

Araştırma Makalesi

Bir İletişim Dizgesi Olarak Giyim ve Giyime Yönelik Göstergebilimsel Çözümlemelerdeki Değişkenler

Tutku Ceren Ruşan (Arş. Gör.)
İstanbul Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
cerenrusan@arel.edu.tr
Orcid: 0000-0003-0360-2480



Başvuru Tarihi: 04.07.2018
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2019
Yayınlanma Tarihi: 21.01.2019

Öz

Nesnelerin kendileri dışında bir olguya atıfta bulunduğu temel ilkesi ile çalışmalar yapan göstergebilim, maddi kültürü, kültürel anlamı üzerinden okuyarak nesnelerin iletişim yeteneklerini ortaya koymaktadır. Maddi kültür öğelerinden birisi olan giyime yönelik göstergebilimsel yaklaşımda anlam, giyim paradigmaları içerisinde yapılan seçim ve yüksek uzlaşımaya dayalı dizim ile oluşmakta, simgesel düzeyde gerçekleşen bir iletişim dizgesini meydana getirmektedir. Öte yandan, giyim kodunun okumasında, vericinin gönderilmesini amaçladığı anlam ile alıcının iletiden çıkarımsadığı anlamın farklı olmasına sebep olan değişkenler söz konusu olabilmektedir. Çalışmada bu kod açımında anlam sapmasına sebep olan değişkenler örnekler ile açıklanmıştır. Bu iletişim dizgesinde: alıcının vericinininkine denk ya da benzer bir kültürel arka plana sahip olmaması, alıcının ilgili giysinin okuması için gerekli art alan bilgisine sahip olmaması, alıcı ve vericinin toplumdaki farklı deneyim alanlarına sahip olmaları, gösterenlerin değişik bölgelerde farklı simgesel referanslarının olabildiği giyim göstergelerinin göstergebilimsel çözümlemedeki değişkenleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Giyim, Göstergebilim, Simgesel İletişim.

Research Article

Clothing as a Communication System and Variables In Semiotic Analyzes for Clothing

Tutku Ceren Ruşan (Res. Asst.)
İstanbul Arel University Faculty of Fine Arts
cerenrusan@arel.edu.tr
Orcid: 0000-0003-0360-2480



Date Received: 04.07.2018
Date Accepted: 08.01.2019
Date Published: 21.01.2019

Abstract

The semiology which studies with the basic principle that the objects have addressed a matter other than themselves reveals the communication talents of the objects by reading the material culture through the cultural meaning. Meaning in metaphysical remembrance towards clothing, one of the material culture items forms a selection based on clothing paradigms and an arrangement based on high consensus, creates a communication system that takes place at the symbolic level. On the other hand, in the reading of clothing code, the variables that cause the meaning that the sender intended and the meaning of the receiver inferring transmission to be different. In this study, the variables causing the meaning deviation in this codec are explained with examples. In this communication system, it is concluded that clothing indicators have the variables in the semiotic analysis. The receiver and the sender do not have a equal or similar cultural background, the receiver does not have the necessary field information to read the relevant garment, the receiver and the sender have different areas of experience in the community, exhibitors have different symbolic references in different regions.

Keywords: Clothing, Semiology, Symbolic Communication.

1. Giriş

Post-yapısal teorinin doğması ve tüketim konusundaki araştırmaların artması ile önem kazanan maddi kültür çalışmaları, nesnelere toplumsal işlevler gerçekleştirmek üzere insanlarla nasıl karşılıklı etkileşimde bulduklarını incelemek için nesnelere analitik açıdan yapı sökümüne uğratarak çalışmalar yapmaktadır. Maddi kültür çalışmalarındaki göstergebilimsel methodun temel ilkesi, nesnelere kendilerinden başka bir olguya atıfta bulunduğu (Woodward, 2016, 7-10, 82).

Giysiler gibi günlük kullanım nesnelere işlevsel ürünlerdir ve bu ürünlerin kullanışlı, işlevsel, ergonomik olmaları nesnenin üretiminin temel amacıdır. Öte yandan günümüzde kullanıcılar, temel amaç olan işlevi karşılayan çeşitlenmiş bu ürünler arasından seçimini yaparken, onların iletişimsel işleve tekabül eden niteliklerini bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde tercih sebebi olarak kullanmaktadır. Biçimin işlevi izlediği işlevsel akımın ürün tasarımlarında dahi biçim, işlevi dışında anlamlar içermektedir. İlaveten teknolojinin gelişmesiyle günlük kullanım nesnelere üretimde işlev kazandırma kolaylaşıp olağanlaşmış, işleve dayalı ürün tasarımı akımı örnekçesi azalmıştır. Bununla birlikte iletişim işlevi ve anlamlandırmanın yükseldiği çağımızda Bayrakçı (2011), bu tür günlük kullanım nesnelere anlam olgusunun anlambilimin çerçevesi ve tasarım çevreleri için yeni olduğunu ve iletişim çağında anlam ve iletişim tasarımı giderek önem kazandığını söylemiştir (Bayrakçı, 2011, 1-3). Göstergebilim, nesnelere anlamlandırma için yeni yaklaşımlar getiren bir iletişim kuramı olarak giyim gibi tasarım ürünleri için giderek önem kazanmaktadır.

Nesnenin seçim sürecinde başlayan iletişim, nesnenin kullanım sürecinde de devam eder. Kullanıcı kendi konumuna bağlı olarak nesneye yakıştırdığı anlamları ve kendine ilişkin bilgiyi nesne üzerinden yansıtmaya çabasına girer. Ya da seçilen nesneye ve kullanım tarzına bakılarak kullanıcıya belli anlamlar uygun görülür. (Bayrakçı, 2011, 1)

Gösterge dizgelerini inceleyen göstergebilim çalışmaları, çevremizde bulunan pek çok şeyi gösterge kabul edip inceleyen bir bilim dalı olarak geniş bir çalışma alanını kapsamaktadır. Barthes göstergebiliminin imge, jest, ses, nesne gibi anlam sistemlerinin tamamını kapsadığını söylemiş: reklam, bina ve bina biçimleri, arabalar, moda ve giyim üzerine göstergebilimsel çalışmalar yapmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2013, 139-140). Çalışma, Barthes'in moda için göstergebilimsel yaklaşımı ile başlamış olan giyime yönelik göstergebilimsel çözümlemeyi ele almıştır.

