

dr. öğr. üyesi gizem yücelen (sorumlu yazar|corresponding author)
istanbul okan üniversitesi, sanat, tasarım ve mimarlık fakültesi, tekstil ve moda tasarımı bölümü
gizem.yucelen@okan.edu.tr orcid: 0000-0002-2840-0722

MODAYI MODA OLANLA SORGULAMAK: MODA ENDÜSTRİSİNİ SORGULAYAN SANAT YAPITLARININ ANALİZİ*

araştırma makalesi|research article
başvuru tarihi|received: 08.06.2023 kabul tarihi|accepted: 23.12.2024

ÖZET

Son yıllarda tartışma konusu olan, moda endüstrisinin ilişkilendirildiği kaynakların tahribatı, çevre kirliliği, işçi hakları ihlalleri, beden, yaş, cinsiyet temelli ayrımcılık gibi sorunlar moda endüstrisi için sistematik değişim çağrısını kaçınılmaz kılmıştır. Bu çalışma, endüstrinin gerekli değişimi için toplumsal düzeyde farkındalık ve tüketici toplum yapısında dönüşüm yaratmada, sanatın rolünü tartışmayı amaçlamaktadır. Değişim için üzerinde durulması gereken sorunlara dair net bir görüş oluşturmak için çalışma, moda sisteminin tarihsel araştırması ile başlayarak, modanın hayat döngüsünün farklı evrelerinde karşılaşılabilecek sorunlar, literatür taramalarından elde edilen nitel veriler ve örnek olay incelemeleriyle tespit edilmiştir. Tespit edilen sorunlardan üretim ve tüketim artışı, çevre sorunu, beden ve kadın algısı ve endüstrinin emek kavramıyla ilişkisine odaklanılarak, bu konular üzerine başlıkta moda olan şekilde nitelendirilen moda malzemeleri kullanılarak eleştiri geliştiren sanatsal üretimler yoruma dayalı görsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu incelemede, moda endüstrisine ve tüketime hizmet eden malzemelerin endüstrinin ve tüketimin tekeline çıkarılarak, sanat yoluyla kendi endüstrisini eleştirebilmesinin ve değiştirebilmesinin olanakları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda, incelenen sanatsal üretimlerin iletişim ve empati kurma, duyguları harekete geçirme, sorunlar üzerine düşündürme özelliklerinin endüstriye ilişkin sorunlara dikkat çekmekte, farkındalık yaratmakta ve moda endüstrisini değişime yönlendirebilecek toplumsal baskının oluşturulmasında rol oynayabileceği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Moda, Hazır Giyim Endüstrisi, Modanın Problemleri, Tekstil Malzemeleri, Kavramsal Sanat

Yücelen, G. (2025). Modayı moda olanla sorgulamak: Moda endüstrisini sorgulayan sanat yapıtlarının analizi. *Bodrum Journal of Art and Design*, 4(1), 1-24. <https://doi.org/10.58850/bodrum.1311481>

* Bu çalışma 06.06.2023 tarihinde Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil Anabilim Dalı Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiş olan "Hazır giyim endüstrisindeki işçi mücadelesinde aktivist sanatın rolü" başlıklı tez çalışmasından hazırlanmıştır.

QUESTIONING FASHION WITH THE FASHIONABLE: ANALYZING ARTWORKS THAT QUESTION FASHION INDUSTRY

ABSTRACT

Problems that have been the subject of discussion in recent years, such as the destruction of resources associated with the fashion industry, environmental pollution, violations of workers' rights, and discrimination based on body, age and gender, have made the call for systematic change inevitable for the fashion industry. This study aims to discuss the role of art in creating social awareness and transformation in the consumer society structure for the necessary change of the industry. To form a clear perspective of the problems that need to be addressed for change, the research begins with a historical analysis of the fashion system, identifying issues at various stages of the fashion lifecycle through qualitative data from literature reviews and case studies. Among the issues, the study focuses on over-consumption and production, environmental issues, the perception of the body and women, and labor issues and interpretive visual analysis is used to examine artworks that critique these issues by using fashion related materials—which are identified as the fashionable in the title. This examination seeks to reveal the possibilities of criticizing and changing one's own industry through art by removing the materials that serve the fashion industry and consumption from the monopoly of the industry and consumption. The findings reveal that the characteristics of the examined artworks, such as by fostering communication and empathy, activating emotions, and making people think about problems, draw attention to the problems related to the industry, raise awareness and play a role in creating social pressure that can direct the fashion industry to change.

Keywords: Fashion, Ready to Wear Industry, Fashion's Problems, Textile Materials, Conceptual Art

GİRİŞ

Moda endüstrisi, günümüz dünyasında önemli rol oynayan, milyonlarca insanın çalıştığı ve birçok ülkenin ekonomik büyümesinde hazır giyim ve tekstil endüstrileri ile birlikte büyük paya sahip olan bir endüstridir. Fakat son yıllarda, hazır giyim ve tekstil endüstrilerini içerisinde barındıran moda endüstrisinin adı ekonomik başarısının yanı sıra, ilişkilendirildiği çevresel ve sosyal sorunlarla da sıklıkla yan yana gelmektedir. Bu sorunlardan bazıları hiç yeni olmamakla beraber bazıları ise son yıllarda daha belirgin hale gelmiştir. Örneğin, hazır giyim ve tekstil endüstrisinde yaşanan işçi hakları ihlallerinin, Endüstri Devrimi'nden bugüne bu endüstrilerin temelini yerleştiği bilinmektedir (Powell, 2014: 110-115). Geçen yıllar boyunca endüstrilerin ilişkilendirildiği sorunlar listesine, yüzyılı aşkın süredir mücadele verilen işçi hakları ihlallerinin yanında, hayvan hakları ihlalleri, ırkçılık, cinsiyetçilik ve cinsiyet temelli ayrımcılık, dayatılan güzellik ve beden algıları gibi daha birçok sorun eklenmiş (Thomas, 2016), bu sorunlar günümüzde akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, aktivistlerin önemli çalışma başlıkları olmuştur.

Endüstrinin ilişkilendirildiği sorunlar üzerine artan farkındalık, moda endüstrisinde ve beraberinde hazır giyim ile tekstil endüstrilerinde zorunlu değişimleri tetiklemiştir. Ancak, bu alanda çalışma yapan sivil toplum kuruluşları ve organizasyonlar arasında, endüstrinin çabalarının yetersiz olduğu ve sorunların çözümünün, küçük ölçekli uygulamalardan ziyade büyük ölçekli ve sistematik değişikliklerle mümkün olabileceği görüşü yaygın hale gelmiştir. Öte yandan bu değişimin, endüstrilerin gönüllüğü ile gerçekleşmeyeceği, değişime giden yolun endüstrilere, markalara ve şirketlere, tüketicinin desteği alınarak uygulanacak baskı ile açılacağı yaygın olan bir diğer görüştür. Bu fikir bağlamında, tüketicinin desteği ile endüstrileri değişime zorlayacak itici gücün oluşturulabilmesi için öncelikle tüketici ile iletişim kurabilecek alternatif yollar geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Endüstriye ilişkin sorunlar üzerine tüketici ile iletişime geçmenin, toplumsal düzeyde tartışma başlatmanın ve farkındalık yaratmanın sanatsal pratikler aracılığıyla mümkün olup olamayacağı sorusu, bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında, endüstrinin ilişkilendirildiği, toplumsal düzeyde farkındalık yaratılma ihtiyacında olan ve endüstrinin değişimini gerekli kıldığı düşünülen sorunlara dair net bir tablo oluşturabilmek için moda endüstrisinin tarihsel gelişimi, endüstrinin üretim ve tüketim sisteminin işleyiş adımları ve her bir adımda karşılaşılabilecek farklı sorunlar, literatür taramalarından elde edilen nitel veriler ve örnek olaylar üzerinden incelenmiştir. Çalışma, moda endüstrisi ile ilişkilendirilen bu sorunlara direkt ya da dolaylı olarak işaret eden, konunun incelenmesine olanak tanıyan ve erişilebilir kaynaklar arasından seçilen sanat yapıtlarının, sanatçıların eser metinlerinden, eleştirmenlerin ve sanat kurumlarının esere ilişkin eleştirilerinden faydalanılarak sanat eseri analiz yöntemi ile ortaya koyulan bireysel çözümlenmeleri ile devam etmiştir. Yapıtların incelenmesinde, endüstriye ait sorunların sanatsal üretimlerde nasıl ele alındığına ve sanatsal üretimler aracılığıyla bu sorunların nasıl tartışmaya açılacağına odaklanılmıştır. Seçilen eserlerde, moda ile ilgili olanın, yani moda endüstrisinin kendi malzemelerinin, pratiklerinin veya mekanlarının, bu çalışmanın başlığında moda olarak tanımlanan bu özelliklerin kullanılmış olmasına dikkat edilmiştir. Böylelikle moda endüstrisine ve tüketime hizmet eden malzemeleri endüstrinin ve tüketimin tekelinden çıkararak, aynı endüstrinin eleştirisinde kullanabilmenin olası yolları araştırılmış, sanat yolu ile moda olan şeyler üzerinden modayı eleştirmenin ve değiştirebilmenin potansiyeli ortaya çıkarılmıştır.

Mevcut literatürde moda endüstrisinde karşılaşılan sorunları ortaya koyan birçok çalışma (Davies vd., 2020: 2874) bulunmakla beraber, endüstriyi sürdürülebilirlik odağında inceleyen araştırmaların çerçevesi sıklıkla üretim ve tüketimde karşılaşılan çevresel ve sosyal sorunlar ile sınırlı kalabilmektedir. Bu sınırdan ötesinde moda endüstrisinde karşılaşılan ve karşılaşılabilecek sorunları, moda hayat döngüsü üzerinden etik konusu çerçevesinde inceleyen Dr. Sue Thomas'ın etik moda yaklaşımı (Thomas, 2016), bu çalışmada aktarılan sorunların listelenmesinde faydalanılan ana kaynak olmuştur. Çalışmanın başlangıç

noktası olan, sanatın bu sorunların tartışılmasında nasıl bir rol oynayabileceği sorusuna yönelik yapılan literatür taramasında ise, sanatın politik olanla ilişkisi (Arapoğlu, 2015), izleyicide uyandırdığı duygularla değişim yaratma kapasitesi (Scher, 2007), toplumsal değişimlerde sanatçının rolü (Carter, 2019), sanatsal üretimlerin toplumsal sorunlarla ilgili farkındalık yaratmada etkisi (Klößner vd., 2018) ve sanatın aktivist mücadeleye dahil olma potansiyeli (Duncombe, 2016) gibi çeşitli araştırma başlıkları üzerinden sanatın değişim yaratma gücünü ele alan çalışmalara ulaşılabilmektedir. Öte yandan sanatın toplumsal konulara dair farkındalık yaratma, diyalog başlatma ve değişimde rol oynama potansiyelleri üzerine daha birçok araştırma bulursa da özellikle moda endüstrisinin malzemeleri kullanılarak ortaya koyulan sanat eserlerinin, bu potansiyelleri ile moda endüstrisi özelinde yaratılmak istenen değişimde ve endüstri için yapılan acil eylem çağrısında nasıl rol oynayabileceği henüz araştırılmaya açık bir alanı oluşturmaktadır. Yapılan bu çalışma ile, hem yaratıcı yöntem arayışında olan sivil toplum kuruluşları, hem modanın beraber anıldığı sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak isteyen sanatçılar, hem de moda ve tekstil üretimi yetenekleri ile yıkımın parçası olmak yerine yapıcı yöntem arayışında olan tekstil ve moda tasarım öğrencileri için yeni bir diyalog başlatılması amaçlanmaktadır.

