

MODA VE TOPLUMSAL KATMANLAR

Önal Sayın*

Türk sosyoloji yazınında, modaya ilişkin yapılmış çalışmalara pek ender rastlanır. Bu nedenle, modayla ilgili fazla bir bilgiye sahip değiliz. Buna karşılık, moda kavramını duymayan insan yok gibidir. Ayrıca, moda olgusu, insanlık tarihi kadar eskidir. Yabancı kaynaklarda da, doğrudan modaya yönelik sosyolojik çalışmaların da oldukça sınırlı olduğunu saptadık. Bazı psikoloji, psikiatri, antropoloji, tarih, sanat tarihi ve sosyoloji kitaplarında, moda kavramına değinildiğini görüyoruz. Kuşkusuz, çeşitli ülkelerde yayımlanan çok sayıda moda dergileriyle karşılaşırız. Fakat bu dergilerde, moda kavramının bilimsel çözümlenmesi doğal olarak yer almamaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı, moda ve toplumsal katmanlar arasındaki ilişkiyi ele almadan önce, çeşitli boyutlarıyla moda kavramını açıklama gereksinmesi duyduk.

Moda, kısaca, insanın kendisini ifade etme biçimlerinde ortaya çıkan kısa süreli yeniliklerdir. Moda, sanıldığı gibi, insanın sadece bedeniyle değil, davranışlarıyla, düşünceleriyle, bilgileriyle, yapıtlarıyla, kısaca kendini ortaya koyma biçimleriyle ilgilidir. Modayı, insanın, kendinden önce var olan doğal dünyanın üzerinde yarattığı, kendi dünyasının her alanında görmek mümkündür: Sanatın tüm kollarında, resim, müzik, tiyatro, heykel, seramik gibi, mimarlıkta, edebiyatta, felsefede ve hatta bilimde bile görmek olanaklıdır.

Moda ve etkileri, çeşitli eğilimlerde olan düşünürleri, bu konuda düşünmeye sevk etmiştir. Bu düşünürlerden bazılarının göre moda, mutlak bir kötülüktür. Bu nedenle insanların, modadan sakınmaları gerekir. Bunlara göre moda, insanı lükse sevk eder ve arkasından da ahlaksızlığı getirir. Diğer bir grup düşünür ise, modanın içerdiği yeniliğin, durmaksızın toplumun ufkunu genişlettiğini, yaşamı daha renkli kıldığını savunmaktadırlar. Yine aynı doğrultuda, modanın ekonomik yaşamın kaynağı olduğu ileri sürülmektedir.¹

Modanın ortaya çıkmasında önemli psikolojik etkenler vardır. Yenilik, modanın en temel niteliklerinden biridir. Bazı düşünürlere göre, yenilik insanın doğasında var olan bir içgüdüdür. Ortaya çıkan her moda, beraberinde belli özgüllükleri de taşır. Yenilikleri ve özgüllükleri taşıyan her moda akımı, insanlarda merak uyandırır. Merak ise, yeniye ulaşmak için insanın baş vurduğu davranış şemasıdır. Duyulmanın görülmenin, mutlak yeniliğin araştırılması, insanda görülen bir özelliktir. Modaya

* Prof. Dr., Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

¹ Köng, René, *Sociologie De La Mode*, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 1969, s. 5

yönelik insanlarda görülen eğilimin kaynağı, bilinmeyen, görülmeyen, özgüllüğün yarattığı meraktır. İlkel içgüdüler, uygarlığın etkisi altında biçim değiştirmektedir. İnsanın gözlediğimiz davranışları, genellikle içgüdülerinin türevleridir. Bu çerçevede, görmek ve görülmek içgüdüleri, modanın dayandığı temeli oluşturmaktadır. Freud, bu ikili içgüdü'nün "otoerotizm"den ileri geldiğini belirtir. İnsanın kendisini seyretmesi ve kendine hayran olması narsizmi doğurmaktadır. Görülmenin de aynı erotik kökü vardır. Görülme duygusunu fazla ileri götürürsek, teşhir doğar. Böylece modayı cazibeli kılan merak davranışının, erotik köke sıkıca bağlı olduğunu belirtebiliriz.²

Modanın en önemli görünüşlerinden biri de sosyolojik yönüdür. Moda, toplumsal düzenlemenin belirli bir sistemidir. Toplumsal kurumların, örflerin, gelenek ve göreneklerin, kısaca tüm normların toplumsal düzeni sağlamadaki işlevine, moda da katılmaktadır. Modayı diğer toplumsal düzenlemelerden ayıran en önemli özelliği kısa süreli olmasıdır; kısa süreli olmasına karşın uzun sürekliliğe yol açmaktadır. bunun yanında toplumsal düzenleme sistemi olarak moda, görenek, adet, sözleşme, ahlak, hukuk gibi diğer toplumsal sistemlere bağlıdır. Moda, gelenek ve görenekler aracılığıyla filtreden geçirilir. Böylece moda, toplumdaki değerler ve kurallar çerçevesinde kontrolden, denetimden, deyim yerindeyse sansürden geçirilir. Her yenilik, moda olarak toplumda tasvip görmez. Modanın toplumsal düzenleme mekanizması olması için, diğer normlarda olduğu gibi, toplum üyelerinin önemli bir kesimi tarafından kabul edilmesi gerekir. Toplumda sadece birkaç kişinin, başka türlü hareket etmesine, giyinmesine ve düşünmesine moda diyemeyiz.