Göstergebilimsel yöntem kullanımının görsel kültür çalışmalarında gösterdiği artış giyim çalışmalarında da başvurulan bir çözümleme modeli olarak gelişmesiyle sonuçlanmıştır. Geleneksel ve modern giyim pratiklerine dair, görsel göstergebilimin çizdiği anlamlandırma şeması referans alınarak açıklanan, pek çok akademik çalışma örneği verilmiştir. Öte yandan, bir iletişim dizgesi olan giyime yönelik göstergebilimsel yaklaşım, -üzerinde pek durulmayan- yanlış anlamlandırma ile sonuçlanabilecek değişkenlere sahiptir. Giyim kodu okunurken bu değişkenlerin göz önünde bulundurulması, ortaya çıkabilecek kod açımı sapmasına engel olabilecek, anlamlandırmanın güvenilirliğini arttıracaktır. Çalışmada öncelikle giyim kodunda, göstergebilimsel metod ile anlamın nasıl oluştuğu açıklanmış, ardından giyim kodlarının okunmasında anlam farklılaşması ile sonuçlanan değişkenlerin neler olduğu ele alınmıştır. Öncelikle giyim göstergelerinin anlamı nasıl kazanıp iletişime geçebildiğinin anlaşılması, ardından giyime yönelik göstergebilimsel çözümlemelerdeki değişkenlerin neler olduğunun açıklanması ve bu kod açımı hatalarının nelerden kaynaklandığına dair bir tanımlama düzeyi geliştirilmesi

amaçlanmıştır. Çalışmada tarama yöntemi kullanılmış ve uzman iletişim bilimcileri, göstergebilimciler ile görsel kültür çalışmaları yapan sosyal bilimcilerin alıcı-verici uyumsuzluğuna dayanan kod açımında sapma problemine yaklaşımları taranmış ve giyim pratiğine göre yorumlanmıştır.

2. Göstergebilim

Gösterge, duyularımızla kavrayabildiğimiz, kendileri dışında bir şeye atıfta bulunabilen dolasıyla atıfta bulunabildiği/temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nesne, biçim, olgu, vb. olarak tanımlanmaktadır. Temel olarak göstergeler, toplumsal dizgelerdir ve insanlar arasında iletişimi sağlamaktadır. Göstergebilim, bu gösterge dizgelerinin işleyişlerini bilimsel yöntemle incelemektedir (Rifat, 2009, 11-12).

Peirce, gösterge ve nesnesi arasındaki ilişkiyi temel olarak üç gösterge türü sınıflandırmıştır. İlki bazı yönlerden nesnesi ile benzerlik taşımakta olan *görüntüsel gösterge*, diğeri nesnesi ile arasında doğrudan bağlantı olan *belirtisel gösterge*, son olarak nesnesi ile arasında benzerlik yahut bağlantı bulunmayan *simgedir* (Günay, 2012, 15-16) (Rifat, 2008-2, 116-119). Belirttiği şeyi temsil eden, canlandıran görüntüsel göstergeye örnek olarak fotoğraf, resim, karikatür gibi çizgisel anlatımlar verilebilir. Nesnesi ile doğrudan bağlantılı olan belirtisel göstergeye örnek olarak ateşin dumanı ya da batan güneş verilebilir. Burada duman, ateş yandığının; batan güneş ise akşamın göstergesidir. Simge türündeki göstergelerde ise nesne ile doğrudan bağlantı ve benzerlik yoktur. Simgeler uzlaşma veya kural sonucunda oluşan göstergelerdir. Sözcükler, rakamlar simgedir: "2" şeklinin bir çift nesneye göndermede bulunuyor olması, kültürümüzde bu şeklin bir çift nesnenin göstergesi olacağına dair toplumsal uzlaşımın bir göstergesidir. Dolayısıyla gösterge ile nesnesi arasındaki ilişki öğrenilmek durumundadır. Belirtisel gösterge olarak akşamın göstergesi olan batan güneş, bir kültürde yaşlılığı simgeliyor olabilir (Fiske, 2014, 131-133). Bu noktada simgeyi okumak için, ilgili kültürdeki anlamına dair art alan bilgisi gerekmektedir. Tümünüyle nedensiz gösterge olarak kabul edilen simgede toplumsal uzlaşım zorunludur.

Uzlaşım, göstergeler üzerinden yürütülen iletişimlerde önemli bir rol oynamaktadır, yazılı bir şekilde ifade edilmemiş, kültür üyelerinin paylaşmakta olduğu, deneyim odaklı öğrenilmişlikleri tarif etmektedir. Örneğin simgesel göstergeler olarak sözcüklerde yüksek uzlaşım mevcuttur. "KEDİ" göstergesinin, herhangi bir eşyayı değil dört ayaklı bir hayvanı temsil etmesinde bir uzlaşım mevcuttur: "kedi" kelimesi bir gösterge olarak herkeste ortak yanıt bulmaktadır. Bir diğer uzlaşım örneği sinemadaki çekim tekniğidir. Sinemadaki kameranın bir kişinin yüzüne çok yaklaşarak yapılmakta olan yakın çekim, ilgili karakterin çok güçlü bir duygu deneyimlendiğini göstermektedir. İzleyiciler bunu deneyimlerine dayanarak bilmektedirler ve ilgili göstergenin hangi anlama denk geldiğini öğrenmişlerdir (Fiske, 2014, 142-143). Bu örnekteki yakın çekim, bir görüntüsel gösterge olarak, uzlaşım temele dayanmaktadır.

Gösterilenin gösteren üzerindeki hâkimiyet derecesi *güdülenme* terimi ile açıklanmaktadır. Gösterilenin gösteren üzerinde hâkimiyeti ne kadar fazla ise o gösteren o kadar fazla güdülenmiştir. Aynı zamanda fazla güdülenmiş gösterge, gösterilenin göstereni fazla sınırladığının göstergesidir. Örneğin bir kişinin fotoğrafı (gösteren) onun nasıl görüldüğünü belirleyen faktörlere (gösterilen) dair kişinin yağlı boya portresinden (gösteren) daha fazla veri içermektedir. Dolayısıyla kişinin

fotoğrafi yağlı boya portresinden daha fazla güdülenmiş bir göstergedir. Kişinin karikatürü ise yağlı boya portresinden daha az güdülenmiştir. Tuvalet kapılarında erkek-kadın göstergeleri insan karikatürlerinden “♂” ve “♀” işaretleri ise tuvalet kapılarında erkek-kadın göstergelerinden daha az güdülenmiş göstergelerdir (Fiske, 2014, 139-144). Bir göstergede güdülenme ne kadar az ise toplumsal uzlaşım o kadar fazla olmaktadır. Bunun sebebi az güdülenmiş bir göstergenin ciddi bir soyutlama ya da simge olup, kültürel düzlemde uzlaşmaya bağlı oluşmuş olmasıdır. Göstergede güdülenme azaldıkça uzlaşım artmaktadır.



Şekil 1: Güdülenme Ölçeği (Fiske, 2014, 143)

Erkman Akerson (2005) göstergiyi otomobillerin benzin göstergeleri ile açıklamıştır. Depoda ne kadar benzin kaldığı gösteren otomobilin benzin ibresi, sürekli arabayı durdurup depoda kalan benzin düzeyine bakmak gibi zahmetli işlemin yerine geçip benzin durumu hakkında bilgi vermektedir. Bu durumda ibre benzin deposu ve bizim aramızda iletişim kurmaktadır. Fakat öncelikle göstergesel düzlemde yollanan bir iletinin okunabilmesi için, ilgili göstergiyi tanımlayıp yorumlayabilecek ön bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Örnekteki benzin göstergesini yorumlayabilmemiz için bunu önceden öğrenmiş olmamız gereklidir. Çünkü bu örnekte ibre gösteren, işaret ettiği sayılar ise simgedir. Gösterge az güdülenmiş, uzlaşım sonucunda oluşmuştur: okuma yapabilmek için art alan bilgisi zorunludur (Erkman Akerson, 2005, 17-21). Başka bir örnek kutsal bir nesne olan çarmıhtır. Çarmıhın anlamı hakkında bilgisi olmayan birisi için çarmıh belli açılarla birbirine tutturulmuş iki kazık parçasıdır. Fakat bir Hristiyan için çarmıh, Hristiyanlığın en önemli hikâyesine işaret eden önemli bir sembolik anlam taşıyan güçlü bir simgedir (Woodward, 2016, 92-93). Görsel bir gösterge olarak çarmıh uzlaşım sonucunda simgeleşmiştir. Çarmıh göstereninde anlamının okunabilmesi için, karşıdakinin ilgili uzlaşım sahasının bilgisine sahip olması gerekmektedir.

