

JAPON MODA KİMLİĞİNDE KÜLTÜREL İZLER

AYŞE FİÇİCİOĞLU

ÖZ

Dünyada moda kimliğini oluşturmuş ülkeler incelendiğinde kültür ve sanatlardan yararlanma anlayışının etkin olduğu anlaşılmaktadır. Moda kimliklerle ve kültürlerle etkileşim içine girer ve aynı zamanda insanları daha geniş kültürel dağarcığın bir parçası haline getirir. Ülkeye ait bir çok kültürel katmanı içine alan bir sistem içinde üretimini gerçekleştirerek, global pazarda yerini almaktadır.

Global moda dünyasına öncülük eden Fransa, İngiltere, İtalya ve ABD gibi belli başlı ülkelerin moda kimliklerinde kültürel olarak ayırt edici bazı özellikler olmasına rağmen en belirgin izler Japon modasında görülmektedir. Japonların kültür katmanlarındaki her bir dizilimin genel hayat felsefelerine yerleşmiş olması, bu deneyimlerinin toplum kültürünü ve kimliğini oluşturmadaki etkinliğinde oldukça önemli bir rol aldığı düşünülmektedir. Moda da kültürel kimlik kavramı çerçevesinde ele alınan bu çalışmanın amacı, moda tasarımında, teknoloji, inovasyon ve kültürü başarılı bir şekilde harmanlayarak bir moda kimliği yaratan Japon tasarımcılarının bu etkileşimlerini moda nasıl yansıttıklarını ortaya çıkarmaktır. Çalışmada yöntem olarak literatür taraması kullanılmış ve bu amaçla tasarım ve moda dünyasında fark yaratan Japon moda tasarımcılarının çalışmaları ve tasarım anlayışları kültürel etkiler etrafında incelenmiştir.

Çalışmanın ortaya koyduğu bulgulara göre Japon tasarımcıların çalışmalarında geleneksel Japon sanatlarından, samurayların ince zarafet anlayışlarından ve geleneksel giyimleri kimonolardan etkileşimlerinin yanında, geleneksel Zen felsefesi ve kültüründen geliştirilen düşüncelerle birlikte gelişen, zamansız ve formların ötesindeki tasarım anlayışları verilen örneklerle ortaya çıkarılmıştır. Çalışma sonunda elde edilen bu bulguların dünya modasında yer edinmeye çalışan ülkeler için aynı zamanda moda ve tasarım kimliği oluşturma da referans bilgileri taşıyabileceği vurgulanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Kimlik, Moda Kimliği, Japon Modası, Japon Tasarımcılar.

* Çalışmada herhangi bir destek ve teşekkür beyanı veya çatışma beyanı yoktur.

CULTURAL TRACES IN JAPANESE FASHION IDENTITY

AYŞE FIÇICIOĞLU

ABSTRACT

Considering the nations that have contributed much to the identity of fashion in the world, one can see that it is a general inclination to draw on local culture and arts. Fashion interacts with identities and cultures, and leads people to become a part of a broader vocabulary of culture. The nation takes its place in the global market place by realising its production in a system incorporating many segments of national culture.

Although some certain countries leading to the global world of fashion, including France, England, Italy and the USA, have distinctive features in their identity of fashion, the most peculiar lines are observed at Japanese fashion. That every one of syntagms within Japanese cultural segments has taken root in their philosophy of life makes one recognize that these experiences have played a great role in forming social culture and identity. The aim of this study, which is about the concept of cultural identity in fashion, is to reveal how Japanese designers create a fashion identity, successfully combining technology, innovation and culture. The method of the study is literature review and through this way a group of Japanese fashion designers are selected and explored in respect to their works and designs in the context of cultural interactions.

Findings of the paper suggest that there are examples within the works of Japanese designers revealing the design approaches beyond forms and time stemming from the interactions between traditional kimonos and delicate elegance of samurai, and thoughts built upon traditional philosophy of Zen and culture. It is underlined that findings of the paper will provide those nations with guidance, which are ambitious for taking a place in the world of fashion.

Keywords: Cultural Identity, Fashion Identity, Japanese Fashion, Japanese Designers.

1. GİRİŞ

Günümüzde moda, kültürü ve kültürel kimliği geniş kitlelere ileten en önemli etkileşim araçlarından biridir. Geleneklerle ve kimliklerle etkileşim içine girer ve aynı zamanda güncel eğilimleri açığa çıkarır. Moda, tamamı hızlı etkilerle değişebilen belirli kültürel değerlerin kabulünün sonucudur (Kawamura, 2016, s. 21). Ülkeye ait bir çok kültürel katmanı içine alan bir sistem içinde üretimini gerçekleştirerek global pazarda yerini almaktadır. Moda kültürünü oluşturan bu sistemde tasarımcılar kültürel etken ve birikimlerini ürettikleri tasarımlara yansıtıp bir pazar yaratırken, aynı zamanda moda da kültürel kimliğin oluşmasında ve tanıtımında önemli derecede yer almaktadırlar.

Uluslararası Tasarım Birliği'nin (ICSID) 1985-87 yıllarında başkanlığını yapmış Olan Loek van der Sande "Kimliksiz bir kültür ve kültürsüz bir tasarım mümkün değildir." (Sancaktar, 2006, s. 39) diye ifade ederken ülke ya da tasarım kimliğinde kültürün en belirleyici etken olduğuna vurgu yapmaktadır. Kültürün ticari bir nesne haline geldiği küresel pazarlarda, başarı ancak yüksek teknoloji kullanımı ve yerel kimliği vurgulayan yaratıcı tasarımla mümkündür (Sezgi, 1996, s. 110). Kültürel birikimi sanat ve tasarımında kullanıp üretimlerine yansıtabilen bu ülkeler bugün dünyada global anlamda güçlü ve etkin olarak yer alabilmektedir. Günümüzde moda alanında en etkili olan Paris, Londra, Milano, New York, Tokyo gibi şehirler ülke kimliğini çok iyi vurgulayarak bu başarıyı devam ettirmektedirler. Dünyada moda merkezleri de olan bu şehir ve ait oldukları ülkeler arasında farklı bir estetik anlayışa sahip olan tek moda şehri Tokyo modasıdır.

Bu çalışmanın amacı 1980'li yıllardan sonra dünya moda dünyasında güçlü ve etkin kimliği ile yer alan Japon moda kimliğine etki eden kültürel alt katmanların analiz edilmesi, yerel ve global olan bu keşifimi yakalamış Japon moda tasarımcılarının çalışmalarında bu izlerden yararlanma anlayışlarının ortaya konulmasıdır. Çalışmada yöntem olarak literatür taraması kullanılmış ve bu amaçla tasarım ve moda dünyasında fark yaratan Japon moda tasarımcılarının çalışmaları ve tasarım anlayışları kültürel etkileşimleri etrafında incelenmiştir. Bu çalışmanın materyalini çeşitli yazılı, görsel kaynaklar, internet veri tabanı ortamı ve literatür taraması sonucunda elde edilen veriler oluşturmaktadır. Araştırma sırasında aynı zamanda müzeler, kataloglar ve müzelerde yer alan tasarımcılara ait retrospektif sergilerden yararlanılmıştır.

Çalışmada kültürün toplumlararası etkileşimde en önemli araçlarından biri olduğu düşüncesi ile öncelikle kültür, kültürel kimlik, modada kültürel kimlik gibi kavramlar çalışmanın alt katmanı olarak ele alınmıştır. Bu anlamda öncelikle kültürün tanımı yapılarak, kültürel kimliğin geçmiş değerlerin köprü olduğu, sürekli yapılanan, aynı zamanda geleceğe de ait bir kavram olduğu vurgulanmıştır. Aynı zamanda Japon kültürünün tüm dünyadan ayırt edici alt katmanları çeşitli kaynaklarla ifade edilmiştir. Araştırma sürecinde güçlü bir biçim diline sahip, anlam ileten, kültüre ait izler ve dokuların yansıtıldığı gerçeklik üzerine kurulu Japon tasarım ve sanat anlayışı, sanatçı ve tasarımcıların kültürel etkileşimleri üzerinden analiz edilmiştir.