Modanın kendisini toplumda kabul ettirmesi için, belirli bir süreye gereksinmesi vardır. Bir modanın yerleşmesi için, özgüllüğünün belirlenmesi ve davranışların bu modaya uydurulması açısından belirli bir süre gerekmektedir. Toplumsal yaşam, mekanik bir süreç olmadığına göre, geniş bir biçimde bireyin düşüncesine, duygularına ve iradesine bağlıdır. Bu nedenle moda, mekanik bir biçimde uygulanma olanağını bulmaz. Modanın benimsenmesinde, toplumsal aktörlerin düşünceleri, duyguları ve iradeleri belirleyici rol oynar. Modayı çok ciddi bir gerçeklik, diğerlerinin ayarında bir toplumsal kurum gibi incelemek gerekir. Moda tüm direnmelere karşın kendini kabul ettirir.

Moda, bir toplumsal düzenleme mekanizması , toplumsal denge aracı olarak görülebilir; fakat bunun yanında toplumsal değişimin de temel motorlarından biri olduğunu unutmamak gerekir. Antropolog Kroeber'e göre, moda, kendiliğinden ve tamamen keyfidir. Moda, düzenli bir ritim içine girebilir. Bu düzenli ritim evresi, birçok yüzyılı içerebilir. Böylece moda sitile özgü olan niteliklere sahip olur.³ Uygarlaşmış yaşam biçimlerinin evriminde, modanın rolünü hafife almamak gerekir. Buna karşılık moda, ne uygarlıkla ve ne de "sivil" olarak adlandırdığımız bu özel olaylarla özdeş değildir. Unutmamak gerekir ki, tüm sitiller moda olarak başlar. Fakat bu modalar kristalleşip süreklilik arz edince, sivil söz konusu olur. Başka bir deyişle sivil, bir

² König, René, a.g.e., s. 1.

³ König, René, a.g.e., S.20.

Moda ve Toplumsal Katmanlar

modadan veya benzer bir seri modadan ileri gelir. Benzer birçok modalar, belirli bir sitili renklendirirler. Rönesans, Barok, Rokoko, Klasisizm, Romantizm, Natüralizm, Empresionizm, Neo-realizm gibi hareketler, çeşitli uygarlıkların ortaya çıkışlarıyla ilişkilidir. Bu hareketler, herşeye damgasını vurur. Böylece, Rönesans, Barok gibi uygarlıklardan, sitillerden söz edilir.

Hollandalı Steinmetz'e göre ise moda, aşağı yukarı zorunlu olduğu kabul edilen, peryodik bir sitil değişimidir. Moda sadece fiili bir değişim gibi değil, toplum tarafından zorla kabul ettirilen bir değişimdir.

Bir modanın başarısı, yeniliğin halka sunulduğu bir sahnenin varlığına bağlıdır. Moda sahne aracılığıyla, seyirciye sunulur. Seyirci, modanın en temel öğelerinden biridir. Modanın görülmek yönü vardır. Modanın bu yönü teşhirciliğe kadar uzanır. Antik dönemde agora ve pazar, moda için sahne görevini yerine getirmekteydi. Ortaçağdan, Rönesans'a ve hatta XVIII. yüzyıla dek, şatolar, malikhaneler, saraylar antik dönemdeki agoranın rolünü oynamaktaydı. Feodal dönemde, bölgenin folklorik giysilerinden esinlenerek gerçekleştirilmiş yerel ve bölgesel bir seri moda, çok sayıdaki malikhanede sergileniyordu. Daha sonra ülke düzeyinde etkili olan, kral sarayları, modanın sergilendiği yerler olarak önem kazanmaya başladı. Barok döneminden sonra, tiyatrolar, modanın randevu yerleri olmaya başladı. (XVI., XVII., XVIII. yüzyıllar). XVIII. yüzyıldan sonra sahne rolünü, Fransa'da moda salonları oynuyordu. XIX. yüzyılda saraylar, bu açıdan etkinliklerini yitirdi. Modanın sergilendiği yerler, kapitalizmin sembelleri olan kentler olmuştu. İşte bu çerçevede Paris, dünyanın moda merkezi haline gelmişti. Paris, hem modanın yarattığı ve hem de sergilendiği bir yer olmuştu. Günümüzde de, moda açısından, bu kent önemini sürdürmeye devam etmektedir. Paris büyük bulvarlarıyla, sokaklarıyla, tiyatro, opera ve çeşitli eğlence merkezleriyle, hem görmek ve hem de görülmek fırsatını sağlamaktadır. Büyük kentler, "mass media" dediğimiz, kitle iletişim olanaklarını en etkin biçimde kullanan merkezler haline gelmektedir: Gazete, dergi, magazin, film, televizyon gibi olanaklar. Kentler, modanın kendisini kent halkına, ülkeye ve hatta tüm dünyaya teşhir etmesi olanağını tanımaktadır.⁴