Barthes (2014)'in, göstergebilimsel çözümleme modeline göre: göstergenin üstüne kurulu olduğu bir gösteren ile bir gösterilenden oluşan iki bağlantısal düzlem mevcuttur. Özetle gösterenler düzlemi; simgeler, nesnelere, görüntüler, el-kol-baş hareketleri gibi araçlar olan anlatım düzlemine, gösterilenler düzlemi ise içeriği oluşturmaktadır. Barthes (2014)'e göre her gösterenin olduğu yerde bir gösterilen mevcuttur çünkü *'toplum bulunan her yer de her kullanım kendisinin göstergesine dönüşmekte'*dir (Barthes, 2014, 44-51). Kullanımların göstergeye dönüşmesinde anlam oluşumuna dair Saussure'ün *"anlam karşıtlık içinde doğar"* Hjelmskev'in *"anlam karşıtlıklarla oluşur"* ilkelerinden yola çıkarak: herhangi bir göstergede anlam oluşumu, ilgili göstergenin neyi göstermediğinden kaynaklanmaktadır (Günay, 2012, 23). Örneğin *erkek* göstergesinin anlamı, *kadın, çocuk, hayvan, vs.* göstergelerinden ayırt edilmesi ile belirlenmektedir (Fiske, 2014, 129-130). Sonuç olarak göstergede anlam oluşumu bir göstergenin diğeriyle olan farklılığıyla oluşmaktadır.

2.1. Giyime Yönelik Göstergebilimsel Yaklaşım

İletişim dizgeleri içerisinde yapısı ve grameri tanımlanmış en temel dizge olan dilin yanında simgesel nitelikli pek çok dizge de mevcuttur. Bu dizgelerin neler olduğu ve hangi yasalara bağlandığı konusunda çalışmalar yapan göstergebilim, giyim gibi iletişim dizgelerini dilbilim ve onun yasalarındaki ilişkiyi referans alarak tanımlamaktadır (Saussure, 1998, 46-48). Giyime yönelik göstergebilimsel yaklaşımdaki temel ilke yapısal dilbilimini dil ötesi bir yapı olan giyime analitik olarak uygulayıp giyim için kurulan grameri çözümlemektedir (Barthes, 2006, 70). Bu gramere dair Saussure göstergelerin düzenlendiği yolu *paradigmalar* ve *dizimler* olarak açıklamıştır. Örneğin: bir dildeki sözcükler paradigma, sözcüklerden oluşan cümle dizimidir¹ (Saussure, 1998, 187-191) (Vardar, 2001, 106-108). Göstergesel iletiler, bir paradigmadan seçim yapıp onları bir dizimde birleştirmekle oluşmaktadır. Giyimde başlıklar (fötr şapka, bere, kasket, kep, vb.), boyun bağları (kravat, koket, şal, bere, vb.) birer paradigmadır². Giysiler başlıklar, boyun bağları, ceketler, vs. paradigmalarından oluşan dizimlerdir (Fiske, 2014, 146). Gösterge oluşurken kullanılan iki yapısal ilişkiden biri olan paradigmada anlam, seçimle oluşmaktadır. Bu noktada seçilen birim diğer birimin seçilmeyişiyle anlam kazanmaktadır. Fiske'nin (2014) aktarımı ile: “*seçimin olduğu her yerde bir anlam vardır ve seçilmeyen şeyler seçilen şeyin anlamını belirler*”. Giyim paradigmaları içerisinde yapılan bir seçim, seçimi yönlendiren dinamiğin (mekân, cinsiyet, yaş, din, meslek, sosyal statü, vs.) göstereni olmaktadır.

Giyim böylece toplumda bir iletişim kipi olarak işlev görüp bir iletişimde dizgeyi meydana getirmektedir. Gottdiener (2005) giysi paradigmalarının içerisinde seçim yapmanın, giysinin anlamlandırmasının ilk aşaması, paradigmaların diziminin yapılmasının diğer aşaması olduğunu söylemiştir. Buna göre, başın üstünden ayak ucuna kadar bedeninin tamamı için paradigmalardan vardır: başın üstü için başlıklar, ayaklar için ayakkabılar paradigmaları. Paradigmalardan içerisinde seçim yapmak ve bunları dizisel eksende düzenlemek, anlamı yaratmaktadır. Toplum, giyime dair dizimsel kuralları belirlemiş olmakla birlikte, giysinin anlamı iletme ve bu şekilde toplumu düzenleme gücünü de kullanmaktadır. Erkek-kadın, genç-yaşlı, eğlence-yaş, vb. tüm eksenlere göre giyim dizimini yapılandırmış “kullanım yasakları” belirlemiştir. Buna göre giyim, bu “düzenleyici gücü” ile birlikte dil yapılmasına benzeyen bir iletişim dizgesidir (Gottdiener, 2005, 62-65). Cinsiyet, yaş, statü, mekân eksenlerindeki kullanım yasakları ile giyim, toplumu düzenleme, denetleme, toplumsal yapıların devamlılığını sağlama işlevi görüp, bu yapıların göstergeleriyle bir dizge meydana getirmektedir.

Enninger (1998), bu bağlamda, giyimi *sentagmatik* olarak tanımlamıştır. Bunun sebebi giyime dair paradigmaların dizimsel olarak birleşmesidir. Dizimler kurallara bağlı oluşmakta, uzlaşımaya dayanmaktadır: dilbilgisinde sözdizimi, müzikte melodi, vb. Giyim paradigmaları da uzlaşımaya göre dizimlenmektedir. Örneğin siyah ceket, beyaz yaka, siyah papyon dizimi bir akşam yemeğinin göstergesidir. Fakat aynı papyon, beyaz yaka, siyah kuyruklu ceket garsonun göstergesidir. Bu boyutta anlam, paradigmaların dizimi neticesinde oluşmakta, dizim kuralları toplumsal uzlaşımaya dayalı olmaktadır. Smokin ceket, şort, kovboy çizmesi, kep birlikte giyilememektedir. Bu durum giyimdeki dizim kurallarına aykırıdır. Giyime dair birleşimlerin *olmazları*, sosyal kısıtlamaların teorik olarak olası birleşimleri engellediğini, dizim kurallarının yüksek uzlaşımaya bağlı oluştuğunu göstermektedir (Fiske, 2014, 144-147; Enninger, 1998).