MODA ENDÜSTRİSİ VE ENDÜSTRİNİN TANIMLANMASI GEREKEN SORUNLARI

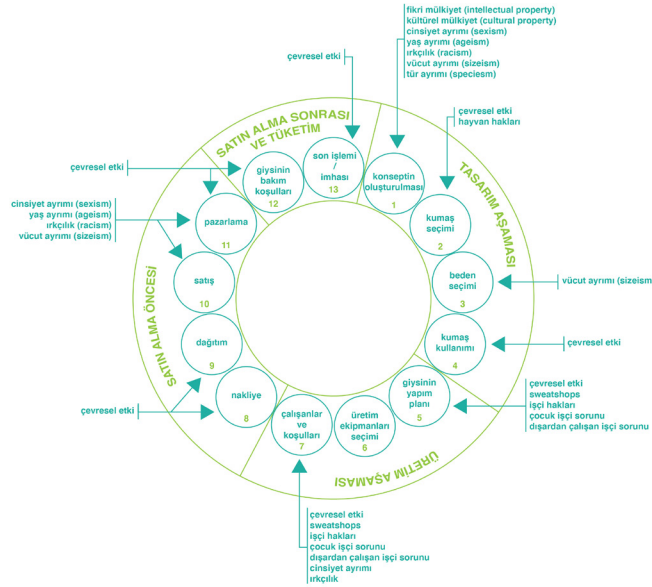
Giyim ve giyim eşyaları insanlık tarihiyle birlikte gelişmeye başlamış olmasına rağmen, sürekli değişim halinde olmayı ve tüketimi teşvik eden moda olgusunun tarihi çok daha yakın çağlara dayanmaktadır. Moda, toplumların ne giydiği, neden giydiği, nasıl ve nerede giydiği gibi giyim davranışları ve giysilerin tüketilme şeklini incelemenin yanı sıra nasıl, nerede ve kimler tarafından yaratıldığı ve üretildiği, nasıl yayıldığı, nasıl sonlandığı gibi soruların da cevabını taşıyan, yaratım noktasından son kullanım anına kadar tasarımcılardan, moda yayıncılarına, pazarlamacılardan, tekstil ve hazır giyim üreticilerine kadar birçok aktörün dâhil olması ile ortaya çıkan bir sistem içinde var olmaktadır. Giyim üretimi, giysilerin fiili üretimini sağlarken, moda; giysileri, sistemine dâhil olan bu farklı aktörler aracılığı ile arzu nesnelere dönüştürmektedir (Kawamura, 2005: 142).

Mevcut giyim davranışlarının yerini sürekli yenilenen tarzların gelişmesine bırakan, moda sayılan giyim davranışlarının kabul gördüğü ve günümüzdeki moda-tüketim ilişkisinin başladığı dönem moda tarihçilerine göre 17. yüzyıl Fransa'sında XIV. Louis Dönemi'ne dayanmaktadır (Öktem, 2020: 9). Öte yandan 17. yüzyılda sözü edilen moda anlayışı saray mensupları ve aristokratlardan oluşan toplumun üst sınıfına ait bir olgudur. Modanın, sınıfsal konumun aracı olmaktan çıkarak kitlelere yayılmaya başlaması Sanayi Devrimi döneminde tekstil endüstrisinde seri üretimin önünü açan teknolojik gelişmelerle mümkün olmuştur. 19. yüzyıl, üretim araçlarının gelişmesi ile hazır giyim endüstrisinin doğuşuna ve 20. yüzyıl ise bu ürünlerin kitleler tarafından tüketimini sağlamak adına yeni satış ve perakendecilik alanlarının yaratımına şahitlik etmiştir. 1970'li yıllar itibari ile hazır giyim üretiminin daha ucuz iş gücü arayışlarının karşılık bulabileceği gelişmekte olan ülkelere kayması (Linden, 2016: 12-13), 1990'lar itibari ile iletişim ve haberleşmede yaşanan gelişmeler moda endüstrisinin bugün takip edilmesi güç küresel tedarik zinciri yapılarının kurulmasına yol açmıştır. 20. yüzyılın son çeyreği itibari ile yaşanan bu gelişmeler, moda endüstrisinde bugün işçi hakları ihlallerinden, doğal kaynakların israfına, çevre kirliliğinden, yaşam alanlarının zarar görmesine kadar birçok soruna sebebiyet verdiği düşünülen hızlı moda yapısının da ortaya çıkmasına vesile olmuştur (Cortez vd., 2014: 1). Hızlı moda; haute couture (kişinin özel beğenisine göre tasarlanmış olan), lüks/ tasarımcı modası, difüzyon moda, taklit ürünler pazarı gibi moda endüstrisinin farklı segment gruplarından biri olan kitle modası içerisinde yer alan bir yapıdır (Lambert, 2014: 8; Emond, 2020: 28).

Hızlı moda, ürün maliyetlerini ve satış fiyatlarını rekabeti zorlayacak ölçüde düşürmesi, üretimi hızlandırması, ürün çeşitliliği ve sayısını artırması, giysileri kullan-at tüketim ürünü haline dönüştürmesi ile diğer segmentleri de kendisiyle birlikte değişime zorlasa da moda endüstrisinin beraber anıldığı sorunlar her

segmentte kendini farklı şekillerde gösterebilmektedir. Örneğin; hayvan hakları ile ilgili sorunlar, çoğunlukla hayvan derisi ve kürkünün sıklıkla kullanıldığı haute couture ve lüks moda segmentleri ile beraber anılırken (Petter, 2022), çevresel sorunlar genellikle kitle modasının yarattığı bir sorun gibi görülmesine rağmen lüks moda markaları da bu soruna dahil olmakta (Cernansky, 2021), işçi hakları ihlalleri öte yandan taklit ürünler pazarından (Bukspan, 2010) lüks moda segmentine kadar (Java Discover, 2022) neredeyse tüm segmentlerde gözlemlenebilmektedir. Bu sebeple bu çalışmada sorunlar, moda sisteminin segmentlerden bağımsız hayat döngüsü, genel işleyişi ve adımları üzerinden incelenmiştir.

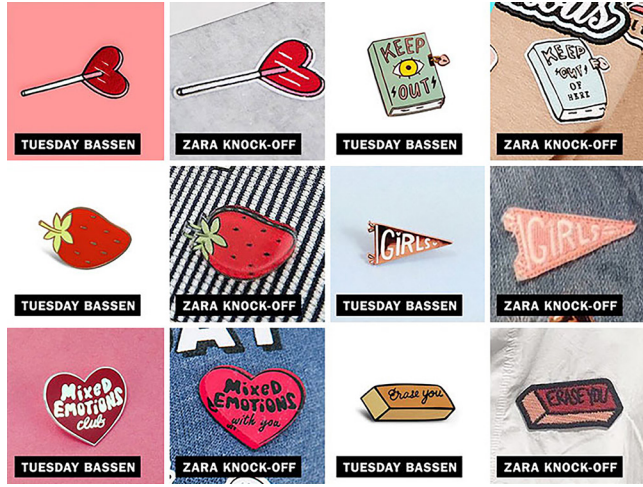
Moda sistemi hayat döngüsü, Görsel 1'de yer alan grafikte görüldüğü gibi tasarım, üretim, satın alma öncesi ve satın alma sonrası olmak üzere dört evreye ayrılarak incelenebilir (Thomas, 2016). Her bir evre kendi içerisinde farklı alt adımlardan oluşmakta olup, her bir alt adım moda endüstrisinin normal haline gelmiş farklı sorunlarla karşılaşma riskini de beraberinde getirmektedir. Fikri ve kültürel mülkiyet ihlalleri, cinsiyetçilik, yaş temelli ayırım, ırkçılık, beden temelli ayırım, türcülük, işçi hakları ihlalleri, çevresel etkiler, hayvan hakları ihlalleri moda endüstrisinin tartışılması gereken başlıca sorunları olarak sayılabilir (Thomas, 2016). Sistemin işleyişinin adım adım görselleştirilmesi, sistem içerisinde sorunlarla hangi adımlarda karşılaşılabileceğinin tespitini ve takibini mümkün kılmaktadır.



Görsel 1. Sue Thomas tarafından hazırlanan moda hayat döngüsü

İlk adım olan tasarım aşamasında ve ilerleyen süreçte reklam, pazarlama adımlarında karşılaşılabilecek fikri ve kültürel mülkiyet ihlallerine, moda sisteminin işleyişinde sıklıkla rastlandığını gösteren sayısız örnek bulunmaktadır. Fikri mülkiyet ihlali, taklit ürünler pazarında birebir marka isimlerinin ya da logoların kullanımında, hızlı moda sisteminin başka markaların tasarımlarından yola çıkarak uyarladığı ürün geliştirme tekniğinde ya da bağımsız tasarımcıların ya da sanatçıların işlerinin markalar tarafından tasarım, satış, pazarlama gibi farklı adımlarında izinsiz kullanılması ya da kopyalanmasında kendini gösterebilir. Logo ve marka isimlerinin kullanımında yasal bir mücadele alanı bulunsa da söz konusu olan giyim eşyaları, tasarımları ya da sanatsal üretimler olduğunda ilham almak ile taklit etme arasındaki bulanık çizgide konuyu hukuki bir alan taşımak daha da zorlaşmaktadır. Tasarımların ya da sanat eserlerinin patentlenmesindeki zorluklar, söz konusu tasarımlarda fikri mülkiyet ihlali tespiti için gerekli yasal belirlemelerin bulunmaması, bağımsız tasarımcılar ve markaların hukuki süreç için yeterli gelir kaynaklarına sahip olmaması gibi sebepler bu durumun artışına sebebiyet verebilmektedir (Bruculieri, 2018).

Görsel 2'de bağımsız tasarımcı Tuesday Bassen'in illüstrasyonları ve Zara markasının tasarımları birlikte görülmektedir. Tasarımlarının marka tarafından kopyalandığı iddiası ile Bassen, bir yandan yasal işlem başlatırken diğer yandan konuyu sosyal medyaya taşımış, haberin yayılması ile birlikte daha birçok sanatçının benzer şekilde işlerinin izinsiz olarak markanın ürünlerine taşındığı iddiaları ortaya çıkmıştır (Puglise, 2016). Tasarımlardaki renk, font ve grafik tasarım dili seçimlerinin benzerliklerine rağmen, Bassen'in marka ile ilk irtibatında marka, Bassen'in tasarımlarının ayırt edici özelliğe sahip olmaması sebebi ile iddiaları reddetmiştir. Öte yandan, konunun sosyal medya üzerinden destek toplaması, benzer durumda olan sanatçıların da seslerini duyurmaya başlamasından sonra marka açıklamasını değiştirmiş, kendi tasarımları ile Bassen'in tasarımları arasındaki benzerlikleri kabul ettiklerini, konuyla ilgili soruşturma başlattıklarını ve bu ürünlerin satışının askıya alındığı belirtilmiştir (Evans, 2016).