Japon Kültürü, Japon Moda Kimliği kavramı ışığında İssey Miyake, Rei Kawakubo, Kenzo Takada ve Yohji Yamamoto gibi Japon moda tasarımcılarının çalışmaları kültürel göstergeler bağla-

mında incelenmiştir. 1980 yılında “Japonizm” modası ile birlikte anılan bu tasarımcılar Avrupa dışından gelen bu etkileri içeren gelenekleri ve formları, ana akım uygulamalarla birleştirerek moda dünyasına yeni bir yaklaşım getirmişlerdir. Çalışma sonucunda dünyada batı dışı kabul edilen tek moda merkezi olan Japon modasına etki eden geleneksel Zen felsefesi ve kültüründen geliştirilen düşüncelerle birlikte gelişen, zamansız ve formların ötesindeki tasarım anlayışları verilen örneklerle ortaya çıkarılmıştır. Aynı zamanda bu çalışma ile kültürel kimliğin moda kimliğiyle iç içe geçtiği, teknoloji ve inovasyonla bütünleşen bir tasarım anlayışı temeli üzerine kurulan Japon modasının, dünya modasında yer edinmeye çalışan ülkeler için moda kimliği oluşturmada önemli referanslar içerdiğinin altı da çizilmektedir.

2. MODADA KÜLTÜREL KİMLİK

Moda kültüründen bahsedebilmek için kültür kavramı üzerinde durmak gerekmektedir. Günlük yaşamda kullanılan kültür kavramı insanın yeme-içme, barınma, giyinme, korunma, bir arada yaşamlarına ait ortak değerler bütünü olarak düşünülse de; genel anlamı ile kültür; “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin” (TDK; <https://sozluk.gov.tr/>) olarak da ifade edilmektedir.

Kültür kendini çok farklı biçimlerde gösterebilmektedir. Genel anlamda davranışın odaklandığı amacı veya sonucu, davranışın amacına ulaşmasını sağlayan yolları veya araçları, amaca yönelmiş davranışı kontrol eden kuralları ve normları kapsamaktadır (Sugiyama, 2013, s. 20). Kültür bir toplumu birbirinden ayıran bir işaret olmasının yanında, topluma özgü olan değerleri içerir ve onları aynı zamanda yorumlar. Toplumsal dayanışmanın temellerinden birini oluşturan kültür, toplumsal kişiliğin doğuş ve gelişiminde egemen bir etmendir (Tezcan, 1993, s. 60). Bates kültürün sadece toplumsal davranışları değil, aynı zamanda düşünüş tarzlarını da kapsadığını belirtirken; özgül eylemlerin anlamlarının yorumlandıkları kültürel bağlam ile birlikte değişkenlik gösterebildiğinden de bahsetmektedir (Bates, 2009, s. 48). Kültürü toplumsal açıdan tanımlayan Tezcan'a göre; bir toplumun bireyleri arasında paylaşılan, devredilen ve değişim süreci içinde öğrenilmiş davranışlar kalıbı ve bu kalıpların ürünlerinin oluşturduğu bir yaşam biçimi olarak ifade etmektedir. Buna göre kültür aynı zamanda biyolojik kalıtımın tersine, toplumsal bir kalıtım olarak adlandırılırken kuşaktan kuşağa da aktarılabilir (Tezcan, 1993, s. 60). Tüm kültür tanımlarını kapsayan en geniş anlamı ile ise, “insanoğlunun toplumun bir üyesi olarak sahip olduğu ahlak, inançlar, bilgi, sanat, gelenekler gibi alışkanlıkları ve becerilerini kapsayan bir bütündür (Taylor, 1958, s. 269).

İnsanlara özgü bir etkileşim sistemi olan kültürel ifadelerin, en az dil kadar önemli olduğunu bugün çok az insan yadsıyabilmektedir. Bu anlamda kültür ve kültürel kimlik çeşitli araçlarla diğer kültürleri de etkileme ve değiştirme gücüne de sahip görünmektedir (Barnard, 2010, s. 13). Bireyler kültürel deneyimi yeni durumlara uydurarak her toplumda deneyimleri benimser ve daha geniş kültürel dağarcığın bir parçası haline gelirler (Bates, 2009, s. 50). Bu açıdan bakıldığında kültürün toplumlararası etkileşimde en önemli araçlarından biri olduğu görülmektedir.

Williams kültürün vaktiyle zihnini bir durumu veya alışkanlığı, ya da manevi ve düşünsel faaliyetler bütünü anlamına gelirken, şimdi bunların yanı sıra, bütünlüklü bir yaşam tarzı anlamına geldiğini belirtmektedir (Williams, 2017, s. 30). Kültür gelenekleri, törenleri, sanat eserlerini, teknolojiyi, buluşları ve zanaatları, maddi kültür ise tasarım ve teknoloji gibi insan yapımı ürünleri kapsar. Maddi kültür kültürel olarak yapılmış fiziksel nesnelere ve de tasarımlarla uğraşır (Bayazit, 2006, s. 23). Uygur teknik nesnelere doğanın değil kültürün bir parçası olduğunu belirtmiştir (Uygur, 1989, s. 47). Bu anlamda moda ve tasarım ürünlerinin her biri olan teknik objeler belli bir kültür ortamının objesi olup, bu ortamla birlikte varlığını sürdürmektedir. Gündelik objelerin her türlü anlam ve değeri, içinde yer aldığı kültürdedir; bu kültürle ölçülür (Uygur, 1989, s. 48).

Günümüzde moda ve giyim, turnusol kağıdı gibi, toplumsal yapı ve kültür arasındaki bağları gösteren ve maddi kültürlerin parçalı toplumlarda izledikleri yolların izini süren ip uçları verir (Crane, 2003, s. 319). Moda davranıştan çok tasarım ürünlerini içeren nesnelere ögeler içerir, belirli döngüler ve yeniliklerle harmanlanarak gündem oluşturur. Güncel eğilimleri açığa çıkaran moda ve tasarım ürünlerinde yenilikler her ne kadar mevcut olsa da ulusal bireyselliğin derin köklü gelenekleri mevcuttur. Davis'e göre moda, mutlaka nispeten yerleşmiş ve tanıdık bir kıyafet koduna ait geniş parametreler içinde gelişmesi gerekse de, sık sık yeni esintiler bulmak için kimlikte kararsızlığın yarattığı gerilimlere, özellikle de kültürel kodlama ve tarihsel deneyimlerden ötürü kolektif karakterdeki gerilimlere yönelir (Davis, 1997, s. 37).

Tasarım ürünleri bize kim olduğumuzu anlatmalı veya anımsatmalıdır. Küresel dünyanın kültürel yapısı içinde tasarım kültürel devamlılık sağlamalıdır. Bu anlamda moda olan her nesne ve tasarım ürünü var olanı aşır, içinde yer aldığı zaman dilimin biçimlendirme özelliği taşımasının yanında kültürel kimliğe ait izlerde taşınmalıdır. Geçmiş değerlerin köprü olduğu kültürel kimlik sürekli yapılanan ve oluşan aynı zamanda geleceğe de ait bir kavramdır. Anlam ileten, güçlü bir biçim diline sahip tasarımlar ancak ait olduğu kültüre ait izler ve dokular yansıttığı sürece gerçeklik kazanırlar.

3. MODA BAŞKENTLERİ

Tarihsel açıdan bakıldığında moda, estetik giyiminin merkezi olan Paris'de doğmuştur. 18. yüzyılda XV. Louis döneminde Fransız giysilerinin zerafeti Avrupa'ya yayılarak Fransız modasının öncülüğü kabul edilir. Dönemin edebi ve felsefi yenilikleri, Ansiklopedi, XV Louis'in zarif üslubu, Rameau'nun müziği gibi bir çok sosyal olgu Fransız modasının ilk atılımı olarak Avrupa'ya yayılır (Waquet, Laporte, 2011, s. 102). Batı Avrupa da etkin olarak yer alan ve yayılmaya başlayan moda kavramı sanayileşmeyle birlikte gelişerek bir sektör haline almış ve 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ekonomik gücünün yanında ülkeye itibar kazandıran ve ilgili sektörleri birleştiren bir çatı sektör olmuştur. Bu gerçeği kavrayan ülkeler ise kendi moda sistemlerini geliştirme yoluna gitmişlerdir. Bu dönemde Paris'in dışında Londra, Milano ve New York farklı tarzlar önererek modayı ekonomik gücünün yanında "bir tanıtım aracı ve yeniden markalama ya da yenilenme mekanizması olarak" kent ve ülke kimliklerinin ayrılmaz bir parçasına dönüştürmüştür (Breward, 2010, s. 228).