Göstergeler, daha karmaşık iletiler oluşturmak için bir araya getirilerek kodları oluşturmaktadırlar. Kodlar bir kültürde üyelerin paylaştığı anlam sistemleridir, toplumsal boyutu ağır basmaktadır. Mutlu (2012), İletişim Sözlüğü'nde "Kod (code)" u şu şekilde tanımlamıştır:

İnsanların anlamlı mesajları değiş tokuş etmeleri için sistemle aşına olmalarına olanak verecek şekilde düzenlenmiş bir göstergeler sistemi. Tanımdan anlaşılacağı üzere, kod bir anlam sistemidir ve belli bir kültürel uzlaşmaya dayanır. ... Tüm toplumsal ve kültürel etkinliklerimiz kodlanmıştır (Mutlu, 2012, 194).

Kodlar, kullanılan toplumun tüm üyeleri tarafından kabul edilmiş olan kurallar tarafından yönetilmekte ilgili topluluğun kültürel arka planına dayanmaktadır. Dolayısıyla kod ve kültür karşılıklı dinamik bir ilişki içerisinde göstergeler yüksek derecede uzlaşma dayanmaktadır. Kültürün dinamik doğasına uygun olarak kodu gerçekleştiren uzlaşım, tekrara dayanmaktadır. Tekrara dayanmak deneyimde benzerliği sağlamakta, deneyimdeki benzerlik de kodaçımını kolaylaştırmaktadır. Bu sebeple kod okuması hızlı yapılmaktadır. Kodlar, temel olarak, biri dört alt başlık oluşturmak üzere üç ana başlığa ayrılmaktadır:

1. Metinsel kodlar
2. Yorumlama kodları
3. Sosyal kodlar
 - 3.1. Dil kodları
 - 3.2. Beden kodları
 - 3.3. Davranış kodları
 - 3.4. Ticari kodlar (Moda, giyim, otomobiller) (Parsa,2012).

Giyim kodu, sosyal kodlar ana başlığının altındaki ticari kodlar alt başlığı içerisinde incelenmektedir. Mutlu (2012), "İletişim Sözlüğü"nde "Giyim Kuşam Sinyalleri (clothing signals)"ni şu şekilde tanımlamıştır: "İnsanların kendilerine ve diğer şeylere -sınıflarına, inançlarına, rollerine, statülerine, önceliklerine vb.' ne- ilişkin tutumlarını giydikleri şeyler aracılığıyla belirten sinyaller" (Mutlu, 2012, 116).

Davis (1997) de giysi ve onu etkileyen moda kodunu ile ilişkilendirilebileceğini söylemiştir. Buna göre giyim kodunun kilit terimleri olan kumaş, doku, desen, silüet ve hacimlerden oluşturulan permütasyonlar sonsuz bir değişim içerisindedir. Her bileşim farklı bir anlam iletebilmektedir. Buna göre giyim kodunun paradigmalarından oluşan dizimlerde, konuşma ve yazmada olduğu gibi katı formüllerden çok ilişkilendirmeler, metaforlar biçimindedir. Fakat yine de giysi dizimlerinden oluşan kodlar (ileti), verici olarak giyenler ve alıcı olarak seyredenler için sürekliliği olan anlamlar yaratabilmektedir. Örneğin tenis kıyafeti ve askeri üniforma asla birbiri ile karıştırılmaz, burada anlam süreklidir. Davis (1997) gösteren-gösterilen düzleminde giyim kodunun göstergelerinin dilbilimdeki fonetik/fonemik ayrımına benzer bir şekilde kavramsallaştırılabileceğini söylemiştir. Buna göre, dilbilimde fonetik alfabadeki her harf nasıl bir fonemi işaret ediyorsa, giyimdeki her unsur bir anlamı simgelemektedir (Davis, 1997, 17-24). Bu durumda giyim, dilbilimin hiyerarşik yapısına benzer, dil ötesi bir iletişim aracı olmaktadır.

Giyim paradigmaları ve dizimleri ile her giyinme eyleminde bir ileti kodlanmaktadır. Bu, sunumsal veya belirtisel olabilmektedir. Barthes (2014) giyimdeki belirtisel göstergeyi “Yağmurluk yağmura karşı korunmak için kullanılır; ama bu kullanım, belli bir hava durumunu belirten göstergelerden ayrılamaz.” diyerek örnelemiştir (Barthes, 2014, 49). Fakat giyim kodunda her gösterge, belirtisel olmamakta simge gibi farklı gösterge türlerini de içerebilmektedir. Giyim kodundaki göstergeler, belirtisel ya da simgesel, anlam iletmektedir. Fiske (2014) giyim kodunda hangi anlamların aktarıldığına dair şu üç tespitte bulunmuştur:

- *Elbiseleri giyenler olarak bizim,*
- *Karşılaşacağımızı umduğumuz insanlarla ilişkilerimize olan algılarımız,*
- *Bütün gün boyunca karşılaşacağımız toplumsal durumdaki konumumuz ya da rolümüz* (Fiske, 2014, 171).

Giyim kodu ile gönderilen iletinin alıcı tarafından okunması anlamlandırma sürecidir. Bu süreçte anlamlandırma, sanatta olduğu gibi, eksik kodlama (*undercoding*) ile yapılmaktadır. Davis’in (1997) Eco’dan aktardığına göre eksik kodlama şudur:

Eco’ya göre (1979) eksik kodlama, güvenilir yorumlama kuralları bulunmadığında insanların, çoğu zaman farkında olmaksızın varsayımlara ya da çıkarımlara yönelmesiyle ortaya çıkar; bu çabalar da, vücut hareketleri, sesin yükselip alçalması, adımlar, yüz ifadesi, bağlam ve ortam gibi kesin biçimde anlamlandırılması güç olan ipuçlarına, bir metin, müzik parçası, gösteri ya da başka bir iletişim biçiminde de bütüne ilişkin anlamlara dayanır. Şair Herrick’in “günahkâr dantel”, “umursamaz ayakkabı bağcığı”ndan ve “vefasız manşet”inden bizim çıkardığımız erotik anlamlar, belki de kıyafette eksik kodlama konusunda bulunabilecek en güzel örneklerdir (Davis, 1997, 22).

Eksik kodlama iletişimde başvurulan yöntemlerden birisi olarak özellikle estetik ifade de anlamların algılanabilmesinde önemli rol oynamakta estetik kodları okutmaktadır. Buradaki kod açımı gözleme dayalı olsa da güçlü deneyim ve art alan bilgisine dayanmaktadır. Bu anlamda giyim göstergelerinin okunmasındaki eksik kodlamanın, anlamı açık iletemeyeceğine dair bir yaklaşıma üniforma örneği verilebilir. Örneğin, asker üniforması giysisinin okunması belirsizlikten uzaktır. Giysi burada anlamı net bir biçimde oluşturma yeteneğine sahiptir (Davis, 1997, 22-23). Toplumsal gösterge sistemleri olarak kodlar zaten bilinen mesaj ve kavramları iletmektedirler. Estetik ifade de henüz tanımlanmamış kavramlar iletilmekte, eksik kodlama ile çıkarımlara dayalı okuma yapılmaktadır.