Şimdi de kısaca toplumsal tabakalaşma konusunu irdeliyelim. Tarihte hiyerarşik yapısı olmayan toplum görülmemiştir. Sorokin'in belirttiği gibi, toplumsal tabakalaşma, hakların ve ayrıcalıkların, görevlerin ve sorumlulukların, özgürlüğün ve yoksunluğun, toplumsal iktidarın ve etkilerin bir toplumun üyeleri arasında eşit olmayan bir biçimde paylaşılmasından kaynaklanmaktadır. Talcott Parsons'a göre ise, toplumsal tabakalaşma, belirli bir toplumsal sistemi oluşturan bireylerin, toplum için önemli sayılan değerlere göre, birilerinin diğerlerine kıyasla üst veya alt nitelikleri çerçevesinde, farklı bir biçimde sınıflanmasıdır.⁵ Tabakalaşma kuramlarını iki başlık altında toplayabiliriz. Birincisi Marksizmden esinlenmiş, radikal eğilimli çatışmacı kuramlar; ikincisi ise, amerikan sosyolojisinde sıkça dile getirilen, muhafazakar

⁴ Köny, René, a.g.e., s. 33-37.

⁵ Cazeneuve, Jean, Dix Grandes Notions De La Sociologie, Paris, Points, 1976.s. 151.

Önal Sayın

eğilimli, işlevselci kuramlar. Çatışmacı kuramda, bireylerin bir toplumsal konumdan, diğerine geçme sıklığı veya kolaylığı araştırılır. Böylece tabakalaşmanın esnekliği değerlendirilir. Bazı çatışmacı toplumbilimciler, tabakadan çok, toplumsal sınıflardan söz ederler. İşte bu çerçevede, Karl Marx'a göre, insanlık tarihi, sınıflar arasındaki savaşımınla belirlenmiştir. Marx'a göre, bir toplumda üretilen malların, eşit olmayan bir biçimde paylaşımı, sınıflar arasındaki savaşımın kaynağıdır. Bu dengesizlik, savaşımın jeneratörüdür. Bu savaşım da, toplumsal dinamizmin ve dönüşümlerin kaynağını oluşturur. Bu çerçevede düşünülürse, tabakalaşmanın temel ölçütü ekonomiktir. Başka bir deyişle söylersek, tabakalaşma sistemini üretim ilişkileri belirlemektedir. Althusser'e göre, bir toplumda egemen toplumsal, kültürel veya ideolojik yapılar, her özel duruma özgü olan toplumsal olgunun belirlenmesinde rol oynamaktadır.⁶ Kısaca belirtirsek, toplumsal tabakalaşma veya sınıflar sisteminin belirlenmesinde, ekonomik etkenlerin yanında, kültürel, toplumsal ve ideolojik etkenleri de göz önüne almak gerekir. Toplumsal hiyerarşik yapının dinamik niteliğini vurgulayan bazı sosyologlar, toplumsal sınıflarda, yapılaşma, yapının dağılması ve yeniden yapılaşma süreçlerinin motorunu görmüşlerdir. George Gurvitch, bu duruma örnektir. Gurvitch, sınıf savaşısız bir topluma doğru kaderci bir evrim fikrini reddetmesine karşın, bu savaşımın diyalektiğine sahip çıkmıştır. Bu görüş açısından, toplumsal tabakalaşma, tarihin ilkesi, toplumsal içsel çatışmaların sürekli bir ögesi gibi görülmektedir.

İşlevselcilere gelince, onlara göre, tabakalaşma, toplumsal bir zorunluluğa yanıt vermektedir. Çatışmacı kuramlar, sınıf savaşımının toplumu nasıl evrimleştirdiğini göstermeye çalışırken, işlevselciler de toplumsal hiyerarşik yapının niçinini araştırmaktadırlar.

Bu konuda Davis ve Moore'un kuramına baş vurmak gerekir. Bu kuramla ilgili açıklamanın ilk ilkesine göre, her toplum üyelerini, belirli bir biçimde çeşitli toplumsal konumlara bağlı görevlerini yerine getirmelerini sağlamak zorunda kalmaktadır. Eşit görev ve yetkilerin bulunduğu bir toplum görülmemiştir. Hiyerarşik yapı içinde işgal edilen yere göre ödüller dağıtılmaktadır. Böyle bir mekanizma, toplumsal düzeni ayakta tutmaya katkıda bulunmaktadır. Davis ve Moore'a göre, bir konumun önemi, toplumun sahip olduğu değerler sistemine göre belirlenir. Davis ve Moore açısından, hiyerarşik yapının oluşmasında ikinci önemli etken, istihdam kolaylığıdır. Başka bir deyişle söylersek, her konumun gerektirdiği kapasite biçimleri vardır. Azı konumları işgal etmek için, teknolojik toplumlarda, bireylerin bazı doğal yeteneklere ve sonradan elde ettiği eğitim formasyonuna gerek vardır. Bu açıklamaların rekabetçi olmayan toplumlara pek uymadığı ileri sürülebilir; geleneksel Hindistan'daki kast sisteminde olduğu gibi. Düşüncelerimiz bu soruya, tabakalaşma kuramlarının bireylerle değil, konumlarla ilgili olduğunu söyleyerek yanıt vermektedirler. Kast rejimlerinde bile, hiyerarşik yapı içinde bir mesleğin düzeyi, veraset yoluyla elde edilmiş olsa bile, toplumdaki önemine ve