Her şehrin ya da ülkenin kendi “Tasarım Kimliği” ya da karakteristikleri vardır (Jones, 2009, s. 38). Günümüz de dünyada moda alanında en etkili olan Paris ya da Fransız stili, Londra yada İngiliz stili, Milano yada İtalyan stili, New York yada ABD stili, Tokyo yada Japon stili gibi şehir yada ülkeler kendi kimliğini çok iyi vurgulayarak bu başarıyı devam ettirmektedirler (Jones, 2009, s. 36). Uluslararası moda fuarları, defile ve organizasyonlar ile trendler ülke kimliğini tasarımda görmemizi ve ayırt edebilmemizi sağlar. Moda kültürünü oluşturan bu sistemde tasarımcılar ve moda çalışanları ürettikleri tasarımları ile birlikte bir pazar yaratırken aynı zamanda moda da kültürel kimliğin oluşmasında ve tanıtımında önemli derecede yer almaktadırlar.

El sanatları, çizgi, zarafet ve incelik ülkelerin modadaki kimliğini etkileyen en önemli unsurların başında yer almaktadır. Bir sanat ülkesi olan Fransa sanat yapıtları ve sanatsal bakış açısı ile Paris modasının o detaylı el sanatlarının ve el işçiliğinin kullanıldığı özel tasarımlarla tanınmaktadır. Fransa moda kimliğini bugün tüm dünyanın da başkentliğini yapan Paris’de yansıtmaktadır. Paris bu geleneksel üstünlüğünü günümüzde de sürdürmekte, birçok tasarımcı işlerini Paris’de sürdürmenin ayakta kalmaları için yapmaları gereken şey olduğunu düşünmektedirler (Jones, 2009, s. 36). Tasarımcılar açısından yaratıcılıklarını gerçeğe dönüştürmek Paris’te nispeten daha kolay olduğu için şehir, moda endüstrisinin uluslararası merkezi olmuştur. Mary Ouent, Vivienne Westwood, Alexxander Mc Queen, John Galliano ve Stella McCartney gibi anarşik ve çılgın fikirleri ile capcanlı bir moda anlayışını yansıtan moda tasarımcıları sayesinde ise bugün Londra da dünyanın önde gelen moda başkentlerinden biri olarak bilinmektedir.

New York’un moda başkentlerinden bir olması ise özellikle 80’li yıllardan itibaren kavram markalar olarak ABD’de gelişen büyük markaların ortaya çıkmasıyla oluşmuştur. Çok büyük görsel çalışmaların sonucunda ortaya çıkan bu markalar güvenilir pazar araştırmaları sonucunda gerçek yaşam tarzları ve ihtiyaçları doğrultusunda ürünler ortaya koymaya çalışmışlardır. ABD’de moda endüstrisi kitlesel üretime ve marka yönetimine odaklanmıştır. Önceleri temel ihtiyaçlara karşılık veren kitle modası üreten pek çok firma markaya yaptıkları yatırımla lüks moda segmentine yaklaşmış ve Fransız yüksek moda markaları ile rekabet edebilir hâle gelmiştir (Özüdoğru ve Yüksel, 2020, s. 333).

İtalya ise 2.Dünya Savaşı sonrasında sanat birikimlerini moda endüstrisindeki üretim deneyimleri ile birleştirerek muazzam bir güce sahip olmaları sayesinde bugün çok güçlü bir moda merkezi durumundadır. Milano tarihi bir geleneğe bağlı yüksek kaliteli dünyaca ünlü moda tasarımcılarının merkezi olarak varlığını sürdürmektedir.

Dünyada moda merkezlerinden biri de tüm bu moda şehirlerinden farklı bir estetik anlayışa sahip olan Tokyo modasıdır. Japon tasarımcıların sıra dışı tasarımları bugün Tokyo’yu haritaya dünyanın beşinci moda başkenti olarak yerleştirmeyi başarmıştır (Jones, 2009, s. 47). 1970’lerde Avrupa modasında yer almaya başlayan ve de özellikle 1980 yılında Japonizm modası ile birlikte Japon tasarımcılar Fransız moda sistemine alınan ilk yabancıdır. Bu tasarımcılar Japon kültüründen izler taşıyan origami kalıp kesimine daha rafine bir yaklaşım getirerek belli başlı malları sergileyen parakende satış alanlarına yepyeni bir yaklaşım getirdiler. Batı modası Avrupa dışından gelen bu etkileri, gelenekleri ve formları, ana akım uygulamalarla birleştirerek moda dünyasına yeni bir yaklaşım getirdi.

4. JAPON KÜLTÜRÜ

Moda dünyasında yer alan Japon modası ve moda kimliğine etki eden en önemli unsurun Japon Kültürü olduğu bir gerçektir. Bu anlamda bu kültürün temel katmanlarının bilinmesi bu etkileşimin anlaşılmasında önemli bir basamaktır. Çok geniş bir kavram olan kültür kavramı çerçevesi içinde Japon kültürünü yeterince anlatmak mümkün olmasa da bu kültüre ait bazı önemli göstergelere değinilmesinin bu etkileşimi anlamada yeterli olabileceği düşünülmüştür. Japon kültürü diğer kültürlerden çok farklı özelliklere sahiptir. Bilindiği gibi moda kimliğinin oluşumuna etki eden kültürel kimliğin içeriğinde topluma ait edebiyat, sanatın tüm dalları, mimari, gastronomi, el sanatları gibi birçok katmanının izleri mevcuttur. Japon kültürü tüm bu katmanların yanında Zen felsefesi ve doğaya olan hayranlıkları ile kültürlerini daha da zenginleştirmişlerdir.

Japonya'da 15. Yüzyılda Çin den gelen Zen'in etkisiyle şiir, (renga), hat (shodo), mürekkep resmi (sumi-e), mimari, çiçek düzenleme sanatı (ikebana), bahçe tasarımı, çay töreni (sado), koku yolu (kado) ve sahne sanatları (no) gibi birçok sanat dalı gelişim göstererek günümüz Japonya'sının geleneksel sanatlarının ve kültürünün temelleri atılmış oldu (Küçükyağın, 2017, s. 28). Bu yüzyılda Zen'in de etkisiyle Sumie sanatında aslolan göze görünenin aynıyla resmedilmesi değil görünmeyenin yakalanabilmesi felsefesi ile duygulara hitap eden bir estetik anlayışı hakim olmuştur (Küçükyağın, 2017, s. 30). Zen'nin bir başka etkisi de altını çizdiği sadelik anlayışı nedeniyle sanatı pahalı bir zevk olmaktan çıkararak daha geniş kitlelerle buluşmasına önayak olmasındır.

Ortaçağ döneminde Japon tüccarlar maceracı ruhlarını ve yaratıcılıklarını ticarete yansıtma kalmadılar, iç dünyalarını sanata dökmek için izleyici olmanın bir adım ötesine geçip sanat eserleri yarattılar (Yamazaki, 2009, s. 47). Tüccarlar gibi samuraylarda savaşçı yönlerini sanatçı yönleri ile desteklemişlerdir. Hatta 17. Yüzyıl Japonya'sının en önemli halk kahramanı olan Samurayı ve Savaş Sanatı "Beş Çember Kitabı" nın yazarı Miyomoto Musaşi yenilmez bir savaşçı olmasının yanında aynı zamanda çok iyi bir sanatçı olarak da bilinmektedir. Kaligrafi ve resim gibi birçok güzel sanatlar alanında eserler vererek savaşçı kişiliğini sanat çalışmaları ile besleme yolunu seçmiştir. Bu dönemde Samuray'ların militer rolünün değişerek daha bürokratik bir hal almasının önemli bir rolü vardır. Samurayların yenilmezliği ve ince zerafet anlayışları giysilerine de yansımış Japon kültüründe önemli bir etki de yaratmıştır. Samurayların giysileri birçok katmanlardan ve fonksiyonel parçalardan oluşmaktadır. İç elbisenin üstüne giyilen kısa pantolon ve gömleğin üzerine birçok katmandan oluşan ve sırası ile üst üste giyilen koruyucu zırhtan oluşmaktadır. Görsel i'de yer alan V&A Müzesi'nde tüm aşamaları ile sergilen bu özel giysiye ait zırhlar parçalar halinde ayak, ön kaval kemiği, ön etek, el ve bileğe kadar kol, koltukaltı, tüm beden, omuz, boyun ve kafa zırhları ve yüz maskesinden oluşmaktadır. Aynı zamanda kısa ve uzun kılıçlar gibi çeşitli silahları koymak için özel kınlar ve bölmelerde bu giyside yer almaktadır. Ayrıca Şekil 1'deki samuray da görüldüğü gibi sırtta sancak ve mızrağını koyacak bir zırhta mevcuttur.