Giyime yönelik ekonomi, üretim teknolojisi, sosyoloji, psikoloji, tarih, estetik gibi pek çok disiplinde çalışmalar yapılmıştır. Barthes’e (2006) göre her analiz giyim ve moda tek yönlü yaklaşmaktadır. Örneğin üretim teknolojisi, imal edilme metotlarıyla; ekonomi, piyasa hareketleriyle; psikoloji, tavırla; tarih, dönemler arası değişim biçimiyle; estetik, formlarla ilgilenmekte, moda ve giyimi seçtikleri özellikleri doğrultusunda incelemektedir. Ancak her disiplin, ilgili nesneyi dâhil ettiği izole kümeye bağlı olarak inceleyip homojen bir tanımlama düzeyi geliştirmeye çalışmış bunun sonucunda kümenin dışındaki yanlarını bir kenara bırakmıştır. Dolayısıyla her disiplinin tek yönlü bakış açısı geliştirmesi, giyimin önemli pek çok yönünün göz ardı edilmesiyle sonuçlanmıştır. Barthes’e (2006) göre *giysiler inkâr edilemez bir şekilde anlam doludur* ve bu anlamları çözümlmek, giyim üzerinde semiyolojik yöntem ile çalışmalar yapmak için sosyolojiden yana seçim yapmak zorunludur. Bunun sebebi giysilerin insanlar arasında iletişimi kurarken sosyal olguları işaret ediyor

olmalarıdır. İnsanlar eğer evleniyorlarsa, gömülüyorlarsa, askerlik yapıyorlarsa bunları bize giysileri söylemekte ve giysiler üzerinde göstergebilimsel egzersizler yaparken ulaşacağımız gösterilenler sosyal olgular olmaktadır (Barthes, 2006, 72-77). Fakat bu noktada Barthes (2008), moda sosyolojisi ile giyime göstergebilimsel yaklaşımın birbirinden farklı olduğunu da belirtmektedir. Moda sosyolojisi hayal edilip üretilen giysinin yayılım sorunu, giysi tasarımı ve üretimi ile ilgilenmekte iken göstergebilim *ortaklaşa tasarımlar bütününe* yöneliktir (Barthes, 2008, 119). Moda sosyolojisi giysinin oluşturulma pratikleri ile “giysinin ta kendisi”ne yönelirken göstergebilim giysinin imge ve anlamları ile ilgilenmektedir.

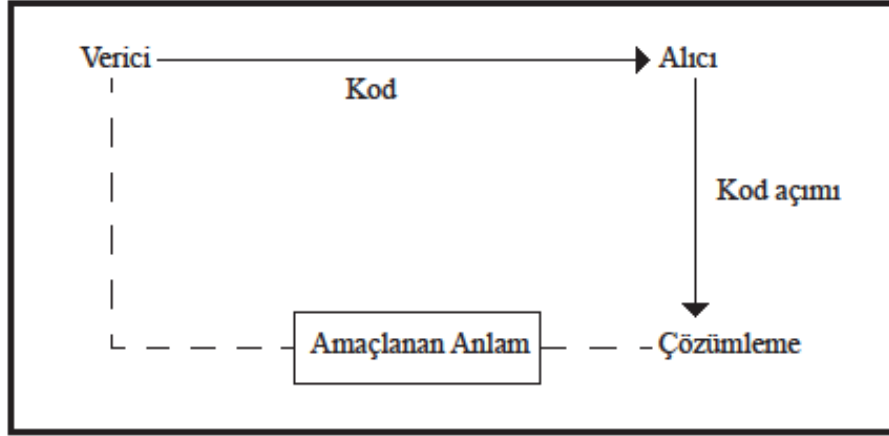
Bir nesne doğaçlama üretilse dahi bir süre sonra bir anlam edinecektir. Örneğin ekonomik yokluk sebebiyle gazete kâğıdından ayakkabı yapan bir sokak serserisinin üretimi özgürdür fakat nesne çok kısa bir süre içerisinde sokak serserisinin göstergesi durumuna gelecektir. Özetle nesnelere, bir insan tarafından imal edildiği anda kaçınılmaz bir şekilde bir göstergeye dönüşecektir. Kültürel düzende her nesne bir göstergeye işaret etmektedir (Barthes, 2014, 195-199). Barthes’in göstergebilimsel çözümlemelerine göre nesnenin anlam belirtmesi, nesnenin bir insan toplumu tarafından üretildiği ve tüketildiği anda gerçekleşmektedir. Bu durumu Roma Cumhuriyeti döneminde giysi ile örneklendirmiştir.

Burada pek çok tarihsel örnek verilebilir: Sözelimi Roma cumhuriyetindeki eski askerlerin yağmurdan, kötü havalardan, rüzgardan, soğuktan korunmak için omuzlarına bir örtü attıkları olurdu; o sıralarda, nesne, giysi olarak çıkmamıştı elbette; adı yoktu, anlamı yoktu; yalnızca salt bir kullanımla sınırlıydı; ama örtülere, kesildikleri, seri halinde işlendikleri, standart bir biçime uyduruldukları günden itibaren bir ad verme zorunluluğu ortaya çıktı ve bu adsız giysiye “paenula” (ya da “penula”) adı verildi; işte o anda da bedene oturmayan bu örtü, bir anlamın, “askerlik” anlamının taşıyıcısı durumuna geldi. (Barthes, 2014, 197)

Sonuç olarak giyim, temel işlevi olan örtünmenin yanında, görüntüsel bir gösterge bütünü olması sebebiyle giyenin karşısındaki bireye, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde gönderdiği sinyaller aracılığıyla, iletişim kurmasını sağlayan bir araçtır (Mutlu, 2012). İnsanlar giysileri aracılığıyla kendileri hakkında, bilinçli ya da bilinçsiz, bir şeyler anlatmakta; bu iletiyi okuyan alıcı da kişiyi belli bir dünyaya yerleştirerek onun hayatına dair belli bağlantılar kurmaktadır.

3. Giyim Göstergelerinin Değişkenleri

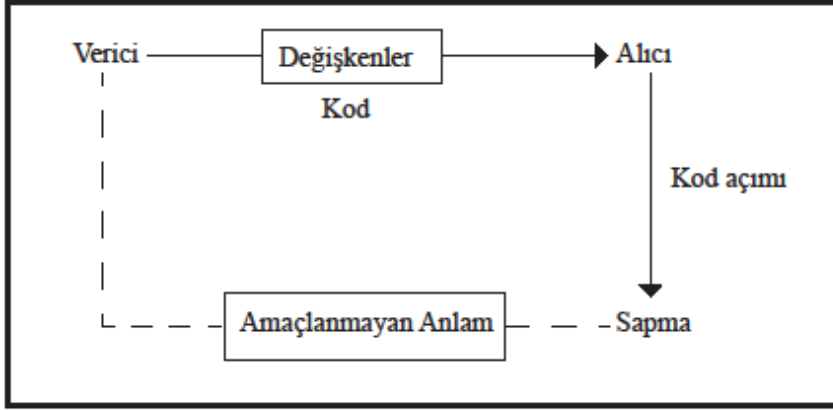
Giyim göstergeleri aracılığıyla gerçekleşen iletişimde kodu taşıyan bir verici (iletiyi veren, gönderen) ile alıcı (iletiyi alan, gören) olmak üzere iki özne mevcuttur. Paradigma ve dizim ile oluşan giyim kodunu taşıyan kişi göstergesel iletişimin vericisidir. Vericinin gönderdiği kodu çözümleyen ve anlamlandıran taraf ise alıcıdır. Sağlıklı bir iletişimde, iletide gönderilmesi amaçlanan anlam ile alınan mesajdan çıkarılan anlam birbirleriyle aynıdır. Şekil 2’de görülmekte olan tabloda, verici ve alıcı arasındaki bu sağlıklı iletişim görülmektedir. Alıcı, vericinin gönderdiği kodu görüp, kodu çözümleme evresi olan kod açımı aşamasından geçirip, kodu çözümlemektedir. Bu iletişimde kod, vericinin yüklediği anlamıyla çözümlenir.



