f518e5401fed2febf6?p=9>

<https://www.dazeddigital.com/music/article/33824/1/beastie-boys-adam-yauch-new-york-anti-racism>

<http://styletorch.com/product/moschino/clothing/jackets/moschino-chain-trim-on-techno-crepe-jacket-188530161.html>