Şekil 1. Samuray giysisi (ön ve arka detay), koruyucu (zırh) başlık ve el kancaları (sol üst) V & A Müzesi, Londra

Kaynak: Ayşe Fiçicioğlu, 2019.

“Japonlar ayırım yapmaksızın herhangi bir kültürden alıntı yapmaya meyilli olmalarıyla bilinirler. Bu tür alıntıların kültürel farklılıkları yok etme olasılığına rağmen, Japonlar kendi kimliklerini korumuşlardır ve hiçbir alıntıyı bir ölçüde Japonlaştırmadan kullanmamışlardır. Bu özellik Japon kültürünü kendine özgü ve benzersiz olarak kabul etmek için tarihsel bir gerekçeyi de sağlamaktadır” (Sugiyama, 2013, s. 20). Bu anlamda Japon kökenli olduğu düşünülen kimono sanılanın aksine Çin kökenlidir. Kimono Çinlilerin pao tarzı giysilerinin bir uzantısı olup tarihsel gelişimi içinde sonsuz çeşitleri, motifleri ve süslemeleriyle Japonların en önemli geleneksel giysisi olmuştur (Okumura, 1988, s. 104).

Edo döneminde (17. yy) kumaş boyama ve dokuma sanatı Kabuki tiyatrosunun gelişmesi, eğlence yerlerinin canlanması ve halk yaşamının zenginleşmesi gibi olaylarla gelişmiştir. İlerlemiş olan boyama ve dokuma tekniği ile işlemeciliğini bir araya getirip “kimono” denilen geniş kollu ve bol, tek parçadan oluşup bir kuşakla belde bağlanan muhteşem Japon milli kıyafeti yapılmıştır (İdemitsu, 1986, s. 19). Japonya’nın tarihsel dönemlerinde bir çok farklı isimler alan kimono, şekil olarak fazla değişmese de kumaş türü ve özellikle boyama, desenleme çeşitliliğiyle oldukça zengin örneklerle sahiptir. Özellikle Edo döneminde dikkatler kimonodan çok “obi” lere (kuşak) kaymıştı. Tasarımcılar yaratıcı ve güzel kimonoların yanı sıra “obi”ler için farklı fikirler üretme peşindeydiler (Okumura, 1988, s. 114). Meiji Döneminde (1868-1912) ülke insanların kıyafetlerini etkileyen büyük bir batılılaşma reformundan geçti (Şekil 2). Kraliyet ailesi batılı tören kıyafetleri giymeye başlarken, sıradan insanlar batı kıyafetlerini geleneksel kıyafetleri olan kimono ve üzerine bağlanan obilerle birleştirmeye başladılar. Bu etkilenmeyle Kosedo isimli kimonolardaki çizgiler ve desenler daha basit hale geldi (İto, 2011, s. 108). Japon inancına göre kimononun giyen kişi ile bütünleştiği ve biçim aldığına inanılmaktadır. Bunun için öncelikle kimonolarının güzel görünmesini isteyen kişilerin öncelikle kendi kişiliklerini ve ruhlarını güzelleştirmeleri gerekir (Okumura, 1988, s. 108). Ancak kimonoya bağlılık Japon kültürünün oluşumunda çok önemli bir yer tutar. Ruhun billurlaşması ve kimono giyiminin yaşam tarzı ile eşit olarak kalıplaşmasından doğan bu kültür, (Okumura, 1988, s. 109) sadece Japon halkını değil, batıdaki birçok tasarımcıyı da etkisi altına almış önemli bir kültür simgesidir (Şekil 3).



Şekil 2. Meiji Döneminde (1868-1912) batılılaşmanın etkisiyle kombinlenen kimono ve üzerine bağlanan obiler

Kaynak: Sacico, İ. (2011). The kimono. History & Style, Brücke: Pie International, s.110-111.

Geleneksel kimonoyu giyenler günümüzde oldukça azalmıştır. Ancak işten eve dönen erkek, günlük elbisesini çıkarıp ev “kimono”sunu ya da yazlık “yukata”sını giymektedir. Kadınlar ise sadece özel günlerde kimonolarını giymektedirler. Günlük hayatta kimonosunu giyenler çoğunlukla yaşlı kadınlar ya da Budist rahiplerdir (Güvenç, 2010, s. 90).



Şekil 3. V & A Müzesi Japonya bölümünde yer alan kimono örneği

Kaynak: Ayşe Fıçıcıoğlu, 2019.

Japon Kültüründe Zen'in etkisiyle “wabi-sabi” felsefesi canlı cansız tüm varlıklar da estetik beğeninini oluşmasını sağlamıştır. “Wabi” mükemmel olmama durumunu, “sabi” geçiciliği ifade eden bu güzellik anlayışında gösterişsiz güzellik sade (hatta kusurlu) olmalı ve ona bakan gözün keşfetme yeteneğine alan bırakılmalıdır. Apaçık güzelliği görmek kolayken, hatalı gibi görünen bir objedeki güzelliği görebilmek bakan kişinin sahip olduğu derinliği ve sezgi gücünü göstermektedir.

Bozkurt Güvenç tüm dünyada “Japon mucizesi” olarak bilinen gerçeğin altında ilk göze çarpan ve akla gelen geleneklerinin olduğunu, Japon mucizesinin sırrının “törelere” de olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Japonların bu kalkınmayı geleneksel kültürünü hiç değiştirmeden,

Batı'dan yalnız bilim ve teknoloji olarak gerçekleştirdiğini de ifade etmektedir (Güvenç, 2007, s. 53).

Japonya'da zanaat, sanat, güzel sanatlar ayrımının, batı dillerinde olduğu kadar keskin olmadığını belirten Güvenç; Japonya'da iyi, temiz, güzel yapılabilen her meslek, her iş-güç, sanat olduğunu belirtmektedir. Bunun yerine Japon kültüründe sanayi, beceri, hüner, yetkinlik ve marifet kavramlarının yerine Geicutsu ve Gigei diye bilinen genel sanat kavramları olduğunu ifade ederken; "Japonlar sanatları, altlı üstlü raflara koymak yerine, yana yana dizerek tek tek tanımayı yeğ tutarlar. Batı dünyasına uyararak bugün bizim "zanaat" saydığımız pek çok iş-güç Japon kültüründe soylu, saygın ve yaşayan sanatlardır." diye belirtmiştir (Güvenç, 2010, s. 147).

Japonların kimlik ve kültürlerine sıkıca sarılıp sahip olmaları sadece tasarım ve moda da değil aynı zamanda teknik ve teknolojik tüm üretim alanlarında da göze çarpmaktadır. Japonya'da teknolojinin özümsemesi ve yeniliklerin ortaya çıkmasında küçük bir elit tabakanın yeteneklerinden çok, toplumun yüksek zekası ve kültür anlayışındaki incelik etkili olmuştur. Batı'nın standardizasyon fikri ve batıya eşdeğer mal üretimi, Japon kültürüne özgü günlük eşyaların pek çoğuna uygulanmıştır. Yüzyıllar boyunca parça standardizasyonu ve bu parçaları farklı şekillerde bir araya getirme teknikleri, tatami'den (zemin minderi) inşaat malzemesine, mutfak eşyasından kimona kumaşına kadar pek çok farklı üründe uygulanmıştır. Değiştirilebilen standart parçaların bütün oluşturma fikri günümüz Amerika'sında en mükemmel halini almışına rağmen, bu fikrin ilk kullanımı Japonya'da zaten uzun yıllardan beri mevcuttu (Yamazaki, 2009, s. 40).