Görsel 2. Tuesday Bassen tasarımları ve Zara tasarımları

Yine Zara markasını fikri mülkiyet ihlali ile karşı karşıya bırakan bir diğer örnek olay ise Görsel 3'te yer alan yağmurluk tasarımı ile ilgilidir. Danimarkalı dış giyim uzmanı Rains'in patentli yağmurluk tasarımlarının Zara tarafından kopyalanması iddiası ile Rains, Danimarka Mahkemesi'nde markaya dava açmış ve tasarımda belirleyici özellikler ve patent olması sebebi ile dava, Rains markası lehine sonuçlanmıştır. Dava sonrasında Rains markası kurucu ortaklarından Daniel Brix Hesslager moda endüstrisindeki fikri mülkiyet ihlallerine dair görüşünü şu şekilde aktarmıştır:

Küresel devlerin iş modelleri gereği engelsiz bir şekilde tasarımları çalamayacaklarını ve hakları ihlal edemeyeceklerini göstermek istiyoruz. Moda endüstrisinin içindeki ve dışındaki pek çok profesyonelin, potansiyel olarak bizim ayak izlerimizi takip etmek için bu davanın sonucunu beklediğinin farkındayız. (Rains, 2020)



Görsel 3. Zara yağmurluk tasarımı (solda), Rains imzalı tasarım, Parka Mont (sağda)

Konuya dair bir diğerk örnek olayda, Fransız-İsviçreli sanatçı Julian Charrière'in *Ve Hepsinin Altında Sıvı Ateş Akıyor (And Beneath It All Flows Liquid Fire)* adlı video çalışması ve Zadig & Voltaire'in Sonbahar/Kış 2023 defile koleksiyonu tanıtım videosundan kesitlerin benzerliği sebebi ile marka, fikri mülkiyet ihlali ile suçlanmıştır (Cassady vd., 2023). Charrière'nin çalışmasında (Charrière, 2019) ağır çekimde görülen siyah arka planla beraber kullanılan çeşme, ateş ve ateş sesinin görsel ve kurgusal bağlamda benzer şekilde Zadig & Voltaire'in tanıtım videosunda (Zadig & Voltaire, 2023) kullanılması sosyal medya kullanıcılarının dikkatini çekmiş, sanatçının konudan sosyal medya aracılığı ile haberi olmuştur. Öte yandan çalışmaların ve fikrin benzerlikleri gözle görülür olsa dahi, her iddia Rains örneğinde görüldüğü gibi hukuki yollarla başarıya ulaşan sonuçlar vermemekte, iddialar ilham almakla kopyalamak arasındaki çizilemeyen yasal sınırlar arasında kaybolabilmektedir.

Moda endüstrisinin sıklıkla itham edildiği ve endüstri içerisinde sıklıkla tartışma konusu olan bir diğerk etik ihlal ise kültürel mülkiyet ihlalidir. Kültürel mülkiyet sınırlarının ihlali ya da bir başka tabirle kültürel yağmacılık, baskın bir kültürün bir üyesinin, bir azınlık kültürüne ait kültürel unsurları azınlık kültürün rızası veya bu kültüre atıf olmaksızın veya bu kültüre herhangi bir karşılığı verilmeden kullanması olarak tanımlanabilir (Vézina, 2019: 1). Kültürel mülkiyet sınırlarının ihlali ile bir kültüre saygı gösterme, anma faaliyetleri arasındaki bulanık alanı netleştirmek için sosyolog Yuniya Kawamura, ihlallerin moda sistemi içerisinde görülme biçimlerini şu 6 ana başlık altında incelemektedir; biyolojik ırkçılığın ve stereotiplerin pekiştirilmesi, ırksal fetişizm, tarihsel zulümlerin pekiştirilmesi, dine ve maneviyata saygısızlık, yerli kültürel geleneklerin, tekstil motiflerinin ve zanaat tekniklerinin istismarı ve ekonomik açıdan zor durumda olan sınıfların sömürülmesi (Kawamura vd., 2022: 65).

Görsel 4'te yer alan Comme de Garçons markasının 2020 yılında gerçekleştirdiği defilede, beyaz modellerin kullandığı Afrika örgüsünü andıran peruklar, markayı ve saç tasarımcısını kültürel yağmacılık suçlamaları ile karşı karşıya bırakmıştır (Elan, 2020). Gösterilen tepkileri, Kawamura'nın başlıklarından ilki olan biyolojik ırkçılığın ve stereotiplerin pekiştirilmesi üzerinden anlamlandırmak mümkündür. Kawamura, Afrikan ve Afrikan Amerikanlara özgü saç stillerinin, diğerk fiziksel görünümüne dair biyolojik özellikler gibi, beyaz bir birey tarafından ya da o biyolojik özelliklere sahip olmayan bireyler tarafından taklit edilmesinin, biyolojik ırkçılık dolayısıyla kültürel mülkiyet sınırlarının ihlali olduğunu belirtmektedir (Kawamura vd., 2022: 65-69).



Görsel 4. Comme des Garçons Erkek Hazır Giyim Sonbahar/ Kış 2020 defilesi

Kawamura'nın belirttiği yerli kültürel geleneklerin, tekstil motiflerinin ve zanaat tekniklerinin istismarı başlığı altında incelenebilecek Görsel 5'de yer verilen bir diğer örnekte, lüks moda markası Tory Burch'un kültürel yağmacılık ile suçlandığı tasarım görülmektedir. Tory Burch'un 2021 yılında Meksika'nın Baja bölgesini referans vererek "Baja esintili tunik" olarak tanıttığı kazak tasarımının, 1800'lü yıllardan bu yana üretilen Portekizli balıkçıların geleneksel kazakları "camisola poveira" dan renk, desen ve method seçimi olarak esinlendiği iddialarının sosyal medya üzerinde yaygınlaşması ile marka öncelikle Baja esintili tanımını kaldırmış, daha sonra konuyla ilgili özür açıklaması yapmıştır. Markanın CEO'su yanlış atıfta buldukları için Portekiz halkından özür dilediklerini ve geleneği daha ileri taşıyabilmek için ilgili yerel kurumlarla nasıl iş birliği geliştirebilecekleri ile ilgili çalışacaklarını belirtmiştir (Donn, 2021). Bu örnekte, esinlenen ve esinlenen köken arasındaki ekonomik güç dengesizliği, ana kültürün sürece katılımının olmaması, kültürel bağlamın sonuç üründe tamamen ortadan kaldırılması (Vézina, 2019: 6) bu örneğin kültürel mülkiyet ihlali altında incelenmesini mümkün kılmaktadır.



Görsel 5. Portekizli balıkçıların geleneksel kazağı (solda) ve Tory Burch tasarımı (sağda)

Kültürel mülkiyet sınırlarının ihlali ile büyük bir kesişim kümesi barındıran ırkçılık, moda endüstrisinin tasarım ve pazarlama aşamalarına ek olarak üretim aşamasında da karşılaşılabilecek bir başka sorundur. Bahsi geçen tüm aktörlerle ortaya çıkarılan kurumsallaşmış moda sistemi, her ne kadar Batılı olmayan kültürlerin etkilerinden sürekli olarak etkilense de popüler kültürün diğer formları gibi Batı merkezli bir olgudur (Crane, 2000: 317). Bu sistem içerisinde yaratılan imajlar, trendler, pazarlama çalışmaları, defileler çoğunlukla Batılı olanla temsil edilirken, üretim çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerde Batılı olmayan işgücü tarafından gerçekleştirilmektedir. Sistemin bu kısımları ise perde arkasında tutulmaktadır (Niessen, 2022).

Moda sisteminde en sık karşılaşılan diğer sorunlar ise beden ve yaş temelli önyargılar ve ayrımcılık olarak listelenebilir. Her iki sorunun da moda endüstrisi ile ilişkilendirilen normlar ve standartlarla yakından bağı olduğunu söylemek mümkündür. Moda dergilerinde temsil bulan beden çeşitliliği üzerine yapılan bir içerik analizinde, dergilerde yer alan temsillerin %74'ünün zayıf modellerden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır (Björnsdóttir, 2021: 9). Victoria's Secret markası, moda endüstrisinin beden temelli ayrımcılık ve gerçek olmayan beden standartlarının dayatılması ile sıklıkla gündeme gelen en belirgin örneğidir. 20 yıla yakın bir süre boyunca, melekler adını verdikleri modelleri, defileleri ve pazarlama stratejileri ile kendi belirledikleri kadın cinselliği ve güzellik ideallerine vurgu yapan marka, son yıllarda beden standartları üzerine artışa geçen tartışmalar sonucunda, temsillerinde daha kapsayıcı bir seçime gideceklerini açıklamıştır (Friedman vd., 2021). Beden temelli ayrımcılığı, moda sistemi içerisinde pazarlama adımı üzerinden olduğu kadar tasarım ve satış adımları üzerinden de tartışmak mümkündür. Markaların ürün çeşitliliğinde büyük beden ölçülerine yer verip

vermediği, büyük beden pazarının çeşitliliği ve ölçeği (Waldow, 2023), farklı beden ölçüleri arasında farklı fiyat politikası uygulamaları (Malinsky, 2019) gibi konular bu başlık altında açılacak farklı tartışma alanlarına örnek olarak gösterilebilir.

Beden temelli ayrımcılık konusunda sözü edilen moda dergileri araştırmasında, dergilerde temsil bulan modellerin yalnızca %1'inin ileri yaşlarda olduğu ulaşılan bir diğer sonuçtur (Björnsdóttir, 2021: 9). Öte yandan moda endüstrisinde yaş temelli ayrımcılık sadece temsiller üzerinde değil, yaratılan tasarımlarda, defilelerde ve iş imkânlarındaki kısıtlılıkta da gözlemlenebilmektedir. 2017 yılında Londra Moda Haftası sırasında, podyumlarda ve moda endüstrisinde kendilerine temsil fırsatı verilmediğini savunan bir grup eski model endüstride görülen yaş temelli ayrıma karşı eylem gerçekleştirmiştir (Johnson, 2017). Moda ve beraberinde kozmetik endüstrisi tarafından üretilen imajlar ve söylemler, yalnızca yaşlı insanların benlik kavramlarına etki etmekle kalmayıp, aynı zamanda gençlerin üzerinde yaşlanmaya karşı korku yaratarak gençlik odaklı bir güzellik standardının yerleşmesinde ve genç kalmaya yönelik kaygının devamlı hissedilmesinde aktif olarak rol oynayabilmektedir (Datta, 2021: 457).

Kişinin cinsiyetine bağlı olarak yaratılan önyargular ve ayrımcı pratiklerin moda sistemi tarafından pekiştirilmesi, moda sisteminin sıklıkla eleştiri aldığı bir diğer tartışma konusudur. Kadın ve erkeğin toplumlardaki rolleri hakkındaki kalıplaşmış inançlar ve genellemelere dayanan ayrımcı ve cinsiyetçi eylemler veya tutumlar (Balta, 2021), moda endüstrisinin tasarım, üretim, reklam ve pazarlama gibi farklı adımlarında, moda imajlarında kadınların temsiliyeti, cinsiyetler arası ücret farklılıkları, liderlikte temsil, kadın işgücünün maruz kaldığı hak ihlalleri gibi başlıklar üzerinden incelenebilir. Moda markalarına ait reklam çalışmalarında, cinsiyetçi stereotipleri pekiştiren, kadınları cinsel obje olarak sunan ve kadınları sınırlayıcı normlarla karşı karşıya bırakan moda imgelerine rastlanabilmektedir. Bu çalışmalarda yer alan moda imgelerinin kadın bedenini, kimliğini ve rolünü biçimlendirmedeki etkisi tartışılabilir. Öte yandan, modanın da dahil olduğu birçok sektörün reklam çalışmalarında kadın temsili üzerine yapılan bir araştırma, reklamlarda geçtiğimiz yüzyıl boyunca görülen cinsiyetçi yaklaşımların aksine, güncel çalışmalarda kadın ve erkek arasında denge kurma eğiliminin arttığı ortaya çıkarılmıştır. Ancak, incelenen reklamların %22'sinde hala kadının geleneksel rollerde temsil edildiği tespit edilmiştir (Elle, 2023). Moda endüstrisinin, yönetim ve liderlik safhasında ise dengenin henüz kurulma eğiliminde olmadığı söylenebilir. Giyim tüketiminin %53'ünü (Fashion United, 2021), giyim mağazalarındaki işgücünün %73'ünü, önde gelen moda okullarındaki öğrencilerin %78'ini kadınlar oluşturmasına rağmen, büyük moda markalarının sadece %12,5'inin kadınlar tarafından yönetildiği bir başka araştırmanın sonucudur (PwC, 2019). Moda sisteminin cinsiyetçi karar ve davranışlarla sıklıkla anılan bir diğer adımı ise çoğunluğu kadın işgücünden oluşan üretim aşamasıdır.