⁶ Cazeneuve, Jean, a.g.e., 157.

güçlüğüne bağlıdır.⁷

Davis ve Moore, her mesleğin bir gelir düzeyine, dolayısıyla ekonomik görünümüne sahip olduğunu ileri sürmektedirler. Bu çerçevede, ekonomik düzey, tabakalaşma sisteminde, yerin temel göstergesi olmaktadır. Bu arada, gelirin, tüketim mallarına sahip olma olanağını sağladığını dikkate almak gerekir. Sahip olunan tüketim mallarının, bireyin hiyerarşik yapıdaki yerine şahitlik ettiğini unutmamak gerekir.

Moda ve tabakalaşma kavramlarını, çeşitli düşünürlerin görüşüne başvurup açıkladıktan sonra, şimdi de bu iki kavram arasındaki ilişkileri irdelemeye çalışalım. Genel olarak moda, çeşitli toplumsal tabakalar arasındaki farkın ortaya çıkmasına ve özellikle de üst tabakaların farkedilmelerine olanak sağlamaktadır. Moda, toplumsal tabakalar veya sınıflar arasındaki mesafeyi sağlayan bir araç görevi görmektedir.

Feodal dönemde, asiller ve asil olmayanlar diye iki toplumsal kesim vardı. Asillik doğuştan gelirdi. Asillik ünvanı aracılığıyla üst ve alt toplumsal katmanlar arasındaki toplumsal fark ve mesafe sağlanmaktaydı. Asilliğin diğer önemli bir göstergesi de, sahip olunan topraklardı. Kapitalisleşme sürecinde ortaya çıkan burjuvazi, ayrıcalıklı konuma gelmek istiyordu. Gelişme sürecinin ilk aşamalarında beliren ticaret burjuvazisi, feodal toplum yapısı içinde bütünleşme ve asilleşme çabaları içine girdi. Bu amaçla, asillik ünvanları ve toprak satın alma yoluyla burjuvazi, soylu sınıf içine girmeye çalıştı.

Haçlı seferlerinden sonra, Doğu ticaret yolları açılmıştı. Çin ve Hindistan gibi Uzak Doğu ülkelerinden gelen ipek, kadife, altın gümüş gibi kıymetli madenlerden yapılmış süs eşyaları, baharat gibi mallar Avrupa'ya akmaya başlamıştı. Bu dönemde birbirlerini ziyaret eden feodal beyler, üstünlüklerini göstermek için, Uzak Doğu menşeyli malları sergiliyorlardı. Feodal toplum, pazar ekonomisine dayanmayan, kendi kendine yeten bir temel üzerine dayanıyordu. Bu nedenle, feodal beyin parayla ilişkisi yoktu. Feodal toplum üyelerinin gözlerini kamaştıran bu malları satın almak için, feodal beyin paraya gereksinmesi doğdu. Para, ticaret burjuvazisinin elinde bulunuyordu. Asillik ünvanı olup, parası olmayan feodal bey, parası olan fakat asilliği olmayan ticaret burjuvazisi, kendilerinin sahip olmadıkları olanakları karşılıklı olarak mübadele ettiler. Bu aşamada ticaret burjuvazisi, feodal toplum içinde, kendi kimliğini bulamadan eriyip gitti.⁸

Üst işlevsel niteliğe sahip egemen sınıflar veya katmanlar, sadece kendileri için yeni bir dünya kurarlar. Feodal dönemde, aristokrasi, doğal dünya üzerine kendi dünyasını kurmuştu. Kendi somut koşulları, pratikleri, norm ve değerleri aracılığıyla, aristokrasi, feodal toplum düzenini oluşturmuştu. Burjuvazi için, feodal toplum içinde yer ayrılmamıştı. Bu nedenle burjuvazinin önündeki seçeneklerden sadece, kapitalizm sürecinde, önce ticarî ve sonra da malî işlemlerden elde ettiği sermayeyi, sanayi yatırımlarına dönüştürdükten sonra, kendi dünyasının temellerini atmak kalmıştı. XVI. yüzyılda Amerika'nın keşfiyle başlayan yağmalama, İspanya ve Portekiz'in altın

⁷ Cazeneuve, Jean, a.g.e., s. 159-160.

⁸ Philip, André, a.g.e., s. 20.

depoları haline gelmesine yol açtı. Bu kıymetli madenler, başta İngiltere olmak üzere, Fransa, Hollanda ve Belçika gibi ülkelerin sanayileşme sürecine girmelerini sağladı. Avrupa pazarına giren Amerika kıtasından getirilmiş altın ve gümüş gibi kıymetli madenler malî burjuvazinin doğmasına neden oldu. Sermaye piyasalarındaki dalgalanmalardan yararlanan sermaye sahipleri, servetlerine, servet kattular. Bu finans çevreleri de aristokraziyle rekabete girdiler. Ellerine geçen bu servetleri tüketim için kullandılar. Böylece finans çevreleri "Rönesans"ı finanse ettiler: "Rönesans"ın büyük şairleri, ressamı, heykeltıraşları yapıtlarını, bu malî tüccarların ısmarlamaları sayesinde gerçekleştirdiler.⁹

Henüz kendi bilincine varmayan burjuvazi, malî tüccar niteliğini taşıyordu. Buna karşılık, Feodal dünyanın bağrından doğan malî tüccarlar, Ortaçağ kültür ve uygarlığından farklı nitelikte olan "Rönesans"ı yarattılar. Böylece müzik, resim, heykel, şiir gibi sanat ve dolayısıyla kültür alanlarında etkinlik gösteren aydınlarını yaratarak, burjuvazi, kendi dünyasının temellerini atmaya başladı.