Sadakat ve dürüstlük ilkesi üzerine kurulan Japon ticaret ve kültür anlayışı toplumun her kesiminde yaygın bir inanç olarak yaşanmaktadır. Aynı zamanda tutumluluk dürüstlikle aynı derecede itibar görmekte, hatta zaman zaman onu temelini oluşturacak ölçüde, en yüce erdem olarak kabul edilmektedir (Yamazaki, 2009, s. 31).

Japon kültürünün en önemli özelliklerinden biri de "ötekine" saygı göstermekte ve değer vermekte yatar. Bu saygı sadece karşısındaki insana değil, aynı zamanda içinde yaşanılan çevreye de gösterilen saygıdır. Japon kültürünün özü, doğadaki nesnelere ve varlıklara karşı bu çıkar gözetemez duyarlılıkta yatmaktadır (Okumura, 1988, s. 104). Japonlar gerek yaşamlarında gerekse sanatlarında önce doğadan etkilenmiş ve onu çok iyi özümsemişlerdir. Güvenç, Japonların yaptığı ve yarattığı her şeyde o sessiz ve derinden gelen uyum çabası olduğunu belirtirken, yaratma sürecinin önce, doğa gibi, sessiz ve yorulmaz olduğunu, sonra, tüm çevresiyle sürekli birlik ve bütünlüğe ulaşma çabası (Güvenç, 2010, s. 150) içinde olduğuna dikkati çekmektedir.

5. JAPON TASARIM VE SANAT ANLAYIŞINDA KÜLTÜREL ETKİLER

Postmodern yaklaşımla birlikte tüm dünyada olduğu gibi Japonya'da insanlık tarihine farklı açılardan bakabilmiş ve farklı olan kültürel kimliklerinin varlığını kabul etmişlerdir. Dünyanın önde gelen mimarlarından Kurokawa yaptığı eserlerinde çağdaş dünyanın çok eğilimli tavrının yanına geleneksel Japon felsefesi ve kültüründen geliştirilen düşünceleri de koyarak ekolojik ve biyolojik kavramlarla buluşan bir felsefenin tartışmalarını gündeme taşımıştır (Lökçe, 2001, s. 9). Kurokawa "uluslararası" yerine "kültürlerarası" kavramını kullanarak batı kültürüne daya-

nan görüşleri reddederek “symbiosis” bir felsefe olan global ve yerel olanın ortak yaşamından bahsetmektedir. Aslında bu felsefe günümüzde birçok Japon tasarım ve sanatlarında kendini hissettirmektedir. Japonların sıra dışı veya özgün bir şey yaratırken kültürlerinden etkilendikleri, ancak gelenekselcilik ve ırkçılıktan uzak oldukları da gözlenmektedir.

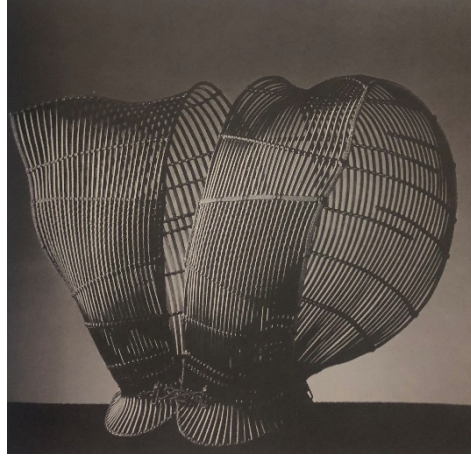
Günümüzde yaşayan en önemli avangard sanatçılarından Yayoi Kusama'nın çalışmalarının temelinde Japon kültürünün izleri mevcuttur. Kusama'nın çalışmalarında tekrar eden geometrik düzenlemelerle Japon sanatı temeline dayanır. Mürekkep resminde “sumi-e” ve kaligrafideki tekrarlama, dağınıklık ve düzen gerilimi çalışmalarında hissedilir. Çalışmaların yaratıcı ve oyuncu yönü, hem kültürel hem de sanatsal bir alışkanlık olan “asobi-e” (oyun) kavramıyla ilişkilidir. Kusama'nın işlerindeki teatrallik Edo Dönemi Kabuki Tiyatrosunu hatırlatmakta, çalışmalarındaki tekrarlama ise; Budizmdeki gerçek dünyadan kopuşu anlatır (Kıran, 2013, s. 125). Kusama'nın benekli çalışmalarında “kendi kendini silme” eylemi köklü Japon geleneklerinden bir olan harakirin olan sanatsal çeşitlemesi olarak da yorumlanmaktadır. (Venissage, 2007, s. 20)

Çağdaş Japon tekstil sanatçıları sanatsal tekstillerin gelişimine de öncelik etmişlerdir. Tekstil el sanatlarının geleneksel üretim yöntemleriyle, gelişen teknolojinin etkileşimini çok iyi yansıtmışlardır. Japon tekstil sanatçıları geleneksel kimono dokuma ya da shibori gibi resist boyama teknikleri, ileri teknoloji ürünü malzemelerle ve bilgisayar teknolojileriyle birleştirilerek gelenekselle modernin birlikte yorumlandığı sanatsal tekstiller üretilmiştir. “Çağdaş Japon tekstil sanatının bu gelişimi, 1990'lardan itibaren batının bu sanata ilgisini daha da artırmıştır” (Saçlıoğlu, Saçlıoğlu, Akbostancı ve Çini, 2007, s. 50). Bu temel aynı zamanda bugün etkisini gördüğümüz Japon tasarımlarındaki ince bir zarafetin temelini de oluşturmaktadır.

Japon moda tasarımcılarının 1980'li yıllarda ortaya çıkması moda da Postmodern olgunun yayılmasında oldukça etkili olmuştur. Japon tasarımcılar daha önce batılı giyim sisteminin içindeki normatif giyim geleneklerini yok etmişlerdir (Kawamura, 2016, s. 166). Hiçbir yetenekli tasarımcı, hangi ulustan olursa olsun, Paris moda dünyasından geçerli not almadıkça uluslararası üne kavuşamamıştır (Baudot, 2001, s. 24). Bu anlamda birçok Japon Moda tasarımcısı ilk olarak Paris de yetişip moda dünyasında yer edinmişlerdir. Üç Japon tasarımcı Rei Kawakubo, Issey Miyake ve Yohji Yamamoto 1970'lerin sonu ve 80'lerin başında yetişip avangard akımın öncüsü olmuşlardır. Bu tasarımcılar birlikte moda üzerindeki batı hegemonyasını değiştirmek için yol çizdiler (Cabrera ve Frederick, 2012, s. 33).

6. JAPON MODA TASARIMCILARI

Issey Miyake, Rei Kawakubo ve Yohji Yamamoto gibi tasarımcılarla birlikte Japon tasarımlarının temelinde göze sokulmayan bir zarafet hakimdir. Bu tasarımların temelinde Japon tarihi boyunca süren sadelik, tamamlanmamış mükemmellik, gösterişten uzak duran, zekice bir güzellik anlayışı yatmaktadır. Zamansız ve formların ötesindeki tasarım anlayışını dünyaya yayan bu tasarımcıların modada daha önce yerleşmiş olan biçimi, sunumu, anlamı ve cinselliği başka bir yere taşımıştır.



Şekil 4. Bustier rattan body s/s 1982 collection, 1982 Issey Miyake'nin zanaatkar Shochikuda Kosuge ve sanatçı Emi Fukuzawa ile rattan yaptığı bistüyer

Kaynak: Menegazzo, R. ve Stefania, P (2014). WA, The Essence of Janese Design, s.75.

6.1. Issey Miyake

İssey Miyake giysi tasarımında yeni bir çığır açmıştır. Paris'te eğitim görmüş ve 1970'lerin başlarında Tokyo'ya geri dönmüştür. Çalışmaları yüksek teknoloji ürünü modern malzemeler, radikal şekiller ve kesimler ile geleneksel Japon sadeliğinin benzersiz bir sentezidir. İssey Miyake'nin zamanımızın biçime yönelik buluşlarının en büyüleyici olanları arasında sayılan kreasyonları, hayat ve sanatla sürekli bir diyalog içinde özgün sanatsal anlatımlar oluşturan biçimlerin, maddelerin hacimlerin ve mimarinin bir tarihi olarak okunabilirler (Edgü, 1988, s. 46). Miyake'nin ayrıntılara olan sanatsal gözü, Shiro Kuramata tarafından tasarlanan mağazalarının iç mekanlarından, fotoğrafçı Irving Penn ile yaptığı çalışmalarla tüm tasarım dünyasına bütüncül ve işbirlikçi tavrın nasıl olması gerektiğini de göstermektedir. Şekil 4' de yer alan İssey Miyake'nin zanaatkar Shochikuda Kosuge ve sanatçı Emi Fukuzawa ile rattan yaptığı bistüyer de Japon mimari anlayışından izler taşıdığı da dikkati çekmektedir.