Moda endüstrisinde üretim aşaması sıklıkla işçi hakları ihlalleri ile beraber anılmakta olup, ihlaller cinsiyete dayalı ayrımcılık ile daha da derinleşmektedir. Kadın hazır giyim işçileri, sözlü, fiziksel istismar, tehdit ve baskı, cinsel taciz, doğum izninden, çocuk bakımından ve işe güvenli ulaşım olanaklarından mahrum kalma, eşit işe eşit olmayan ücret uygulamaları, güvencesiz çalışma koşulları ile karşı karşıya kalmaktadır (Clean Clothes Campaign, 2023). Öte yandan üretimden perakendeciliğe uzanan geniş bir aralıkta moda endüstrisi için çalışan birçok işçinin yüksek kar odaklı bu endüstride farklı hak ihlallerine maruz kaldığı bilinmektedir. Çocuk işçiliği, zorla çalıştırma, kayıt dışı istihdam gibi yasal olmayan uygulamalar, modayı var eden ürünlerin üretiminde sıklıkla yer almaktadır (SOMO, 2016). İşçilerin hammadde üretimi, boyama, kot kumlama gibi farklı üretim adımlarında maruz kaldığı kimyasallar, yeterli iş güvenliği alınmadan çalışılan üretim yerleri, sağlam olmayan binalar, fiziksel ve psikolojik etkilere sebebiyet verecek derecede uzun mesai saatleri, işçilerin hayatlarını idame ettirebilmesini mümkün kılmayan düşük çalışma ücretleri, toplumların dezavantajlı kesimleri üzerinden elde edilen ucuz işgücü yüzyılı aşkın süredir moda ve hazır giyim endüstrilerinde görülen hak ihlallerine örneklerdir (Kane vd., 2015: 15-18). Moda endüstrisi için en önemli değişim çağrısını oluşturan Rana Plaza felaketi, endüstrinin en büyük iş felaketi olarak bilinmekle beraber, hazır

giyim ve tekstil endüstrilerinde yaşanan onlarca felaketten yalnızca bir tanesidir. Hazır giyim markalarına üretim yapan, sağlam olmadığı işçiler tarafından bildirildiği halde işçilerin çalışmaya zorlandığı Rana Plaza, 24 Nisan 2013'te yıkılmış, 1138 tekstil işçisi bu felakette hayatını kaybetmiştir.

İnsanların belirli kesimlerini cinsiyet, ırk, beden, yaş, sosyoekonomik durum temelli ayrımcılığa ve dışlamaya maruz bırakan mevcut moda sisteminin ilişkilendirildiği bir diğer sorun ise tür temelli ayırım/ türçülüktür. Moda sisteminin, insanı ekolojik düzenin bir parçası olarak ele almak yerine düzenin en tepesine oturarak, insanın sistemin diğer bütün türleri üzerinde karar verme yetkisine sahip olduğu yanılgısı ile işlediği söylenebilir. Moda endüstrisinde her yıl 93 milyar metreküp su kullanılmakta, kumaş boyama ve arıtma işlemleri dünya üzerindeki atık su miktarının %20'sini oluşturmakta, toplam elyaf girdisinin %87'si yakılarak ya da çöplüklerde son bulmakta ve mevcut nüfus miktarı ve tüketim alışkanlıkları devam ederse 2019 yılında 62 milyon ton olarak belirtilen küresel giyim tüketimi miktarı 10 yıl içerisinde 62 milyon tona çıkması beklenmektedir (The World Bank, 2019). Belirtilen bu devasa rakamlar, endüstrinin ekolojik düzenin her bir parçasının kaderini belirlemede gücü eline aldığı göstermektedir. Deri, kürk ya da tüyleri için katledilen hayvan türlerinden, tüm canlıların kullanım hakkı olan doğal su kaynaklarının israfı ve kirlenmesine, kimyasal hammaddeler, ilaçlar ve boyar maddelerin yol açtığı ekolojik kirlilikten, ormansızlaşmaya, tekstil atıklarıyla oluşan çevre kirliliğine kadar moda endüstrisi yarattığı aşırı üretim ve aşırı tüketim döngüsü ile günümüzde birçok ekolojik sorunun en büyük sorumlularından biri haline gelmiştir.

Son yıllarda, moda endüstrisinin sistematik sorunları ve sürdürülebilirlik bağlamında endüstri üzerine getirilen eleştiriler ve araştırmalar giderek artış göstermektedir (Davies vd., 2020: 2879). Bu konuların gündemde daha fazla yer edinmesine karşın, sorunların gerçek çözümü için gereken sistemin bütüncül değişim hızı henüz yavaş kalmaktadır (Global Fashion Agenda, 2019). Moda endüstrisinin yaratmakta olduğu ekolojik krizin boyutunun büyüklüğünün karşısında, moda markaları dev üretim adetlerine devam ederken doğa dostu malzemelerle küçük koleksiyonlar satışa sunmakta (Leach, 2022), tüketim hızının devamlılığını teşvik eden geri dönüşüm vaatleri vermekte (Sierra, 2023), üretimi yapan kadın işçilerin her geçen gün farklı bir ihlalle karşılaştığı endüstride feminist söylemli ürünler artmakta (Mallon, 2019), reklam ve pazarlama kampanyalarına dahil edilen beden çeşitliliğine ürün seçkisinde halen yeterince yer verilmemektedir (Rogers, 2023). Bunlar gibi çoğaltılabilecek çelişkili birçok örnekte, moda endüstrisine dair gündeme getirilen sorunların çözümünde gerçek değişimi sağlayabilecek markalar, yasa koyucular gibi bileşenlerin çabasının yetersiz kaldığı görülebilir. Değişim sağlayıcıların isteksizliği ve yavaşlığı, sorunlar hakkında yaratılacak farkındalığın ve değişim isteğinin artırılmasını ve devamlılığını gerektirmektedir. Bu çalışmada, sivil toplum kuruluşları, bağımsız organizasyonlar ve aktivistlerin tüketici desteğini de alarak bu devamlılığı sağlaması noktasında toplumsal değişimi mümkün kılacak güçlü bir alan olan sanat sürece dahil edilmektedir. Kültürel üretim ve toplumsal değişimde önemli bir role sahip olan sanatın, moda endüstrisine hizmet eden malzemeler ile üretilen sanat yapıtları üzerinden aynı endüstrinin eleştirisini yapmakta, sorunlar hakkında farkındalık yaratmada, diyalog başlatmakta ve değişime giden yolu açmakta rol oynama potansiyeli bir sonraki bölümde örnek eserler üzerinden incelenmiştir.

MODA SİSTEMİNİN SORUNLARINI MODA MALZEMELERİ ÜZERİNDEN ELEŞTİREN SANAT YAPITLARININ İNCELENMESİ

Sanat, tarih boyunca politik olanla ilişki içerisinde olmuştur. Bu çalışmada odaklanılan sanatsal pratikler, modanın temsil ettiği kapitalist değerlerin sorgulaması, moda sistemi aracılığı ile beden ve cinsiyet üzerinde kurulan tahakküme karşı duruş geliştirmesi ve sistem tarafından yaratılan ekonomik ve çevresel adaletsizlikleri tartışmaya açması ile tam da sanatın politik olanla ilişki kurduğu alanda durmaktadır. Bu sanat yapıtlarının bazılarında sanatçı doğrudan moda sisteminin eleştirisinde bulunmaktadır. Öte yandan bazı sanatçılar

ise eleştirisini tüketim, beden politikaları gibi moda sisteminin beslediği ve derinleştirdiği toplumsal ve sosyal sorunları direkt moda sistemini işaret etmeden yapıtlarına taşımaktadır. İncelenen tüm üretimlerde, moda sisteminin nesnesi konumundaki malzemeler, mekanlar, üretim anları sanat yapıtlarında geldiği yerin sorunlarına işaret eden, modayla doğrudan ilişkili olan tüketim, beden, emek gibi farklı konulara eleştiri getiren öznel konumuna geçmektedir. Böylelikle moda sisteminin içerisinden çıkan malzemeler ve imgelerle üretilmiş bu sanat yapıtları aracılığı ile sistemin kendisinin yarattığı sorunlar görünür kılınmakta, sorunlar hakkında farkındalık yaratılmakta ya da sorunlara dair tartışma başlatılabilmektedir.

Konunun incelenmesine olanak tanıyan, araştırmaya katkıda bulunması beklenen ve erişilebilir kaynaklar arasından seçilen sanat yapıtları, moda sistemine dair aktarılan sorunlardan beden, emek, kadın, çevre ve sistemdeki birçok sorunun temelinde yer alan aşırı üretim ve tüketim döngüsü odaklarında toplanmıştır. Seçilen her bir sanat yapıtında, sanatçının doğrudan moda sistemini eleştirilmeyi amaçladığı iddiasında bulunulmadığını tekrarlamakta fayda vardır. Eserlerin bir kısmında, sanatçılar moda olgusunu, moda sistemini ya da moda sisteminin yarattığı sorunları işaret ederek direkt eleştiride bulunmaktadır. Bir diğer kısmında ise sanatçının moda sistemine dair net bir söylemi bulunmamakla beraber, çalışma kapsamında sanatçının ele aldığı konu vasıtasıyla bu eserler ile moda sistemi arasında ilişki kurulmuştur. Bölüm boyunca farklı sanatçıların, sorunları ele alış ve eleştirme biçimi, üretim pratikleri, moda sisteminin malzemelerine yükledikleri anlamlar üzerinden, sanatsal üretimlerin baskın olan algıya ve moda sistemine nasıl meydan okuyabileceği incelenmiştir.

Sanat Yapıtlarının İncelenmesine Yönelik Bulgular

Moda sistemi, tüketim alışkanlıklarını değiştiren ve yönlendiren en önemli itici güçlerden biri olarak sayılabilir. Bu sebeple moda sisteminin eleştirisi, tüketim artışının eleştirisi ile başlayabilir. 1960'lar itibari ile sanatçıların popüler kültüre ve tüketim kültürüne artan ilgisi bu kültürlerin merkezinde yer alan moda ile de yakın ilişki geliştirmesine yol açmıştır. Sanatçılar içerisinde Andy Warhol, Takashi Murakami gibi bazı isimler bizzat moda üretiminin içerisinde yer almıştır (Heartney, 2008: 36). Öte yandan sanat, tüketim ve moda ilişkisinde tüketim nesnelere yeniden yaratan sanatçılar kadar tüketim nesnelere üzerinden sanat yapıtları geliştirerek tüketim toplumunun eleştirisinde bulunan sanatçılar da var olmuştur. İşlerinde sıklıkla yer verdiği moda sisteminin arzu nesnelere aracılığı ile sanat, tüketim ve moda arasındaki çizgide dolaşan İsviçreli sanatçı Sylvie Fleury, *Kışkırtıcı Ajan (Agent Provocateur)* (Görsel 6) enstalasyonunda, modanın eğlenceli tarafını alışveriş çantaları üzerinden provakatif bir dille işine taşırken, aynı zamanda moda ve sanat arasında kurduğu ilişki ile tüketim kültürü normlarını sorgulayan ve bu normları yıkan bir tavır geliştirmiştir.



Görsel 6. Sylvie Fleury, *Kışkırtıcı Ajan (Agent Provocateur)*, 1995, Karışık Malzeme, Alışveriş Çantaları

1960'larda İtalya'da gelişen, geleneksel malzemeler ve tekniklerin yerini günlük yaşamdan buluntu nesnelere aldıkları Arte Povera akımının önemli isimlerinden İtalyan sanatçı Michelangelo Pistoletto, *Paçavraların Venüsü* adlı eserinde alçı bir Venüs heykelini atık kumaşlardan oluşan dev bir yığın içine yerleştirerek güzel olanla âtil olanın, tarihsel olanla güncel olanın, değerli olanla değersiz olanın, benzersiz olanla sıradan olanın bir araya geldiği bir sahne yaratmıştır. İlk kurulumunda sanatçının yüzeyleri temizlemek için kullandığı kumaş parçalarından oluşturulan *Paçavraların Venüsü*, sonraki kurulumlarında eski giysilerle aynı sahnenin tekrar canlandırılması ve giysilerin her seferinde değişmesi yolu ile tüketim döngüleri hakkında yorum yapmaktadır (Tate Modern, 2006).