XVIII. yüzyıldan sonra burjuva, sanayi toplumu dediğimiz, simgelerini büyük kentlerde bulan yeni bir dünya oluşturdu. Sanayi toplumuna burjuvazi kendi damgasını vurdu. Burjuvazi, sadece kendisi için değil, tüm insanların yaşayacağı yeni bir dünya yarattı.

Tüm bunlara karşın, burjuvazi, yarattığı bu dünyada, kendi yerini ayırdı. Diğer toplumsal kesimlerle, arasına belirli bir mesafe koydu. Aynı dünyada yaşamasına karşın burjuvazi, yaşayacağı coğrafyasal, toplumsal ve kültürel alanların sınırlarını belirledi. Bu alan içinde, kendisini diğer kesimlerden ayırabilmek için, burjuvazi, araya engeller ve düzey farkları koydu.

Burjuvazi, burjuvalığını doğuştan kazanmadı. Kendinden sonra gelen çocuklarına da, asillikle olduğu gibi, bu ünvanı bırakmamaktadır. Burjuvalık sonradan elde edilen bir niteliktir. Bir kişinin burjuva olması için, burjuva kültürünü edinmesi gerekir. Burjuva kültürü aile, okul ve okul dışı etkinliklerden elde edilir. Kısaca burjuvazi, diğer toplum kesimlerinin anlamadığı, daha doğrusu anlayamayacağı suni bir dünya yarattı.

Günümüzde burjuva kavramı çok yaygın kullanılmaktadır. Bunun nedeni, kanımca, XVIII. , XIX ve XX. yüzyılın başında görülen sanayi toplumunun yapısal değişimlere uğramasındandır. Günümüzde sanayi toplumunun yerini, bilgi toplumu almıştır. Bu nedenle, toplumun üst kesimini, burjuvazinin yanında, teknokrasi, teknoloji bürokrasi veya meritokrasi dediğimiz yeni toplumsal katmanlar oluşturmaya başlamıştır. Bu nedenle, bundan böyle burjuva kavramı yerine, üst toplumsal katmanlar deyimini sıkça kullanmayı yeğliyeceğiz.

Üst toplumsal kesimler, genellikle kendi çocuklarının gidebileceği okullar kurdular. Bu okullarda, kendilerinin yarattığı rafine kültürün öğretilmesini sağladılar. Aile içinde de çocuklar, belirli bir sosyalizasyon sürecinden geçtiler. Okul dışında spor, müzik, resim, edebiyat, bilim, felsefe gibi etkinliklerin yapıldığı yerlere ve alanlara

⁹ Philip, André, a.g.e., s. 20.

yönlendirilen çocuklar, nitelenmiş yeteneklerini, yetkinliklerini geliştirme olanağını buldular.

Üst toplumsal katmanlar, doğanın üzerine yapay diyebileceğimiz bir evren yarattılar. Bu evren, sadece üst katmanların eğitim ve öğretim sürecinden geçen kişiler tarafından algılanabilmekte ve anlaşılabilir. Günümüzde üst toplumsal katmanların oturduğu semtler, evler, gittikleri okullar, tatil yerleri, sinemalar, tiyatrolar, dinledikleri müzik, evlerini süsleyen tablolar, heykeller, vazolar, giydikleri elbiseler, kullandıkları dil vb., diğer toplumsal kesimlerinkinden çok farklıdır. Sonradan üst toplumsal katmanlara girme olanağını bulanların, bu yeni ortam içinde sırttıkları görülür. Bu nedenle, bunlara, sonradan görme denilir. Üst katmanlara katılmak, sadece zenginlikle gerçekleşmemektedir. Bu ortamın getirdiği, rafine kültürü de edinmek gerekmektedir. Rafine kültürü edinme, belki de zengin olmaktan daha güç ve daha uzun bir zaman dilimini, birçok kuşağı gerektirmektedir. Zenginlikle birçok engeller aşılabilir, fakat üst toplumsal kesimlerin arzu ettikleri düzeye ulaşamaz.