Etik Üretim 132 5 koleksiyonu İssey Miyake Reality Lab tarafından 2011 yılında tasarlanmış ve üretilmiştir. Hazır Giyim 132 5 koleksiyonu, karmaşık matematiksel şekiller kullanılarak oluşturulmuştur. İssey Miyake'nin Reality Lab ürünü, ayrı kumaş parçalarını dikerek giysi yapmak yerine, tek bir materyal tabakasından üç boyutlu şekiller oluşturmak için bilgisayar programı kullanılarak tasarlanmıştır. Japon sanatı origamiden esinlenerek yapılan bu geniş yüzeyle basit düz formları katlayarak giyilebilir yapılar oluşturuldu (Şekil 5). Miyake'nin Reality Lab'i geri dönüşüm yöntemini kullanarak koleksiyonunun sürdürülebilir olmasını sağladı. Bunun için bu koleksiyonunda erimiş plastik şişelerden üretilen ipliklerden dokunan kumaş kullandı.



Şekil 5. İseey Miyake Reality Lab'in Japon origami sanatından esinlenerek yaptığı tasarımı Design Museum Londra
Kaynak: Ayşe Fiçicioğlu, 2019.

İseey Miyake kendi kumaşlarını yaratmak için tekstil sanatçısı Makiko Minagava'yla birlikte bambudan kauçuğa, kağıtdan plastiğe, ipekten pamuk ve deriye kadar akla gelebilecek her malzemeyi deneyerek daha önce hiç görülmemiş dokumalar yaratmıştır. Miyake bu anlamda modayı zenginleştiren yepyeni bir dil geliştirmiştir. Bunun temelinde, en ileri teknolojilerden yararlanarak geleneksel sanatı geliştiren ve modern yaşama uyarlayan sürekli bir yenilenme, durmaksızın devam eden keşfetme ve doymak bilmez bir merak yatmaktadır (Edgü, 1988, s. 52). Miyake tasarımlarında geleneksel Japon el sanatlarından biri olan shibori etkilerini teknolojik yeniliklerle birlikte yeniden yorumlayarak sıra dışı tasarımlar gerçekleştirmiştir. Pleats & Pleats koleksiyonun da belirgin olarak göze çarpan bu etkileşim onu tüm koleksiyonlarında da gözlemlenmektedir (Şekil 6). Miyake'nin bedene olduğu kadar göze de zevk vermek üzere tasarlanmış olan kreasyonları, hem kendi özlerinin borçlu oldukları hayatın ve sanatın ayrılmaz bir parçasıdırlar, hem de geleneksel zanaatkarlık ile 21. yüzyılı müjdeleyen fütürist işlemlerin kaynaşmasının sonucudur (Edgü, 1988, s. 53).



Şekil 6. Pleats (Pili) Giysili Frankfurt balesi sanatçısı. İseey Miyake
Kaynak: Edgü, F. (1988). İseey Miyake "making things". P Sanat, Kültür ve Antika Dergisi, 12, s.43.

6.2. Yohji Yamamoto

Kendi şirketi olan Y Company isimli şirketini 1971 yılında kuran Yohji Yamamoto, kariyerinin başlangıcından beri çalışmalarıyla, moda geleneklerine meydan okumasıyla tanınmıştır. Kendisi “gerek moda tasarımında, gerek insanlarda asimetriyi her zaman sevdim” ifadesi de bunu en iyi şekilde açıklamaktadır. Bu ifade aynı zamanda Yamamoto’nun niçin düz olmayan, yerleşik alışkanlıklara meydan okuyan ve zihinleri dumura uğratan kıyafetler tasarladığını kısmen de olsa açıklamaktadır (Watson, 2007, s. 387). Erken dönem çalışmalarının asimetrik kesimleri ve görünüşte rahatsız edici eğrileri, podyumların sıkı oturan feminen stilleriyle çelişen Yamamoto, çalışmalarıyla geleneksel moda normlarını bu anlamda reddetmiştir.



Şekil 7. Yohji Yamamoto'nun V&A Müzesindeki retrospektif sergisinden örnek tasarımlar, 2011

Kaynak: <https://www.dezeen.com/2011/03/16/yohji-yamamoto-at-the-va/> (Erişim Tarihi: 24.02.2021)

Yamamoto genel anlamda elbiseyi gerekliliğin dışında bir “kavram” haline dönüştürmek istemiştir. Agresif olmasa da sert stiliyle 80’li yılların modasında egemenliğini sürdüren “fettan kadın” imajını silmeye çalışmıştır. Sade, utangaç, Yamamoto’nun çizdiği kadın silüeti bu anlamda fazla göze çarpmıyordu (Baudot, 2001, s. 322). Vouge 1983 yılında onun kıyafetlerini eğik zarafet ve Japantheon olarak adlandırarak çalışmalarının şaşırtıcı, şekilsiz, uyumsuz bir planlı karmaşadan oluştuğunu vurgulamıştır.

Yamamoto’nun tasarımlarındaki en önemli ayırt edici özellik kumaşların, tasarım pratiğinin merkezinde yer almasıdır. Tasarımcı Kyoto’daki ve çevresindeki zanaatkarları destekleyen tekstil ürünlerini, genellikle shibori ve yu-zen gibi geleneksel Japon boyama ve nakış tekniklerinin üretim şartlarını ve özelliklerini kullanarak çalışmalarında kullanmıştır. Yamamoto’nun Y Company markası ile yaptığı ilk koleksiyonları dokuma koton ve ketenden oryantal detaylara sahip derin kol ağızlı kıyafetlerden oluşmaktaydı (Watson, 2007, s. 387).

Yamamoto 1990 yılında The Sunday Times’e verdiği röportajda: “Bir başlangıç ve bir son olması, sadece bugünün yaşanması fikri hoşuma gidiyor. Hepsi bu.” (Watson, 2007,s. 390) ifadesi ile mistik eğilimlerine de vurgu yapmaktadır. Kumaşla vücut arasındaki ilişkiyi keşfetmeye çalışan ve avangart anlayışa önderlik eden Yamamoto’nun çalışmalarında Japon kültürüne ve felsefesine ait izler oldukça hissedilmektedir. Tasarımcı aynı zamanda Fransa tarafından kültür alanında üstün Hizmet Madalyası verilen tek Japon modacı olmuştur.

6.3. Rei Kawakubo

Tokyo'da doğan Rei Kawakubo edebiyat ve felsefe eğitimi almasına rağmen moda tasarımcısı olmayı seçerek 1969 yılında kendi şirketi olan Comme des Garçons'u kurdu. "Erkek gibi" olarak tercüme edilen Comme des Garçons (Fransızca "erkek gibi" anlamında) markası, onun ortak cinsiyet algılarına karşı çıkmaya olan ilgisini ortaya koymaktaydı. Tokyo'da açtığı ilk mağazasında alışılmışın dışında ve avangart bir stil sunan bu marka hem günlük hem de davetlerde giyilebilecek kadın ve erkek koleksiyonlarını içeriyordu. 1980 yılında sadece Japonya'da 150 mağazaya ulaşan başarısının ardından, 1981 yılında Paris'te Comme des Garçons olarak ilk defilesini gerçekleştirdi. Defilede ortaya konmuş olan tavizsiz estetik, kabul edilmiş giysi yapımını alt üst eden bir anlayışla, merkezine doku ve malzemeyi oturtan bir yaklaşımı birleştiriyordu (Fogg, 2014, s. 403). Kıyafetler, feminen olmaktan öte vücudu saklayacak şekilde bol kesimliydi. Genellikle siyah rengin hakim olduğu bu marka ile 1980'lerin avangart modasının resmi rengi haline geldi.