İskandinav sanatçı ikili Michael Elmgreen ve Ingar Dragset, soylulaşmanın temsili olan yüksek moda ve tüketimine karşı protest bir tavırla bir daha onarılmamak ve kapitalizmin bir kalıntısı olarak ufalanmaya bırakılmak üzere, Teksas'ta çölün ortasında sadece dışarıdan ziyaret edilebilen, tüketim işlevinin durdurulduğu suni bir mağaza heykeli üretmiştir. Şehrin ve tüketimin kalabalığından izole edilmiş *Prada Marfa* (Görsel 7) adlı bu sanat yapıtı, işin yaratılış amacı ile ironik olacak şekilde Prada markası tarafından desteklenmiş, zamanla gördüğü ilgi sonucu sürekli onarımdan geçerek kalıcı hale getirilmiştir (Talbot, 2021). İşin süreç içerisinde geçirdiği bu değişim, moda eleştirisi yapan bir işin bile moda sistemi tarafından yutulmuş hizmet edecek bir tüketim nesnesine dönüştürülebileceğine güzel bir örnek oluşturmaktadır.



Görsel 7. Elmgreen & Dragset, *Prada Marfa*, 2005, 4,6x7,6 m, Teksas

Tüketim alışkanlıkları üzerine eleştiri geliştiren bir başka isim olan Amerikalı sanatçı Rachel Perry, kendisini boğucu bir şekilde yığılmış fatura ve fişlerden oluşan kumaş parçaları ve giysi içerisinde neredeyse kamufle ederek fotoğrafladığı *Hayatımda Kayboldum* (*Lost in My Life*) serisinde, güncel tüketim alışkanlıkları tarafından kimliğin nasıl üretildiği ve şekillendirildiği üzerine bir tüketim sorgulaması yapmaktadır (Perry, 2011). Moda sisteminin beslediği ve giderek artan üretim ve tüketim artışının eleştirisi, beraberinde bu artışın yarattığı ekolojik sorunları da getirmektedir. Çalışmalarında artan tüketim halini hem politik hem çevresel söylemler üreten eserlere çeviren Kübalı sanatçı ikili Guerra de la Paz, *Lideri Takip Edin* (*Follow The Leader*) (Görsel 8) adlı yerleştirmesinde, ezici miktardaki kullanılmış giysi yığınlarının altında sisteme körü körüne itaat ederek birbirlerini takip eden figürlere yer vermektedir. Bu iş, çevresel sorunlarla doğrudan ilişkili olan moda sisteminin sorunlarına rağmen kendisini göstermeyi seçtiği renkli halinin altında kalan bireyselliklerinden arındırılmış figürler aracılığıyla, çizginin dışına çıkmaya izin vermeyen ve sürekli takibi gereken bu sisteme açık bir eleştiri olarak okunabilmektedir (Artworks for Change, 2015).



Görsel 8. Guerra de la Paz, *Lideri Takip Edin (Follow the Leader)*, 2011, Kullanılmış Giysiler, Ayakkabılar, Ahşap Çerçevesel

Benjamin Von Wong ve Laura Francois'nun 2017 yılında Kamboçya'da gerçekleştirdiği Clothing the Loop enstalasyonu ile Maja Weiss'ın 2016 yılında Kopenhag Uluslararası Moda Fuarı'nda sergilediği Waste adlı çalışmalar da moda endüstrisinin üretim ve tüketim yoğunluğu ile ilişkisini ve sistemin çevresel etkilerini farklı açılardan ele alan iki sanatsal müdahaleyi temsil etmektedir. Kanadalı sanatçı Benjamin Von Wong ve Laura Francois, Kamboçya'da üretimi yapılan binlerce giysiyle beraber terkedilmiş eski bir fabrikada yerel halkın gönüllü desteğini alarak terkedilmiş giysilerden oluşturdukları *Döngüyü Giydirmek (Clothing the Loop)* adlı yerleştirmede, moda endüstrisinin yol açtığı ekolojik sorunlara özellikle de endüstrinin doğal su kaynakları üzerinde yarattığı kirliliğe dikkat çekmeyi ve insanları giydikleri giysilerin kökenleri ile ilgili düşündürmeyi hedeflemektedir (Von Wong, 2017). Aynı zamanda moda tasarımcısı olarak çalışan Yugoslavya doğumlu Maja Weiss ise, giysilerin kültürel değerine ne kadar hayran olsa da endüstrinin yıkıcı tavrı hakkında eleştiri geliştirmekten geri durmamıştır. Kopenhag Uluslararası Moda Fuarı'nda moda dünyasının tam da kalbi olabilecek bir etkinlikte, patlamak üzere bir halde sıkıştırılmış 17 ton atık giysiden oluşan tekstil balyalarını bir araya getirerek sergilediği Waste adlı eserinde, moda endüstrisinin çevresel yıkımlara sebep olan tüketim şekli ile ilgili endüstrinin tam da içerisinden ses yükseltmektedir (Singer, 2016).

Moda endüstrisinin çevresel sorunlarla ilişkisi aynı zamanda hayvan haklarına yönelik etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu noktada, endüstrinin yarattığı tahribatı farklı boyutlarıyla ele alan sanatsal yaklaşımlar, hem ekolojik hem de etik meseleleri sorgulamaya imkan tanımaktadır. Amerikalı sanatçı Janine Antoni, *Dizgin (Bridle)* (Görsel 9) adlı çalışmasında her gün kullandığı çantanın replikası üzerinden kavramsal bir yaklaşımla ürünün kökenine işaret etmektedir. Antoni, çantanın orijinal çıkış malzemesi olan inek derisini tüm gerçekliği ile eserine taşıyarak, çantanın ve endüstrinin geldiği yere dikkat çekmekte ve eserin üretiminin kaynağını ve yörüngesini sorgulamaya yönelik bir eleştiri geliştirmektedir (Antoni, 2008). Antoni'nin yapıtı, bedeni üzerinden üretime rızası alınmadan dahil edilen bir canlının bedenini olay yerine geri taşımaktadır. Sanatçı, yapıtında hayvan bedenine ait bir imge üzerinden moda sisteminin yol açtığı ekolojik sorunlardan hayvan hakları ihlallerine karşıt bir duruş sergilemektedir.



Görsel 9. Janine Antoni, *Dizgin (Bridle)*, 2000, İnek Postu, Metal Aksesuarlar, İp, 297,18x246,38x35,56 cm, Expo Chicago, Chicago

Moda sistemi ile uzun yıllardır iç içe geçmiş bir başka tartışma ise kadın bedeni üzerinde dönmektedir. Modanın, kadın bedeninin nasıl görünmesi gerektiğine dair çizdiği imaj ve söylemlerle toplum üzerinde ideal ve kabul gören beden algısının yaratımında oynadığı rol, bu alanı moda ile özellikle bağlantılı hale getirmektedir. Moda medyası aracılığıyla farklı dönemlerde görsel olarak değişkenlik gösteren fakat fikren sabit kalan 'ideal kadın' bedenine dair sınırlar çizilmektedir (Güzel, 2013:43).

Bir moda reklamı tek başına o kadar etkili olmayabilir, ancak her gün karşılaştığımız yüzlerce moda reklamını topladığımızda kadın bedeni, kadınlık ve tüketim hakkında özel bir hikâye duymaya başlarız. İnsanoğlu kimliğini ve gerçeklik duygusunu kültürün anlattığı hikayelerden geliştirir. (Dines, 2010'dan aktaran Thomas, 2018: 70)

İtaatkâr moda bebeği rolündeki modellerden, belirlenen ideal bedene ulaşmada giderek kendi bedeninden uzaklaşan ve memnuniyetsiz hale gelen bireylere uzanan yolda beden, moda endüstrisi için bir oyun alanı haline gelmektedir. Feminizm ile doğrudan ilgili bu konu feminist sanatçılar tarafından sıklıkla irdelenen ve üzerinde yoğunlaşmaya devam edilen bir alanı oluşturmaktadır. Sanatçılar, kabul gören beden ölçüleri, dayatılan beden standartları, beden üzerine kurulan baskı gibi konular üzerinde sorgulama geliştirerek mevcut beden standartlarına meydan okuyan, beden kalıplarını araştıran, insan bedeninin farklılıklarına vurgu yapan sanat yapıtları ortaya koymaktadır. Tam da bu alanda moda endüstrisinin kendi malzemelerini kullanarak alternatif gerçeklikler, eleştiriler ve sorgulamalar geliştirmek sorunların eleştirisini daha da güçlendirmekte, bedeninin farklı formlarını ve potansiyellerini yeniden şekillendiren sanatçıların eserlerinde tartışmalar somutlaşma fırsatı yakalamaktadır.

İngiliz sanatçı Daisy Collingridge, ten benzeri yumuşak tekstil malzemeleri, bedeninin sıcaklığını hissettiren renk seçimleri ile yarattığı heykelsi yeni bedenler aracılığı ile izleyiciyi, insan bedenini ve potansiyelini olası her biçimi ile yeniden düşünmeye teşvik etmektedir. Yeni beden hayalleri kurduğu işlerinden biri olan *Burt Hamlesi (Burt Lunge)* (Görsel 10) izleyicide bir taraftan renkleri aracılığı ile tanıdık bir beden hissiyatı uyandırırken, diğer yandan izleyiciye sınırlarını zorlamış ve tanıdığımız bedenden hayli uzaklaşmış yeni bir form sunmaktadır.



Görsel 10. Daisy Collingridge, *Burt Hamlesi (Burt Lunge)*, 2018, Jarse Kumaş, Yün Dolgu

Bedenin sınırlarını zorlayan ve geleneksel beden kalıplarını sorgulayan bir başka örnek olarak, Danimarkalı tasarımcı/ sanatçı Tanne Vinter'in deneysel formlar ve katmanlarla alışlagelmişin dışında silüetler yarattığı *Yokluğun Boşluğunda (In the Space of Absence)* (Not Just A Label, t.y) serisi gösterilebilir. Vinter vücudu paketleyen giysiler ve tekstil malzemeleri aracılığı ile bedeni hareketsiz bırakarak, bedenin mevcut amacına ket vuran kavramsal, heykelsi yeni bedenler oluşturmaktadır. Benzer bir yeniden şekillendirme ve sınırları aşma çabası, Avustralyalı sanatçı Lucy Mcrae ve Hollandalı sanatçı Bart Hess'in iş birliği ile şekillenen *Evolution* adlı yapıtlarında görülmektedir. Avustralyalı sanatçı Lucy Mcrae ve Hollandalı sanatçı Bart Hess, LucyandBart adı ile kurdukları iş birliği dâhilinde ürettikleri *Evrım (Evolution)* (McRae, 2008) yapıtında tekstil malzemeleri mevcut bedenler üzerinde üreyerek cinsiyeti belirsiz yeni bedenler oluşturmakta, oluşan bu yeni beden formları üzerinden mevcut beden kalıpları sorgulanmaktadır.