Şekil 2: Sağlıklı Kod Açımı

Fiske (2014), giyim kodunda çok az göstergenin tanımlanmış anlamı olduğunu söylemiştir. Giyim kodunun kullanıcıları arasında giyim paradigma ve dizimlerine dair çok az ifade edilmiş anlaşma mevcuttur. Anlaşma yapılmış resmi uniformalar dışında giyim paradigma ve dizimleri nedensiz kodlar (simgeler) içerisinde ele alınmaktadır (Fiske, 2014, 171). Davis (1997) de, benzer biçimde, kıyafetleri gösteren-gösterilen ilişkisi çerçevesinde incelemiş, göstergibilim terminolojisinde kıyafet göstergelerinin değişken olduğu söylemiştir. Buna göre giysileri oluşturan form, doku, renk, duruş, vb. gibi bilinçdışı simgeler hakkında elimizde kesin veriler bulunmayışı giysileri semiyotik olarak kavramanın temel güçlüğüdür ki bu durum giyim kodunun dilbilimciler için “anlambilim bakımında yetersiz” görülmesinin temel sebebi olmuştur (Davis, 1997, 17). Fakat buna rağmen Davis (1997) bir iletişim aracı olarak giysilerin konuşmaya dayalı iletişimde kullanılan söze dökülü sesler kadar kesin biçimde belirlenip standartlaştırılmış olmasa da kültürel anlamları taşıyıp ileten göstergeler olduğunu söylemiştir. Öte yandan, giyim anlamı iletebilme kapasitesinin yanında, giyim kodlarının okumasında anlam farklılaşması ile sonuçlanan değişkenler de söz konusudur. Göstergibilim terminolojisinde bu durum “kod açımında sapma” olarak adlandırılır. Çeşitli değişkenlere dayalı olan kod açımında sapma, iletide gönderilmesi amaçlanan anlam ile alınan mesajdan çıkarılan anlamın farklı olmasına sebep olmaktadır. Bu durumda mesajın hedef alıcısı (kişi, kitle, vs.) vericinin iletmeyi amaçladığı anlamı çıkarımsamaz ve anlam sapmaya uğrar. Umberto Eco (1980) kod açımında sapma olgusunun, iletişim sürecinde hedefin (alıcı, göstergelyi okuması amaçlanan birey, küme, kitle, vb.) kaynaktan (verici, göstergenin sahibi) daha etkin rol oynadığını gösterdiğini söylemiştir. Bu durumda anlam, kodlayıcısından çok kodaçımlayıcısının toplumsal durumu, sözlüksel kapasitesi, art alan bilgisiyle belirlenmektedir (Mutlu, 2012, 195-196).

Şekil 3’te görülmekte olan tabloda iletide gönderilmesi amaçlanan anlam ile alınan mesajdan çıkarılan anlamın birbirlerinden farklı olduğu “yanlış anlamlandırma” mevcuttur. Bu iletişimde verici paradigma ve dizimle oluşmuş olan kodu, mesajın hedefalıcısına göndermektedir. Fakat alıcı ve verici arasında, farklı kültürel arka plana sahip olma gibi, değişkenler mevcuttur. Mevcut değişkenin varlığında iletinin alıcısı kodu, ilgili değişkenin sebep olduğu anlam dağarcığı ile açmakta, çözümlemektedir. Bu durumda anlam sapmaya uğramaktadır. Kod, vericinin göndermeyi amaçlamadığı anlam ile karşılık bulmakta, kod açımında sapma meydana gelmektedir.



Şekil 3: Değişken Varlığında Kod Açımında Sapma

Tablo 3'te bahsedilen giyim göstergelerinin çözümlemesindeki değişkenler şunlardır:

- Alıcının vericinininkine denk ya da benzer bir kültürel arka plana sahip olmaması,
- Alıcının ilgili giysinin okuması için gerekli art alan bilgisine sahip olmaması,
- Gösteren olarak giysinin anlamını (gösterilenini) yorumlamak için alıcının gerekli olan kültürel sermaye havuzuna sahip olmaması,
- Bazı gösterenlerin değişik bölgelerde farklı simgesel referanslarının olması,
- Kişilerin farklı toplumsal bakış açılarının olması sebebiyle simgeleri algılayış biçiminde farklılıkların olması,
- Toplumda farklı deneyim alanlarına sahip bireylerin giyim göstergelerini birbirlerinden farklı anlamlandırması,
- Giysi paradigmalarının bağlam dışında kullanılması ile simgesel düzeydeki ironinin alıcı tarafından okunması için gerekli sözlüksel bilgiye sahip olunmaması.

Öncelikle göstergebilimsel iletişimde, iletiye dair alıcı ve vericinin ortak kanala sahip olmaları gereklidir aksi takdirde iletişim gerçekleşmez. Görsel düzeyde gönderilen iletinin, iletiyi verenin yüklediği anlamda ya da ona yakın anlamda okunabilmesi için iletiyi alanın, iletiyi gönderenin göndermesine denk ya da benzer bir sözlüksel alana sahip olması gerekmektedir. Ortak sözlüksel alana sahip olmak; ileti ile ilgili bir art alan bilgisi, ortak kültür, eşit ansiklopedik bilgiye sahip olmaktır. Ancak o zaman ortak bir iletişim kanalına sahip olunur ve görsel göstergeler düzleminde bir iletişim gerçekleşebilir (Günay, 2012, 11-12). Bununla ilgili olarak Enninger (1998), giyim üzerindeki göstergebilimsel okumada, farklı kültürel normların etkisi altındaki alıcıların iletiye, vericiden farklı cevaplar verebileceğini söylemiştir. Örneğin Amish erkekleri tarafından giyilen mavi ya da siyah renkli Mutze isimli giysi, giyen kişinin 16 yaşından sonra vaftiz edildiğinin göstergesidir. Ayrıca Mutzenin mavi olması onu giyinen kişinin 16 ile 35 yaşları arasında, siyah ise 35 yaşından büyük olduğu gösterenleridir. Bu örnekte Amish erkeklerinin giysilerinin din, vaftiziyet durumu, erginlik, yetişkinlik, yaş gibi pek çok duruma dair göstergeler içerdiği görülmektedir. Fakat Amish kültürünü ve onun kültürel normlarını bilmeyen birisi için Mutze sadece bir cekettir. Bu durumda kişi; din, vaftiziyet durumu, erginlik, yetişkinlik, yaş gibi herhangi bir durum iletisini almaz. Mutze ceketi üzerinden iletişime geçilebilmesi için göstereni taşıyan verici ile göstergelyi okuması beklenen alıcı arasında ortak bir iletişim kanalı olması gerekmektedir. Amish topluluğu ile ilgili art alan bilgisi olmayan birisi Mutze giysisi üzerinden görsel göstergeler düzleminde bir iletişim gerçekleştiremez.