Şekil 8. 2020 Comme des Garçons Sonbahar hazır giyim koleksiyonundan bir tasarım

Kaynak: 2020 Comme des Garçons sonbahar hazır giyim koleksiyonundan bir tasarım. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#4> (Erişim Tarihi: 24.02.2021)

Kawakubo moda endüstrisindeki estetiğin geleneksel stiller ve kitlesel üretilen trendler tarafından yönlendirildiğinin farkındaydı ancak o tasarımlarında farklı olmaya cesaret ederek bunu moda dünyasına da kabul ettirdi. Kawakubo'nun sadeliği ve minimalizmi postmodern bir moda yaklaşımının temsilcisi oldu. Kendisini bir sanatçı ve de moda tasarımcısı olarak tanımlamayan Kawakubo "Her zaman modayı bir araç olarak, bir işi yaratımdan çıkaracak bir malzeme olarak kullanmak istedim. Bağımsız olmak, iş yapmak ve çalışmak istedim." diye belirtmiştir (Gibson, 2019).

2017 yılında New York Metropolitan Sanat Müzesi'ndeki Kostüm Enstitüsü tarafından düzenlenen bahar sergisinde Rei Kawakubo'ya yer verilmiştir. Avangart fikirlerini, vücudun bir uzantısı olarak moda karşı tutumunu ve endüstri üzerindeki etkisini gösteren bu sergide 1980'lerden günümüze kadar tasarlanmış 150'den fazla giysi yer almıştır. Sanat ve giyim arasında bir yerde yatan bir ikiliği inceleyen dokuz temadan oluşan bu sergide yer alan çalışmalarında Kawakubo'nun Japon "kawaii" veya şirinlik kavramına ilişkin yorumlarının örneklerini içerir (Howard, 2017) (Şekil 9).



Şekil 9. 2017 Yılında New York Metropolitan Sanat Müzesi'ndeki Kostüm Enstitüsü tarafından düzenlenen bahar sergisinde Rei Kawakubo eserlerinden bir bölüm

Kaynak: <https://www.dezeen.com/2017/05/01/rei-kawakubo-comme-des-garcons-art-of-in-between-exhibition-opens-metropolitan-museum-art-new-york/> (Erişim Tarihi: 25.02.2021)

Geleneksel erkek ve kadın düğün ve cenaze kıyafetlerindeki etkiselliği tasarımlarıyla kaynaştıran Kawakubo, hem batı hem de Japon stillerini birleştirdiğinden kültür de bu zıt kimliklere dahil edilmiştir. O tasarımlarında ve eserlerinde bu derin kültür birliği içinde estetik güzelliği sergilemeye devam etmektedir.

6.4. Kenzo Takada

Kenzo Takada 1970'li yıllarda kendi adıyla yarattığı markası ile batı moda profesyonelleri tarafından gerçek anlamda kabul gören ilk Japon tasarımcısıydı. 1970'de "Jungle" isimli ilk butikini açtı ve çok geçmeden geniş bir müşteri kitlesini etkiledi. Tasarımcı, koleksiyonlarında, yazlık kimono "yukatadan" yaptığı tunik tarzı üst ve "obi" denilen kimono kuşağından meydana getirdiği elbise gibi giysilerle batı modasına yeni bir estetik anlayış getirdi. Kenzo diğer Japon tasarımcılar gibi radikal kesimler ve entelektüel kıyafetlerle ilgilenmeyip, basit ve rahat kesimli, genç görümlü giysiler üretti. Tasarımlarında genellikle kapitone teknikleri ve kare formları ile kumaş ve renk kombinasyonlarındaki çıkış noktası geleneksel Japon kimonosuydu (Şekil 10). Kenzo, Japonya'da o dönemler demode kabul edilen kalın ve düz hatları batıya taşıyarak bedene oturan penslerin egemenliğini ortadan kaldırdı. 1970'de ilk defilesinin hemen ardından, "sashiko" (geleneksel Japon el dikiş tekniği ile süsleme) ile çalışılmış tasarımlarından biri, etkili bir Fransız moda dergisi olan Elle'nin kapağında yer aldı (Fogg, 2014, s. 402). Kenzo defilelerinde Japon kültürünün de derin etkilerini barındıran sadeliği ve durgunluğu, eğlence ve renklerle birleştiriyordu. Aynı zamanda doğu-batı sentezinin gerçek ve başarılı temsilcilerinden biri olan Kenzo Tanada, sentezcilik ile kalmayıp aynı zamanda bir çok tasarımcıya da bu anlamda yol göstermiştir.



Şekil 10. Kenzo'nun renkli, rahat ve zekice kısaltılmış, göbeği açıkta bırakan kimonosu bir etekle birlikte kombinlenerek modernize edilmiş

Kaynak: Watson, L. (2007). Modaya yön verenler. İstanbul: Güncel Yayıncılık, s.270.

Kenzo markası 1993 yılında Fransız lüks tüketim ürünleri firması LVMH tarafından satın alındı. Kıyafetten parfüme, çantadan ayakkabıya kadar geniş bir yelpazede ürünler satan Kenzo zamanının ötesinde tasarımlarının yanı sıra karakterini de çizgilerine yansıtan bir tasarımcı olarak moda tarihinde önemli bir iz bırakmıştır.

Yuki Torimaru Londra Moda Akademisinde öğrenim gören ve 1970'li yıllarda Paris'te Pierre Cardin ile çalışan dünyaca bilinen Japon moda tasarımcılarından. 1986 yılında Galler Prensesi Diana için Japonya ziyaretinde İmparator Hirohito ile akşam yemeğinde giymesi için tasarladığı çarpıcı safir mavisi ipek elbisesi ile dikkatleri üzerine çekmişti. Yuki, V&A Müzesinde 1992 yılında küçük bir retrospektif sergi ile moda dünyasına adını yazdırmıştır. Koji Tatsuno ise tasarımlarında Japon kültürüne ait etkilerle antik kumaşları ve malzemeleri alışılmadık şekillerde kaynaştırarak moda dünyasında yerini almıştır. Mitsuhiro Matsuda ise Kenzo ile Paris' e aynı dönemde giden moda tasarımcısı olarak işini Japonya'da devam ettirmiştir. Koji Tatsuno tasarımlarında Japon estetiğini koruyarak kendine ait bir çizgi oluşturmuştur.

7. SONUÇ

Moda ve tasarım ürünleri günümüzde her ne kadar güncel eğilimleri açığa çıkarsa da, ait olduğu ülkenin kültürel katmanlarını da içinde barındırır. Japon çağdaş moda tasarımcıları 1970'li yıllardan itibaren kültürel etken ve birikimlerini ürettikleri tasarımlara yansıtip dünya pazarında yer alırken, aynı zamanda moda da kültürel kimliğin oluşmasında ve tanıtımında önemli derecede yer almışlardır. Issey Miyake, Rei Kawakubo ve Yohji Yamamoto, Kenzo gibi tasarımcılarla birlikte Japon tasarımlarının temelinde göze sokulmayan ince bir zerafet hakimdir. 1980 yılında "Japonism" modası ile birlikte anılan bu tasarımcılar Avrupa dışından gelen bu etkileri içeren gelenekleri ve formları, ana akım uygulamalarla birleştirerek moda dünyasına yeni bir yaklaşım getirmişlerdir.

Bu tasarımların temelinde Japon tarihi boyunca süren gösterişten uzak duran, zekice bir güzellik anlayışı, tamamlanmamış mükemmellik, sadelik yatmaktadır. Geleneksel Zen felsefesi ve kültüründen geliştirilen düşüncelerle birlikte gelişen, zamansız ve formların ötesindeki tasarım anlayışını dünyaya yayan bu tasarımcılar, modada daha önce yerleşmiş olan figürü, sunumu ve cinselliği başka bir yere taşımışlardır.

Japonlar kültürel anlamda Çin başta olmak üzere yakın çevresindeki tüm ülkelerin kültürlerinden etkilenmişlerdir. Ancak hiçbir alıntıyı bir ölçüde Japonlaştırmadan kullanmamışlardır. Özellikle kimonoyu kumaş, desen ve renklendirmelerle farklı bir noktaya getirerek bugün tüm dünyanın bildiği Japon kültür simgesi haline getirmişlerdir. Bir çok çağdaş Japon moda tasarımcısı bu giysiyi gerek ana form (kimono) gerekse bele bağlanan kuşak “obi” den esinlenerek yarattıkları tasarımlarla batı modasına yeni bir estetik anlayışı sergilemişlerdir.