İdeal beden kalıplarına eleştirel bir yaklaşım sergileyen bir diğer kolektif üretim Amsterdam'da gerçekleştirilen *Yapım Aşamasında (In the Making)* sergisi kapsamında ortaya koyulmuştur. İsraili sanatçı Romy Yedidia, İrlandalı tasarımcı Sinead O'Dwyer ve Hollandalı tasarımcı Tess van Zalinge, moda tasarım sürecinde kullanılan terzi mankenlerini yapıtlarında ideal beden kalıplarının temsili olarak belirlemiş ve gerçekleştirdikleri kolektif çalışma ile bu temsili yeniden şekillendirmişlerdir. Eserde her şekilde ve boyutta bedenin varlığına ve güzelliğine işaret eden sanatçılar, kadın bedenini dayatılan beden kalıplarından kurtaran ve özgürleştiren bir yaklaşım sergilemektedir. Sanatçılar, üretimlerini şu şekilde açıklamaktadır;

Yıllardır kadınların bedenleri güzellik ideallerini karşılayacak şekilde daraltıldı. Doğal olmayan ince bir bel ve büyük bir göğüs, çoğu kişinin kabul edemeyeceği, sosyal olarak dayatılan beklentilerdir. Neyse ki yeni nesil bu düzeni kırıyor. Her şekil ve boyutta güzellik vardır. (Room on the Roof, 2021)

Moda endüstrisinin kalıplara sığdırmaya çalıştığı beden yapısını cinsiyetten bağımsız tartışmak pek mümkün değildir. Moda sisteminin beslediği beden müdahalesi çoğunlukla kadın bedeni üzerine kurulmuştur. Bu yüzden tek tipleştirilmeye çalışılan beden standartları üzerine yapılan sorgulamalar, feminist sorgulamalarla beraber gelişmektedir. İskandinav tasarımcı/ sanatçı Minna Palmqvist, manken büstlerinin üretim sürecindeki formlarını deneysel biçimde bozarak, parçalayarak, genişleterek yeni formlar elde ettiği *No Body* (Görsel 11) serisinde, batılı toplulukların özellikle de moda dünyasının kadın bedenine nasıl baktığı, hangi vücut şekillerinin takdir topladığı, bedenlerin bireylerin kendisi tarafından ya da toplum tarafından nasıl algılandığı sorularının cevaplarını aramaktadır (Palmqvist, 2007).



Görsel 11. Minna Palmqvist, *Hiç Kimse pt.1-Kontrol Dışı (No Body pt.1- Out of Control)*, 2007, Kumaş, Prova Mankeni, Dolgu Malzemeleri

İngiliz feminist sanatçı Sarah Lucas ise kadın bedeni üzerinde oluşan toplumsal algıyı ironik bir dille irdelemektedir. Sanatçının ten çorapları doldurarak bilardo masasının etrafında ve üzerinde pasif ve sarkan biçimlerde yayılan 8 farklı silüetten oluşturduğu *Tavşancık (Bunny)* serisinden *Tavşancık Pauline (Pauline Bunny)* (Görsel 12) adlı eseri, erkek egemen bilardo oyununun siyah rengini taşımakta, baştan çıkarıcı kadın imajını temsil eden siyah jartiyer çorabı ile moda sisteminin de aracı olduğu kadını objeleştirme sürecinin tamamlanmış ama işe yaramaz hale getirilmiş bir tasvirini ortaya koymaktadır (Tate Modern, 1998).



Görsel 12. Sarah Lucas, *Tavşancık Pauline (Pauline Bunny)*, 1997, Ahşap sandalye, vinil koltuk, taht, kapok, metal tel, çorap ve metal kelepçe, 95x64x90 cm

Türk sanatçı Gülsün Karamustafa'nın, *Yeni Öneriler- 3* (Görsel 13) eserinin de parçası olduğu *Yeni Öneriler* serisindeki yaklaşımının, Sarah Lucas'ın Pauline Bunny eserinde olduğu gibi moda eleştirisi ile dolaylı olarak ilişkilendirilebileceği söylenebilir. Sanatçının bu eserde eleştiri getirdiği kadın bedenine öğretilen, dayatılan sınırlar, moda sisteminin kurgusu içerisinde yer alan ve sistemin derinleşmesine sebebiyet verdiği sorunlardandır. Karamustafa (2019), *Yeni Öneriler* serisinde Cumhuriyetin ilanı ile 1928'deki Harf Devrimi arasında bir kalan tarihte yayınlanan ve Türkiye'de kadınlar için jimnastik hareketlerini gösteren bir paftadan ilhamla yola çıkmaktadır. Paftada kadınlara, belirlenmiş çizgiler dahilinde önerilen ve sınırlandırılmış hareket şekilleri ve yönleri bulunmaktadır. Sanatçı, pafta üzerine paftada yer alan hareketleri taklit eden ve hareket

ettirilebilen şeffaf pleksi bir plaka yerleştirerek, eser aracılığı ile izleyicinin bedenini belirlenen hareket şemaları dışında birtakım hareketler de yapabileceği, belirlenen sınırların dışına çıkabileceği, yeni ihtimalleri deneyimleyeceği bir alan açmaktadır (Yiğit, A. D., Bürosarıgedik, kişisel görüşme, 2023). Karamustafa'nın *Yeni Öneriler* serisinin moda eleştirisiyle kurulan dolaylı bağlantısı, sanatçının beden üzerindeki toplumsal sınırları sorguladığı eserlerinde okunabilmektedir.



Görsel 13. Gülsün Karamustafa, *Yeni Öneriler-3*, 2019, kompozit panel üzerine baskı, 42x29,7 cm (Sanatçı ve BüroSarıgedik izniyle)

Benzer bir biçimde, moda sisteminin kadına dayattığı fiziksel ve zihinsel sınırları sorgulayan diğer çağdaş sanatçılar, eleştirilerini farklı materyal ve yaklaşımlarla somutlaştırmaktadır. Polonyalı sanatçı Erwina Ziolkowska, *Gardrop (Wardrobe)* serisinde kadınların içerisine sıkıştırıldığı rahatsız moda ürünleri üzerinden kadınlığa atfedilen bu ürünlerin varlığı ile ilgili tartışma açmaktadır. Üzerlerine saplanan sayısız iğne ile müdahale edilen iç çamaşırları ve topuklu ayakkabılar, iğnelerin parlaklığı aracılığı ile dışarıdan ilgi çekici ve talep uyandırıcı bir görünüme bürünürken, sistemin kadına zorunlu kıldığı zevk ve ıstırap ikilemi üzerine düşündürücü bir yaklaşıma dönüşmektedir (Designboom, 2013).

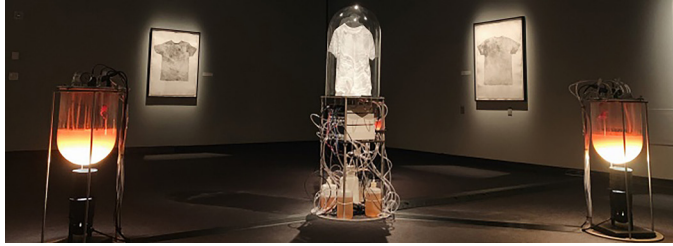
Moda endüstrisinin kadınlarla kurduğu çelişkili ilişki yalnızca kadın bedeniyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda kadın emeği ve kadın emeğinin tarihsel ve güncel sömürüsüyle de derinleşmektedir. Giysilerin üretimini sağlayan dikiş, nakış gibi el zanaatleri ve el emeği tarih boyunca kadın işi olarak görülmüştür. Günümüzde halen moda endüstrisinin nesnelere var eden küresel hazır giyim üretimindeki emeğin yaklaşık yüzde 80'ini kadın işgücü oluşturmaktadır. (Labor Behind the Label, t.y.). Bu sebeple moda sisteminin eleştirildiği emek sömürüsü üzerine yapılan sanatsal sorgulamaların odağında çoğunlukla kadın emeği yer almaktadır.

San Francisco'da düzenlenen ve sanatçılardan Amerika Birleşik Devletleri bayrağının yeniden yorumlanması istenen grup sergisine, Amerikalı üç kadın sanatçı Suzanne Lacy, Susanne Cockrell ve Britta Kathmeyer, *Değişiklikler (Alterations)* (Görsel 14) adlı performatif eserleriyle katılmıştır. Sanatçılar, kırmızı, mavi, beyaz renklerden oluşan devasa kullanılmış giysi yığınlarının arasında oturmuş, izleyici kadınların da katılımı ile giysileri birbirine dikerek Amerika Birleşik Devletleri bayrağını tekrar tekrar yaratma eylemine girişmişlerdir. Sanatçılar, performansta yığınlar arasında kaybolan ve sonu gelmeyen kadın emeği ile üretilen bayraklar üzerinden, Amerika Birleşik Devletleri'nde ucuz iş gücü ile yaratılan giysi üretimindeki görünmez göçmen kadın emeğine dikkat çekmek istemiştir (Lacy, 2004).



Görsel 14. Suzanne Lacy, Susanne Cockrell, Britta Kathmeyer, *Değişiklikler (Alterations)*, 1994, Kumaş, Capp Street Projects, San Francisco

Hazır giyim endüstrisi Endüstri Devrimi'nden bu yana, sağlıklı ve tehlikeli çalışma koşullarının, düşük ücretlerin, uzun çalışma saatlerinin, işçilere uygulanan fiziksel ve psikolojik baskıların görüldüğü ve tanınımı, belirtilen zorlu koşullarda ter döken işgücünden alan Sweatshop (Terhane) adlı üretim yerleriyle beraber anılmaktadır. Emek üzerine kavramsal bir yaklaşım geliştiren Amerikalı sanatçı Paul Vanouse'un, stres altında zorlanan insanların kokusunu laboratuvar ortamında yeniden oluşturan *İş Gücü (Labor)* (Görsel 15) adlı yerleştirmesi tam da bu sebeple ironiktir. Enstalasyonda, çevrede bulunan tanklarda tamamen bakteri oluşumu ile üretilen ter ve kokusu, merkezde bulunan sweatshop temsili beyaz bir tişörtün olduğu kapalı alana aktarılmakta, insan emeği ve kaygısını temsil eden ter tişört üzerinde izler bırakarak, emeği görünür ve kalıcı kılmaktadır. Ancak ironik olarak süreç içerisinde hiçbir insan bulunmamaktadır (Vanouse, 2019).



Görsel 15. Paul Vanouse, *İş Gücü (Labor)*, 2019, Burchfield Penny Art Center, New York

Moda sisteminin yarattığı emek sorununa dikkat çeken bir başka sanatçı ise kapitalist üretimde göçmen emeğinin rolüne *Nasıl Hiç Kimse Olabilirim (How Can I Be Nobody)* (Görsel 16) adlı kişisel sergisi ile odaklanan Nijeryalı sanatçı Victoria Udondian'dır. Udondian sergisinde kumaşlar ve kullanılmış giysiler ile yarattığı farklı yapıtlar üzerinden küresel emek ekonomilerinde işçilerin özellikle göçmen işçilerin karşı karşıya kaldığı baskıcı koşullar ile ilgili eleştiri geliştirmektedir (Udondian, 2022).



Görsel 16. Victoria Udondian, *Nasıl Hiç Kimse Olabilirim- Mme Anam Utom (How Can I Be Nobody- Mme Anam Utom)*, 2022, Kullanılmış ceketler, Epoksimat Reçine, Smack Mellon Galeri, New York

Kamboçyalı sanatçı Kat Eng, New York'ta bir hızlı moda markası mağazası önüne kurduğu dikiş makinesi ile gerçekleştirdiği *Üçten Az (Less Than Three)* performansında, Kamboçyalı hazır giyim işçilerinin günlük ücreti olan 2 dolarlık banknotları birbirine dikerek moda sisteminin kurumsal sahnesi ile emek sahnesini bir araya getirmiştir. Eng, emeğin görünmez olduğu bu moda alanına canlı emek eylemini somut bir biçimde taşıyarak, izleyiciyi tüketici olarak geldikleri bu alanda emeği görmeye davet etmektedir (Eng, 2014).