Türkçe konuşuyor olabilirsiniz ama “ne yazık ki” kavramının hangi anlamda kullanıldığını bilmiyorsanız, ilgili sözcüğü bilmenizin size çok büyük bir faydası olmaz. O halde her sözcüğün, toplumda kullanılan her göstergenin bir anlamı ve kullanım yeri ya da yerleri vardır. Bir sözcüğün anlamını bilmekten öteye kullanıldığı yeri bilmek önemlidir. Bu da gönderge kavramı ya da bağlamı belirtir (Günay, 2012, 12).

Woodward (2016) da benzer şekilde nesnelere yapı sökümüne uğratıp göstergebilimsel okumasını yapabilmenin zorlukları olduğunu söylemiştir. Toplumsal ve kültürel anlamlara giysiler gibi maddi kültür nesnelere üzerinden ulaşma çabasının temel riski, ilgili nesnenin (gösterenin) anlamını (gösterilenini) yorumlamak için gerekli olan kültürel sermayeye her zaman sahip olamamamızdan doğmaktadır (Woodward, 2016, 83). Örneğin 2. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmış olan Reggae gençlik altkültüründen gençler sıklıkla sarı, kırmızı ve yeşil renklerdeki giysiler giyinmişlerdir. Hebdige (2004), siyahi Reggae gençlerinin İngiltere’de yaşamış oldukları ırkçı ayrımcılığa tepki olarak Etiyopya bayrağının renkleri olan sarı, kırmızı ve yeşil renklerini giysilerinde simgesel bir protesto biçimi olarak kullandıklarını söylemiştir (Hebdige, 2004, 35-41). Reggae gençlerinin giyimleri örneğinden hareketle Woodward (2016)’ın göstergebilimsel çözümleme için risk olarak tanımladığı kültürel sermaye havuzuna sahip olma/olmama durumu haklı görünmektedir. Reggae kültürünün altyapısının derinlemesine bilinmemesi, burada dışavurum alanı olarak kullanılan giysinin göstergebilimsel çözümlemesinde yanlış anlamlandırmalara sebep olabilmektedir.

Maddi kültür, zaman ve mekân düzlemlerinde bir bağlama oturabilmekte ancak ilgili zaman ve mekân ile özdeşik çözümleme ile uzlaşım sal çıkarımlara varılabilmektedir. Nesnelere mekân sınırlarının dışında değerlendirildiğinde anlam değişime uğrayabilmektedir (Woodward, 2016, 83). Kod açımında sapma ile sonuçlanan giysi göstergelerinin anlamlandırılmasında önemli değişkenlerden birisi bazı gösterenlerin değişik bölgelerde farklı simgesel referanslarının olmasıdır. Örneğin; Gotik giyim tarzı Almanya’da milliyetçilik anlamı taşıırken, Anglo-Sakson kültüründe antik kültürü hatırlatan romantik-nostaljik bir imaja tekabül etmektedir (Davis, 1997, 17). Bu durum göstermektedir ki giysi gösterenlerinin anlamları kültür ve kültürel mekânlara göre değişiklik içerebilmektedir.

Göstergenin anlamlandırılışı kitlelerin simgeleri algılayış biçimiyle de değişkenlikler içermektedir. Örneğin muhafazakâr bir toplumsal kimlik taşıyan kitleler ile deneyselliğe yatkın olan kitleler arasında algısal bir farklılık söz konusudur. Erkek bir Hippî’nin uzun saçları kendi çevresinde cinsiyet rollerinden bağımsız olma, bunları aşmış olma anlamı taşımaktayken, muhafazakâr biri için sapkınlığı ifade etmektedir (Davis, 1997, 24-25). Bu örnekte giyim-kuşam koduna dair göstergenin anlamlandırılışı, kişilerin toplumsal bakış açılarına göre ileri düzeyde farklılık gösterdiği görülmektedir.

Giyim paradigmalarının dizimsel olarak birleşmesi ile oluşan giyim kodunda dizim yüksek uzlaşım a dayanmaktadır (Fiske, 2014, 146; Enninger, 1998). Fakat postmodern toplumlarda hâkim toplumdaki farklı gençlik kültürleri veya altkültürel gruplar var olmakta ve bu gruplar hâkim toplumdaki simgesel referanslardan farklı deneyimler yaşamaktadırlar. Bu noktada onların iletilerini yorumlayan kişilerin onların simgesel araçlarından ne ölçüde ve nasıl yararlandıkları, giyim kodunu okumadaki değişken olarak görülmektedir. Örneğin iş görüşmesine giderken giyilen giysi paradigmalarından yapılan seçimler önemli ölçüde uzlaşım saldır: gömlek,

ceket, kumaş pantolon ve kravat. İş görüşmesine giderken bu paradigmalardan kumaş pantolon yerine denim pantolon seçiminin yapılması işveren tarafından saygısızlık veya umarsızlık olarak okunabilir ve paradigmadan yapılan bu seçim işe alınmamaya sebep olabilir. Bu yanlış anlamlandırma iletiyi veren (görüşmeci) ve alanın (işveren) denim pantolona dair farklı deneyimlerinden doğan farklı sözlüksel alana sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Genç görüşmeci için denim pantolon paradigmasının saygısızlık olmadığına dair sözlüksel bilgi, gençlerden oluşan sınırlı izleyici topluluğuna (dar alan yayıncılığına) dayanmaktadır. İşveren için denim pantolon paradigmasının saygısızlık olduğuna dair sözlüksel bilgi ise hâkim topluluğa (geniş alan yayıncılığına) dayanmaktadır (Fiske, 2014, 170-174). Örnekler göstermektedir ki toplumda farklı deneyim alanlarına sahip bireyler, giyim göstergelerini birbirlerinden farklı anlamlandırmaktadırlar.

Farklı deneyim alanlarına sahip bireyler, aynı nesneyi farklı bağlamda kullanabilmekte ve bu durum giyim göstergelerinde bir değişken olabilmektedir. Örnek olarak boynuna haç takan bir kişi Hristiyanlığa bağlılığı sergiliyor olabilir. Öte yandan gotik altkültüründen gençler de haç takmakta ve bunu Hristiyan öğretilerine tinsel bağlılıkları için yapmamaktadır. Bu durumda kişinin boynuna haç takması tek başına muğlak bir gösterilene atıfta bulunmamakta ve giyim-kuşam kültürüne dair aynı nesne, farklı bağlamlarda kullanılabilir (Woodward, 2016, 84). Bir diğer örnek Punk altkültürünün giyimlerinde kullandıkları çengelli iğnelerdir. Çengelli iğne, tek başına bir nesne olarak, kıyafetin dikim ve tadilatında belli durumlarda kullanılan işlevsel bir üründür. Bir gösteren olarak çengelli iğnenin gösterileni, üzerinde durduğu kumaşa iki parçanın birbirine henüz dikili olmadığıdır. Öte yandan Punk giyim kültüründe ise çengelli iğne, işlevi dışında, rastgele ve ihtiyaç dışında, aksesuar gibi kullanılmıştır. Hebdige (2004)'nin yorumuna göre bu kullanım Punk'ın tabusuz özgür toplum idealinin dışavurumunun sembolik ifadesidir. Bu örnekte nesnenin, bağlamı dışında, ironik olarak kullanıldığı görölmektedir (Hebdige, 2004, 108-109; Woodward, 2016, 148). Bu durumda, nesnenin bağlam dışında kullanılmasında, simgesel düzeydeki ironinin okunabilmesi/okunamaması giyime yönelik göstergebilimsel çözümleme için bir değişken olarak görölmektedir. Bağlam farklılaşması ve ironinin okunabilmesi için iletiye dair alıcı ve verici arasında ortak deneyim alanı, en azından farklı deneyim alanlarının bilinirliği gerekmektedir aksi takdirde kod açımında sapma ile anlam farklılaşabilir.