Japonların sıra dışı veya özgün bir şey yaratırken kültürlerinden etkilendikleri, ancak gelenekselcilik ve ırkçılıktan uzak oldukları da gözlenmektedir. Japon tasarımcıları çalışmalarında geleneksel Japon sanatlarından origami, kumaşı boyama ile desenlendirme ve şekillendirme tekniği shibori, el dikiş tekniği sashiko, kapitoneler, vb. el sanatlarını kullanarak hem geleneklerine bağlılıklarını sürdürmekte hem de zanaatkarlığın sürdürülmesini desteklemektedirler. Bu anlamda Japon tasarımları hem geçmişe hem de gelecekteki gelişmelere bakmaktadır. Japon tasarımlarındaki zanaatkarlık geleneği, gerçek dünyayı değiştirirken, aynı zamanda malzeme ve teknolojiye yeniliğe odaklanan bir tasarım anlayışı da içermektedir.

Japonların sıra dışı veya özgün bir şey yaratırken kültürlerinden etkilendikleri, ancak gelenekselcilik ve ırkçılıktan uzak oldukları da gözlenmektedir. Japon moda kimliğine etki eden kültürel etkilerin de ele alındığı bu çalışmadan elde edilen bulgularda da görülebildiği gibi kendine özgü kimliği olan bir tasarımının teknoloji, inavasyon ve kültürle harmanlanmış bir yaklaşım diline sahip olması gerekir. Bu anlamda gerek tasarımcıların, gerekse global anlamda moda dünyasında yer almaya çalışan batı dışı ülkelerin, kültürel kimlik oluşturmada tasarımda hareket noktasının tamamen geçmişe dayandırılmadığı ve tek boyutlu olarak ele alınmadığı bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu çalışma sonunda elde edilen bulgularda da görüldüğü gibi Japon moda tasarımcılarının tasarımlarına yansıttıkları kendi kültürel etkileşim modelinin global moda ülkesi olmak isteyen ülke ve ülke tasarımcılarına izlemeleri gereken yollara ait bir çok referanslar bilgiler içermektedir.

KAYNAKÇA

Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. (Çeviren: G. Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Bates, G. D. (2009). *21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji İnsanın Doğadaki Yeri*. (Çeviri Editörü: S. Aydın). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Baudot, F. (2001). *Modanın Yüzyılı (Mode Du Siecle)*. (Çeviren: N. Akatlı). İstanbul: Güncel Yayıncılık.

Bayazıt, N. (2006). *Tasarımı Anlamak ve Anlatmak. Türkiye’de Tasarımı Tartışmak, III*. Ulusal

Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı. İstanbul. Erişim adresi: https://ref.sabanciuniv.edu/sites/ref.sabanciuniv.edu/files/itu_3utk_kitap.pdf.

Breward, C. (2010). *Fashion Cities*. (Editörler: J. B. Eicher ve P. G. Tortora). Encyclopedia of World Dress and Fashion: Global Perspectives. Oxford: Oxford University Press.

Cabrera, A. ve Frederick, M. (2012). *Moda Okulunda Öğrendiğim 101 Şey*. (Çeviren B. Şansal). İstanbul: Optimist Yayınları.

Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri, Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik*. (Çeviren Ö. Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Edgü, F. (1988). İsssey Miyake "Making Things". P Sanat, Kültür ve Antika Dergisi, 12, 46-53.

Fogg, M. (2014). *Modanın Tüm Öyküsü*. (Çeviren Ö. Çelik). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Gibson, E. (2019). Comme des Garçons is "nothing about clothes" says Rei Kawakubo. Erişim adresi: <https://www.dezeen.com/2019/05/09/rei-kawakubo-comme-des-garcons-interview/> (Erişim Tarihi: 24.02.2021)

Güvenç, B. (2007). *Kültürün ABC'si*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Güvenç, B. (2010). *Japon Kültürü (Nihon Bunka)*. İstanbul: Boyut Matbaacılık.

Howard, D. (2017). Comme Des Garçons Fashion Exhibition Opens At The Met In New York. Erişim adresi: <https://www.dezeen.com/2017/05/01/rei-kawakubo-comme-des-garcons-art-of-in-between-exhibition-opens-metropolitan-museum-art-new-york/> (Erişim Tarihi: 25.02.2021)

İdemitsu, S. (1986). *Japon Sanat Sergisi, İdemitsu Koleksiyonu*. Japonya: İdemitsu Museum Publishing.

İto, S. (2011). *The Kimono History & Style*. Brücke: Pie International, s.31.

Jones, S. J. (2009). *Moda Tasarımı* (1. Baskı). (Çeviren: H. Kılıç). İstanbul: İTKİB, Güncel Yayıncılık.

Kawamura, Y. (2016). *Modo-loji*. (Çeviren: Ş. Özüdoğru). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kıran, H. (2013). Puantiyeli Sonsuzluğun Obsesif Sanatçısı: "Yayoi Kusama". Sanat ve Tasarım Dergisi, 4(4).

Küçükyağcı, E. (2017). *Beş Çember Kitabı*. Miyamoto Musashi. İstanbul: Japon Sanat Merkezi Yayınları.

Lökçe, S. (2001). *Kiho Kurokawa, Boyut Kitapları / Çağdaş Dünya Mimarları 15*. İstanbul: Boyut Yayınları.

Menegazzo, R. ve Stefania, P (2014). *WA, The Essence of Janese Design*. New York: Phadion Press.

- Okumura, S. (1988). Kimono Bir Japon Klasığı. P Sanat Kültür ve Antika Dergisi, 12, 104-114.
- Özüdoğru, Ş. ve Yüksel, A. H. (2020). Kültür ve Endüstrinin Arakesitinde Ulusal Modayı Yeniden Düşünmek. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 39, 327-338.
- Sacico, İ. (2011). *The Kimono. History & Style*, Brücke: Pie International.
- Saçlıoğlu, M. Z., Saçlıoğlu, B. O., Akbostancı, İ. ve Çini, Ç. (2007). Tekstilin Ördüğü Ağlar, Endüstri, Zanaat ve Sanat. P Dünya Sanatı Dergisi (Tekstil ve Sanat). 44.S.
- Sancaktar, A. (2006). An Analysis Of Shoe Within The Context Of Social History Of Fashion. A Thesis Submitted to the Graduate School of Engineering and Sciences of İzmir Institute of Technology in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of İzmir. Erişim adresi: <https://core.ac.uk/download/pdf/324143083.pdf>.
- Sezgi, O. (1996). Küresel Bir Dünya İçin Tasarım/Yerel Kimliğin Var Olma Hakkı. Tasarımda Evrenleşme 2. Ulusal Tasarım Kongresi (13-15 Mart), İstanbul: İTÜ Yayınları.
- Sugiyama, T. L. (2013). Japanese Patterns Of Behavior. University of Hawaii Press (1976). Japonlar ve davranış biçimleri. (Çeviren: O. Baykara). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Taylor, E. B. (1958). *The Origins Of Culture and Religion in Primitive Culture*. New York: Harper & Brothers.
- TDK. <https://sozluk.gov.tr/> (24.05.2021)
- Tezcan, M. (1993). *Sosyolojiye Giriş: Temel Kavramlar*. Ankara.
- Uygur, N. (1989). *Çağdaş Ortamda Teknik*. İstanbul: Ara Yayınları.
- Venissage (2007). KendiniYok Et Evrene Karış. P Dünya Sanatı Dergisi (Tekstil ve Sanat). 44.S.
- Vogue (2020). Comme Des Garçons Sonbahar Hazır Giyim Koleksiyonundan Bir Tasarım. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#4> (Erişim Tarihi: 24.02.2021)
- Waquet, D. ve Laporte, M. (2011). Moda (1. Basım). (Çeviren: I. Ergüden). (La mode, Presses Universitaires de France, 1999), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Watson, L. (2007). *Modaya Yön Verenler*. (Çeviren: G.Ayas). İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Williams, R. (2017). *Kültür ve Toplum, 1780-1950*. (Culture and Society:1780-1950 (1975). (Çeviren: U. Kocabaşoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yamazaki, M. (2009). *Japon Kültürü, Japonlar ve Bireycilik*. (Çeviren: O. Baykara). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.