Araştırma kapsamında incelenen sanatsal üretimler, sanatın moda endüstrisinin yapısal sorunlarına yönelik eleştirel bir söylem geliştirmenin ötesine geçerek, bu sorunların görünür kılınmasında ve tartışmaya açılmasında önemli bir araç olabileme potansiyelini göstermektedir. Moda nesnelere, yalnızca bir tüketim malzemesi değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik anlamlar taşıyan semboller olarak yeniden ele alınması, bu nesnelere eleştiriyi dönüştürülmesini mümkün kılmaktadır. Sanatın bu yaratıcı ve eleştirel yaklaşımı, hem bireylerin tüketim alışkanlıklarına yönelik farkındalık geliştirmelerini hem de sistemin mevcut normlarına alternatifler üretmelerini teşvik eden bir etki yaratabilmektedir. Bu noktada, sanat ve moda arasındaki dinamik etkileşim, moda endüstrisinin dönüşümüne dair umut veren bir zemin sunabilir. Sonuç bölümünde, bu dönüşümün hem bireysel hem toplumsal düzeydeki etkileri ve sanatın moda sistemini dönüştürme potansiyeli üzerine genel bir değerlendirme yapılacaktır.

SONUÇ

Moda endüstrisi, estetik ve işlevsel değerlerin çok ötesine geçerek, toplumsal normların yeniden üretilmesinde, tüketim alışkanlıklarının biçimlendirilmesinde ve küresel ölçekte ekonomik, çevresel ve kültürel etkiler yaratan karmaşık bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yüzyılı aşkın süredir büyüyen ve kökleşen bu sistem, beraberinde pek çok etik, çevresel ve toplumsal sorunu da getirmiştir. Bu sorunlar, moda endüstrisinin derin yapısına nüfuz etmiş ve sistemin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Moda endüstrisinin bu yapısal sorunlarına karşı mücadele eden aktivistler ve sivil toplum kuruluşları, gerçek bir dönüşümün ancak endüstri düzeyinde, yani markalar ve şirketlerin değişimiyle mümkün olabileceğini savunmakta; ancak bu değişimin kendiliğinden gerçekleşmeyeceğini, aksine tüketici toplumun da aktif katılımıyla sağlanabileceğini vurgulamaktadırlar. Bu bağlamda, farkındalık yaratmayı ve tüketici alışkanlıklarını dönüştürmeyi amaçlayan aktivist yöntemlerin, etkili bir değişim için yeni ve yaratıcı iletişim biçimlerini de içermesi gerektiği açıktır. Moda endüstrisinin sorunlarını ele almak ve bu sorunlara yönelik eleştirel bir söylem geliştirmek için, sanatın bu aktivist yöntemlere eklenmesi ve toplumsal değişimi tetikleyen bir araç olarak kullanılması büyük bir potansiyel taşımaktadır.

Bu çalışmada, moda endüstrisinin mevcut yapısı ve bu yapının yarattığı etik, çevresel ve toplumsal sorunlar detaylı bir şekilde ele alınmış, bu sorunların eleştirilmesinde ve tartışmaya açılmasında sanatın taşıdığı potansiyel incelenmiştir. Çalışma kapsamında incelenen sanatsal üretimler, sanatın yalnızca mevcut gerçekliği yansıtmakla sınırlı kalmadığını; aynı zamanda yeni anlamlar ve olasılıklar yaratarak toplumun hayal gücünü harekete geçirdiğini göstermektedir. Sanatın bu yaratıcı gücü, sıradanlığın sınırlarını aşarak alternatif gerçekliklerin keşfedilmesine olanak tanırken, aynı zamanda moda endüstrisinin yapısal sorunlarına dair derinlemesine bir eleştirel perspektif sunmaktadır. Bu eleştirel bakış açısı, izleyiciyi, farkında olmadan tükettiği giysilerin kökenleri ve bu giysilerin ilişkilendirildiği etik ve toplumsal sorunlar üzerine düşünmeye sevk ederken, izleyiciye modanın sıradan ve görünmez kıldığı sorunların ötesinde alternatif olasılıkları keşfetme fırsatı sunar.

Sanat, mevcut sorunların kaydını tutmanın ötesine geçerek, var olan sınırların ötesinde bir bakış açısı geliştirmeyi ve umudu yeniden tanımlamayı mümkün kılar. Bu bağlamda, sanatsal üretimler aracılığıyla izleyici, moda sisteminde norm haline gelmiş bu sorunların ötesinde başka olasılıkların varlığını fark edebilir,

değişimin olanaklılığına dair bir farkındalık geliştirebilir ve bu dönüşümün nasıl bir biçim alabileceğine dair yeni bir vizyon edinebilir. 21. yüzyılın politik reflekslere sahip sanatçıları, mevcut sistemi tersine çevirebilecek ve toplumsal değişimde etkin aktörler olabilecek potansiyele sahiptir. Sanatın düşündürme, empati uyandırma ve toplumsal tartışmalar başlatma gücü, uzun süredir tüketici rolüne indirgenmiş toplumların yıkıcı tüketim döngülerinden çıkışı için güçlü bir araç olabilir.

Bu çalışmanın önemli bir bulgusu da incelenen sanatsal üretimlerin moda endüstrisinin kendi malzemeleri, pratikleri ve mekânları kullanılarak gerçekleştirilmiş olmasıdır. Sanat üretiminde günlük nesnelerin anlam yaratmakta kullanılmaya başlaması, sanatsal üretimlerin moda endüstrisinin eleştirisinde gerçek bir fırsat sunduğunu ortaya koymaktadır. Sanatçılar, giyim ürünleri gibi moda nesnelerini yalnızca işlevsel objeler olarak değil, aynı zamanda kültürel, sosyal ve politik anlamlar taşıyan semboller olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım sayesinde, moda nesnelere artık yalnızca moda dünyasında değil, sanat dünyasında da önemli bir yer edinmektedir. Bu çalışma, moda ve sanat arasındaki bu ikili ilişkiyi derinleştirerek, moda nesnelere aracılığıyla üretilen sanat yapıtlarının moda sistemini kendi araçlarıyla eleştirme ve modanın sembolik gücünü tersine çevirerek sisteme karşı kullanma potansiyeline sahip olduğunu önermektedir.

Sonuç olarak, moda endüstrisinin derin yapısal sorunlarının çözümü için toplumsal farkındalık yaratmak ve kültürel değişimi sağlamak amacıyla sanatın, özellikle modaaya ait olanlarla üretilen sanatsal eserlerin taşıdığı bu eleştirel ve yaratıcı potansiyel, gelecekteki çalışmalar ve aktivist yöntemler için güçlü bir temel teşkil edebilir. Sanat ve moda arasındaki bu etkileşimli ilişki hem eleştiriyi derinleştirmek hem de endüstrinin daha etik bir yapı kazanmasına yönelik radikal müdahaleler için güçlü bir imkân sunabilir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Çalışma tek yazarlı olarak gerçekleştirilmiştir. Sorumlu yazar %100 oranında katkı sağlamıştır.

Çatışma Beyanı

Herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Etik Kurul Beyanı

Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

KAYNAKÇA

- Antoni, J. (2008). *Bridle*. Janine Antoni. <http://www.janineantoni.net/bridle> (30.04.2023).
- Arapoğlu, F. (2015). Çağdaş sanat ve siyaset: dünyayı değiştirme arzusu. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13(52), 128-140.
- Artworks for Change. (2015). *Guerra de la paz*. Artworks for Change. <https://www.artworksforchange.org/portfolio/guerra-de-la-paz/> (30.04.2023).
- Babias, M. (2005). Politikanın sanat ortamındaki stratejik kullanımı üzerine. Gelişen dünyada sanat, kent ve siyaset, 9. *Uluslararası İstanbul Bienali'nden metinler*. İstanbul Kültür Sanat Vakfı.
- Balta, E. (2021). *Cinsiyetçilik*. Feminist Bellek. <https://feministbellek.org/cinsiyetcilik/> (16.01.2024).
- Björnsdóttir, V. L. (2021). "I am allowed to buy their clothes, but I am not allowed to be seen in them" A qualitative interview study on how consumers view body representation in fashion media [Lisans Tezi, Faculty of Culture and Society, Malmö University].
- Bruculieri, J. (2018). *How fast fashion brands get away with copying designers*. HuffPost. https://www.huffpost.com/entry/fast-fashion-copycats_n_5b8967f9e4b0511db3d7def6 (20.09.2023).
- Bukszpan, D. (2010). *Counterfeiting: Many risks and many victims*. CNBC. <https://www.cnbc.com/id/38229835> (21.04.2023).

- Carter, C. (2019). Artists and social change. *Philosophy Faculty Research and Publications*, 26, 19-38.
- Cassady, D., Solomon, T. (2023). *Zadig & Voltaire accused of plagiarizing artist for fashion week promo, prompting outcry*. *Artnews*.
<https://www.artnews.com/art-news/news/zadig-voltaire-accused-of-plagiarizing-artist-paris-fashion-week-promo-1234655587/> (16.09.2023).
- Cernansky, R. (2021). *Why destroying products is still an "Everest of a problem" for fashion*. *Vogue Business*.
<https://www.voguebusiness.com/sustainability/why-destroying-products-is-still-an-everest-of-a-problem-for-fashion> (21.04.2023).
- Charrière, J. (2019). *And beneath it all flows liquid fire*.
<https://julian-charriere.net/projects/and-beneath-it-all-flows-liquid-fire> (18.12.2024).
- Clean Clothes Campaign. (2023). *Gender discrimination*. Clean Clothes Campaign.
<https://cleanclothes.org/gender-discrimination> (19.03.2024).
- Cortez, M. A., Tu, N. T., Van Anh, D., Ng, B. Z. & Vegafria, E. (2014). Fast fashion quadrangle: An analysis. *Academy of Marketing Studies Journal*, 18(1), 1-18.
- Crane, D. (2000). *Moda ve gündemleri* (Ö. Çelik, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Datta, S. (2021). Ageism in the fashion industry. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(11), 457-460.
https://saudijournals.com/media/articles/SJHSS_611_457-460.pdf (19.07.2023).
- Davies, I., McDonagh, P., Glozer, S. & Mukendi, A. (2020). Sustainable fashion: current and future research directions. *European Journal of Marketing*, 54(11), 2873-2909.
- Designboom. (2013). *Erwina Ziomkowska pinches wardrobe garments with spiky pins*.
<https://www.designboom.com/art/erwina-ziomkowska-pinches-wardrobe-garments-with-spiky-pins-11-08-2013/> (11.08.2024).
- Donn, N. (2021). *Portuguese State takes on US fashion designer over "abusive appropriation" of fisherman's sweater*. *Portugal Resident*.
<https://www.portugalresident.com/portuguese-state-takes-on-us-fashion-designer-over-abusive-appropriation-of-fishermans-sweater/> (19.09.2023).
- Duncombe, S. (2016). Does it work? The effect of activist art. *Social Research*, 83(1), 115-134.
- Elan, P. (2020). *Comme des Garçons in row over "white models in cornrow wigs"*. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/fashion/2020/jan/19/comme-des-garcons-in-row-over-white-models-in-cornrow-wigs> (16.09.2023).
- Elle. (2023). *"Meaningful Women 2030": Lo que la publicidad dice de la igualdad entre mujeres y hombres*. *Elle*.
<https://www.elle.com/es/living/trabajo-finanzas/a43036794/meaningful-women-2030-estudio-mujeres-publicidad-havas/> (20.02.2024).
- Emond, P. L. (2020). *A quest for "publicity in Vogue": The role of public relations practitioners in building symbolic power for luxury fashion brands* [Doktora Tezi, Faculty of Humanities, The University of Manchester].
- Eng, K. (2014). *Less than three*. *Kat Eng*. <https://www.kateng.co/lessthanthree> (24.04.2023).
- Evans, D. (2016). *Talking with tuesday bassen about her David vs. Goliath battle against Zara*. *The Cut*. <https://www.thecut.com/2016/07/tuesday-bassen-on-her-work-being-copied-by-zara.html> (23.09.2023).
- Fashion United. (2021). *Global fashion industry statistics*. Fashion United.
<https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics> (03.05.2023).
- Friedman, V., Maheshwari, S. (2021). *Victoria's Secret swaps angels for "what women want." will they buy it?*. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2021/06/16/business/victorias-secret-collective-megan-rapinoe.html> (19.09.2023).
- Global Fashion Agenda. (2019). *The pulse of the fashion industry 2019*. Global Fashion Agenda. <https://globalfashionagenda.org/resource/pulse-of-the-fashion-industry-2019/> (23.03.2023).
- Güzel, E. (2013). *Kültürel bağlamda kadın ve güzellik: Türkiye'de bir iktidar alanı olarak elitler üzerinden güzellik anlayışına ve bir tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununa bakış* [Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeditepe Üniversitesi].
- Heartney, E. (2008). *Art&today*. Phaidon Press Inc.