Doğal olarak en emin, en açık, en iyi ayırt etme, özdeksel olarak yapılan biçimdir. Burjuva zihniyeti, diğer toplumsal kesimlerle yakın olmaktan, onlarla çok yakın komşuluk kurmaktan kaçınmayı içerir. Bu zihniyet, burjuvanın kendisiyle, halk arasında bir toplumsal mesafeyi koymasını gerektirir. Burjuvazi, ne halk tarafından istila edilmek ve ne de onlarla karıştırılmak ister.¹⁰

Burjuvazinin iktidarından önce hak etme, değer, yetenek, incelik biliniyordu. Fakat ayırt etme, ayırt edilme bilinmiyordu. Elbisenin, mobilyanın ve hatta edebî sitillerin güzelliğinden söz edilirken, "iyi süslenmiş", "havalı olmuş" gibi kavramlar kullanılırdı. XVIII. yüzyılda iyi giyinen, iyi konuşan, yaşadığı çevreyi iyi düzenleyen kişilerden söz edilirken, çok inceliklere sahip, "çok ince bir insan" kavramları kullanılmaya başlandı. Bu dönemde, sarayda olduğu gibi, ayrıcalıklı kesimlerin oturduğu kentin lüks semtlerinde, çocuklara özel hocalar tutularak dans ve incelik öğretiliyordu. Burada söz konusu olan ayırt etme, ayırt edilme değil, nitelik ve kişisel tasvip görmektir. Buna karşılık burjuvazi, beğenilmek amacıyla değil de, giysisiyle, davranış biçimiyle, diliyle, kendisini çevreleyen nesnelere ayırt edilmek istiyordu. Ayırt edilmenin karşıtı, sıradan olmak belki de ayak takımından sayılmak anlamına gelmektedir. "Sıradan olmak", fark edilmeyen, ayırt edilmeyen demektir¹¹

Ayırt etme (distinction) veya ayırt edilme ne güzellik, ne şıklık ve ne de lüktür. Bu öğeler ayırt etmeye katılabilirler. Burada taklit edilmesi güç olan inceliği de vurgulamak gerekir. Burjuva eğitimi, ayırt etmenin gelişmesine katkıda bulunur. Hiç endişelenmeden ve çaba harcamadan farkedilebilir olmak söz konusudur. Ayırt etmede veya ayırt edilmede sahip olunan nitelikten çok, özen önemlidir. İyi yetiştirilmiş olanlar, çok yetenekli olmasalar da, burjuva dünyasında, hoşgörülle karşılanılmaktadırlar. Ayırt etme veya ayırt edilme, kişide ve çevresinde dışardan algılanan her şeyle

¹⁰ Goblot, Ermond, *La Barrière Et Le Niveau*, Paris, Sub, 1967, s. 41.

¹¹ Goblot, Ermond, a.g.e., s. 41-42.

ilgilidir.¹²

Ayırt etme veya ayırt edilmeyi, elbise örneğini göz önünde bulundurarak irdeleyelim. İnsan neden giyinir? Bu sorunun yanıtını, elbiseninin dört işlevinde bulabiliriz: Sağlık, örtünme, estetik, ayırt edilme. Bu dört işlevden birincisi, en faydalı olmasına karşın, toplumda en az önemli görünüm olarak dikkate alınmaktadır.

Elbisenin, korunma, örtünme yanında, cazibe yaratma işlevi de vardır. Görünme, kıskırtma gereksinmesi, hayranlık, arzu, korku veya saygı yaratma duyguları, insan doğasının en temel özelliklerinden biridir. Giyinmek ve süslenmek için, iyi bir kültüre ve yaratıcı düşünceye sahip olmak gerekir.

Elbise, bir otoritenin, bir mesleğin, bir toplumsal basamağın, bir kastın, bir toplumsal sınıfın göstergesidir. Bu arada, estetik işlevle, ayırt edici işlevin çok defa birbirine karıştırıldığı görülür. Fakat estetiğimizin de ayırt edici özelliğimize yansıdığını unutmamak gerekir. Elbisemiz kimliğimizi de ele vermektedir; kim olduğumuzu bildirmektedir.

Zevk, beğeni, tad alma, davranış biçimi, dil gibi konularda, içinde bulunulan sınıf, insanı biçimlendirmektedir. Her sınıfın kültürel sermayeyi elde ettiği farklı koşullar vardır. Bu nedenle, zevk, beğeni, tad gibi konularda sınıflar arasında farklar mevcuttur. Sosyal bilimciler, kendi öz gerçeklerini yakalamaktan vaz geçmeleri koşuluyla ancak, dünyalının gerçeğini yakalayabilirler. Bu çerçevede, sosyal bilimci, toplumsal sınıf gerçeklerini, o sınıfın içinde yakalayabilir. Tad veya zevk, ayırt etme veya beğenme olanağını veren elde edilmiş bir niteliktir.¹³ Her sınıfın kendine özgü bir tad ve zevk alma biçimi vardır. Sonradan edinmiş bu nitelikleri aracılığıyla bir sınıf üyesi, yediği yemekten, içtiği içkiden, taşıdığı elbiseden, oturduğu koltuktan, kullandığı kavramlara kadar kendisini çevreleyen öğeleri beğenisine göre seçmektedir.