4. Sonuç

Geniş bir çalışma alanını kapsamakta olan göstergebilim, maddi kültür çalışmalarında nesnelerin kendilerinden başka bir olguya atıfta bulunduğu temel ilkesi ile nesnelere analitik açıdan yapı sökümüne uğratarak çalışmalar yapmaktadır. İnsanlar arasında iletişimi sağlamakta olan göstergeler, toplumsal dizgeler olarak, deneyim odaklı öğrenilmişlikler ile kültür üyelerinin uzlaşımına dayanmaktadır. Toplumsal uzlaşım sayesinde gösterge statüsünde iletiler aktarılıp okunabilmektedir.

Yapısal dilbilimini dil ötesi bir yapı olan giyime analitik olarak uygulayarak giyim gramerine dair çözümlemelere giden göstergebilimsel yaklaşımda yapı sentagmatiktir. Buna göre giyimde anlam paradigma ve dizimler ile oluşturulmaktadır. Her bir giysi türü (başlıklar, ayakkabılar, boyun bağları, ceketler, vb.) bir paradigmaya tekabül etmektedir. Giyside anlam öncelikle paradigma içerisinden yapılan seçimle oluşmaktadır çünkü seçim mekân, cinsiyet, yaş, din, meslek, sosyal statü gibi dinamiklerin göstergesidir. Paradigmalar içerisinden yapılan seçimin ardından

bunları dizimsel olarak düzenlemek anlamı yeniden yaratmaktadır. Dilbilimdeki söz dizimi gibi giyimdeki dizim kuralları da uzlaşma dayanmaktadır. Özetle giyimde göstergesel iletiler bir paradigmadan seçim yapıp, onları bir dizimde birleştirmekle oluşmaktadır. Karmaşık iletiler oluşturmak için bir araya gelen göstergeler, kodları meydana getirmekte bu kapsamda giyim sosyal kodlar içerisinde yer almaktadır. Belirtisel ya da simgesel göstergeler ile oluşan giyim kodu aracılığı ile insanlar, karşısındaki kişiler hakkında belli bağlantılar kurmakta ve giyim böylelikle bir iletişim dizgesine dönüşmektedir.

Öte yandan, bir iletişim dizgesi olarak giyim kodunun okumasında, iletide gönderilmesi amaçlanan anlam ile iletiden çıkarılan anlamın farklı olmasına sebep olan değişkenler söz konusu olabilmektedir. Bu kod açımında sapmada mesajın hedef alıcısı, vericinin iletmeyi amaçladığı anlamı okuyamaz. Bu durumda anlamlandırma sapmaya uğramaktadır. Çalışmanın *Giyim Göstergelerinin Değişkenleri* başlığında örnekler ile açıklanan, giyime yönelik göstergebilimsel çözümlemedeki değişkenler genel olarak kültürel arka plan bilgisi, art alan bilgisi, kültürel sermaye havuzu, simgesel referanslar, toplumsal bakış açısı, bireysel deneyimler ve bağlam farklılığı olarak belirtilebilir.

Sonuç olarak, bahsi geçen değişkenler giyim kodu aracılığı ile yollanan iletilerin, vericinin iletmeyi amaçladığı anlamın dışında bir anlam ile karşılık bulmasına sebep olabilmektedir. Görsel göstergeler olarak giyim düzleminde hem sağlıklı bir iletişim gerçekleştirilmesi hem de doğru göstergebilimsel çözümleme yapılabilmesi için bahsi geçen değişkenlerin göz önüne alınması gerekmektedir.

Notlar

¹ Saussure (1998), ardışık bir öğelerin diziliminden oluşan dizimi bir makinenin işleyişine benzetmiştir. Buna göre makinenin parçaları tek boyutta çalışmazken, ard arda geldiklerinde birbirleriyle etkileşime girmektedir (Saussure, 1998, 187-191).

² Greimas'ın anlatımına göre Roland Barthes'in Martinet'in kadın giyiminin en anlamlı dizgesinin bacak çorapları olduğunu söylemesinin üzerine kadın giyimi açısından bacakları göstergebilimsel yaklaşımla yorumlar. Üç anlam kategorisi sınıflandırır: çoraplı ya da çorapsız, çoraplı ise dikişli ya da dikişsiz, ayakkabılı ise topuklu ya da topuksuz. Barthes'e göre üç kategoriden oluşan bir anlam dizgesi zengin değildir ve ona göre giyimde göstergebilim açısından en zengin dizge şal (Fr. châle) paradigmasıdır. Şal paradigmasında (bert, kapet, şofret, etol, pelerin, vb.) otuz temel anlamlı kategori içerdiğini söyler (Rifat, 2008-1, 111).

Kaynakça

- Barthes, R. (2006). *The Language of Fashion*. Sydney: Berg Publishers.
- Barthes, R. (2008). *Moda Dizgesi Seçme Parçalar* (Çev.:S. Rifat). Cogito Dergisi. Sayı:55.
- Barthes, R. (2014). *Göstergebilimsel Serüven* (Çev: M. Rifat, S. Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bayrakçı, O. (2011). *Göstergebilimsel Araştırma Alanı Olarak Ürün Tasarımı*. Tasarım+Kuram Dergisi. Cilt:7. Sayı:11-12.
- Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik* (Çev: Ö. Arıkan). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Enninger, W. (1998). *Giyim* (Çev: N. Özdemir). Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi. Sayı: 39.
- Erkman-Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Multilingual Yayınları.

- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev: S. İrvan). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern Göstergeler* (Çev: E. Cengiz, H. Gür, A. Nur). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Günay, V.D. (2012). *Görsel Göstergebilim ve İmgenin Anlamlandırılması*. V.D. Günay, A.F. Parsa (Ed.) *Görsel Göstergebilim: İmgenin Anlamlandırılması* içinde. İstanbul: Es Yayınları.
- Hebdige, D. (2004). *Altkültür-Tarzın Anlamı* (Çev: S. Nişancı). İstanbul: Babil Yayınları.
- Mutlu E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos - Kıta Basın Dağıtım Yayıncılık.
- Parsa S. ve Parsa, A.F. (2012). *Göstergebilim Çözümleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Rifat, M. (2008-1). *Roland Barthes: "Kadın Giyiminde Sizce En Önemli Yer Neresidir?" ya da Barthes Göstergebiliminin Doğuş Çizgisi*. Cogito Dergisi. Sayı:55.
- Rifat, M. (2008-2). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Saussure, Ferdinand (1998). *Genel Dilbilim Dersleri* (Çev: B. Vardar). İstanbul: Multilingual.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Vardar, B. (2001). *Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri*. İstanbul: Multilingual.
- Woodward, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak* (Çev: F. B. Aydar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