- Java Discover. (2022). *The dirty truth behind luxury leather | designer fashion & exploitation documentary*. Java Discover. <https://www.youtube.com/watch?v=UwkbM5Bl7z4> (21.04.2023).
- Kane, G., Stotz, L. (2015). *Facts on the global garment industry*. Clean Clothes Campaign. <https://cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf> (13.02.2024).
- Kawamura, Y., Jong, J. W. M. (2022). *Cultural appropriation in fashion and entertainment*. Bloomsbury Publishing.
- Kawamura, Y. (2005). *Moda-loji* (Ş. Özüdođru, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Klöckner, C. A., Sommer, L. K. (2021). Does activist art have the capacity to raise awareness in audiences? – A study on climate change art at the ArtCOP21 event in Paris. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 15(1), 60-75.
- Labor Behind The Label. (t.y). *The women who make your clothes*. Labor Behind The Label. <https://labourbehindthelabel.org/the-women-who-make-your-clothes/> (18.12.2024).
- Lacy, S. (2004). *Alterations, Suzanne Lacy, Susanne Cockrell, and Britta Kathmeyer*. Suzanne Lacy. <https://www.suzannelacy.com/alterations-1994/> (24.04.2023).
- Lambert, M. (2014). *The lowest cost at any price: The impact of fast fashion on the global fashion industry* [Lisans Tezi, Lake Forest College Publications Economics].
- Leach, F. (2022). *Clothes made from "carbon emissions": Why Zara's new line is just more greenwashing*. Euronews. <https://www.euronews.com/green/2022/06/26/clothes-made-from-carbon-emissions-why-zaras-new-line-is-just-more-greenwashing> (20.02.2024).
- Linden, A. R. (2016). *An analysis of the fast fashion industry* [Bitirme Projesi, The Division of Social Studies of Bard College].
- Malinsky, G. (2019). *The "fat tax" is real. Here are 5 examples that prove it's more expensive to be plus-sized*. Insider. <https://www.businessinsider.com/fat-tax-examples-clothing-fashion-flying-bikes-furniture-coffin-2019-6> (05.10.2023).
- Mallon, J. (2019). *When fashion made feminism cool, did it steal its power?* Fashion United. <https://fashionunited.uk/news/fashion/when-fashion-made-feminism-cool-did-it-steal-its-power/2019012841247> (20.02.2024).
- McRae, L. (2008). *LucyandBart*. Lucy McRae. <https://www.lucymcrae.net/lucyandbart> (18.12.2024).
- Niessen, S. (2022). *Why racism in fashion goes deeper than you think*. Fashion Act Now. <https://www.fashionactnow.org/post/why-racism-in-fashion-goes-deeper-than-you-think> (23.04.2023).
- Not Just A Label. (t.y). *In the space of absence – Tanne Vinter*. Not Just A Label. <https://www.notjustalabel.com/collection/tannevinter/space-absence> (18.12.2024).
- Ocampo, A. (2015). *Cultural Appropriation*. California State University. <https://csusm-dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.3/150788/ContextBTS009.pdf> (23.04.2023).
- Öktem, Z. (2020). *Moda ve ekonomi*. Nobel Yayınları.
- Palmqvist, M. (2007). *No Body*. pt.1. Minna Palmqvist. <https://www.minnapalmqvist.com/no-body-pt-1-mannequins> (30.04.2023).
- Perry, R. (2011). *Lost in my life*. Rachel Perry Studio. <https://www.rachelperrystudio.com/lost-in-my-life> (01.05.2023).
- Petter, O. (2022). *Which luxury fashion brands still sell real animal fur?*. Independent. <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/fur-animal-fashion-brands-which-sell-b2009189.html> (21.04.2023).
- Powell, B. (2014). Meet the old sweatshops: Same as the new. *The Independent Review*, 19(1), 109-122.
- Puglise, N. (2016). *This article is more than 7 years old Fashion brand Zara accused of copying LA artist's designs*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/fashion/2016/jul/21/zara-accused-copying-artist-designs-fashion> (19.09.2023).
- PwC. (2019). *Unraveling the fabric ceiling: Tracking female leadership in the apparel industry*. PwC. <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/female-leadership-apparel-industry.html> (24.04.2023).
- Rains. (2020). *Rains-Inditex Press Release Rains wins against Inditex fashion giant in infringement battle*. Rains. <https://www.rains.com/pages/rains-inditex-press-release> (17.09.2023).

- Robinson, K. (2015). *The Origins of Clothing Sizes*. Seamwork. <https://www.seamwork.com/articles/the-origins-of-clothing-sizes> (28.04.2023).
- Rogers, K. (2023). *What really is plus-size fashion? Experts weigh in on the costs and trends*. CNN Style. <https://edition.cnn.com/style/plus-size-fashion-brands-trends-body-positivity/index.html> (21.04.2023).
- Room on the Roof. (2021). *In de Maak Een Reizende Mode Tentoonstelling in de Bijenkorf 2021*. Room on the Roof. <http://roomontheroof.nl/artists/in-de-maak/> (30.04.2023).
- Scher, A. (2007) Can the arts change the world? The transformative power of community arts. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 116, 3-11.
- Sierra, B. (2023). *H&M is being sued for "misleading" sustainability marketing. What does this mean for the future of greenwashing?* The Sustainable Fashion Forum. <https://www.thesustainablefashionforum.com/pages/hm-is-being-sued-for-misleading-sustainability-marketing-what-does-this-mean-for-the-future-of-greenwashing> (23.02.2024).
- Singer, O. (2016). *Maja Weiss' radical exploration of recycled garments*. AnOther Mag. <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/8966/maja-weiss-radical-exploration-of-recycled-garments> (30.04.2023).
- SOMO. (2016). *Unveiling human rights abuse in the garments and textiles industry*. SOMO. <https://www.somo.nl/our-work/sectors/garment-and-textiles/> (13.12.2023).
- Talbot, A. (2021). *Fake it till you make it! How dummy Prada store in middle of Texas desert has become a cult destination - and even Beyonce and The Simpsons are fascinated!*. Mail Online. https://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-10187649/The-bizarre-fake-Prada-store-middle-Texan-desert-cameo-Simpsons.html (29.04.2023).
- Tate Modern. (2006). *Michelangelo Pistoletto, Venus of the Rags*. Tate Modern. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/pistoletto-venus-of-the-rags-t12200> (01.05.2023).
- Tate Modern. (1998). *Sarah Lucas, Pauline Bunny*. Tate Modern. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/lucas-pauline-bunny-t07437> (01.05.2023).
- The World Bank. (2019). *How much do our wardrobes cost to the environment?* The World Bank. <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente> (07.05.2023).
- Thomas, S. (2018). *Fashion ethics*. Routledge.
- Udondian, V. (2022). *How can I be nobody?* Victoria Udondian. <https://victoriAUDondian.com/how-can-i-be-nobody-final/> (24.04.2023).
- Vanouse, P. (2019). *Labor*. Paul Vanouse. <https://www.paulvanouse.com/labor.html> (24.04.2023).
- Von Wong, B. (2017). *Where are your clothes born?* Vonwong. <https://blog.vonwong.com/fastfashion/> (24.04.2023).
- Waldow, J. (2023). *"Supply and demand is broken": While some retailers are investing in plus-size apparel, others are pulling back*. ModernRetail. <https://www.modernretail.co/operations/supply-and-demand-is-broken-while-some-retailers-are-investing-in-plus-size-apparel-others-are-pulling-back/> (05.10.2023).
- Zadig & Voltaire, @zadigvoltaire. (19 Ocak 2023). *Women's Fall-Winter 23 Show by Cecilia Bönström Paris, January 27th, 8.30PM CET Reveal on January 28th, 2PM CET Embras(s)e la nuit*. Instagram. https://www.instagram.com/reel/CnmPoTfB_kl/?igshid=YmMyMTA2MzY%3D (18.12.2024).
- ### Görsel Kaynakçası
- Görsel 1: TED. (2016, Kasım 14). *Ethics are the new black | Sue Thomas* [Video]. YouTube. <https://youtube.com/watch?v=CewXLnWGIKY> (03.02.2023).
- Görsel 2: LMA. (2016, 25 Temmuz). *Zara accused of stealing designs from independent artists, and here's the evidence*. Bored Panda. <https://www.boredpanda.com/zara-stealing-designs-copying-independent-artists-tuesday-bassen/> (17.09.2023).
- Görsel 3: Rains. (2020, 15 Mayıs). *Rains-Inditex Press release Rains wins against Inditex fashion giant in infringement battle*. Rains. <https://www.rains.com/pages/rains-inditex-press-release> (17.09.2023).

- Görsel 4: Russo, G. (2020). *8 times fashion designers have appropriated black hairstyles at fashion week*. Teen Vogue. <https://www.teenvogue.com/story/fashion-designers-appropriate-black-hairstyles-fashion-week> (28.04.2023).
- Görsel 5: Gayle, T. (2021). *Tory Burch REMOVES \$816 sweater from its website after keyboard warriors accused brand of 'stealing' the design from traditional clothing worn by Portugese sailors in the 1800s*. Mail Online. <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-9417637/Tory-Burch-REMOVES-816-sweater-website.html> (28.04.2023).
- Görsel 6: Studio International. (2002, 28 Ekim). *Rapture: Art's seduction by fashion since 1970*. (Laure Genillard'in izniyle) Studio International. <https://www.studiointernational.com/index.php/rapture-art-s-seduction-by-fashion-since-1970> (01.05.2023).
- Görsel 7: Indeed Photography. (t.y). *Prada Marfa*. Fotoğraf: Simon Bierwaldi. Indeed Photography. https://www.indeedphotography.com/gallery-image/Orte/G0000FWsmkVIF_1o/10000K5tqTxqIDel (29.04.2023).
- Görsel 9: Antoni, J. (2008). *Bridle*. Janine Antoni. <http://www.janineantoni.net/bridle> (30.04.2023).
- Görsel 10: Collingridge, D. (2018). *Burt Lunge*. Daisy Collingridge. <https://www.daisycollingridge.com/WORK> (30.04.2023).
- Görsel 11: Minna Palmqvist. (2007). *No Body*. pt.1. Minna Palmqvist. <https://www.minnapalmqvist.com/no-body-pt-1-mannequins> (30.04.2023).
- Görsel 12: Tate Modern. (1998). *Sarah Lucas, Pauline Bunny*. Tate Modern. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/lucas-pauline-bunny-t07437> (01.05.2023).
- Görsel 14: Lacy, S. (2004). *Alterations, Suzanne Lacy, Susanne Cockrell, and Britta Kathmeyer*. Suzanne Lacy. <https://www.suzannelacy.com/alterations-1994/> (24.04.2023).
- Görsel 15: Vanouse, P. (2019). *Labor*. Fotoğraf: Francesca Bond. Paul Vanouse. <https://www.paulvanouse.com/labor.html> (24.04.2023).
- Görsel 16: Udondian, V. (2022). *Mme Anam Utom*. Victoria Udondian. <https://victoriaudondian.com/mme-anam-utom/> (24.04.2023).