Tüketilmiş malların doğası ve onları tüketme biçimleri, çevresinde edinilmiş kültürleşmiş yetenek ve kültürel yetkinlik, insanların oluşturduğu kategorilere ve uygulandığı sahalara göre değişmektedir. Tüketilen veya edinilen mallar, resim, müzik gibi çok meşru alanlardan, giysi, mobilya veya yemek gibi çok özel alanlara kadar uzanmaktadır. Bu malların ayıklanmasına ve beğenilmesine olanak veren kültürleşmiş yetenek ve kültürel yetkinlik okullarda ve okul dışı pratiklerden edinilmektedir. Bu çerçevede okulsal sermaye, edinilen diplomalarla ölçülmektedir. Okul dışı pratikler, kişinin sosyo-ekonomik kökeniyle bağlantılı olan ortamlarda gerçekleşmektedir. Pratik sanatlardaki etkinlikler veya bir müzik aletinin çalınması, genellikle okulun dışında elde edilmiş bir kültürel sermayeyi gerektirmektedir. Tercih edilen müzik türü veya çalınan müzik aleti ait olunan sınıfa göre değişmektedir. Kişinin dinlemeyi sevdiği müzikten hareketle ait olduğu sınıfı yakalanabilir. Kişinin kültürleşmiş yetenekleri, gittiği konser türleri, çaldığı müzik aleti bu çeşit saptamalarda bize olanak sağlayabilir. Bunun dışında yapılan veya ilgilenilen spor türleri vardır. Boks, futbol, güreş gibi spor dalları alt

¹² Goblot, Ermond, a.g.e., s. 42-43.

¹³ Bourdieu, Pierre, *La Distinction*, Paris, Les Editions De Minuit, 1979, s. 543.

Moda ve Toplumsal Katmanlar

sınıfları, tenis, kayak burjuvaziye, golf ise büyük burjuvaziye anımsatır.¹⁴

Alışkanlıklar, toplumsal aktörlerin edindiği bilgileri nesnelere içine sokması demektir. Bu bilgi, nesne gerçeğine taşınmıştır. Toplumsal ajan, edindiği bu bilgiler sayesinde, dünyayı yeniden kurar ve ona yeni bir anlam verir. Toplumsal ajan, varlık koşullarına, pratiklere ve tasarımlara sahiptir. Bu öğeler, ajanın dünyayı kurmasında aracılık etmektedir. Toplumsal ajan, yaratmış olduğu bu dünyanın parçasıdır. Yoksa, Hobbes'ın dediği gibi, insan, mekanik uyarılara, mekanik olarak yanıt veren bir varlık değildir.

İşte bu bağlam içinde, burjuvazinin kurduğu dünyada, modanın önemi çok büyüktür. Sınıf yasal olarak herkese açıktır, fakat gerçekte yarı kapalıdır. Burjuva kendisi için yarattığı dünyasına, diğer toplumsal kesimlerin girmesini engellemek için modayı kullanır. Moda, yenilik olarak, burjuvazinin diğer kesimlerinden ayrılmasına olanak vermektedir. Moda uzun sürmemektedir. Moda tüm sınıflara ulaştığında, moda olmaktan çıkmakta veya "modası" geçmiş olmaktadır. Böylece moda, burjuvazi veya üst toplumsal kesimler için sınıf simgesi olmaktadır; fakat sürekli değişen bir simge. Moda, üst sınıfların kendisini diğer kesimlerden ayırmak için kullandığı bir engeldir. Moda aynı zamanda bir düzey göstergesidir.

Burjuva modasının diğer önemli bir özelliği, erkek elbisesinin koyu sertliğiyle, kadın tuvaletinin zarıflığı, çarpıcılığı arasındaki çelişkidir. Rönesanstan, Fransız devrimine dek, erkek elbisesi, kadınlarinki kadar parlak, ince ve zarıftı. Modern burjuvazi, sadece siyah veya koyu lacivert elbise giymektedir. Biraz açık renk elbise giymek istediğinde, ancak griyi seçebilmektedir. Modern burjuvazide, erkek takım elbisesi, dekoratif işlevini yitirdi, farkedilme işlevini kazandı. Erkeğin güzel olmasına gerek yoktur, fakat fark edilmelidir.¹⁵

Sanayi toplumunda moda, kendisine çok güçlü bir müttefik buldu. Bu müttefiğin adı, burjuvaziydi. Bu ittifaktan burjuvazi de memnun kalmıştı. Burjuvazi bir yandan moda aracılığıyla diğer toplumsal kesimlerle kendi arasına bir toplumsal mesafe koyma olanağını bulmuştu. Moda burjuvazi için bir engel, bir düzey görevi görüyordu. Diğer yandan, burjuvazinin yarattığı tüketim toplumunun motor görevini, moda görmeye başlamıştı. Moda, sonu gelmeyen mallar üretmenin kaynağını oluşturuyordu. Pazar ekonomisinin canlı tutulması, ekonominin çarklarının sürekli çalışmasına olanak sağlar. Başta orta sınıflar olmak üzere, diğer toplumsal kesimler, burjuva modasını taklit ederler. Moda alt toplumsal kesimlere indiğinde, burjuvazi çoktan yeni modayı taşımaya başlamıştır bile. Bu süreç, böylece sürüp gitmektedir.

Bilgi toplumuna doğru ilerlerken, modanın üst toplumsal kesimler için, yani tekno-bürokrasi veya meritokrasi için aynı rolü oynamaya devam ettiğini görüyoruz. Sanayi devriminin başlangıcında aristokrasiyle rekabete giren burjuvazi, genellikle özdeksel veya somut öğelerle toplumsal hiyerarşik yapının en üstünde yer aldığını göstermeye çalışıyordu. Bu nedenle moda, mimarî, mobilya, giysi, resim, heykeltıraş,

¹⁴ Bourdieu, Pierre, a.g.e., s. 11-12.

¹⁵ Goblot, Ermond, a.g.e., s. 49.

Önal Sayın

sürek avları ile ilgili araç ve gereçler, araba veya otomobil gibi gözle görülen, elle tutulan alanlarda hizmet görüyordu. Günümüzde ise moda, özdeksel alandan, simgesel alana kaymıştır. Bilgi toplumunda yeme, içme, giyinme ve barınma ile ilgili araç gereçler, eskisi kadar ayırt etme rolünü oynamamaktadır. Eskiden alt toplumsal kesimlerin imrendiği, uluşmak istediği özdeksel bir dünya kurulmuştu. Bu dünyada burjuvazi yaşıyordu. Günümüzde ise, tekno-bürokrasi, meritokrasi simgesel bir dünya yaratmıştır. Simgesel dünya, alt toplumsal kesimler için imrenilen değil, bilinmeyen bir dünyadır. Herşeyden önce simgesel olan bu dünyayı anlamak için, ayrıcalıklı bir eğitim sürecinden geçmek, iyi bir eğitim formasyonu almak gerekmektedir. Soyut bir tablo veya bir tiyatro eseri karşısında bir köylünün, bir işçinin veya alt-orta sınıf mensubu bir memurun herhangi bir olumlu tepkisini görmezsiniz. Soyut bir yapıtın zevkine varmak, bu konuda beğeni sağlayacak rafine bir kültürün edinilmesine bağlıdır. Bugün alt toplumsal kesimlerle, üst toplumsal kesimleri birbirinden ayıran en önemli özelliğin, birisinin somut, diğerinin ise soyut bir dili kullanmasıdır. Eskiden, toplumun çeşitli kesimlerini, sınıflarını, birbirinden ayırmak için üretimde oynanan rol, üretim araçlarının sahipliği, üretimden alınan pay, meslek, çıkar birliği, sınıf bilinci, servet, gelir kaynağı gibi öğeler kullanılıyordu. Bugün ise, kitlelerle, üst toplumsal kesimleri ayırmak için, somut ve soyut dünyada yaşayanlar ikilemini kullanabiliriz.

Bilgi toplumunda moda, simgesel alanda yenilikler yaratmaktadır. Bilgi toplumunda sanat, edebiyat, bilim ve felsefe alanlarında yaratılan yeni simgesel sistemlere ulaşmak, çok ayrıcalıklı olan üst toplumsal kesimlere özgü olmaktadır. Orta sınıfların edinmeye başladığı simgesel sistemler, meritokrasinin daha önceleri kullandığı, modası geçmiş soyut yapıtlardır. Böylece moda, yarattığı simgesel yapıtları meritokrasinin hizmetine sunarak, ayırt etmeyi sağlamaktadır. Toplumsal hiyerarşik yapının en belirleyici ögesi, feodal toplumda toprak, sanayi toplumunda sermaye iken, bilgi toplumunda bilgi olmaktadır. Günümüzde moda, yeni simgeler yaratmakta; simgeler de meritokrasi dediğimiz üst toplumsal kesimleri oluşturmaktadır.

RESUME

La Mode et Les Couches Sociales

La mode n'est en aucune façon un accessoire extérieur de l'existence, dans le sens d'un embellissement ou d'un enlaidissement, mais elle constitue au contraire un moyen essentiel d'expression de la hiérarchie sociale. On définit la mode comme l'art ou l'histoire du costume. La mode intéresse non pas uniquement le corps de l'homme, mais aussi tous ses moyens d'expression.

La mode constitue aussi un système original de réglementation sociale. Tout le corps humain: attitude, démarche, mouvement et expression, est modelé par la mode.

Le succès d'un mode dépend, pour une large part, de l'existence d'une scène où la nouveauté peut se présenter au public. Le spectacle est l'un des éléments essentiels de la mode. Dans l'Antiquité, c'étaient l'agora et le marché qui jouaient, pour la mode, le rôle de théâtre. De nos jours, c'est en ville que la mode trouve son public et la mass média joue un rôle important dans l'expansion de la mode. La mode a dû attendre l'avènement de la société de consommation pour atteindre la position dominante.

La mode joue le rôle de distanciation et de considération. Dans la société de classes, la classe supérieure évite soigneusement de se rapprocher des autres. Dans ce cas, la mode devient un moyen de distanciation entre des classes sociales. La bourgeoisie dominante cherche à se singulariser dans tous les domaines. Les classes moyennes copient chacune des particularités des classes supérieures, afin de s'assimiler à elles. La mode est tout d'abord une barrière, mobile sans doute, mais néanmoins une barrière, qu'il n'est pas toujours possible de franchir. D'autre part, elle contribue également à constituer un niveau. Il est vrai qu'elle n'est plus l'apanage d'une petite élite. En bref, la mode est un moyen d'expression de la distinction qui contribue à la compréhension de la société hiérarchisée.